Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 17 (2004)
Heft: [5]: Das Plakat als ein Stück Stadt

Artikel: Fokus : Werbung mit Gleisanschluss
Autor: Locher, Adalbert
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-122377

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 05.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

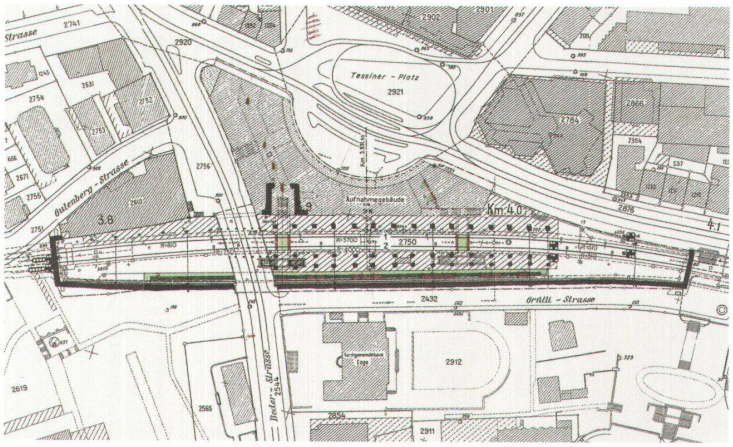
Werbung mit Gleisanschluss

Text: Adalbert Locher

Bahnhöfe haben viel Publikum und sind daher als Werbestandorte sehr begehrt. Am Bahnhof Zürich Enge und der Furka Oberalp Bahn zeigt Hans Ulrich Imesch zwei architekturverträgliche Plakatierungskonzepte auf. Ein weiteres für Luzern ist in Arbeit. Für den Bahnhof Thalwil hat Imesch mit Partnern ein Entwicklungsmodell verfasst.

: Der Bahnhof Enge von den Gebrüdern Otto und Werner Pfister gehört mit dem Hauptbahnhof und Stadelhofen zu den drei imposantesten SBB-Stationen der Stadt. Am Fuss einer Geländekante gelegen, markiert der Bahnhof den Beginn der Innenstadt und wäre das prägende Gebäude des Tessinerplatzes, wenn er nicht durch Strassen und Tramgeleise davon abgeschnitten würde. Ein Restaurant und Läden beleben den Bahnhof, erzeugten aber auch Nebeneffekte. Immer störender auch die zunehmende Werbung. 1994 bestellte die Allgemeine Plakatgesellschaft (APG) beim IGGZ eine Pilotstudie zur Plakatierung. Der Bahnhof Enge war mit seinem Nutzungsmix dazu exemplarisch geeignet, ausserdem war er bereits mit den verschiedensten Formaten bestückt, welche die hochwertige Architektur zum Teil beeinträchtigten.

Bei seiner Analyse liess es Hans Ulrich Imesch nicht bei den Plakaten bewenden, sondern er untersuchte auch die Benützerstruktur, die Art und die Frequenzen der Züge, die Architektur, die verschiedenen sekundären Nutzungen. Begriffe wie Geist, Gestalt, Raumfolgen, Materialien richteten den Blick der SBB-Manager auf die Qualitäten der Architektur. Die Plakatierung im Bahnhof setzte Hans Ulrich Imesch in Bezug zur Plakatierung in der Umgebung. Ein ‹Verschmutzungskataster› ortete Störfaktoren wie Warenabstellplätze, Abfallcontainer und die Verkaufsprovisorien. Imesch wollte die Plakate reduzieren und nur noch an wenigen ausgewählten Stellen vor dem Gebäude sowie in Passerellen und mit grösseren Formaten an der Stützmauer platzieren. Gedacht als Pilotbeispiel für weitere Bahnhöfe wurde das Sanierungskonzept trotz Applaus seitens von SBB-Oberen nicht realisiert. Immerhin zeitigte das Plädoyer für die Architektur teilweise Wirkung. Die Licht-



