

# Österreichisches Kulturfestival '98 in Lissabon

## 1. Gesamtkonzeption

Das vom Projektteam organisierte österreichische Kulturfestival unter dem gemeinsamen Titel "Do Danúbio ao Tejo" ("*Von der Donau an den Tejo*") ist eine auf breite Publikums-Akzeptanz angelegte Präsentation von weltbekannten Opereinsführungen (Open-Air-Festival) und Melodien (Strauss-Musik), innovativen Elementen (Design-Ausstellung) sowie populären und informativen Programmangeboten (Musikalische Begegnungen sowie Foto-Ausstellung).

Das Konzept nimmt Rücksicht auf den Informationsstand über das zeitgenössische österreichische Kunstschaffen in einem für österreichische Kultur und Lebensart aufgeschlossenen, jedoch bislang nicht ausreichend informierten Land. Durch die Einbeziehung populärer portugiesischer Künstler werden zudem Gemeinsamkeiten betont und für das Publikum sowie für die Medien zusätzliche Attraktionen geschaffen.

Diese Konzeption hat bei sämtlichen portugiesischen Gesprächspartnern aus Politik, Kultur und Medien außerordentlich große Zustimmung gefunden und wird im Zusammenhang mit der in diesen Zeitraum fallenden Übernahme des EU-Ratsvorsitzes durch unser Land als Visitenkarte der "*Kulturnation Österreich*" betrachtet.

Eine detaillierte Darstellung der Leitidee und der gesamten Projektphilosophie enthält das Grundsatzpapier "Österreich-Präsentation in Lissabon zur Zeit der Expo" aus Oktober 1997.

## 2. Leitidee und Projektphilosophie

Mit dem Beitritt zur Europäischen Union stellt sich auch für Österreich verstärkt die Notwendigkeit zur Positionierung seiner Regionen und Städte im internationalen Wettbewerb. Dafür gibt es eine Reihe von guten Gründen: Reputation und Bekanntheit eines Landes haben großen Einfluß auf Tourismus und auf Unternehmensansiedlungen; das Image beeinflußt die Investitionen. Internationale Großveranstaltungen wie Weltausstellungen und Olympiaden sind dafür hervorragende Gelegenheiten, die es strategisch zu nutzen gilt.

Österreichs Selbstdarstellung in der Welt ist eine *außerpolitische* und eine *kulturpolitische Aufgabe*. Richtig eingesetzt, transportiert Kultur nicht nur Identität und Image, sondern kann auch wirtschaftliche und politische Prozesse vorbereiten helfen. Die Übernahme des EU-Ratsvorsitzes durch Österreich in der zweiten Jahreshälfte und die Tatsache, daß die Bundeshauptstadt Wien in diesem Zeitraum auch den Vorsitz in der Föderation der europäischen Hauptstädte innehat, machen diese Herausforderung zu einer einmaligen Profilierungschance für unser Land.

Analysen zeigen, daß Standortmarketing und Imagepolitik zunehmend mit austauschbaren Argumenten betrieben wird - etwa mit dem Hinweis auf die gut ausgebaute Infrastruktur, auf die Kostenfaktoren, die politische Stabilität oder die schöne Landschaft. Die Konsequenzen dieser Entwicklung sind klar: Wenn alle das gleiche tun, reduzieren sich die Profilierungschancen gerade für ein kleines Land.

Kultur macht den Unterschied: Österreichs Ansehen in der Welt beruht auf seinem Image als Kulturnation. Vor allem die herausragenden Leistungen auf dem Gebiet der Musik haben dieses Bild geprägt. Der Begriff Musikland Österreich ist somit eine wirkungsvolle Trademark für unser Land.

Neben den herausragenden Leistungen österreichischer Musiker liegt eine der Ursachen dieses Erfolgs auch darin, daß Musik ein *Universalmedium* ist und über Sprachgrenzen und unterschiedliche nationale kulturelle Traditionen hinweg weltweit verstanden wird. In diesem Zusammenhang ist die Leistung von Johann Strauss (1825 -1899) einzigartig und sollte am "Vorabend" des Johann-Strauss-Jahres 1999 entsprechend genützt werden. Der globale Erfolg des jährlichen Neujahrskonzerts als österreichisches "Weltprodukt" beweist diesen Erfolg nachdrücklich.

