



Freudiges Festivalende

Der absolute Höhepunkt des Festivals war die Public Show am Samstag Abend. Das am Weekend zusammengewürfelte Programm konnte wieder einmal mehr einen übervollen Saal mit 430 be-

geisterten Zuschauern verzeichnen. Unter den witzigen Ansagen des Genfer Bernard Gisin zeigten u.a. der Bieler Philipp Boë die Premiere seiner außergewöhnlichen Devil-Stick- und Stab-Produktion. Der

deutsche Jörg Treiber führte mit seiner Seifenblasenakrobatik das Publikum in hellblaue Träume und der Ägypter Osama el Masri dressierte das Diabolo mit unglaublicher Leichtigkeit.

Überraschend war der spontane Auftritt der russischen Truppe Guibadoulina, die momentan mit dem Schweizer Nationalcircus Knie auf Tournée ist. (Der Circus gastierte zur gleichen Zeit in der Stadt.) Wie jedes Jahr war das Festival offen für jede und jeden und somit gratis. Ebenfalls stand eine Turnhalle für die kostenlose Übernachtung zur Verfügung. Die Unkosten wurden durch die Kollekte an der Public Show sowie durch die Unterstützung der Stadt, der Lotterie Romande, des Migros-Kulturprozents sowie Parmigiani Fleurier gedeckt. Wie immer lebt das Festival jedoch von der Fronarbeit der Organisatoren, Helfer und den auftretenden Artisten. Schon jetzt freuen wir uns riesig auf das nächste Jahr. Wo das 13. Jongliefestival dann jedoch stattfinden wird, ist bis jetzt noch unklar. Ort und Datum werden aber auf alle Fälle wieder bekanntgegeben.

Roman Winiger

Was über ein Programmheft auch noch zu sagen wäre

Um es gleich vorwegzunehmen: Die Beurteilung der Programmhefte ist reine Geschmacksache. Es gibt jedoch einige wenige professionelle Punkte, die sich objektiv bewerten lassen. Ich wollte mal einen Querschnitt durch die Schweizer Programmhefte unter die Lupe nehmen und eine Gesamtbeurteilung vornehmen. Das Resultat: Insgesamt wird einiges geboten, wenn auch mit sehr unterschiedlichen

Schwergewichten und teilweise auch mit massiv abweichender Qualität.

Was erwarte ich von einem Programmheft? Einige Hintergrundinformationen zum Unternehmen, zu den Artistinnen und Artisten und natürlich stimungsvolle Bilder. Das Ganze in einer entsprechenden Gestaltung.

Steigen wir mit den positiven Beispielen ein: Während das KNIE-Pro-

grammheft wenig von meinen Anforderungen erfüllt, überzeugt die Illustrierte voll und ganz. Eine magazin-orientierte Gestaltung (Format A4), die anspricht und Bilder in einer befriedigenden bis guten Qualität. Hinzu kommt ein guter bis ausgezeichneter Informationsgehalt. Das alles für fünf Franken - ein erstaunlich günstiger Preis. Auf gut deutsch: ein gelungener Wurf, der auch als Souvenir zu Hause

ner Aushangdauer von 14 Tagen bewegen sich zwischen Sfr. 55.- und Sfr. 215.-. Zehn Kulturinstitutionen erhalten eine Tarifiereduktion von 50%. Ob darunter auch ein Circusunternehmen ist, war auf dem Amt für Reklameanlagen, das an den Einnahmen der APG beteiligt ist, nicht in Erfahrung zu bringen. Positiv zu bewerten ist jedoch die Tatsache, daß die Plakatgesellschaft ihrerseits dem Circusunternehmer während der gesamten Aushangdauer den Unterhalt garantiert und gegebenenfalls ein Plakat ersetzt, falls es mutwillig versprayt, zerrissen oder überklebt wurde.

Wenn man nun bedenkt, welche enorme Menge an Plakaten notwendig ist, um eine einigermaßen passable Präsenz des Circus in der Stadt zu signalisieren, ist es nicht erstaunlich, daß der Werbeetat zahlreicher Unternehmen in den letzten Jahren massiv angestiegen ist. Aus diesem Grund haben die einzelnen Circusse in ihrer Werbestrategie verschiedene Wege eingeschlagen. Die Reklamebänder an Zäunen und Eisengittern ist nach wie vor eine beliebte und wirksame Werbemöglichkeit. Meines Wissens ist sie auch nicht gebührenpflichtig, bedarf jedoch einer polizeilichen Bewilligung. Mehr und mehr werden jedoch auch plakatahnliche Kartonscheiben an Zäunen oder Strassenlampen befestigt. In Deutschland ist letzteres verboten mit der Konsequenz, daß die Werbetafeln durch das städtische Ordnungsamt gegen Gebühr eingesammelt werden, da die Kandelaber durch den Draht Schaden nehmen könnten.

