

MGM

Boulevard

Lebensqualität für München

Wer kennt sie nicht, die blauen MGM-Wartehäuschen an den Münchner Bus- und Trambahnhaltestellen. Sie bieten den Bürgern Schutz vor Wind und Wetter und tragen mit ihrer anspruchsvollen Optik zu einer positiven Stadtgestaltung bei. Und das Schönste an der Sache: Dieses Plus an Lebensqualität kostet Stadt und Steuerzahler keinen Pfennig.

Mit den MGM-Wartehallen wurde eine langjährige Diskussion beendet und eine Forderung von Stadträten und Bürgern erfüllt. Diese waren sich einig, daß München ein flächendeckendes Netz von Wartehallen braucht, die den Komfort im öffentlichen Raum erhöhen und zugleich in das Stadtbild passen.

Dies ist mit dem formschönen Modell „Schranne“, das der alten Münchner Markthalle nachempfunden ist, offensichtlich gelungen. „Die Wartehäuschen gehören jetzt zum Münchner Stadtbild wie der Maibaum zum Viktualienmarkt,“ urteilt Bürgermeister Hep Monatzeder.



Gar nicht mehr wegzudenken von Straßen und Plätzen:

1.000 Wartehallen für die Münchner Bürger



Wer den Namen Kolumbus hört, denkt automatisch an Entdeckungen, Errungenschaften und den Beginn eines neuen Zeitalters. Es war zwar Zufall, daß die erste MGM-Wartehalle 1991 am Kolumbusplatz aufgestellt wurde, doch auch hier fiel der Startschuß für neue Entwicklungen.

Inzwischen sind die blauen Häuschen zu einem festen Bestandteil des öffentlichen Lebens in München geworden. Schaut man zum Karlsplatz, zum Sendlinger Tor oder zum Hauptbahnhof - sie stehen an vielen wichtigen Straßen und Plätzen,

aber auch an stark frequentierten Ein- und Ausfallstraßen wie Arnulf- oder Dachauerstraße.

Heute erfüllen bereits die ersten 1.000 MGM-Wartehallen im gesamten Stadtgebiet ihren Dienst am Bürger. Sie schützen vor Regen und Sonne, sie leuchten in der Nacht und dienen als gut sichtbares Erkennungszeichen für „ihre“ Bus- oder Straßenbahnhaltestelle. Für viele ist der damit verbundene Service schon eine Selbstverständlichkeit. Und München ist durch sie noch schöner, sicherer und sauberer geworden.



Der Prototyp: von Architekten aus München entworfen.

Mit der Gestaltung des Modells „Schranne“ fing alles an.

Stützen, Profile, ein charakteristisches Dach: Die prägenden Elemente der Alt-Münchener Schrannehalle und der guten alten Trambahn standen Pate, als Diplom-Architekt Peter Lanz und das Architekturbüro Zobel + Weber die typische Münchener Wartehalle schufen.

Die „Erfinder“ können auch heute noch stolz sein auf ihre gemeinsame Leistung - vor allem im Hinblick darauf, wie die Wartehäuschen allgemein angenommen wurden. „Das war damals gar nicht so einfach“, erinnert sich Peter Lanz, „schließlich kam es bei unserem grundlegenden Konzept für die architektonische Gestaltung der Wartehalle darauf an, verschiedenste Aspekte unter einen Hut - besser gesagt: unter ein Dach - zu bringen.“

Im Wettbewerb galten strenge Vorgaben. Hier die bestmögliche Einbindung in das gewachsene Stadtbild von München, da die optimale Verbindung von Form und Funktion, dort die Ästhetik; daneben aber auch Fragen nach Material, Kosten und technischer Realisierbarkeit.



Ein echter Münchener Zugewinn.

