

IG will Werbebildschirme der Stadt stoppen

ZÜRICH. Die Stadt hofft auf neue Einnahmen - dank Plakatdrehsäulen und Werbescreens. Eine IG lanciert eine Petition dagegen.

Am Hauptbahnhof sind LCD-Werbebildschirme bereits gang und gäbe. Nun sollen auch auf öffentlichem Grund welche her: Der Stadtrat hatte im März bekanntgegeben, dass er ab 2016 zehn LCD-Werbescreens und dreissig Plakat-Leuchtdrehsäulen plane. Dafür winken jedes Jahr Mehreinnahmen von 1,5 Millionen Franken. Die Interessengemeinschaft Plakat Raum Gesellschaft (IG PRG) kämpft mit einer Petition dagegen: «Studien zeigen, dass die Leute Werbung satt haben», sagt Christian Hänggi, Präsident der IG PRG. Es gebe in Zürich bereits genug Werbung. Die IG gehe von einer groben Fehlleistung des Stadtrats aus. «Die Umfragen, auf denen ihr Entscheid ba-

siert, sind manipulativ und zielen klar auf eine positive Bewertung ab», sagt Hänggi. Weiter kritisiert er die Auswertung der Energiebilanz: «Sie ist nicht öffentlich und lückenhaft», sagt Hänggi.

Laut Matthias Wyssmann, dem Sprecher des Hochbaudepartements, zieht der Betreiber der Bildschirme nach dem ersten Jahr eine Ökobilanz. Diese werde öffentlich aufgelegt: «Dadurch kann die Stadt entscheiden, ob in Zukunft weitere Anlagen gebaut werden.» Auch die Antworten der Umfrage seien frei zugänglich: «Die Umfrage war sicher nicht manipulativ angelegt», so Wyssmann. Werbung sei ein Kulturgut: «Sie belebt unsere Stadt.» **FRO**



Die LCD-Werbescreens stechen am Hauptbahnhof direkt ins Auge. KEYSTONE