

An den Grossen Gemeinderat

Winterthur

Beantwortung der Interpellation betreffend ungenutztes Potenzial des Bus-Fahrgast-Informationssystems, eingereicht von Gemeinderat F. Helg (FDP)

Am 13. September 2010 reichte Gemeinderat Felix Helg namens der FDP-Fraktion mit 31 Mitunterzeichnerinnen und Mitunterzeichnern folgende Interpellation ein:

"In den Winterthurer Bussen ist ein Fahrgast-Informationssystem installiert. Dieses zeigt Fahrziel, Haltestellen der Strecke, Uhrzeit und teilweise auch die Anschlussverbindungen an. Andere Unternehmungen des öffentlichen Verkehrs verwenden die Bildschirme auch für zusätzliche Zwecke (z.B. PostAuto Schweiz AG, Region Ostschweiz, St. Gallen; Engadin Bus, St. Moritz). Einerseits für Kurznachrichten und Wetterinformationen, andererseits für Werbung. Technisch erfolgt dies über einen Doppelbildschirm oder über einen Bildschirm mit wechselnden Anzeigen. Damit können gleich zwei Zwecke erreicht werden. Einerseits wird das Informationsangebot für den Fahrgast über rein fahrtbezogene Hinweise hinaus erweitert. Andererseits können zusätzliche Werbeeinnahmen erzielt werden.

Deshalb interessiert es, ob die Stadt Winterthur dieses bisher ungenutzte Potenzial nutzen will, und es stellen sich folgende Fragen:

1. Nachrichten, Wetterinformationen und allenfalls weitere Informationen

- a) Kann sich der Stadtrat vorstellen, solche Informationen auf Bildschirmen im Bus aufzuschalten?*
- b) Wie teuer ist ein solches Angebot?*

2. Werbung

- a) Kann sich der Stadtrat vorstellen, Werbung auf Bildschirmen im Bus aufzuschalten?*
- b) Welche Einnahmen können damit erzielt werden?*
- c) Welches sind die derzeitigen Werbeeinnahmen von Stadtbus für die Aussen- und Innenwerbung bei Bussen?*
- d) Ist es denkbar, dank der Werbung auf Bildschirmen im Gegenzug die Aussenwerbung über die Busfenster hinweg zu reduzieren?*

Diese Art der Aussenwerbung ist bekanntlich bei Busfahrgästen wenig akzeptiert, weil sie die Sicht aus dem Bus behindert."

Der Stadtrat erteilt folgende Antwort:

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. Vertraglich regelt der Transportvertrag ZVV - Stadt Winterthur die Thematik der Werbeeinnahmen. Entsprechend der vertraglichen Bestellung 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. Ange-

sichts der angespannten Finanzlage des Kantons und der entsprechenden Sanierungsmassnahmen ist der ZVV auf diese Nebeneinnahmen angewiesen, damit vermieden werden kann, dass künftige Kostensenkungsmassnahmen zu Lasten des bestehenden Angebotes umgesetzt werden müssen.

Es liegt somit auf der Hand, dass eine allfällige Nutzung der Bildschirme zur Fahrgastinformation primär der Erschliessung neuer finanzieller Mittel zu dienen hätte und weniger als Alternative zur heutigen Aussenwerbung verstanden werden kann.

Das Fahrgastinformationssystem in Winterthur ist Teil eines den ganzen ZVV umfassenden Informationssystems. Als Leistungsbesteller definiert der ZVV die Funktionalitäten, den Nutzungsumfang sowie die zu vermittelnden Inhalte und erlässt die diesbezüglichen Richtlinien. Der ZVV trägt die Kosten für den Systembetrieb und beansprucht im Gegenzug allfällige Erträge.

