Visions- und Zielfindungsworkshop II Stellenwert / Sichtbarkeit / Image

Auszug aus dem Grundlagenpapier - Langfassung, Kapitel 31, "Vertiefende Erkenntnisse"

31.19. Tourismus und Image

Nur drei der insgesamt 73 Interviewpartner_innen möchten den Themenkomplex Tourismus und Image intensiver diskutieren. Einigkeit besteht dabei darin, dass es im Kunst- und Kulturbereich notwendig ist, verstärkt an der Markenbildung "Linz, verändert" zu arbeiten und gebündelte Pakete zu Metathemen (Natur, Entschleunigung, erfolgreiche Stadt, stadtgeschichtliche Themen, ...) anzubieten: "Ich glaube wirklich, dass die Stadt sich viel intensiver als Marke verstehen sollte. Manchmal ist es schwierig mit diesen Vorlaufzeiten, aber im touristischen Bereich wird eben langfristig im Voraus gedacht, und deswegen finde ich geschnürte, gemeinsame Pakete gut und wichtig." Angedacht werden sollten dabei durchaus auch unkonventionelle Arrangements für mehrere Tage, die etablierte Institutionen mit Initiativen der Freien Szene über Themen verbinden: "Ich glaube, dass das entsprechende verführerische oder ansprechende Angebot noch nicht da ist, das mit Linz identifizierbare Angebot noch fehlt. Eine Möglichkeit sehe ich in Wochenendarrangements, wie sie zum Beispiel in anderen Städten speziell für den Kulturtourismus angeboten werden. Ich glaube, die sind noch ausbaufähig." ⁸³

82 Interview mit Bina 2011

⁸³ Interview mit Aichhorn 2011

Ergebnisse zum Thema Stellenwert / Sichtbarkeit / Image aus dem KEP neu Stärken-Schwächen-Workshop (Oktober 2011)

Welche positiven Entwicklungen gab es im Bereich "Stellenwert / Sichtbarkeit / Image" in der Stadt Linz in den letzten 10 Jahren?

- Linz hat großes kulturelles Potenzial
- Entwicklung rund um Kulturhauptstadt war positiv
- großes kulturelles Angebot für Linz's Größe
- Stadtbild wichtig und verbessert (Industrie Natur)
- Es tut sich was in Linz
- Blick aus Salzburg: große Einrichtungen, große Anlässe/Events werden international, medial und architektonisch wahrgenommen
- Entwicklung von Industriestadt zu Kulturstadt gelungen (Industrie profitiert davon)
- Linz wird als Kulturhauptstadt wahrgenommen
- Linz als Marke: Klangwolke, Pflasterspektakel
- gute Besichtigungskultur-Angebote, z. B. Höhenrausch
- Niederschwelligkeit bunter geworden
- Mutige in der "freien Szene", z.B. Filmfestival
- Linz09 viel Diskussion, Nachhaltigkeit, Internationalität
- Stellenwert der Kultur steigt
- Es wurde viel gebaut (Wissensturm, Lentos, AEC, Salzamt,...)
- allgemein mehr Kulturbewusstsein
- Positive Auswirkungen für Tourismus
- Investitionen im öffentlichen Raum, Baukultur
- Verbesserung der Akzeptanz gegenüber zeitgenössischer Kunst
- Positive Ansätze zur Vernetzung (Kultur Wirtschaft Medien Politik Tourismus)
- Offener Umgang mit Vergangenheit ("Führer"), kein Versuch der Verschleierung
 (Linz steht dazu auch Industriestadt zu sein braucht keine Fiaker und Monarchie!)
- Linz ist authentisch und modern
- Linz ist eine moderne Stadt mit Kultur der Zukunft
- Keine eindeutige und fixe Positionierung (vgl. Wien, Salzburg)
- Linz hat einen guten Ruf kulturell, modern

- Umwandlung / Umdeutung von "Industriestadt" in "Kulturstadt"
- Linz ist (Kultur)Thema in der EU

Welche negativen Entwicklungen gab es im Bereich "Stellenwert / Sichtbarkeit / Image" in der Stadt Linz in den letzten 10 Jahren?

- Risikobereitschaft fehlt
- "Verpopularisierung" Gefahr der Niederschwelligkeit
- zu wenig Vermittlungsarbeit (generell und personell und inhaltlich)
- Kreativität geliftet Medienwirksamkeit
- Fehlendes Selbstverständnis als Kulturstadt bei den LinzerInnen
- Überhandnehmen des Eventcharakters in der Kunst
- Umgang mit Randgruppen Stadtimage
- Linz: Leben am Fluss
- Quantitative Messkriterien vor Qualitativen Verhältnis!
- mangelnde Wertschätzung der freischaffenden KulturarbeiterInnen und Kunstschaffenden
- MangeIndes mediales Interesse
- Stadtteil-Kulturarbeit = Stiefkind
- Tendenz zur Oberflächlichkeit (alles blau beleuchten = Event)
- Wahrnehmung der "freien Szene"
- weniger Angebotsorientierung
 - mehr Bedarfsorientierung
 - -zielgruppenspezifisch Ressourcen einsetzen
 - Reflektieren für WEN?
- Verengung des Kulturprozesses auf Zahlen, auf ökonomische Werte,...
- Man muss der Kultur nachlaufen
- zuwenig öffentliche Präsenz
- keine kulturpolitischen Visionen
- Kultur/Kunst nur im Großen
- Quantität vs. Qualität (BesucherInnenzahlen, Nächtigungszahlen)
- Linz09 ressourcenbindende Scheinwerferfunktion