wetzikon

Stadtrat

Auszug aus dem Protokoll Sitzung vom 27. November 2024

2024/285 0.04.05.03 Postulat
Postulat "Für eine bessere Sichtbarkeit und mehr visuelle Präsenz des Wetziker Kultur-, Vereins- und Sportlebens im städtischen Raum Wetzikons", Bericht und Antrag (Parlamentsgeschäft 23.03.06)

Beschluss Stadtrat

1. Antrag und Bericht zum Postulat "Für eine bessere Sichtbarkeit und mehr visuelle Präsenz des Wetziker Kultur-, Vereins- und Sportlebens im städtischen Raum Wetzikon" werden genehmigt und dem Parlament zur Beschlussfassung unterbreitet.

2. Öffentlichkeit des Beschlusses:
   – Der Beschluss ist per sofort öffentlich.

3. Mitteilung durch Sekretariat an:
   – Parlamentsdienste (als Antrag und Bericht)
   – Abteilungsleiter Kultur
   – Abteilungsleiter Sicherheit
   – Abteilungsleiter Umwelt
   – Abteilungsleiter Verkehr

Erwägungen

Das Ressort Präsidiales, Entwicklung + Kultur unterbreitet dem Stadtrat den Antrag und den Bericht zum Postulat "Für eine bessere Sichtbarkeit und mehr visuelle Präsenz des Wetziker Kultur-, Vereins- und Sportlebens im städtischen Raum Wetzikon" zur Überweisung an das Parlament.

Antrag und Bericht an das Parlament

Parlamentsgeschäft 23.03.06

Antrag

Der Stadtrat beantragt dem Parlament, es möge folgenden Beschluss fassen:
(Zuständig im Stadtrat Pascal Bassu, Ressort Präsidiales, Entwicklung + Kultur)

Dem Bericht des Stadtrats wird zugestimmt und das Postulat "Für eine bessere Sichtbarkeit und mehr visuelle Präsenz des Wetziker Kultur-, Vereins- und Sportlebens im städtischen Raum Wetzikon" abgeschrieben.

Bericht

Ausgangslage

Das Parlament hat dem Stadtrat am 11. März 2024 das Postulat "Für eine bessere Sichtbarkeit und mehr visuelle Präsenz des Wetziker Kultur-, Vereins- und Sportlebens im städtischen Raum Wetzikon" zur Berichterstattung und Antragstellung überwiesen. Gemäss Artikel 49 Absatz 1 der Geschäftsordnung des Parlaments hat der Stadtrat über ein überwiesenes Postulat innert neun Monaten, vom Zeitpunkt der Überweisung an gerechnet, Bericht zu erstatten und Antrag zu stellen. Mit dem vorliegenden Beschluss ist diese Frist gewahrt.

Das Postulat verlangt ein Konzept, mit dem aufgezeigt wird, wie die nachfolgend aufgeführten Ziele des politischen Vorstosses umgesetzt werden können.

- Analoge und digitale Werbetafeln können von Vereinen und Organisationen gratis oder kostengünstig und zeitnah zur Bewerbung von Veranstaltung genutzt werden.
- Es sollen attraktive und von der Bevölkerung stark frequentierte Standorte bestimmt werden. Ökonomische und ökologische Aspekte, insbesondere Lichtemissionen, sind bei der Standortevaluation zu berücksichtigen.
- Das bestehende Angebot an Standorten und Werbeflächen ist zu erweitern.
- Die Installationen und Anlagen sind zu ergänzen und wo nötig zu erneuern (insbesondere die Litfasssäulen).
- Die Beflaggung von Strassen und öffentlichen Gebäuden für Grossanlässe (Stadtfeste Sportanlässe etc.) und/oder die Einkleidung der Stadt mit Bannern, Flaggen oder Ähnlichem über den Strassen, an öffentlichen Gebäuden und an zentralen Orten ist zu ermöglichen.

Alle Verwaltungsstellen, die mit der Plakatierung, mit Bewilligungsverfahren für (temporäre) Werbeanlagen oder dem Betrieb der bestehenden Anlagen betraut sind, haben in einer Arbeitsgruppe das "Konzept zur Bewerbung von Veranstaltungen der Bereiche Kultur, Sport, Gesellschaft im öffentlichen Raum" erarbeitet. Dieses greift die Fragestellungen und Zielsetzungen des Postulats auf und formuliert Antworten und Massnahmen zur Erweiterung des heutigen Angebots. Das separate Konzept vom 28. August 2024 bildet die Grundlage zur Stellungnahme des Stadtrats.

Ziele und rechtliches Umfeld

Das Konzept "Bewerbung von Veranstaltungen der Bereiche Kultur, Sport, Gesellschaft im öffentlichen Raum" zeigt auf, wie die Stadt Wetzikon Werbeflächen und Reklameanlagen, die den Bedürfnissen der Bevölkerung entsprechen und sich gut in die jeweilige bauliche und landschaftliche Umgebung einfügen, ermöglichen kann. Die Rahmenbedingungen für den Betrieb der Anlagen sollen attraktiv sein sowie die gesellschaftlichen und städtebaulichen Aspekte berücksichtigen.

Reklameanlagen und Werbetafeln mit einer Fläche von mehr als ¼ Quadratmeter benötigen eine Baubewilligung. Es gilt, die umfassenden planungs-, bau- und umweltschutzrechtlichen Bestimmungen auf allen Stufen zu erfüllen. Stichworte sind:

- Einpassung im städtischen Raum, in Wohnquartieren, in Kernzonen

- Verträglichkeit im Bereich von schutzwürdigen Bauten und Anlagen oder bei Naturschutzobjekten

- Emissionen auf die Umgebung

- Beeinträchtigung der Verkehrssicherheit

Die Stadt Wetzikon verfügt über ein Reglement über den Plakataushang auf öffentlichem Grund vom 18. September 2002. Dies wäre allenfalls zu überprüfen. Nicht zuletzt dient es als Grundlage für die Zusammenarbeit mit der Allgemeinen Plakatgesellschaft APG/SGA.

