

<http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/344579/index.do>

Gemeinderat: Uhren-Werbung: Kontrollamt prüft „Schnäppchen“

20.11.2007 | 18:24 | MICHAEL LOHMEYER (Die Presse)

733 Euro Jahresmiete: Die Grünen schalten das Kontrollamt der Stadt Wien ein.

WIEN. Ab kommendem Jahr sollen die 75 Würfeluhrn, die auf belebten Plätzen und an stark frequentierten Straßen in 22 Bezirken Wiens aufgestellt sind, zur Werbefläche werden. Geht es nach der Magistratsabteilung 33 (die für Licht zuständig ist) geht der Deal heute über die Bühne.

Demnach soll die Wiener Städtische Versicherung den Zuschlag bekommen. Pauschalsumme, die für diesen Gestattungsvertrag zu entrichten ist: 550.000 Euro für die gesamte Vertragsdauer von zehn Jahren. Anders ausgedrückt: Dafür, dass der Unternehmens-Schriftzug ein Jahr lang auf einem Ziffernblatt zu lesen ist, werden 183 Euro und 33 Cent berechnet – für alle vier Seiten einer Würfeluhr also 733,33 €.

Mit einem entsprechenden Antrag schaltet die Grüne Gemeinderätin Sabine Gretner das Kontrollamt der Stadt Wien ein. Sie bezweifelt, ob die Vereinbarung tatsächlich dem Grundsatz der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit entspricht.

Recherchen in der Werbebranche brachten zu Tage, dass es „keinen standardisierten Werbewert“ für Würfeluhrn gibt, wie es heißt. In Deutschland allerdings ist eine Werbung in Verbindung mit einer öffentlichen Uhr nichts Besonderes: Dort betreibt die Agentur „Ströer“ mehr als 4000 Uhren in verschiedenen Städten. Werbeflächen gibt es dort allerdings nicht auf dem Ziffernblatt zu mieten, sondern lediglich auf Flächen, die an den Säulen dieser Uhren montiert sind. Den Wiener Tarif will Mathias Hundhausen, Sprecher der deutschen Agentur, nicht direkt kommentieren: „Das hängt ja ganz vom konkreten Standplatz und den Ortsverhältnissen ab. Aber es kommt mir wie ein sehr günstiges Schnäppchen vor.“

Guido Zurstiege, Professor am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Uni Wien: „Es ist nicht möglich, eine Bandbreite des Marktwertes zu benennen. Zu vergleichen ist Werbung auf einem Ziffernblatt aber am ehesten mit einer im Inneren öffentlicher Verkehrsmittel: Man schaut zwangsläufig hin. Es gibt sehr viele Kontakte.“

Werbung in öffentlichen Verkehrsmitteln vermarktet „Gewista“, ein der Stadt Wien nahe stehendes Unternehmen. Für eine Fläche 20 X 41 Zentimeter in 30 Linien werden 4296 Euro veranschlagt, netto. Mit Werbeabgabe und Mehrwertsteuer dann mehr 5400 Euro – pro Monat.

Für SP–Stadtrat Rudi Schicker, der für die MA 33 zuständig ist, ist die Ziffernblattwerbung „endlich eine Möglichkeit von ‚public private partnership‘“, wie er über seine Sprecherin ausrichten lässt. Es habe mehrere Angebote gegeben, jenes der Versicherung sei das beste gewesen. MA 33–Leiterin Susanne Leitner sagt zur „Presse“, dass es das einzige für alle 75 Uhren gewesen sei und der Stadt den Weiterbetrieb ermögliche. Das Angebot sei von der Versicherung ausgearbeitet worden, nachdem 2006 Berichte erschienen waren, dass die Floridsdorfer Bezirksvertretung zu wenig Geld hatte, um eine öffentliche Uhr reparieren zu lassen.

(„Die Presse“, Print–Ausgabe, 21.11.2007)