

LINZ.VERÄNDERT, MEDIA-ARTS

Betrachtungen von Tourismusdirektor Georg Steiner
zur Tourismuskonferenz am 3. Dezember 2015 im Design Center Linz

Die „**Begegnungen der Zukunft**“ und unser neues Schwerpunktthema „**UNESCO City of Media Arts**“ sind heute unsere Themen. „LinZ.verändert,“ ist dabei weiterhin unser Slogan, unsere Leitlinie – und in Zeiten wie diesen sei am Rande auf die semantische Umgebung von „verändern“ hingewiesen. Der Begriff „migrare“ meint sowohl auswandern, wandern, sterben, transportieren, verletzen, übersiedeln und auch verändern.

Vom Sterben sind wir hoffentlich weit entfernt. Wir sind aber mehr in Bewegung denn je. Der Tourismus in Linz versteht sich als ständiger Aufbruch, als Bewegung nach vorne, der sich bevorzugt mit der Gegenwart unserer Stadt beschäftigt und unseren Gästen Impulse und Visionen mitgibt. Ein Linz-Aufenthalt ist weniger der nostalgische Blick zurück sondern die Reflektion unseres gegenwärtigen Lebens – sowohl im persönlichen Bereich als auch in vielen Facetten unserer Gesellschaft – und in Linz soll man Perspektiven bekommen. Es soll unseren Gästen ein Licht aufgehen – ein Linz-Besuch ist ein „Aha-Erlebnis“. Nächsten Sonntag übrigens konzertiert unsere Bruckner Uni im Brucknerhaus mit dem gesamten Weihnachtsoratorium von Johann Sebastian Bach. Dort heißt es in einem der schönsten Choräle: „Brich an oh schönes Morgenlicht und lass den Himmel tagen...“

Das Licht soll aufgehen bei unseren Begegnungen der Zukunft, bei Tagungen, Kongressen, Seminaren. „Blue Meeting“ heißt dabei unser Begriff, den wir übrigens vom österreichischen Patentamt haben schützen lassen.

LinZ.verändert, will die Meeting Architecture verändern – es soll gehirngerechter, es soll menschlicher, es soll kommunikativer zugehen. Und wir wollen in Zeiten von Compliance und von immer knapper werdenden Zeitbudgets für Tagungen mehr Linz in die Tagungen bringen. Unsere Stadt, unsere kulturellen, wirtschaftlichen, wissenschaftlichen Institutionen können unseren Gäste viel mitgeben, Anker setzen.

So ist beispielsweise der Höhenrausch ein starker Schlusspunkt, wenn es um eine Verkäufertagung geht – man besichtigt nicht nur ein Kulturprojekt, man geht gemeinsam zum Höhenrausch – ein semantisches Doping, in das viele Botschaften für die Teilnehmer verpackt werden können. Das Ars Electronica Center, unsere Museen, die Musik, die Literatur (z.B. Adalbert Stifter) die Donau oder die Natur haben so viele Botschaften und Inszenierungsmöglichkeiten bereit, dass für jedes Tagungsthema viele Anknüpfungs- und Verstärkungspunkte entstehen. Unsere Mitarbeiterinnen (Barbara Infanger, Luzia Bradt und Lisa Schmidt) sind mittlerweile darauf spezialisiert – und auch unsere Kongressförderung hat mittlerweile eine Komponente, wo wir solche Tagungsteile auch speziell fördern.

Und nicht nur im Tagungsbereich wollen wir die Metapher des Hell werden einsetzen. Auch unser Jahresschwerpunkt 2016 und vielleicht darüber hinaus „UNESCO City of Media Arts“ verfolgt diesen Ansatz.

Linz ist seit dem Start von Ars Electronica 1979, seit dem Wirken von Valie Export und anderen zu einem Hotspot der digitalen Kunst, der Auseinandersetzung mit den digitalen Entwicklungen und deren Wirkungen für Kultur, Gesellschaft und Politik geworden.

Zusammen mit Enghien-les-Bains und Lyon (Frankreich) | Sapporo (Japan) Dakar (Senegal) | Gwangju (Republik Korea) | Tel Aviv-Yafo (Israel) | York (Großbritannien) ist Linz damit in einem weltweiten Netzwerk, das wir nicht nur im Insider-Bereich pflegen wollen, sondern für ein breites Publikum erschließen wollen.

