

Spielerei für die St. Jakobshalle

Die Tramhaltestelle St. Jakob soll endlich ihre LED-Werbefläche erhalten. Wenn es denn funktioniert.

Christian Mensch

Die Tramhaltestelle St. Jakob wurde für das ereignisreiche Eventjahr für 1,3 Millionen Franken aufgehübscht. Doch sowohl während des Eurovision Song Contests als auch während der Frauen-Fussball-Europameisterschaft überdeckte ein Provisorium das futuristische Tramhäuschen. Die geplante LED-Werbeanzeige konnte, trotz anderslautender Ankündigungen, nicht realisiert werden.

Nun ist jedoch per Ausschreibung ein Installateur für die Paneele gesucht. Auf 400 Quadratmetern sollen rundumlaufend künftig Veranstaltungs- wie Werbeanzeigen geschaltet werden. Das Unterfangen ist jedoch aufwendig und teuer.

Anspruchsvoll wird schon die Beschaffung der konkaven und konvexen LED-Paneele. Die für die Ausschreibung beigezogene spezialisierte Iart AG nennt gerade mal zwei chinesische Anbieter, die als mögliche Lieferanten infrage kommen. Doch ob diese Paneele tatsächlich auch funktionieren, ist nicht zweifelsfrei gesichert. Grund dafür ist die nur gerade im Ab-



Die Werbefläche kostet über eine Million Franken. Bild: Degeto/Berrel

stand von 1,3 Meter verlaufende Tramoberleitung, deren elektromagnetische Felder die LED-Bildschirme zum Flimmern bringen können.

Kein idealer Ort für LED-Anzeigen

Experten, die theoretische Berechnungen angestellt haben, äusserten Vorbehalte. Es folgten konkrete Versuche. Bei den probeweise installierten Paneele wurden zwar keine Störungen

festgestellt, doch auch die Spezialisten der Iart AG schliessen nicht aus, dass solche doch noch – etwa bei anderen Wetterlagen – auftreten könnten.

Die Stadtbildkommission hat dem spektakulären Werbemittel im öffentlichen Raum zugestimmt; Einschränkungen verfügen die Verantwortlichen für die Verkehrssicherheit. So dürfen auf den Flächen, die von der Strasse aus sichtbar sind, keine Filme gezeigt werden,

sondern blos «langsam bewegte Bildübergänge». Die Gegenseite dürfe jedoch als «Public viewing» genutzt werden.

Weitere 2,3 Millionen für die St. Jakobshalle

Wer denkt, die Kosten für die Werbefassade wären im Budget der 2018 abgeschlossenen Hallen-Sanierung oder zumindest im Kostenvorschlag für die Traminfrastruktur enthalten, der irrt. Das für die St. Jakobshalle zuständige Erziehungsdepartement hat im Juni vielmehr von der Regierung einen zusätzlichen «Ratschlag für das neue Werbe- und Wegführungskonzept im Umfeld der St. Jakobshalle» absegnen lassen. Kostenpunkt: 2,3 Millionen Franken.

Der Ratschlag blieb bisher unbeachtet. Unkommentiert wurde er zur Beratung an die Wirtschafts- und Abgabekommission überwiesen. Denn das LED-gepimpte Tramhäuschen ist gut eingebettet in ein Projekt, mit dem auch die LED-Illumination des Halleneingangs sowie fünf zusätzliche Werbestellen finanziert werden. Diese sollen es den Besuchern etwa erleichtern, den Haupteingang

zu finden. Mehr als die Hälfte des Budgets ist jedoch für das LED-Band reserviert: 1,2 Millionen Franken.

Die Investition soll sich jedoch rechnen. Zum einen verspricht der Rundumbildschirm höhere Werbeeinnahmen. Er hilft vor allem aber, Kosten zu sparen. Denn das Auswechseln der an der Unterkonstruktion provisorisch befestigten Werbeblachen frisst Geld, nicht zuletzt aufgrund der Fahrleitungen.

Schon die Betriebskosten des abgerissenen Werberturms waren hoch. Da ausschliesslich lizenzierte Industriekletterer die Werbeblachen austauschen durften, ließen jährlich Kosten von 45'000 Franken auf. Aus Sicherheitsgründen bestehen die Blachen zudem aus nicht recycelbarem Kunststoff, sodass nur ein kleiner Teil davon nach der Demontage zu Taschen weiterverarbeitet werden könnte.

Die Suche nach einem Lieferanten der LED-Paneele ist gestartet. Bis Mitte Januar müssen die Offerten eingereicht sein. Das Geld dafür ist jedoch vom Parlament noch nicht gesprochen. Das Geschäft liegt weiterhin bei der Kommission.