

Donnerstag, 18. Juni 2026

Neuhausen verpasst sich ein neues Image

Neuhausen hat eine Imagekampagne lanciert. Darauf präsentiert sich die Gemeinde städtisch. Man wolle selbstbewusst zeigen, wofür Neuhausen steht: Lebensqualität, Nähe, Vielfalt und Zukunft.

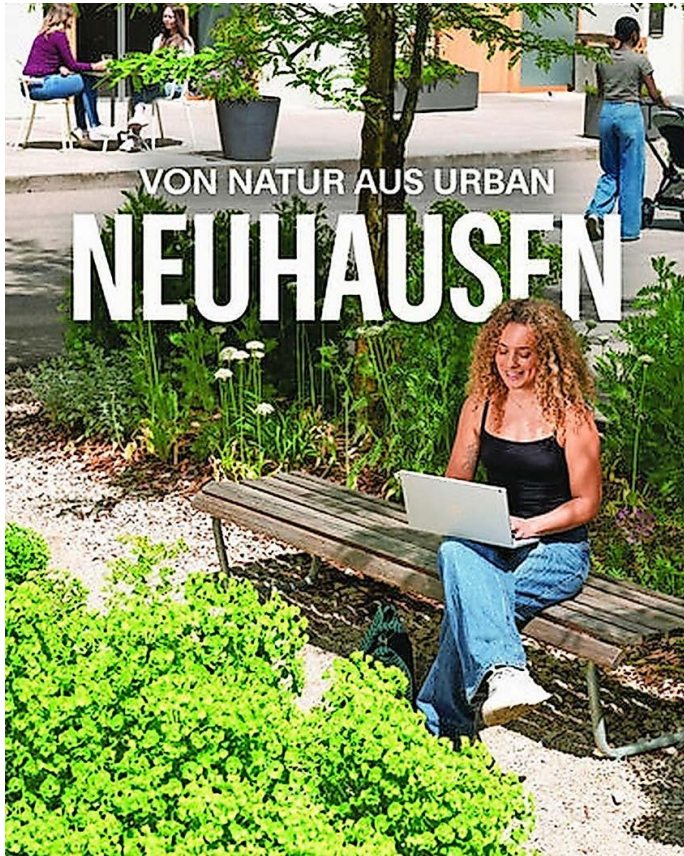
Saskia Baumgartner

NEUHAUSEN. Woran denken Sie zuerst bei der Gemeinde «Neuhausen am Rheinfall»? An Europas grössten Wasserfall oder doch eher an die Rekordhochhäuser? Eine neue Imagekampagne Neuhausens möchte beides miteinander verbinden, die schöne Landschaft und die fortschreitende Urbanität. Geworben wird mit dem Spruch: «Von Natur aus urban.»

Dieser Claim, wie er im Marketingsprech heisst, prangt auf vier Plakaten. Diese zeigen junge Erwachsene an zwei Orten: dem Rhytech-Areal und dem SIG-Areal samt angrenzendem Industrieplatz. Beides sind einstige Industrieflächen, die sich in den letzten Jahren vornehmlich zu gemischten Arealen mit Wohnraum, Geschäften und Arbeitsplätzen gewandelt haben.

So sieht man auf einem Plakat etwa mehrere junge Erwachsene, die sich vor dem Hintergrund der 2024 fertiggestellten Rhytech-Rekordhochhäuser einen Cocktail gönnen. Auf einem anderen Plakat sitzt eine junge Frau mit einem Laptop auf einer Bank des Heinrich-Moser-Platzes auf dem SIG-Areal, um sie herum grüne Büsche und Bäumchen. Auf einem dritten Plakat spielen eine junge Frau und ein junger Mann Pingpong auf einer Dachterrasse, im Hintergrund ist eines der neuen Hochhäuser am Industrieplatz zu sehen. Auf dem Rheinfall wurde bei der Imagekampagne Neuhausens indes verzichtet.

Gemeindepräsident Felix Tenger erklärt auf Anfrage: «Wir wollen aufzeigen, wie sich Neuhausen gewandelt hat und was für ein cooler Ort Neuhausen



Das Plakat zeigt eine junge Frau auf dem begrünten Heinrich-Moser-Platz.

Bild: zvg

ist.» Die Plakate seien der Start einer längerfristigen Imagekampagne. Diese solle erweitert und ergänzt werden, auch Videos

und eventuell Events seien angedacht. Geworben wird aktuell in und auch ausserhalb der Gemeinde. Denn man wolle so

wohl Einheimische als auch Auswärtige ansprechen.

