

Region

Brücken fallen als Werbeträger weg

Thun Die kantonale Baudirektion stützt den Entscheid des Regierungsstatthalters. Somit stehen die Brücken in der Innenstadt definitiv nicht mehr als Werbepattformen zur Verfügung. Der Gemeinderat bedauert den Entscheid.

Gabriel Berger

Es sei ein «schwer nachvollziehbarer Entscheid», sagte der Thuner Sicherheitsvorsteher Peter Siegenthaler (SP) im vergangenen Frühling. Regierungsstatthalter Marc Fritschi hatte damals verfügt, dass auf den Brücken in der Innenstadt ab 1. Mai keine Werbebanner mehr aufgehängt werden dürfen. Begründet hatte Fritschi den Entscheid mit dem Ortsbildschutz (wir berichteten). Der Gemeinderat warf die Flinte jedoch nicht ins Korn und focht das Werbeverbot bei der nächsthöheren Instanz, der kantonalen Bau-, Verkehrs- und Energiedirektion (BVE), an.

Gestern hat die Stadt nun jedoch bekannt gegeben, dass der erhoffte Erfolg ausgeblieben ist. «Der Kanton Bern stützt den Entscheid des Regierungsstatthalters, Werbung an den Thuner Brücken nicht zu bewilligen», heisst es im Communiqué. Die Beschwerde sei abgewiesen worden. Somit stünden die Brücken ab sofort nicht mehr als Werbepattform zur Verfügung. Auch die BVE macht den Denkmal- und Ortsbildschutz geltend «und argumentiert, dass die Innenstadtblücken sehr wichtige Bestandteile des Stadtbildes seien», steht in der Mitteilung. Die Bahnhofbrücke etwa sei als erhaltenswertes Baudenkmal eingestuft. Insgesamt seien die Brücken als Werbeträger nicht geeignet.

«Grosses Bedauern»

Auf Anfrage erklärte Gemeinderat Siegenthaler gestern: «Wir haben in meiner Direktion den



Aufgehängte Werbebanner, so wie hier an der Bahnhofbrücke, sind in der Thuner Innenstadt seit dem 1. Mai verboten. Nach dem jüngsten Entscheid der kantonalen Baudirektion bleibt es dabei. Foto: Patric Spahni

Entscheid der BVE analysiert und auch die Meinung des Rechtsdienstes der Stadt in unsere Überlegungen miteinbezogen.» Dabei habe sich gezeigt, dass die Chance nicht sehr gross sei, dass die nächste Instanz – das Verwaltungsgericht – die Argumenta-

tion der Stadt stützen würde. «Es bleibt das grosse Bedauern, dass es nun den Kulturveranstaltern verunmöglicht wird, günstige und effiziente Werbung für ihre Anlässe zu machen», sagte Siegenthaler. Aus seiner Sicht wäre es durchaus möglich gewesen,

die Interessen der Werbetreibenden und des Ortsbildschutzes weiterhin unter einen Hut zu bringen. Eine Stadt lebe von Veranstaltungen, und auf diese müsse aufmerksam gemacht werden können. «Ich bin der Meinung, dass mit solchen zu-

sätzlichen Einschränkungen und Verboten dem Ziel einer verstärkten Attraktivierung der Innenstadt kein Dienst erwiesen wird», so Siegenthaler.

Betroffen vom Entscheid des Regierungsstatthalters und der BVE sind Post-, Kuh-, Allmend-

und Bahnhofbrücke. An diesen Brücken habe es in den letzten Jahren laufend mehr Werbebanner gegeben, hielt Fritschi im Frühling fest. Als Folge davon sei das Aufhängen der Werbeträger baubewilligungspflichtig geworden, wobei Fritschi ein entsprechendes Gesuch der Stadt nicht genehmigte. Die Stadt ihrerseits hatte mit Blick auf den Ortsbildschutz bereits 2018 keine Bewilligungen mehr für Banner entlang der Sinne- und der Mühlebrücke erteilt. Mehrere Vertreterinnen und Vertreter von Thuner Vereinen oder Organisationen kritisierten im Frühling das Werbeverbot. So sagte beispielsweise Susanna Ernst, Präsidentin der Vereine Thunfest und Thuner Stadtlauf: «Für unsere Anlässe ist es ein grosser Nachteil. Wir setzen stark auf diese Werbung.» Unter dem Strich nahm die Stadt in der Vergangenheit mit der Brückenwerbung pro Jahr rund 30 000 Franken ein.

