

Andreas Wiesinger

WWW.PROVINNSBRUCK.AT - Regionalität und Materialität des digitalen Stadtgeflüsters

2013

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2251>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wiesinger, Andreas: WWW.PROVINNSBRUCK.AT - Regionalität und Materialität des digitalen Stadtgeflüsters.

In: Valentin Dander, Veronika Gründhammer, Heike Ortner (Hg.): *Medienräume: Materialität und*

Regionalität. Innsbruck: Innsbruck University Press 2013 (Medien – Wissen – Bildung), S. 119–

130. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2251>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

WWW.PROVINNSBRUCK.AT – Regionalität und Materialität des digitalen Stadtgeflüsters

Andreas Wiesinger

Zusammenfassung

Thema des Beitrags ist der Gemeinschaftsblog „www.provInnsbruck.at“, der seit Dezember 2010 aktiv ist. Anhand seiner Entstehung und bisherigen Geschichte werden Funktionen und Merkmale des gemeinschaftlichen Bloggens dargestellt. Der thematische Schwerpunkt des Blogs liegt auf lokaler Berichterstattung im Großraum Innsbruck, wobei keine fixe Redaktion besteht, sondern sich alle beteiligen können, die Artikel und Kommentare verfassen wollen. Ziel des Projekts ist es, einen vielstimmigen und interaktiven Diskurs über den Lebens- und Kulturraum Innsbruck zu etablieren. Eine wichtige Erweiterung des digitalen Stadtgeflüsters ist das seitens der Stadt Innsbruck geförderte Projekt „Die Stadt als Blog“, das mittels sogenannter „provInnsbruck-Boxen“ Themenvorschläge für den Blog ebenso wie allgemeine Meinungsäußerungen zum Stadt-leben sammelt.

Idee und Entstehung

Am 12. Dezember 2010 ging provInnsbruck online, am selben Tag wurde auch die gleichnamige Facebook-Gruppe angemeldet. Der Name des Blogs referenziert auf eine seit Jahren geführte Diskussion in Innsbruck – jene um die so genannte „Weltstadt Innsbruck“. Dieses Epitheton wurde Innsbruck anlässlich einer Werbekampagne verliehen und wird seither immer wieder (bisweilen auch durchaus selbstironisch) verwendet. Die Wortverschmelzung, die sich aus den Wörtern „Provinz“ und „Innsbruck“ zusammensetzt, soll diesen Diskurs humorvoll an- bzw. umdeuten. Ebenso schwingt das Verb „provizieren“ mit – durchaus auch in der ursprünglichen Wortbedeutung von *sich äußern* und *hervorrufen*. Der magentafarbene Föhn, das Maskottchen und Logo von provInnsbruck, spielt zum einen auf den gleichnamigen Fallwind an, der die Stadt regelmäßig heimsucht. Zum anderen wird damit an die Zeitschrift „Föhn“ (später „Foehn“) erinnert, die 1978 unter anderem von Felix Mitterer, Hans Haid und Markus Wilhem gegründet wurde und sich Literatur und Kultur, später verstärkt auch politischen Themen gewidmet hat.

Initiator des Weblogs ist Andreas Wiesinger, von dem der Name und das Grundkonzept stammen. Wie sehr dieses Projekt von Anfang an als Gemeinschaftswerk konzipiert war, zeigt sich durch die Visualisierung der Kommentare des „digitalen Stadtgeflüsters“ (so lautet die Selbstbezeichnung bzw. das Motto des Blogs) auf der Homepage, die auf die Idee von Florian Koch zurückgeht. Elisabeth Sporer ist die eigentliche Seele und Gründungsvorsitzende des gleichnamigen Trägervereins, provInnsbruck – Verein zur Förderung digitalen Stadtgeflüsters. Durch ihren unermüdlichen Einsatz wurde vieles – beispielsweise die erfolgreiche Teilnahme am Wettbewerb „stadt_potenziale 2012“ – überhaupt erst ermöglicht. Das Projekt zeichnet sich

dadurch aus, dass versucht wird, interne Hierarchien erst gar nicht entstehen zu lassen. Der Verein fungiert vor allem als Eigentümer der Domain und bietet Interessierten die Möglichkeit zur regelmäßigen Mitarbeit und gleichberechtigten Mitsprache.

ProvInnsbruck definiert sich selbst als Gemeinschaftsblog mit lokaler Ausrichtung. *Weblogs* (kurz: Blogs) sind Websites im Internet, die öffentlich geführte Journale darstellen; ihre Bezeichnung ist eine Wortkreuzung aus den englischen Begriffen *World Wide Web (WWW)* und *Log* (Tagebuch, Fahrtenbuch, Protokoll). „Inhaltlich ergreifen darin Autorinnen und Autoren das Wort, die mit kurzen Texten auf Inhalte im Netz verweisen oder persönliche Erfahrungen verarbeiten.“ (Ebersbach et al. 2011, S. 61) Dazu ist anzumerken, dass sich inzwischen Blogs zu ganz unterschiedlichen Themen und mit vielfältigen Zielsetzungen etabliert haben: Die Spannbreite reicht von *Corporate Blogs* von Unternehmen bis zu *Experten- oder Gameblogs*, die beispielsweise neue Produkte bewerten (vgl. Seeber 2008, S. 28–49). Der Genus von *Weblog* ist unbestimmt; der Sprachgebrauch für den hier vorgestellten Blog – für den sich die Kurzform „provi“ intern durchgesetzt hat – tendiert allerdings klar zur maskulinen Form.

