

A N F R A G E von Sabine Ziegler (SP, Zürich) und Marcel Burlet (SP, Regensdorf)
betreffend Aussenwerbung am öffentlichen Verkehr im ZVV-Gebiet

Nachdem die erfolgreichen Thementrams das VBZ-Netz befahren, sind fünf Werbetrans mit kompletter Aussenwerbung auf den Schienen der Stadt Zürich zu sehen. Die Aussenwerbung auf Trams und Bussen hat schleichend zugenommen. Nachdem Flyers und Rotoren in den Fahrzeugen nicht mehr ausreichen, wurden Fensterscheiben, Tramnasen und nun ganze Trams und Busse in fahrende Werbeflächen oder Litfasssäulen verwandelt. Diese auffälligen Fahrzeuge des öffentlichen Verkehrs sind oft bunt dekoriert und stellen eine Herausforderung hinsichtlich Verkehrssicherheit und Ästhetik auf der Strasse dar. Für Autolenker kann dies sehr ablenkend sein und eine Gefahr für den Verkehr bedeuten. Nutzerinnen und Nutzer des öffentlichen Verkehrs haben zunehmend Mühe herauszufinden, um welches Tram oder welchen Bus es sich handelt. Vielen ÖV-Nutzenden wird die komplette Umhüllung mit Werbung schlicht und einfach als Affront empfunden. Gemäss Tages-Anzeiger-Artikel vom 21.2.2012 schreibe die VBZ «.. die VBZ spüren den Kostendruck und sind zu unternehmerischem Handeln aufgefordert. Um das Fahrangebot aufrecht zu halten und wo nötig ausbauen zu können, müssen neue Erlösquellen erschlossen werden. Der Kostendruck sei ein Ergebnis der Politik.»

114/2012

In diesem Zusammenhang wird der Regierungsrat gebeten, folgende Fragen zu beantworten:

1. Aussenwerbung an Strassen wird im Gesetz geregelt. Wie wird die Aussenwerbung an ÖV-Fahrzeugen definiert und geregelt?
2. Teilt der Regierungsrat die Meinung, dass grossflächige Aussenwerbung auf Fahrzeugen des öffentlichen Verkehrs eine Ablenkung der Autolenker bedeutet und die Übersicht im Verkehr verschlechtert und somit eine Abnahme der Verkehrssicherheit bedeutet?
3. Das «Züri-Blau» von Bussen und Trams auf dem ZVV Gebiet gehört zur Corporate Identity des ÖV in Stadt und Kanton. Wie soll dies mit den neuen Werbetrans und Bussen aufrecht erhalten bleiben?
4. Mit der grossflächigen Werbung auf Bussen und Trams wird die Information zur Linie verschlechtert. Mit der zunehmenden Nutzungsdichte des ÖVs wird das Ein- und Aussteigen an den Haltestellen unübersichtlicher. Wie soll gewährleistet werden, dass die Ein- und Aussteigebeziehung reibungsfrei erfolgt, trotz verschlechterter Fahrzeugidentität?
5. Stellt der ZVV den MVU «Marktverantwortlichen Unternehmungen» Anforderungen hinsichtlich Gewinnung weiterer Einnahmequellen? Falls ja, in welcher Höhe?
6. Welche Abbau- und Sparmassnahmen im Zürcher ÖV wären vorgesehen, wenn keine Gewinnung von Drittmitteln durch Werbung eingenommen wird?
7. Hat der ZVV oder hat die MVU Kundenzufriedenheitsmessungen bezüglich Werbung auf Fahrzeugen durchgeführt? Falls ja, mit welchem Ergebnis? Falls nein, wieso nicht?

Sabine Ziegler
Marcel Burlet