

STADTRAT

STADTHAUS
8200 SCHAFFHAUSEN
TEL. 052 - 632 51 11
FAX 052 - 632 52 53

An den
Grossen Stadtrat
8200 Schaffhausen

Schaffhausen, 8. Februar 2011

**Kleine Anfrage Walter Hotz:
"Städtische Werke Cinema. Öko-Propaganda auf Rechnung der Strom-,
Gas- und Wasserkonsumenten" (Nr. 2/2011)**

Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren

In seiner Kleinen Anfrage vom 30. Januar 2011 kommentiert Grossstadtrat Walter Hotz das Cinema-Engagement der Städtischen Werke und stellt dazu sechs Fragen.

Der Stadtrat beantwortet den Vorstoss gerne wie folgt:

Die Städtischen Werke Schaffhausen und Neuhausen am Rheinfall sind ein erfolgreich tätiges, regional ausgerichtetes Unternehmen in den Bereichen Strom-, Gas- und Wasserversorgung. Die Werke fühlen sich seit jeher dem Grundauftrag einer sicheren, zukunftsfähigen Grundversorgung in allen drei Sparten verpflichtet, wie den ausführlichen Jahresberichten entnommen werden kann. Im zunehmend liberalisierten Umfeld werden in naher Zukunft bei Strom und Gas anspruchsvolle unternehmerische Weichenstellungen erforderlich. Für den Stadtrat und die Städtischen Werke ist es deshalb wichtig und sinnvoll, neben lokalen Aspekten auch globale Tendenzen in Bezug auf die Ressourcen- und Versorgungssicherheit zu thematisieren. Wir trauen unseren Kundinnen und Kunden sowie der ganzen Bevölkerung zu, sich in diesem Kontext eine eigene Meinung bilden zu können und die richtigen Schlussfolgerungen zu ziehen.

Mit dem Cinema-Engagement verfolgen die Städtischen Werke das Ziel, unsere Ansprechpartner für die grossen energiepolitischen Herausforderungen

der Zukunft sensibilisieren zu können. Ein bewusster Umgang mit den endlichen Ressourcen wird es uns ermöglichen, diese länger und nachhaltiger einzusetzen und den nachfolgenden Generationen trotz schwindenden Reserven bessere Perspektiven in Bezug auf die Versorgungssicherheit zu bieten. Der Film "The Age of Stupid" verweist in fünf unterschiedlichen Beiträgen aus verschiedenen Kontinenten auf unbestrittene und ungelöste Probleme in Energiefragen hin und zieht dabei fiktive Schlüsse. Diese apokalyptischen Schlussfolgerungen teilen die Städtischen Werke im Gegensatz zur Anerkennung der authentischen, dokumentarischen Elemente des Films nicht. Sie haben dies in den Voten des Werkreferenten, Stadtpräsident Thomas Feurer, und des Marketingverantwortlichen, Tomas Cervera, vor der Aufführung klar gemacht.

Aufgrund dieser Ausgangslage beantworten wir die Fragen wie folgt:

1. *Ist der Stadtrat nicht auch der Meinung, dass solche reisserischen Umwelt-Propaganda-Dokumentarfilme wie zum Beispiel "The Age of Stupid" (Das Zeitalter der Dummheit) tendenziell nur einzelnen Parteien, Interessengruppen oder Personen in der Darstellung für politische Ziele oder Geisteshaltungen nützen?*

Nein, dieser Meinung ist der Stadtrat nicht. Im anschliessenden Dialog stellten wir im Gegenteil fest, dass die im Film aufgeworfenen Fragestellungen die Leute bewegen und die Sensibilität im eigenen Energieverhalten ein grosses Thema ist. Das Publikum setzte sich dabei aus allen Interessengruppen zusammen und es fällte über die dokumentarischen Teile und die Schlussfolgerungen des Films ein sehr differenziertes Bild.

