

Zürich, 15. Januar 2007

KR-Nr. 12/2007

A N F R A G E von Ueli Keller (SP, Zürich)

betreffend «Q West»

Farbig, süffig geschrieben und auflagenstark geben Stadt und Kanton Zürich eine Publikation «Q West, Zürich-West - ein Quartier im Wandel» heraus, die in die Briefkästen verteilt wird und lassen im gleichen Layout Inserate in Tageszeitungen erscheinen, in denen Wirtschaftsboom, kultureller Aufschwung, Lebensqualität und die neu geplante Erschliessung von Zürich-West beworben werden.

1. Was ist das Ziel, wer ist das Zielpublikum dieser Kampagne?
2. Welche Werbemittel sind im Rahmen der Kampagnenplanung vorgesehen?
3. Welche Kosten verursacht die Werbekampagne und welchen Konti werden sie belastet?
4. Auf welcher Rechtsgrundlage und auf welchem Beschluss beruht diese Werbekampagne?
5. Beteiligen sich an den Kosten der Kampagne auch die Grundeigentümer, die dank der massiven Aufzoning durch die Nutzungsplanung hohe Mehrwerte abschöpfen können?
6. Da mit Aufschwung und Lebensqualität bestimmt auch die baldige Einhaltung der gesetzlichen Grenzwerte von zum Beispiel NOx und Feinstaub gemeint ist, interessiert, mit welchen Massnahmen die übermässige Luftbelastung in der Betriebsphase der neu gebauten Pfingstweidstrasse und der auf 5 Spuren erweiterten Hardturmstrasse reduziert wird?
7. Wie hoch ist die Anzahl Fahrzeuge, die heute auf dem Korridor der SN 1 inkl. Bernerstrasse bzw. Pfingstweid- und Hardturmstrasse verkehrt?
8. Wie hoch ist die Abnahme dieser Anzahl nach Eröffnung des Uetlibergtunnels?
9. Wie hoch ist die Abnahme dieser Anzahl nach dem Neubau der Pfingstweidstrasse?

Ueli Keller

12/2007