Werkdirektor
Dipl.-Ing. Dieter Buhmann,
Städtische Verkehrsbetriebe:

„Am Stachus, am Lenbachplatz oder an der Münchner Freiheit: Wo auch immer ich Menschen in unseren blauen Schrannehäuschen sehe - ich denke gerne zurück an die Zeit, als wir sie in München eingeführt haben. Wir haben uns damals sehr

bemüht, um eine überzeugende Lösung vorzustellen - vor allem auch für die geschichtlich bedeutungsvollen und deshalb besonders sensiblen Bereiche der Stadt. Daß der Stadtrat seinerzeit diesem Vorschlag folgte, war eine rundum gute Entscheidung. Für

München und vor allem für die Menschen, die hier leben.“

„Was wir in erster Linie erreichen wollten“, so Horst Weber im Rückblick, „war der harmonische Ausgleich zwischen Tradition und den Anforderungen des modernen städtischen Lebens. Außerdem galt es, die für die Finanzierung notwendige Werbefläche in die Architektur der Häuschen zu integrieren. Nach Ansicht auch der Stadt ist uns dies seinerzeit gut gelungen.“

Peter Lanz: „Die Entscheidung des Stadtrats für unseren Vorschlag war ein großer Erfolg. Schließlich waren durchaus erstklassige Konkurrenzentwürfe mit im Rennen. Zu unserer großen Freude wurde unsere Wartehalle von der Bevölkerung sofort angenommen. Die Reaktionen waren durchgehend positiv.“

Was viele nicht wissen: Beim Dach der MGM-Wartehallen handelt es sich um echte Münchener Handwerksarbeit. Spenglermeister Lorenz Sporer verwendet dafür ausschließlich Titanzink. Auf diese Weise fließt ein Stück Tradition in jede „Schranne“ mit ein - zusammen mit Ur-Münchener Qualitätsbewußtsein.



Eine Partnerschaft für München.

„Gemeinsam haben wir Wort gehalten!“

Die beiden bedeutendsten Firmen der Außenwerbung haben sich zusammenschlossen - für eine moderne Stadtgestaltung zum Nutzen der Münchner Bürger.



Dieter Keppler, Geschäftsführer.



Anton Dutz, Geschäftsführer.

Die MGM - Münchner Gesellschaft für Stadtmöblierung - wurde von der DSR - Deutsche Städte-Reklame - und JCDecaux gegründet, um in engster Zusammenarbeit mit der Stadt das Wartehallenkonzept umzusetzen, das 1990 vom Stadtrat beschlossen wurde.

Die MGM profitiert von den Erfahrungen und dem Know-how beider Firmen. Während der DSR als größtem Unternehmen der Außenwerbung in Deutschland traditionsgemäß eine wichtige Rolle zukommt, hat JCDecaux als größte Stadtmöblierungsgesellschaft der Welt seine innovativen Produkte in das Gemeinschaftsunternehmen eingebracht.

„Gemeinsam haben wir den Vertrag mit der Stadt erfüllt, obwohl langwierige Genehmigungsverfahren zu erheblichen Verzögerungen geführt haben. Doch mittlerweile hat die MGM auf eigene Kosten 1.000 Wartehallen in München errichtet und kommt auch für deren Reinigung, Wartung und Instandhaltung auf. Darüber hinaus erhalten die Stadtwerke für jede Wartehalle von uns eine Pacht. Die exklusiv für München entworfene „Schränne“ kostet etwa doppelt so viel wie andere Modelle und ist mit rund 40.000 Mark die teuerste Serien-Wartehalle der Welt. Dies liegt an der Qualität und der besonderen Ausführung, die sich in hohem Maße an

die gewachsenen Strukturen der Landeshauptstadt anpassen.

Die Nachfrage der Münchner nach weiteren Wartehallen ist groß. In Absprache mit den Verkehrsbetrieben ist eine Verdichtung des Netzes geplant. Dies ist jedoch nur durch zusätzliche Werbung finanzierbar.

Das gilt auch für andere Service-Einrichtungen wie etwa Litfaßsäulen mit WC oder Info-Vitrinen für die Bezirksausschüsse. Wir sind in der Lage, diese Bürgerwünsche zu erfüllen. Der Stadtrat hat schon grünes Licht gegeben, doch die notwendigen Genehmigungen der Verwaltung stehen noch aus.“

Anton Dutz,
Leiter der DSR München und
Geschäftsführer der MGM

Dieter Keppler,
Geschäftsführer von
JCDecaux Deutschland
und der MGM

Mehr Komfort für Fahrgäste.

Schöner warten bei jedem Wetter.

Zugegeben: Es gibt interessantere und kurzweiligere Dinge als auf Bus oder Tram zu warten. Aber manchmal ist es unvermeidlich. Umso besser, wenn einem dabei nicht Winterstürme um die Ohren pfeifen. Wenn man geschützt ist vor Regenschauern - und den stehenden Strahlen der Sonne.

