

Tammo Trantow

Wer sucht wird gefunden

Aus meinen Studien von Museen als ein sich wandelndes Feld von Kommunikation und Technologie, ergaben sich Kontakte mit Kommunikationsdesigner, Soziologen, Kuratoren, Museologen und EDV Spezialisten. Während des Jahres 2004 habe ich an verschiedenen Projekten teilgenommen und dadurch mein Feld von Diskussionspartnern ständig vergrößert. Diese Arbeiten prägten mein Interesse für Informationsvermittlung und dessen Potential, sowohl innerhalb von Institutionen als auch zwischen öffentlichen Einrichtungen und dem Publikum. Durch dieses Interesse konnte ich mir eine Position schaffen, in der ich als potentieller Gestaltungspartner sichtbar wurde.

Im Oktober 2004 kam die Anfrage vom Kunsthaus Graz die Konzeption und Entwicklung eines Kommunikationsprojekts zu übernehmen. Das zugrunde liegende Thema war **Stadt**, Inhalt der kommenden Kunsthaus Ausstellung (Herbst 2005). Es wurde ein Projekt gefordert, das Kulturinstitutionen, Sponsoren und Publikum in einen gemeinsamen Prozess integriert. Gleichzeitig sollte auch die Entwicklung alternativer Szenarien für den Einsatz von neuen Medien im Vermittlungssektor angedacht werden. Besonders galt hier nach Szenarien zu forschen, die Inhalte für die geplante Medienlounge des Kunsthauses generieren.

Das Kunsthaus ist dabei, seine Vermittlungsarbeit in ein von Medien gestütztes Netzwerk zu stellen. Hierfür sollen verschiedene ortsunabhängige Medien zum Einsatz kommen. Mit A1, dem größten Österreichische Mobilfunk Anbieter, als wichtigstem Partner des Kunsthaus Graz, lag es nahe das Mobiltelefon auf seine Funktionsweise zu untersuchen und als Interaktionswerkzeug für das Projekt einzubeziehen.

Den vorgegebenen Begriff **Stadt** aufgreifend, habe ich beschlossen den Stadtraum als "Tatort" zu betrachten. Da ich bezüglich der detaillierten Formulierung des Projekts sehr viel Freiheit hatte, lag es nahe, mein vorhandenes Interesse für Kommunikation, Vermittlung und Technologie mit dem Stadtraum zu verbinden. Entstanden ist folgendes Projekt.

MEINGRAZ

mobile memory - mobile history

Technologisch bedingte Möglichkeitsräume

Urbane Ballungszentren sind seit jeher ein Gemisch verschiedener, komplexer, ineinander verflochtener Strukturen, die einem permanenten Veränderungsprozess unterlegen sind. Durch die Ausbreitung virtueller Datenstrukturen in den letzten Dekaden ist es zu einer Vervielfältigung von Datenräumen - gleichzeitig eine Art virtueller Stadträume - gekommen. Im System Stadt werden unablässig neue Möglichkeits- und Erlebnisräume generiert. Aus diesem Grund muss von einem veränderten Verständnis der Raumwahrnehmung, einer sich neu entwickelnden öffentlichen und privaten Kommunikation, und einer dichteren Vernetzung von Subsystemen ausgegangen werden.

Die Buschtrommel der Technomaden

Die wohl einschlägigste Errungenschaft auf dem Kommunikationsmarkt der letzten Jahre ist, neben dem Internet, das Mobiltelefon. Es hat sowohl unser Rezeptions- und Kommunikationsverhalten, als auch unsere Raumwahrnehmung nachhaltig verändert und ist zum festen Bestandteil unserer Kommunikationskultur geworden. Das Mobiltelefon ist ein ständiger Begleiter, ein direkte Draht zur Welt, der uns ermöglicht unabhängig unseres Standortes ein Kommunikationsnetzwerk zu pflegen.

Virtuelle Techno-Strukturen und zivilgesellschaftliche Geschichtsschreibung

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

Die Aufforderung, einen persönlichen Beitrag an einem Dokumentationsprojekt zu leisten, läßt Passanten zu Handlenden werden. Es vollzieht sich ein Perspektivenwandel - weg vom passiven Betrachter, hin zum aktiven Gestalter. Die somit geförderte städtische Aneignungskultur wirkt Identität stiftend und Bewusstsein fördernd in Bezug auf Stadtteilidentitäten und die sozio-kulturellen Strukturen im gesamten Stadtraum. Zugleich werden die Grenzen vom Privatem und Öffentlichem neu gesetzt, sowie einzelne urbane Sozialräume überlagert und ineinander geführt.

MEINGRAZ nutzt die bestehende technologische Infrastruktur der Mobiltelefonie – einem neuen virtuellen Stadtraum – um einen, in dieser Art einzigartigen, Möglichkeitsraum zu schaffen.