Heutiges Angebot und Ergänzungsmöglichkeiten

Die Stadt verfügt seit Jahren über ein breites Angebot an Möglichkeiten, kulturelle, gesellschaftliche oder sportliche Anlässe im öffentlichen Raum zu bewerben. Es besteht aus folgenden Elementen:

Öffentliche Werbeflächen für Print-Plakate: An elf Standorten bestehen insgesamt 46 Plakate im Weltformat. Betrieben werden sie von der Allgemeinen Plakatgesellschaft APG/SGA in Zusammenarbeit mit dem Geschäftsbereich Bau, Planung + Umwelt.

Litfasssäulen: An vier stark frequentierten Standorten stehen vier Litfasssäulen zur freien Verfügung. Die Reinigung besorgt der Geschäftsbereich Bau, Planung + Umwelt.

Beflaggung: Auf dem Stadtgebiet sind rund 150 Kandelaber bezeichnet, an denen Flaggen befestigt werden können. Aktuell werden sie praktisch nur von der Stadt selber genutzt.

Temporäre Anschlagstellen (nur für Stadt): Für besondere Ankündigungen der Stadt und/oder der Schule Wetzikon sowie anderen offiziellen Stellen betreiben verschiedene Organe der Stadtverwaltung temporäre Anschlagstellen.

Weitere Informations- und Werbekanale sind die App "Wetzikon", der Veranstaltungskalender auf der Website der Stadt, die Wochenzeitung "regio R4" mit der Seite "Kultur" und der Rubrik "Stadtleben" sowie der Kulturnewsletter "wetzik-on".

Die Arbeitsgruppe hat im Konzept prioritär die Anliegen des Postulats berücksichtigt, jedoch auch die Erfahrungen im praktischen Alltag und die Interessen der Stadt an einer zeitgemässen und attraktiven Information und Kommunikation mit der Bevölkerung berücksichtigt. Sie ortet diesbezüglich Synergie-

potenzial. Auch die Arbeitsgruppe sieht Bedarf an der Erneuerung und der Erweiterung der Anlagen für analoge Werbeplakate. Der Schritt zu elektronischen Informations- und Werbestelen ist mit Blick auf die Zukunft anzustreben. Diese digitalen Anlagen schaffen völlig neue Möglichkeiten, zeitnah, flexibel und attraktiv geplante Veranstaltungen zu bewerben oder Informationen der Stadt effektiv an die Bevölkerung zu richten.

Vorgeschlagene Massnahmen

Die Arbeitsgruppe hat mögliche Massnahmen geprüft und schlägt diejenigen, die sie für Wetzikon geeignet hält und den formulierten Zielen entsprechen, zur Umsetzung vor. Aufgrund der mehr oder weniger aufwändigen Bewilligungsverfahren, aber auch aus finanzpolitischen Gründen hat sie eine Priorisierung vorgenommen. Kurz- bis mittelfristig könnten folgende Massnahmen umgesetzt werden.

Verdichtung der 46 Plakatstellen für analoge Plakate: Zur Diskussion steht eine Erweiterung der Plakatierungsmöglichkeiten um ca. 50 %: Die Allgemeine Plakatgesellschaft signalisiert als Vertragspartnerin der Stadt ihre grundsätzliche Bereitschaft für Vertragsanpassungen.

Erneuerung und Verdichtung der Litfasssäulen: Die vier bestehenden Anlagen haben ihr Lebensende erreicht. Eine Erneuerung in den nächsten ein bis zwei Jahren ist nötig. Gleichzeitig wird eine Erhöhung der Anzahl von vier auf acht Litfasssäulen vorgeschlagen.

Beschaffung von elektronischen Info- und Werbeanlagen: Im Stadtzentrum und an stark frequentierten Stellen in den Quartieren wären elektronische Info- und Werbeanlagen sinnvoll. Ihr grosser Vorteil besteht darin, dass sie von einer zentralen Stelle betrieben werden können. Der Aufwand für die Verwaltung wird sich nach einer Einführungsphase reduzieren. Für Veranstaltende reduzieren sich die Ausgaben, weil die Druckkosten wegfallen. Für die Stadt entsteht eine neue Möglichkeit, Informationen aus Politik und Verwaltung über einen zusätzlichen Kanal rasch und unkompliziert an das Publikum heranzutragen. Digitale Info- und Werbeanlagen sind auch deshalb attraktiv, weil sich Plakate, bebilderte Informationen oder sogar Filmsequenzen in einem frei wählbaren Rhythmus abwechseln und so stärkere Beachtung finden.

Unterstützung der Kinowerbung: Kinowerbung hat in den letzten Jahren zwar kontinuierlich an Bedeutung verloren. Sie erzielt aber gerade auf lokaler Ebene eine beachtliche Wirkung. Ausserdem ist sie aus Sicht der Veranstaltenden eine einfache und relativ kostengünstige Möglichkeit. Im Konzept wird vorgeschlagen, dass Kinowerbung durch die Stadt unter Bedingungen mit Beiträgen unterstützt wird. Die Kosten könnten dem laufenden Kulturbudget belastet werden.

