

Klinkenputzen trotz Facebook und Big Data

Zürich wählt in vier Monaten. Noch herrscht allerdings Flaute. Kommt es zu hässlichen Auswüchsen im Internet wie in den USA oder in Österreich? Viel wahrscheinlicher ist, dass eines Tages eine sozialdemokratische Wahlkämpferin vor der Wohnungstür steht.

Pascal Unternährer

Vierorts sind in letzter Zeit die Volksvertreter neu gewählt worden, so in den USA, in Deutschland oder in Österreich. Oft artete der Wahlkampf aus. Stichworte sind Fake-News oder Hasskampagnen. So wurde zum Beispiel Hillary Clinton in den sozialen Medien systematisch verunglimpft oder wurden - subtiler - echte Aussagen von ihr in falsche Zusammenhänge gestellt, um ihre vermeintliche Stammwählerschaft, Frauen und Schwarze, zu verunsichern. In Österreich hat die SPÖ einen Spezialisten angeheuert, um den ÖVP-Shootingstar Sebastian Kurz mit einer Facebook-Schmutzkampagne einzudecken. Oft war auch von russischer Einflussnahme die Rede, vor allem in den USA.

«Nicht unser Stil»

Nun ist kaum anzunehmen, dass sich Russland gross für die Stadtzürcher Wahlen vom 4. März 2018 interessiert. Und obwohl im Stadtparlament, wo derzeit quasi ein Patt zwischen links und rechts besteht, die Mehrheit auf dem Spiel steht, ist kaum mit «Dirty Campaigning» zu rechnen. «Das haben wir explizit ausgeschlossen», sagt Patrik Brunner, Wahlkampfleiter der städtischen FDP. «Und Fake-News sind sicher nicht unser Niveau.»

Auch die grüne Wahlkampfchefin Kathy Steiner winkt ab: «Die Politik hat hohen moralischen Standards zu genügen. Entsprechend halten wir uns daran.» Ähnlich tönt es bei der GLP:

«Es liegt nicht in unserer Natur, andere schlechtzumachen», sagt Co-Präsident Beni Schwarzenbach. Die beiden Parteien formulieren es ein klein wenig relativierend. «Fake-News und Schmutzkampagnen hat die SP nicht nötig», sagt der sozialdemokratische Wahlkampfleiter Patrick Tscherrig. «Wir müssen aber schon aufzeigen, was es bedeuten würde, wenn die rechte Mehrheit im Gemeinderat gestärkt wird.»

SVP-Präsident Mauro Tuena beteuert, es entspreche «nicht unserem Stil, unsere politischen Gegner einfach schlechtzumachen», und fährt fort: «Vielmehr konzentrieren wir uns darauf, intensiv auf die zahlreichen Ver-

säumnisse und Fehler der rot-grünen Stadtratsmehrheit hinzuweisen.»

Social Media haben im Wahlkampf aber einen hohen Stellenwert. GLP-Stadtratskandidat Andreas Hauri steckt gar zwei Drittel seines Budgets in diesen Bereich. Die Grünen setzen ebenfalls stark auf Facebook. Geworben wird wie bei allen Parteien bei den Sympathisanten. So ist anzunehmen, dass grüne Werbung beispielsweise bei WWF-Followern erscheint.

«Social-Match»-Aktivitäten sind bei den Grünen aber tabu, versichert Kathy Steiner. Damit sind massgeschneiderte Botschaften für spezifische Facebook-User gemeint, deren Profile und Vorlie-

ben mithilfe spezialisierter Firmen eruiert wurden. Derartige Big-Data-Aktionen hätten die US-Wahlen entschieden, mutmasste man nach dem Erfolg von Donald Trump. Im französischen Wahlkampf wurden sie darauf verboten, in der Schweiz sind sie unter Auflagen erlaubt. Die Zürcher FDP verzichtet jedoch auf den Zugriff auf Datenbanken. Patrik Brunner versichert, das sogenannte Nationbuilder-Tool der nationalen Partei nicht zu verwenden. Gleichwohl verfolgt die Stadt-FDP eine gezielte Facebook-Kampagne, wobei gemäss Brunner nur «oberflächlich» anhand von zwei bis fünf Kriterien segmentiert wurde. Gemäss SP-Wahlleiter Tscherrig

holt seine Partei ihre Wähler auf Facebook über Themen ab: «Wer sich etwa für bezahlbare Wohnungen einsetzt, wird darauf hingewiesen, dass die SP eine gute Wahl ist.» Bei der SVP findet die Facebook-Kampagne eher via dem bürgerlichen Top-5-Forum und den einzelnen Kandidaten statt, sagt Tuena.

