

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker

16. August 2017

Jeden Tag buhlen unzählige Werbeplakate um unsere Blicke. Ihre Botschaften setzen sich in unseren Köpfen fest – zu welchem Preis?

Stelle dir vor, du leidest unter einer seltenen neurologischen Krankheit: Du kannst Bilder nicht so sehen wie andere Menschen. Stattdessen übersetzen deine Hirnzellen ^{#1} jeden optischen Eindruck direkt in die unterschwellige Nachricht, die vermittelt werden soll.

Du läufst durch die Stadt, vorbei an Bier- und Zigarettenwerbung und sich räkelnden Bikini-Girls im Großformat. Neben dir hält der Fußballstar das neueste Smartphone in den Händen, der ehemalige Leichtathlet lenkt den schweren Geländewagen durch die Savanne und du gehst vorbei unter Angela Merkels mildem, aber wachsamen Auge auf dem Wahlplakat. Was würdest du statt der vielen bunten Bilder sehen?

Nur Worte: »Gehöre dazu!« »Vermehre dich!« »Gehorche!«
»Arbeite!« »Schau fern!« »Fahre Auto!« Der häufigste Appell aber:
»Kaufe und konsumiere!« ^{#2}

Unsere Städte sind voller Werbung für Produkte, Dienstleistungen, Ideen und Menschen, die wir kaufen, gut finden, übernehmen und wählen sollen. Auf die ein oder andere Art soll uns das zu besseren Menschen

machen. ^{*3} Die große Macht der Plakate: Sie erreichen jeden. Anders als im Fernsehen oder im Internet gibt es kein Abschalten und keinen Adblocker. Wer in der Stadt lebt, konsumiert Außenwerbung – es gibt kein Entkommen.

Das Problem ist, dass uns die Werbung widersprüchliche Botschaften einredet: Bikini-Figur und das neue Sparangebot von McDonald's? Neues Smartphone, neuer Thriller und neue Netflix-Serie? Das passt nicht zusammen und dafür haben wir auch gar keine Zeit. So zerren Konsumkultur auf der einen und das schlechte Gewissen auf der anderen Seite an uns.

Diese Zerreißprobe und das Chaos, in das die »Dauerbeschallung« die Städte stürzen, haben viele Menschen erkannt – es sind die Einwohner einiger Städte, die sich dagegen zu wehren beginnen. ^{#1} Sie haben den Reset-Knopf gedrückt, den Plakat-Dschungel gerodet und Werbung aus dem öffentlichen Raum verbannt. ^{*4}

Damit wollen sie Konsum und Wirtschaft kein Ende setzen, sondern eine alte Frage neu verhandeln: Welchen Botschaften wollen wir uns von früh bis spät aussetzen? Denn damit hängt letztlich die Frage zusammen: Worüber denken wir eigentlich den ganzen Tag nach?

Werbung wirkt – aber wie?

Ein langer Arbeitstag ist vorbei, müde machst du dich auf den Heimweg und denkst darüber nach, was du gleich zu Hause essen wirst. Unterwegs fährst du an einer Pizza mit einem Durchmesser von 3 Metern vorbei – und warum eigentlich nicht? Pizza gab es ja schon länger nicht mehr ...

Werbung bestimmt, wie und worüber wir nachdenken – und verändert nicht nur so die gesamte Gesellschaft:

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr

- > **Markenbewusstsein:** Verschiedene Studien ^{#2} haben gezeigt, dass sich schon kleine Kinder bestens im Markendickicht zurechtfinden: Stupsnase und 2 große, runde Ohren? Das ist Mickey Mouse! Viele 3-Jährige erkennen die Markenzeichen wieder, deren Zielgruppe sie sind. Und spätestens mit 6 Jahren wissen die meisten, das »Joe, das Kamel« sich gern mal eine Zigarette ansteckt.
- > **Gefährlicher Konsum:** Kinder, die häufig mit Alkoholwerbung in Kontakt kommen, sammeln in der Regel auch früher erste Alkoholerfahrungen. ^{#3} Das wiederum erhöht das Risiko, später ein problematisches Trinkverhalten ^{#4} zu entwickeln. Ähnliche Zusammenhänge gelten für Fastfood, ^{#5} Zigaretten ^{#5} und Co.
- > **Selbstwertgefühl:** Gerade Mädchen und junge Frauen vergleichen sich ständig mit Frauen in der Werbung, die schlanker, hübscher und glücklicher wirken, ^{#6} als sie sich selbst fühlen. Das schlägt aufs Selbstbewusstsein: 2 von 3 Studentinnen fühlten sich schlechter, nachdem sie ein Frauenmagazin durchgeblättert hatten. ^{#6} Die Angst, schlecht auszusehen, wächst, wenn Mädchen idealisierte Körper in den Medien sehen. ^{#7} Natürlich bleiben auch Männer nicht von diesen Effekten verschont, die Zahl der Essstörungen bei Männern stieg zuletzt stark an. ^{#8}
- > **Verschuldung:** Werbung animiert uns dazu, zu konsumieren – ob wir gerade das nötige Kleingeld haben oder nicht. Das wissen auch die Banken und Händler und bieten günstige Kredite sowie Ratenfinanzierung gleich mit an. ^{#7} In der Folge steigt die Zahl der Deutschen, die verschuldet sind; inzwischen ist jeder Zehnte betroffen. ^{#9} Eine der häufigsten Ursachen sind Kreditkarten und Konsumentenkredite. ^{#8}

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr

- > **Umweltbelastung:** Der Konsum, zu dem uns die Werbung verleiten soll, hat viele Facetten. Eines ist jedoch meistens gleich: Er belastet die Umwelt und somit unseren Lebensraum. So gut wie alle Produkte, ^{*9} die wir kaufen, verursachen Treibhausgas-Emissionen, ^{*10} hinterlassen Plastikmüll ^{#10} und bestehen aus endlichen Rohstoffen. Für Güter, die wir dringend brauchen, müssen wir das in Kauf nehmen. Wie sinnvoll ist es aber, weiterhin etwa großspurig Dieselautos anzupreisen, während Deutschland im Dieselsumpf steckt und seine Klimaschutz-Ziele verfehlt? ^{*11}

Außenwerbung – eine Hand wäscht die andere

Öffentliche Werbung ist meistens eine lukrative Symbiose zwischen Stadt und Unternehmen: Die Städte erzielen mit der Vermietung freier Flächen auf Litfaßsäulen, Bushaltestellen und Hauswänden ergiebige Nebeneinkünfte, während die Unternehmen im Gegenzug ihre Kunden erreichen.

JCDecaux, ^{*12} das weltweit größte Unternehmen für Außenwerbung, setzte im Jahr 2016 weltweit fast 3,4 Milliarden Euro ^{#11} um, Tendenz steigend. Über ihre deutsche Tochter Wall AG ist der französische Konzern auch eng mit der Stadt Berlin verwoben: Sie baut und betreibt öffentliche Toiletten und Bushaltestellen im Stadtgebiet. Im Gegenzug erhält die Wall AG die Vermarktungsrechte der Werbeflächen. ^{#12} Das Design dieser »Stadtmöbel« ^{*13} ist laut Vorstandsvorsitzendem Daniel Wall ^{*14} »maßgeschneidert« für die jeweilige Stadt. In Paris etwa betreibt JCDecaux auch das öffentliche Fahrradverleihsystem.

São Paulo und Co. zeigen: Es geht auch ohne

Während die Werbung in Europa oft subtiler ins Stadtbild einfließt, hatte das Ausmaß der Werbung in São Paulo nach der Jahrtausendwende ein

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr

gewaltiges Ausmaß angenommen. Kaum eine Hauswand mehr ohne schrille Farben, von den Stadtautobahnen war wenig zu sehen außer gigantischen Reklametafeln. Die Stadt war eine einzige Litfaßsäule.