Bahnhof Enge

Die Illustration visualisiert die Plakatierung entlang der Stützmauer hinter den Gleisen. Die Zugpassagiere nehmen eine zu- oder abnehmende Verdichtung wahr. Für Wartende auf dem Perron erscheinen die Grossformate hinter einer niederen Hecke wie ein Bühnenbild. Überzeugen, aber wie? Die Abbildungen sind der Dokumentation entnommen, die Hans Ulrich Imesch SBB-Verantwortlichen präsentierte, um sie von den Vorteilen einer massvollen Plakatierung zu überzeugen. Er fand damit wenig Gehör. Das Renditedenken hat sich bei den SBB so stark durchgesetzt, dass SBB-Fahrgäste mit aufdringlicher Werbung geradezu vergrault werden. Krasses Negativbeispiel dafür ist der Zürcher HB. Gegenüber kritischen Anmerkungen im ‹Tages-Anzeiger› verwies die SBB auf die Werbung als Einnahmequelle. Sie hat den Vertrag mit der aggressiv operierenden Impacta, einer Tochter der Affichage Holding, bis ins Jahr 2008 verlängert.

und Werbekonzeption des Bahnhofes ist heute wesentlich ansprechender. Nicht verwirklicht wurde hingegen das Herzstück von Imesch's Vorschlag, die Plakate vor den Böschungsmauern im Stil eines Bühnenbildes zu inszenieren, samt einer Hecke entlang des ‹Orchestergrabens› der Gleise. Sozusagen orchestriert stellte sich Imesch die Plakate vor: locker gehängt bei den Einfahrten und zunehmend verdichtet zur Bahnhofsmitte.

Plakate in den Bergen: Soleil Alpin

Über dreissig Bahnhöfe und Haltestellen säumen die Matterhorn Gotthard Bahn, früher bekannt als Furka Oberalp Bahn, auf ihrer Strecke von Naters nach Acla durch die Kantone Wallis, Uri und Graubünden. Im Walliser Bitsch ist der Bahnhof ein sonnengebräuntes Holzhäuschen, im urnerischen Andermatt ein plattenverkleideter Flachdachbau mit Natursteinelementen und im Bündner Dieni ein Beton-Unterstand. Zu dieser Stilvielfalt kamen die unterschiedlichen Veränderungen durch Sekundärelemente. Das schmucke Stationsgebäude von Niederwald etwa mit seinen Eckrisaliten und mit Naturstein überwölbten Fenstern und Türen war an einer Ecke mit einer Telefonkabine, einem Billettautomaten, einer Infobox, einem Abfahrtsdisplay, mehreren Fahrplantafeln, einem Briefkasten nebst zwei Elektrokästen, der obligaten Bahnhofsuhr und der Stationentafel überwuchert. Die Aufzählung zeigt, was sich mit der Zeit so alles ansammeln kann, und Niederwald ist nur ein Beispiel. Das Gebäude hatte sozusagen sein Inneres nach aussen gekehrt.

Eines Tages war das Mass voll: Auf Initiative von Bahnpräsident Rolf Escher, vormals Stadtpräsident von Brig, erarbeitete das IGGZ im Auftrag der Allgemeinen Plakatgesellschaft ein neues Erscheinungsbild. Erstens, um das Gemeinsame in der Vielfalt der Bahnhöfe zu betonen, zweitens, um die grösstenteils qualitätvollen Gebäude von Ballast zu befreien, und drittens, um Plakat-Anschlagstellen zu schaffen, das heisst der Kasse zu nützen, ohne der Landschaft und dem Ansehen zu schaden. Das Augenmerk galt Anschlagstellen für Fahrgastinformationen, Bahnreklamen, Vereinsanschlägen und Plakatstellen. Die Plakatierung wurde aus naheliegenden Gründen auf die grösseren Stationen beschränkt sowie auf Strassenstellen in Bahnnähe. Besonderes Kennzeichen der Plakatstellen entlang der Linie ist der Unterbau des Trägers durch aneinander gereihte Steinquader, vertikal eingelassene Bahnschwellen aus Holz oder einen hingelegten Baumstamm. Sitzgelegenheit und Schutz vor Schnee und Schneepflug in einem, entsteht durch die Elemente eine skulpturale Anmutung – die Plakatwände sind ein bisschen mehr als krude Werbefläche. Hans Ulrich Imesch entwickelte zwanzig Varianten dieses Trägertyps ‹Soleil Alpin› in den Materialien Holz, Naturstein, Beton und Stahl. Die Stelen für die Fahrgastinformationen haben eine blaue Signalfläche, gekrönt vom rot-weissen Firmen-Logo. Mit der Stele, der Stationentafel, verschiedenen roten Elementen wie Dachstützen, Fensterrahmen oder Bänken sowie den Plakatträgern hat die Bergbahn heute mit recht einfachen Mitteln starke Zeichen, die ihre Spur markieren.