Beflaggung vereinfachen: Die Möglichkeit der Beflaggung ausgewählter Kandelaber wird heute praktisch nur von der Stadt genutzt (1. August, Stadtfest, Chilbi). Diese Form der Werbung ist relativ aufwändig und teuer, weil jedes Mal eine Hebebühne gemietet werden muss. Für Events der Vereine und Organisationen könnte die Beflaggung attraktiver gemacht werden, wenn die einzelnen Kandelaber mit Vorrichtungen ausgerüstet werden, mit denen Fahnen oder "Werbeflags" manuell aufgezogen werden könnten.

Längerfristige Massnahmen: Das Konzept schlägt vor, längerfristig auf den Einfallsachsen elektronische Info- und Werbeanlagen zu installieren. Andere Gemeinden verfügen bereits über solche Stelen und in den letzten Jahren haben sich auch die technischen Möglichkeiten erhöht. Die Installationen sind vergleichsweise teuer, was für eine Selektionierung und/oder Etappierung spricht. Zudem ist es sinnvoll, Erfahrungen im Betrieb mit den Stelen im Siedlungsgebiet zu sammeln.

Kostenschätzung Massnahmen

Die nachfolgende Kostenübersicht ist eine Schätzung (+/- 20 %).

Werbeträger	**Anzahl**	**Initialaufwand Fr.**	**Aufwand jährlich Fr.**
Analoge Plakate	geschätzt + 23	0.00	5'000.00
Litfasssäulen	8	80'000.00	30'000.00
Digitale Info- und Werbeanlagen	5	200'000.00	20'000.00
Beflaggung Kandelaber umrüsten	150	33'000.00	0.00
Digitale Info- und Werbeanlagen an Ortseingängen	max. 10+1	550'000.00	15'000.00
Vergünstigung von Kinowerbung	Schätzung	0.00	10'000.00
Total		**863'000.00**	**80'000.00**

Die Umsetzung des Konzepts ist mit hohen Investitionen und beträchtlichen, wiederkehrenden Ausgaben verbunden, was mit der Überarbeitung des Kommunikationskonzepts nochmals überprüft werden muss. Insbesondere auch die Zuständigkeiten.

Schlussfolgerungen und Stellungnahme des Stadtrats

Der Stadtrat verdankt den Bericht und die Empfehlungen der Arbeitsgruppe. Die vorgeschlagenen Mass-nahmen sind nachvollziehbar und wünschenswert. Zweifellos bedeutet deren Umsetzung für alle Beteiligten und auch für die ganze Bevölkerung einen Mehrwert. Der Stadtrat begegnet den Anliegen des Postulats vor allem aus finanzpolitischen Gründen kritisch.

Der Stadtrat wehrt sich jedoch nicht dagegen, dass die Möglichkeiten zur Bekanntmachung der vielfältigen Veranstaltungen der Wetziker Vereine und Organisationen ausgeweitet werden. Sie erhöhen nicht zuletzt die Standortattraktivität der Stadt. Dies zeigen auch Erfahrungen in anderen Städten und Gemeinden. Ausserdem hat sich die Ausgangslage seit der ersten Einschätzung des Stadtrats zum Postulat Anfang dieses Jahres mit der abgelehnten Vorlage für ein Stadtmagazin verändert.

Mit Blick auf die sich verschlechternde Finanzlage müssen aus Sicht des Stadtrats aber Prioritäten gesetzt und kostenintensive Massnahmen etappiert realisiert werden. Er erachtet die Umsetzung der vorgeschlagenen Massnahmen mit Priorität 1 als oberstes Limit *(siehe Konzept Seite 10, 8. Massnahmen zur Umsetzung)*. Er will das Parlament in den Prozess miteinbeziehen, indem dieses im Rahmen der jährlichen Budgetgenehmigung seine Steuerungsmöglichkeit und damit auch seinen Teil der Verantwortung übernehmen kann.

In diesem Sinn ist der Stadtrat bereit, die im Konzept vorgeschlagenen Massnahmen in den nächsten rund fünf Jahren schrittweise und im Einvernehmen mit dem Parlament um zu setzen. Dieses pragmatische Vorgehen ist auch sinnvoll, um praktische Erfahrungen insbesondere mit den elektronischen Info- und Werbeanlagen zu sammeln. Die Installation von Informations- und Werbeanlagen an den Ortseinfallsachsen in einer späteren Phase würde eine Vorlage an das Parlament erfordern. Dies wäre auch der Zeitpunkt, Erfahrungen und Wirkungen zu evaluieren.

Für richtigen Protokollauszug:

Stadtrat Wetzikon
Melanie Imfeld, Stadtschreiberin

wetzikon

Konzept

zur Bewerbung von Veranstaltungen der Bereiche Kultur, Sport, Gesellschaft im öffentlichen Raum

vom 28. August 2024

Genehmigungsinstanz:
Stadtrat

Inkraftsetzung:
xx. xxxx xxxx

Stand:
28. August 2024

SR.-Nr.:

Version:
V1

ENTWURF

Dieses Konzept wurde von einer verwaltungsinternen Arbeitsgruppe im Auftrag des Stadtpräsidenten resp. Ressortvorsteher Präsidiales, Entwicklung + Kultur erarbeitet.