Neben den Aktivitäten im Netz setzen die Parteien auch auf die klassischen Instrumente wie Standaktionen, Inserate, Wahlzeitungen, Plakate und Flyer. Die Aktivitäten vier Monate vor den Wahlen sind überschaubar. Am aktivsten sind derzeit die Grünliberalen, gefolgt von den Freisinnigen, deren Stadtratskandidat Michael Baumer mit einem Comic auffällt. Die heisse Phase wird nach dem Jahreswechsel im Januar eingeläutet. Im kurzen Februar will die SP 15 000 Kontakte zu potenziellen Wählern herstellen. Dies soll erstmals in der Stadt via Telefon und ebenfalls neu mit einer Tür-zu-Tür-Kampagne vonstatten gehen.

850 000-Franken-Budget

Sehr unterschiedlich sind die Budgets der Parteien. Die SP investiert knapp 850 000 Franken, die Grünen etwas weniger als 320 000. Und während die GLP ebenfalls transparent ist und 190 000 Franken angibt, muss man sich bei den Bürgerlichen mit einem «kein Kommentar» (SVP) oder vagen Angaben wie bei der FDP begnügen: «Sechsstelliges Budget im unteren Mittel» von der Stadtpartei plus Budgets der Kreisparteien plus Budgets der Kandidierenden plus Budgets der Stadtratskandidaten.

Benotung der Websites

Online befinden sich die Parteien im Halbschlaf

Im Netz zeigen sich die Stadtparteien in sehr unterschiedlicher Form:

● **SP:** Sofort springen einem die pulsierenden Stadtratskandidierenden entgegen, auch kann man einen gut ersichtlichen «Wahlen»-Button anklicken. Allerdings herrscht bei den Kandidierenden fürs Parlament ein heilloses Durcheinander, weil sie nach Vornamen geordnet sind. Der gekonnt vorgetragene «Stadtbrief» im Video ist wiederum sehr schlecht ausgeleuchtet. **Note 5**
● **SVP:** Mauro Tuena und Helfer verteilen in einem Video aus Protest gegen die Willkommenskultur der Stadtregierung Schweizer Pässe an alle. Ansonsten

finden sich null Informationen zu den anstehenden Wahlen. **Note 3**

● **FDP:** Das dominierende Bild zeigt den Wahlkampfauftakt mit vielen fröhlichen Menschen. Die Freisinnigen sind so grossherzig, die beiden SVP-Kandidierenden sowie den CVP-Kandidaten für den Stadtrat aufs Bild aufzunehmen. Auf keiner anderen Website sind Parteifremde zu sehen. Dann wird es aber dürrig. Kein Michael-Baumer-Comic, keine Gemeinderatskandidierenden, kein Verweis auf die eigentliche Wahl-Website Mehblau.ch, die wiederum attraktiv gestaltet ist. Die FDP will wohl zu erst ihr 125-Jahr-Jubiläum feiern. **Note 4**

● **Grüne:** Die Website kommt so handgestrickt daher wie der Winterpulli vom Grosi. Immerhin ist zwischen den Mäschchen das Thema Wahlen zu erkennen. Doch wer darauf klickt, wird enttäuscht. Daniel Leupi und Karin Rykart sagen fünf Sätze wie: «Wir zeigen Haltung in der Finanzpolitik, damit Zürich handlungsfähig bleibt.» **Note 3-4**

● **GLP:** Sie sind die Frühstarter und sichtlich im vollen Lauf. Auch wenn grad PUK-Präsident Markus Merki den Webauftakt dominiert, ist Andreas Hauri überall. Im Handumdrehen ist man über die Parlamentsmitglieder und die Ziele der Partei informiert. **Note 5-6 (pu)**

Gepflegt übernachten statt billig wohnen

Das Hotel Helvetia bekommt 21 neue Zimmer. Dafür sind 4 günstige Wohnungen verschwunden. Das ärgert die Linke bis heute.

