

Die Computerkultur ist eine soziale Kultur – das Förderkonzept des Schweizer Unternehmens Migros

Von Dominik Landwehr

Wir schreiben Herbst 1998: Der Dotcom Boom hat auch die Schweiz erfasst. Technologie und Internet sind in aller Leute Mund. Fachmessen verzeichnen Besucherrekorde, Tagungen jagen sich, Experten überbieten sich gegenseitig mit Prophezeiungen und fast jeder kauft Technologie-Aktien.

In einem Park nahe bei Zürich hievt ein Autokran einen riesigen Übersee-Container auf den unbefleckten Rasen und eine Gruppe junger Aktivisten mit orangen Overalls verbreitet Hektik. Wer näher tritt und die orange Gewandeten in ein Gespräch verwickelt wird beruhigt: Nein, der Park wird nicht umgepflügt und es stehen auch keine Bauarbeiten an. Das Ganze ist eine Kunstinstallation einer Schweizer Gruppe namens etoy und trägt den Namen „tank10“. Die jungen Künstler – sie nennen sich selber Agenten – seien vor kurzem ins Internet emigriert und würden nun angeblich diesen Container als mobile Wohn- und Arbeitswelt benutzen.

Das sind Impressionen einer der ersten Aktivitäten des Migros-Kulturprozents im Bereich Neue Medien. Die Tank-Installation von etoy im Jahr 1998 war nicht eine isolierte Aktion, sie gehörte vielmehr zu einem generationenübergreifenden Event namens „playground“, das sich dem Phänomen Computergames verschrieben hatte und die Besucher einlud, die Welt des digitalen Spiels zu erkunden.

Möglich gemacht hatte diesen digitalen Spielplatz das Migros-Kulturprozent – der Kulturfonds der grössten Schweizer Detailhandelsorganisation Migros. Das Migros-Kulturprozent gehört zur Migros, die im Jahr 2000 sein 75. Jubiläum feiern konnte, und geht auf eine Idee ihres Gründers Gottlieb Duttweiler (1888 – 1962) zurück. Duttweilers Idee des sozialen Kapitals ging weit über den Detailhandel hinaus und gilt auch heute noch als visionär. Das Engagement im Bereich von Kultur, Bildung und sozialen Themen ist ein Anliegen, welches das genossenschaftlich organisierte Unternehmen in seinen Statuten verankert hat: „Der Migros-Genossenschafts Bund bezweckt im Sinne des sozialen Kapitals ohne Streben nach Gewinn, die wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Ideale und Interessen der

Mitglieder und der Bevölkerung im allgemeinen zu fördern.“ Der jährliche Etat des Migros-Kulturprozents bewegt sich dabei bei rund 80 Millionen Euro. Damit ist die Migros der grösste private Kulturförderer in der Schweiz.¹

Das Migros-Kulturprozent unterhält vielfältige Aktivitäten: Es veranstaltet ein eigenes Popmusik-Treffen (m4music), organisiert ein Tanzfestival (Steps) und Sinfoniekonzerte mit internationalen Orchestern, engagiert sich für die Förderung der Freiwilligenarbeit, unterstützt die Integration von Migrantinnen und Migranten und betreibt ein eigenes Museum für Gegenwartskunst. Daneben vergibt das Migros-Kulturprozent Stipendien im Bereich Tanz, Schauspiel, Musik und Gesang. unterhält sogenannte Kulturbüros als Hilfe für junge Kulturschaffende und behandelt jedes Jahr Tausende von Gesuchen. Das Migros-Kulturprozent darf daher mit Fug und Recht als einzigartige Fördereinrichtung bezeichnet werden. Sie hat das Schweizer Kulturleben in den letzten Jahrzehnten nachhaltig geprägt.

Selektiv vorgehen, Impulse vermitteln, Risiken übernehmen und trotzdem nachhaltig wirken – das sind Stichworte, die für die Tätigkeiten des Migros-Kulturprozents wichtig sind. Computer, Internet und neue Technologien sind heute ein Faktor in Kultur und Alltag. Die Handlungsfelder der neuen Medien liegen im Bereich der Kommunikation und damit direkt in der kulturellen Sphäre des Menschen. Der Computer ermöglicht neue Ausdrucksformen; die Computerkultur ist eine Kultur im Werden.