In den Wartehallen ist das alles kein Problem. Aber sie bieten nicht nur spürbaren Schutz vor den ärgsten Launen der Witterung. Wer sich setzen will, findet dazu in den Wartehallen ein regelmäßig gesäubertes und gepflegtes Plätzchen.



Wer Informationen über den Verkehrstakt, über Umstiegsmöglichkeiten und Anschlüsse braucht, der ist ebenfalls versorgt. Und wer sich einen schönen Abend in der City gemacht hat, der wird vor allem eines schätzen: Durch die Beleuchtung der Wartehäuschen kommt mehr Licht in die nächtliche Stadt.

Es spricht für das Konzept der Wartehallen, daß ihre Funktionen für Bürger sogar noch ergänzbar sind. Die Unterstände sind ausbaufähig und offen für multifunktionale Nutzung.

So sind die Wartehäuschen jetzt schon regelrechte kleine Service-Center für Fahrgäste. Neben Fahr- und Verbundplänen an der Rückwand der Hallen finden auch Fahrkartenautomaten hier Aufnahme.





Darüber hinaus bieten die Unterstände Raum für Lautsprecher, um Fahrgäste über aktuelle Änderungen direkt zu informieren. Ein integriertes Halteschild macht die Aufstellung einer separaten Tafel überflüssig. Spritzwände, die von außen nahtlos an Unterstände anschließen, schützen Wartende gegen Schmutzwasser, das vorbeifitzende Autos aufwirbeln.

Die Abfallbehälter neben jeder Wartehalle und die Einbindung eines Telefons sind schon Realität. Verkaufsautomaten für Zeitungen sind in Zukunft sicherlich ebenfalls willkommen. Die Einbeziehung einer öffentlichen Toilette, die sich nach jeder Benutzung vollautomatisch selbstreinigt, wäre für viele Menschen eine „wahrhafte Erleichterung.“



Straßenmöbel wie wir sie brauchen.

Da stimmen Funktion, Form und Service.

Bürgermeister Hep
Monatzedler zum Thema
Stadtmöblierung:



„Mit den Fahrgastunterständen der MGM wurden vorbildliche Lösungen für München verwirklicht. Die Wartehallen sind transparent und in ihrer Gestaltung so München-orientiert, daß selbst in städtebaulich sensiblen Zonen eine Aufstellung kein Problem bedeutet. Gleichwohl wird natürlich jeder einzelne Standort sorgfältig geprüft. Ich bin vom Ergebnis nach wie vor sehr angetan. Denn für meine Begriffe bringt es den Service für Bürger mit städtebaulichen Aspekten und sogar mit der zur Finanzierung notwendigen Werbung in optimalen Einklang. München hat dabei gewonnen – und dies erfreulicherweise ohne Kosten für die Stadt.“

Mehr Service durch Info-Vitrinen:

Den Ansprüchen von morgen gerecht werden.

Jeder, der in einer Großstadt unterwegs ist - sei es als U-Bahn-Benutzer, als Spaziergänger oder als Fremder -, braucht übersichtliche und schnelle Informationen, wie er sein Ziel am besten erreicht. Die MGM offeriert sinnvolles Stadtmobiliar, in dem dieser Bürgerservice integriert ist.

So bieten die Stadtinformationsanlagen etwa Platz für einen Umgebungsplan, der jedem Ortsunkundigen schnell weiterhilft. An den Aufgängen der U- und S-Bahn verschaffen sie mit einem Streckenplan des öffentlichen Nahverkehrs einen guten Überblick. Und was für viele Bürger und Stadtteilpolitiker von größter Bedeutung ist: Sie präsentieren die Informationen



Vorteile für Bezirksausschüsse.

So können wir unsere Bürger viel besser erreichen.



