



Postkarte Stadt Schaffhausen

Das Gesamtkonzept Stadtplakatierung als praxisorientiertes Stadt-Design besteht aus Ortsbildanalysen und stadtästhetischen Entwicklungsszenarien. Ziel ist die gestalterische Integration der Außenwerbung ins Stadtbild.



Schaffhausen mit seinen 35 000 Einwohnern ist Hauptort des gleichnamigen Kantons. Die Stadt liegt am Rhein und ist eine selbstständige Siedlungseinheit in einem weitgehend ländlichen Raum. Schaffhausen hat eine wunderschöne Altstadt, um die sich bevorzugte Wohngebiete an besonnten Hügeln ausbreiten, umgeben von Weinbergen und Wäldern. Für den Altstadtbereich entwickelte das Hochbauamt eine sorgfältige Praxis, die die Beschilderung und Beschriftung von Läden, Restaurants und Hotels in gestalterischem Einklang mit der historischen Architektur erscheinen lassen. Plakatwerbung war grundsätzlich nicht zugelassen. Ebenso rücksichtsvoll tritt die Außenwerbung entlang der gesamten Rheinfront der Stadt in Erscheinung. Plakate waren auch dort praktisch ausgeschlossen, diese fand man in weniger heiklen Gebieten wie Bahn- und

Straßenunterführungen, Gewerbe- und Industriezonen. Das Gesamtkonzept Stadtplakatierung (GKS) will das Plakat als zeitgemäßes Werbemedium durch sorgfältige gestalterische Integration auch in heikle bauliche und landschaftliche Umgebung bringen, in denen durch Nutzung des Erdgeschossbereiches mit hohem Öffentlichkeitsgrad und hoher Besucherfrequenz Plakate aus werbeteknischer Sicht höchste Wirksamkeit erzielen können. Dazu schafft GKS ein eigenes Netz, in dem Plakate im Format B4 aus schließlich für offizielle kulturelle Veranstaltungen (Ausstellungen, Museen, Theater, Konzerte) werben. Das Format B4 (90,5 x 128 Zentimeter) heißt auch Weltformat, obwohl es nur in der Schweiz verwendet wird. Kulturplakate sind, wie die vielen Auszeichnungen belegen, häufig von besonderer gestalterischer Qualität

und haben deshalb auch die Funktion als Augenöffner für Arbeiten der visuellen Kommunikation.

Im Rahmen des GKS erhält das lokale Gewerbe zu einem günstigen Tarif (33 Franken für 14 Tage) einen werbewirksamen Aushang. Aufgrund der örtlich bezogenen Werbebotschaft können solche Plakate auch problemlos in halböffentlichen Bereichen bis privat wirkenden Siedlungsteilen erscheinen.

Kampagnen von Firmen und Produkten mit nationaler oder internationaler Reichweite verwenden Formate, die bis auf das nur in der Schweiz existierende B12 internationaler Standard (B200, GF) sind. Solche Kampagnen sind nicht ortsbezogen. Deshalb können sie nur an den Orten in der Stadt angebracht werden, wo infolge der Nutzung und des städtebaulichen Umfelds ein höchster Öffentlichkeitsgrad definiert werden kann.

Obschon Innenstadtbereiche und Verkehrsknoten grundsätzlich begehrte Plakatstandorte sind, ist dort ihre gestalterische Einordnung infolge von Platzbeanspruchung und hohem urbanen Standard problematisch. In Verbindung mit gestalterisch hochstehendem Stadtmöbiliar ist es jedoch möglich, auch im Citybereich Außenwerbung funktional wie ästhetisch gut ins Stadtbild zu integrieren.

Stadtmöblierung aus einem Guss

Die Bahnhofstraße in Schaffhausen stellt eine Nahtstelle dar zwischen dem Bahnhof und der Altstadt. Sie ist Drehscheibe, Umsteigeknoten, zentraler Ort des öffentlichen Verkehrs. Die engen Platzverhältnisse und die prominente Architektur der umliegenden Bauten verlangten nach einer sicheren, sauberen und eleganten Gestaltung, die alle Funktionen wie Wetzschutz, Kommunikation und Information auf elementar einfache Weise erfüllen konnte. Die Lösung bestand in der Anwendung materialsparender und Transparenz schaffender Stadtmöblierungsreihen.