Die Integration des oben beschriebenen „etoy tank 10“ war der Auftakt einer vertieften Auseinandersetzung des Migros Kulturprozents mit interaktiven Medien. Am Anfang dieser Auseinandersetzung stand kein klar abgegrenztes Konzept sondern der Wunsch, sich ein Aktivitätsfeld zu erschliessen, Lernprozesse zu erleben und diese auch zu ermöglichen.

Für dieses Ziel stehen eine Reihe von verschiedenen Fördermodellen zur Verfügung: eigene Projekte, Kooperationen und die Ausrichtung von Finanzierungsbeiträgen.

Eigene Projekte 1: Computergames als Initialzündung

Die Beschäftigung mit der Faszination der Computerspiele und eine skeptische Haltung der Erwachsenenwelt gaben den Anstoss für Aktivitäten, die den Namen „playground“ tragen.²

¹ Girschik, Katja et al.: Der Migros Kosmos. Zur Geschichte eines aussergewöhnlichen Schweizer Unternehmens. Zürich 2003.

Ging es in den ersten Projekten dieser Art darum, Einblicke in die Phantasie-Welten der Computergames zu vermitteln und im Rahmenprogramm gleichzeitig künstlerische Zugriffe zu zeigen, so konzentrierte sich das Projekt in neuerer Zeit auf das ehemalige Rahmenprogramm. Im Jahr 2000 konnte das Amsterdamer Labor STEIM für eine Zusammenarbeit gewonnen werden. STEIM entwickelte seit über 25 Jahren experimentelle Interfaces für Künstler und Musiker. Unter dem Titel „playground-touch“ zeigten die Holländer ihre ungewöhnlichen Erfindungen mit so phantastischen Namen wie „Knisterkisten“, „Zauberorgel“, „Netz“ oder „Klingender Tisch“. In zwei Konzerten bewiesen Künstler aus der ganzen Welt, dass sich mit diesen Erfindungen durchaus auch ernsthaft Musik machen liess.

www.playground-touch.ch

Workshops sind für alle Generationen ein sehr angemessenes Instrument zur Vermittlung von komplexen Inhalten und dafür sogar oft besser geeignet als Ausstellungen. Diesem Gedanken folgend wurde im Sommer 2002 ein Programm im Grenzgebiet von Kunst und Wissenschaft entworfen, das nur aus Workshops bestand. Die Themen dieser „playground-summer school“ waren unter anderem: Chaos in Theorie und Praxis, Chiffrieren mit der legendären Enigma, Lego Filme selber machen, Robotik analog und digital.³

www.playground-summer-school.ch

Der Wettbewerb ThinkQuest: Ein Internet-Projekt für Jugendliche

Auch wenn sich viele Wünsche ans eLearning als Utopien erweisen werden, so ist doch klar, dass das Internet schon in der allernächsten Zukunft eine wichtige Rolle im Bereich

² Landwehr, Dominik; Zehnder Matthias (Hg.) : Spielzeug Computer. Ein Führer durch den elektronischen Spielplatz. Solothurn 1998.

Landwehr, Dominik: Digital und interaktiv. Computerspiele sind die Unterhaltung von morgen. Erschienen in: gdi_impuls. Oktober 2000. Abrufbar unter: <http://www.peshawar.ch/textindex.htm>

³ Zum neusten Projekte 2004 vgl. dazu: Landwehr, Dominik (Hg.). Playground Robotics. Das Hamburger Robotic-Kunst Institut f-18. Basel 2004. Und ausserdem: www.playground-robotics.ch

Schule und Erziehung einnehmen wird. Um den Prozess der Integration des Internets in Schule und Alltag von Jugendlichen zu unterstützen, schloss sich das Migros-Kulturprozent 1998 dem internationalen Internet Wettbewerb ThinkQuest an und entwickelte gleichzeitig eine Schweizer Variante des Wettbewerbs. ThinkQuest ist ein sozio-kulturelles Projekt. Es dokumentiert, wie stark die Computerkultur in die Praxis der Kommunikation eingreift. ThinkQuest ist mittlerweile in der Schweizer Schullandschaft ein Begriff. Gegen 2000 Jugendliche haben in den Jahren seit 1998 mitgemacht: so entstanden über 350 neue Websites.⁴