Bahnhof Luzern

Die Plakatstrecke der Matterhorn Gotthard Bahn kann Vorbild und Prototyp sein für die andern Bahngesellschaften oder für die SBB. Dort ist vieles im Umbruch. Für die Regionalbahnhöfe haben sich die SBB für ein kulturell ambi-

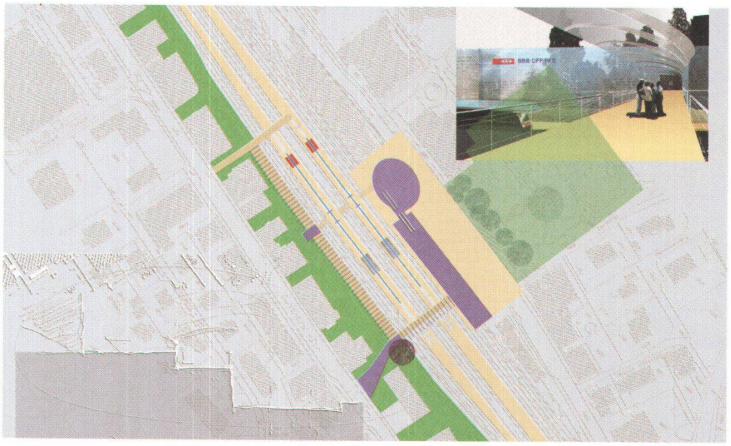
Soleil Alpin:

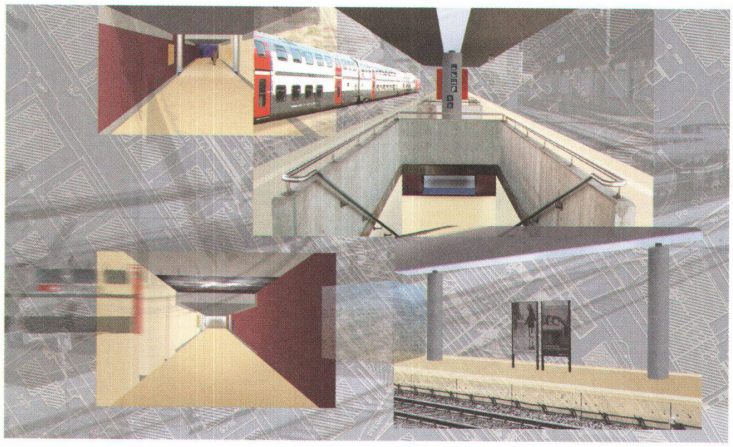
Die Plakatträger entlang der Furka Oberalp Strecke stehen oft tief im Schnee. Damit die Plakate im Sommer nicht wie auf Stelzen wirken, entwarf das IGGZ ein Arsenal von Unterbauten, die gleichzeitig Sitzgelegenheiten sind. Sie bestehen aus Holz, Stein, Beton oder Stahl. Für jedes Material sind fünf Varianten möglich, beim Stein zum Beispiel geschliffener, roher oder behauener Felsblock, einzelne Blöcke oder in Drahtgitter gefüllte Flusssteine.