Aus einem Bus- und Tramwarteallen-Baukasten stammen die Dächer der Warteunterstände. Ein nur acht Millimeter dickes Stahlblech, das in seiner Form der statischen Linie folgt, bietet den Wartenden Schutz vor Sonne, Regen und Schnee. Infolge seiner praktisch materiellen Inexistenz wirkt es leicht und befreiend. Die Dächer werden nachts von Bodenscheinwerfern angestrahlt.

Leuchtbänder markieren die Einsteigekante. Diese Leuchtbänder haben Sicherheitsfunktion und verändern täglich das Erscheinungsbild des Platzes durch wechselnde Farben.



GKS (3)

Genauere Analysen ergeben geeignete Standorte für die Werbung. Ortsbezogene Veranstaltungshinweise finden an der Rheinpromenade ihren Platz, gewerbliche Werbung an exponierteren Standorten an Straßen. In der Altstadt wird Werbung mit der „Telecab“ kombiniert.

Stadtmobiliar: Designreihen BK SM City (Baukasten Stadtmobiliar City) und BUTRAWA (Bus- und Tramwarte-hallen-Baukasten), Telecab und kulturNAGEL (Anschlagsäule für Kleinplakate) sowie der Plakatträger GF-Membran (für 3 x 4 Meter große Plakate): IGGZ, Hans Ulrich Imesch, Telefon 0041/1/714 70 01
 Weitere Informationen: Stadt Schaffhausen, Hochbauamt, Ulrich Witzig, Telefon 0041/52/632 53 81
 Allgemeine Plakatgesellschaft APG, Rolf Suter, Telefon 0041/31/998 92 44

Über die Public-Design-Reihe „Baukasten Stadtmobiliar City“ kommt nun die Außenwerbung auf den Bahnhofplatz. Es sind die Elemente City-Tel, eine offene Telefonsprechstelle, City-Plan, eine beleuchtete Stadtplananlage, City-Star, beleuchtete Werbeplakate im Format B200, und City-Info, eine Stele mit Fahrgastinformationen.

Die Telecab, für viele die schönste Telefonkabine der Welt, steht in Schaffhausen zwar nicht auf dem Bahnhofplatz, dafür als Ikone an anderen städtebaulich wichtigen und stark frequentierten Orten. Die Telecab ist ein selbsttragender Glaszylinder mit einem täglich wechselnden Lichtspiel.

Gründliche Analyse des Stadtbildes

Um die adäquaten Standorte der verschiedenen Plakatierungsarten und -formate zu bestimmen, entwickelten wir ein differenziertes analytisches und planerisches Instrumentarium. Auf der grundlegenden Ebene, die das gesamte Stadtgebiet umfasst, wird in einem phänomenologischen Ansatz vor Ort die Ist-Situation der das Stadtbild prägenden Parameter erarbeitet. Dabei werden selbstverständlich entwicklungsplanerische Konzepte der Stadt mit einbezogen. Die Analyse betrachtet in verschiedenen Schichten die Stadt. Als Beispiel wird die Schicht Landnutzung, Nutzungsarten gezeigt. Neben dieser werden noch 15 weitere Schichten analysiert und zu einem Ganzen überlagert. Als Resultat ergeben sich schließlich die kompatiblen Plakatierungsfelder. Das Planbeispiel zeigt die Betrachtungsebene

Nutzungsarten. Im großräumigen Zusammenhang werden über das gesamte Stadtgebiet die Hauptnutzungen Wohnen, Wohnen/Gewerbe/Dienstleistungen, Industrie und Naherholungsgebiete unterschieden sowie die historischen Kerne lokalisiert. Somit wird aus diesem Plan bereits ersichtlich, für welche Bereiche sich die verschiedenen Plakatwerbarten eignen. So sind im durchmischten Gebiet grundsätzlich alle Plakatarten und -formate geeignet, hingegen sind im Altstadtbereich lediglich Kulturplakatierung und kommerzielle Plakatwerbung im Zusammenhang mit Stadtmobiliar möglich. Aufgrund der Stadtbildanalyse können Plakat-zonen ausgewiesen werden, in denen Dichte und Formate definiert sind. Es werden Gebiete unterschieden von zurückhaltender Plakatierung bis hin zu Plakatierungsschwerpunkten. Im Bereich zurückhaltender Plakatierung sind außer im Zusammenhang mit Stadtmobiliar keine nationalen und internationalen Kampagnen möglich. Zugelassen ist die Plakatwerbung für das lokale Gewerbe und die Kulturplakatierung. Im Bereich Plakatierungsschwerpunkt kann die Außenwerbung sogar zum ortsbildgestalterischen Ereignis werden. Die konsequente Anwendung des Gesamtkonzeptes führt zur funktionalen und ästhetischen Aufwertung des öffentlichen Raumes. Kritiker, die in diesem Vorgehen eine Überreglementierung und dadurch eine Fessel für die gesetzlich verankerte Gewerbefreiheit sehen, werden eines Besseren belehrt, wenn sie die mittels GKS erzielten Mehreinnahmen von Plakatgesellschaften und Städten erfragen.