Der Kulturwissenschaftler Rüdiger Safranski – von ihm sind Standardwerke über die Deutsche Klassik, insbesondere über Goethe und Schiller sehr bekannt geworden – hat 2003 das Büchlein „Wie viel Globalisierung verträgt der Mensch?“ geschrieben. „Globalisierung, so schreibt er, ist metaphorisch, bildlich gesprochen eine planetarische Rodung der ersten Natur...Zivilisationen, so der Autor, sind - immer noch bildlich gesprochen – aus dem Wald herausgeschlagen worden als eine Art Lichtung. Mit Hilfe dieser Metaphorik lässt sich die Geschichte unserer Zivilisation als Kurzgeschichte erzählen... Die Ordnung der menschlichen Dinge schritt so vorwärts: zunächst gab es Wälder, dann die Hütten, darauf die Dörfer, später die Städte.

Wald hieß immer Dunkelheit, Unübersichtlichkeit, Verirrung. Auch Dante schreibt in seiner Göttlichen Komödie (Anfang 14. Jahrhundert!) „Wohl in der Mitte unseres Lebensweges geriet ich tief in einen dunklen Wald, sodass vom graden Pfade ich verirrte...“

Und Safranski zitiert dann den amerikanischen Schriftsteller und Naturphilosophen Henry David Thoreau, der im 19. Jahrhundert sich über den Menschen, über die Natur und über Gott Gedanken macht. Zuerst verschwand Gott, so Thoreau – der große Andere, der Garant für Geräumigkeit, der Eröffnung des größten Spielraums. Geblieben war noch die Natur als die Wirklichkeit des Anderen. Wenn auch die Natur vom menschlichen Machen durchdrungen wird, kommt es dahin, dass man auch dort nur noch dem geheimnislosen Produkt des eigenen Tuns begegnet. Und dann gibt es das globale Netzwerk der Zivilisation mit ihren Menschen, die sich immer ähnlicher werden. Aus diesen Wäldern ist das Dickicht von menschlichen Angelegenheiten und Symbolen geworden. Wir nähern uns der globalen Platzangst. Wieder brauchen wir in diesem globalen Dickicht eine Art Lichtung. Thoreau wollte Lichtungen in diese „zweite“, die künstliche Natur schlagen.

Und Safranski ist noch nicht am Ende. Wir sind wieder im Wald gelandet – so analysiert er die digitale Welt unserer Zeit. Im Gewimmel der Geschichten müssen wir wieder unsere eigene Geschichte entdecken. Eine Lichtung in der digitalen Unübersichtlichkeit, in der Informationsflut unserer Tage zu schlagen bedeutet, Verhaltens- und Denkweisen zu pflegen, die zur globalistischen Hysterie nicht recht passen wollen: die Verlangsamung, den Eigensinn, den Ortssinn, das Abschalten, das Unerreichbar-Sein...Wer sich seine Lichtung schaffen will im Dschungel globaler Kommunikation wird nicht ohne lebenskluge Begrenzung auskommen können. Wer sein Leben als ein eigenes gestalten will, muss den Punkt kennen, wo er aufhört sich formatieren und in-formieren zu lassen.

Nun habe ich weit ausgeholt, um den Bogen und die Zusammenhänge zu unserer City of Media Arts zu finden. Wir haben in Linz – nicht nur im Ars Electronica Center – sondern bei zahlreichen Ausstellungen im kommenden Jahr, aber auch bei Festivals wie dem Ars Electronica Festival, dem Festivals NEXT Comic oder bei Crossing Europe viele Zugänge, Auseinandersetzungen mit diesen Fragestellungen.

Mensch bleiben, Zusammenhänge erkennen und Neugierig bleiben – diese drei Punkte ziehen sich weiter wie ein roter Faden durch unsere Programme, durch unsere Kommunikation, durch die gesamte Linz.verändert-Positionierung.

City of Media Arts ist ein Projekt zur weiteren Internationalisierung unserer Stadt. Es beinhaltet aber auch viele Möglichkeiten – bei Führungen, bei Tagungen und im Marketing (online!) multimedialer und partizipativer zu werden.

Wir haben die Möglichkeiten zu neuen Kooperationen mit der Creative Region Linz & Upper Austria.

Wir wollen neue Tagungsformate dazu nach Linz bringen – ich denke dabei insbesondere auch an den zunehmenden Trend der Austragung von Computer-Spiel Meisterschaften.

Linz soll sich als führende Open Commons City weiter positionieren – von den fast flächendeckenden Hotspots bzw. WLAN-Zugängen bis zu vielen App-Applikationen, mit denen man die Stadt in allen Richtungen entdecken kann. Wir wollen mit einem System vom sog. I-Beacons unsere Attraktionspunkte ausstatten, um auf Bluetooth-Basis die Gäste mit Informationen in der Stadt zu versorgen.

Die Führungen unserer Austria Guides sollen multimedialer werden – vom Einsatz von QR-Codes bis zum nutzen diverser Apps, um Informationen aktueller und ortsbezogener geben zu können. Gerade mit dem neuen Sprecher der Austria Guides in Oberösterreich, Sebastian Frankenberger arbeiten wir in diesen Entwicklungen sehr gut zusammen – herzlichen Dank dafür.