Es war von Anfang an geplant, Facebook für die Bewerbung des Blogs und die Distribution der Beiträge zu nutzen. Für einen lokalen Blog ohne Werbebudget bietet Facebook nämlich unbestreitbare Vorteile: Mitgliedern von Facebook ist es möglich, „Fanseiten“ zu verschiedenen Themen zu gründen, denen andere Mitglieder als „Fans“ beitreten können. Sie erhalten dann einen Hinweis auf jeden Beitrag, der auf der Pinnwand der Fanseite veröffentlicht wird, auf ihrer persönlichen Startseite. In der Folge können sie diese Beiträge kommentieren, „ liken“ (ein Hyperlink mit der Aufschrift „Gefällt mir“ macht dies möglich) und „teilen“ – das bedeutet, dass sie die Artikel ihrerseits über ihre persönlichen Profilseiten veröffentlichen. Im Idealfall ergeben sich so Formen der „viralen Verbreitung“: Beiträge werden veröffentlicht, die Fans entdecken und verbreiten sie ihrerseits, was wiederum ihre „Freunde“ – das sind jene Mitglieder des Netzwerks, zu denen sie Kontakt haben – darauf aufmerksam macht. Im Idealfall ergibt sich daraus eine Art „Schneeballeffekt“, die Beiträge erhalten vermehrte Aufmerksamkeit und die Gruppe gewinnt neue Fans.

Ein weiterer Vorteil von Facebook liegt in der Ideenfindung für Artikel. Themen, die innerhalb des Netzwerks diskutiert werden, können in eigenen Blog-Beiträgen thematisiert werden. Viele Beiträge werden von Statusmeldungen und Kommentaren in Facebook inspiriert; auch neue Autorinnen und Autoren konnten so akquiriert werden. Dadurch, dass diese ihre eigenen Beiträge im Netzwerk veröffentlichen und die Beiträge anderer kommentieren, werden ihre Freunde auf den Blog aufmerksam gemacht und können als regelmäßige Leserinnen und Leser gewonnen werden. Somit erfüllt Facebook sowohl die Funktion eines Distributions- bzw. Kommunikationsmediums als auch die eines Rechercheinstruments, wobei beides in der Realität eng ineinandergreift.

Selbstverständnis und Themenstruktur

ProvInnsbruck verstand sich von Beginn an als *Hyperlocal Blog*, so werden Weblogs bezeichnet, die ihr Hauptaugenmerk auf die Lokalberichterstattung legen. Die Beiträge widmen sich

hauptsächlich Themen aus dem Stadtraum Innsbruck, was für ein Medium des *World Wide Web* nur vordergründig unorthodox erscheinen mag. Schließlich findet man im Internet heute schon „fast alles“, trotzdem bleibt das Regionale und Lokale oftmals ausgespart. Da liegt es nahe, diese Lücke durch eine reine Online-Plattform zu schließen, die es ermöglicht, Beiträge sowohl sehr kostengünstig als auch unkompliziert und ohne Zeitverzögerung zu publizieren. So kann auf aktuelle Ereignisse schnell reagiert werden, ohne auf Platzbeschränkungen oder Abgabefristen Rücksicht nehmen zu müssen. Ebenso war es wichtig, finanziell unabhängig agieren zu können – seit dem ersten Tag erscheint provInnsbruck ohne Werbeanzeigen oder Public-Relation-Berichte, obwohl es schon mehrfach dementsprechende Angebote gegeben hat.

Diese Form der unabhängigen und unbeeinflussten Berichterstattung wäre in einem Printmedium wohl nur unter einem hohen finanziellen Aufwand möglich. Zeglovits (2006) weist auf die Funktion von Blogs im Rahmen der sogenannten „symbolic economy“ hin: So sei auch „der Kampf um Öffentlichkeit und Platz in der Stadt als kreative Ressource nutzbar“ (Zeglovits 2006, S. 336). Genau dieser „Kampf“ oder vielmehr der „konsequente Einsatz“ dafür, begleitet das digitale Stadtgeflüster seit Beginn seines Bestehens. Wichtige Beispiele sind die Diskussion um die Zugänglichkeit der Grünflächen im Hofgarten, dem zentral gelegenen Park in Innsbruck, und das Radfahrverbot in der Maria-Theresien-Straße. Beide Themen wurden über einen längeren Zeitraum kontrovers diskutiert und waren Anlass für mehrere Blog-Beiträge und Blog-Kommentare.

