

5. Februar 2020

Schriftliche Anfrage

von Susanne Brunner (SVP)
und Roberto Bertozzi (SVP)

Mit dem Claim «Mis Züri. Mis Spital.» schaltete die Stadt Zürich im Sommer 2019 über mehrere Wochen hinweg eine reich bebilderte Werbekampagne für das Stadtspital Waid und Triemli. Die Werbung war sowohl im öffentlichen Raum als auch auf online-Medien zu sehen.

Im Zusammenhang mit dieser Image-Kampagne für das Stadtspital Waid und Triemli bitten wir den Stadtrat um die Beantwortung folgender Fragen:

1. Wie hoch belaufen sich die Gesamtkosten für diese Werbekampagne?
2. Wie beurteilt der Stadtrat den Umstand, dass die Gesamtheit der Spitäler im Kanton Zürich im stationären Bereich an Überkapazitäten leidet mit der Vereinbarkeit von Werbeausgaben für ein einzelnes Spital?
3. Spitäler finanzieren sich aus dem KVG-Obligatorium und aus Steuergeldern. Letztlich kommt für beides der Steuerzahler auf. Wie beurteilt der Stadtrat diese Kosten, die der Steuerzahler tragen muss, in Anbetracht der Überkapazitäten im Kanton Zürich?
4. Mit der Werbekampagne für das Stadtspital generiert der Stadtrat mehr teure Notfälle, indem die Kampagne in den Köpfen der Bürger verfestigt, dass sie direkt die Notfallstation eines Spitals aufsuchen sollen, wenn ein Malheur passiert oder ein Krankheitsfall eintritt. Wie beurteilt der Stadtrat sein Handeln als Kostentreiber im Gesundheitswesen?
5. Ist der Stadtrat bereit, künftig auf solche Werbekampagnen zu verzichten? Sollen nicht eher das Ärztefon oder der Gang zum Hausarzt propagiert werden als Wege, die Gesundheitskosten zu senken?