Das Informationszeitalter mit der rasanten Entwicklung der audiovisuellen Medien hat weitere "Universalsprachen" entstehen lassen. Diese sind im Gegensatz zum Medium Musik *visuell* orientiert:

"Die Bausteine der Umwelt sind weder die Menschen noch die Dinge, sondern die unsichtbaren Regeln der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Prozesse". Ein Vierteljahrhundert nach diesem visionären Statement des Kulturphilosophen und Design-Theoretikers *Lucius Burckhardt* postuliert die Harvard-Professorin *Elisabeth Moss-Kantor* einen Paradigmen-Wechsel des Wirtschaftens, nach dem die "Weltklasse" eines Unternehmens in Zukunft nicht mehr auf den traditionellen Kriterien Ausstattung, Technologie oder Personal beruht, sondern sich aus den immateriellen Ressourcen *concepts, competence and connections* zusammensetzen wird.

Beide Einsichten verweisen auf die Notwendigkeit, den Strukturmerkmalen des postindustriellen Zeitalters nicht länger mit den Rezepten von gestern zu begegnen, sondern neue und unkonventionelle Lösungen zu suchen. Gesättigte Märkte, technologische Patt-Situationen und das Verschwinden von Qualitätsunterschieden schaffen völlig neue Voraussetzungen für Arbeit und industrielle Produktion. Aber auch bisher inhaltlich kaum hinterfragte Instrumentarien wie Exportförderung oder Standortpolitik müssen angesichts der skizzierten Entwicklung neu überdacht werden.

Design ist eine dieser von Moss-Kantor apostrophierten Ressourcen - nicht nur zur Gestaltung ansprechender Produkte, sondern vor allem als Instrument, um Ideen in die Realität umzusetzen. Aus diesem Grunde könnte Design im Strukturwandel der Wirtschaft eine Schlüsselfunktion einnehmen - wenn es gelingt, den notwendigen Umdenkprozeß nicht nur in den Unternehmen, sondern auch in den Schaltzentralen und in den Amtsstuben der Politik einzuleiten.

Internationale Großereignisse wie Weltausstellungen waren immer auch Anlässe, an denen sich der universelle Charakter des "Zeichen-Setzens" manifestiert hat: von Paris über Barcelona, von Brüssel über Montreal, von Sevilla bis hin zu Hannover.

Vieles spricht daher dafür, Design als ein *Universalmedium* des Informationszeitalters zu begreifen, das (wie die Musik, aber eben auf einer anderen Ebene der Kommunikation) sprachlich und idiomatisch global verstanden werden kann. Eine gemeinsame Präsentation der Universal Sprachen Musik und Design steht daher für Vergangenheit *und* Zukunft, Tradition *und* Fortschritt, Emotion *und* Ratio, Universalität *und* Identität.

Eine kombinierte Präsentation des universellen Mediums Musik mit dem innovativen Medium Design ist konzeptionell eine Brücke von der Vergangenheit in die Zukunft. Und kann durch eine gleichzeitige Präsentation ihrer gegensätzlichen Wirkungsweisen auch einen *breiteren Kulturbegriff* kommunizieren, wie er für ein modernes europäisches Land am Beginn eines neuen Jahrtausends selbstverständlich sein sollte.

Der kombinierte Auftritt von Musik und Design ist das Rückgrat eines geschlossenen Österreich-Auftrittes, der durch weitere Manifestationen ergänzt wird - nämlich durch eine Präsentation des österreichischen Films sowie durch eine Ausstellung zum Thema "Menschenbilder", in der die portugiesische Sicht der österreichischen Betrachtungsweise gegenübergestellt wird.

### 3. Opernfilm-Festival

Auftakt und einer der Höhepunkte dieses Open-Air-Festivals, das klassische Musik und modernen Event-Charakter in Einklang bringt, ist die Satellitenübertragung von Beethovens Freiheitsoper "Fidelio", die unter dem Titel "EU-Opera '98" am 1. Juli aus der Wiener Staatsoper auf die *Praca da Figueira* in Lissabon live ausgestrahlt wird.

"EU-Opera '98" ist die musikalische Grußbotschaft Österreichs anlässlich der Übernahme des EU-Ratsvorsitzes. Im Rahmen dieses in Europa bislang größten Live-Events wird "Fidelio" aus der Wiener Staatsoper zeitgleich in 15 EU-Metropolen übertragen. Der österreichische Botschafter in Portugal wird aus Anlaß der Eröffnung des Kulturfestivals Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens Portugals und Österreichs zu einem Empfang in den *Palacio Foz* einladen.