Ev Manz und Beat Metzler

Bis anhin wirkte der Hotelbetrieb in der Helveti-Bar am Stauffacherquai eher wie eine Nebensache. Die Gäste checkten am Bartresen des legendären Lokals für eines der 16 Zimmer ein. Nun ist die Helveti von Architekt und Eigentümer Leopold Weinberg ein komplettes Hotel - mit Réception, 21 zusätzlichen Zimmern, Bibliothek und Freiluftplatz.

Der neue Teil befindet sich im angebauten, denkmalgeschützten Jugendstilhaus, dessen Treppen und Böden Weinberg bei der Renovation im Originalzustand belassen hat. Die relativ kleinen, aber hohen Zimmer wurden mit Täfer ausgekleidet und in Pastell- sowie Grautönen gestrichen. Die neue Lobby dient auch als kuratierter Kunstraum. Die handgemachten Betten kommen aus Schweden, die Wasserflaschen in den Zimmern aus Zürich.

Das Hotel Helvetia erreichte letztes Jahr eine Auslastung von 85 Prozent, die meisten Gäste waren Geschäftskunden. Leopold Weinberg ist auch am Restaurant Münsterhof beteiligt und hat das Konzept für das Restaurant George oberhalb des Casinos mitentwickelt.

Das Nachbarhaus der Helveti reizte Weinberg schon bald, nachdem er vor neun Jahren die Helveti-Bar übernommen hatte. Die Liegenschaft gehört der Stadt Zürich, damals befanden sich vier günstige Vierzimmerwohnungen darin, dazu ein Coiffeur und ein Schuhmacher im Erdgeschoss. Weinberg fragte beim damaligen Finanzvorstand Martin Vollenwyder (FDP) nach, ob er das Haus in sein Hotel integrieren könne. Vollenwyder habe gesagt, da könne er gar nichts versprechen, sagt Weinberg. Das brauche, wenn schon, viel Geduld und viel Hartnäckigkeit. Weinberg brachte beides mit. Und überzeugte Vollenwyder und dessen Nachfolger Daniel Leupi (Grüne) von der Idee.

2014 unterschrieb der Stadtrat einen Mietvertrag über 30 Jahre. Die Stadt steuert maximal 1,25 Millionen Franken an den Umbau bei. Die Gesamtkosten



Korridor im neuen Hoteltrakt: Die Tapeten sind von einem Louis-de-Funès-Film inspiriert, der Boden ist original. Foto: Reto Oeschger

dürften rund 3 Millionen Franken betragen haben.

Umnutzung ist eine Ausnahme

Unter den Zürcher Linken kam dieser Tausch - günstige Wohnungen gegen Hotelzimmer - schlecht an. AL und SP sprachen von einer «skandalösen Zweckentfremdung». Die Umwandlung in Hotelzimmer widerspreche der vom Stimmvolk deutlich abgesegneten Vorgabe, die Stadt solle mehr günstigen Wohn- und Gewerberaum schaffen. Zudem würden im Kreis 4 schon mehr als genug Wohnhäuser in Hotels verwandelt.

Zu einer Abstimmung im Gemeinderat kam es allerdings nicht. Der Stadtrat konnte die Umnutzung und den Kredit ohne Zustimmung des Parlaments beschliessen. Der Widerstand beschränkte sich daher auf eine schriftliche Anfrage von zwei SP-Gemeinderäten.

Man habe das Haus sowieso derart stark renovieren müssen, dass die Mie-

ter nicht hätten darin bleiben können, schrieb der Stadtrat in seiner Antwort. Auch sei die Wohnqualität wegen des Strassenlärms «eingeschränkt». Dem Hotel Helvetia dagegen sichere eine Vergrößerung die längerfristige Existenz, sonst lasse es sich kaum rentabel betreiben. Der Erfolg des Hotels wiederum bewirke eine «touristisch erwünschte Belebung» des Stauffachers, heisst es. Den bisherigen Mietern habe man zwölf Monate vorher gekündigt und allen eine andere Stadtwohnung angeboten. Das entspreche der üblichen Praxis.