tiöses Vorhaben entschieden: Zurückhaltung mit fremden kommerziellen Plakaten und Auftritt der Bahn mit eigenen Werbeplakaten und stimmungsvollen Bildern der modernen Eisenbahn. Auch die grossen Bahnhöfe werden umgebaut. Und Interessen aller Art bestürmen selbstverständlich die damit betreuten Manager. Hans Ulrich Imesch arbeitet zur Zeit an einem Auftrag für ‹Rail City Luzern›, also für den Ort, dem wir früher gerne Bahnhof Luzern sagten, uns freuend zu wissen, was wir meinen. Hier sind täglich 50 000 Leute unterwegs. Das heisst, hier ist viel Standortgunst für Plakatsäulen, für Läden, Schaufenster, Kioske, Informationssysteme aller Art. «Bei den SBB haben die Architekten mittlerweile wenig zu sagen, denn mit ihnen, glaubt die Bahn, kein Geld zu verdienen. Bahnhöfe sind aber öffentliche Orte und also hat der Luzerner Stadtarchitekt Deville verlangt, dass ein neutraler Berater den Umbau begleitet.» Das ist Imeschs Interesse. Zur Zeit setzt er seine Erfahrung aus den GKS auf die Situation ‹Rail City› um. «Ich bündle Interessen. Nötig ist auch hier, zwischen einem Bahnhof als Konsumtempel und Architekturmanifest, zwischen populärem und elitärem Ort das Mass zu finden.» Vielleicht wird er einen Nagel einschlagen, vielleicht wird aus dem Einzelfall ein Konzept für die Grossbaustelle Schweizerische Bundesbahnen.

Bahnhof-Szenarien

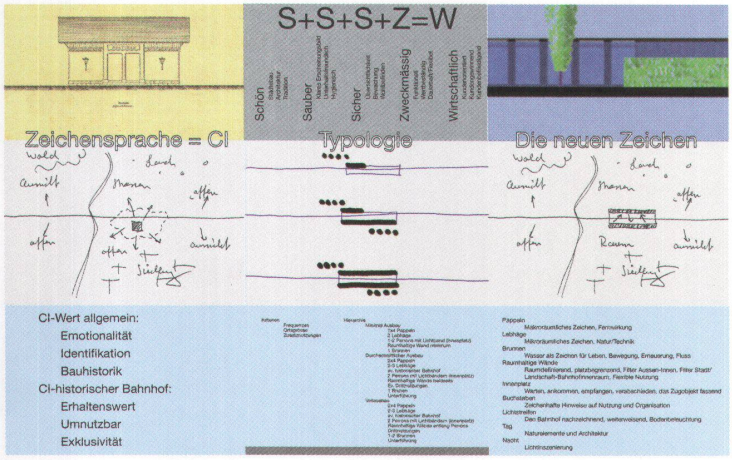
Die SBB luden 2003 zehn Teams ein, Vorschläge für neue Standards des Zugangs zur Bahn zu machen. Gesucht waren Szenarien, wie Schnellzugbahnhöfe in fünf, zehn und zwanzig Jahren einmal aussehen könnten. Die Arbeitsgemeinschaft mit dem IGGZ, dem Landschaftsarchitekten Robert Gissinger und dem Ingenieurbüro Emch & Berger nahm sich Thalwil vor, wo die Gotthardlinie von der Strecke am linken Zürichseeufer abzweigt. Die Bahnlinie hat das Dorf entzweigeschnitten in ein Kerngebiet oberhalb der Gleise und ein Wohngebiet zwischen Bahn und See. Die Arbeitsgemeinschaft schlug einen etappenweisen Ausbau des Bahnareals im Laufe der nächsten zwanzig Jahre vor und machte Vorschläge zu kurzfristigen Verbesserungen. Dabei werteten die Verfasser namentlich die Perrons und die Unterführungen als Aufenthaltsorte auf, beispielsweise mit einem Lichtstrang nahe der Perronkante, dessen wechselnde Farben einfahrende Züge anzeigen, oder mit helleren, freundlicheren Bodenbelägen in ockerfarbigem Granulat. Imesch beschränkte sich hier nicht auf die Plakatierung, sondern entwarf einen neuen Kontext mit Boxen für die Gepäckkarren und Rollstuhl-Liften, Wartezonen, Billettautomaten. Die Unterführungen wollte er von Werbung freihalten und mit Farbe und Licht aufwerten. «Der Grundgedanke war, ein freundlicheres Ambiente herzustellen. Wartezonen wie Perrons sollten nicht Orte sein, die man so schnell wie möglich wieder verlassen will, sondern der Aufenthalt soll angenehm sein.»
In dieselbe Richtung zielten zwei Jahre zuvor die Vorschläge des IGGZ und der PST-Architekten für das neue SBB-Regionalbahnhofkonzept, exemplifiziert am Bahnhof Pieterlen. Was heute der Railbeam dieser Stationen ist, die metallene, reflektierende Stele, wären bei Imesch Pappeln und Hecken gewesen – makro- und mikroräumliche Zeichen. Eine Typologie schlug Lösungen von der einfachen Haltestelle bis zum Bahnhof mit mehreren Perrons vor. Zum Gestaltungsarsenal hätte auch ein Brunnen gehört, und natürlich Imesch's Markenzeichen seit seiner Telecab: in Farbe hinterleuchtetes Glas.