Abend für Abend werden vom 8. bis 23. Juli 1998 auf dem *Praca da Figueira* weitere Opernaufführungen der Wiener Staatsoper bzw. aus dem Archiv des Karajan-Centrums ausgestrahlt. Es ist geplant, diese Abende durch Catering und Clubbings kulinarisch abzurunden. Der Eintritt für sämtliche Veranstaltungen während dieses Kulturfestivals ist frei.

#### 4. Design-Ausstellung

Nach Besichtigung von verschiedenen möglichen Veranstaltungsorten wird die Design-Ausstellung im *Museo de Electricidade* (das in attraktiver Lage direkt am Tejo liegt) stattfinden und am 31. Juli 1998 eröffnet werden. Die Ausstellungskuratoren *Eichinger oder Knechtl* planen für diese dreiwöchige Präsentation auch einen auf junge Zielgruppen abgestimmten musikalischen Event als Teil dieser Ausstellung sowie die Publikation eines informativen Kataloges, der für weitere Präsentationen im Rahmen dieser "Travelling Exhibit" konzipiert ist.

Ziel der Design-Ausstellung ist die Vermittlung eines integrativen Blicks auf Leistungen in Österreich, die innerhalb eines umfassenden Begriffsfeldes von Design positioniert werden sollen. Darunter werden sowohl klassische Gestaltungen des Industrie- und Grafikdesigns wie auch infrastrukturelle Grundlagen und noch unsichtbare Organisationsformen der Wirtschaft und Wissenschaft verstanden, die in ihrer Formkraft durch diese Ausstellung in den Vordergrund gerückt werden sollen. Der Blick will jedoch nicht objektiv im Sinn der Naturwissenschaften sein, sondern versucht Trends darzustellen über Struktur- und Erscheinungsformen der Zukunft.

Themenbereiche der Design-Ausstellung sind:

- Ikonen - als Beispiele für Produkte weltweiter Geltung;
- Heute - die Leistungsfähigkeit der Ausbildungsstätten für Design in Österreich;
- Codes - ausgehend von der in den 80er Jahren als "Neo Geo" bekanntgewordenen Strömung abstrakter Malerei entwickelte sich in Wien eine sehr lebendige Jugendkultur und eine international renommierte Musikszene. Musik, Equipment, Veranstaltungsort, Mode und vieles mehr vereinen alle Sparten des Design;
- Technologien und die Organisation von Wissenschaft;
- Rohstoff - der Umgang mit dem Land als Auseinandersetzung und Umgang mit dem Rohstoff Natur im Sinn von Hochtechnologie und Tradition;
- Zeichensystem - der Umgang mit der Stadt, Stadtmöblierung und Leitsysteme prägen das Gesicht der Städte mit dem Ziel, sie für Investitionen attraktiv zu machen.

#### 5. Musikalische Begegnungen

Die Live-Konzerte am *Praca da Figueira* sind frei zugänglich und umfassen:

- zwei Konzerte der *Johann-Strauss-Capelle* (Dirigent: Michael Tomaschek) mit Musik der Strauss-Familie unter Einbeziehung von Werken, die für frühere Weltausstellungen komponiert wurden (2. und 3. Juli 1998);
- zwei Konzerte mit *Erika Pluhar, Carlos do Carmo und Antonio V. d'Almeida* (5. und 6. Juli 1998);
- sowie ein *Crossover*-Konzert, in dem die genannten Künstler gemeinsam mit einem österreichischen Kammermusik-Ensemble auftreten werden (7. Juli 1998).

Als inoffizieller Auftakt des Kulturfestivals wurde vom 5. - 10. Juni 1998 im *Teatro Trindade* die Operette „Die Fledermaus“ von Johann Strauss in Bühnenbildern des heurigen österreichischen Staatspreisträgers *Christian Ludwig Attersee* mit einem gemischten österreichisch-portugiesischen Ensemble aufgeführt.

## 6. Österreichisch-portugiesisches Musik-Austauschprogramm

In Ergänzung zu dem unter "Musikalische Begegnungen" beschriebenen Konzertprogramm wird am 4. Juli 1998 ein Konzert des renommierten portugiesischen Jugendorchesters der *Fundacao Musical dos Amigos das Crianças (FMAC)* unter dem Dirigenten *Leonardo de Barros* stattfinden, in dem Werke der österreichischen Klassik zur Aufführung kommen.