Festzuhalten bleibt auch, dass mit dem Leitsystem ein Fahrgastinformations- und Fahrer-kommunikationsmittel, aber kein auf Werbung und News ausgerichtetes System beschafft wurde. Die Werbe- und News-Möglichkeiten mit dem bestehenden Leitsystem sind sehr beschränkt und finanziell kostspielig. Gerade im städtischen Umfeld, wo die Haltestellen oft nur 200 bis 300m auseinander liegen und die Fahrzeiten dazwischen ca. 1 Minute dauern, ist es kaum möglich, auf demselben Bildschirm nebst den notwendigen Fahrgastinformationen (Perlschnur, auf welcher die nächsten Haltestellen dargestellt werden; Anschlussinformationen über die Weiterfahrten ab nächstem Knoten; Hinweise auf Baustellen-Umleitungen oder Anlässe) auch noch News und Reklamen gesendet werden. Die Netzdichte erlaubt kein vernünftiges Lesen und Erfassen zusätzlicher Informationen. Um einen kontinuierlichen und qualitativ genügenden Informations- und Werbefluss garantieren zu können, wäre die Beschaffung eines zweiten Bildschirms unumgänglich.

Deshalb forderte Winterthur den ZVV bereits im Vorfeld der zur Zeit laufenden Beschaffung von 21 neuen Trolleybussen auf, zum Einbau von Doppelbildschirmen bzw. zur kommerziellen Nutzung der Bildschirme des Fahrgastinformationssystems Stellung zu nehmen, um einen allfälligen Bedarf an Geräten in die Bestellung einfließen zu lassen. In seiner Antwort vom Frühling 2009 setzt der ZVV auf die Nutzung der bestehenden Bildschirme und verzichtet vorderhand auf den Einbau von Doppelbildschirmen zur kommerziellen Nutzung. Zurzeit bzw. bis zur flächendeckenden Einführung des Leitsystems bzw. der elektronischen Fahrgastinformation im ganzen ZVV-Gebiet sowie bis zur Erreichung einer hohen betrieblichen Stabilität schliesst der ZVV Werbung und allgemeine Informationen über die Bildschirme in Bussen und Zügen aus. Er bekräftigt im Weiteren, dass eine Bewirtschaftung dieses Werbe- und Informationskanals zentral zu erfolgen hätte, zumal sowohl der Marktzugang als auch die Aufbereitung von Werbe- und Informationsinhalten hohe Ansprüche stellt. Ein diesbezügliches Projekt dürfte frühestens 2012 initialisiert werden.

Zu den einzelnen Fragen

Zur Frage 1

"Nachrichten, Wetterinformationen und allenfalls weitere Informationen

a) Kann sich der Stadtrat vorstellen, solche Informationen auf Bildschirmen im Bus aufzuschalten?"

Aufgrund der geschilderten Ausgangslage kann der Stadtrat nicht über die Nutzung der Infrastruktur der Fahrgastinformation von Stadtbussen verfügen; lediglich eine rasche Nutzung der bestehenden Bildschirme für das Vermitteln allgemeiner Informationen könnte im Verkehrsrat vorgebracht werden. Die heutige Infrastruktur wäre aber nicht für allgemeine Informationen tauglich, weshalb entsprechende Anpassungen vorzunehmen wären. Im konkreten Fall

müsste das Leitsystem wesentlich angepasst werden: Die Bandbreite des Analogfunkes, über welchen die Sprach- und Datenkommunikation von und zu den Bussen erfolgt, ist nicht ausreichend, um aktuelle News in die Fahrzeuge zu übertragen. Dafür müssten die Software angepasst (Zusatzkosten: mehrere 10'000 Franken) und zusätzliche Übertragungsgeräte, welche z.B. auf dem Handynetz basieren, eingebaut werden (Kosten pro Fahrzeug ca. CHF 2'000). Damit die Fahrgäste über die Anzeiger nicht mit sich fortlaufend ändernden Informationen "überflutet" werden, müssten für Werbung, News etc. separate Bildschirme in den Bussen installiert werden. Das würde pro Gelenkbus für Material/ Montage ca. CHF 20'000 und bei Standardbussen ca. CHF 13'000 pro Fahrzeug kosten (bei Stadtbus mit 83 Bussen also ca. CHF 1'550'000).

