

## Vorlage Stadtparlament

Datum	5. November 2024
Beschluss Nr.	4432
Aktenplan	152.15.13 Stadtparlament: Einfache Anfragen

### **Einfache Anfrage Christoph Kobel: «Warum der Fahrplanwechsel bei der Ganzbuswerbung?»; Beantwortung**

Christoph Kobel reichte am 15. August 2024 die beiliegende Einfache Anfrage «Warum der Fahrplanwechsel bei der Ganzbuswerbung?» ein.

Der Stadtrat beantwortet die Einfache Anfrage wie folgt:

#### **1 Ausgangslage**

Werbung ist bei den Transportunternehmungen (TU) des öffentlichen Verkehrs weit verbreitet. Die TU generieren damit Einnahmen, welche letztlich den Nutzenden respektive der mitfinanzierenden öffentlichen Hand zugutekommen. Werbeflächen befinden sich sowohl im Innenraum wie auch aussen (Dachlängsflächen, Seitenplakate und Heckwerbung, Ganzbuswerbung).

Vor der grossen Flottenerneuerung 2008/2009 gab es mehrere Busse, die in Ganzbemalung in der Stadt ihre Runden drehten. So gab es einen Hypobank-Bus, einen Tagblatt-Bus, einen LC Brühl-Bus und weitere. Im Zusammenhang mit der Flottenerneuerung verzichtete die Stadt St. Gallen auf Ganzbuswerbung. Dies zur Stärkung des Markenauftritts «st.gallerbus» und mit dem Ziel einer Neupositionierung des städtischen öffentlichen Verkehrs als hochwertiges Qualitätsprodukt im Dienste der Bevölkerung.

Anlässlich des 140-jährigen Bestehens der Fussballclubs St.Gallen trat die FC St.Gallen Event AG 2018 an die VBSG mit der Anfrage heran, ob im Jubiläumsjahr eine integrale Gestaltung eines Linienbusses denkbar wäre. Der Stadtrat genehmigte eine entsprechende Ausnahme, da der FC St.Gallen – wie die VBSG – ein Sympathieträger der Stadt St.Gallen mit vielen Freundinnen und Freunden ist. Der FCStG-Bus wurde in der Zwischenzeit ausgemustert und verkauft.

Seit Anfang Jahr ist ein Werbebus der St.Galler acrevis-Bank in der Stadt unterwegs. Von Juni bis September 2024 verkehrte der in der Einfachen Anfrage erwähnte Glace-Bus. Eine weitere Anfrage ist hängig.

## 2 Beantwortung der Fragen

1. *Kann sich der Stadtrat vorstellen, auf Ganzbuswerbungen wieder komplett zu verzichten, und falls nein, mit welchen Argumenten?*

In letzter Zeit wurden verschiedene Anfragen für Ganzbuswerbung an Fahrzeugen der VBSG gestellt. Der Stadtrat hat in der Folge entschieden, maximal drei Busse gleichzeitig für Ganzbuswerbung freizugeben. Dies vor dem Hintergrund, dass damit zusätzliche Einnahmen für die VBSG generiert werden können. Die zusätzlichen Mittel verbessern einerseits die Wettbewerbsfähigkeit der VBSG und senken andererseits die Abgeltungen von Kanton und Gemeinden. Zurzeit sieht der Stadtrat keinen Anlass, auf seinen Entscheid zurückzukommen.

2. *Wie viele Einnahmen generieren Ganzbuswerbungen für die jeweiligen Akteure (APG, VBSG, Stadt, Kanton, Andere) pro Monat und Jahr, und für welche (gebundene) Zwecke werden diese Einnahmen genutzt?*

Die Ganzbuswerbung generiert für die APG folgende Einnahmen pro Jahr: für einen Gelenktrolleybus CHF 70'000 und für einen Doppelgelenktrolleybus CHF 90'000. Von diesen Beträgen erhalten die VBSG 70 %, d. h. CHF 49'000 respektive CHF 63'000. Diese Einnahmen verbuchen die VBSG als Reklameertrag, wobei 75 % für die Reduktion der Abgeltungen verwendet werden und 25 % in die freien Reserven fließen. Mit der Reduktion der Abgeltungen verbessern die VBSG tendenziell ihren Kostendeckungsgrad; dem Amt für öffentlichen Verkehr stehen entsprechend mehr Mittel für den Ausbau des öffentlichen Verkehrs zur Verfügung. Die bei den VBSG verbleibenden 25 % können frei verwendet werden, beispielsweise für kleine Kunden- oder Mitarbeitendengeschenke, für Sponsoring oder Kommunikationsmassnahmen.

