

<b>Intro</b>	<b>Abstract</b>	<b>Mein Graz</b>
	Purpose	
	Past	
<b>Concepts</b>	<b>Attitudes</b>	
	Strategies	
	Modalities	
<b>Partners</b>	Students	
	Teachers	
	Institutions	
<b>Spaces</b>	Buildings	
	Exhibitions	
	Interspaces	
<b>Output</b>	Workshops	
	<b>Projects</b>	
	Events	
<b>Extras</b>	Business	
	Statements	
	Glossary	
		<b>mobile memory, mobile history</b>

## Mein Graz

### Kurzbeschreibung

Da zum Zeitpunkt der Abgabe dieses Textes das Projekt noch nicht begonnen hat, kann hier nicht auf die direkte Umsetzung eingegangen werden. Aufgezeigt werden Recherchethemen, grundsätzliche Gedanken und strukturelle Vorgaben die zur Entstehung des Projekts geführt haben.

Mein Graz ist ein interaktives Projekt, bei dem GrazerInnen und BesucherInnen der Stadt in einem Zeitraum von ca. acht Wochen via Mobiltelefon eine individuelle und aktuelle „Geschichte“ liefern können. Das Projekt bezieht sich auf die These der Überlagerung realer und virtueller städtischer Strukturen. Neben dem unmittelbar wahrnehmbaren Stadtraum sind dies z.B. unbewusste Vernetzungen und Ordnungen von Erlebnissen, von Wissen, von Absichten und Handlungen sowie von Meinungen der BewohnerInnen einer Stadt.

Diese unterschwelligen Informationen sind, entsprechend dem amerikanischen Soziologen Erving Goffman, zumeist nur auf der Hinterbühne (dem privaten Raum) unserer Gesellschaft präsent. Das Projekt setzt es sich zum Ziel, diese in einer existierenden Ordnung an die Oberfläche zu bringen. Durch niederschwellige Kommunikationsmaßnahmen, mittels Methoden des below-the-line-marketing, werden BewohnerInnen und PassantInnen angeregt, einen persönlichen Beitrag zu leisten und Wissen - in diesem Kontext das Wissen der Hinterbühne - preiszugeben. Als Schnittstelle zwischen Hinter- und Vorderbühne fungiert das Mobiltelefon mit den Kanälen „Text“, „Sprache“ und „Bild“. Die Ausstellungsinstallation ist die Vorderbühne (der öffentliche Raum) und besteht aus vier Kojen mit jeweils einem Infoscreen. Dabei repräsentiert jede Koje einen soziokulturell unterschiedlichen städtischen Raum, aus dem die Mitteilungen gesendet werden. So wird es möglich, Informationen der Hinterbühnen auf die Vorderbühne zu transferieren und ineinander zu führen: Mit der visuellen Umsetzung kann ein neues Bewusstsein für städtische Strukturen initiiert werden. Die Ausstellungsinstallation wird durch die Spiegelung der Hinterbühne auf die Vorderbühne zur Heterotopie, bzw. zum „Anderen Ort“ (im Sinne Michel Foucaults) und bietet die Möglichkeit der Bewusstwerdung eines unterbewussten Vorganges.

**Ich wähl'  
mein Graz!**  
**0664/8282 363**

Eine SMS schreiben,  
eine Geschichte erzählen,  
eine Foto-MMS schicken.  
1. bis 31. Oktober 2005