Auf die Frage, weshalb nur junge Erwachsene auf den Pla-

katen zu sehen sind, schreibt Tenger: «Wir wollen in der ersten Phase der Kampagne vor allem die Urbanität und Lebendigkeit unserer Gemeinde in den Vordergrund stellen. Dafür haben wir junge Erwachsene ausgewählt, die diese Entwicklung sichtbar machen. Die Sujets beziehungsweise die abgebildeten Personen können später ergänzt und erweitert werden.»

Erarbeitet wurde die Kampagne in Zusammenarbeit mit der Zürcher Agentur LoF. Im Budget 2026 wurden 40'000 Franken dafür eingestellt.

Kleine Kampagne oder grosse Vision?

Doch weshalb braucht es überhaupt eine Imagekampagne? Weil das Image Neuhausens in der Region trotz der Entwicklung der letzten Jahre nach Ansicht des Gemeinderats besser sein könnte. Hier will er nachhelfen. Darum hat der Gemeinderat in seinen Legislaturzielen 2025 bis 2028 das Ziel «Vermehrte Vermarktung des Produkts «Gemeinde Neuhausen am Rheinfall»» verankert. Dieser Punkt sorgte an der Einwohnerratssitzung vom 10. April 2025 für Diskussionen. Mehrere Parlamentarier wollten wissen, was das Ziel der Vermarktung sei, worauf Gemeindepräsident Tenger präzisierte, dass es sich um einen Versuch der Imageförderung handle, der nicht viel kosten werde.

Einwohner Fabian Bolli (GLP) plädierte bereits während der Sitzung dafür, grösser zu denken. Bevor man an eine Vermarktung denken könne, benötige es zunächst eine Vision für Neuhausen. Diese müsse gemeinsam mit der Bevölkerung

entwickelt werden. Im Spätsommer 2025 präsentierte die GLP den SN ihre Idee einer entsprechenden, parteiübergreifenden Volksinitiative.

Noch hat die Unterschriftensammlung dafür nicht begonnen, wie Bolli sagt. In wenigen Monaten wolle man aber starten. Zwar sei die Imagekampagne der Gemeinde wirklich gut – sie konzentriere sich auf das moderne, städtische Neuhausen. Sie ersetze jedoch den Dialog nicht: «Nach wie vor fehlt die Debatte mit der Bevölkerung.» Einerseits müsse eine Identifikation mit dem neuen Neuhausen geschaffen werden, so Bolli. Andererseits brauche es Projekte aus der Bevölkerung. «Wenn wir uns städtischer entwickeln, müssen wir die Lebensqualität anhand von konkreten Projekten auf ein nächstes Level bringen.» Damit meint Bolli keine Infrastrukturprojekte wie Schul- oder Strassenbauten. «Es fehlen Leuchtturmprojekte, welche die Lebensqualität in Neuhausen verbessern.» Zum Beispiel eine eigene Rhybadi.

Hier sieht Tenger weniger Nachholbedarf. Neuhausen betreibe bereits einen intensiven Austausch mit der Bevölkerung zur Entwicklung der Gemeinde, beispielsweise in den Mitwirkungsprozessen zu Vorhaben wie der neuen Nutzungsplanung oder zum Grün- und Freiraumkonzept. Die Imagekampagne solle die Transformation vom Industriestandort zur lebendigen, vielfältigen und zukunftsorientierten Gemeinde betonen, so der Gemeindepräsident. «Damit soll natürlich auch die Identifikation mit der Gemeinde gestärkt werden.» Die ersten Rückmeldungen seien positiv.

Wegen Spenden-Schlupfloch: Regierung erhält Ultimatum

Die Schaffhauser Verfassung verbietet anonyme Zuwendungen bei Wahlen und Abstimmungen. Die neue Transparenzverordnung der Regierung lässt solche Spenden bis 1000 Franken dennoch zu. Das Komitee hinter der Transparenzinitiative hält das für rechtswidrig.

Tobias Bolli

SCHAFFHAUSEN. Wer finanziert einen Wahlkampf? Welche Geldgeber stecken hinter einer Partei? Solche Fragen sollen nach der Annahme der Transparenzinitiative künftig einfacher zu beantworten sein. Nach Jahren des politischen Seilziehens schien die Umsetzung der Transparenzinitiative Anfang Juni endlich in Reichweite: Die Regierung verabschiedete eine Verordnung, die gelten soll, bis ein eigentliches Gesetz vorliegt.