Der thematische Schwerpunkt auf Lokalberichterstattung ermöglicht eine Konzentration auf den Stadtraum im Spannungsfeld von aktuellem Zustand und virtuellen Möglichkeiten. Neben aktuellen Ereignissen und Entwicklungen gilt das Augenmerk auch visionären Konzepten eines alternativen Stadtlebens. Für die Themenwahl gilt der Grundsatz, dass Ereignisse und Projekte vor der eigenen Haustüre vorrangig behandelt werden. Dabei werden andere Medien mit Regionalbezug, wie beispielsweise die „Tiroler Tageszeitung“ oder das „Stadtblatt Innsbruck“, keinesfalls als Konkurrenz betrachtet – was schon aufgrund der Struktur bzw. der finanziellen und personellen Möglichkeiten des Blogs nicht sinnvoll wäre. Stattdessen geben vielfach Artikel aus den Online-Ausgaben dieser und ähnlicher Medien Anstoß für weiterführende Beiträge und Kommentare von provInnsbruck-Autorinnen und -Autoren. Daran zeigt sich die enge Verquickung des Blogs zwischen privaten Meinungsäußerungen und Reaktionen auf Mainstream-Medien (vgl. Lovink 2008, S. 41f.). Auch mehrere Printmedien sowie das freie Radio Innsbruck (FREIRAD) haben schon über provInnsbruck berichtet bzw. Themen des Blogs aufgegriffen.

Die verschiedenen Menükategorien auf provInnsbruck dienen dazu, die jeweiligen Beiträge grob zu klassifizieren. Die Autorinnen und Autoren können ihre Artikel selbst fakultativ einer bestimmten Kategorie zuordnen; unabhängig davon erscheinen sie allerdings vorerst immer ganz oben auf der Homepage. Der Punkt „aktuell“ bezeichnet die Start- bzw. Einstiegsseite der Website, da aktuelle Berichterstattung für einen Blog Voraussetzung ist. Die Kategorie „geil“ umfasst vor allem Empfehlungen und legt das Augenmerk auf die positiv bis euphorisch wahrgenommenen Aspekte des Stadtlebens. Kontrastiv dazu werden unter „grantig“ auch kritische

Meinungen und Berichte über Missstände publiziert. Die Kategorie „urban“ ist thematisch sehr offen konzipiert und bietet ebenso Platz für Schnappschüsse wie für urbane Visionen und Diskurse. Der Menüpunkt „kurios“ wurde im Mai 2012 hinzugefügt und widmet sich den sogenannten *Urban Legends*, also modernen Sagen, die sich heute auch im Netz weiterverbreiten. Die Autorinnen und Autoren werden unter „über uns“ jeweils mit einem Portraitfoto und einem selbst verfassten Text vorgestellt. Unter „kontakt“ finden sich das Impressum und die Kontaktadresse, was rechtlich vorgeschrieben ist.

Alleinstellungsmerkmale und statistischer Abriss

Eine provInnsbruck-Redaktion im engeren Wortsinn besteht nicht. Für die einzelnen Artikel sind die jeweiligen Verfasserinnen und Verfasser verantwortlich, außerdem gibt es – abgesehen vom Regionalbezug – weder thematische noch sonstige Vorgaben. Dadurch gestalten sich die einzelnen Beiträge sehr heterogen. Die Spannweite reicht von originellen Schnappschüssen, die mit Zitaten ergänzt werden, über Veranstaltungshinweise und politische Kommentare bis hin zu literarischen und lyrischen Texten. Diese thematische Vielfalt war von Anfang an programmatisch und daher spricht einiges dafür, dass sie auch für den Erfolg des Projekts ausschlaggebend ist. Die Leserinnen und Leser wissen nie, was sie konkret erwartet, wodurch sie neugierig gemacht werden. Nachteile liegen in der fehlenden Qualitätssicherung, wodurch zumindest theoretisch auch schlecht geschriebene oder inhaltlich fehlerhafte Beiträge veröffentlicht werden könnten. Vereinzelt kommt es vor, dass in Kommentaren über die angeblich fehlende thematische Relevanz eines Beitrags diskutiert wird.

Die aktuelle Statistik vom März 2013, nach zwei Jahren und drei Monaten seines Bestehens, spricht jedenfalls für den Erfolg des Projekts: Insgesamt wurden 1.212 Beiträge mit 1.701 Bildern veröffentlicht – im Schnitt erscheinen also etwa 1,5 Beiträge täglich. Die Zahl der Kommentare beläuft sich auf 3.566 und ergibt einen Durchschnittswert von fast drei Kommentaren pro Beitrag. Hierzu ist anzumerken, dass der bislang am häufigsten kommentierte Beitrag 92 Kommentare erhielt, während viele nur ein Mal oder gar nicht kommentiert wurden. Entscheidend sind dafür vor allem die behandelten Themen: Der erwähnte Beitrag befasst sich mit einem Wahlplakat der Innsbrucker FPÖ, dessen Slogan „Heimat-Liebe statt Marokkaner-Diebe“ viel Aufsehen erregte und schließlich sogar ein gerichtliches Nachspiel für die Verantwortlichen hatte. Veranstaltungsankündigungen werden hingegen nur selten kommentiert, aber auch ausführliche Artikel rufen bisweilen keine Diskussionen hervor. Insgesamt wurde die Website 217.929 Mal besucht und dabei wurden exakt 370.948 einzelne Webseiten aufgerufen – erfreulich ist auch, dass (bei allen gegebenen Schwankungen) die durchschnittliche Zahl der Besuche insgesamt steigt.