<http://meingraz.at>  
mobile memory – mobile history

A1

Kampagnenposter mein Graz

## 2. Einleitung und Ausgangslage

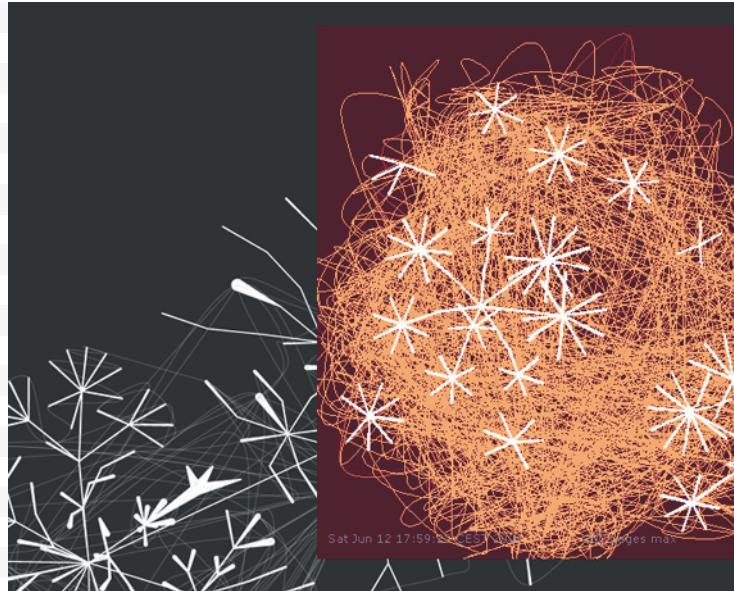
### 2.1 Recherchethema Museen, Medien und Wandel



Das Museum verändert sich. In ihrer Arbeit mit dem Titel «Museen und Medien» stellt Anja Wohlfomm in eindrücklicher Weise dar, vor welche Problemfelder Museen im Zeitalter elektronischer Medien gestellt sind. So weist sie darauf hin, dass ein interessantes Merkmal digitaler Medien und Museen die strukturellen Parallelen von beiden sind. Grundsätzlich können beide als Speicher- und Repräsentationsmedien betrachtet werden: „Ihre Aufgabe ist es, komplexe Inhalte zu verkleinern, exemplarisch zu repräsentieren und in geschlossenen Systemen darzustellen. [...] Beide Systeme arbeiten mit sequentiellen Informationseinheiten der offenen, non - linearen Rezeption. [...] Auch die Fortbewegungs- bzw. Navigationsmodi des Rezipienten in Ausstellungs- und Datenräumen weisen Parallelen auf. [...] konzeptionell verursachte Fehlerquellen sind ähnlich. ‘Is the museum visit a coherent experience or is it just a collection of unrelated chunks of information?’ [...] Das Museum und die Hypermedien sind mit der Frage nach dem originalen Objekt konfrontiert, wenn auch in unterschiedlicher Weise. [...] Beiden gemeinsam ist die Unüberprüfbarkeit [...] durch den Rezipienten. [...]“

Anja Wohlfomm „Museum als Medium; Neue Medien in Museen“ s. 97 ff

In meinen Untersuchungen aktueller Museumssysteme hat sich gezeigt, dass der Staat aus der Finanznot heraus sich zunehmend aus der Verantwortung zieht und sein Engagement vermehrt auf einige große Häuser konzentriert. Zeitgleich erleben die wirtschaftlich orientierten Erlebnisparks einen Boom, und auch in der Industrie entstehen vermehrt eindrückliche Erlebnis- und Verkaufsräume. Diese Entwicklung knüpft implizit an die Traditionen musealer Vermittlung an und ist für die heutigen Museen eine ernst zu nehmende Konkurrenz. Auch die konstante Virtualisierung alltäglicher Arbeits- und Kommunikationsprozesse und der immer bedeutungsvollere Einfluss virtueller Bildmedien auf unser persönliches und gesellschaftliches Selbstverständnis, stellt das museale Schaffen vor neue Aufgaben: Im Umgang mit Wissenstransfer eröffnet sie ganz neue Möglichkeiten und Sichtweisen, die eine Anregung für die vielschichtigen Vermittlungsformen sein kann. Unter dem Eindruck dieser Virtualisierung, gilt es, sinnvolle, nicht technisch motivierte, multidimensionale Kommunikations- und Vermittlungsstrategien zu entwickeln, die den



anemone: <http://hcg.media.mit.edu/people/fry>

Ansprüchen eines mediengeprägten Publikums genügt.

Im Sinne der allseitigen Finanzkürzungen wird auch in den Museen vermehrt über alternative Strategien, wie zum Beispiel intensivere Kollaboration zwischen Wirtschaft/Industrie und Wissenschaft/Forschung, nachgedacht.

Zur vertieften Lektüre dieses Themas verweise ich auf Anja Wohlfomms „Museum als Medium; Neue Medien in Museen“, und Annette Hünnekens: „Expanded Museum“.