Stadt Wetzikon
Bahnhofstrasse 167
8620 Wetzikon

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangslage und Auftrag ... 3

2. Heutiges Angebot an Werbeflächen ... 3
2.1 Öffentliche Werbeflächen für Print-Plakate ... 3
2.2 Litfasssäulen ... 3
2.3 Beflaggung ... 4
2.4 Temporäre Anschlagstellen ... 4
2.5 Weitere Informations- und Werbekanale ... 4

3. Zielsetzungen ... 4
3.1 Gesellschaftliche Aspekte ... 4
3.2 Städtebauliche Aspekte ... 4
3.3 Ziele und Absichten ... 4

4. Rechtliches Umfeld ... 5

5. Betriebskosten und Zusammenarbeit heute ... 5
5.1 Verwaltungsaufwand und Kosten ... 5
5.2 Stadtverwaltung und Veranstaltende arbeiten gut zusammen ... 5
5.3 Weitere Info- und Werbekanäle ... 6

6. Erwartungen der Anspruchsgruppen ... 6

7. Ausbau der Werbeträger ... 6
7.1 Analoge Plakate ... 6
7.2 Litfasssäulen ... 7
7.3 Digitale Info- und Werbeanlagen im Stadtzentrum ... 7
7.4 Beflaggung ... 7
7.5 Digitale Info- und Werbeanlagen an Ortseingängen ... 8
7.6 Kinowerbung ... 8
7.7 Geprüfte Werbemöglichkeiten, die jedoch nicht zur Umsetzung vorgeschlagen werden ... 8
7.7.1 Megaposter ... 8
7.7.2 Werbebanner ... 9
7.7.3 Verkehrskreisel, Innenbereich ... 9
7.7.4 Bushäuschen ... 9

8. Massnahmen zur Umsetzung ... 9

9. Kostenfolge ... 10

10. Kreditbewilligung, Kompetenzordnung ... 10

11. Schlussfolgerungen und Empfehlungen ... 10

ENTWURF

1. Ausgangslage und Auftrag

Die Stadt Wetzikon verfügt über ein vielfältiges Angebot an unterschiedlichsten Anlässen. Veranstalter sind sehr oft ortsansässige Vereine und Organisationen. Diese können ihre Events über die verschiedenen städtischen Kommunikationskanäle mit Unterstützung der Stadtverwaltung einem breiten Publikum bekannt machen. Den Behörden ist es ein zentrales Anliegen, Informationen über die Anlässe sowohl analog als auch digital so zu verbreiten, dass die gesamte Bevölkerung erreicht wird. Damit wird ein wesentlicher Beitrag dazu geleistet, dass das Angebot an kulturellen, sportlichen oder gesellschaftlichen Veranstaltungen tatsächlich genutzt wird.

Das nachfolgende Konzept geht auf einen Auftrag zurück, den das Parlament dem Stadtrat am 11. März 2024 erteilt hat. Damals wurde ein Postulat überwiesen, das folgendes verlangt.

- Analoge und digitale Werbetafeln können von Vereinen und Organisationen gratis oder kostengünstig und zeitnah zur Bewerbung von Veranstaltung genutzt werden.
- Es sollen attraktive und von der Bevölkerung stark frequentierte Standorte bestimmt werden. Ökonomische und ökologische Aspekte, insbesondere Lichtemissionen, sind bei der Standortevaluation zu berücksichtigen.
- Das bestehende Angebot an Standorten und Werbeflächen ist zu erweitern.
- Die Installationen und Anlagen sind zu ergänzen und wo nötig zu erneuern (insbesondere die Litfasssäulen).
- Die Beflaggung von Strassen und öffentlichen Gebäuden für Grossanlässe (Stadtfeste Sportanlässe etc.) und/oder die Einkleidung der Stadt mit Bannern, Flaggen oder Ähnlichem über den Strassen, an öffentlichen Gebäuden und an zentralen Orten ist zu ermöglichen.
- Im Konzept sind mehrere Ausführungsvarianten mit den unterschiedlichen Kosten sowie möglichen Sofortmassnahmen aufgezeigt. Es ist ein Terminplan für die Umsetzung zu erstellen.

2. Heutiges Angebot an Werbeflächen

2.1 Öffentliche Werbeflächen für Print-Plakate

Auf Stadtgebiet bestehen seit vielen Jahren an elf Standorten Plakatierungsstellen für insgesamt 46 Plakate im Weltformat. Betrieben werden sie von der Allgemeinen Plakatgesellschaft APG/SGA in Zusammenarbeit mit dem Geschäftsbereich Bau, Planung + Umwelt. Die Plakatstellen werden nebst privaten Firmen auch rege durch die örtlichen Vereine und Organisationen zur Bewerbung ihrer Anlässe, Feste, Vorführungen etc. genutzt. Die Dienstleistungen der Verwaltung werden geschätzt und die verrechneten Gebühren gelten als angemessen.

2.2 Litfasssäulen

An vier stark frequentierten Standorten stehen vier Litfasssäulen zur Verfügung. Hier dürfen Plakate im Maximalformat von 42 x 60 cm (DIN A2) frei angebracht werden. Die Regeln sind niederschwellig. Für Ordnung und Reinigung ist der Geschäftsbereich Bau, Planung + Umwelt zuständig. Die Plakatsäulen sind beliebt. Allerdings sind die vier Litfasssäulen in die Jahre gekommen. Deren Anzahl ist seit über 20 Jahren unverändert.

ENTWURF

2.3 Beflaggung

Auf Stadtgebiet sind rund 150 Kandelaber bezeichnet, an denen Flaggen befestigt werden können. Aktuell werden sie praktisch nur von der Stadt selber genutzt. An Feiertagen und Festen wie beispielsweise am 1. August, der Chilbi oder dem Stadtfest werden die Fahnen der Stadt, des Kantons und der Schweiz aufgehängt. Der Betrieb der Anlagen und die Ausgaben für die Flaggen gehen zu Lasten der Stadtkasse.

2.4 Temporäre Anschlagstellen

Für besondere Ankündigungen der Stadt und/oder der Schule Wetzikon sowie anderen amtlichen Stellen betreiben verschiedene Organe der Stadtverwaltung temporäre Anschlagstellen. Diese stehen jedoch für keine weiteren Aktionen zur Verfügung.