»Die Hyperposter unserer Topmodels waren so beeindruckend, dass sie die Autofahrer massiv abgelenkt haben«, erzählt der brasilianische Architekt Jorge Wilhelm im Interview mit der Süddeutschen Zeitung. #13

Als Gilberto Kassab im Jahr 2006 den Posten des Oberbürgermeisters in der größten Stadt Südamerikas #15 übernahm, wollte er klarmachen, dass ein neuer Sheriff das Sagen in der Stadt hat. Das Mittel seiner Wahl: Er verbannte mit dem »Clean City Law« (deutsch: »Saubere-Stadt-Gesetz«) jegliche Werbung aus dem Stadtbild. So machte er seine eigene Ankunft überall sichtbar.

Einfach nur ein paar der Werbebanner abzuhängen, wäre schwer möglich gewesen, sagen Jorge Wilhelm und andere Beteiligte. Wer hätte darüber entschieden, was hängen bleibt und was runterkommt? Die Werbebranche hat sich ohnehin mit Händen und Füßen gegen die Maßnahme gewehrt, #14 weshalb eine einvernehmliche Lösung nicht machbar erschien und das radikale Verbot den einzigen Ausweg bot. So entfernte die Stadt innerhalb eines Jahres über 15.000 Reklametafeln und mehr als 300.000 übergroße Ladenschilder.

Auch wenn sich das Stadtbild São Paulos nicht nur zum Guten verändert hat, #16

wissen die »Paulistas« die Veränderung zu schätzen: Über 70% der Einwohner bewerten das Verschwinden der Werbung als positive Entwicklung. #15

São Paulo ist nicht mehr die einzige Stadt, die blankgezogen hat: Im französischen Grenoble wurden seit dem Jahr 2014 über 300 Reklametafeln abgebaut. #16 Die Werbeflächen auf Bussen und Bahnen sollen im Jahr 2019 folgen, wenn die laufenden Werbeverträge enden. Der Bürgermeister Eric Piolle möchte stattdessen Bäume und Kunst #17

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr

auf den Werbeflächen sehen, die verpassten Einnahmen von rund 115.000 Euro pro Jahr habe er bereits durch andere Maßnahmen wieder eingespart.

Breitet sich der Trend weiter aus? In der iranischen Hauptstadt Teheran wurden im Jahr 2015 über 1.500 Reklametafeln mit Kunstwerken überklebt, in Paris liegen Pläne vor, 1/3 der innerstädtischen Werbetafeln zu entfernen, und in Bristol sammelte eine Petition genügend Stimmen, um einen Bürgerentscheid über die Werbung anzustoßen – der allerdings verloren wurde.

Die Motivation ist an fast allen Orten dieselbe: Die Bürger wollen dem Konsum nicht abschwören, ihm aber Schranken aufweisen. Werbung solle uns dabei helfen, informierte Konsum-Entscheidungen treffen zu können, schreiben die Initiatoren der Bristoler Petition. ^{#18} Für sie sind Städte mehr als wertvolle Werbeflächen:

»Mit dieser Initiative möchten wir die Werbetreibenden nicht dazu bringen, komplett mit dem Werben aufzuhören. Werbung sollte es uns als Individuen ermöglichen, informierte Kaufentscheidungen zu treffen und zu wissen, wo es die besten Angebote gibt. Exzessive Werbung bringt uns aber dazu, die moderne Konsum-Tretmühle immer schneller zu laufen – mit schädlichen Folgen. Sie trägt zur steigenden Verschuldung der Konsumenten und zum Verbrauch immer größerer Mengen der endlichen Ressourcen der Erde bei.«

An dieser Stelle befindet sich in der Originalansicht das eingebettete Video "NO AD NYC". Den Direktlink zum Video findest du am Ende dieser PDF-Datei unter »Medien« (Nummer 1).

Ein Künstler aus New York hat eine App programmiert, mit der er die Werbung in seiner Stadt ausblenden kann. Richtet ein Nutzer sein Handy oder Tablet auf eine Reklametafel, wird stattdessen Kunst angezeigt.

