

STADTRAT

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

An den
Grossen Stadtrat
8200 Schaffhausen

Schaffhausen, 22. Dezember 2009

Kleine Anfrage Fabian Käslin betreffend „massive Behördenpropaganda der städtischen Verwaltung“ (Nr. 15/2009)

Sehr geehrte Frau Präsidentin
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit seiner Kleinen Anfrage vom 30. September 2009 stellt Grossstadtrat Fabian Käslin dem Stadtrat verschiedene Fragen im Zusammenhang mit Informationsplakaten, welche die Stadtverwaltung im Vorfeld der Volksabstimmung über die Projekte „Neugestaltung des Freien Platzes“ und „Parkleitsystem“ an zwei Standorten in der Altstadt platziert hatte.

Der Stadtrat nimmt dazu wie folgt Stellung:

Vorab ist festzuhalten, dass die Wortwahl des Fragestellers seltsam anmutet. Es wurden wie schon bei anderen Infrastrukturprojekten fünf einfache Plakatständer aufgestellt. Sie waren beidseitig mit je einem Plakat versehen, auf welchem die zwei zur Abstimmung gelangenden Vorhaben sachlich und objektiv dargestellt wurden. Die Plakate enthielten keine Abstimmungsparolen. Von einer „massiven Behördenpropaganda“ kann daher in keiner Weise gesprochen werden.

Zu den sieben Fragen im Einzelnen:

1. *Wie begründet der Stadtrat die massive Behördenpropaganda im Vorfeld zu den Abstimmungen vom 27. September 2009?*

Es gab im Vorfeld der Abstimmungen vom 27. September 2009 keine „massive Behördenpropaganda“.

2. *Warum bestand das Plakat hauptsächlich aus einer Fotomontage mit einseitigem Argumentarium?*

Bauprojekte lassen sich am besten bildlich darstellen. Die Visualisierungen gestatteten es den Stimmberechtigten, sich eine konkrete Vorstellung der vorgeschlagenen Platzgestaltung und der vom Projekt Parkleitsystem erfassten Parkflächen zu machen. Sie wurden deshalb auch im Abstimmungsmagazin aufgenommen. Zusammen mit den Plänen und den Angaben zu den finanziellen Aspekten im Abstimmungsmagazin dienten sie so der sachlichen Information der Stimmberechtigten über den Abstimmungsgegenstand. Die kurzen Texte auf den Informationstafeln wurden weitestgehend den Erläuterungen des Abstimmungsmagazins entnommen. Sie beleuchteten in knapper Form die Hauptanliegen der Projekte.

3. *Wer hat die Plakate getextet und grafisch gestaltet? Wieviele Arbeitsstunden und Steuergelder (bei interner bzw. externer Gestaltung) wurden dafür aufgewendet?*

Für die Plakate wurden die Visualisierungen verwendet, die für die Vorlage an den Grossen Stadtrat und für das Abstimmungsmagazin erstellt wurden. Die Texte entstammten wie erwähnt mit kleinen Modifikationen dem Abstimmungsmagazin. Es konnten damit bereits vorliegende Bilder und Texte verwendet werden. Für die grafische Gestaltung waren einige wenige Stunden erforderlich. Die Gesamtkosten für die Gestaltung der zwei doppelseitigen Plakate und den Druck der insgesamt zehn Exemplare betrugen total 2'351 Franken. Die Kosten wurden wie die Kosten der Visualisierungen für die Vorlage an den Grossen Stadtrat und für das Abstimmungsmagazin den entsprechenden Konti für die Projektierung der beiden Vorhaben belastet.

4. *Wie rechtfertigt der Stadtrat die Tatsache, dass seine Plakate auf Plätzen standen, welche den Parteien nicht zur Plakatierung bewilligt worden sind.*

Den Parteien und Abstimmungskomitees stehen für städtische und kantonalen Abstimmungen jeweils zehn Standorte für die unentgeltliche Plakatierung und fünf Standorte für das Anbringen von Banderolen zur Verfügung. Pro Partei oder Abstimmungskomitee sind zehn Weltformat-Plakate und fünf Banderolen zulässig. Die Standorte befinden sich an gut einsehbaren Stellen im öffentlichen Raum, jedoch nicht im engeren Altstadtbereich. Die drei Parteien, welche die Werbemöglichkeiten an der Volksabstimmung vom 27. September 2009 nutzten, hatten somit die Möglichkeit, 30 Plakate und 15 Banderolen zu platzieren. Die drei Altstadt-Standorte der städtischen Informationstafeln (Fronwagplatz, untere Unterstadt und Scala-Platz) gehören demgegenüber seit jeher nicht zu den bewilligten Standorten für Abstimmungswerbung. Sie werden nur bei Abstimmungen mit direktem Bezug zur Altstadt als Standort für Informationstafeln der Stadt benützt. Die unterschiedliche Behandlung liegt im unterschiedlichen Charakter der Plakate begründet: Im einen Fall handelt es sich um eigentliche Abstimmungswerbung mit Abstimmungsparolen, im andern Fall um Projektinformation.

5. *Wird der Stadtrat auch bei zukünftigen Abstimmungen Plakate aufstellen und plant er die behördliche Propaganda zum Beispiel mittels Inseraten, Flyern oder anderen Propagandamitteln auszubauen?*

Der Stadtrat wird auch künftig keine Abstimmungspropaganda betreiben. Er beschränkt sich wie bis anhin auf drei Informationskanäle: Das Abstimmungsmagazin, Stellungnahmen zu den städtischen Vorlagen im redaktionellen Teil der Medien sowie Informationstafeln bei Projekten mit Auswirkungen im öffentlichen Raum (wie Bauprojekte, Strassenprojekte oder Platzgestaltungen). Informationstafeln wurden früher beispielsweise auch für die Vorlagen Erneuerung der ARA Röti, Platzgestaltung Herrenacker oder Kreisel Obertor eingesetzt.

6. *Ist der Stadtrat nicht auch der Meinung, dass Abstimmungspropaganda in dieser aggressiven Art Sache der Parteien und anderen Interessenvertreter sein muss?*

Der Stadtrat ist der Auffassung, dass die Abstimmungspropaganda der Parteien und Interessenvertreter eigentlich gar nicht aggressiv sein sollte, sondern – bei aller nötigen Deutlichkeit – sachlich und fair.

Aber letztlich kann das in einem freiheitlichen Staat jede Partei für sich selbst entscheiden. Klar ist demgegenüber, dass die Abstimmungsinformation der Stadt auch künftig, wie im vorliegenden Fall, sachlich und zurückhaltend gestaltet sein wird. Dies sowohl im amtlichen Abstimmungsmagazin, bei Abstimmungsempfehlungen des Stadtrats in den Medien als auch bei der Ausgestaltung von Informationstafeln.

7. *Beabsichtigt der Stadtrat – trotz der angespannten finanziellen Lage – vermehrt Steuergelder für solche Aktionen auszugeben?*

Nein.

Freundliche Grüsse

IM NAMEN DES STADTRATES



Thomas Feurer
Stadtpäsident



Christian Schneider
Stadtschreiber