Bloggen als Kulturtechnik

Im deutschen Sprachraum blieben Weblogs bislang insgesamt ein eher elitäres Medienphänomen, das die große Masse der Internet-User (noch?) nicht erreicht hat (vgl. Lovink 2012, S. 132). Die Gründe dafür sind vielfältig, gleichwohl rückt die Blogosphäre langsam auch hierzulande in den Fokus des Interesses und Blogs und Bloggerinnen und Blogger finden auch in den traditionellen Massenmedien vermehrt Beachtung. Zeglovits (2006, S. 332) weist darauf hin, dass Blogs „mehr als ein neues journalistisches Genre oder eine Form subjektiv gefärbter Berichterstattung“ darstellen. Er verweist auf die Zwischenstellung der Blogs als „sowohl urbanes als auch globales Medienphänomen“, dabei „eignen sie (sich) zur Beobachtung von sowohl sozio-kulturellen als auch ökonomischen Phänomenen; unter anderem der Kommunikationsbereitschaft, der Gemeinschaftsbildung und der Selbstvermarktung“ (ebenda). Bloggen ist eine soziale und kommunikative Praxis, die es unkompliziert ermöglicht, Informationen und kontroverse Meinungen auszutauschen und zu publizieren.

Weblogs haben sich schon seit den 1990er Jahren als alternative Medienangebote etabliert – vor allem in Kriegs- und Krisenregionen sind sie oftmals die einzige Möglichkeit, um unzensurierte Informationen zu publizieren und Nachrichten aus offiziellen (und somit meist parteiischen) Quellen zu ergänzen bzw. zu hinterfragen (vgl. Schmid 2007, S. 185). Aber auch außerhalb von Kriegs- und Krisengebieten können Blogs subversive Medienstrategien fördern, etwa in Form von *Watchblogs*, die Unternehmen oder andere Medien kritisch beobachten (vgl. Seeber 2008, S. 29f.). Zeglovits (2006) definiert Weblogs in Anschluss an Faßler als „urbane Mediascapes“ (vgl. Faßler 2001, S. 215ff.), die sich zwischen Materialität, Medialität, Kulturarbeit und (Selbst-)Vermarktung verorten. Inzwischen integrieren auch professionelle (online-)journalistische Angebote Blogs in ihre Berichterstattung (vgl. Schmidt 2006, S. 120ff.).

Kaum ein Ratgeber für das Betreiben von Weblogs vergisst, auf den hohen Wert von Verlinkungen auf andere Blogs und Online-Angebote hinzuweisen (vgl. Heijnk 2011, S. 193). So wird beispielsweise auf Artikel einer Online-Zeitung verlinkt, was den Vorteil bringt, dass die darin enthaltenen Informationen nicht mehr wiederholt werden müssen und auf die redaktionelle Rechercheleistung verwiesen werden kann. Für die Medien, auf die verlinkt wird, ergibt sich wiederum der Vorteil, dass Interessierte ihre jeweiligen Artikel aufrufen und sie somit potenzielle Leserinnen und Leser gewinnen können. Damit verortet sich provInnsbruck als Format für partizipatorischen bzw. Graswurzel-Journalismus an der Schnittfläche von virtueller Gemeinschaft (vgl. Rheingold 1994, S. 141ff.) und Community-Blog (vgl. Schmidt 2006, S. 119–128).

Des Weiteren stellt der Blog eine digitale und interaktive Erweiterung des realen Stadtraums dar. Die Beiträge und ihre Kommentare befördern einen vielstimmigen Diskurs, wie die Stadt wahrgenommen wird und welche Wünsche, Visionen oder auch Beschwerden sich mit ihr verbinden. Dabei ist provInnsbruck sowohl ein „Archiv des Augenblicks“, das die jeweils aktuellen Ereignisse dokumentiert und kommentiert als auch ein offenes Forum für alle am Stadtleben Beteiligten. Es gibt keinerlei Zugangshürden oder Barrieren, weswegen es nicht übertrieben ist, von einer „digitalen Agora“ (Schmid 2007, S. 33ff.) zu sprechen. Die Kom-

mentare, die auf derselben Webseite wie die Artikel in umgekehrter chronologischer Reihenfolge publiziert werden (vgl. Kapitel „Die Kommentarfunktion“), enthalten oftmals Anmerkungen (teilweise auch Korrekturen) zu den Beiträgen – hier zeigen sich Ansätze von kollektiver Autorenschaft. ProvInnsbruck ist auch Teil der Blogosphäre – gemeint ist damit die Gesamtheit der Weblogs und ihre Vernetzung. So wird gelegentlich auf Beiträge anderer Blogs verlinkt oder Blogs, die ihr Augenmerk auf Innsbruck legen, werden in Form von Artikeln vorgestellt. Ein Beispiel dafür ist der Musikblog „In that little town“ (www.inthatlittletown.at), dessen Inhalte hauptsächlich aus kurzen Webvideos von heimischen Bands bzw. Bands, die in Innsbruck auftreten, bestehen.

Multimedialität

Während der ersten Monate blieb provInnsbruck auf Textbeiträge und illustrierende Fotos beschränkt, was sich vor allem aus den fehlenden zeitlichen und personellen Ressourcen erklärt. Für professionelle multimediale Konzepte sind eine sorgfältige Planung und technische Unterstützung Voraussetzung – zumindest wenn der Anspruch besteht, qualitativ möglichst hochwertige Beiträge zu erstellen. Schon früh war geplant, auch Audioformate und Webvideos zu publizieren, um das digitale Stadtgeflüster hör- und sichtbar zu machen. Den Anfang machte der bekannte Tiroler Kabarettist Markus Koschuh, der mit seiner Podcast-Kolumne „Hasch scho’ g’hört“ verschiedene Themen der Innsbrucker und Tiroler Politik auf humorvolle Weise behandelte. Schon nach der zweiten Ausgabe stieg die Zahl der Seitenaufrufe deutlich an und auch der Zulauf zur Facebook-Fanseite erhöhte sich merklich.