Nun halt Rabatt auf Plakate

Als Alternative gewährt die Stadt, in Zusammenarbeit mit der Plakatgesellschaft APG, den Veranstaltern von Events auf Gemeindegebiet einen Rabatt von 50 Prozent auf Werbeplakate im Weltformat F4. Das Netz umfasst insgesamt über 50 Anschlagstellen. Laut Peter Siegenthaler sind nebst dem erwähnten Rabatt aktuell keine weitere Unterstützungsmassnahmen für Veranstalter geplant. «Wir sind aber für weitere Anregungen offen und empfänglich», so der Sicherheitsvorsteher.

Entziehungskur für Romantiker

Alpines Museum Handwerk im Berggebiet kann ein cleveres Business für urbane Märkte sein. In der Ausstellung «Werkstatt Alpen» spricht etwa der Thuner Kandahar-Chef Manuel von Allmen darüber, wie er mit seinen Schuhen die Sehnsüchte der Städter trifft.

Manchmal ist alpines Handwerk schon globalisiert, bevor die Nähmaschine zu surren beginnt. Manuel von Allmen besitzt und leitet als «Captain Shoes» die Schuhmanufaktur Kandahar in Gwatt bei Thun, und weil das Schuhmacher-Know-how in der Schweiz nur noch dünn gesät ist, hat von Allmen eine Achse nach Portugal aufgebaut. Eine sprachlich beschlagene portugiesische Mitarbeiterin ventiliert für Kandahar die Schuhmacherinnen-Szene in Portugal und unterstützt von dort ankommende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der Integration in den Thuner Alltag. Eine von ihnen ist Florbela Da Costa Mendes, die in der Ausstellung des Alpines Museums in einem Film über ihren Arbeitsalltag erzählt.

«Wichtig ist das Mindset, das die Leute mitbringen», sagt von

«Wir müssen mit der Einstellung eines Start-ups ans Werk gehen.»

Manuel von Allmen
Kandahar-Schuhe, Thun

Allmen, und er meint damit das Bewusstsein, nicht mehr in der Massenherstellung zu arbeiten, in der eine Näherin pro Tag Hunderte von Schuhen abfertigt. Sondern für ein marktaugliches Qualitätsprodukt, das etwa auch den hochwinterlichen Anforderungen des Moskauer Establishments genügt.

Das alpine Flair der Marke Kandahar, das zurückgeht auf die Winterschuh-Erfindung von Manuel von Allmens Grossvater in Mürren, garantiere so viel Aufmerksamkeit, dass er kaum Werbung zu machen brauche. Trotzdem «müssen wir mit der Einstellung eines Start-ups ans Werk gehen», sagt er. Weil der Klimawandel wärmere Winter bringt, designt Kandahar, das rund 25 Mitarbeiter beschäftigt, nun auch Turnschuhe oder Winterstiefel mit Lederfütterung.

«Wir streben kein Wachstum an, ich will mich nicht überfordern», sagt von Allmen – ein Statement, das man von einem Unternehmer fast nie hört. Es ist wohl das Prinzip der «entschleunigten Innovation», wie es die Berner Geografieprofessorin Heike Mayer nennt, die für ein Forschungsprojekt erfolgreiche Unternehmen im Alpenraum befragt hat.

Alpines Handwerk ist kein romantischer Nebenerwerb mit Heidiland-Bonus. Sondern es kann ein cleveres Business sein, das treffsicher urbane Sehnsüchte bewirtschaftet – etwa diejenige nach Handgefertigtem, die im Digitalzeitalter stärker wird. Dieses unromantische Selbstbewusstsein von Handwerkerinnen und -werkern in den Bergen rückt das Alpine Museum nun, lebensnah inszeniert von Kuratorin Barbara Keller, ins Scheinwerferlicht.

