

«Europa beneidet Zürich um seine Plakate»

Zürichs Aussenwerbung zu reduzieren, würde den Bruch mit einer langen Tradition bedeuten, sagt Beat Holenstein von der APG.

Mit Beat Holenstein sprach Beat Metzler

Herr Holenstein, die IG Plakate Raum Gesellschaft und linke Politiker wollen die Plakatierung in Zürich reduzieren (TA von gestern).

Das ursprüngliche Ziel der IG ist es, die Plakatierung völlig zu verbannen. Das stand lange so auf der Website. Von Verboten oder einer Reduktion halten wir gar nichts. Die Forderung ist unsinnig und gefährdet Arbeitsplätze. Zürich kennt eine lange, hochwertige Plakattradition, um die uns Europa beneidet und die fest zum Stadtbild gehört. Das kann man nicht einfach abklemmen.

Es geht auch um den Gewinn der APG. Die IG schätzt diesen allein mit Plakaten auf öffentlichem Grund auf 15 Millionen Franken in fünf Jahren. Diese Zahl ist absurd hoch. Zieht man die Miete und alle unsere Zusatzleistun-

gen für Stadt und Kultur ab, beträgt der Reingewinn einen Bruchteil davon. Von den 2200 öffentlichen Plakatstellen sind nur 500 kommerziell wirklich interessant. Die restlichen haben das kleine Weltformat. 500 davon bewirtschaften wir kostenlos für Kulturinstitute. Einen Grossteil des Restes vergeben wir zu sehr tiefen Tarifen an Gewerbe und Veranstalter. Damit erfüllen wir einen wichtigen öffentlichen Auftrag.

Beat Holenstein

Das Mitglied der Unternehmensleitung arbeitet seit 1996 bei der Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG).



Die Gegner sagen, dass sich die Bevölkerung über Plakate nervt.

Dem widersprechen zahlreiche Studien. In allen schneiden Plakate als beliebtestes Werbeformat ab, weit vor Fernseh- oder Printinseraten. Aber, und da haben die Kritiker recht, Plakaten kann man nicht ausweichen. Daher muss hier die Qualität besonders hoch liegen.

Was aber nicht immer der Fall ist.

Unter den vielen originellen Plakaten finden sich immer auch einige schlechte.

Wir sind ständig bemüht, die Qualität der Standorte zu heben und neue attraktive Träger zu entwickeln.

Braucht Zürich aus Ihrer Sicht mehr Aussenwerbung?

Zürich fährt eine restriktive Bewilligungspraxis, strenger als andere Städte. Die Anzahl privater Flächen geht laufend zurück, da in den Neubaugebieten Flächen wegkommen und nur wenig neue bewilligt werden. Von Wildwuchs kann also keine Rede sein. Wir begrüssen eine Lockerung, vor allem was neue Werbeformen betrifft. Ich denke da an die Mehrfachnutzung eines Standorts, dank digitalen oder Drehplakaten.

Trifft der Eindruck zu, dass Plakate oft lange hängen bleiben? Dass es also zu viele Flächen hat?

Nein, die gebuchte Aushangdauer entscheidet, wie lange ein Plakat bleibt. Grundsätzlich sind unsere Zürcher Träger sehr gut genutzt. Oft wechseln die Plakate schon nach einer Woche.

Plakate leben von der Öffentlichkeit, die sie betrachtet. Diese erhält dafür keinen Gegenwert. Braucht es deswegen nicht eine Plakatsteuer?

Diese Argumentation ist sehr spitzfindig. Wenn man Gründe für eine neue Steuer sucht, findet man sie immer. Für Plakatwände wird eine hohe Bewilligungsgebühr eingezogen, die Besitzer zahlen ihre sonstigen Steuern in der Stadt. Das sollte doch reichen.

In Zürich findet bald die nächste Ausschreibung statt. Wird die APG wieder mitbieten?

Unser Unternehmen ist seit 1900 hier tätig. Obwohl wir mit dem Verfahren nicht ganz einverstanden sind, werden wir wohl wieder mitmachen.

Anmerkung der IG PRG: Vieles was Herr Holenstein sagt, ist hanebüchener Unsinn. Europa beneidet Zürich keineswegs um seine Plakate. Arbeitsplätze gefährden die Plakatgesellschaften selbst, indem sie den Informationsmedien wichtige Werbeeinnahmen abschöpfen. Ausserdem installieren sie immer mehr Video-Bildschirme, damit sie sich auch die tiefen Löhne der Plakateure sparen können. Wenn die APG nicht 15 Millionen Franken verdient, dann ist sie selber Schuld. Möglich wäre es durchaus. Und einmal mehr zitiert Herr Holenstein eine Studie falsch. Plakate werden als am wenigsten störend bezeichnet, nicht als am beliebtesten. Gründe dafür gibts viele, in erster Linie weil die Menschen gelernt haben, Plakate auszublenden, was im TV nicht so gut funktioniert. Weiter gibt es sehr wenige originelle Plakate, dafür sehr viele schlechte. Die Bewilligungsgebühr ist nicht sehr hoch. Innert eines Quartals kann die Plakatgesellschaft diese durch Vermietung wieder einholen. Ausserdem deckt die Bewilligungsgebühr nur die effektiven Aufwände der Verwaltung. Sie macht keinen Gewinn damit.