Im Vorfeld der Innsbrucker Gemeinderatswahl im April 2012 wurden die insgesamt acht Bürgermeisterkandidatinnen und -kandidaten (von SPÖ, ÖVP, FPÖ, KPÖ, Für Innsbruck, den Grünen, der Liste Rudi und den Piraten) „vor den Föhn gebeten“. Die verschiedenen Interviews wurden von Markus Koschuh und dem Verfasser geführt; inhaltliche Absprachen gab es keine – allerdings ein gemeinsames Brainstorming, um Fragen auszutauschen und stilistisch zu verfeinern. Die Videos, die jeweils etwa 15 Minuten dauern, wurden auch auf dem Videportal YouTube veröffentlicht, was die weitere Verbreitung erleichterte. Diese Video-Interviews – vom erstmals antretenden Piraten-Kandidaten bis zur amtierenden Bürgermeisterin – führten zu dem bislang größten Popularitätsschub für provInnsbruck. Die Zahl der Besuche auf der Website stieg merklich und auch die Zahl der Fans auf Facebook erhöhte sich mit jedem veröffentlichten Video.

Im Vorfeld war es uns vor allem wichtig, Fragen aus der Community zu sammeln. Daher wurden die Leserinnen und Leser mehrmals aufgefordert, sich zu Wort zu melden – die Beteiligung hielt sich allerdings in Grenzen, sodass die meisten Fragen von den beiden Interviewern selbst sowie von Autorinnen und Autoren des Blogs formuliert wurden. Dabei wurden besonders Fragen bevorzugt, die andere Medien nicht oder nicht auf diese Weise stellen würden. Wir wählten zwar einen ungewöhnlichen, vielleicht sogar provokanten Zugang, wollten aber nicht als „untergriffig“ wahrgenommen werden. Die Kandidatinnen und Kandidaten wählten selbst den Ort der Aufnahme, wurden aber im Vorfeld weder über Konzept noch über mögliche Fra-

gen informiert. Neben professionellen Journalistinnen und Journalisten lobten auch viele der interviewten Politikerinnen und Politiker dieses Format als innovativ und professionell – wer sich selbst einen Eindruck verschaffen möchte, findet alle Videos auf YouTube.¹

Die Kommentarfunktion – Herzstück des digitalen Stadtgeflüsters

Von Anfang an war es ein integraler Bestandteil und Anspruch des „digitalen Stadtgeflüsters“ ein offenes Forum für kritische Stadtdiskurse zu etablieren. Daher sollten die einzelnen Beiträge auch anonym kommentierbar sein, um einen unkomplizierten und niederschweligen Meinungsaustausch zu ermöglichen. Im Vorfeld wurde intensiv darüber diskutiert, wie wir mit unangemessenen und beleidigenden Kommentaren verfahren sollten. Ganz zu Beginn gab es einige Probleme mit so genannten *Spam-Bots* – das sind Computerprogramme, die automatisch Werbebotschaften in offenen Foren veröffentlichen. Innerhalb einiger Stunden werden etwa mehrere Werbebotschaften mit Links zu kommerziellen Websites gepostet, die freilich nichts mit dem kommentierten Beitrag zu tun haben. Dieser Misstand konnte behoben werden, indem Kommentare, bevor sie auf provInnsbruck veröffentlicht werden, mit einem so genannten *CAPTCHA* signiert werden müssen: Das sind Codes aus Buchstaben und Ziffern, die von den Verfasserinnen und Verfassern der Kommentare händisch eingegeben werden müssen, um sicherzustellen, dass es sich dabei nicht um eine Maschine, sondern um einen „echten Menschen“ handelt. Eine kurze Phase mit Kommentaren, die mit kommerziellen Links (z.B. zu Kreditkarten-Anbietern) versehen waren, ergab sich mit Beginn des Engagements auf Twitter im März 2013, konnte aber inzwischen ebenso überwunden werden.

Schon seit seiner Planungsphase ist provInnsbruck als interaktives und diskursives Medium konzipiert, das ein allgemein zugängliches Forum für vielfältige Stadtansichten und kritische Kommentare darstellt. Besonderes Gewicht haben dabei die Kommentare zu den einzelnen Beiträgen. Um einen niederschweligen und offenen Diskurs zu gewährleisten, ist die Möglichkeit der anonymen Kommentierung wesentlich. Besonders wichtig war es auch, die verschiedenen Kommentare der User sichtbar zu machen – schließlich sind sie ein wichtiger Bestandteil des digitalen Stadtgeflüsters. In den meisten Blogs „verschwinden“ die Kommentare auf den Webseiten der einzelnen Beiträge und werden (wenn überhaupt) nur als Zahl unter dem jeweiligen Beitragsanreißer auf der Homepage angegeben. Auf provInnsbruck erscheinen die ersten Wörter der neuesten Kommentare jeweils in Form von magentafarbenen Hyperlinks in der rechten Spalte der Homepage.