BIX MEdienfassade



Kunsthaus Graz



BIX MEdienfassade

## 2.2 Kunsthause Graz: Ausstellung M-Stadt

Das beschriebene Recherche- und Studienthema von Museen als ein sich wandelndes Feld von Kommunikation und Technologie führte mich zu Auseinandersetzungen mit unterschiedlichen Fachleuten. So arbeitete ich mit Architekten, Soziologen, EDV-Spezialisten und Kuratoren zusammen. Aus der Zusammenarbeit mit letzteren ergab sich Ende Oktober 2004 eine konkrete Anfrage des Kunsthause Graz:

Im Rahmen einer Ausstellung zum Thema «Stadt» wurde mir angeboten ein Projekt zu entwickeln, das die verschiedenen Ebenen von Sponsor, Bildungsinstitution und Medientechnologie vereint und allesamt zum Tragen bringt. Gewünscht wurde die Einbindung von A1 (größter Mobilfunkbetreiber Österreichs), des wichtigsten Sponsors des Kunsthause Graz. Das Ergebnis des Projekts sollte mediale Inhalte für eine Medien-Lounge des Kunsthause liefern, deren Eröffnung mit dem Ausstellungsbeginn am 30. September geplant war.



Kunsthause Graz

### **3. Leitgedanke: Der virtuelle Stadtplan**

Mit dem Beschluss, diese Anfrage, die direkt den Kern meines Recherchethemas traf, als Diplomthema zu wählen, galt es einerseits die Vorgaben des Kunsthause umzusetzen, andererseits die Bezüge zum Jahresthema NOMADIX in sinnvoller Weise herauszuarbeiten. Als vorläufiger Arbeitstitel bezeichnete „Virtual\Structures“ diese Verbindung der verschiedenen Ebenen: Inhaltlich war der Zusammenhang durch das Thema der Stadt als Organisationsmodell gegeben. In der Diskussion um die Definition der heutigen Stadt werden zunehmend virtuelle Strukturen der „Handheld“-Kommunikation thematisiert, die gerade durch ihre relative Ortsunabhängigkeit Bedeutung gewinnen.

#### **3.1 Technologisch bedingte Möglichkeitsräume**

Urbane Ballungszentren sind schon immer ein Konglomerat verschiedener, komplexer, ineinander verflochtener Strukturen, die einem permanenten Veränderungsprozess unterliegen. Durch die Expansion virtueller Datenstrukturen in den letzten Dekaden ist es zu einer Potenzierung von Datenräumen - gleichzeitig eine Art virtueller Stadträume – gekommen. Im System Stadt werden dadurch permanent neue städtische Möglichkeits- und Erlebnisräume generiert. Aus diesem Grund muss von einem neuen Verständnis der Raumwahrnehmung, der öffentlichen und privaten Kommunikation sowie einer Änderung der Vernetzung von Subsystemen in der Stadt ausgegangen werden. Das Projekt soll, ausgehend von unterschiedlichen Perspektiven, neue Sichtweisen auf diese Bereiche eröffnen und einige, möglicherweise nur „scheinbare“ Veränderungen durch virtuelle Strukturen auf den Grund gehen.

#### **3.2 Die Buschtommel der Technomaden**

Eine der wichtigsten technologischen Veränderungen der letzten Jahre ist die Einführung des Mobiltelefons. Es hat sowohl unser Rezeptions- und Kommunikationsverhalten, als auch unsere Raumwahrnehmung nachhaltig verändert und ist zum festen Bestandteil unserer Kommunikationskultur geworden. Durch die Möglichkeit der permanenten Kommunikation, entsteht ein erhöhter Kommunikationsbedarf, der vorher in dem Ausmaß nicht da gewesen, und zudem ortsunabhängig geworden ist. Das Mobiltelefon ist ein ständiger Begleiter, ein direkter Draht zur eigenen Welt. Es ermöglicht, unabhängig vom Standort, ein Kommunikationsnetzwerk zu pflegen. Das Mobiltelefon unterstützt die Bildung neuer Formen sozialen Zusammenlebens, die nicht zwangsläufig geografische bedingt sind und somit nomadisches Verhalten unterstützt.