2.5 Weitere Informations- und Werbekanale

Wichtig und beliebt für die Information der Wetziker Bevölkerung sind die App "Wetzikon" und der Veranstaltungskalender auf www.wetzikon.ch. Vereine und Organisationen können elektronisch ihre Anlässe und Veranstaltungen kostenlos anmelden. Homepage und App werden von der Stadtverwaltung betrieben.

In der Wochenzeitung "regio R4" hat die Stadt Wetzikon in jeder Ausgabe eine Seite sowie die Kolumne "Stadtleben" zur Verfügung, welche alternierend durch die Kultur belegt wird. Beide Seiten sind auf Vereine und Organisationen und deren Aktivitäten ausgerichtet.

3. Zielsetzungen

3.1 Gesellschaftliche Aspekte

Werbung jeglicher Art ist ein Merkmal für eine lebendige und prosperierende Stadt. Gesellschaftliche, kulturelle oder sportliche Veranstaltungen tragen zur Standortattraktivität bei und stärken die Gemeinschaft. Deshalb liegt es im Interesse der Stadt Wetzikon, zeitgemässe und attraktive Rahmenbedingungen zu schaffen, damit insbesondere örtliche Vereine und Organisationen ihre Veranstaltungen wirkungsvoll bewerben können.

3.2 Städtebauliche Aspekte

Werbeflächen prägen nebst der architektonischen Ausgestaltung von Bauten, Anlagen und Grünflächen den öffentlichen Raum. Je nach dem können sie das Ortsbild oder gewachsene Quartierstrukturen positiv oder negativ beeinträchtigen. Reklameanlagen im Bereich von Strassen müssen zudem unter dem Aspekt der Verkehrssicherheit betrachtet werden. Digitale Werbeflächen verursachen Lichtemissionen für Mensch und Tier. Negative Auswirkungen sind zu vermeiden bzw. zu minimieren.

3.3 Ziele und Absichten

Mit diesem Konzept will die Stadt Wetzikon Werbeflächen und Reklameanlagen ermöglichen, die den Bedürfnissen der Bevölkerung entsprechen und sich gut in die jeweilige bauliche und landschaftliche Umgebung einfügen. Die Rahmenbedingungen für den Betrieb der Werbeflächen und Reklameanlagen sollen für Vereine, Organisationen und Private attraktiv sein.

ENTWURF

4. Rechtliches Umfeld

Reklameanlagen und Werbetafeln mit einer Fläche von mehr als ¼ Quadratmeter benötigen eine Baubewilligung. Die gesetzlichen Grundlagen finden sich auf kantonaler Ebene im Planungs- und Baugesetz (PBG), in der Bauverfahrensverordnung (BVV) und auf kommunaler Stufe in der Bau- und Zonenordnung (BZO). Schwerpunkte der Baugesuchprüfung sind:

- Einpassung im städtischen Raum, in Wohnquartieren, in Kernzonen
- Verträglichkeit im Bereich von schutzwürdigen Bauten und Anlagen oder bei Naturschutzobjekten
- Emissionen auf die Umgebung
- Beeinträchtigung der Verkehrssicherheit

Weiter verfügt die Stadt Wetzikon über ein Reglement über den Plakataushang auf öffentlichem Grund vom 18. September 2002. Es ordnet den Plakatanschlag auf öffentlichem Grund bzw. im öffentlichen Raum und bildet die Grundlage der Zusammenarbeit mit der Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG).

5. Betriebskosten und Zusammenarbeit heute

5.1 Verwaltungsaufwand und Kosten

Litfasssäulen: An den Litfasssäulen können Plakate frei aufgehängt werden. Die Abteilung Umwelt (Unterhaltsdienst) betreut die Litfasssäulen. Der wöchentliche Aufwand beträgt zirka vier Stunden. Zur Kostenberechnung kann von einem Stundenlohn von brutto Fr. 75.00 ausgegangen werden. Der jährliche Aufwand der Abteilung Umwelt liegt bei etwa 15'000 Franken.

Plakatstellen: Der Geschäftsbereich Bau, Planung + Umwelt schätzt die Einnahmen und Ausgaben aus dem Betrieb der Plakatstellen wie folgt ab. Die bestehenden sechs Netze mit den insgesamt 46 Plakaten sind jährlich zu zirka 80 % gebucht. Ein Aushang dauert zwei Wochen, jedes Netz wird rund 20 mal pro Jahr vermietet. Der Gebührenertrag (Grund- und Plakatgebühren) liegt bei etwa 21'000 Franken pro Jahr. Das Sekretariat des Geschäftsbereichs Bau, Planung + Umwelt wird etwa mit fünf Prozent einer Vollzeitstelle belastet. Der Personalaufwand beträgt somit jährlich etwa 5'000 Franken.

Der Vertrag mit der APG/SGA vom 9. März 2011 regelt den Umfang und den Betrieb des aktuellen Angebots. Ohne Kündigung durch eine der Parteien erneuert er sich jeweils um drei Jahre. Nächster Vertragsendtermin ist der 30. Juni 2025.

Insgesamt decken die Gebühreneinnahmen die Aufwendungen der Stadt in etwa ab.

5.2 Stadtverwaltung und Veranstaltende arbeiten gut zusammen

In der Stadtverwaltung sind die Bereiche Bau + Planung, Bevölkerung + Sicherheit und Umwelt (Unterhaltsdienst) in die Plakatierung von Veranstaltungen involviert. Die Zusammenarbeit unter den Verwaltungsbereichen, aber auch mit den Vereinen und Organisationen ist eingespielt und problemlos. Die geltenden Regelungen und Gebühren sind von den Veranstaltenden akzeptiert.

