

An den Grossen Gemeinderat

Winterthur

Beantwortung der Schriftlichen Anfrage betreffend Vollwerbung Gelenkbusse Stadtbus, eingereicht von Gemeinderat Ch. Ingold (EVP)

Am 7. Januar 2011 reichte Gemeinderat Christian Ingold (EVP) folgende Schriftliche Anfrage ein:

"Gemäss Medienmitteilung vom 6. Oktober 2010 lässt Stadtbus neu bei maximal sechs anstatt vier Gelenkbussen die Vollwerbung zu. Unterdessen hatten die Kundinnen und Kunden von Stadtbus ausreichend Gelegenheit, in den neu verhüllten Bussen zu fahren und sie im Stadtbild zu bestaunen. Die neu vertretene Firma hat für Fans der Busse bereits einen Fotowettbewerb mit Preisen durchgeführt, umgekehrt ärgern sich Passagiere über die Kommerzialisierung des öffentlichen Verkehrs und Raumes.

Die Vollwerbung der sechs Gelenkbusse, welche ausser den VBG (Glatttal) und VZO (Oberland) kein weiterer Betrieb im ZVV (so auch nicht die VBZ) trotz möglicher Mehreinnahmen zulässt, stellt eine Reduktion der Leistung bei gleichbleibenden Preisen dar. Die Passagiere müssen eine stark eingeschränkte Sicht nach draussen gewärtigen und die bunten Busse verunstalten das Stadtbild Winterthurs.

Ich bitte den Stadtrat um die Beantwortung folgender Detailfragen:

- 1. Welche Kompensation kann Stadtbus, bzw. der ZVV den Kundinnen und Kunden, welche in den mit Vollwerbung verhüllten Bussen reisen, durch die zusätzlich generierten CHF 50'000 pro Jahr und Bus anbieten?*
- 2. Welche Kompensation kann der Winterthurer Bevölkerung für die visuelle Verunstaltung des öffentlichen Raumes angeboten werden?*
- 3. Welchen Stellenwert hat die Imagepflege der Stadt Winterthur für Stadtbus bei Definition und Vergabe der käuflichen Werbeflächen?"*

Der Stadtrat erteilt folgende Antwort:

Der Stadtrat hat die Thematik der Werbung auf Verkehrsmitteln bereits bei der Beantwortung der Interpellation betreffend ungenutztes Potenzial des Bus-Fahrgast-Informationssystems, dargelegt (GGR-Nr. 2010-086): *"Werbung an und in den Bussen soll einen Deckungsbeitrag für den öffentlichen Verkehr generieren. Besteller des Angebotes des ÖV im Kanton Zürich ist gemäss PVG (Gesetz zur Förderung des Öffentlichen Verkehrs) der Zürcher Verkehrsverbund stellvertretend für den Kanton Zürich. Der Kanton trägt mit 50% die Hauptlast der jährlichen Kostenunterdeckung, während die Gemeinden prozentuale Anteile zu übernehmen haben. Entsprechend der vertraglichen Bestellung im Transportvertrag gehören sowohl die Einnahmen aus dem Fahrbetrieb als auch die Nebeneinnahmen, d.h. die Einnahmen aus der Verkehrsmittelwerbung, grundsätzlich dem ZVV. Im Sinne einer Maximierung des Deckungsbeitrages werden im Budgetprozess mit den marktverantwortlichen Unternehmungen (MVU) die Werbeerträge vereinbart. Angesichts der angespannten Finanzlage des Kantons und den entsprechenden Sanierungsmassnahmen ist der ZVV auf diese Nebeneinnahmen angewiesen, damit vermieden werden kann, künftige Kostensenkungsmassnahmen zu Las-*

ten des bestehenden Angebotes umsetzen zu müssen." Die Einnahmen aus der Fahrzeugaussenwerbung aller Unternehmen werden entsprechend dem derzeit gültigen Kostenverteilungsschlüssel des Zürcher Verkehrsverbundes (ZVV) als Minderaufwand auf die Gemeinden umgelegt. Würde auf die Werbeerträge verzichtet, erhöhte sich somit ohne Berücksichtigung weiterer Massnahmen der steuerfinanzierte Gemeindebeitrag an den ZVV.

Zu den einzelnen Fragen:

Zur Frage 1:

" Welche Kompensation kann Stadtbuss, bzw. der ZVV den Kundinnen und Kunden, welche in den mit Vollwerbung verhüllten Bussen reisen, durch die zusätzlich generierten CHF 50'000 pro Jahr und Bus anbieten?"

