

<http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/337625/index.do>

Wildplakatierer werden gezähmt

17.10.2007 | 18:20 | MARTIN STUHLPFARRER (Die Presse)

Mehr Sauberkeit. Wildplakatierer geben auf; Experte: Positive Wirkung für Tourismus.
die Presse (fabry)

wien. Ein jahrelanger Streit hat ein plötzliches Ende gefunden. Die Wildplakatierer-Szene, die Wien seit Jahren mit illegalen Veranstaltungsplakaten zupflastert, ganze Stadtteile verunstaltet, hat völlig überraschend kapituliert – mit der Stadt Wien und der Werbefirma Gewista gibt es nun einen Friedensvertrag. Ab 1. Jänner 2008 werden die Wildplakatierer ihre (illegale) Arbeit einstellen und Plakate nur mehr auf speziellen Gewista-Flächen aufhängen. Damit wird die Verschandelung des Stadtbildes durch die Plakatflut gestoppt, versprechen alle Beteiligten.

Details des „Friedensvertrags“: Die Gewista stellt der Szene Plakatflächen auf 5250 der 90.000 städtischen Masten für Kultur- und Veranstaltungswerbung zur Verfügung – zu einem günstigen Preis von 2,95 Euro. Die Wildplakatierer haben dort die Sicherheit, dass ihre Plakate nicht sofort von anderen Wildplakatierern überklebt werden und erreichen mit minimal höherem (finanziellen) Aufwand eine deutlich längere Werbezeit.

„Es ist positiv für den Tourismus. Auch in Hinblick, wie sich Wien während der Euro2008 präsentiert.“

Tourismus-Forscher Peter Zellmann

Die Gewista bekommt mehr Einnahmen, die Wildplakatierer mehr Werbeeffect – und die Stadt? Neben dem Abebben der Plakatflut fließen zusätzliche Steuereinnahmen von der Gewista zur Stadt Wien. Und: „Es ist positiv für den Tourismus“, erklärt Tourismus-Experte Peter Zellmann (Institut für Freizeitforschung): „Auch in Hinblick, wie sich Wien während der Euro2008 präsentiert“.

Laut Zellmann würden Touristen extrem hohen Wert auf Sauberkeit, Überblick und Sicherheit in Wien legen. Das Ende des Wildplakatierens käme dieser Erwartungshaltung voll entgegen. Und die Wiener selbst?

„Rund ein Drittel findet ein Gebiet, wo überall Plakate kleben, toll, jugendlich und urban. Aber zwei Drittel wollen das überhaupt nicht.“

Verwaltet werden die neuen Werbeflächen, die speziell für Kultur-Plakate der Szene reserviert sind (z. B. Planet Music), von einer gemeinsamen Gesellschaft von Wildplakatierern und Gewista, die seit Jahren beklagt: Immer mehr Flächen im öffentlichen Raum werden illegal zugesperrt. „Jetzt haben wir aber 90 Prozent der Wildplakatierer ins Boot geholt“, erklärte Gewista-Chef Karl Javurek zufrieden.

Scurril: Die illegalen Wildplakatierer mutieren von Saulus zu Paulus. Sie halten künftig das Umfeld „ihrer“ Plakatflächen sauber und entfernen illegale Plakate – falls die restlichen 10 Prozent der Wildplakatierer sich nicht an die neuen Spielregeln halten. Ex-Wildplakatierer Josef Sopper scharf: „Wir werden in diesen Fällen auch den Kontakt zur Exekutive suchen.“

("Die Presse", Print-Ausgabe, 18.10.2007)