Die hohe Qualität vieler Projekte zeigt ein Blick auf die Preisträger des Jahres 2003: Z.B. gestaltete eine Mädchengruppe unter dem Titel „Teilchenzoo“ eine spielerische Seite zum Thema Teilchenphysik, zwei junge Schwule realisierten eine Website zum Thema Homosexualität und konnten so die Erfahrungen ihres Coming Out umsetzen.

www.thinkquest.ch

Kooperationen 1: digital brainstorming

„digital brainstorming“ ist ein Kooperationsprojekt. Es entstand aus dem Wunsch heraus, eine Plattform für Ideen, Präsentationen und Vorträge zu bieten. Schon in den ersten beiden Jahren konnte eine Reihe von herausragenden Persönlichkeiten auf dem Gebiet von Technologie, Kunst und Musik gewonnen werden; etwa der australische Medienkünstler Stelarc, Seymour Papert vom MIT Media Lab oder Rudolf Frieling vom ZKM. Wichtig war von Anfang an auch die Vermittlung von Impulsen von Schweizer Persönlichkeiten. Dies zeigte etwa die Themenveranstaltung „white noise“, die vom Zürcher Musiker Bruno Spoerri betreut wurde. Spoerri ist einer der Schweizer Pioniere im Bereich der elektronischen Musik und gehört zu den ersten Preisträgern der Ars Electronica.

Der Wunsch, diese Veranstaltungsreihe geografisch auszuweiten, führte ab 2002 zu einer gänzlich neuen Organisationsstruktur, einem eigentlichen Partnernetzwerk. In diesem Netzwerk übernehmen lokale Partner Organisation und Durchführung der Veranstaltung, das Migros-Kulturprozent seinerseits übernimmt die Referentenhonorare und besorgt die

⁴Landwehr, Dominik: „Das fliegende Klassenzimmer im Cyberspace. Das Internet als Lernmedium. Neue Zürcher Zeitung vom 29. Oktober 1999. Abrufbar unter: <http://www.peshawar.ch/textindex.htm>

Werbung. Zum Netzwerk gehören heute eine Reihe von Veranstaltern im Bereich Medienkunst in der (deutschen) Schweiz: Das Kornhausforum in Bern, das [plug in] in Basel, das Begegnungszentrum Altes Spital in Solothurn mit dem dort beheimateten Institut für digitale Kultur (IDK) oder der Kunstraum Walcheturm in Zürich.

www.digitalbrainstorming.ch

Kooperationen 2: Das Hochschul-Projekt „MetaWorx“

Seit Jahren bestehen auch Kontakte zu den Schweizer Hochschulen für Gestaltung und Kunst und ihren neu entwickelten Lehrgängen im Bereich Medienkunst und Interactive Media. Sie nehmen auf diesem Gebiet in der Schweiz eine noch kaum anerkannte Stellung ein, denn als einzige Institutionen widmen sie sich der Ausbildung und Forschung. Gleichzeitig erfährt die Öffentlichkeit sehr wenig von den innovativen Arbeiten, die im Umfeld dieser Schulen entstehen. Diese Einsicht führte 2002 zum Kooperationsprojekt „MetaWorx“, das als Plattform allen im Bereich Medienkunst und Interactive Media tätigen Schweizer Hochschulen offen steht. In einer ersten Auflage konnten bereits am Viper Festival 2003 in Basel Arbeiten aus dem Umfeld der Schulen gezeigt werden. Als Ausstellungsplattform wählten die Organisatoren einen Katalog, eine DVD und eine Netzplattform sowie, als Attraktion, zwei silberglänzende „Airstream“ Wohnmobile aus den 50er Jahren.⁵

www.metaworx.info

Finanzielle Zuschüsse für Projekte

Eine wichtige Rolle in der Politik des Migros-Kulturprozents spielen die sogenannten Finanzierungsbeiträge. Sie werden auch im Bereich der Neuen Medien nach relativ einfachen Gesichtspunkten und mit wenig administrativem Aufwand ausgerichtet. Beansprucht werden können sie für Projekte im Bereich der Vermittlung, in speziellen Fällen auch im Bereich der Produktion. So unterstützt das Kulturprozent seit Jahren den Jugendwettbewerb „Freestyle Computing“ des Medienkunstfestivals Viper und die Bemühungen des ganz jungen Dialog