Der Bezirksausschuß Altstadt-Lehel hat, soweit er der Meinung ist, daß solche Vitrinen mit dem Stadtbild in Einklang zu bringen sind, bereits Standorte für Vitrinen vorgeschlagen. **Vorsitzender Gerd Rühle** sieht in dem neuen Medium nur Positives:

„Mit den MGM-Vitrinen können wir unsere Informationen in einem hochwertigeren Rahmen präsentieren - und damit die Bürger besser erreichen. Die Vorteile gegenüber den bisherigen Schaukästen liegen auf der Hand: Sie sind größer, leuchten in der Nacht, werden gereinigt, gewartet und an zentralen Standorten plaziert - und das kostenlos.“

der Bezirksausschüsse über aktuelle Themen in einem ansprechenden Rahmen.

Diese Serviceleistungen für Fremde und Einheimische verbessern das Info-System in München - und belasten dabei das Stadtsäckel überhaupt nicht, denn die Vitrinen finanzieren sich durch die Werbefläche auf der zweiten Seite. Auch der Stadtrat hat diesen Maßnahmen schon im Dezember 1997 grundsätzlich zugestimmt.





Aus zwei mach' eins: Wechselmotive sparen viel Platz.

Hinterleuchtete Großflächen sind die Lösung.

Auch die gute alte Plakatwand geht mit der Zeit: Als hinterleuchtete Großfläche zeigt sie ein zeitgemäßeres Gesicht. Sie ist funktioneller, wesentlich effizienter und wenn man sie richtig betreibt, spendet sie sogar finanzielle Zuschüsse zu Einrichtungen fürs Allgemeinwohl.

Innovation ist der Motor des Fortschritts. Und moderne Technologien machen so manches möglich, was gestern noch Zukunftsmusik war. Zum Beispiel eine Plakat-Großfläche mit doppeltem Nutzen. Sie wechselt in exakt programmierbaren Zeitabständen das jeweils sichtbare Motiv. Damit vollbringt sie eine Leistung,

für die normalerweise der doppelte Platz notwendig wäre. Der Nutzen für die Ent-rümpelung der Stadt, für mehr Klarheit und Überschaubarkeit liegt auf der Hand.

Noch ein weiterer positiver Aspekt: Aufgrund der Doppelbelegung dieser Flächen ergeben sich zweifache Werbeeinnahmen - und diese können dann zum Teil für das Sponsoring anderer Maßnahmen zum Wohl der Bürger eingesetzt werden; beispielsweise für zusätzliche Wartehallen ohne Werbeflächen.

Hinterleuchtete Großflächen sind gleichzeitig ein hervorragendes Medium für Informationen der Kommune. Sie können

ein Forum sein für Veranstaltungstips, Umweltschutzhinweise, Vorsorgeaktionen, und, und, ... eben einfach für alles, was die Stadt ihren Bürgern mitzuteilen hat.

Eine Großfläche, die mit Zustimmung der Stadt zur Demonstration aufgestellt wird, soll die unterschiedlichen Funktionen anschaulich machen. Sie wird zeigen, wie sinnvoll und nützlich diese Werbeanlagen an ausgewählten Standorten in München sind.

Ein Gewinn für die Stadtgestaltung:

Klassiker mit modernem Innenleben.

Als der Drucker Ernst Litfaß 1855 in Berlin die erste Werbesäule aufstellte, hätte er sich wohl nicht träumen lassen, mit welch nützlichen Funktionen Säulen heutzutage verbunden werden. Doch könnte er eine MGM-Säule sehen, wäre er sicher hochzufrieden.

Die neuen Litfaßsäulen können mit einer öffentlichen Toilette oder einem Telefon ausgestattet werden, sie bieten Platz für Altglascontainer, Schaltschränke, Streusandbehälter oder Zeitungsständer.

So integriert die klassische Werbesäule Service-Einrichtungen und technische Geräte, die sonst das Stadtbild arg verschandeln - zweifelsohne ein gestalterischer Gewinn. Und auch das liefert die MGM zum Nulltarif.

Öffentliche Toiletten sind stets ein großes Problem. Der Stadt bescheren sie hohe Unterhaltskosten, und die Bürger ärgern sich über Gestank und Schmutz. Daher bemühen sich Bezirksausschüsse und Bürger seit Jahren um saubere Lösungen. Unter anderem liegen Anträge für selbstreinigende Toiletten in Litfaßsäulen vor.

Die MGM bietet diese WC-Säulen an. Dank modernster Technik wird die gesamte Toilette nach jeder Benutzung vollautomatisch gereinigt und desinfiziert. Zum Service gehören tägliche Kontrollen sowie ein Wartungsdienst, der rund um die Uhr zur Verfügung steht. Das Ganze wird durch Werbung finanziert und kostet die Stadt keinen Pfennig.