3. *Ist der Stadtrat einverstanden damit, dass es nicht mit den Werthaltungen, den (städtischen) Klimazielen und der ethischen Verantwortung vereinbar ist, einem Unternehmen, das zur Hälfte der Nestlé S.A. gehört, eine Werbefläche zu bieten?*

Die Verkehrsbetriebe St.Gallen sind ein Unternehmen der öffentlichen Hand. Sie können daher nicht wie ein privates Unternehmen agieren, sondern sind an die verfassungsmässig garantierten Grundrechte gebunden. Dazu gehören Wirtschaftsfreiheit, Rechtsgleichheit und andere mehr. Soll nicht gänzlich auf Werbung verzichtet werden, so muss daher jede Werbung zugelassen werden, die nicht gesetzlich oder aufgrund anderer Rechtsnormen verboten ist (wie z. B. Werbung, die gegen strafrechtliche Normen verstösst oder Werbung für Tabakprodukte und elektronische Zigaretten, gemäss Art. 18 Abs. 1 Bst. d des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten (Tabakproduktegesetz, TabPG) vom 1. Oktober 2021; SR 818.32).

Die Akquisition von Werbung ist vertraglich an die APG delegiert. Massgebend für die Auswahl der Werbepartner sind die unter Frage 4 aufgelisteten Kriterien. Ein Ausschluss von Werbung kann nur durch die verfassungsmässig vorgesehenen Möglichkeiten erfolgen. Werbeverbote sind als öffentlich-rechtliche Eingriffe zu beurteilen. Eine selektive Bevorzugung bzw. ein bewusster Ausschluss von Werbekunden, die dem Stadtrat aus irgendwelchen Gründen möglicherweise weniger sympathisch sind als andere, wäre eine unzulässige Diskriminierung.

Die Stadt nutzt die Kommunikationsmittel der VBSG, insbesondere die Bildschirme des Fahrgastinformationssystems für kulturelle Veranstaltungen und auch für Informationen im Sinne des Energiekonzepts (z. B. Mobilitätsmarkt, Veloflohmarkt, «Natur findet Stadt», «Watt-bin-ich» oder die Klimawoche).

4. *Existieren Kriterien für die Vergabe von Werbeflächen und falls ja, welche wären das und wer ist dafür zuständig, dass diese eingehalten werden?*

Die Stadt hat mit der Firma APG, die auf die Vermittlung von Verkehrsmittelwerbung spezialisiert ist, einen Vertrag, wonach die Werbeflächen in und an den Bussen an die APG verpachtet sind. In diesem Vertrag sind Einschränkungen der Werbeinhalte geregelt (Jugendschutz, kein Sexismus, keine Gewalt, kein Alkohol und Tabak, keine Politik und ein Verzicht auf religiöse Statements<sup>1</sup>. Aufgrund der bundesgerichtlichen Rechtsprechung wurde die Praxis in Bezug auf religiöse Werbung in der Zwischenzeit gelockert. Die APG ist vertraglich verpflichtet, nur Werbung zuzulassen, die den national und kantonal gesetzlichen Bestimmungen entspricht. Im Zweifelsfall nimmt die APG mit den VBSG Kontakt auf. Heikle Fälle werden dem zuständigen Stadtratsmitglied unterbreitet.

5. *Kann sich der Stadtrat vorstellen, Werbevergaben in und um städtische Busse zukünftig zu kontrollieren und diese nur nach ethischen und klar nachhaltigen Kriterien zu vergeben und dafür einen verpflichtenden Kriterienkatalog zu erstellen?*

Der Stadtrat will in der aktuellen finanziellen Situation nicht generell auf Werbeeinnahmen verzichten. Zum Schutz und Nutzen der Kundinnen und Kunden der VBSG hat sich der Stadtrat aber für eine angemessene Zurückhaltung, insbesondere bei der Ganzbuswerbung, entschieden. Anders als ein privates Unternehmen darf der Stadtrat aber nicht einzelne Werbekunden, welche den erwähnten Ausschlusskriterien nicht widersprechen, bevorzugen oder benachteiligen. Ein noch weiter gehender Kriterienkatalog als unter Punkt 4 beschrieben, wäre für ein Unternehmen der öffentlichen Hand unzulässig.

Die Stadtpräsidentin:  
Maria Pappa

Der Stadtschreiber:  
Manfred Linke

Beilage:  
▪ Einfache Anfrage vom 15. August 2024

---

<sup>1</sup> [Interpellation Beat Weber: Gottlose oder Gottgläubige oder gewöhnlich Sterbliche – wer darf werben im St.Gallerbus?; schriftlich](#); Vorlage Stadtparlament Nr. 5127 vom 9. Dezember 2008.