

# Kampf gegen Werbung

Ein Gruppe von 20 Leuten will weniger Plakatwerbung in der Stadt Zürich – und sammelt bereits Unterschriften.

Von **Denise Marquard**

«Baden im Glück» tut die Frau, wenn sie auf einem Spieltisch liegt. Mobiltelefonie muss orange sein. Oder: «Ich trinke grün, weil es garantiert nicht blau macht.» Solch marktschreierische Beispiele prangen überall an Haus- und Plakatwänden, Tramhaltestellen und Bahnhöfen. Die Stadt Zürich ist eine einzige grosse Werbefläche. Sie verdient durch ihre Verträge mit den beiden Plakatgesellschaften rund 2,2 Millionen Franken, sagt Christian Hänggi, Vorstandsmitglied der IG Plakat-Raum-Gesellschaft. Das sei zwar viel, aber entspreche nur 0,3 Prozent des Gesamtertrags von knapp 7 Milliarden Franken, den die Stadtverwaltung pro Jahr erwirtschaftet.

## Nicht generell gegen Werbung

Die IG Plakat-Raum-Gesellschaft (IG PRG) ist vor einem Jahr gegründet worden. Sie will die Werbung auf öffentlichem Grund in der Stadt und im Kanton Zürich um die Hälfte reduzieren. Das fordert sie in einer Petition vom Stadtrat, für die sie jetzt bis voraussichtlich Anfang April Unterschriften sammelt – online und persönlich. «Ich will die Reklameflut nicht einfach schweigend weiter tolerieren», erklärt Hänggi das Motiv des politischen Kraftakts. «Der öffentliche Raum gehört auch der Öffentlichkeit.» Das sei aber schon lange nicht mehr der Fall: Niemand könne sich vor Aussenwerbung schützen – sie sei einfach da und richte sich unterschiedslos an alle. Hänggi, der sich in seinem Kommunikationsstudium an der Universität Lugano mit Werbung und öffentlichem Raum beschäftigt hat, nennt das asymmetrische Kommunikation. Was dasselbe heisst wie Einweg-Kommunikation.

Das IG-Vorstandsmitglied ist aber nicht generell gegen Werbung. Er differenziert.

«Dort, wo Konsumenten selber entscheiden können, ob sie Werbung wollen oder nicht, in den Medien beispielsweise, finde ich dieses Mittel angebracht. Mit Ausnahmen auch in der Aussenwerbung.» Wahlplakate seien wichtig für die Meinungsbildung in einer Demokratie. Kultur und Kleinplakate würden meistens auf Lokales hinweisen und zur Stadtkultur gehören. Selbst Werbung in eigener Sache akzeptiert Hänggi, wenn das Unternehmen sie auf dem Gebäude anbringt, im dem die Firma untergebracht ist.

Mit der Reduktion von Werbung strebt die Interessengemeinschaft ein «schöneres Orts- und Landschaftsbild» an und nimmt die damit verbundenen wirtschaftlichen Folgen in Kauf. Für Hänggi ist das eine Güterabwägung zwischen dem, was einem wichtig ist oder eben nicht. Er kann sich auch vorstellen, dass für die Hälfte der bisherigen Aussenwerbung der doppelte Preis verlangt werde, was die Folgen dieses Entscheides abfedern würde.

Das Ziel der Petition ist aber vor allem eines: Die IG PRG will Druck machen auf die Werbeindustrie und gleichzeitig die Menschen für das Thema sensibilisieren.

[www.plakat-raum-gesellschaft.ch](http://www.plakat-raum-gesellschaft.ch)

REKLAME SQ703-H



## Spesenfrei

Vertrauen. Seit 1850.

Sie haben Ziele.  
Wir sind dabei.

## Ihre Bankbelange

behandeln wir fair und seriös.

Bank Sparhafen Zürich  
Fraumünsterstrasse 21-23, 8022 Zürich  
Tel. 044 225 40 50, [info@bsz.clientis.ch](mailto:info@bsz.clientis.ch)