Daraus ergeben sich mehrere Vorteile: Zum einen werden die Kommentare aufgewertet, da sie auf der Homepage an prominenter Stelle platziert sind. Da jeweils nur die ersten vier oder fünf Wörter zu sehen sind, werden die Userinnen und User auf die Kommentare neugierig gemacht. Noch bedeutender ist aber, dass durch die verlinkten Kommentare eine weitere inhaltliche Ebene eröffnet wird. Es erscheinen nur die jeweils aktuellsten Beiträge auf der Homepage,

¹ Beispielhaft angeführt sei das Interview mit der amtierenden Bürgermeisterin Christine Oppitz-Plörer: <http://www.youtube.com/watch?v=ZWJ9j24kTgw> (Stand vom 22-08-2013).

ältere Beiträge „verschwinden“ von der Einstiegsseite. Auch wenn ein mehrere Wochen alter Artikel kommentiert wird, wird der Beginn dieses Kommentars ganz oben auf der Homepage angezeigt – so erlangen auch Beiträge, die schon einige Tage oder Wochen alt sind, wieder Beachtung. Die Anzahl der Kommentare stieg jedenfalls mit dieser Form ihrer Visualisierung merklich an.

Mit den Kommentaren gab es nur vereinzelt echte Probleme und in mehr als 26 Monaten mussten nur sehr wenige Kommentare gelöscht werden. Eine Kommentatorin (zumindest verwendete die betreffende Person ein weibliches Pseudonym) wurde durch antisemitische Statements auffällig, nach einer Verwarnung (und der Entfernung dieser Kommentare) gab es keine Probleme mehr.

Obwohl einzelne Beiträge hin und wieder sehr kontrovers diskutiert werden, bleiben unangemessene oder hetzerische Kommentare die Ausnahme, obwohl das Forum offen zugänglich ist und die Kommentare unter einem frei gewählten Pseudonym erscheinen. Daran zeigt sich auch, dass ein offenes Forum nicht zwangsläufig zu vermehrten Beleidigungen und Anfeindungen führen muss. Sachbezogene Kritik kommt allerdings häufig vor, auch auf inhaltliche und orthografische Fehler wird in den Kommentaren bisweilen hingewiesen – diese übernehmen also durchaus auch die Funktion eines Korrektivs (vgl. Schmid 2007, S. 189f.). Insgesamt überwiegen also die Vorteile des offenen Forums, wofür allerdings die tägliche Betreuung des Blogs Voraussetzung ist, um unzulässige Kommentare und Spam gegebenenfalls zu löschen. Die inhaltliche und sprachliche Varianz der Kommentare ist beträchtlich und reicht von einzelnen Links (z.B. zu Artikeln in Online-Zeitungen) bis zu mehrere Absätze umfassende Statements. Die Kommentare enthalten oft interessante inhaltliche Ergänzungen, weiterführende Links, manchmal aber auch inhaltliche Kritik.

Materialität

Gerade für einen Blog, der hauptsächlich in Form einer Website besteht, ist „Materialität“ in der Wortbedeutung als Bestehen aus Materie bzw. als Stofflichkeit nicht selbstverständlich. Dennoch bringt gerade die Immaterialität dieses medialen Angebots unbestreitbare Vorteile mit sich: Im *World Wide Web* ist das Publizieren von Inhalten nahezu kostenlos möglich; im Gegensatz zu gedruckten Publikationen fallen weder Produktions- noch Versandkosten an, die Hyperlinks zu den Beiträgen können ohne großen Aufwand verbreitet werden. Allerdings war schon in der Projektphase geplant, provInnsbruck nicht nur als Blog zu betreiben, sondern im Stadtraum aktiv und „greifbar“ zu werden.

Diese Chance ergab sich anlässlich der „stadt_potenziale 2012“, der öffentlich ausgeschrieben, projektbezogenen Kunst- und Kulturinnovationsförderung der Stadt Innsbruck. Der Projektantrag wurde unter dem Titel „Die Stadt als Blog“ verfasst und umfasst mehrere Module. Im Rahmen des Wettbewerbs wurde der Antrag mit einer Gesamtsumme von 6.700 Euro prämiert. Die Boxen wurden inzwischen an verschiedenen Orten aufgestellt. Die daraus gewonnenen Anregungen, Themenvorschläge, aber auch eher allgemein gehaltenen Statements zum Stadtleben wurden in mehreren Artikeln dokumentiert: Kernstück des Konzepts sind die



Abbildung 1: Mit den provInnsbruck-Boxen werden Themenvorschläge und Kommentare zum Stadtgeschehen gesammelt.

sogenannten provInnsbruck-Boxen (siehe Abbildung 1), die in unterschiedlichen Kultureinrichtungen, Cafés und Geschäften aufgestellt wurden. Auf den Boxen wurde in wenigen Sätzen erklärt, worum es sich dabei handelt: Interessierte erhalten die Möglichkeit, unkompliziert und anonym Meinungen, kritische Anmerkungen und Themenvorschläge zu verfassen und abzugeben. Damit sollen vor allem auch Bevölkerungskreise erreicht werden, die das Internet nicht oder nur selten nützen und denen das digitale Stadtgeflüster bislang noch gar nicht bekannt war.

