

An den Grossen Gemeinderat

Winterthur

Beantwortung der Schriftlichen Anfrage betreffend Abstimmung über das Glasfasernetz im November 2012, eingereicht von Gemeinderat J. Altwegg (Grüne/AL-Fraktion)

Am 1. Oktober 2012 reichte Gemeinderat Jürg Altwegg namens der Grüne/AL-Fraktion folgende Schriftliche Anfrage ein:

"Die Stadt Zürich hat am 23. September 2012 über den Ausbau des Glasfasernetzes und die Kooperation durch das stadt eigene EWZ abgestimmt. Auch in Winterthur steht am 25. November 2012 eine ähnliche Abstimmung an: Die Winterthurer Bevölkerung stimmt über das GGR-Geschäft 2012-047 «Objektkredit von CHF 67'400'000 für den Bau eines Fiber to the Home-Glasfasernetzes in Winterthur in Kooperation mit Swisscom» ab.

Die Firma UPC-Cablecom hat in Zürich sehr intensiv mit Plakaten und Inseraten gegen das Ansinnen der Stadt Zürich bzw. der EWZ Stimmung gemacht; unter anderem mit falsch interpretierbaren Aussagen wie: «Warum warten? Unser Glasfasernetz bereits jetzt in Zürich». Der lesenden Person wird suggeriert, dass UPC-Cablecom bereits heute schon einen FTTH-Anschluss anbieten kann – was technisch nicht korrekt ist.

Aus Sicht der Politik und der Bevölkerung wären ähnlich lange Spiesse zwischen privatwirtschaftlich organisierten Telekommunikationsfirmen und Stadtwerk wünschenswert. Stadtwerk muss im Wettbewerb bestehen und gleichzeitig die politischen Fragestellungen fair beantworten können.

Sollte UPC-Cablecom auch in Winterthur mit ähnlicher Abstimmungswerbung auftreten, stellen sich folgende Fragen:

- 1. Wie gedenkt der Stadtrat die ausgewogene Information der Bevölkerung sicher zu stellen?*
- 2. Gibt es ein Budget seitens Stadtwerk, um die Bevölkerung breiter zu informieren, als nur im Abstimmungsbüchlein?*
- 3. Unterstützen die Service-Anbieter auf dem Stadtwerk-Glasfasernetz bei Bedarf eine Informationskampagne?"*

Der Stadtrat erteilt folgende Antwort:

In Zürich haben im Zusammenhang mit der Vorlage zum Ausbau des Glasfasernetzes sowohl die Befürwortenden als auch die Gegnerinnen und Gegner intensive Kampagnen geführt; insbesondere fiel der beträchtliche Mitteleinsatz der Gegner auf. Aufgrund der Grösse der Stadt Zürich und der Signalwirkung des Abstimmungsergebnisses auf andere Glasfasernetz-Projekte in der Schweiz war dies aber nicht weiter erstaunlich. Obschon die Zürcher Stimmberechtigten die Vorlage deutlich angenommen haben, geht der Stadtrat nicht davon aus, dass die Bedeutung der Winterthurer Abstimmung für die Gegner gesunken sei. Kommt in Winterthur eine Kooperation zwischen Stadtwerk Winterthur und der Swisscom zustande, ermöglicht dies eine Marktöffnung für verschiedenste Internet-Anbieter. Die Firma Cablecom liess zwar über eine Tageszeitung verlauten, in Winterthur sei keine Kampagne geplant, aber

eine direkte Rückfrage bei Cablecom ergab, dass die Firma sich vorbehält, ähnlich wie im September 2012 in Zürich eine Marketingkampagne zu starten.

Stimmbürgerinnen und Stimmbürger sollen sich zu Themen, die zur Abstimmung gelangen, frei ihre Meinung bilden können. Dazu ist es wichtig, die Inhalte, Hintergründe und Zusammenhänge der Vorlage sowie den Standpunkt der verschiedenen Akteure zu kennen. In der Schweiz gelten bei Volksabstimmungen auf allen Ebenen (Bund – Kanton – Gemeinde) bestimmte Spielregeln, die auch in Winterthur gängige Praxis sind. Aufgabe des Stadtrates ist es, die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger sachlich zu informieren. Wichtiges Mittel dazu ist die Abstimmungszeitung, die zusammen mit den Abstimmungsunterlagen den Stimmberechtigten zugestellt wird. Gemäss dem kantonalen Gesetz über die politischen Rechte wird «zu einer Abstimmungsvorlage ein kurzer, sachlich gefasster und gut verständlicher beleuchtender Bericht verfasst». Der Stadtrat führt zudem vor Abstimmungen eine Medienkonferenz durch, an der die Vorlagen vorgestellt werden. «Wie und in welcher Form sich der Stadtrat im Vorfeld von Abstimmungen zusätzlich informativ engagiert, entscheidet er von Fall zu Fall», heisst es in der «Informationspolitik des Stadtrates von Winterthur» vom 6.12.2000.