Die linken Kritiker hat der Stadtrat damit nicht überzeugt. «Wir wollen das Hotel nicht erteufeln. Aber dass günstiger Wohnraum zerstört worden ist, bleibt ärgerlich. Und es darf nicht mehr passieren», sagt SP-Gemeinderat Patrick Hadi Huber, der 2014 die Anfrage miteingereicht hatte. Immerhin habe der Vorstoss eine «Sensibilisierung» bewirkt, die Stadt habe seines Wissens keinen

Wohnraum mehr vernichtet. Kuno Gurtner, Sprecher der zuständigen Liegenschaftsverwaltung, sagt: Ihm sei nur ein einziger anderer Fall bekannt, bei dem die Stadt in den letzten Jahren eine günstige Wohnung umnutzte. Im Haus zum Lindengarten am Hirschengraben lässt die Liegenschaftsverwaltung derzeit eine Wohnung und ein Atelier zu Büroräumen umbauen. Diese wird Pro Helvetia übernehmen, die bereits den Rest des Hauses nutzt.

Die Miete, welche das Hotel Helvetia für die städtische Liegenschaft zahlen muss, gibt die Stadt nicht bekannt. Der Ertrag fällt wohl deutlich höher aus als vorher. «Finanzielle Überlegungen haben beim Entscheid aber nicht den Ausschlag gegeben», sagt Gurtner.



Bilder So sieht das neueste Zürcher Hotel aus

helveti.tagesanzeiger.ch

Die BVK grast ennet der Grenze

Die Zürcher Pensionskasse BVK öffnet sich für Kunden ausserhalb des Kantons.

Ruedi Baumann

Sieben Jahre nach Aufwiegen des Korruptionsskandals strotzt die BVK wieder vor Selbstvertrauen. Sie nutzt ihre unternehmerische Freiheit als privatrechtliche Stiftung und expandiert in die ganze Schweiz. Neu kann sie auch für Arbeitgeber die Personalvorsorge betreiben, die nicht mit dem Kanton Zürich verbunden sind. Voraussetzung sei allerdings, so teilte die Kasse gestern mit, «dass diese Anschlüsse im Gesamtinteresse der Kasse» seien.

Nach dem Korruptionsfall war das noch anders. Ein tiefer Deckungsgrad und Unsicherheit bewegten viele Gemeinden dazu, sich nach Alternativen zur BVK umzuschauen. Private Versicherer versuchten aktiv, Gemeinden und andere Versicherte abzugewinnen. Nun kehrt die BVK den Spieß um, hat ihre rechtlichen Grundlagen angepasst und geht auf Kundensuche. Für grosse Kollektive der Branchen Gesundheit, Bildung und Verwaltung sei die BVK «besonders gut aufgestellt», teilte sie mit. Das können ausserkantonale Gemeinden, Spitäler, Stiftungen oder Schulen sein. «Wir wollen moderat wachsen, aber nicht auf Teufel komm raus akquirieren», sagt Stiftungsratspräsident Bruno Zanella.

Die BVK wirbt mit einer «sehr vorteilhaften Versichertenstruktur und einer überdurchschnittlichen Performance». Eine Einschränkung macht die BVK allerdings bei Neuaquisitionen: das «Gesamtinteresse» der Kasse. Das heisst, dass man keine Kunden mit tiefem Deckungsgrad oder überdurchschnittlich vielen Pensionären will. Solche Neuzugänge würden der BVK bloss schaden.

Die BVK weist aktuell einen Deckungsgrad von 97,3 Prozent auf. Mit 115 000 Versicherten und 32 Milliarden Franken Anlagevermögen ist die BVK die grösste Pensionskasse der Schweiz. In den letzten fünf Jahren hat sie eine Performance von 5,3 Prozent erreicht. Sie rühmt sich selber für ihre tiefen Verwaltungskosten von 18 Rappen pro 100 Franken Vermögen.