Hieran zeigt sich, dass sich provInnsbruck genau an der Schnittstelle von Regionalität und Materialität verortet. Die Boxen stellen eine Form der materiellen Erweiterung des digitalen Mediums dar, die Stadt soll sowohl als Referenz als auch im Sinne einer Erweiterung des digitalen Stadtgeflüsters wahrgenommen werden (vgl. Schmidt 2005, S. 84ff.). Die Metapher der „digitalen Stadt“ begleitet Blogs seit den 1990er Jahren (vgl. Lovink 2008, S. 62), wobei viele Projekte im *World Wide Web* verbleiben. Die verschiedenen Themenvorschläge und Botschaften gestalteten sich – wie nicht anders zu erwarten war – sehr variantenreich. Die Mitteilungen in den Boxen enthielten eher allgemeine Anmerkungen zum Stadtleben bzw. zum eigenen Stadtteil, aber auch Kommentare zu konkreten Missständen, die in der Folge auch Anstoß für Blog-Beiträge gaben. Die Aktion zeigt, dass die Diskussionsbereitschaft seitens der Stadtbevölkerung durchaus gegeben ist. Ähnlich wie die Kommentare im Blog scheint die Möglichkeit, die persönliche Meinung anonym äußern zu können, zur Beteiligung zu motivieren.

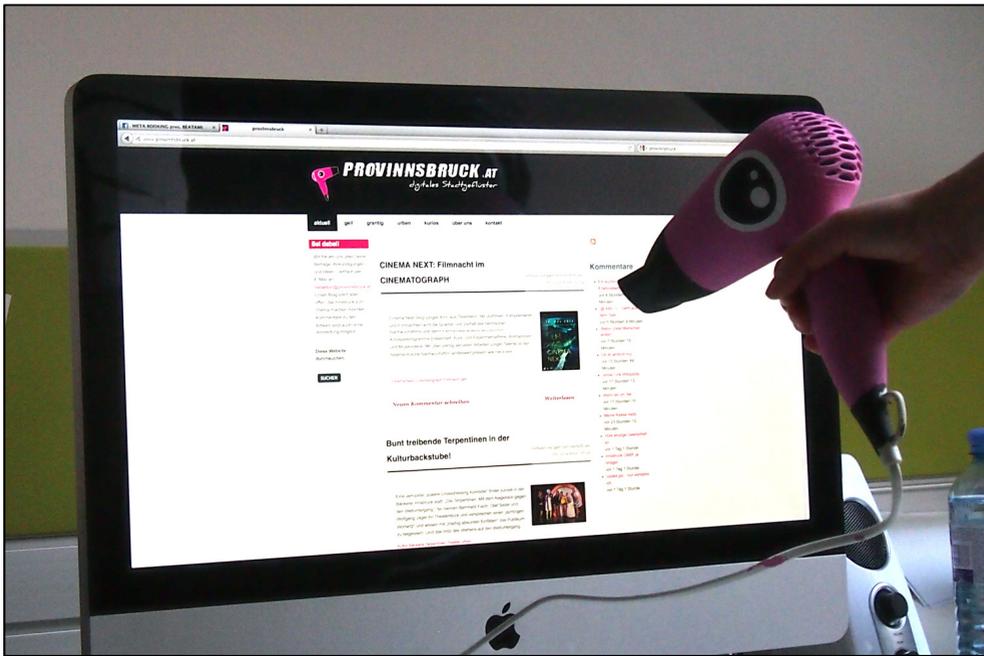


Abbildung 2: Der Föhn, das Maskottchen von provInnsbruck, wurde detailgetreu nachgebaut.

Außerdem wird provInnsbruck auch noch auf andere Weise „gegenständlich und angreifbar“: So wurde unser Maskottchen, der Föhn, detailgetreu nachgebaut (siehe Abbildung 2) und kam auch in Interviews mit den Bürgermeisterkandidatinnen und -kandidaten der Gemeinderatswahl 2012 zum Einsatz (siehe Unterkapitel „Multimedialität“). Der wohl wichtigste Werbeträger des Blogs sind Aufkleber, die der Kopfleiste bzw. dem Logo der Webseite nachempfunden sind und den Schriftzug „WWW.PROVINNSBRUCK.AT digitales Stadtgeflüster“ zeigen (siehe Abbildung 1). Diese erweisen sich für die Bewerbung des Mediums als sehr nutzbringend. Zum einen dienen die Aufkleber als *Teaser* – sie sollen vor allem Menschen neugierig machen, die sie in einer Kultureinrichtung oder einer Bar entdecken. Die Informationen sind bewusst reduziert, außer der Angabe der Webseite und dem erklärenden Zusatz wird nur noch das Maskottchen, der Föhn, abgebildet. Zum anderen sind die Sticker aber auch ein ebenso preiswertes wie praktisches *Give-away*, also ein Werbemittel. Trifft man beispielsweise auf einer Veranstaltung Menschen, die sich für den Stadtblog interessieren, erhalten sie den Aufkleber als Gedächtnisstütze für das nächste Mal, wenn sie online sind.