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr

Zusätzliche Informationen

- *1 Neben den Hirnzellen, allen voran die Neuronen, sind bei der Verarbeitung von Sinneseindrücken auch die Verbindungen zwischen den einzelnen Zellen, die Synapsen, wichtig.
- *2 Bekannt ist diese Szene vor allem aus dem Film »They Live« von John Carpenter. Darin findet ein Bauarbeiter eine magische Sonnenbrille, die die wahren Botschaften hinter der Werbung aufdeckt.
- *3 Was wir ebenfalls wissen, aber nicht Teil der Botschaft ist: Es soll vor allem auch das Leben der Werbenden, der Aktionäre und Wähler verbessern, wenn die Umsätze steigen und die Wahl gewonnen wird.
- *4 Die Nichtregierungsorganisation AdBusters übermalt und überklebt Außenwerbung und deutet damit die Aussagen konsumkritisch um. Damit trifft die Kritik oft ins Mark und regt zum Nachdenken an – zerstört aber die teuer erworbene Werbebotschaft der Werbenden.
- *5 Deutschland und Bulgarien sind die letzten europäischen Länder, in denen öffentliche Zigarettenwerbung überhaupt noch erlaubt ist.
- *6 Die meisten Frauen auf Werbefotos sind massiv digital bearbeitet und so stark verändert, dass sie in einem solchen Körper in der Realität nicht gesund leben könnten. Manche Konzerne wie zum Beispiel der Kosmetik-Hersteller *Dove* haben sich dazu entschlossen, Models so darzustellen wie sie sind – samt Falten, Narben und Hautunreinheiten. Dafür haben sie sowohl Lob als auch Kritik bekommen.

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr

- *7 Die Geldinstitute sind beim Design ihrer Kredite ziemlich kreativ: Autor Han Langeslag kennt aus England »Payday«-Kredite, also Zahltag-Kredite, die die Kassen der Arbeitnehmer bis zum nächsten Lohn ausgleichen sollen. Katharina Wiegmann erinnert sich aus ihrer Zeit in Tschechien an Institute, die sie in der Weihnachtszeit auf dem Handy angerufen haben, um bei der Finanzierung ordentlicher Weihnachtsgeschenke nachzuhelfen.
- *8 Um genau zu sein sind bei 19% der Überschuldeten die Konsumentenkredite, Kreditkarten und Hypotheken die Hauptursache. Häufiger sind Ausgaben für den täglichen Lebensbedarf und Preiserhöhungen.
- *9 Oder sind es alle? Mir ist kein Produkt eingefallen, das durch Produktion, Transport und Verpackung nicht wenigstens ein bisschen CO₂ emittiert. Fällt euch eines ein? Dann schreibt es mir gern in die Kommentare. Bei Dienstleistungen sieht es natürlich etwas anders aus, da es Dienstleistungen gibt, die speziell dafür konzipiert sind, CO₂ zu binden, etwa Programme zur Kompensation der Flugzeugemissionen.
- *10 In ein Treibhaus dringt Energie in Form von Licht durch die Glasscheibe ein. Trifft das Licht auf den Boden im Treibhaus, wandelt es sich in Wärme, die durch die Glasscheibe nicht mehr entweichen kann – die Wärme ist im Treibhaus gefangen. Treibhausgase machen aus unserer Erde ein solches Treibhaus, indem sie in der Atmosphäre die Funktion der Glasscheibe übernehmen. Ohne natürliche Treibhausgase wäre die Temperatur zu niedrig für menschliches Leben. Zusätzliche, vom Menschen freigesetzte Treibhausgase wie CO₂ aus fossilen Brennstoffen und Methan bewirken eine unnatürliche und für den Menschen gefährliche Erwärmung der Erde.
- *11 Deutsche Autohersteller haben über Jahre illegale Software in ihren Autos eingesetzt, die auf Testständen für einen niedrigeren Schadstoffausstoß sorgte. Inzwischen sind die Konzerne auch illegaler Kartellabsprachen überführt.