Auch die Datenversorgung des Leitsystems ist nicht darauf ausgerichtet, spontane News in die Fahrzeuge zu übertragen. Das Laden von Daten (für Fahrpläne, Fahrgastinformationen etc.) geschieht heute nachts über die Depotinfrastruktur, welche auf drahtlosen Netzwerkverbindungen (Wireless LAN) basiert, und ist so organisiert, dass dies nur alle ca. 2 Wochen erfolgen muss.

Die vorliegend genannten Beispiele zeigen, dass die Anpassungen am System umfassend und kostspielig wären. Die gesamthafte Beurteilung einer Umstellung würde eine umfassende Planung und Kostenschätzung bedingen, die aber zum aktuellen Zeitpunkt nicht sinnvoll ist.

"b) Wie teuer ist ein solches Angebot?"

Die Kostenfrage kann aufgrund der derzeit vorhandenen Daten von Stadtbus nicht beantwortet werden. Ein entsprechender Entscheid und die Übernahme der Kosten ist Sache des ZVV.

Zur Frage 2

"Werbung

a) Kann sich der Stadtrat vorstellen, Werbung auf Bildschirmen im Bus aufzuschalten?"

Die entsprechenden Werbeeinnahmen stünden dem ZVV zu. Somit kann sich der Stadtrat zwar vorstellen, dass über die bestehenden oder über zusätzliche Bildschirme Werbung ausgestrahlt werden könnte. Der Entscheid über den Zeitpunkt, den Umfang und über die Nutzungsbedingungen ist jedoch Sache des ZVV – unter Berücksichtigung der entsprechenden städtischen Richtlinien.

"b) Welche Einnahmen können damit erzielt werden"

Da zurzeit die Einführung von Werbung über die Bildschirme des Fahrgastinformationssystems beim ZVV kein Thema ist, stehen keine aussagekräftigen Zahlen betreffend Einnahmen zur Verfügung. Aufgrund des hohen Beachtungsgrades gehen Fachkreise aber davon aus, dass diese Form von Werbung ein erhebliches Einnahmepotential beinhaltet. Nicht zu unterschätzen sind aber die initialen Infrastrukturkosten sowie die daraus resultierenden Folge- und Wartungskosten. Nicht ausser Acht gelassen werden darf auch der Aufwand, der durch das ständige Bereitstellen von Informationen anfällt. In einigen bekannten Fällen im Inland können darum derzeit die Investitionsfolge- und Wartungskosten trotz intensiver Werbung nur ganz knapp gedeckt werden.

"c) Welches sind die derzeitigen Werbeeinnahmen von Stadtbus für die Aussen- und Innenwerbung bei Bussen?"

Stadtbus Winterthur, bzw. die mit der Vermarktung der Werbeflächen beauftragten Unternehmungen APG und Maurer & Salzmann erwirtschaften mit der Innen- und Aussenwerbung Nettoerträge von rund 750'000.-- Franken pro Jahr. Diese Erträge werden in den kommenden Jahren weiter steigen, da Stadtbus Winterthur unter Berücksichtigung des lokalen und regionalen Marktes und im Einvernehmen mit APG und M&S die Preise der Nachfrage anpassen wird. Die rege Nachfrage nach einzelnen Produkten der Verkehrsmittelwerbung führt zu einer Verknappung des Angebotes, was sich positiv auf die erzielbaren Einnahmen auswirkt.

"d) Ist es denkbar, dank der Werbung auf Bildschirmen im Gegenzug die Aussenwerbung über die Busfenster hinweg zu reduzieren? Diese Art von Aussenwerbung ist bekanntlich bei den Busfahrern wenig akzeptiert, weil sie die Sicht aus dem Bus behindert."