Die Gesamtheit der Beiträge stellen einen repräsentativen Querschnitt Grazer Befindlichkeit, Denkweise und Handlungsmuster dar. Sie werden im Internet publiziert und zur nachhaltigen Nutzung im Bild- und Tonarchiv des Landesmuseums aufgenommen. Zudem werden die Beiträge in einer Installation im Kunsthaus Graz der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Sie findet im Herbst während der Ausstellung *CITY-MEDIUM-CITY* statt.

Der Titel MEINGRAZ hat ist einprägsam und vielschichtig. Er setzt sich aus zwei Wörtern zusammen, die sofort einen persönlichen Bezug herstellen und einen Fragenkomplex aufwerfen:

Was ist mein Graz?

Was darf ich als meines definieren?

Bin ich GrazerIn?

Diese Fragen nach Identität, Zugehörigkeit, Besitz und persönlicher Geschichte lösen einen Prozess der Reflexion aus, der es ermöglicht, individuelle Handlungs- und Denkmuster im Kontext einer gesamtstädtischen Geschichte und städtischer Struktur zu sehen.

Nutzen

Durch diesen Prozess wird ein spezifischer Nutzen für die Grazer BürgerInnen, im Sinne zivilgesellschaftlicher Konzepte, gestiftet:

- Identität stiftend (Förderung von Stadtteilidentitäten)
- Bewusstsein fördernd (Aufklärung über Stadtstrukturen und lokale Kulturen)
- Förderung einer städtischen Aneignungskultur (Auseinandersetzung mit dem eigenen Stadtteil)
- Förderung kulturelle Partizipation (Teilhabe an urbanen kulturellen Prozessen)

Der Stadtraum als Schnittstelle der Wissensvermittlung

Der Stadtraum wird als Schnittstelle der Wissensvermittlung benutzt um das Thema zu bewerben, und um den Bewohnern die Möglichkeit der Teilnahme zu geben. Die Bekanntmachung und Bewerbung von MEINGRAZ läuft über Flyer, Plakate, Sticker und speziell geplanten Ereignissen im Zuge grösserer Anlässe (z.B. während des Festes Aufsteirern, oder beim Stadtmarathon).

Da die individuellen Aneignungskulturen und städtische Identifikation sehr stark vom sozialen Milieu geprägt sind, wird der Stadtraum in vier soziodemografische Gebiete eingeteilt. Die Einteilung dient der Möglichkeit der späteren, rückwirkenden Kontextualisierung und wissenschaftlichen Aufarbeitung der Beiträge.

In den soziodemografischen Gebieten werden sog. Memoryspots sichtbar definiert. Memoryspots befinden sich an Identität stiftenden Orten wie Plätzen, neue Zentren oder die Innenstadt Zonen. Gemeinsames Merkmal ist ein hoher Bekanntheitsgrad und eine überdurchschnittliche Durchlaufzahl von Menschen. Für die Teilnahme steht das Mobiltelefon zur Verfügung. Alle Memoryspots sind mit Telefonnummern ausgestattet. Über diese Nummern kann eine Geschichte zum Thema MEINGRAZ angehört werden. Die Geschichte wird über einem Zeitraum von ca. 8 Wochen erzählt, und idealer Weise auch über einen Radiosender und eine regionale Tageszeitung publiziert. Über dieselben Nummern können auch SMS und MMS eingesandt werden. Zusätzlich wird die Möglichkeit geboten, eigene Geschichten über das Handy zu erzählen.

Lokale Geschichte

Angelehnt an Geschichten aus dem Büro der Erinnerungen, wird eine mehrteilige fiktive Geschichte geschrieben. Diese Geschichte reflektiert vergangene Grazer Geschichte. Vermischt mit gesellschaftlich relevanten Themen wie Herkunft, Konsum, Liebe, Feinstaub etc., liefert sie die nötigen Impulse zur Teilnahme. Jede Woche wird ein anderes der definierten Themen den Schwerpunkt für den

Geschichtsabschnitt bilden, was eine anschließende, Themen bezogene, Einteilung der Beiträge ermöglicht.
Die Themen geben gleichzeitig die inhaltlichen Schwerpunkte des Marketing vor.

Biographie

Ich wurde ende Oktober 1971 in Lae, Papua Neuguinea geboren. 1986 zogen wir nach Deutschland, wo ich bis 1994 blieb und mein Fachabitur machte. Von 1994 bis 2001 arbeitete ich als Steinbildhauer, teils selbständig, teils im Angestelltenverhältnis. Anschliessend an diese Zeit als Handwerker, machte ich eine Weiterbildung zum Multimedia Produzent. Seit 2002 bin ich am Hyperwerk. Schwerpunkte meiner Arbeit hier sind zum einen die Frage nach der Bedeutung und den Potenzialen gesellschaftlicher Erinnerungsgefäße (z.B. Museen) in Kontext der Informationsgesellschaft und zum anderen Überlegungen zu einer erweiterten Vorstellung von dem Begriff Design.