

Werbe-Debatte wird zur Chefsache

Adrian Schoop (FDP) bringt die Diskussion um die Anti-Reklame-Aktion der Stadt Baden an den Regierungsrat.

Sarah Kunz

Die Kritik am Anti-Werbe-Ver-such der Stadt Baden ebbt nicht ab. Nun bringt Adrian Schoop, FDP-Grossrat und Turgis ehe-maliger Gemeindeammann, die Debatte auch nach Aarau: Er hat einen politischen Vorstoss ein-gebracht und dem Regierungsrat vier Fragen zum Thema «Wer-bung als Feindbild» vorgelegt. Damit erreicht die bisher lokal geführte Debatte nun die kanto-nale Ebene.

Im Zentrum seines Vorstos-ses steht die Frage, wie der Re-gierungsrat die Bedeutung der Werbung für die lokale Wirt-schaft beurteilt – insbesondere für Gewerbebetriebe, KMU, Dienstleister und Kulturschaf-fende. Weiter möchte Schoop wissen, ob der Regierungsrat die Auffassung teilt, dass Werbung im öffentlichen Raum ein legiti-mier Ausdruck von Wirtschaftsfreiheit und Meinungsäusse-rung ist und staatliche Eingriffe deshalb nur mit Zurückhaltung erfolgen sollten.

Zudem erkundigt er sich, ob der Regierungsrat eine Gefahr darin sieht, dass kommunale Projekte, die Werbung oder Konsum pauschal problemati-sieren, den Wirtschaftsstandort Aargau und lokale Wertschöp-fung schwächen könnten. Zu-letzt fordert Schoop eine Ein-schätzung dazu, wie der Re-gierungsrat im Rahmen seiner Kompetenzen sicherstellen kann, dass politische oder ge-sellschaftliche Experimente nicht in ideologisch motivierte Eingriffe in die Wirtschaftsfrei-heit münden.

Hintergrund der Interpella-tion ist ein Pilotprojekt der Stadt Baden, das Ende diese Woche ausläuft (die AZ berichtete). Während drei Wochen wurden Werbeflächen im öffentlichen Raum symbolisch von kommer-ziellen Botschaften befreit und durch Stadtansichten ersetzt – als Impuls zum Nachdenken über Konsum und Klimaschutz. Das Experiment polarisierte



Das Pilotprojekt der Stadt Baden kommt nicht überall gut an. Adrian Schoop findet: «Dass solche Aktionen mit dem Klimaschutz legitimiert werden, wirkt wenig überzeugend.» Bild: Sandra Ardizzone

stark. So haben sich unter an-de-rem die City Com Baden sowie verschiedene bürgerliche Poli-terinnen und Politiker negativ geäussert.

Regierungsrat soll mit seiner Antwort ein Zeichen setzen

Auch Schoop sieht hinter der Aktion mehr als nur ein lokales Experiment. Sie zeige eine Hal-tung, die Werbung, Konsum und damit wirtschaftliche Tätig-keit zunehmend als gesell-schaftliches Problem betrachtet, hält er in seinem Vorstoss fest. Er schreibt weiter: «Dass solche Aktionen mit dem Klimaschutz legitimiert werden, wirkt zudem wenig überzeugend.»

Zwar sei die Autonomie der Gemeinden bei der Regelung von Werbeflächen zu respektie-

«Ich will die Diskussion aufs politische Parkett bringen.»



Adrian Schoop
FDP-Grossrat

ren, doch dürften solche Experi-mente nicht unkommentiert bleiben, wenn sie grundlegende Prinzipien der Marktwirtschaft berühren.

«Werbung ist kein Störfak-tor, sondern Ausdruck von Wirtschaftsfreiheit, Unterneh-mergeist und Wettbewerb», hält er weiter fest. Sie ermögli-che es insbesondere dem Ge-werbe, den KMU, Dienstleis-tern und auch der Kulturszene sichtbar zu bleiben, Kundschaft zu gewinnen und Arbeitsplätze zu sichern.