Unsere Zielgruppen sind nicht nur die Experten und Freaks aus dem Bereich Media Arts. Es geht uns sehr stark auch darum, alle unsere Gäste – ob Städteurlaub, Tagung oder auch Geschäftsreisende – mit diesem Thema zu begeistern.

Das passiert durch unsere verschiedenen Medien –offline und online:

- In unserem Linz.verändert, Magazin mit mehr als 1 Million verteilter Auflage pro Jahr
- In unseren Medien zur Gästebetreuung
- In der Beratung unserer Tourist Information – dort treiben wir das Projekt einer „Digitalen Tourist Information“ voran.

Wir wollen es schaffen, dass Gäste, die in das Setting der Media Arts Szene eintauchen wollen, sich vielleicht auch in den Cafeterien und Kantinen einer Kunst Universität, der Tabakfabrik oder des AEC einfinden können, um dort die „Szene“ zu treffen – oder auch in den einschlägigen Lokalen – gerade auch die freie Szene ist hier besonders im Focus.

Wir werden auch die besonders multimedialen Inszenierungen unserer Theater- und Musikhäuser stärker in den Vordergrund rücken.

Für unsere Schülergruppen aber vielleicht auch demnächst für Senioren soll es digitale Projektstage geben – so wie wir das bereits für Zeitgeschichte und andere Themen anbieten.

Wir werden auch die Geschichte weiter hochhalten – aber halt in einer besonderen Beziehung zu diesem Thema.

Barock – Linz ist in der Tat eine barocke Stadt – ist Media Art aus der analogen Zeit.

Im Barock hat man es meisterhaft verstanden, multisensuell die Menschen anzusprechen – mit großen und eindrucksvollen Gemälden, mit der opulenten Ausstattung von Räumen, mit Hochämtern und anderen sog. Corporate Events wie z.B. Fronleichnamsprozessionen. Musik, Tanz und Inszenierungen in allen Dimensionen – das ist Barock und sozusagen immer noch die Benchmark, wenn es um multimediale Inszenierungen geht. Vor diesem Zusammenhang erschließt sich Media Art digital in einer barocken Stadt auf ganz besondere Weise.

Und: Wir wollen auch einen Kontrapunkt setzen:

Analog ist das neue Bio – so lautete ein Buchtitel, den ich kürzlich gelesen habe. Gäste werden aktiv darauf hingewiesen, wieder einmal – vielleicht für einen halben Tag auf analog zu schalten:

- Barzahlung statt Kreditkarte (freut unsere Händler)
- Postkarte statt Posting (in der Tourist Information verteilen wir Linz-Postkarten)
- Flohmarkt statt ebay usw.

UNESCO City of Media Arts ist ein Programm gegen Langeweile und Uniformität. Die Gäste sollen in Linz ihren freien Willen entdecken. Sie sollen erkennen, in welcher manipulierten Welt sie leben. Die Algorithmen beherrschen unsere Informationswahrnehmung – ob wir bei Google etwas suchen oder die Meldungen bei Facebook auf uns wirken lassen – alles ist von einer größeren Macht gesteuert, die uns oft gar nicht mehr bewusst wird.

Wir stehen wieder vor der Herausforderung – ähnlich wie Kant es vor der Aufklärung formulierte – uns unseres eigenen Verstandes zu bedienen.

Und dazu leistet die zeitgenössische Kunst viele Beiträge, dazu haben wir Festivals und Tagungen und wir bieten ab Jahresende ein kleines Büchlein an, das sozusagen als geistige Minibar in den Linzer Hotelzimmern – neben der Bibel – liegen soll. „Gute Tage, Gute Nächte“ heißt dieses Buch, das aus den verschiedenen Beiträgen aus unserem Hotelverzeichnis und aus unserem Gastronomieführer Betrachtungen und Empfehlungen zur Linzer Lebenskunst anbietet – auch mit einem Beitrag von Prof. Robert Pfaller.

In diesem Sinne lade ich Sie herzlich ein, sich auf diesen Schwerpunkt einzulassen – selbstverständlich besteht Altstadt und Landstraße weiter fort, sind die Museen und der Pöstlingberg wichtige Bestandteile unseres Stadterlebnisses – gerade aber Hotels und Gastronomie, Austria Guides oder Taxifahrer sind eingeladen, mit den Gästen über unsere Zugänge zu Media Arts zu reden. Das ergibt viel Gesprächsstoff und unser Ziel muss sein, dass die Gäste zuhause interessant über Linz erzählen. Und dass Ihnen während ihres Linz-Besuches ein Licht aufgegangen ist – nicht nur zur Advents- und Weihnachtszeit.

Linz, 3.12.2015
Georg Steiner
Tourismusdirektor