

„Eisenman“ erhält bald einen neuen Bildschirm



Soll schon bald wieder Platz für animierte Werbung bieten: Der große Bildschirm am Wartestand vor dem Elisenbrunnen wird voraussichtlich in der kommenden Woche neu installiert. Foto: MHA/Harald Krömer

AACHEN Der „Eisenman“ erhält ein neues Gesicht: In Kürze soll die animierte Werbefläche auf dem kunstvoll gestalteten Unterstand am Elisenbrunnen wieder aktiviert werden.

VON [MATTHIAS HINRICHS](#)

Redakteur

Lange genug hat der „Eisenman“ am Elisenbrunnen eher unerfreuliche Patina angesetzt, der aufwendig gestaltete Unterstand aus der Werkstatt des gleichnamigen Stararchitekten und US-Künstlers, im Öcher Volksmund auch als „Frittezang“ bekannt, fristete ein ziemlich glanzloses Dasein vor der Deutschen Bank, nachdem das großformatige Werbedisplay bereits vor ziemlich genau fünf Jahren den Geist aufgegeben hatte.

Jetzt ist der 2,40 mal 1,40 Meter große defekte Bildschirm ausgebaut worden; in Kürze soll zumindest das Warten auf eine Wiederbelebung des kunstvoll überdachten Wartebereichs vor der viel frequentierten Bushaltestelle an der Ecke zur Ursulinerstraße ein Ende haben, wie die Stadt auf Nachfrage mitteilte.

Im Sommer vergangenen Jahres hatte der zuständige Ratsausschuss einen Wettbewerb zur Übernahme der Werbefläche auf den Weg gebracht; den Zuschlag erhielt die junge Aachener PR-Firma Rubymedia, die sich erst im vergangenen Jahr gegründet hat. „Wenn das Wetter mitspielt, beginnen wir am kommenden Mittwoch mit der Installation eines neuen, hochmodernen LED-Displays“, berichtet Inhaber und Geschäftsführer Markus Jussen.

Die Kosten – rund 50.000 bis 60.000 Euro veranschlagt Jussen für den Einbau – übernimmt das Unternehmen, das inzwischen mehrere vergleichbare Anlagen in der Region betreibt. „In der Regel befinden sich unsere Werbeflächen auf Privatgrundstücken“, erklärt Jussen, trotzdem habe Rubymedia sie vielfach auch gratis zur Verfügung gestellt; etwa für soziale Projekte im Zusammenhang mit der Flutkatastrophe und kommunale Kampagnen zum Schutz vor dem [Coronavirus](#).

Bespielt werden soll der neue Bildschirm am Eisenbrunnen, anders als beim vormaligen Betreiber JC Decaux, nun freilich vor allem durch Werbung des örtlichen Einzelhandels. „Wir wollen vor allem den Geschäftsleuten aus der Region hier eine neue Möglichkeit geben, rund um die Uhr für ihre Produkte zu werben“, betont Jussen.

Im Gegenzug kann die Stadt prinzipiell jeden zweiten der jeweils auf sechs Sekunden beschränkten animierten Spots nutzen, um auf eigene, vor allem kulturelle Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Auch die laufenden Kosten übernimmt Rubymedia in Gänze, bestätigte Harald Beckers vom städtischen Presseamt. Der neue Vertrag hat eine Laufzeit von zehn Jahren.