

Der schleichende Abschied von der Litfaßsäule – oder doch nicht?

Bärbel Mäkeler hat sich Braunschweigs oft weiße Litfaßsäulen angeschaut. Die könnte man doch zur „Adoption“ freigeben, findet sie.

Bärbel Mäkeler

Braunschweig. Beim Spaziergang durch Braunschweig fiel mir neulich auf, dass viele der früher sehr beliebten Litfaßsäulen nur noch spärlich bestückt sind. Zumal diejenigen, die früher mit kleinteiligen Veranstaltungspostern beklebt waren. Plakat an Plakat, die Vielfalt der Kultur einer Stadt an runden Säulen. Gern habe ich sie umkreist und war gespannt, was die Stadt alles so bietet. Von Roland Kaiser und Krimi-Festival über die Don Kosaken bis hin zu Eislaufshows oder Schlagerpartys. Und heute? Weiße Flächen statt bunter Plakate. Nein, ich muss mich korrigieren, es stimmt nicht ganz, denn einzelne Säulen sind ganzkörperbeklebt mit internationalen Konzernmarken wie Coca-Cola oder Muckibuden. Sie heißen in Fachkreisen „Ganzsäulen“ und stehen an vielbefahrenen innerstädtischen Straßen wie dem „Ring“ oder an Ausfallstraßen.

Ja, die gute alte Litfaßsäule, auch die „Zeitung des kleinen Mannes“ genannt ... Sie ist eine Reminiszenz wert – das zeigt sich sogar an einem eigenen „Tag der Litfaßsäule“. Es ist der 1. Juli jeden Jahres. Schauen wir zurück: Mitte des 19. Jahrhunderts nahm das urbane Kulturgut seinen Anfang.

„Dem Buchdrucker Ernst Litfaß wird auf dero persönliches Ersuchen hin gestattet, auf fiskalischem Straßenterrain Anschlagsäulen zwecks unentgeltlicher Aufnahme der Plakate öffentlicher Behörden und gewerbsmäßiger Veröffentlichungen von Privatanzeigen zu errichten. Genehmigt am 5. Dezember 1854.“

Dem Berliner kam die Idee, als er in Paris ein mit Werbung beklebtes Pissoir sah. Er nahm die Anregung mit nach Berlin und ließ den Teil der Idee fallen, die sich um das männliche „Geschäft“ drehte. Da er selbst erfolgreicher Drucker und Verleger war, nutzte er die Säulen für die Veröffentlichung seiner eigenen Zeitungen. Aber nicht nur das. Die bis heute nach ihm benannten Säulen entwickelten sich zu einem ordnungsstiftenden Instrument. Der Wildwuchs von privaten und kommerziellen Nachrichten und An-

kündigungen an Hauswänden, Zäunen und Bäumen wurde damit nämlich erheblich eingedämmt. Die Polizei nutzte sie nun auch für Fahndungsplakate, Unternehmen warben für ihre Produkte, Kulturinstitutionen wiesen auf Veranstaltungen hin. In den 1930er-Jahren wurden die Säulen dann missbraucht: Die NSDAP verbreitete auf ihnen Hetze und Propaganda. Nach dem Krieg klebten Menschen ihre Vermisstenanzeigen an die Anschlagsäule.

Auch für Wahlpropaganda nach dem Zweiten Weltkrieg standen die Säulen zuverlässig und unverrückbar bereit, während Stars und Sternchen in der Nachkriegszeit mit marktschreierischen Plakaten auf Zulauf für ihre Konzerte hofften. Höchst auffällig war in Berlin über Jahre das Big-Sexyland-Plakat; die Werbung für das Erotic-Center hing fast 20 Jahre überall im Stadtraum – immer mit dem gleichen Motiv, einer sich lasziv räkelnden jungen Frau.

Ob Erotik, Event oder Ereignis: So manch eine Betonsäule wuchs beträchtlich, klebten doch bis zu 200 Plakate übereinander, bis sie feierlich „geschält“ wurden.

Und heute – zieht der analoge Charme noch? Ich frage nach: Es gibt zurzeit rund 32.000 Litfaßsäulen (2005: 51.000) in ganz Deutschland, teilt mir die Konzernzentrale des Medienunternehmens Ströer mit, in Braunschweig sind es nach der Schleifung von 100 Säulen noch 250 Stück dieses Anbieters.

Trotzdem stehen immer wieder Litfaßsäulen traurig, weil unbeklebt, auf den Bürgersteigen. Wie wäre es denn, wenn kleinere Vereine und Anbieter von Kunst und Kultur die ungenutzten Säulen eigenverantwortlich bestücken könnten?

Warum das wichtig wäre? Weil „Plakatieren verboten“ ist, wie es auf Stromverteilkästen, Schaufestern und anderen Flächen steht, und kleine Kulturanbieter in der Regel kaum Budget für öffentlichkeitswirksame analoge Werbung haben.

Andere Städte haben gehandelt: In Görlitz beispielsweise entwickelte eine Bürgerinitiative die Idee, ungenutzte Säulen „zur Adoption“



Litfaßsäulen verschwinden mehr und mehr aus dem Stadtbild.

BÄRBEL MÄKELER/FMN

freizugeben. Kulturorganisationen und sonstige Interessierte können nun aufgrund der Initiative einen Antrag bei der Stadt stellen und Pate werden.

Eine gute Idee, die Lust macht auf

Eigeninitiative. Somit könnte Kiezcharakter illustriert, lokale Kultur hervorgehoben werden. Der Vorteil: analoge Aufmerksamkeit, fast barrierefreie Information, erschwinglich für kleine Vereine und Communities, demokratisch, weil „von unten“.

Es müsste nur jemand in die Hand nehmen. Und es müsste von der Stadt und der Politik gewollt sein. Ich würde mitkleistern.