

1. „Kriegsstraße: Bahnen oben, Autos unten“.
Die Stadt weiß, daß das falsch ist, weil sehr viele Autos, **fast die Hälfte, auch in Zukunft oben fahren** werden. Trotzdem hält sie an ihrem Werbetext eisern fest, weil er den Lockvogel Kriegsstraßenumbau so schön herausputzt.
2. „Punkt. Punkt. Komma. Strich. – Fertig ist das neue Stadtgesicht“.
So wirbt bekanntlich die Stadt für die Kombilösung. Als ob diese ein Kinderspiel wäre, im Nu zu realisieren und nicht erst in 10 bis 15 Jahren. Das ist massive Desinformation, **Reklame statt Information**. Eine skandalöse Geldverschwendung!

Materialschlacht

Wer in diesen Wochen in Karlsruhe eine Zeitung aufschlägt, mit der Straßenbahn fährt, zu Fuß unterwegs ist oder im Internet surft, der wird buchstäblich überwältigt vom Gelb-Orange der unzählbaren Anzeigen, Plakate, Drucksachen, Fächer mit Seidenbändern in den Stadtfarben, Bahnschriftungen, Filmabreibungen usw., mit denen die Stadt für ihre Kombi-Lösung wirbt. Noch nie hat es in der Fächerstadt eine so massive Werbekampagne gegeben. Kein Wirtschaftsunternehmen, keine Regierung und keine Partei hat es sich jemals herausgenommen, die Karlsruher Bürgerschaft derart offensiv und flächendeckend mit Werbebotschaften zu überschütten, wie es die Stadt Karlsruhe derzeit für richtig hält. Die Wahlwerbung der Bundesparteien wirkt daneben fast mickrig.

Hier läuft etwas schief! Selbstverständlich hat die Stadt ihre Bürger vor einem Bürgerentscheid zu informieren; das Gesetz verpflichtet sie dazu. Ihre Veranstaltungen in den Stadtteilen und ihre Aktivitäten an den Info-Ständen liegen in diesem Rahmen – jedenfalls so lange die Akteure bei der Wahrheit bleiben, was leider des öfteren nicht der Fall ist.

Neue Situation durch Flutkatastrophe

Die Überschwemmungen haben, vor allem in Ostdeutschland, extrem hohe Schäden auch an Verkehrseinrichtungen von Städten und Gemeinden verursacht. Der gewaltige Wiederherstellungsbedarf wird die ohnehin zweifelhaften Chancen der Stadt Karlsruhe, in absehbarer Zeit Mittel für ein Projekt wie die unausgereifte Kombilösung zu erlangen, weiter stark verringern.

Der massive Einsatz von Reklame jedoch mit „Mondgesichtern“, deren Informationswert gleich Null ist, dient nicht der Information, sondern der **Stimmungsmache und Propaganda**.

Für einen solchen Zweck darf eine Stadt, die gesetzlich zur Sparsamkeit verpflichtet ist, keinen Euro verschwenden. Es sind aber schon 400.000 Euro, die OB Fenrich eingeräumt hat. Tatsächlich dürfte der Einsatz weit höher liegen, vermutlich in der Größenordnung **mehrerer Euro-Millionen** (einschließlich des Aufwands der zu 100% stadteigenen VBK, die der Stadt schon jetzt auf der Tasche liegen).

Sieht denn die Stadt nicht, wie sehr sie ihre Bürgerinnen und Bürger, an denen sie derzeit, vor allem im sozialen und kulturellen Bereich, rigoros sparen muss, mit ihrer Reklame-Materialschlacht empört und vor den Kopf stößt?

Und gibt es keine Kommunal-Aufsichtsbehörde, die die Stadt aus ihrem Größenwahn aufweckt und energisch zur Ordnung zurückruft?

Wir brauchen keine Millionen

und beschränken uns bewußt darauf, der Materialschlacht der Stadt allein mit Argumenten zu begegnen. Ganz ohne Mittel geht es aber auch bei uns nicht. Also sind **Spenden willkommen**: Bürgerinitiative „Stopp den Stadtbahntunnel – für eine lebendige Innenstadt“ e. V. Konto 548 350 00 Volksbank Karlsruhe, BLZ 661 900 00. Steuerliche Zuwendungsbescheinigung wird auf Wunsch zugesandt (bitte in diesem Fall Name, Vorname und Adresse angeben).