2. *Teilt der Stadtrat die Meinung, dass der Film "The Age of Stupid" nicht zur ausgewogenen und objektiven Informationsvermittlung dient? Falls ja, welcher Zweck wird mit der Vorführung solcher Filme durch Unternehmen der öffentlichen Hand verfolgt?*

Der Stadtrat geht von mündigen Bürgerinnen und Bürgern aus, die auch Filmbeiträge richtig interpretieren können. Während die Bilder authentisch sind, steht absolute Objektivität oft im Widerspruch zu einer filmischen Aufarbeitung, da diese auch eine Haltung reflektiert. Mit seinem Statement vor der Vorführung hat der Stadtpräsident die unterschiedliche Position des Stadtrats klar gemacht.

3. *Ist der Stadtrat nicht auch der Meinung, dass die Städtischen Werke ihre strategische und finanzielle Ausrichtung voll und ganz der sicheren, volkswirtschaftlich optimalen Versorgung mit Strom, Erdgas und Trinkwasser ausrichten sollte?*

Die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für energierelevante Aspekte im eigenen Versorgungsgebiet gehört für den Stadtrat ebenfalls zur Strategie. Mit einem massvollen Energieverbrauch wird nämlich die Sicherheit in der Versorgung und in finanzieller Hinsicht nachhaltig gefördert. Ausserdem ist der Stadtrat aufgrund überwiesener Motionen zur 2'000-Watt-Gesellschaft und zum Ausstieg aus der Kernenergie verpflichtet, die Notwendigkeit eines sparsamen Energieverhaltens zu thematisieren.

4. *Ist der Stadtrat nicht auch der Meinung, dass solche Filmvorführungen zur Verzettelung führen und mit dem Kernauftrag der Städtischen Werke nicht vereinbar sind?*

Der Stadtrat ist der Meinung, dass eine sichere und zukunftssichere Energieversorgung eine komplexe Aufgabe ist und sein Kernauftrag neben einer reinen Beschaffungs- auch eine intelligente, zukunftsgerichtete Verbrauchsstrategie beinhalten muss. Deshalb erkennt er in Sensibilisierungsmassnahmen in diesem Bereich keine Verzettelung.

5. *Wie viel hat den Strom-, Erdgas- und Wasserkunden die Vorführung von Propaganda-Filmen bisher gekostet? Welche Beiträge sind für künftige Anlässe vorgesehen bzw. budgetiert?*

Die Kosten für eine Vorführung betragen inklusive Apéro für den Gedankenaustausch ca. 3'000 Franken und werden dem Cleansolution Ökoförderfonds belastet. Die Werkrechnung wird damit nicht tangiert. Der Stadtrat verwahrt sich ausserdem gegen den pauschalen Vorwurf von Propaganda für dieses Filmgenre. Bei den bisher gezeigten Filmen handelt es sich um weltweit beachtete Produktionen, die allerdings aus kommerziellen Gründen kaum ins Kino gelangen. Es wäre bedauerlich, wenn diese Filme dem interessierten Schaffhauser Publikum - über 350 Personen haben sich freiwillig für den Film angemeldet! - vorenthalten würden.

6. *Ist der Stadtrat bereit, sich dafür einzusetzen, dass die Marketing-Aktivitäten der Städtischen Werke in finanzieller und politischer Sicht auf ein angemessenes, verhältnismässiges Mass reduziert werden können?*

Die Marketingaktivitäten sind ein Teil des Voranschlags und werden im Budgetprozess immer wieder thematisiert. Ausserdem unterliegt das Budget der Städtischen Werke der Hoheit des Grossen Stadtrates. Der Erfolg der Städtischen Werke hängt im liberalisierten Umfeld nicht zuletzt von den richtigen Kundenbindungsmassnahmen ab. Im Vergleich zur Konkurrenz bewegen sich die Marketingausgaben im unteren Mittelfeld und sie haben vor allem Aktivitäten auf lokaler Ebene und in sportlichen, sozialen und kulturellen Belangen zum Inhalt. Diese führen zu einer grossen Identifikation mit dem städtischen Versorgungsunternehmen und sind neben guten Preisen sowie einem zuverlässigen Service ein Garant für das weitere unternehmerische Gedeihen in einem kompetitiven Umfeld.

Freundliche Grüsse

Thomas Feurer
Stadtpräsident

Christian Schneider
Stadtschreiber