Plakatstellen werden nach deren Verfügbarkeit vergeben. Es gibt keine Priorisierung von Veranstaltungen oder Vereinen/Organisationen. Zu gewissen Zeiten im Jahr ist die Nachfrage grösser als das Angebot. Wer einen Event kurzfristig plant, bekommt dann unter Umständen nicht mehr zu den gewünschten Plakatierungsstellen.

ENTWURF

5.3 Weitere Info- und Werbekanäle

Die temporären Plakatstellen, die Beflaggung, die Wetziker-App, der Veranstaltungskalender auf der Website, der Kulturnewsletter "wetzik-on" und die reservierten Seiten im Regio R4 werden von den verschiedenen Verwaltungsstellen betrieben. Sie sind Teil deren Aufgabenportfolio. Der damit verbundene Zeitaufwand und die Kosten lassen sich nicht ohne weiteres beziffern. Es erfolgt auch keine Kostenverrechnung gegenüber Veranstaltenden.

6. Erwartungen der Anspruchsgruppen

Am 27. August 2024 wurde das Grobkonzept den verschiedenen Akteurinnen und Akteuren der Bereich Kultur und Gesellschaft präsentiert. Zum Austausch eingeladen wurden Vertreterinnen und Vertreter folgender Organisationen:

- Kulti Wetzikon,
- Scala,
- Garage,
- Wetzikontakt,
- Verband Wetziker Ortsvereine,
- Gewerbeverein.

Der Austausch wurde rege benützt. Das Konzept wurde insgesamt positiv zur Kenntnis genommen. Die Anregungen der Teilnehmenden wurden aufgenommen. Sie zielen in erster Linie auf den späteren Vollzug bzw. den Betrieb der Anlagen ab. Die Anspruchsgruppenvertreter/innen sehen die grösste Wirkung in der Installation von digitalen Info- und Werbeanlagen. Allerdings geniessen solche an den Einfallachsen auch für die Anspruchsgruppen tiefere Priorität.

7. Ausbau der Werbeträger

Im Rahmen der Konzepterarbeitung wurde geprüft, welche Werbeträger in der Stadt Wetzikon priorisiert werden sollen. Aufgrund des politischen Auftrags, der formulierten Zielsetzungen und den aktuellen Rahmenbedingungen des Betriebs der Werbeflächen werden folgende Träger vorgeschlagen.

7.1 Analoge Plakate

Es wird empfohlen, die Anzahl Netze (sechs) nicht zu erweitern, dagegen die Anzahl Plakatstellen pro Netz massvoll zu verdichten. Eine Erweiterung der Netze wird als wenig zielführend eingestuft, weil heute bereits alle hoch frequentierten Stadtteile abgedeckt sind. So lassen sich die verschiedenen Interessen wie Erhöhung der Kapazität und hoher Wirkungsgrad einerseits und Beeinträchtigung des Orts- und Quartierbilds andererseits in der Balance halten.

Der Vertrag mit der APG/SGA müsste angepasst werden. Die ABP/SGA ist gemäss mündlichen Angaben grundsätzlich offen für das Anliegen. Die Anzahl Plakatstellen würde sie tendenziell nicht erhöhen. Die APG/SGA würde aber heute kommerziell genutzte Flächen für die Veranstaltungen der örtlichen Vereine und Organisationen zur Verfügung stellen. So liesse sich die Verdichtung

ENTWURF

erreichen, ohne neue Plakatstellen aufzubauen. Für die Veranstaltenden ergeben sich ausser bei der höheren Auflage der Plakate keine zusätzlichen Gebühren. Die Abgaben der APG/SGA an die Stadt gingen dagegen etwas zurück.

7.2 Litfasssäulen

Es wird empfohlen, die vier Litfasssäulen zu ersetzen und zusätzlich zwei bis vier neue zu platzieren. Bezüglich Abmessungen ist ein in etwa gleiches, jedoch zeitgemässes Produkt zu wählen.

Die Kosten pro Litfasssäulen werden auf zirka 10'000 Franken geschätzt. Der geschätzte jährlich Betriebsaufwand würde sich (sinngemäss Kapitel 5.1) auf maximal 30'000 Franken verdoppeln.

7.3 Digitale Info- und Werbeanlagen im Stadtzentrum

Es wird empfohlen, schrittweise an zirka fünf Standorten digitale Info- und Werbeanlagen einzurichten. Solche Stelen eignen sind in Fussgänger-Zonen und von Fussgänger/innen stark frequentierten Orten im Stadtzentrum oder Verkehrsdrehscheiben.

Die Kosten pro Stele liegen bei 30 bis 50'000 Franken. Die Betriebskosten (Strom, Software, Verwaltungsaufwand, Wartung) lassen sich nur schwer abschätzen. Sie liegen bei zirka 20'000 Franken pro Jahr. Ein etappenweises Vorgehen ist sinnvoll, um Erfahrungen im Betrieb sammeln zu können.

Als Massnahme gegen Vandalismus können Stelen mit einem zweiten Verbundglas beschafft werden. Zudem wäre der Einsatz von Überwachungskameras möglich. Die notwendigen Rechtsgrundlagen sind vorhanden.

7.4 Beflaggung

Die Möglichkeit der Beflaggung ausgewählter Kandelaber wird heute praktisch nur von der Stadt genutzt (1. August, Stadtfest, Chilbi). Diese Form der Werbung ist relativ aufwändig und teuer.

Für Events der Vereine und Organisationen könnte die Beflaggung attraktiver gemacht werden, wenn die einzelnen Kandelaber mit Vorrichtungen ausgerüstet werden, mit denen Fahnen oder "Werbeflags" manuell durch die Veranstalter selbst aufgezogen werden könnten.