Für die Bahnhofstraße von Schaffhausen entwarfen die Stadt designer ein Baukastensystem für die Bushaltestellen. Fahrgastinformationen finden ebenso ihren Platz wie Stadt-pläne und Hinweise für Besucher der Stadt.



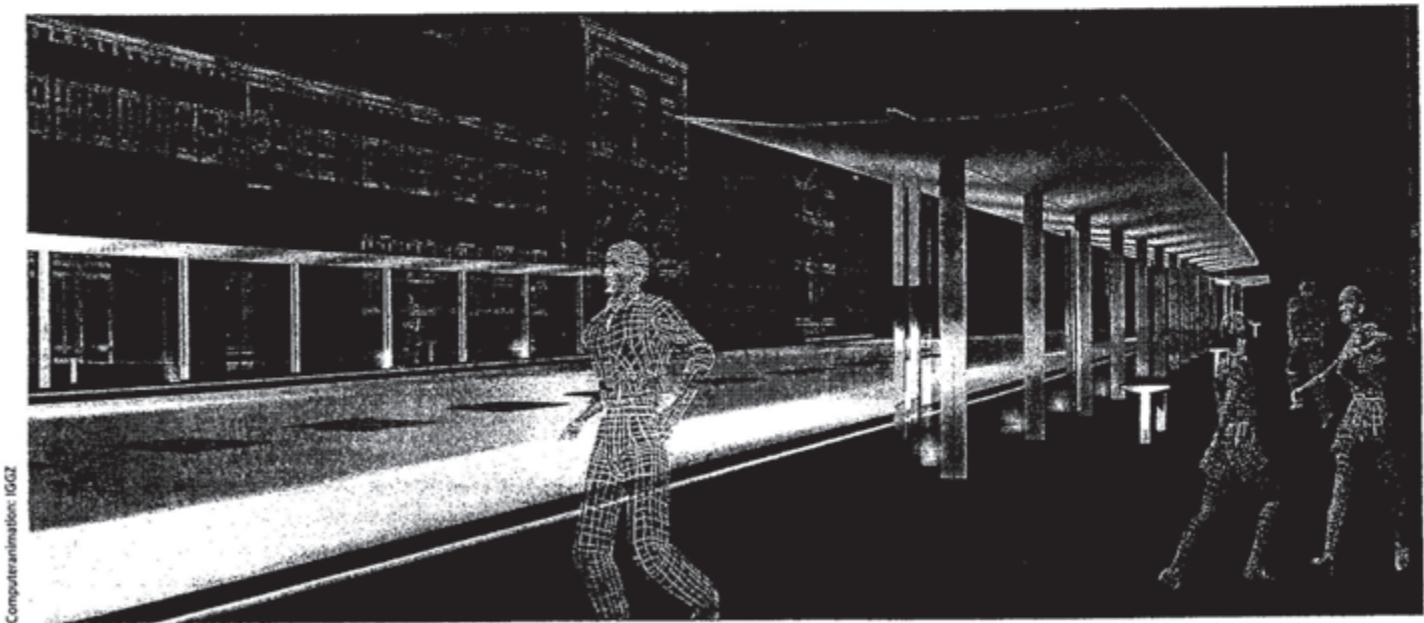
Plan: IGGZ (2)

Um Zonen für Plakatwerbung ausweisen zu können, sind zahlreiche Analysen notwendig. Ein Schritt ist die Untersuchung der unterschiedlichen Nutzungen (Plan links). Endprodukt ist dann der Plakat-zonen-plan, der Bereiche für kommerzielle Werbung ausweist.

Die Bahnhofstraße von Schaffhausen ist zentraler Ort des öffentlichen Nahverkehrs. Die transparent gestalteten Haltestellen passen sich durch ihr schlichtes Design problemlos in die Umgebung ein.



IGGZ (3)



Computeranimation: IGGZ