«Wenn öffentliche Stellen Werbung im Namen angeblich höherer moralischer Ziele pau-schal problematisieren, entsteht der Eindruck, dass der Staat den Bürgerinnen und Bürgern misstraut», so Schoop weiter. Als

könnten sie nicht selbst ent-scheiden, ob sie Werbung se-hen, deuten oder ignorieren wollen. «Das untergräbt das Vertrauen in die Mündigkeit der Bürgerinnen und Bürger.»

Schoops Argumentation deckt sich mit der Meinung des bürgerlichen Lagers in Baden. Doch warum die Anfrage an den Regierungsrat? «Ich will die Dis-kussion damit aufs politische Parkett bringen und so eine übergeordnete Einschätzung einholen», erklärt er auf Anfra-ge. Er erhoffe sich, dass der Re-gierungsrat mit seiner Antwort ein Zeichen setze. «Die Politik darf doch nicht einschränken, dass die Privatwirtschaft Wer-bung machen darf – und dies erst noch mit dem Klimaschutz begründen.»

Leitartikel zur Abstimmung über das Budget 2026

Baden kann sich tiefere Steuern locker leisten

Soll Baden die Steuern von 92 Prozent auf 89 Prozent sen-ken? Über diese Frage wird am 30. November an der Urne abgestimmt, wenn das Budget 2026 zur Debatte steht. Dass es überhaupt zu einer Volks-abstimmung kommt, ist die Folge eines denkwürdigen Abends im Einwohnerrat im Oktober. Erst nach einem Stichentscheid der Ratsprä-sidentin wurde die Senkung beschlossen - zuvor hatte es im Rat 28:28 geheissen.

Die Positionen sind politisch klar bezogen: SP, Grüne und Team lehnen das Budget und damit die Steuersenkung ab, während Mitte, GLP, FDP und SVP ein Ja empfehlen.

Es gibt gleich mehrere Gründe, warum ein Ja zum Budget, also eine Steuersenkung, der rich-tige Entscheid ist. Das Gesamt-ergebnis der Stadt Baden wird 2026 selbst mit einer Steuer-senkung positiv ausfallen, mit einem Plus von 1,85 Millionen Franken beim operativen Er-gebnis. 2,4 Millionen Franken an Einnahmen fallen zwar weg - das ist angesichts des betrieb-lichen Totalertrags von 160 Millionen Franken aber eine Summe, die Baden ziemlich problemlos verkraften kann.

Die linken Parteien befürch-ten, dass bei einer Steuersen-kung die Mittel für Schulen, Freiräume, Kultur und Infra-struktur fehlen werden. So weit

darf es natürlich nicht kommen - und muss es trotz Steuersen-kung auch nicht.

Denn Sparpotenzial ist reich-lich vorhanden: Die Verwal-tung der Stadt ist in den ver-gangenen Jahren so enorm gewachsen, dass die Kosten problemlos um die 2,4 Millio-nen Franken verkleinert wer-den könnten, ohne dass die Einwohnerinnen und Einwoh-ner davon etwas merken wür-den. Alleine im vorletzten Jahr stieg der Personalaufwand der Stadt Baden um unglaubliche 11 Prozent.

Vor allem kann sich Baden die Anpassung leisten, weil die Einnahmen zuletzt durch die

Decke gegangen sind. Auf 155 Millionen Franken belief sich der Fiskalertrag im vergange-nen Jahr - 47 Millionen mehr als budgetiert. Auch 2026 wird eine im Vergleich zu früher hohe Summe erwartet. Zuletzt wurde das Geld gebraucht, um die Verwaltung aufzublähen. Jetzt ist es an der Zeit, dass die Bevölkerung direkt vom wirt-schaftlichen Erfolg der Unter-nehmen profitiert.



Pirmin Kramer
pirmin.kramer@chmedia.ch

Studie zum Feuerwehrmagazin

Untersiggenthal An der Ge-meindeversammlung im Sickinga-Festsaal sorgte am Donners-tagabend das neue Reglement über die Gemeinderatsentschä-digung für Diskussionen. Auf Antrag aus der Versammlung hin wurde der Exekutive sogar ein Teuerungsausgleich zuge-sprochen – entgegen der Emp-fehlung der Finanzkommission.