Wenn alle 150 Kandelaber umgerüstet würden, ergäben sich Initialkosten von zirka 32'500 Franken. Wenn die Veranstalter die offiziellen Fahnen mit Freiwilligen aufziehen, entstehen ihnen keine Kosten. Lassen sie "Werbeflags" drucken, müssen sie diese Aufwendungen natürlich selber tragen.

ENTWURF

7.5 Digitale Info- und Werbeanlagen an Ortseingängen

An allen Einfallachsen wurden total 10 Standorte definiert, die sich zur Installation einer digitalen Info- und Werbeanlage eignen. Auf dem Areal des Werkhofs der Stadt Wetzikon könnte eine weitere Installation vorgenommen werden, um die Benützer/Benützerinnen der S-Bahn erreichen zu können.

Die Kosten einer Installation werden auf 40 bis 60'000 Franken (Bildschirm doppelseitig oder nicht, Ausmass Zuleitungen) geschätzt. Der jährliche Betriebsaufwand (Strom, Software, Verwaltungsaufwand, Wartung) liegt bei etwa zirka 15'000 Franken. Er ist im Wesentlichen nur in Bezug auf die Stromversorgung und die Wartung abhängig von der Anzahl Installationen.

Die Investitionskosten sind hoch. Sie lassen sich wesentlich reduzieren, wenn man sich auf die wichtigen (stark frequentierten) Einfahrtsachsen beschränkt. Dort wo die Versorgungsinfrastruktur schon vorhanden ist, dürften die Kosten für den einzelnen Standort ebenfalls tiefer ausfallen.

7.6 Kinowerbung

Kinowerbung existiert seit Jahrzehnten. Sie ist in den letzten Jahren zwar zurückgedrängt worden, erzielt jedoch immer noch eine beachtliche Wirkung. Das örtliche Kino begrüsst gemäss Angaben auf der eigenen Homepage jährlich über 50'000 Gäste. Ab 325 Franken kann ein Monat lang eine Veranstaltung beworben werden.

Als Massnahme ist denkbar, dass die Stadt inskünftig 50 % Kosten, maximal 500 Franken pro Jahr und Veranstalter übernimmt. Die Ausgaben könnten dem laufenden Kulturbudget belastet werden.

7.7 Geprüfte Werbemöglichkeiten, die jedoch nicht zur Umsetzung vorgeschlagen werden

7.7.1 Megaposter

Diese Art der Werbung ist für Grossveranstaltungen mit entsprechendem Budget interessant und tendenziell in grösseren Städten anzutreffen.

Für Wetzikon erscheint diese Werbeform weniger geeignet, weil sie im Verhältnis zur Aushangzeit teuer ist. Es bestehe bisher auch keine Nachfrage seitens Veranstaltenden.

ENTWURF

7.7.2 Werbebanner

Werbebanner können bereits heute in Wetzikon an geeigneten Orten zeitlich befristet montiert werden. Es braucht eine Bewilligung der Abteilung Sicherheit der Stadtverwaltung. Diese prüft, ob die Verkehrssicherheit garantiert ist.

Werbebanner, die an Abschrankungsmodulen angebracht werden können, eignen sich für grössere Plätze in Fussgängerzonen. Grosse, öffentliche Plätze, die auch stark frequentiert sind, stehen im Wetziker Zentrum kaum zur Verfügung. Auf den Sportanlagen oder bei einmaligen Sportveranstaltungen kommen in der Regel nur kommerzielle Werbeplakate zum Einsatz.

Die Beschaffung und der Betrieb von Abschrankungsmodulen werden nicht weiterverfolgt.

7.7.3 Verkehrskreisel, Innenbereich

Die bestehenden Kreisel in Wetzikon betreffend überwiegend Staatstrassen. Besitzerin der Kreiselinnenflächen ist zwar die Stadt Wetzikon, in der Ausgestaltung dieser Flächen ist sie jedoch sehr stark eingeschränkt durch die gesetzlichen Bestimmungen im Strassenraum bezüglich Verkehrssicherheit. Die kantonalen Stellen sind deshalb als Bewilligungsinstanz allfälliger Installationen für die Bewerbung von Veranstaltungen sehr restriktiv. Die Möglichkeit der Plakatierung von Kreiselanlagen wurde deshalb nicht vertieft geprüft.

7.7.4 Bushäuschen

Bei den meisten Bushaltestellen sind die Verweildauern und Personenfrequenzen gering. Dazu kommt, dass aus Gründen der Verkehrssicherheit und des Busbetriebs nur beschränkt Werbeflächen zur Verfügung stehen. Auf die Plakatierung der Bushäuschen soll deshalb verzichtet werden.

8. Massnahmen zur Umsetzung

Die in Kapitel 7 beschriebenen Werbeträger sind umfassend. Jedoch sind nicht alle für die Stadt Wetzikon sinnvoll. Die zur Umsetzung geeigneten Werbeträger decken die vielfältigen Veranstaltungen sowie die Bedürfnisse der Veranstalter ab. Sie können je für sich und bei Bedarf auch im Verbund eingesetzt werden. Allerdings verursachen sie Initial- und Betriebskosten, die mindestens kurzfristig die finanziellen Möglichkeiten der Stadt Wetzikon übersteigen. Deshalb sind die Massnahmen wie folgt zu priorisieren.

