vivelétuning fine design

TILL DEATH DO US PARTY

CINEMA

EXCESS AIN'T REBELL

ReiseBüro

IS HERE

www.plakat-raum-gesellschaft.ch

IG PLAKAT / RAUM / GESELLSCHAFT

BOUTIQUE Aufschwung

GARANTIERT* *NICHT

TALKIE ENDO

SCHÖNER LEBEN MIT WENIGER AUSSENWERBUNG

BUGS-N-FAILURES YOUR TRUST COMPANY

FAT CARS BENZIN

SpeedKings.Live!

Das haut Dich um: jedes 11. Auto gratis!

WAL*MART

SUPERMARKT

SUPERMARKT

FRISK

SUPERMARKT

SUPERMARKT

SHOP DICH WUND

WIR SIND FÜR SIE DA

GREIF ZU!

SEE CENTRAL BELLEVUE

SUPER LASZIV

ZWEI KAUF

KAUF MICH

COMESTIBLES

MACELLERIA

ALF's

auf den Waschtag

JAGUAR X TYPE ESTATE

IG PLAKAT / RAUM / GESELLSCHAFT
info @ plakat-raum-gesellschaft.ch
www.plakat-raum-gesellschaft.ch

DER ÖFFENTLICHE RAUM GEHÖRT DER ÖFFENTLICHKEIT

DIE IG PLAKAT | RAUM | GESELLSCHAFT (IG PRG) SETZT SICH DAFÜR EIN, DASS PLAKATWERBUNG IN STADT UND KANTON ZÜRICH REDUZIERT WIRD.

— Plakatwerbung kann man nicht ausweichen oder ausschalten.

— Plakatwerbung führt zu einer visuellen Abwertung des Ortsbildes.

— Plakatwerbung finanziert den öffentlichen Raum nicht.

Zu gewinnen gibt es:
> ein schöneres Orts- und Landschaftsbild
> mehr Selbstbestimmung, welchen Werbebotschaften man ausgesetzt sein möchte
> einen öffentlichen Raum, der diesen Namen verdient

PLAKATWERBUNG IST UNUMGEHBAR

Plakatwerbung wird ungefragt in unseren öffentlichen Raum gestellt. Sie ist das einzige legale Werbemedium, das nicht umgangen werden kann. Werbeplakate richten sich unterschiedslos an alle. Man kann ihnen nicht ausweichen, selbst wenn man kein Interesse am beworbenen Produkt oder Unternehmen bekundet. Jede natürliche Person wird so zwangshaft auf ihre Funktion als Konsumentin reduziert.

TÄGLICH UND FAST ÜBERALL.

Gewisse Plakate muss man Hunderte von Male betrachten und hat keine Möglichkeit, sein Nichtinteresse zum Ausdruck zu bringen. Dies steht in auffallendem Gegensatz zur Möglichkeit, in anderen Lebensbereichen per Knopfdruck oder Weiterblättern ungefragter Werbung auszuweichen.

PLAKATWERBUNG IST UNNÖTIG

DER ÖFFENTLICHE RAUM IST NICHT AUF EINE FINANZIERUNG DURCH PLAKATWERBUNG ANGEWIESEN. PLAKATWERBUNG UNTERGRÄBT SO WERBUNG IN ANDEREN MEDIEN, DIE NUR DANK DIESER EINNAHMEQUELLE EXISTIEREN UND INHALT PRODUZIEREN KÖNNEN.

Die Stadt Zürich verdient mit den Verträgen mit den beiden Plakatgesellschaften 2.2 Mio Franken jährlich. Das ist viel, aber entspricht nur etwa 0,3% des Ertrags von 6'972 Mio Franken (s. Rechnung 2005). Machen wir nun ein Denkexperiment: Rechnen wir mit 2,5 Mio. Franken Einnahmen aus Plakatwerbung für die Stadt (inklusive Bewilligungsgebühren). Und nehmen wir nun an, der Ertragsausfall durch die Abschaffung von Plakaten müsste durch Steuern kompensiert werden. Wer pro Jahr 10 000 Franken Steuern an die Stadt bezahlt, würde neu 10 013 Franken bezahlen, also **13 Franken jährlich für eine Stadt ohne Werbung**.

Die VBZ beispielsweise haben im Jahr 2004 11.5 Mio. Franken mit Werbung eingenommen (s. Geschäftsbericht 2004). Der Gesamtertrag belief sich im selben Jahr auf 449 Mio. Franken. Die Werbeeinnahmen sind an sich hoch, bestreiten von den Gesamteinnahmen aber gerade mal 2.6%. Würde man Tram und Bus werbefrei machen und die fehlenden Werbeeinnahmen auf die Billette abwälzen, müsste man für **ein Billett, das heute 2.90 Franken kostet, neu 2.98 Franken** bezahlen. Diese Zahlen sind mit Vorsicht zu geniessen, geben aber einen guten Anhaltspunkt.

PLAKATWERBUNG IST UNSCHÖN

PLAKATWERBUNG FÜHRT ZU EINER VISUELLEN ABWERTUNG DES ORTSBILDES.

Die standardisierten Werbeträger sind nicht dazu gemacht, sich in die Umgebung zu integrieren. Vor dem Hintergrund einer natürlich gewachsenen Umgebung wirken rechteckige Plakate wie eine Faust aufs Auge. Dies ist auch der Grund, weshalb sich in prestigeträchtigen Zonen wie der Zürcher Bahnhofstrasse kein einziges Werbeplakat findet (mit Ausnahme einiger Telefonkabinen).

