

Christoph Kobel, SP
9000 St.Gallen

An den
Stadtrat der Stadt St.Gallen
Rathaus
9001 St.Gallen

St.Gallen, 15. August 2024

Einfache Anfrage: Warum der Fahrplanwechsel bei der Ganzbuswerbung?

Sehr geehrte Frau Stadtpräsidentin,
Sehr geehrte Stadträt:innen

Vor fast 20 Jahren hat sich der Stadtrat dazu entschieden, bei den Fahrzeugen der VBSG auf Ganzbuswerbung¹ zu verzichten. Dieser Leitsatz wurde kürzlich verworfen und neu dürfen drei Fahrzeuge der städtischen Verkehrsbetriebe auch auf den kompletten Aussenseiten kommerziell vermarktet werden. Die Nachfrage scheint vorhanden zu sein und so kurven aktuell zwei mit Ganzbuswerbung verkleidete Busse der VBSG durch die Strassen. Der erste Bus fährt mit den Werbeslogans einer städtischen Bank, der zweite macht Werbung für eine Glace-Marke, deren Produktionsfirma zu 50% dem Unternehmen Nestlé S.A. gehört. Diese multinationale Firma mit Sitz in der Schweiz hat eine lange Liste von Skandalen auf dem Kerbholz. So wird Nestlé beispielsweise für ihr Geschäft mit Trinkwasser seit Jahren massiv kritisiert.² Aktuell muss sich das Unternehmen dem Vorwurf stellen, in Frankreich und in der Schweiz jahrelang illegale Reinigungsmethoden für natürliches Mineralwasser angewendet zu haben.³ Auch wendet Nestlé gemäss Public Eye im Moment derzeit fragwürdige doppelte Standards an: In einer Recherche deckte die NGO auf, dass als gesund angepriesene Babynahrung von Nestlé in Schwellen- und Entwicklungsländern zugesetzten Zucker enthalte, während dies in Europa nicht der Fall sei.⁴

¹ Werbung komplett auf der Aussenseite von Fahrzeugen

² Z.B. <https://www.rnd.de/politik/nestle-die-kritik-an-dem-lebensmittelkonzern-wird-groesser-OZBT5BO3ONDZDEYE4WUQ3SIX5Y.html>, 26.6.24 oder Film: Bottled Life (2012), kostenlos hier: [Film Playsuisse](#)

³ <https://www.fuw.ch/nestle-nutzte-verbotene-aufbereitungsmethoden-bei-mineralwasser-663471213352>, 3.7.2024

⁴ <https://www.publiceye.ch/de/mediencorner/medienmitteilungen/detail/zucker-in-babynahrung-seco-soll-uwg-klage-gegen-nestle-erheben>, 3.7.24

Neben der einen momentan unappetitlichen Sponsoring-Partnerschaft der VBSG müssen sich die Verantwortlichen auch die Frage stellen, ob durch solche Kommerzialisierungsstrategien nicht das Selbst- und Fremdbild des stadt eigenen Unternehmens in Schieflage gerät. Ganzbuswerbungen tragen nicht dazu bei, zu erkennen und sich zu erinnern, wer die Verkehrsbetriebe unterhält; nämlich zum allergrössten Teil die Allgemeinheit sowie die Benutzer:innen der Angebote. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass Stimmen aus der städtischen Bevölkerung den Entschluss des Stadtrates bezüglich Ganzbuswerbung gerne rückgängig gesehen hätten und gewünscht wird, dass dieser wieder auf den alten Beschluss zurückkommt, nämlich von Ganzbuswerbungen komplett abzusehen.

Der Stadtrat wird daher um die Beantwortung folgender Fragen gebeten:

- Kann sich der Stadtrat vorstellen, auf Ganzbuswerbungen wieder komplett zu verzichten und falls nein, mit welchen Argumenten?
- Wie viele Einnahmen generieren Ganzbuswerbungen für die jeweilig Akteure (APG, VBSG, Stadt, Kanton, Andere) pro Monat und Jahr und für welche (gebundene) Zwecke werden diese Einnahmen genutzt?
- 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?
- Existieren Kriterien für die Vergabe von Werbeflächen und falls ja, welche wären das und wer ist dafür zuständig, dass diese eingehalten werden?
- 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?

Vielen Dank dem Stadtrat für die Beantwortung der Fragen.

Freundliche Grüsse

C. Kobel

Christoph Kobel, SP