Neu müssen politische Akteure die Finanzierung ihrer Wahl- und Abstimmungskampagnen offenlegen, wenn sie dafür 3000 Franken oder mehr ausgeben. Bei Einzelspenden von mehr als 3000 Franken müssen der genaue Betrag und der Name der Person zudem künftig offengelegt werden. Nicht zuletzt werden die Parteien in Zukunft

transparent machen müssen, wie sie sich selbst finanzieren.

Wenig Lob, viel Kritik

Doch aus Sicht des Komitees für Transparenz enthalten diese Übergangsbestimmungen einen entscheidenden Makel. In einem Schreiben, das den Schaffhauser Nachrichten vorliegt, kritisiert Matthias Frick die von der Regierung beschlossene Ausnahmeregelung für anonyme Spenden aufs Schärfste. Frick ist SP-Grossstadtrat und Co-Präsident des Komitees für Transparenz, das im Abstimmungskampf für eine strenge Auslegung der 2020 vom Volk beschlossenen Transparenzinitiative eingetreten ist. Nur einleitend findet er einige lobende Worte dafür, «dass viele Präzisierungen und Vorschläge, die von unserer Seite oder unseren Partnern eingebracht wurden, berücksichtigt und umgesetzt

werden konnten». Hingegen sei es «absolut unverständlich», wenn der Regierungsrat nun anonyme Spenden von maximal 1000 Franken wieder ermöglichen wolle. Theoretisch wäre es damit möglich, beispielsweise zehnmal 999 Franken für eine Kampagne zu spenden, ohne die genaue Herkunft der Gelder angeben zu müssen. Frick verweist im Schreiben auf das Bundesrecht sowie auf die Schaffhauser Kantonsverfassung, welche anonyme Spenden verbietet. Tatsächlich sagt die Schaffhauser Verfassung klar: «Die Annahme anonymer Zuwendungen ist verboten.» Diese Bestimmung eröffne «keinen Spielraum für Ausnahmen in der Grössenordnung des regierungsrätlichen Vorschlags», schreibt Frick.

«Grob rechtswidrig»

So sei man denn «sehr enttäuscht» über die Aufnahme

dieser «grob rechtswidrigen Bestimmung», welche grössere anonyme Spenden nun doch wieder möglich macht. Das Komitee überlege sich deshalb, die regierungsrätliche Regelung zu den anonymen Spenden vom Obergericht überprüfen zu lassen. «Wir sind ehrlicherweise alles andere als begeistert davon, dass diese Geschichte nun mit dieser Verordnung keinen vorläufigen Abschluss finden kann und hätten uns massvollen Lösungen gegenüber sicher nicht verschlossen. Die nun verabschiedete Regelung lässt uns leider keinen anderen Ausweg offen.»

Dann folgt ein kleines Ultimatum. Man wolle von einer gerichtlichen Überprüfung absehen, sollte der Regierungsrat die Verordnung «umgehend anpassen» und diese Änderung den Medien und allen politischen Parteien bekannt geben. Kon-

kret verlangt Frick, dass die Gesamtsumme anonymer Zuwendungen pro Empfänger und Wahl- oder Abstimmungskampf höchstens noch 1000 Franken betragen darf.

Ultimative Forderung

«Im Sinne eines Kompromisses könnten wir vom Komitee für Transparenz dem zähneknirschend zustimmen», so Frick. Als Deadline für die Publikation einer solchen Änderung setzt er den 26. Juni, da sich die Rechtsmittelfrist bis dann erstreckt. Ob es eine solche Frist überhaupt gibt, ist allerdings fraglich. Der Kommentar zur Schaffhauser Verwaltungsrechtspflege hält ausdrücklich fest: «Das Gesuch um Überprüfung von Erlassen kann jederzeit gestellt werden.»

Derweil bestätigt Christian Ritzmann, das Schreiben erhalten zu haben. «Wir werden die

Ausführungen des Komitees und das vorgeschlagene Vorgehen dem Regierungsrat zeitnah zur Beratung unterbreiten und uns danach beim Komitee melden», so der stellvertretende Staatsschreiber. Nach Möglichkeit wolle man noch vor den Sommerferien reagieren. Ob die gesetzte Frist eingehalten werden könne, sei hingegen fraglich.

Was nun, wenn das Komitee ernst macht und den Erlass vor Obergericht anfecht? Laut Ritzmann würden die nicht infrage gestellten Teile der Verordnung dann weiterhin Gültigkeit haben. Anonyme Spenden wären für die Dauer eines solchen Gerichtsverfahrens verboten, da dann die entsprechende Bestimmung in der Verfassung direkt gelten würde. So oder so: Die Saga rund um die Transparenzinitiative verlängert sich um ein Kapitel.