Bezirksschüsse drängen auf Umsetzung:

Eine sehr vernünftige Lösung!



Der Vorsitzende des Bezirksausschusses Schwabing-West, Dr. Walter Klein, freut sich über den Bürgerservice, den die MGM mit ihren praktischen und sauberen WC-Anlagen bietet:

„Seit Jahren häufen sich bei uns die Anträge von Bürgern für eine WC-Anlage im Luitpoldpark. Gerade am Spielplatz, der von vielen Müttern mit Kindern frequentiert wird, ist dies unbedingt erforderlich. Die Finanzierung einer solchen Anlage über Werbung auf Basis des Stadtratsbeschlusses ist eine vernünftige Lösung.“

Die Voraussetzung dafür ist, daß die Werbeträger in das Straßenbild passen und das Stadtbild insgesamt nicht dominieren. Wir halten das im Umgriff unseres Stadtbezirkes für machbar und hoffen im Interesse der Bürger auf eine baldige Umsetzung.“

WC-Säulen für die Bürger:

Probeaufstellung bereits beschlossen.

Schon im Dezember 1997 hat der Münchner Stadtrat die Probeaufstellung von drei WC-Säulen samt der zur Finanzierung notwendigen weiteren Werbeflächen beschlossen. Dafür werden bestehende Anlagen abgebaut. Doch die Verwaltung hat bisher noch keine Genehmigung erteilt.

Aufgrund der umfangreichen Technik liegen die Kosten für eine WC-Säule bei rund 150.000 Mark. Deshalb kann diese Einrichtung nur durch zusätzliche Werbeflächen finanziert werden.

Im Gegenzug für jede neue Säule baut die DSR eine ihrer bestehenden Werbeanlagen - Säulen und Großflächen - ab. Deshalb wird es insgesamt nicht mehr Werbung in München geben, sondern modernere Anlagen, die immer auch einen Bürgernutzen mit sich bringen und zu einem aufgeräumten Stadtbild beitragen.





Bonus für mehr Reinlichkeit.

Immer sauber... doch das kommt nicht von ungefähr.

Was hilft die attraktivste Einrichtung, wenn sie nicht regelmäßig gereinigt und auf Vordermann gebracht wird? Bei der MGM in München säubert, pflegt und wartet man mit System.

Wirklich erfreulich, in welchem Top-Zustand sich selbst solche Wartehäuschen präsentieren, die bereits seit Jahren im Dienst der Münchner Bürger stehen.

Doch das ist Teil des hochqualifizierten Service, der mit ihrer Aufstellung garantiert wird.

Um Funktionalität und Sauberkeit unter allen Umständen zu garantieren, ist bei der MGM ein Team mit 30 Mitarbeitern im Einsatz. Diese engagierte Mannschaft kümmert sich von früh bis spät sorgfältig und aufmerksam um die MGM-Wartehallen im Münchner Stadtgebiet.

Der Aufwand ist enorm: Eigens ausgebildete Handwerker, Monteure, Elektriker und Service-Spezialisten reparieren und reinigen die Wartehäuschen vom Dachfirst bis zum Fußboden. Und selbst das Terrain wird regelmäßig gefegt. Abfall-eimer werden geleert, Aufkleber entfernt und Werbeplakate einmal pro Woche fachmännisch gewechselt.

Ein Kontrolldienst prüft zuverlässig auf Sauberkeit, Beschädigungen und eventuelle Beeinträchtigungen der Funktions-tüchtigkeit. Mängel werden innerhalb von 24 Stunden durch Service-Techniker behoben.

Und das alles kostet Stadt und Bürger keinen Pfennig. Das System mit seinem vorbildlichen Service wird einzig über die Werbeeinnahmen finanziert.

System mit Wartung und Service.

Also da bin ich ehrlich beeindruckt!

Die Münchner Bürgerin Hilde Rusch* hat das Herz auf dem rechten Fleck - und ist ganz angetan vom MGM-System:



„Ich wohne bereits zeit-lebens in München-Haidhausen - im Geburtshaus meines Vaters in der Walsenstraße. Und als umweltbewußte Bürgerin fahre ich natürlich viel mit dem MVV. Mich freut's, daß so schöne Wartehäuschen aufgestellt worden sind. Man ist geschützt vor Wind und Regen. Die schmucken, blauen Unterstände sind sehr geschlossen und kompakt.

