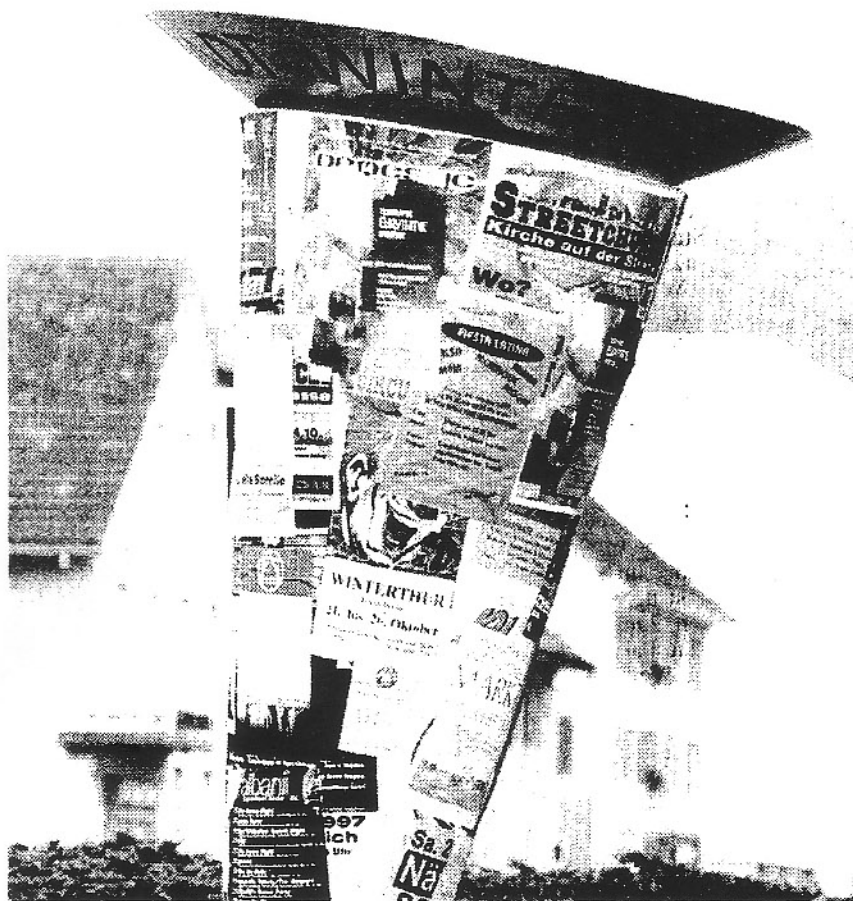


Die Stadt hat zusammen mit Plakatierungsfirmen einheitliche Richtlinien erarbeitet

Neues Plakatierungskonzept



Am «Kultur Nagel» dürfen künftig Vereine und kulturelle Anbieter ihre Kleinplakate aufkleben. (tru)

Wer wo die Stadt wie «möblieren» darf, hat es mit der Baubehörde zu tun. Diese entscheidet, ob Plakatständer an gewünschten Orten aufgestellt werden dürfen. Dass «Möblierungsbewilligungen» bisher keine einfachen Entscheidungen gewesen sind, ist den Medienvertretern an der gestrigen Präsentation des «in der Schweiz bisher einzigartigen Gesamtplakatierungskonzeptes 2000» deutlich gemacht worden. Mit «GK 2000» soll alles besser und einheitlicher werden.

(rsp) Ein einbeiniger Plakatständer unterscheidet sich von zweibeinigen Werbeflächenträgern nicht nur in der Anzahl

der Beine. Weit gefehlt. Auf zwei Beinen dürfen künftig kommerzielle Anbieter ihre Angebote feilbieten, auf einem Mittelstandbein die Nichtkommerziellen. Ob der kleine Unterschied dem umworbene Zielpublikum auffällt, ist unwichtig; Hauptsache ist, dass dies auf dem ganzen Stadtgebiet gleich ist – Normen und Richtlinien sei Dank.

Ob einheitlich, gesamtheitlich oder anders, Ortskundige dürfen sich freuen: Sie werden sich künftig dank den neuen Informationsständern weniger verirren. Diese sind mit einem «b» gekennzeichnet und präsentieren auf der einen Seite den Stadtplan.

Der Zank um die Bewilligung

Plakate, so Stadtrat Heiri Vogt, sind ein wesentlicher Bestandteil im Erscheinungsbild einer Stadt. Wer bisher allerdings wo was aufstellen und bekleben durfte, sei oft ein strittiger Punkt zwischen Baubehörde und Werbeflächenanbietern gewesen, liess Beat Sulzer von der Plakanda AWI AG als Stellvertreter der privaten Vertragspartner wissen. Erst sei Winterthur für eine restriktive Bewilligungspraxis bekannt gewesen, dann, nach personellen Änderungen in der Verwaltung, habe diese Praxis ins Gegenteil umgeschlagen und die Plakatflächen hätten markant zugenommen, bis die Stadt einen Stopp verfügt habe, sagte Sulzer. Baudepartementsvorsteher Vogt gab zu, dass die Baubehörde in den letzten Jahren mit Reklamebewilligungsgesuchen bombardiert worden sei. Langwierige Rechtsstreitigkeiten seien die Folge gewesen.

Um transparente und klare Rahmenbedingungen im Bewilligungsverfahren zu schaffen sowie dem uneinheitlichen Erscheinungsbild im öffentlichen wie im privaten Raum einen Riegel zu schieben, beauftragte der Stadtrat im vergangenen Jahr eine Arbeitsgruppe, gemeinsam mit verschiedenen Plakatierungsfirmen ein neues Konzept zu erarbeiten. Der Zeitpunkt war günstig, da der Konzessionsvertrag der Stadt mit der Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG), die bisher auf öffentlichem Grund die Plakatwerbung betreut hat, Ende Jahr ausläuft.

Privater Grund mit einbezogen

Obwohl bereits einige Städte im Kanton ähnliche Plakatierungskonzepte anwenden, sei im Winterthurer Konzept erstmals der Einbezug von privatem Raum zustande gekommen, freute sich Vogt. Mit der APG hat die Stadt einen zehnjährigen Konzessionsvertrag für Plakate auf öffentlichem Grund unter-



Lieferschein Nr.: 239899; Medien Nr.: 1359; Medienabgabe Nr.: 116516; Treffer Nr.: 1632048; Objekt Nr.: 640961; Subjekt Nr.: 1; LeitNr: 24