

**PHETTBERGS  
PREDIGTDIENST**  
Saftig



Barack Obama wird's machen, keine Frage, denn die 9 1/2 Liter Blut pro Person werden täglich autonom bewirtschaftet.

So lerne, Phettberg, deine Ernährung, und du wirst blutfrisch leben! Nach dem Abend, wo Obama vor der Siegessäule in Berlin seine Rede hielt, ging ich um 20 Uhr schlafen und erwuch mit Träumen, dass mir alles wegkam, was ich mir „sammelte“. Obama ist frisch und voll Saft. Warum soll sich die USA mit was anderem abgeben, wenn sie Barack Obama kriegen könnten. Es ist immer eine Wahl, was ich mit den Tagesminuten mache. Tagesminuten und richtige Ernährung sind die Maße. Stellen wir doch eine Tausendstel Sekunde meines Daseins gegen dem Obama seins. Wir sind ein befriedigter Globus.



Halbschal: Gibt's bei der Wahl statt Dreiecksständer Halbschalen?

# Dreiecksbeziehungen

**WERBUNG** Wenn die Wiener SPÖ einen Wahlkampf führt, dann gilt so manche Regel nicht mehr. Zum Beispiel, was Plakate betrifft. JOSEPH GEPP

Wenn ich uns in die Vergangenheit tieftreue und die Gegenwart darschiebe. Jubele ich. Und wundert mich, dass die ÖVP verzweifelt Neuwahlen betreibt. Selbstbefriedigung? Eifersüchtig auf Obama? Es ist jede Wahl eine Schönheitskandidatur. Es ist jede Fußballmeisterschaft eine Knackigkeitsbefriedigung. Wie ich mich freue, wenn wer an mir vorbeigeht und dabei knackige Bluejeans anhat. Eine kleine Hoffnung. Eine Kandidatur meiner Ödnis. Ich darf nicht bitter werden. Denn du musst dir vorstellen, warum hat der Typ seine Bluejeans angezogen? Er hofft – ebenso wie ich – Befriedigung. Ich hab keine Ahnung, wie viele Milliarden von meiner Art im Augenblick am Globus leben. Wie vielen es so schlecht geht, dass sie im Sterben liegen, krank sind. Und ich leb so angenehm mit meiner heutigen gerösteten Hühnerleber vom Sozialamt bezahlt. Wenn ich verschwenderisch bin, leiste ich mir einen Seetangsalat. Bald wird es leichter, einen illegalen Satelliten fliegen zu lassen, als ein Plakat wo hinzukleben. Aber gemäß der Hardware reizt das Illegale! Jubele. So wie dem Haider sein Kampf mit dem Verfassungsgerichtshof. Oder der hantigen Innenministerin. Die Hosen der Fußballer werden länger, und die Frauen verlassen die Politik. Ich gehe über. Der Satz (der mit dem „Seetang“) ist mir dermaßen gut gelungen, dass ich z.B. in dem Moment nicht weinen muss aus Unglück. Und ich schließe gnadenlos und lasse Sie, duh-Sub, in Ihrer Ödnis allein, baba.

Die ungekürzte Version des „Predigtentextes“ ist über [www.falter.at](http://www.falter.at) zu abonnieren. Unter [www.phettberg.at](http://www.phettberg.at) ist wöchentlich neu zu lesen, wie Phettberg strömt.

**W**er bis vor einem halben Jahr in Wien eine Kulturveranstaltung bewerben wollte, der engagierte einen Wildplakatierer. Bunte Poster auf Brückenfeilern oder Stromkästen kündeten dann von der aktuellen Ausstellung im Künstlerhaus oder vom Konzert in der Szene Wien. Im Jänner 2008 machte die Gemeinde dem Treiben ein Ende: Mit Verweis auf die Straßenverkehrsordnung wurde das Wildplakatieren verboten. Als Ersatz dienten, sogenannte Halbschalen, tausende über die ganze Stadt verteilte Metalltafeln. Kulturplakat heißt die Initiative, zentral organisiert wird sie von der Kulturplakat GmbH, die mehrheitlich der rathausnahen Außenwerbefirma Gewista gehört. Von den alten Wildplakatierern schlossen sich manche der neuen Aktion an, andere protestierten und kleben bis heute ihre Werbeposter illegal. Kritiker werfen der Gewista Monopolisierungsbestrebungen vor. Um diesem Vorwurf zu entgehen und die Vielfalt zu wahren, verspricht der Werbekonzern auf seiner Homepage, die Halbschalen ausschließlich „Veranstaltern von Kultur- und Szeenevents“ vorzubehalten: „Zu äußerst kulantem Preis können nun Veranstaltungen, für die nur ein kleines Werbebudget zur Verfügung steht, (...) beworben werden.“ In den Geschäftsbedingungen der Kulturplakat GmbH findet sich der Satz: „Die Kulturplakat behält sich das Recht auf Ablehnung von nicht kulturraffinen Plakaten vor.“