#### **4. Ziel: Ein Erkennen der Stadt durch das Zusammenstellen von Erinnerungen**

„Was und wie erinnert wird, darüber entscheiden neben den technischen Möglichkeiten der Aufzeichnung und Speicherung auch die Relevanzrahmen, die in einer Gesellschaft gelten.“

Aleida. u. Jan. Assmann „Das Gestern im Heute. Medien und soziales Gedächtnis“

In dem Projekt werden die BewohnerInnen und BesucherInnen von Graz angeregt, via Mobiltelefon einen Beitrag zum Thema „mein Graz“ einzusenden. Das Mobiltelefon wird in diesem Kontext nicht lediglich als Kommunikationsmittel zwischen Menschen betrachtet. In der Vernetzung der Menschen über die mobile Telefonie und dessen Interaktionsmöglichkeiten, wird das Mobiltelefon zum Dokumentationswerkzeug, durch das Prozesse aktiv mitgestaltet werden können. Abseits der offiziellen Dokumentation, in Form einer zivil-gesellschaftlichen Geschichtsschreibung, nehmen sie an einem sich selbst entwickelnden Abbild der Stadt – ihrer Stadt - teil.

##### **4.1 Soziologischer Kontext**

Stadträume sind seit jeher Gegenstand von Kunst, Kultur und Wissenschaft. Zumeist werden diese Räume jedoch nur aus funktionaler, ästhetischer oder baulich-räumlicher Perspektive betrachtet und thematisiert. Das Projekt „MeinGraz“ eröffnet dagegen neue Blickwinkel auf die Stadt: Im Fokus steht der gelebte Raum und damit einhergehend der Mensch, der ihn bewohnt. Dieser Raum verweist auf eine historische Tradition und ist eine Manifestation des Wechselspiels gesellschaftlicher, räumlich-baulicher und institutioneller Entwicklung.

Unter Berücksichtigung der zeitlichen Dimension wird der gelebte somit zum erlebten Raum, in dem sich der Verlauf von persönlich Erlebtem, abseits einer linear-zentralisierten Geschichtsschreibung, zeigt. Diese Geschichte liegt als Folie, oder virtuelle Struktur, über dem Raum und bildet eine spezifische Lebenswelt aus. Diese Lebenswelt stellt für Menschen die gegebene Wirklichkeit dar und prägt dadurch ihre Einstellungen, Absichten und Verhaltensweisen.

## 5. Projektaufbau

### 5.1 Soziodemografische Gebiete

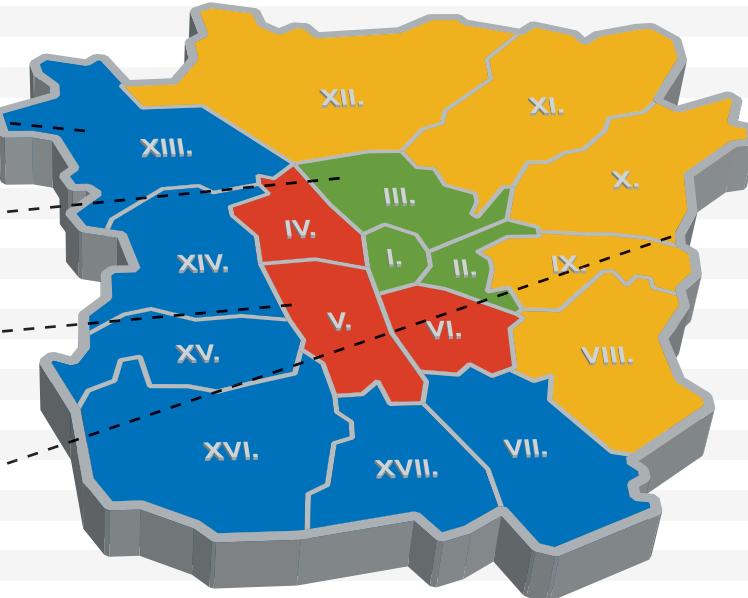
Der Sozialraum der Stadt Graz wurde mittels eines statistischen Verfahrens, der Clusteranalyse, in vier, relativ homogene soziodemografische Bereiche unterteilt: Die Innenstadt mit dem historischer Kern, die traditionell bürgerlichen Wohngegenden der Mittel- und Oberschicht, der ehemalige Industriegürtel der Stadt und die innenstadtnahen Gebiete mit migrantischen Milieus. Die Einteilung dient der räumlichen Zuordnbarkeit der Beiträge. So können möglicherweise gewisse soziale Strukturen und Muster erahnt, und in einer Installation gegenübergestellt und überprüft werden. Das System ermöglicht allerdings auch, dass dieser vorgegebenen, sozialen Ordnung gerade nicht entsprochen wird. Auch dieser Fall ließe eine über das visuelle Bild hinausgehende Information zu.