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr

- *12** Der französische Konzern wirbt auf allen Kontinenten. Die USA, Japan und Deutschland sind die drei größten Märkte. Die Tochter Wall AG ist für Deutschland und die Türkei zuständig.
- *13** Die Außenwerbung wird zunehmend digital: Videowände ersetzen Kleister und Papier, an der Bushaltestelle ist das WLAN inklusive. Das macht die Städte noch attraktiver – und hilft den Werbenden, die Menschen noch gezielter anzusprechen. Etwa indem morgens, wenn die Büroarbeiter unterwegs sind, eine neue Aktentasche vermarktet und spät am Abend dem Partyvolk der neue Vodka schmackhaft gemacht wird.
- *14** Daniel Wall ist der Sohn des Unternehmensgründers Hans Wall.
- *15** São Paulo hat gut 10 Millionen Einwohner, in der Metropolregion leben sogar 21 Millionen Menschen.
- *16** Graue, unvollkommene Fassaden sind an vielen Stellen hinter den Plakaten zum Vorschein gekommen und manch Pendler soll sogar überrascht gewesen sein, dass hinter der Werbemauer entlang seines Arbeitsweges eine Favela liegt.

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr

Quellen und weiterführende Links

- #1** Ich habe darüber geschrieben, dass Städte immer mehr Macht ausüben
 <https://perspective-daily.de/article/286/UQt4mlga>

- #2** Studie über die Fähigkeit von Kindern, Marken zu erkennen (englisch, 1991)
 <http://jamanetwork.com/journals/jama/article-abstract/393811>

- #3** Studie über den Einfluss von Alkoholwerbung (englisch, 2013)
 <http://pediatrics.aappublications.org/content/early/2013/01/23/peds.2012-1480>

- #4** Hier habe ich über die deutsche Liebe zum Alkohol geschrieben
 <https://perspective-daily.de/article/57>

- #5** Maren Urner erklärt hier, wie Diäten unser Essverhalten wirklich ändern können
 <https://perspective-daily.de/article/306>

- #6** Studie über den Medienkonsum und Selbstwahrnehmung (englisch, 2006)
 <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1471-6402.2006.00292.x/abstract>

- #7** Studie über Körperideal und Aussehen (englisch, 2005)
 <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15971241>

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr

- #8** Beitrag des britischen Guardian über Essstörungen bei Männern (englisch, 2017)
 <https://www.theguardian.com/society/2017/jul/31/eating-disorders-in-men-rise-by-70-in-nhs-figures>
- #9** Schuldner-Atlas der Creditreform (2016)
 https://www.creditreform.de/fileadmin/user_upload/crefo/download_de/news_termine/wirtschaftsforschung/schuldneratlas/Analyse_SchuldnerAtlas_2016.pdf
- #10** Bea Johnson erzählt im Interview, wie ein Leben ohne Plastikmüll aussieht
 <https://perspective-daily.de/article/97>
- #11** Umsätze der Wall AG (2016)
 http://www.wall.de/de/press/news/jahresumsatz_2016
- #12** Interview mit Daniel Wall in der Berliner Morgenpost (2014)
 <https://www.morgenpost.de/berlin/article132236230/Berliner-Wall-AG-will-sich-komplett-digital-aufstellen.html>
- #13** Interview mit dem brasilianischen Architekten Jorge Wilhelm in der Süddeutschen Zeitung (2010)
 <http://www.sueddeutsche.de/kultur/sao-paulo-haengt-plakate-ab-wer-bepause-1.225638>
- #14** Beitrag des britischen Guardian über den Trend gegen Stadtwerbung (englisch, 2015)
 <https://www.theguardian.com/cities/2015/aug/11/can-cities-kick-ads-ban-urban-billboards>
- #15** Beitrag über São Paulo im Städteblog Zwentner (2014)
 <http://www.zwentner.com/sao-paulo-stadt-ohne-werbung/>

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr

- #16** Die F.A.Z. berichtet über das Werbeverbot in Grenoble (2014)
 <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/grenobles-buergermeister-ersez-tzt-werbung-durch-baeume-13285749.html>
- #17** Dirk Walbrühl hat über die Macht von Streetart geschrieben
 <https://perspective-daily.de/article/101/iJ25sJev>
- #18** Website der Bristoler Petition gegen öffentliche Werbung (englisch, 2012)
 http://epetitions.bristol.gov.uk/epetition_core/community/petition/1815

Felix Austen

Darum installieren Städte jetzt Adblocker
perspective-daily.de/article/322/kmWzHAPr