Aus finanzieller Sicht kann eine Nutzung der Infrastruktur des Fahrgastinformationssystem für Werbung und Informationen nur als Ergänzung und nicht als Substitution der heutigen Verkehrsmittelwerbung betrachtet werden. Der weiterhin wachsende Bedarf an zusätzlichem ÖV-Angebot lässt in den kommenden Jahren die Betriebskosten weiter ansteigen. Mit Blick auf die knapper werdenden Ressourcen der öffentlichen Hand wird der ZVV nicht darum herum kommen, mögliche Einnahmenquellen offensiver zu nutzen bzw. den Transportunternehmungen eine intensive Nutzung solcher Einnahmequellen vorzugeben. Dazu dürfte mittelfristig auch die Nutzung von Bildschirmen als Werbeträger ins Auge gefasst werden.

Stadtbus Winterthur beschränkt sich bereits heute aus Imagegründen auf sechs Busse mit grossflächiger Teilbemalung (bspw. Tele-/Radio-TOP-Bus). Im Weiteren dürfen ausschliesslich 20% der Flotte mit grossen Seitenplakaten – Trafficboards – ausgestattet werden. Zudem werden sowohl Trafficboards als auch grossflächige Teilbemalungen im Bereich der Scheiben mit sogenannter Lochfolie erstellt. Diese verwehrt zwar den Blick ins Businnere, erlaubt aber den Blick nach Aussen. Mit diesen Massnahmen und den im Jahr 2005 erlassenen Richtlinien zur Positionierung der sogenannten Fensterwerbung wird einerseits den Wünschen der Fahrgäste Rechnung getragen. Andererseits entgehen damit dem ZVV jährlich Einnahmen in der Höhe von mehreren Zehntausend Franken.

Schlussbetrachtung und Ausblick

Der Stadtrat ist überzeugt, dass zusätzliche Informationen in den Fahrzeugen von Stadtbus langfristig zwar eine interessante Option mit einer hohen Akzeptanz seitens der Winterthurer Bevölkerung darstellen würden. Die Finanzierung und Umsetzung müsste aber wohl über Anteile aus den Werbeerträgen erfolgen.

Werbung an und in den Bussen ist bekanntlich, insbesondere auch in Winterthur, ein umstrittenes Thema: Umfang, Inhalte und Gestaltung geben immer wieder zu Diskussionen in der Öffentlichkeit und parlamentarischen Vorstössen Anlass.

Aufgrund dieser Ausgangslage hat der Stadtrat bisher grosse Zurückhaltung in Sachen Werbung an den Bussen geübt und – im Rahmen seiner Möglichkeiten – einer exzessiven Nutzung der vorhandenen Flächen entgegengewirkt. Insbesondere bestehen heute Kontingente für grossflächige seitliche Plakate, eine strenge Bewilligungspraxis für grossflächige Teilbemalungen sowie ein Konzept zur Nutzung der Fensterscheiben für kleinere Werbekleber.

Die Erschliessung neuer Werbeformen, in Ergänzung der bestehenden Werbemöglichkeiten und letztlich zur Steigerung der Einnahmen, ist aber lediglich eine Frage der Zeit. Aufgrund der kontroversen Akzeptanz von Verkehrsmittelwerbung in der Öffentlichkeit und der Infor-

mationsversorgung durch individuelle elektronische Hilfsmittel erachtet es der Stadtrat nicht als eine vordringliche Aufgabe, im Sinne der Interpellation beim ZVV vorstellig zu werden und sich für eine Nutzung der Bildschirme des Leitsystems zur Vermittlung von Informationen und Werbung engagiert einzusetzen.

Die Berichterstattung im Grossen Gemeinderat ist dem Vorsteher des Departements Technische Betriebe übertragen.

Vor dem Stadtrat

Der Stadtpräsident:

E. Wohlwend

Der Stadtschreiber:

A. Frauenfelder