Der ZVV ist bemüht, grossflächige Werbung auf allen Verkehrsmitteln zu erreichen, um künftige Preiserhöhungen des öffentlichen Verkehrs in einem vertretbaren Rahmen zu halten. Entsprechende Bemühungen werden nicht nur in der Stadt Winterthur, sondern im ganzen ZVV-Gebiet unternommen. Beispielsweise ist zwischen SBB und ZVV eine Vereinbarung zur Vermarktung grossflächiger Werbung auf S-Bahn-Kompositionen in Vorbereitung. Auch die SZU und die VBZ überprüfen ihre bisherige Praxis, um eventuell mehr Werbung auf den Fahrzeugen zu ermöglichen. Die Schriftliche Anfrage betrifft somit eine Thematik, die generell forciert wird, um die Kostenunterdeckung im öffentlichen Verkehr dämpfen zu können.

Verschiedene Unternehmen (z.B. VZO, VBG und Stadtbuss) verfügen teils bereits seit Jahren über Regelungen bezüglich grossflächiger Werbung auf den Fahrzeugen und sind der neuen Ausrichtung des ZVV bereits etwas voraus. Die potenziellen Einnahmen aus dem Segment Verkehrsmittelwerbung werden vom ZVV auf rund 20 Mio. Franken geschätzt. Stehen diese Mittel nicht zur Verfügung, muss entweder das Angebot reduziert, der Tarif erhöht oder ein Zuschuss aus allgemeinen Steuermitteln bestritten werden. Wie auch immer geringere Werbeeinnahmen kompensiert würden, ginge dies zu Lasten der Steuerzahlenden und der Kundschaft.

Zur Frage 2:

" Welche Kompensation kann der Winterthurer Bevölkerung für die visuelle Verunstaltung des öffentlichen Raumes angeboten werden?"

Von derzeit 83 Fahrzeugen weisen heute deren fünf eine grossflächige Werbung auf. Der Stadtrat hat die Zahl der Busse mit grossflächiger Werbung bewusst auf maximal 6 Fahrzeuge limitiert, damit nicht von einer "Verunstaltung des öffentlichen Raumes" gesprochen werden kann. Diese fünf Fahrzeuge sind aber dennoch als Fahrzeug der Stadtbussflotte erkennbar, da das vorderste Drittel des Busses im Originaldesign von Stadtbuss bleibt und von vorne gesehen bezüglich Auftritt mit den anderen 79 Fahrzeugen identisch ist. Es handelt sich somit um einen vertretbaren Anteil an der Fahrzeugflotte.

Wird der geringere Teil des regionalen Werbeetats nicht mittels Fahrzeugaussenwerbung realisiert, so werden wohl andere Mittel gefunden, die nicht weniger auf den öffentlichen Raum wirken dürften. Gerade nicht international tätige Winterthurer Betriebe sind auf eine verhältnismässig günstige und weitherum wahrnehmbare Werbung angewiesen.

Zur Frage 3:

" Welchen Stellenwert hat die Imagepflege der Stadt Winterthur für Stadtbus bei Definition und Vergabe der käuflichen Werbeflächen?"

Die Imagepflege der Stadt hat einen sehr hohen Stellenwert. Dies wird neben der mengenmässigen Kontingentierung auch mit detaillierten Vorgaben (Bezug zu Winterthur ist wichtig, kein Alkohol usw.) des Departements Technische Betriebe sichergestellt. Die Restriktionen sind bereits sehr umfassend und liegen markttechnisch am Limit. Die Vorgaben sind auch derart ausgestaltet, dass in der Regel nur der Nachläufer des Fahrzeuges komplett eingekleidet wird und im Vorderwagen ein Grossteil der Fensterflächen frei bleibt. Zudem werden die Werbeflächen in den Fensterbereichen perforiert, damit der Lichteinfall gewährleistet und die Sicht nach aussen weiterhin möglich bleibt.

Als Gegenmassnahme zu kritischen Kundenreaktionen wurde bereits ein Teil der Fenstertransparente entfernt. Die Gelenkzone der neuen Busse ist transparent gestaltet, um die Helligkeit im Bus zu erhöhen. Die Kundenreaktionen sind von grosser Bedeutung: Störend wirkt vor allem die umfassende Beklebung der Fensterflächen im Türbereich. Stadtbus prüft deshalb, wie diesem Anliegen Rechnung getragen werden kann.

Zusammenfassend darf festgehalten werden, dass die grossflächigen Werbungen im Vergleich zur früheren Ganzbemalung bereits wesentlich verbessert worden sind. Die Umsetzung der verhältnismässig restriktiven Regelungen kann aber - aus Kundensicht - noch verbessert werden, steht dabei jedoch im Spannungsfeld zur Strategie, umfangreiche Mehrerträge zu erzielen. Beabsichtigt ist, die Werbekontingente stabil zu halten und die notwendigen Mehrerträge durch eine Erhöhung der Preise zu erzielen. Ein Verzicht auf grossflächige Werbung muss angesichts des finanziellen Kostendrucks auf Stadtbus ausgeschlossen werden.

Vor dem Stadtrat

Der Stadtpräsident:

E. Wohlwend

Der Stadtschreiber:

A. Frauenfelder