Arbeiterquartier (Industrie)  
Graz West

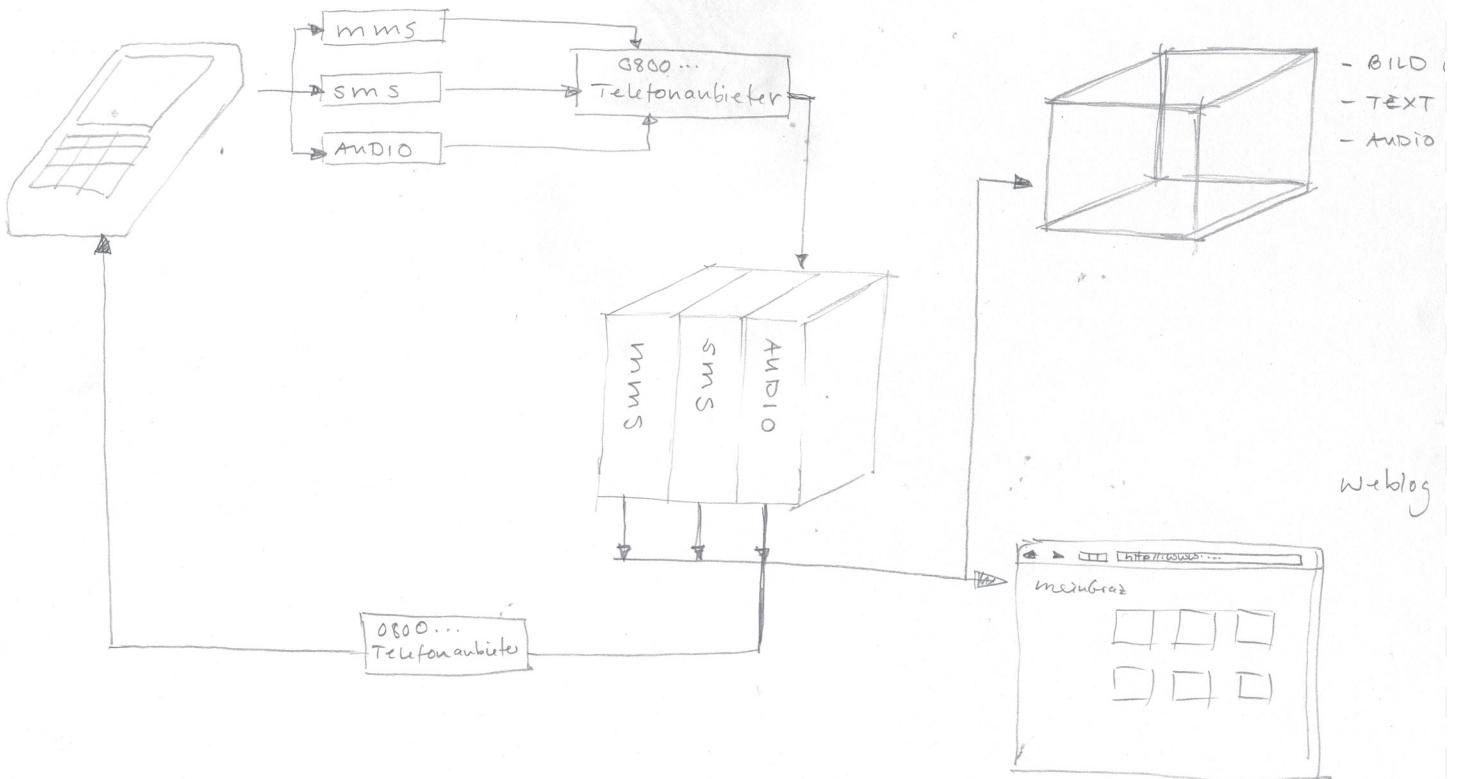
Konglomerat (Shopping, Intellektuali-  
tät, Kreativität, Kunst)  
Innenstadt