Als zwei Monate später die Vösendorfer Erotikmesse auf den Kulturplakaten warb, fragte der *Falter* bei der Gewista nach, was denn alles unter Kultur zu verstehen sei. Die Antwort lautete, dass man Veranstaltungen eben schwer aussieben könne und daher auch die Pornomesse auf den Halb-

schalen Platz finden müsse. Bei einem Mediengespräch vergangene Woche fand SPÖ-LandesparteiSekretär Harry Kopietz eine neue Verwendungsmöglichkeit für die Werbeflächen: Die Dreieckssteher, auf denen bisher Parteien in Wahlkampfzeiten Werbung gemacht haben, seien „überholt“ und „für Verkehrsteilnehmer gefährlich“, sagte er. Stattdessen könne man doch die Halbschalen für Wahlwerbung nutzen. Es gebe diesbezüglich ein Angebot der Gewista, die die Flächen gratis zur Verfügung stellen würde. Wenn sich alle Parteien auf die Halbschalen als Werbemedium einigen, könne man über einen Verzicht auf die vielen ungeliebten Dreieckssteher nachdenken.

### Was bleibt von der Idee der günstigen Werbemöglichkeit für Kultur- und Szeenevents?

Was bleibt nun von der Idee der günstigen Werbemöglichkeit für kleine Kultur- und Szeenevents? „Wahlwerbung gibt es sowieso nur alle drei bis fünf Jahre“, sagt Gewista-Chef Karl Javurek. „Und von den Dreiecksstehern fühlen sich die Leute gestört. Also wurde seitens der Politik der Vorschlag an uns herangetragen, statt der Steher auf Kulturplakate zurückzugreifen.“ Er könne sich das durchaus vorstellen, sagt Javurek. Viele Halbschalen müssten abmontiert werden, weil sie im Wahlkampf den Dreiecksstehern Platz wegnähmen. „Wir würden uns so das Abmontieren ersparen.“ Aus diesem Grund biete die Gewista bei Wahlwerbung auch einen „gestützten Tarif“ an. Laut *Standard* beträgt er lediglich eine Anbringungsgebühr von einem Euro pro Plakat. Konkret hieße das, dass Parteien für die gleiche

Werbung weniger zahlen müssten als Kulturbetriebe, für die ein Plakat 2,95 Euro kostet. Viele derwerbenden Kulturinstitutionen, etwa Stadthalle oder Szene Wien, unterstehen indirekt oder via Wien-Holding der Gemeinde – und würden im Gegensatz zu den Parteien den vollen Preis zahlen. Die Konsequenz: Wo stadteigene Betriebe voll zahlen, bekommen Parteien für dieselbe Leistung Rabatt. Javurek wollte zu den genauen Kosten keine Stellung nehmen.

Es ist eine Vorgangsweise, die eine alte Frage aufwirft: Ist die Gewista so unabhängig, wie sie sich gerne darstellt? Immer wieder werfen Kritiker dem Werbeunternehmen Parteinähe vor. 13 Prozent des Konzerns stehen über Umwege im SPÖ-Besitz (Mehrheitsbesitzer ist die französische ICDE-caux). Bis 1974 als Magistratsabteilung Teil der Stadtverwaltung, sitzen bis heute im Aufsichtsrat einer Gewistamutterfirma LandesparteiSekretär Kopietz und Helmut Laska, Ehemann von SPÖ-Vizebürgermeisterin Grete. Josef Sopper, ein Geschäftsführer von Kulturplakat, gilt als enger persönlicher Freund von Harry Kopietz. Im Nationalratswahlkampf 2006 warfen die Grünen der Gewista massive Preisnachlässe bei SPÖ-Werbung vor. Im Jänner 2008 kritisierten die Prüfer des Kontrollamts Begünstigungen der Gewista durch die Wiener SPÖ. Dementsprechend reagiert nun die Opposition auf den Vorschlag von Harry Kopietz: Von einem „unmoralischen Angebot“ und „billigen Tricks“ spricht Grünen-Klubobfrau Maria Vassiliakou. Und auch ÖVP-Stadtrat Norbert Walter will „das Quasimonopol der Gewista nicht unterstützen“. „Bisher war es so, dass bei den Dreiecksstehern jeder Partei rechtfähig dieselbe Anzahl zusteht“, sagt er. „Ich weiß nur nicht, wie das bei den Kulturplakaten ausschauen würde.“

Foto: Herbert Con