Schindeln und Pflaster

Als Ausstellungsbesucher nimmt man über Filmeinspielungen am Alltag von Käsern, Schreibern, Skibauern oder Puschlaver Handweberinnen teil, die eine Woche Arbeit aufwenden, um ihre Webstühle für ein anspruchsvolles Produkt überhaupt bereitzumachen. Man geht real durch imposante Auslagen von teilweise skurrilen Werkzeugen, die in der Epoche von Industrierobotern und 3-D-Druckern antiquiert wirken. Aber dann erfährt man von der Holzschindelmacherin Eva Gredig aus dem bündnerischen Safiental, dass sie sogar schneller arbeitet, als es eine Maschine tun würde. Unglaubliches Fingerspitzengefühl, wenn man dann selber versucht,

ein paar Schindeln aus einem Fichtenholzstück zu hauen.

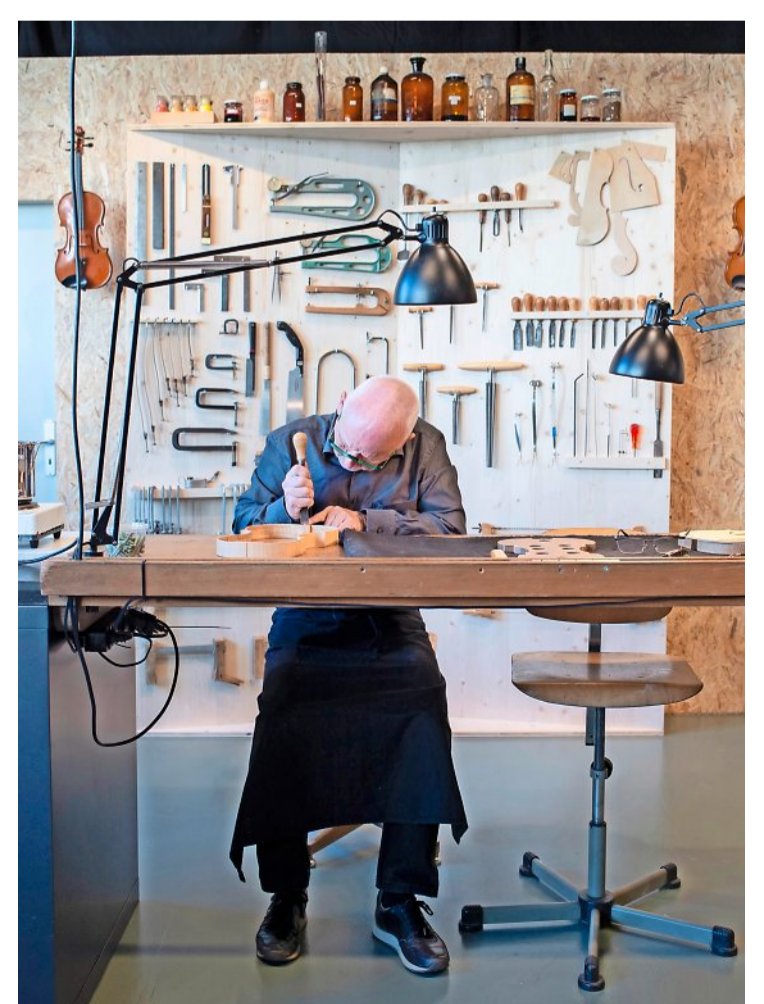
Das Alpine Museum will mit den Schindeln, die seine Besucher bis zum Ausstellungsende im September 2020 herstellen, den Hodlersaal tapezieren und später sogar den Eingangsbereich mit einem Schindeldach versehen, wofür man eigens ein Baugesuch stellte. Ziemlich ambitioniert. Man wird zweifellos auch das eine oder andere Pflaster für verletzte Finger brauchen.

Zu sehen gibt es jedoch auch Profis. Hansruedi Hösli etwa, bis vor kurzem Leiter der Geigenbauerschule Brienz. Unter seiner Obhut werden bis Dezember jeweils in der zweiten Wochenhälfte Lernende, die eine Geige aus 70 Einzelteilen zusammensetzen, in der Werkstatt des Museums arbeiten.

Und ja: Man kann sich fragen, ob das noch Museum ist, was das das Alpine Museum veranstaltet. Es ist eher eine Liveschaltung ins Berggebiet, um den unternehmerischen Kampfgeist sichtbar zu machen, der einen auch in der Stadt beflügeln kann.

Jürg Steiner

Ausstellung Werkstatt Alpen. Bis 27. September 2020. Dienstag bis Sonntag, 10–17 Uhr.



Leidenschaft: Geigenbauer Hansruedi Hösli in der Werkstatt des Alpines Museums. Foto: Franziska Rothenbühler