Hoher Immigranten Anteil  
Lend, Gries, Jakomini

Obere Mittelschicht, Oberschicht,  
Bürgertum  
Andritz, Maria Trost, Walten-  
dorf, St. Peter, Leonard



<b>5.4 Memoryspots</b>	In den soziodemographischen Bereichen werden Memoryspots definiert, die die PassantenInnen auf das Projekt aufmerksam machen und in das Konzept einführen sollen. Dabei kann es sich sowohl um identitätsstiftende, als auch scheinbar willkürlich gewählte Orte handeln. Hier wurde davon ausgegangen, dass die Memoryspots eine erhöhte Relevanz gegenüber anderen Orten haben, die der Projektbekanntmachung dienen; insbesondere im Bezug auf die Durchlaufzahl der Menschen. Dort kann über gezieltes Marketing mit geringerem Aufwand eine große Anzahl an Menschen auf das Projekt aufmerksam gemacht werden.
<b>5.5 Guerilla Marketing</b>	Die EinwohnerInnen von Graz werden durch eine Marketingkampagne aufgefordert und angeregt, sich am Projekt zu beteiligen. Die Kampagne setzt sich aus unterschiedlichen, Teils subversiven Aktionen zusammen, die alle das gemeinsame Ziel haben, Leute für das Projekt zu interessieren. Pro Aktion und SDG wird eine Telefonnummer kommuniziert, was für die Nachbearbeitung in der Installation mehr Möglichkeiten der Kontextualisierung bietet.
<b>5.6 Dateneingabe</b>	Teilnehmen können alle BesitzerInnen eines Mobiltelefons. Es dient dazu, Fotos aufzunehmen, SMS zu senden sowie Geschichten zu erzählen bzw. abzuhören. Bewusst wurde eine große Zielgruppe definiert: 14-35 Jährige. Das ergibt sich aus der Überlegung, dass ein Großteil dieser Gruppe ein Mobiltelefon besitzt und oft eine Affinität zu Technik besteht.
<b>5.7 Veröffentlichung</b>	Nach der Beitragseingabe, bekommt der User ein Antwort-SMS, welches zur rechtlichen Absicherung der Beitragsveröffentlichung dient. Außerdem zielt dieses SMS auf die Vermarktung der Ausstellung M Stadt ab, indem es gleichzeitig als Gutschein für eine Eintrittssenkung von € 1.50 gilt. Die Beiträge werden in einem automatisierten Prozess online veröffentlicht ( <a href="http://www.meingraz.at">www.meingraz.at</a> ), um allen Interessierten den Zugriff zu ermöglichen.



## 5.8 Installation MeinGraz als Ausstellungsprojekt

Neben den Inhalten für die Medien-Lounge, also der im Netz abrufbaren Informationen und gesammelten Geschichten von „Mein Graz“, wird ab dem 30. September eine Installation als Teil der Ausstellung M Stadt eröffnet, die den BesucherInnen den täglich wechselnden, alternativen „Plan“ von „Mein Graz“ zeigen wird. Die Installation befindet sich im Foyer des Kunsthause, also im öffentlichen und der Stadt zugewandten Bereich, und ist als generative Bild-, Klang- und Textkomposition (MMS, Audio, SMS) konzipiert, deren zeitlicher Verlauf aus den Einsendezeitpunkten der Userdaten entsteht. Sie ist während der Gesamtdauer des steirischen herbst zu sehen und ist im Katalog der Ausstellung präsent. Es wird sich zeigen, ob auch BesucherInnen der Ausstellung direkt vor Ort zum Mitmachen angeregt werden.

Als metaphorisches Konzept für die Installation wurde die Bühne, in Anlehnung an die Goffmannschen Vorder- und Hinterbühnen gewählt.

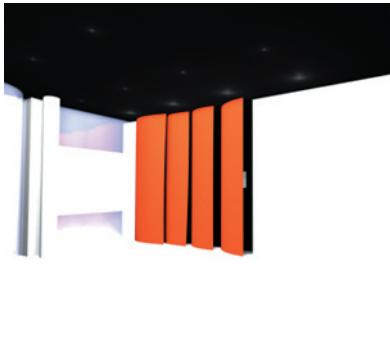
„Erving Goffman beschreibt in seiner Bühnenmetapher die sozialpsychologische Differenzierung des Raums: Auf der Vorderbühne werden die auf das öffentliche Publikum bezogenen Rollen gespielt. Die Hinterbühne wird durch Wahrnehmungsgrenzen vom Publikumsbereich abgegrenzt und stellt damit einen eigenen, privaten Raum dar. So entstehen unterschiedliche Formen der Interaktion im Raum (vgl. Goffman 1966) [[http://de.wikipedia.org/wiki/Erving\\_Goffman](http://de.wikipedia.org/wiki/Erving_Goffman)].