Eine weitere Form der Materialisierung sind die T-Shirts, die an Vereinsmitglieder verteilt wurden und ebenfalls das Logo zeigen – sie sollen bei den verschiedenen Straßenaktionen ein einheitliches Erscheinungsbild gewährleisten und auf die verschiedenen provInnsbruckerinnen und provInnsbrucker aufmerksam machen. Außerdem ist geplant, ein *Best of* aus den Beiträgen

und Kommentaren des Weblogs in Form einer Broschüre zusammenzustellen, um die verschiedenen inhaltlichen Aspekte adäquat abzubilden. Es ist geplant, die Publikation kostenlos in Kulturinstitutionen aufzulegen. Sie soll sowohl als „Dankeschön“ für treue Leserinnen und Leser gesehen werden als auch eine Form des Medientransfers von der digitalen Website zur analogen Broschüre darstellen – allerdings befindet sich diese Idee noch in der Konzeptionsphase und die konkrete Umsetzung ist auch eine Finanzierungsfrage. Eine weitere Strategie, um provInnsbruck vom digitalen Medium in den realen Stadtraum zu erweitern, waren die zwei bisherigen provi-Feste, die von mehreren hundert Gästen besucht wurden.

Ausblick

Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass die meisten Blogs nur kurz aktiv sind und oft schon nach recht kurzer Zeit keine neuen Beiträge mehr veröffentlicht werden (vgl. Fischer 2006, S. 185f.). Dementsprechend kann ein Blog mit einer „Lebensdauer“ von über zwei Jahren und drei Monaten, dessen Beitragszahl beständig wächst, schon als erfolgreich gelten. Da die Zahl der Besuche auf der Website ansteigt, ist unser erstes Ziel, diese positive Tendenz weiter zu verstärken und die Bekanntheit des Medienangebots noch auszubauen. Außerdem ist geplant, vor allem mehr Webvideos anzubieten, deren Produktion sich allerdings als recht aufwändig erweist. Dabei sollen bekannte Persönlichkeiten des Innsbrucker Stadtlebens interviewt werden. Seit März 2013 ist provInnsbruck auch auf der Microblogging-Plattform *Twitter* aktiv – hier erfreut es sich wachsenden Zuspruchs und gewinnt laufend sogenannte „Follower“, also Mitglieder, welche die Meldungen (so genannte „Tweets“) abonnieren. Auch andere Online-Communitys sollen zumindest im Auge behalten werden, um Interessierte auf unsere Beiträge aufmerksam zu machen.

Die Zielsetzung von provInnsbruck ist jedenfalls nicht ökonomischer, sondern demokratie- und gesellschaftspolitischer Natur. Nachdem schon einige Aktionen von „Die Stadt als Blog“ erfolgreich absolviert wurden, werden auch weitere Stadtteile besucht und provInnsbruck-Boxen aufgestellt. In Zukunft sollen auch sogenannte Blog-Werkstätten angeboten werden, um Interessierte in die Technik des Bloggens einzuführen. Welche inhaltlichen Schwerpunkte provInnsbruck in Zukunft setzen wird, lässt sich aufgrund der Vielstimmigkeit und der strukturellen wie thematischen Offenheit kaum voraussagen. Jedenfalls wollen wir auch weiterhin ein „digitales Stadtgeflüster“ sein, das die vielfältigen Aspekte des Stadtlebens beleuchtet und all jenen offensteht, die Innsbruck zu ihrem Thema machen möchten.

Literatur

Ebersbach, Anja; Glaser, Markus & Heigl, Richard (2011): *Social Web*. 2. Aufl. Konstanz: UVK.

Faßler, Manfred (2001): *Netzwerke. Einführung in die Netzstrukturen, Netzkulturen und verteilte Gesellschaftlichkeit*. München: Wilhelm Fink Verlag.

- Fischer, Tim E. (2006): *Unternehmenskommunikation und Neue Medien. Das neue Medium Weblogs und seine Bedeutung für die Public-Relations-Arbeit*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Heijnk, Stefan (2011): *Texten fürs Web: Planen, schreiben, multimedial erzählen. Das Handbuch für Online-Journalisten*. 2. Aufl. Heidelberg: dpunkt.verlag.
- Lovink, Geert (2008): *Zero Comments. Elemente einer kritischen Internetkultur*. Bielefeld: transcript.
- Lovink, Geert (2012): *Das halbwegs Soziale. Eine Kritik der Vernetzungskultur*. Bielefeld: transcript.
- Rheingold, Howard (1994): *Virtuelle Gemeinschaften. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*. Bonn [u.a.]: Addison-Wesley.
- Schmid, Julia (2007): *Internet-Rhetorik. Chancen und Widerstände des Orators auf der digitalen Agora*. Berlin: Weidler (= neue rhetorik 1).
- Schmidt, Jan (2005): *Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden*. München: Verlag Reinhard Fischer (= INTERNET @ Research 19).
- Schmidt, Jan (2006): *Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie*. Konstanz: UVK.
- Seeber, Tino (2008): *Weblogs – die 5. Gewalt? Eine empirische Untersuchung zum emanzipatorischen Mediengebrauch von Weblogs*. Boizenburg: Verlag Werner Hülsbusch.
- Zeglovits, Wolfgang (2006): Blogosphäre: Weblogs als Beispiele für urbane Mediascapes. In: Faßler, Manfred & Terkowsky, Claudius (Hrsg.): *Die Zukunft des Städtischen. Urban Fictions*. München: Wilhelm Fink Verlag. S. 331–351.