Zudem stellt der Gemein-de-rat ab der Amtsperiode 2026 bis 2029 das Entschädigungssys-tem um: Statt wie bisher nach ef-fektivem Aufwand abzurechnen, werden künftig Pauschalen ausgerichtet, die Grundentschä-digung, Kommissionsarbeit und Sitzungstätigkeiten umfassen. Damit soll die Abrechnung ver-einfacht und transparenter wer-den (das BT berichtete).

Deutliche Zustimmung fand ein Antrag zur Zukunft des Feuerwehrmagazins. Der Ge-meinderat wird beauftragt, eine Machbarkeitsstudie zur Sanie-rung, Erneuerung oder einem möglichen Neubau des Gebäu-des aus dem Jahr 1973 vorzule-gen. Damit wird ein zentrales Infrastrukturthema der kom-menden Jahre angestossen.

Wie die Gemeinde mitteilt, steht der Antrag im Einklang mit den bereits bestehenden Ab-sichten des Gemeinderats, im Jahr 2026 eine umfassende Ana-lyse zum Gemeindehaus und zum Feuerwehrmagazin in An-griff zu nehmen. «Das Gebäude ist in die Jahre gekommen und bedarf einer strategischen Ge-samtschau, um die langfristige Nutzung sicherzustellen», heisst es in der Mitteilung.

Sämtliche traktandierten Geschäfte wurden von den Stimmberechtigten deutlich ge-nehmigt. Das Budget 2026 mit unverändertem Steuerfuss von 105 Prozent, die Kredite für die Schutzzonenmassnahmen Riet-wiese und der Kauf eines neuen Tanklöschfahrzeugs sowie der Konzessionsvertrag mit der AEW Energie AG wurden ein-stimmig angenommen. Auch die umfangreiche Kreditabrech-nung für die Sanierung und den Umbau der vier Schulhäuser A-D fand Zustimmung. Der Verpflichtungskredit von 12,9 Millionen Franken aus dem Jahr 2018 wurde überschritten, da zahlreiche zusätzliche bauliche Massnahmen nötig waren.

Zum Schluss wurde ausser-dem bekannt, dass die Gemein-de Untersiggenthal im kom-menden Jahr eine Bevölke-rungsumfrage zum Thema Feuerwerksverbot plant. Unter-siggenthal ist eine von fünf Ge-meinden, die das neue Polizei-reglement von Baden nicht übernommen haben. (isc.)

Kanton bewilligt Kredit für Asylheim

Wettingen Im Herbst 2026 ent-steht auf der Zirkuswiese ein zweistöckiger Asylcontainer. Der Einwohnerrat hat dafür einen Kredit von 3,5 Millionen Franken bewilligt. Nun hat der Regierungsrat 1,86 Millionen Franken für die Anmietung und Einrichtung gesprochen, teilt die Staatskanzlei mit. (az)

Nachricht

Vier Energieversorger bündeln Kräfte

Baden Die KVA Turgi, die Fern-wärme Siggenthal AG, die Re-gionalwerke Baden und die Re-funa AG haben eine strategische Zusammenarbeit gestartet, um die Energie aus Abfall besser zu nutzen. Dies schreiben die Be-teiligten in einer Mitteilung. Schon heute liefert die KVA Tur-gi rund 70 bis 80 Gigawattstun-den (GWh) Wärme an die Fern-wärme Siggenthal und die Re-gionalwerke Baden. Mit der geplanten Erneuerung im Pro-jekt «KVA 2030» soll die Kapa-zität auf bis zu 300 GWh steigen – genug, um künftig auch die Re-funa zu versorgen, wenn das AKW Beznau 2032/33 ausser Be-trieb geht. Eine gemeinsame Studie soll die Grundlage für den Ausbau der Wärmenetze und weiterer Infrastruktur schaffen. (az)