⁵ Bühlmann, Vera: Approaches to Interactivity. Metaworx. Young Swiss Interactive. Basel 2003.

Festivals in Winterthur, das ebenfalls Medienkunst zum Thema macht. Unter den vom Migros-Kulturprozent geförderten Einzelarbeiten können die Internet Plattform „micromusic“ (www.micromusic.net) oder die Installation „Instant City Mobil“ genannt werden.

Vernetzung zählt

Was zeichnet die erwähnten Tätigkeiten aus ausser der Tatsache, dass sie mit Computerkultur und Neuen Medien zu tun haben? – Es sind alles Aktivitäten, die nicht für sich allein stehen, sondern in einem sozialen Umfeld stattfinden. Die Aktivitäten, die sich im Bereich der Computerkultur neu formulieren, gehen letztlich auf ein Kommunikationsmedium – auf Computer und Internet – zurück. Nicht zuletzt deshalb müssen sie notwendigerweise auch soziale Aktivitäten sein.

Es mag erstaunen, dass der gesamte für die geschilderten Aktivitäten zur Verfügung stehende Jahresetat bei lediglich 200 000 Euro liegt. Der Grund dafür ist in der Vernetzung der Tätigkeiten zu suchen, denn die geschilderten Tätigkeitsfelder (eigene Projekte, Kooperationen, Finanzierungsbeiträge) existieren nicht getrennt nebeneinander sondern bilden ein sinnvolles Ganzes. Das bedeutet konkret, dass ein Künstler, der heute Förderbeiträge aus dem Migros-Kulturprozent erhält, morgen Gast im „digital brainstorming“ ist und übermorgen vielleicht im Mittelpunkt von „playground“.

September 2003. Der Dotcom Boom ist vorbei. Europa und auch die Schweiz sind von einer Rezession erfasst. Im Pilgerhaus des mittelalterlichen Klosters von Romainmôtier im Schweizer Jura trifft sich eine Gruppe von Künstlern und Wissenschaftern. Ihr Interesse gilt aber nicht neokonservativen Ideen, wie es ein Aussenstehender, irritiert durch das traditionelle Ambiente, vielleicht vermuten würde. Sie entwickeln und diskutieren vielmehr künstlerischen Projekte und Konzepte im Bereich Robotik. Da ist von autonom wandernden Blumentöpfen die Rede, von einem Roboter-Skelett, von 3D-Animationen, vom Potential von Hochleistungsnetzen oder dem künstlerischen Umgang mit Artificial Intelligence. Derweilen macht sich am Boden ein seltsames Gefährt selbständig – es erkundet die Umgebung und überträgt Videobilder.

Die digitale ist weiterhin eine Kultur im Werden. Es wird experimentiert und weitergearbeitet.

Übrigens: Das Pilgerhaus im mittelalterlichen Romainmôtier ist ebenso eine Einrichtung des Migros-Kulturprozents wie der eingangs erwähnte Park in der Nähe von Zürich.

Zum Autor

Dominik Landwehr wurde 1958 in Zürich geboren. Als Junge baute er Raketenautos, Radiosender und Heissluftballone. Studium in Germanistik und Kulturwissenschaft, danach Journalist und Redaktor für Radio, TV und Printmedien tätig. Seit 1998 leitet er den Fachbereich „Science & Future“ beim Kulturfonds der Migros (Migros-Kulturprozent) in Zürich und beschäftigt sich dort mit Neuen Medien, Computerkultur und Popmusik.

www.peshawar.ch

www.kulturprozent.ch