

# Interview

## «Gewisse Firmen wollen die Gestaltungsvorgaben nicht mehr einhalten»

Die IG Plakat Raum Gesellschaft hat eine Petition eingereicht, welche zum Ziel hat, die Plakatstellen in der Stadt Zürich zu halbieren. Gleichzeitig erhöht die Stadt das Flächenangebot um 8%. Stadträtin Kathrin Martelli erläutert die Zusammenhänge.

*Frau Martelli, mögen Sie Plakate?*

**Kathrin Martelli:** Gute Plakate am richtigen Ort in angemessener Zahl gehören zu einer Stadt, machen sie lebendig und attraktiv. Plakatwerbbestellen sind seit über hundert Jahren Teil des Stadtbildes. Die Stadt Zürich hatte 1992 zusammen mit Gestaltern und den Plakatfirmen ein Gestaltungskonzept (GK92) erarbeitet, das sich sehr gut bewährt hat und in den Grundzügen zum nationalen Standard geworden ist.

*Eine IG Plakat Raum Gesellschaft will die Werbefläche in der Stadt Zürich um die Hälfte reduzieren. Was halten Sie davon?*

**Martelli:** Das ist nicht nötig. Wir haben in Zürich ein recht ausgewogenes Verhältnis. Wichtig zu wissen ist aber auch, dass der Staat nur beschränkt ein Bestimmungsrecht hat, denn der grösste Teil der Plakate steht auf privatem Grund. Auf öffentlichen Plätzen wird meist für kulturelle Anlässe und Einrichtungen «geworben».

*Die Petition erweckt den Eindruck, in Zürich könne jeder einfach überall seine Plakatwände aufstellen.*

*Wie ist das tatsächlich geregelt?*

**Martelli:** Dieser Eindruck wäre auch wieder falsch. Die Stadt ist der Öffentlichkeit gegenüber verpflichtet, dem öffentlichen Raum Sorge zu tragen – und auch private Plakate wirken in diesen Raum. Darum verlangt das Planungs- und Baugesetz des Kantons Zürich für Reklameanlagen eine befriedigende bis sehr gute Gesamtwirkung je nach Umgebung. Darum ist die Stadt verpflichtet, sie zu prüfen, zu bewilligen oder abzulehnen, was übrigens öfters vorkommt, als man vielleicht glaubt.

*Seit 1992 gibt es ein auf zehn Jahre befristetes Gesamtkonzept für Plakate in der Stadt Zürich, gilt dieses GK92 denn nicht mehr?*



Die Zürcher Stadträtin Kathrin Martelli lehnt die Motion der IG Plakat ab.

**Martelli:** Unsere Fachleute haben das Gestaltungskonzept (GK92) überarbeitet und im März 2006 den Medien vorgestellt. Es entspricht in den Grundzügen dem GK92 und wurde den veränderten Bedürfnissen angepasst. Das Konzept ist verfügbar unter: [www.stadt-zuerich.ch/internet/hbd/home/bewilligen/reklame.html](http://www.stadt-zuerich.ch/internet/hbd/home/bewilligen/reklame.html)

*1992 wurde ein Drittel der Plakatstellen abgebaut, hat die Anzahl denn inzwischen wieder zugenommen?*

**Martelli:** Die Anzahl an Plakatwerbbestellen hat sich seit 1992 auf Privatgrund wieder erhöht. Heute gibt es dort mehr Plakate als vor 15 Jahren. Die Anzahl auf öffentlichem Grund ist allerdings seit Jahren stabil.

*Das GK92 gilt ja nur für den öffentlichen Raum, die Plakatgesellschaften hatten aber in Aussicht gestellt, dieselben Kriterien auch für Plakate auf Privatgrund anzuwenden. Ist das denn nicht mehr der Fall?*

**Martelli:** Weil 1992 die meisten Plakatfirmen für das Konzept gewonnen werden konnten, hat sich die gestalterische und städtebauliche Qualität verbessert – auch zum Vorteil der Plakatfirmen. Leider wollen viele in Zürich tätige Firmen diese Gestaltungsvorgaben nicht mehr einhalten und lassen sich auf juristische Auseinander-

setzungen ein. Die Stadt kämpft hier um die Qualität im öffentlichen Raum, der eben allen gehört und nicht nur den Plakatfirmen.

*Die Petitionäre sprechen von einer Vereinnahmung des öffentlichen Raumes durch Werbung, Nicht zuletzt wegen der Ankündigung des Hochbaudepartements, die Werbeflächen auf öffentlichem Grund um 15% zu erweitern. Was war der Grund, weshalb Ihr Amt das angekündigt hat?*

**Martelli:** Effektiv kann um 8% erhöht werden, das sind grad mal 37 zusätzliche Flächen in den Formaten F12/F200. Diese Plakatflächen finden wir mehrheitlich nicht in der Innenstadt, sondern in den neu gebauten Stadtgebieten wie Zürich Nord und Zürich West. Da gibt's mehr Stadt und darum auch noch ein wenig Platz für zusätzliche Plakate.

*Für den Bürger ist ja nicht wirklich erkennbar, was öffentlicher und was privater Grund ist. Müsste man die Anzahl nicht generell beurteilen?*

**Martelli:** Es stimmt, das ist nicht sofort erkennbar. Wir müssen uns gut überlegen, wie der Staat über Herrn Meiers Grundstück und Frau Müllers Vorgarten bestimmen soll. Ich finde, da gibt es Grenzen. Wichtig ist aber: Die Gestaltungsanforderungen gelten auch für Herr Meier und Frau Müller. Über diese Vorgaben kann der Staat also eine gewisse Qualität sichern.

*Gibt es Ihrer Meinung nach eine zahlenmässige Limite, eine obere Grenze für Plakatwerbung in Zürich?*

**Martelli:** Ich gehe davon aus, dass die Zahl der Plakatwerbbestellen in den nächsten Jahren stabil bleiben wird. Die Erfahrung hat gezeigt, dass beim Bau von neuen Gebäuden alte und gestalterisch unbefriedigende Anlagen verschwinden. Neue Anlagen werden nur dann bewilligt, wenn sie die gesetzlichen Anforderungen erfüllen.

*Was geschieht jetzt mit der Petition?*

**Martelli:** Der Stadtrat wird die Petition beantworten, seine Haltung zur Plakatierung darlegen und zum Anliegen der Petitionäre Stellung nehmen.

*Interview: Piero Schäfer*