Die Vorderbühne beschreibt jegliche Form von Öffentlichkeit und die Hinterbühne die Bereiche des Privaten. Auf Grundlage der Verbreitung neuer Kommunikationstechnologien, wie dem Mobiltelefon und dem Internet, wurde in den letzten Jahren eine zunehmende Ausweitung des Öffentlichen, der Vorderbühne in goffmanscher Diktion, diskutiert.  
Rainer Rosseger „MeinGraz“, 2005

Jedem soziodemographischen Bereich wird eine Projektionsfläche zur Verfügung stehen, die in einer „Kabine“ mit eigenem Eingang erreichbar ist. In den Kabinen werden in zeitlich komprimierter Weise die Beiträge aus dem jeweiligen soziodemographischen Bereich gezeigt. Eine Stunde entspricht dabei zwei Minuten in der Installation. So werden beispielsweise alle Daten, die zwischen 9 und 10 Uhr im gesamten Zeitraum des Projekts eingesendet worden sind (MMS, SMS und Audio), hier verarbeitet. Je nach Menge der

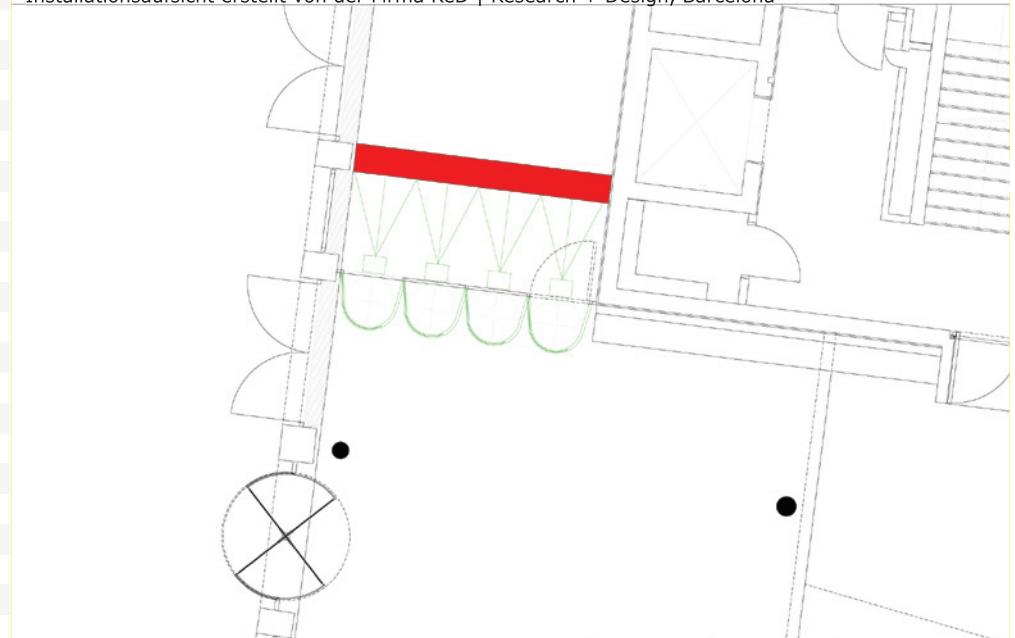


Foyer Kunsthause Graz



Raumansicht

Installationsaufsicht erstellt von der Firma ReD | Research + Design, Barcelona



CROSS INFORMATION:

1\_01 | Tammo, Installation  
ACE = GROUND FLOOR  
TOTAL AREA = XX m<sup>2</sup>

PROJECT:

ART EXHIBITION  
INTERIOR DESIGN PROPOSAL

LOCATION:

KUNSTHAUS GRAZ

CROSS SECTIONS:  
GROUND FLOOR (1)  
MEIN GRAZ INSTALLATION

DRAWING NO:

CT

SCALE:

DATE:

REF:

031

GRZ

ReD | Research + Design  
Sant Pau Mercat 47, pisl  
08003 Barcelona  
Spain  
T: +34 934399007  
e: mail@red-d.com

ARCHITECTS:  
MARIA MALE ALBERNA (COCAC 32575/P)  
JOSE PEDRO SOLERA (DAP 8647)  
CLIENT:  
KUNSTHAUS GRAZ

eingesendeten Beiträge entsteht so ein mehr oder weniger intensives Medienspektakel, welches sich in seiner Intensität kontinuierlich ändert.