Und sauber, funktionstüchtig und ordentlich sind sie außerdem. Da setz' sogar ich mich beim Warten gerne auf meine vier Buchstaben. Die Sitze sind sehr angenehm, richtig bequem. Also, ich hab' keine Klagen.“

* Frau Rusch ist Mitglied im Bezirksausschuß Au-Haidhausen und im Vorstand des VdK-Haidhausen.



Das Licht der Wartehallen macht München heller.

Bei Nacht wird Werbung zum Faktor für mehr Sicherheit.

Wenn es Abend wird in der City, dann schaltet sich in den Werbevittrinen der Wartehallen automatisch das Licht ein. Plakate beginnen bunt zu leuchten und bringen Licht ins Dunkel.

Doch damit nicht genug: Die Innenbeleuchtung der Wartehäuschen tut ein Übriges. Auch sie geht bei Einbruch der Dämmerung automatisch an, spendet Licht und vermittelt damit ein Gefühl von subjektiver Sicherheit.

Für Fahrgäste und Passanten ist beides von entscheidendem Vorteil. Denn in der Großstadtnacht ist insbesondere zur Herbst- und Winterzeit jede zusätzliche Lichtquelle willkommen. Vor allem der nächtliche Nachhauseweg fällt Bewohnern und Besuchern viel leichter.



Farbenfrohe Werbeplakate und die Beleuchtung der Wartehäuschen bringen Leben in die Stadt. Sie machen die Weltstadt mit Herz noch ein kleines bißchen sympathischer und vermitteln großstädtische Atmosphäre. Weltbekannte Marken und dekorativ gestaltete Plakat-Motive verleihen ein Flair von Internationalität.

So sind die MGM-Einrichtungen mit ihren vielfältigen und nützlichen Funktionen längst ein Teil der Stadtkultur geworden. Sie machen München erlebenswerter für Gäste, Besucher, Touristen und die Münchner Bürgerschaft.



Lebenswertes München.

Eine Verbindung von Tradition und Moderne.

Wir dürfen präsentieren: Münchner Nächte. Die Ludwigstraße mit einer ästhetisch abgerundeten, von innen beleuchteten Plakatsäule der MGM. Die Fotomontage zeigt, daß Historie und Moderne gar nicht so unvereinbar sind, wie manche meinen. Vor allem dann nicht, wenn das, was neu hinzukommt, den visuellen Brückenschlag zu Zeugnissen der Geschichte souverän bewältigt.

Als König Ludwig I. von Bayern die repräsentative und nach ihm benannte Prachtstraße zwischen Odeonsplatz und Siegestor anlegen ließ, waren Litfaßsäulen nicht vorgesehen, weil ihr Prototyp noch gar nicht erfunden war. Doch die Zeiten ändern sich. Und bei aller Wertschätzung von historisch gewachsenen Architektur-Ensembles darf eines nicht vergessen werden: Großstädte sind keine Museen! In ihnen leben, arbeiten und bewegen sich Menschen. Die Stadt ist urbaner Lebensraum.

Was spricht dagegen, das ohnehin schon anstrengende Großstadtleben für die Bürger etwas einfacher und müheloser zu machen? Stadtmöbel der MGM können den Aufenthalt und die Fortbewegung im öffentlichen Raum viel angenehmer gestalten.

Da die Menschen in München die bisherigen Service-Lösungen der MGM mit breiter Zustimmung angenommen haben, ist es an der Zeit, weitere Bürgerwünsche zügig zu erfüllen. Service-Einrichtungen in Säulen und Vitrinen stehen ganz oben an. Die MGM ist bereit!



MGM

Münchner Gesellschaft für Stadtmöblierung m.b.H.
Geisenhausenerstraße 11 · 81379 München
Telefon 0 89-74 81 38-0 · Telefax 0 89-74 81 38-10

Eine Partnerschaft der Firmen:

DSR Deutsche Städte-Reklame GmbH

JCDecaux STADTMÖBLIERUNG
JCDecaux Deutschland GmbH