Was seitens der Städte nach wie vor beibehalten wird, ist die Möglichkeit, Kleinplakate kostenlos anzubringen. Weil aber solche Kleinplakate in der Vergangenheit rücksichtslos und in gigantischem Umfang beinahe jeden Quadratzentimeter Gemäuer zugedeckt haben und jeden Elektroverteilkasten verunstalteten, strebt man einen geordneten Wildaushang an. Die APG hat sich ebenfalls verpflichtet, 50 permanente Anschlagstellen auf öffentlichem Grund in der Stadt einzurichten und zum kostenlosen Anschlagen von kulturellen Kleinplakaten freizugeben. Zudem sollen angemessene Flächen auf Bauwänden zur Verfügung gestellt werden. Infolge der bescheidenen Bautätigkeit und der Diskussion um einen geeigneten Plakatträger sind bis jetzt jedoch nicht weniger als 14 Plakatflächen aufgestellt worden. Weil die Stadt mitverantwortlich ist für dieses Unterangebot, werden Zuwiderhandlungen

auch (noch) nicht gebüßt.

Kleinplakate sind ebenfalls einer Reihe von Reglementierungen unterstellt. Einerseits darf die Fläche nicht größer als 0.31 m² sein. In der Form ist man jedoch frei. Falls ein Sponsor auf dem Plakat aufgedruckt ist, darf das Logo maximal ¼ der Gesamtfläche ausmachen. Plakate mit Alkohol oder Tabakwerbung sind ohnehin verboten. Zudem ist nur das Anbringen eines einzelnen Plakates pro Anschlagstelle erlaubt.

Die Plakatsituation in der Stadt Zürich läßt sich ohne weiteres auch auf jede andere Schweizer Stadt übertragen. Die Tendenz verläuft ganz klar in Richtung Kontingentierung. Momentan ist die APG in 48 Agglomerationen mit 800 Gemeinden und 9 Städten tätig. Daneben bedient sie auch noch 11 Grossgemeinden. Somit erreicht sie 70% der Schweizer Gesamtbevölkerung oder 4,8 Mio. Einwoh-

ner.

Daß die Circusunternehmen dieser Entwicklung mit gemischten Gefühlen entgegensehen, ist verständlich, da sie künftig auch in kleineren Ortschaften mit erheblich größerem Werbeaufwand rechnen müssen. Stellvertretend für ihre Haltung gegenüber den Plakatgesellschaften ist möglicherweise folgende Meldung:

Benno Kastein, Direktor des Circus Flic-Flac, stattete in Köln der dort ansässigen Plakatifirma mit seinem Gabelstapler einen Besuch ab. Beladen mit einer kompletten Litfaßsäule gab er der verdutzten Firmenleitung seine Unzufriedenheit betreffend seiner teuer bezahlten Plakate kund.

Filip Vincenz

12. Schweizer Jonglierfestival

Nach Bern, Zürich, Genf, Arbon, Arosa, Dietlikon und Zug fand das 12. Schweizer Jonglierfestival vom 3. bis 5. Juli dieses Jahres in La Chaux-de-Fonds statt. La Chaux-de-Fonds ist die Stadt im Neuenburger Jura auf 1000 M.ü.M. mit dem besonderen Charme.

250 teilnehmende Jongleure aus der ganzen Schweiz, viele aus dem benachbarten Ausland und einige aus den übrigen Erdteilen, waren zu diesem außergewöhnlichen Anlaß angereist. Angesagt war non-stop jonglieren, Einrad fahren, Akrobatik, sehen, austauschen und ausprobieren. Die besten unter ihnen leite-

ten spontan einen Workshop wie z.B. ultimatives 5 Keulen-passing, Diabolo für Anfänger, YoYo, Devil Stick oder Kreativitätstechnik.



Überraschender Besuch aus dem Circus Knie:
Die russische Truppe Guibadoulina