



Noch bis Montag sind die farbigen, leeren Plakatwände an der Weinbergstrasse zu sehen. BILD: KARIN HOFER

Freiere Sicht auf Weinbergmauer

Die 130 Meter lange Stützmauer zwischen Central und Haldenegg sieht neu aus. Im Rahmen des Plakatierungs-Gesamtkonzeptes 1992 der Stadt Zürich wurde die Werbefläche auf der Weinbergwand um 30 Prozent reduziert. Damit soll das Mauerwerk besser zur Geltung kommen.

□ PASCAL IHLE

«Wir wollen den Zürcherinnen und Zürichern zeigen, dass die Werbung städtebaulich mitdenken kann und nicht nur etwas Schlechtes ist, wie viele meinen», sagt Reinhard Brunner, Direktor der Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG), und zeigt auf die neu gestaltete Weinbergwand.

Bis anhin war die 130 Meter lange Stützmauer aus Kalksteinquadern mehr oder weniger chaotisch mit Werbeplakaten überklebt. Das imposante

Stück Städtebau wurde gänzlich übersehen. Die Reduktion und die Neugruppierung der Plakatwände erlauben nun eine grosszügigere Sicht auf die Stützmauer zwischen Central und Haldenegg. Vier Punkte bilden die Basis des neuen Weinbergwand-Konzepts: die städtebauliche Präsenz, die «Ganzheit» der Wand, die optische Qualität des Mauerwerkes und das Wichtigste, das Verhältnis zwischen freier Wand zum mit Plakaten belegten Teil.

30 Prozent der bisherigen Werbefläche wurde reduziert. Mit

der Neuordnung der 12 m², Grossformate in zwei Dreier- und drei Zweier-Gruppen ist ein Rhythmus entstanden, dank dem die Mauer wieder atmen kann.

Die Gestaltung der Weinbergwand steht im Zusammenhang mit dem Gesamtkonzept 1992 der Stadt Zürich (GK 92), der Plakatierung auf privatem Grund. Die Ziele des GK 92 sind eine Reduktion des aktuellen Plakatbestandes um 30%, eine Konzentration der zukünftigen Plakatierung auf werbeteknisch und wirtschaftlich erfolgreiche Standorte, die Vereinheitlichung des Trägermaterials sowie die Anordnung der Plakatstellen nach städtebaulichen, ästhetischen und funktionalen Gesichtspunkten.