ENTWURF

Priorität 1:

- Verdichtung der Plakatstellen für analoge Plakate
- Erneuerung und Verdichtung der Litfasssäulen
- Installation von 1 bis 5 digitalen Info- und Werbeanlagen im Stadtzentrum
- Finanzielle Unterstützung der Vereine und Organisationen zur Platzierung von Kinowerbung
- Erneuerung der Aufhängevorrichtungen der Beflaggungsmasten in Etappen

Priorität 2:

- Installation von digitalen Info-Werbeanlagen an den Einfallsachen der Stadt

Die bestehenden und die zusätzlich geplanten Anlagen sind im Übersichtplan Mst. 1:10'000, 08.08.2024, im Anhang ersichtlich. Die genauen Standorte sind bei Realisierung im Einvernehmen mit den Bewilligungsorganen zu definieren. Auch die dannzumalige bauliche Entwicklung wird zu berücksichtigen sein. Deshalb sollte bei der Standortwahl eine gewisse Flexibilität möglich sein.

9. Kostenfolge

Im Konzept sind die mit den verschiedenen Werbeträgern verbundenen Ausgaben (einmalig und wiederkehrend) nur abgeschätzt. Die nachfolgende Tabelle zeigt die Kosten lediglich in einer Grössenordnung (+/- 20 Prozent)

Werbeträger	**Anzahl**	**Initialaufwand Fr.**	**Aufwand jährlich Fr.**
Analoge Plakate	geschätzt + 23	0.00	5'000.00
Litfasssäulen	8	80'000.00	30'000.00
Digitale Info- und Werbeanlagen	5	200'000.00	20'000.00
Beflaggung Kandelaber umrüsten	150	33'000.00	0.00
Digitale Info- und Werbeanlagen an Ortseingängen	max. 10+1	550'000.00	15'000.00
Vergünstigung von Kinowerbung	Schätzung	0.00	10'000.00
Total		**863'000.00**	**80'000.00**

10. Kreditbewilligung, Kompetenzordnung

Gemäss Artikel 18 Ziffer 5 Gemeindeordnung (GO) ist das Parlament zuständig für die Bewilligung von neuen einmaligen Ausgaben von mehr als Fr. 325'000.00 (max. Fr. 2'500'000.00) und von jährlich wiederkehrenden Ausgaben von mehr als Fr. 80'000.00 bis Fr. 500'000.00. Beschlüsse des Parlaments unterliegen dem fakultativen Referendum gemäss Art. 10 GO.

Im Zeitpunkt der Erarbeitung des Konzepts sind im Budget 2025 keine Mittel eingesetzt.

11. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Eine massvolle Verdichtung der Stellen für gedruckte Plakate ist sinnvoll und möglich. Die diesbezüglich für die Stadt Wetzikon entstehenden Kosten sind verkraftbar. Es wird empfohlen, an den heutigen Gebühren für die Veranstaltenden festzuhalten. Die Ansätze sind tief und akzeptiert. Veranstaltende mit

ENTWURF

sehr tiefem Budget haben zudem die Möglichkeit, die Stadt Wetzikon, Bereich Kultur, um einen Beitrag oder eine Defizitgarantie an ihren Anlass zu ersuchen.

In Bezug auf Technologie, Betrieb, Ansprache der jüngeren Generation und Ökologie haben digitale Informations- und Plakatierungsstellen deutliche Vorteile. Sind sie einmal im Betrieb und bringen für die Veranstaltenden und die Verwaltungsstellen der Stadt deutliche Vorteile und tiefere Kosten. Allerdings sind die Initialkosten beträchtlich. Die Belastung für Mensch und Tier durch Lichtemmissionen muss im Einzelfall geprüft und möglichst minimiert werden. Die wirkungsvolle Steuerungsmöglichkeit dürfte darin bestehen, die digitalen Stelen nachts (z.B. ab 23.00 bis 06.00 Uhr wie beispielsweise die Weihnachtsbeleuchtung) auszuschalten.

Der Ersatz und der Ausbau bei den Litfasssäulen dürfte von Veranstaltenden mit niedrigem Werbebudget geschätzt werden. Deren Handhabung ist sehr einfach und bietet grosse Flexibilität in der Organisation und Bekanntmachung von Veranstaltungen. Der höhere Aufwand für den Unterhaltsdienst der Stadt ist verkraftbar.

Ob das Angebot der Beflaggungsmöglichkeit bei einem kostengünstigeren Betrieb eine Nachfrage findet, lässt sich nicht einfach abschätzen. Wenn dieses Angebot erweitert wird, sollte schrittweise vorgegangen werden. Um Erfahrungen sammeln zu können und auch aus Kostengründen empfiehlt sich eine Umsetzung in Etappen.

Das Bedürfnis für eine Angebotserweiterung zur Bekanntmachung der vielfältigen Veranstaltungen der Wetziker Vereine und Organisationen erscheint ausgewiesen. Dies zeigen auch Erfahrungen in anderen Städten und Gemeinden. Aufgrund der sich allgemein verschlechternden Finanzlage der Stadt, sollten aber Prioritäten gesetzt und Massnahmen etappiert realisiert werden. Realistisch ist, in den nächsten fünf Jahren entsprechende Beträge für die Massnahmen mit Priorität 1 gemäss Kapitel 8 in das Budget aufzunehmen. Wenn das Parlament die Budgetposten jeweils frei gibt, können die aufgezeigten Massnahmen umgesetzt werden. Die entsprechenden Beträge für die Massnahmen liegen voraussichtlich in der Kreditkompetenz des Stadtrats. Eine Etappierung bei den kostenintensiven Massnahmen wie die digitalen Informations- und Plakatstellen ergibt auch deshalb Sinn, um Erfahrungen im Betrieb sammeln zu können. Ein schrittweises Vorgehen stellt zudem sicher, dass nicht Angebote geschaffen werden, die in der Praxis den Veranstaltenden wenig nützen oder von ihnen nicht nachgefragt werden. Die Installation von Informations- und Werbeanlagen an den Ortseinfallsachsen erfordert eine Vorlage an das Parlament.

ENTWURF