Der Stadtrat orientiert sich an der Praxis des Bundes, die im Dokument «Information und Kommunikation von Bundesrat und Bundesverwaltung» vom Januar 2003 festgehalten ist. Der Bundesrat hält sich im Vorfeld von Abstimmungen an die Grundsätze Kontinuität, Transparenz, Sachlichkeit und Verhältnismässigkeit. «Verhältnismässig» bedeutet, dass die Information dazu beitragen muss, die freie und unverfälschte Meinungsbildung der Stimmberechtigten zu erreichen. Abstimmungspropaganda ist der Stadtverwaltung untersagt und bleibt den Pro- und Gegenkomitees vorbehalten. Hier können insbesondere auf derjenigen Seite, bei welcher – wie im Falle der Firma Cablecom – auch grosse marktwirtschaftliche Interessen vorliegen, beträchtliche Finanzmittel im Spiel sein. Alle Parteien sollten über gleich lange Spiesse beziehungsweise gleiche Chancen verfügen. Unter dem Grundsatz «Kontinuität» ist im Dokument des Bundes unter anderem festgehalten, dass es zulässig ist, das Schwergewicht auf Informationen zu legen, die noch nicht ausreichend vermittelt und nicht genügend wahrgenommen worden sind.

Sollte die Firma Cablecom bspw. mit Plakaten (vgl. NZZ vom 20.09.2012) prominent in eigener Sache auftreten und dabei gravierende Fehlinformationen zum Abstimmungsthema verbreiten, wären durch den Stadtrat weitergehende Informationen zu prüfen, beispielsweise auch quartierspezifische Angaben zu konkreten Erschliessungsmassnahmen und zum entsprechenden Zeitplan.

Zu den einzelnen Fragen:

Zur Frage 1:

"Wie gedenkt der Stadtrat die ausgewogene Information der Bevölkerung sicher zustellen?"

Wichtigstes und direktestes Mittel, um eine möglichst vertiefte und sachliche Information der Stimmbürgerinnen und Stimmbürger zu gewährleisten, ist die Abstimmungszeitung.

Zusätzlich informiert der Stadtrat bereits während des Entstehungsprozesses eines Geschäfts und im Vorfeld von Abstimmungen kontinuierlich über verschiedene Kanäle, um die wesentlichsten Inhalte einer Vorlage der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Dies mit der Weisung an den Grossen Gemeinderat sowie mit Medienmitteilungen oder Medienkonferenzen.

zen, allenfalls aber auch mittels Informationsveranstaltungen und öffentlichen Auftritten des Stadtrates oder von Fachleuten an Anlässen zu Abstimmungsvorlagen. Bei der Vorlage Glasfasernetz wurde die Öffentlichkeit mittels verschiedener Massnahmen im Vorfeld der Abstimmung im Sinne der Verhältnismässigkeit und Transparenz sowie entsprechend der gängigen Praxis des Stadtrates informiert. Es wurde dabei nebst der Medienkonferenz insbesondere der Newsletter genutzt, der als Beilage zur Energierechnung an alle Kundinnen und Kunden zugestellt wird. Eine wichtige Rolle kam auch der Kundenzeitschrift «Energie» zu. Mit ihr verfügt Stadtwerk Winterthur über einen Informationskanal, der alle Kundinnen und Kunden erreicht, da die Zeitschrift mindestens einmal im Jahr allen Haushalten kostenlos zugestellt wird. Als zeitlich klar abgetrennte Vororientierung zu Abstimmungen kann in diesem Periodikum ein Thema journalistisch aufbereitet werden. Dies wurde auch im vorliegenden Fall gemacht.

Zur Frage 2:

"Gibt es ein Budget seitens Stadtwerk, um die Bevölkerung breiter zu informieren, als nur im Abstimmungsbüchlein?"

Infolge der gängigen Praxis und der demokratischen Gepflogenheiten liegt den involvierten Verwaltungseinheiten jeweils kein spezielles Budget für zusätzliche Abstimmungsinformation vor. Stadtwerk Winterthur konnte lediglich an Quartierveranstaltungen kurz über die geplante Kooperation mit Swisscom und über die Bedeutung der Synergien zwischen Stromverteilnetz und Glasfasernetz orientieren. Dies geschah an Abendveranstaltungen, bei welchen energetische Gebäudesanierungen das Hauptthema waren; entsprechend wurde lediglich die grosse Bedeutung eines Glasfasernetzes für die intelligente Steuerung dezentraler Stromerzeugung und des Stromverbrauchs aufgezeigt.

Zur Frage 3:

"Unterstützen die Service-Anbieter auf dem Stadtwerk-Glasfasernetz bei Bedarf eine Informationskampagne?"

Service-Anbieter sind Interessensvertreter, deshalb wäre eine finanzielle Unterstützung der Informationsarbeit keinesfalls opportun. Service-Anbieter könnten jedoch ein allfälliges Pro-Komitee, aber auch ein gegnerisches Komitee – je nach wirtschaftlicher Interessenslage – unterstützen.

Die Informationsvermittlung können Service-Anbieter zudem unterstützen, indem sie die Bevölkerung zu Informationsanlässen einladen, in deren Rahmen Fach- oder Auskunftspersonen referieren.

Vor dem Stadtrat

Der Stadtpräsident:

M. Künzle

Der Stadtschreiber:

A. Frauenfelder