

Neue Stadtbilder mit Plakaten

Hinter den erfolgreichen Gesamtplakatierungskonzepten in vielen Schweizer Städten steht der City-Ästhet Hans Ulrich Imesch.

Ruedi Ulmann

Ein sorgfältig auf die hauchigen und landschaftlichen Besonderheiten der Stadt abgestimmtes, homogenes Erscheinungsbild des Plakates bringt das Gesamtplakatierungskonzept GK 2000 für Winterthur. Zudem wird die Standortqualität von Winterthur erhöht durch modernste Telefonkabinen «Telecab 200'0», Cityplan-Anlagen, «kulturNÄGEL» für Vereinsanlässe und ein umfassendes Netz von Kultur- und Verkehrserziehungsstellen. Nicht nur im öffentlichen Raum, sondern auch auf privatem Grund werden die Plakatierungsfirmen APG, Plakanda, AWI AG, Externa, M. Ma AG und Interplakat AG die neuen Plakatierungsrichtlinien anwenden. Erarbeitet hat dieses Konzept das Institut für Gesamtheitliche Gestaltung Zürich (IGGZ). Gründer, Inhaber und Leiter des in Langnau am Albis beheimateten Instituts ist der Architekt, Entwicklungshelfer, Stadtplaner und Tiefenpsychologe Hans Ulrich Imesch. «Was im unsichtbaren Innern ist, zeigt sich im sichtbaren Äusseren. Und das sichtbare Äussere wirkt auf das unsichtbare Innere», erklärt

der 58jährige Zürcher. «Beides qualitativ gestaltet wird zu einem Ganzen, dem ich mit meinen Arbeiten möglichst nahe kommen möchte.»

Gespür für Atmosphäre und Ambiente
Als Ästhet ist Imesch stets auf der Suche nach Ideen zur Attraktivierung des öffentlichen Raums. Das von ihm aufgrund umfangreicher Struktur- und Erscheinungsbildanalysen entwickelte Plakatierungs-Gesamtkonzept (GK) hat er mittlerweile auf gegen achtzig Schweizer Städte angewandt und dabei für jeden einzelnen Ort stadtplanerische Ideen entwickelt. Dabei sind Objekte entstanden, die Plätze und Strassen sowohl praktisch wie auch ideell aufwerten. Nach dem Baukastensystem hat er beispielsweise das ganzheitliche Bus- und Tramwarte-hallenkonzept «BUTRAWA» entwickelt, das erlaubt, auf die unterschiedlichen örtlichen, baulichen, landschaftlichen und funktionalen Gegebenheiten optimal einzugehen. Erst kürzlich vollendete er «ÖSMÖR», die ökologische Version dieses Baukastensystems. Auch ins Gebirge wagt sich der ganzheitliche Gestalter vor: Sein speziell für alpine Gegenden entwickeltes Plakatierungsprojekt «Soleil Alpin» wurde beim renommierten German open «Deutscher Preis für Kommunikationsdesign 1998» für seine hohe Designqualität ausgezeichnet.

Erfolgreicher Architekt und Designer
Imeschs bekanntestes Werk, die gläserne «Telecab 200'0» lässt das öffentliche Telefonieren zum sinnlichen Erlebnis wer-

den: Sphärische Klänge begrüßen und verabschieden seit bereits zwei Jahren jeden Besucher der High-Tech-Kabine in Zürich. Kulturschaffende wiederum erfreuen sich an der originellen Alternative des Künstlers zum Schwarzen Brett, dem «kulturNÄGEL». Doch Imesch wirkt



Das Citytel – Imeschs neueste Stadtbild-Bereicherung

über die Schweiz hinaus. Bereits ist eine ausgewachsene Version des «kulturNÄGELS» geplant: der «KULTURNAGEL» – ein 130 Meter hoher Communication-Tower für zukunftsorientierte, kommunikationsbewusste Städte in ganz Europa. Auf Studienreisen durch die Sahara machte Imesch eine seine Ausbildung abrundende, grundlegende Erfahrung, die ihm neue Horizonte öffnete: In der unendlichen Weite der Wüste entdeckte er seine Spiritualität. Diese wissenschaftlich abzustützen, war ihm ein grosses Anliegen. So begann er 1978 ein Studium der analytischen Psychologie am C.G. Jung Institut in Zürich, das er acht Jahre später abschloss. Neben seiner mehrjährigen Tätigkeit als Tiefenpsychologe mit eigener Praxis trat Imesch 1986 als Adjunkt ins Hochbauamt der Stadt Zürich ein, um sein jetzt ganzheitliches Wissen praxisorientiert einzusetzen. Als Leiter der Amtsstelle für Reklamanlagen sorgte er bald für Aufsehen: Mit seinem sicheren Gespür für Ästhetik und das Machbare brachte er innert fünf Jahren Ordnung in den Plakatschongel.

Futuristischer Glaszylinder

Erst kürzlich erhielt der futuristische Glaszylinder, die «Telecab 200'0», von der schon über 100 die Schweiz zieren, bei der Vergabe des internationalen DuPont Benedictus Award, der jährlich den innovativsten Gebrauch von Verbundglas für architektonische Projekte auszeichnet, als distingierter Finalist eine spezielle Anerkennung. «The final touch is the celestial music», stellte die internationale Fachjury des DuPont Benedictus Award 1998 anerkennend fest. Die sphärischen Klänge sind von Sri Swamiji, einem Siddha-Nada-Yogi, was soviel bedeutet wie vollendeter Meister der Töne.

Die Stadtkrone Telecab 200'0 kommuniziert Licht und Farbe. Licht steht für Bewusstsein, Farbe für Gefühl. Das Licht strahlt jede Nacht. Aus den Primärfarben Rot, Blau und Gelb ergeben sich sieben Kombinationen: für jeden Tag des Wochenkreises eine. Mit dem Einbruch



City-Ästhet Hans Ulrich Imesch

um Mitternacht geht ein Tag zu Ende, ein neuer beginnt.
Im Zusammenhang mit einem Plakatierungs-Gesamtkonzept für die Stadt Zürich analysierte der Stadtkünstler im Auftrag der Allgemeinen Plakatgesellschaft APG 1991/92 sämtliche bestehenden Plakatstellen und -träger. Sowohl der bauliche als auch der optische Zustand der meisten Telefonkabinen war unbefriedigend. Ohne direkten Auftrag entwickelte Imesch das gestalterische Grundkonzept der Telecab 200'0. Nach behördlicher Absegnung fasste die APG gegen Ende 1994 gemeinsam mit der Swisscom den Entschluss, Prototypen herstellen zu lassen. Nachdem die sogenannte 0-Serie mit acht Kabinen erfolgreich Einzug in die renommierte Zürcher Bahnhofstrasse gehalten hatte, kam es am 16. November 1995 in Zürich zur eigentlichen Geburtsstunde der Telecab: Ursula Koch, damals Vorsteherin des Bauamtes II, enthüllte die erste offizielle Telecab 200'0. Die edlen Glaszylinder zieren heute – neben ihrer Geburtsstadt Zürich, wo sich rund 100 Cabs finden – Aarau, Basel, Bellinzona, Biel, Renan, Nyon, Locarno, Lugano, Luzern, Schaffhausen, St. Gallen und Winterthur. Zurzeit besteht ein Produktionsrhythmus von zwei Telecabs pro Woche. Bald werden in der Schweiz über 500 gläserne Kunstwerke des Nachts in Farben strahlen, deren Zusammensetzung kein Zufall ist. □