## 6. «Mein» Graz



Was können uns die Beiträge verraten? Vordergründig wird sicherlich so etwas wie eine Befindlichkeit der Bevölkerung im Herbst 2005, je nach soziodemographischem Ort, sichtbar werden. Selbstverständlich würde ich mir wünschen, dass möglichst viele Menschen das Angebot annehmen, anderen einen Einblick in ihre Alltage, ihre Denkweisen und Handlungsmuster zu ermöglichen. „MeinGraz“ beruft sich ferner auf die Möglichkeit einer alternativen Geschichtsschreibung, die aus den Perspektiven der TeilnehmerInnen heraus entsteht und mit individuellen Erinnerungen an die Stadt Graz verbunden ist. Die gesammelten Daten fließen nach Beendigung des Projekts in die Datenbank des Bild- und Tonarchivs am Landesmuseum Joanneum und können auf diese Weise nachhaltig genutzt werden.

## **7. Nachspann: Mein Graz Partner**

**Literatur Liste (Auswahl):**

**E-Topia - William J. Mitchell**

**Andere Räume - Michel Foucault**

**Orality and Literacy - Walter J. Ong**

**Museum Als Medium – Neue Medien**

**in Museen - Anja Wohlfomm**

**Expanden Museum - Annette Hünnekens**

**Das Gestern im Heute. Medien und soziales Gedächtnis -- A. u. J. Assmann**

**The art of experimental interaction design – edited by Andy Cameron**

**CTRL – Space – Ausstellungskatalog**

**ZKM**

**<http://www.phonebin.com/>**

**<http://global.yellowarrow.net/>**

Auf struktureller Ebene ist „Mein Graz“ eine Verzahnung unterschiedlicher Bedürfnisse. Für das Kunsthause Graz als Initiator und Hauptfinancier wird ein Projekt umgesetzt, das einerseits mit Unterstützung des Hauptsponsors A1 als maßgeschneidertes Mobilfunk-Projekt auftritt und andererseits für die eigene Medien-Lounge Inhalte liefert. Im Kunsthause wurde das Projekt von der Kuratorin Katrin Bucher und der Leiterin der EDV Sabine Suppan unterstützt.

Das Projekt beinhaltet drei Diplomarbeiten. Nebst meiner eigenen Arbeit haben zwei Studenten der Fachhochschule Joanneum, Graz, in der Studienrichtung Kommunikationsdesign, Valentin Zhuber-Okrog und Michael Wagner, den gesamten Bereich Marketing und Grafik (CI/Print/Web) übernommen.

Unterstützt wird das Projekt zudem von Alexander Petrovic, der als Betriebswirt und Technikexperte einerseits den Finanzplan erstellt und andererseits das gesamte Mobilfunk Data-Handling auf der Seite des Projekts übernommen hat (Empfang/Speicherung/Online Publishing). Für die Installationstechnik verantwortlich ist Georg Holzmann, Institut für Elektronische Musik, Graz.

Die Erstellung sämtlicher Texte ist Christoph Huemer, Journalist und Autor, zu verdanken. Die soziologische Begleitung hat Rainer Rosegger und die Firma SCAN übernommen.

Der Medienbeitrag für NOMADIX wurde von Cristoffel Gehring und Anna Ackermann erstellt.

**Department HyperWerk**

**Tammo Trantow**

Dipl. Interaktionsleiter FH  
T +76 566 4289  
[ttr@hyperwerk.ch](mailto:ttr@hyperwerk.ch)

Totentanz 17/18  
CH-4051 Basel

T +41 61 269 92 30  
F +41 61 269 92 26

[info@hyperwerk.ch](mailto:info@hyperwerk.ch)  
[www.hyperwerk.ch](http://www.hyperwerk.ch)