

BITTE NACHMACHEN!!!

Kurzanleitung zur Beseitigung von als Kunst getarnter Werbung im öffentlichen Raum

In den letzten Jahren war besonders zu beobachten wie als künstlerische Wandgestaltungen getarnte Werbeprojekte die Brandwände der Stadt füllten. Die ausführenden Werbeagenturen, häufig mit Erfahrungen im Bereich Graffiti/Street Art, bieten Ihren Klienten einen vollumfassenden Service. Sie besorgen die Wände, die Genehmigungen und erledigen die Abwicklung mit den Hausverwaltungen. Die beworbenen Firmen bekommen so Werbeflächen zum wesentlich geringeren Preis im Verhältnis zu konventionellen Methoden auf Wänden die häufig in Wohnvierteln liegen in denen so bisher nicht geworben werden konnte, weil schlicht ausgewiesene Werbeflächen nicht existieren. Den Hausverwaltungen wird diese künstlerische Bemalung gerne als gratis Fassadenaufwertung, eventuell mit zusätzlicher Vergütung, angeboten. Durch die künstlerische Technik rutschen die Werber einfach durchs Raster der Reglements und verkaufen eifrig reguläre Wandflächen der Stadt als Werbeflächen weiter, denn die Restriktionen für großformatige Werbung beziehen sich vor allem auf großformatige Plakate an Baugerüsten. Unterm Strich bleiben ein Großteil der malerisch umgesetzten Werbemotive zeitlich unbegrenzt erhalten. Die Werber und Maler mögen sicherlich nette Jungs und Mädels sein, jedoch geht der Ausverkauf der Stadt auch an dieser Stelle weiter. Meiner Meinung nach ist davon auszugehen das sich diese Praxis in Zukunft noch häufiger ins Stadtbild einschreiben wird, daher mein Aufruf an alle die sich davon ebenfalls belästigt fühlen mit einer Anleitung zum „legalen Adbusting“:

1. Werbung erkennen, auch das ist Werbung: Go Forth (Levis) - u.a. in der Potsdamerstraße, Schöneberg, Boateng Brüder (Nike) - Pankstraße Wedding, Deutschland braucht mehr Fantasie (Fanta) - Eberswalderstraße, Prenzlauer Berg, etc. die Liste ist lang, wer mit offenen Augen durch die Stadt fährt wird viele Wände entdecken.

2. Schnell reagieren! Eine Werbung ist vor allem ein Ärgernis wenn sie neu ist, danach tritt Gewöhnung ein, auch bei den möglicherweise getäuschten Parteien.

3. Fakten sammeln:

Wand fotografieren, Adresse notieren.

Kernelemente der Kampagne erfassen: Wer Firma wirbt? Welches Produkt wird beworben? Werbemotive und Slogans freistellen. Kampagne benennen. Umfang der Kampagne recherchieren, u.a. im Internet nach viralen Spuren suchen (social, youtube, blogs): übereinstimmende und wiederkehrende Slogans & Motive archivieren.

Wer ist die ausführende Firma oder Künstler? Welche Eigenbezeichnung? Agentur? Subunternehmer? Welche Agentur hat beauftragt? Webrecherche!! Die Agenturen packen das meiste online! Existieren ähnliche Referenzprojekte? Mal da anrufen und nachhaken! Was kostet solch eine Bemalung zum Beispiel?

Wer ist der Eigentümer der Immobilie? Privat oder eine gemeinnützige Hausverwaltung der öffentlichen Hand? Sind Mieten für die Nutzung der Brandmauer geflossen? - Bei echten Kunstprojekten entlohnt der Immobilieneigentümer den Künstler für seine Arbeit. Gemeinnützige Hausverwaltungen sind eher nicht befugt, Brandmauern zum Zwecke der Werbung zu vermieten.

Besteht Milieuschutz?

4. Argumente zurechtlegen! Überwiegen Aspekte der Werbung oder eher künstlerische Aspekte? Ein werbemäßiges Mural (z.B. Brad Downeys McDonalds Brandwand in Lüneburg) kann durchaus ein Kunstprojekt sein. Argumente genau prüfen und doppelte Moral vermeiden. Ein Blick auf die Jobreferenzen und/oder den künstlerische Projekte des Urhebers kann sehr behilflich sein. Mach Dich auch schlau über die Richtlinien für großformatige Werbung im öffentlichen Raum.

5. Im Bezirksamt des jeweiligen Stadtbezirk anrufen: Freundliche Anfrage an den Fachbereich Kultur des zuständigen Bezirksamtes tätigen, nach dem zuständigen Leiter der Kommission für Kunst im öffentlichen Raum fragen. Sollte es der Fall sein das die spezifische Werbung als Kunst beantragt wurde, so wurde die Kommission für Kunst im öffentlichen Raum des jeweiligen Bezirksamtes getäuscht oder umgangen. Eventuell reagiert diese Person deswegen und fragt bei den jeweils zuständigen Kollegen im Bauamt nach und sichtet den eingereichten Antrag. Wichtig, der Antrag sollte auf Unregelmäßigkeiten geprüft werden. Versorge Deinen Ansprechpartner mit deinen Rechercheergebnissen.

6. Die Hausverwaltung, die Werber und andere Beteiligte mit Deinen Erkenntnissen konfrontieren.

7. Verstärkung suchen: Kommunale Galerien, Kunstvereine aufsuchen, im Büro für Kunst im öffentlichen Raum im Kulturwerk des bkk berlin e.V. um Tipps bitten.

8. Das Ärgernis publik machen: Information mit Freunden teilen, an die Medien weitergeben, Facebookgruppe gründen etc. Such dir Verstärkung! Überall ab und zu freundlich nachhacken und sehen was passiert! Bei Fragen: ew@ericwinkler.de

VIEL ERFOLG!!!!