

Reklame an der Autobahn?

Mit Sorge haben die meisten Fahrer auf der Autobahn festgestellt, daß in Nordbaden und in Hessen seinerzeit die über die Autobahn führenden Brücken mit Reklameaufschriften versehen worden sind (die niemand liest). Die Schützer der Landschaft haben sich entrüstet gegen diesen Mißbrauch ausgesprochen und haben dabei den Beifall des ganzen Volkes gefunden, auch der Straßen- und Verkehrsbehörden, nur nicht der Plakatfabriken und der „Geschäftemacher in Reklame“. Das Land Baden-Württemberg hat die Autobahnreklame mißbilligt und die Verträge von Nordbaden gekündigt. Ein vor etwa zwei Jahren dem Bundestag vorgelegter Antrag auf Freigabe der Autobahn für Reklamezwecke wurde mit großer Mehrheit abgelehnt. Damit schien der Fall erledigt, und alle kulturbewußten Deutschen, vor allem auch solche, die italienische Autostraßen befahren haben, atmeten auf; denn es besteht ja kein Zweifel, daß das Gesicht einer Landschaft das Spiegelbild der Menschen ist, die das Land bewohnen, bewirtschaften und gestalten. Und dieser Überzeugung gaben auch die Abgeordneten Ausdruck, die gegen die Autobahnreklame stimmten. Sie sagten sich: soviel ist uns die deutsche Heimat wert, als die Reklame dem Staat einbringt, und wären es viele Millionen; denn die Landschaft gehört dem ganzen Volk als wertvollster Besitz. Sie kann nicht verschachert werden. Und das so erworbene Geld ist ein schmutziges Geld.

Doch weit gefehlt. Die Reklameinteressenten gaben keine Ruhe. Man hört, daß ein weiterer Vorstoß von Stegner und Genossen im Bundestag bevorsteht, und daß sie sogar daran denken, den Mittelstreifen der Autobahn mit in Anspruch zu nehmen. Die Verkehrssicherheit würde zweifellos dadurch nicht gewinnen, sofern bei den hohen Geschwindigkeiten die – wenn auch noch so aufdringliche und riesenhafte – Reklame mit Aufschriften und Bildern überhaupt beachtet wird. Es geht hier aber nicht bloß um Wirtschaft. Der wirtschaftliche Nutzen der Außenreklame ist sowieso im Vergleich mit den Kosten höchst zweifelhaft, handelt es sich doch fast nur um die Verlagerung der Verbrauchsgüter von einer Firma auf die andere (vgl. etwa die Reifenreklame), nicht um eine Steigerung des nationalen Verbrauchs, also nicht um eine Förderung der Volkswirtschaft (wenn man etwa von der Zigaretten- oder der Alkoholreklame oder der Zirkus- und der Kinoreklame absieht). Nein, es geht hier um eine ganz grundsätzliche Frage der Kultur, des Anstandes und der Würde des deutschen Volkes. Mögen andere Völker an ihrer Landschaft sündigen, das ist ihre Sache. Aber die Italiener mögen dabei bedenken, daß jeder Ausländer angesichts der entarteten Reklame sich überzeugt, daß dieses Volk doch hinter den kulturellen Leistungen seiner Vorfahren, deretwegen die Fremden Italien in erster Linie so lieben und besuchen, weit zurückgeblieben ist. Wenn es sogar seine einzigartig schöne Landschaft vor der Übermacht geschäftstüchtiger

Kapitalisten nicht mehr zu schützen weiß, dann ist es weit gekommen. Wir Deutschen können an geschichtlichen und Kunstdenkmälern nicht bieten, was Italien, um so weniger als wir durch den Bombenkrieg so unendlich viel verloren haben. Aber eines haben wir noch: unsere schöne deutsche Landschaft, an der wir mit allen Fasern unseres Herzens hängen, und die wir nicht bloß unsern Kindern als ein unschätzbares Gut, sondern auch den ausländischen Besuchern im Interesse des Fremdenverkehrs in einem nicht bloß wirtschaftlich zu verstehenden Sinn so sauber und so anständig als irgend möglich erhalten und zeigen wollen. Das mögen unsere Abgeordneten bedenken, wenn die Frage der Reklame an den Autobahnen (und damit an den Straßen überhaupt) im Bundestag zur Debatte steht. Ist es nicht genug, wenn in unseren Städten das Maß der Reklame längst überflossen ist und Firmenzeichen, als ob sie Sinnbilder einer ganzen Stadt wären, sich auf Türmen drehen?

Hans Schwenkel

Was wird mit dem Neuen Schloß?

Das Preisgericht im Landtagswettbewerb hat gesprochen. Es hat sich für einen Neubau entschieden, um das Schloß nicht mit den besonderen Bedürfnissen des Landtags, den Landtag nicht mit den Gegebenheiten des Schlosses zu belasten. Selbstverständlich aber – sagt das Preisgericht – müsse das Schloß instandgesetzt werden.

So haben die drei ersten Preise zur Voraussetzung, daß das Schloß instandgesetzt wird und daß die ganze Fläche der alten Akademie Grünfläche wird.

Werden diese Voraussetzungen erfüllt werden? Was wird denn mit dem Schloß? Es wurde vorgeschlagen, es mit Räumen der Ministerien zu füllen.

Werden Ministerialämter in der Lage sein, dem unvergleichlich vornehmen Ehrenhof wieder volles Leben zu geben? Wird er nicht wie vor dem Krieg in stille Abseitigkeit versinken? Der Ehrenhof wird dabei nie das werden, was er als Anfahrt zum Landtag werden könnte.

Und dann, welchen Reichtum der Raumfolgen bietet das Schloß dem Landtag! Kann ein Ministerium solche Möglichkeiten überhaupt auswerten? Kann der vorgesehene Neubau solche Möglichkeiten überhaupt bieten? Wird der Landtag an der lauten Hauptverkehrsstraße, der Neckarstraße glücklich werden?

Das Preisgericht hat die Lösungen mit Plenarsaalanbauten am Schloß nicht grundsätzlich abgelehnt. Wo dabei Wünsche unerfüllt geblieben sind, könnten sie nicht leicht erfüllt werden?

Die Entscheidung, die der Landtag nun zu treffen hat, ist schwer. Es geht dabei um eine einmalige, unwiederbringliche Gelegenheit – für das Schloß – und für den Landtag.

R. L.