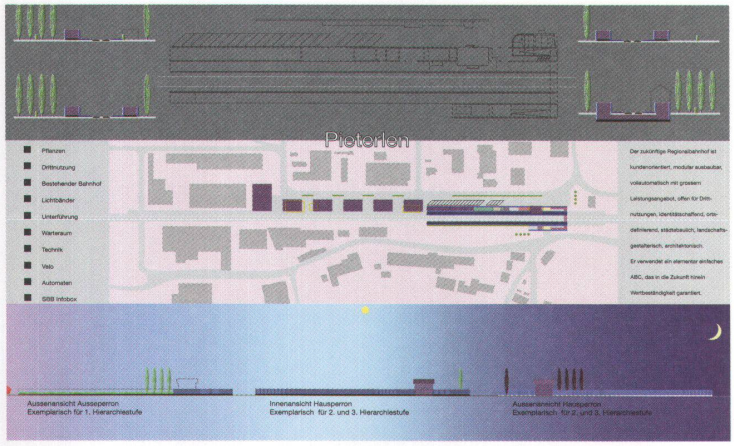




Thalwil

Die Arbeitsgemeinschaft IGGZ – Gissinger – Emch & Berger entwickelte für den SBB-Knotenpunkt Szenarien für die nächsten fünf, zehn und zwanzig Jahre. Für die erste Phase schlug das IGGZ eine neue Gestaltung von Perrons und Unterführungen vor: heller, freundlicher klarer organisiert. Die zweite Etappe betraf die Fussgänger-Erschliessung südlich der Gleise und die Neukonzeption der Betriebsgebäude. Die dritte Etappe schliesslich sah vor, den Bahn-Einschnitt zwischen dem oberen und dem unteren Dorf zu schliessen.





Regionalbahnhöfe

Für ihr neues Konzept der Regionalbahnhöfe luden die SBB eine Reihe von Architektur- und Gestaltungsbüros zu Vorstudien ein.
Das IGGZ entwarf zusammen mit PST-Architekten einen Modellvorschlag anhand des Bahnhofs Pieterlen. «Der zukünftige Regionalbahnhof ist kundenorientiert, modular ausbaubar, vollautomatisch mit grossem Leistungsangebot, offen für Drittnutzungen, identitätsschaffend, ortsdefinierend, städtebaulich, landschaftsgestalterisch, architektonisch. Er verwendet ein elementar einfaches ABC, das in die Zukunft hinein Wertbeständigkeit garantiert», schrieben die Verfasser. Das Baukastensystem hätte die Integration bestehender, erhaltenswerter Gebäude ermöglicht.

Matterhorn Gotthard Bahn

Sie hiess noch Furka Oberalp Bahn, als das IGGZ für die über dreissig Bahnhöfe und Haltestellen ein Informations- und Werbekonzept entwickelte. Die Serviceinformationen sind an einer Stele zusammengefasst, die Plakatierung entspricht dem IGGZ-Standard. Eigens entwickelt wurde hier der Plakatträger Soleil Alpin.