Da die Plakatträger fix im Boden oder an den Wänden verankert sind, können sie nicht ohne weiteres entfernt werden. Um Flautezeiten zu vermeiden, müssen die Plakatgesellschaften unseren öffentlichen Raum – und damit: unser Blickfeld – für ein Butterbrot verkaufen. Zum Nachteil der Medien wie Zeitungen und Fernsehen, die auf Werbung angewiesen sind. Ist eine Werbefläche einmal aufgestellt, verdeckt sie oft über Jahre oder Jahrzehnte den Blick auf Schöneres, Schlichteres, weniger Biederes.

IG PLAKAT | RAUM | GESELLSCHAFT

DIE INTERESSENGEMEINSCHAFT PLAKAT | RAUM | GESELLSCHAFT (IG PRG) IST EIN ZUSAMMENSCHLUSS VON PERSONEN, DIE SICH FÜR DIE NACHHALTIGE REDUKTION DER AUSSENWERBUNG IN STADT UND KANTON ZÜRICH EINSETZEN.

Die IG PRG will dieses Ziel erreichen durch die Sensibilisierung der Bevölkerung, durch unabhängige Studien zum Thema Plakat und Gesellschaft, durch politische und künstlerische Interventionen und die Bereitstellung von Informationen rund ums Thema.

Die IG PRG anerkennt die wirtschaftliche und gesellschaftliche Rolle von Werbung und richtet sich ausschliesslich gegen Werbeflächen im öffentlichen Raum. Ausserdem akzeptiert die IG PRG Kultur- und Kleinplakate mit Lokalbezug.

Die IG PRG ist ein Verein mit Sitz in Zürich. Alle Tätigkeiten im Verein sind ehrenamtlich. Damit wir unsere Arbeit pflegen und ausbauen können, sind wir jedoch auf Spenden und auf weitere Mitglieder angewiesen.

WIR STELLEN FRAGEN – UND BEANTWORTEN SIE GLEICH SELBST

WAS IST AUSSENWERBUNG? WAS IST PLAKATWERBUNG?

Aussenwerbung hat viele Formen: Papierplakate, Leuchtplakate, Bildschirme (eBoards), Leuchtschriften, Megaplakate, kurz: Werbung aller Art, die auf öffentlichem Grund steht oder von diesem aus sichtbar ist. Aussenwerbung wird in der Praxis oft als Plakatwerbung, Out-of-Home oder Outdoor bezeichnet.

IST PLAKATWERBUNG ANDERNORTS VERBOTEN?

Zuverlässige Zahlen und Aufstellungen sind nicht erhältlich. In den USA sind die Bundesstaaten Vermont, Alaska, Maine und Hawaii frei von Aussenwerbung. Rund 1500 amerikanische Städte und Dörfer haben Aussenwerbung verboten (Quelle: Scenic America). In Kanada ist die Provinz Prince Edward Island aussenwerbungsfrei. In Europa gibt es verschiedene Städte, wie Bergen (N) oder Maastricht (NL), die sich gegen Aussenwerbung ausgesprochen haben oder diese mit sehr restriktiven Regeln handhaben.

WAS SAGT DIE IG PRG ZUM ARGUMENT, DASS ALLE BETEILIGTEN BRANCHEN (WERBEBÜROS, PLAKATGESELLSCHAFTEN, DRUCKEREIEN ETC.) OHNE AUSSENWERBUNG WIRTSCHAFTLICHE EINBUSSEN HINNEHMEN MÜSSTEN - ZUM LEIDWESEN DER GESELLSCHAFT?

Wie bei den Nachtfahrverboten ist es letztlich eine Güterabwägung: will man jeden Tag ungefragt Werbung gegenüberstehen oder nicht? Und wenn nein, nimmt man dafür in Kauf, dass sich verschiedene Branchen umorientieren müssen? Zudem darf man nicht vergessen: wo es Verlierer gibt, gibt es auch Gewinner. Weniger Aussenwerbung birgt Chancen für viele Unternehmen: die Medien, denen durch Aussenwerbung Einnahmen entgehen, könnten wieder mit höherem Werbevolumen rechnen. Oder kleine Unternehmen, welche über nicht so grosse Werbeetats verfügen, werden vermehrt gesehen und können so profitieren.

AKZEPTIERT DIE IG PRG GEWISSE FORMEN VON AUSSENWERBUNG?

Ja. Die IG PRG anerkennt das Recht von Unternehmen, auf Gebäuden, in denen sie ein Geschäft unterhalten, Werbung in eigener Sache zu betreiben. Allerdings soll hier Mass gehalten werden. Wahlplakate sind wichtig für die Meinungsbildung in einer demokratischen Kultur und deshalb unerlässlich. Zudem ist ihre Präsenz zeitlich begrenzt. Kultur- und Kleinplakate weisen zumeist auf Lokales hin und sind Teil einer Stadtkultur. Die Sichtweise, dass Kulturplakate etwas Besonderes sind, wird übrigens auch von der Stadt geteilt: Kulturplakate erhalten einen Aushängerabatt von 50 Prozent.

WIE FINANZIERT SICH DIE IG PLAKAT | RAUM | GESELLSCHAFT?

Die Finanzierung dieses Plakats sowie der anderen Aktivitäten der IG PRG erfolgt ausschliesslich durch Spenden und Mitgliederbeiträge. Für Ihre finanzielle Unterstützung auf unser PC-Konto 85-192174-9 sind wir Ihnen dankbar.

IG PLAKAT | RAUM | GESELLSCHAFT

PC-KONTO:
85-**192174**-9

WAFFENPLATZSTRASSE 37
8002 ZÜRICH

info @ plakat-raum-gesellschaft.ch
www.plakat-raum-gesellschaft.ch