Dieses Konzert ist erster Teil eines Austauschprogrammes im Schwerpunkt "Musikalisches Erbe" des österreichischen Bundesministeriums für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten, das im Herbst 1998 mit einem Konzert in Wien mit einem österreichischen Jugendorchester fortgesetzt werden wird. Geplant ist zu diesem Termin die Aufführung des Europa-Liedzyklus "Gaudeamus" von Antonio V. d'Almeida mit Sängern aus allen Ländern der Europäischen Union.

Diese Veranstaltungen stehen unter dem Ehrenschutz von Elisabeth Gehrler, Bundesministerin für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten.

## 7. Foto-Ausstellung

Die gemeinsame Präsentation von Arbeiten des österreichischen Fotografen *Pedro Kramreiter* und seines portugiesischen Kollegen *Eduardo Gageiro* unter dem Titel "Caras" ("Gesichter") wird im *Teatro Trindade* vom 9. - 31 Juli 1998 stattfinden. In fünf thematischen Gruppen (Politik, Wirtschaft, Kunst, Sport, Gesellschaft) werden Porträts bekannter Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens von Österreich und Portugal einander gegenübergestellt, um auf diese Weise dem Publikum die Möglichkeit zu geben, Einsichten in die Kultur und Lebensart der jeweiligen Länder zu gewinnen.

Die Ausstellung wird täglich (außer Montag) von 14 - 23 Uhr geöffnet sein und steht unter dem Ehrenschutz von Bundeskanzler a.D. Dr. Franz Vranitzky.

## 8. Filmfestival

Im Anschluß an das Opernfilm-Festival werden gleichfalls auf dem *Praca da Figueira* acht zeitgenössische österreichische Kino- und Fernsehfilme zu sehen sein, die gemeinsam mit dem Österreichischen Filminstitut ausgewählt wurden. Die Filme werden entweder in Originalsprache oder mit Untertiteln gezeigt werden. Es ist geplant, für dieses Filmfestival die international bekannte portugiesische Filmschauspielerin *Maria de Medeiros* als Präsentatorin zu gewinnen.

## 9. Werbung und Promotion

Eine gemeinsame Werbelinie mit entsprechenden Informationen über das Programmangebot wird die einzelnen Teilprojekte als *österreichischen Gesamtauftritt* kommunizieren. Die Kreation und Gestaltung der Werbemittel erfolgt durch das Projektteam in Wien, die Media-Streuung durch portugiesische Partner.

Basismedium ist ein Flyer mit allen relevanten Programminformationen in portugiesischer und englischer Sprache in einer Auflage von 70.000 Stück. Dieser Flyer liegt ab 25. Juni 1998 in Hotels, Reisebüros, Restaurants und öffentlichen Einrichtungen auf und wird vor und während des Festivals an frequentierten Plätzen laufend verteilt.

Eine Vorabinformation über das Programm dieses österreichischen Kulturfestivals hat am 4. Mai 1998 im Rahmen einer Pressekonferenz im *Teatro Trindade* in Lissabon stattgefunden.

Mit der größten portugiesischen Fernsehstation *SIC* wurde eine laufende Berichterstattung über dieses österreichische Kulturfestival vereinbart. Zusätzlich ist *SIC* bereit, zur Promotion des Kulturfestivals "Do Danúbio ao Tejo" mit Maestro d'Almeida verschiedene TV-Spots zu produzieren und auszustrahlen.

## 10. Logistik

Die Stadt Lissabon stellt gratis City Lights für die Bewerbung dieses österreichischen Kulturfestivals zur Verfügung und übernimmt auch die Produktion der notwendigen Plakate. Diese werden ab 17. Juni 1998 in Lissabon affiziert werden. Weiters übernimmt die Stadt Lissabon die für die Konzerte am *Praca da Figueira* erforderliche Energieversorgung, die Bestuhlung des Platzes samt den dafür notwendigen Sicherheitsvorkehrungen. Entsprechende Kontakte mit der für den Bühnenaufbau verantwortlichen Partnerfirma *Ruido* wurden bereits hergestellt.

## 11. Auftraggeber, Financiers und Förderer

Das österreichische Kulturfestival "Do Danúbio ao Tejo" in Lissabon wird finanziell unterstützt durch die Sektion Kunst im Bundeskanzleramt, durch das Bundesministerium für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten, durch das Bundesministerium für auswärtige Angelegenheiten sowie durch die Stadt Wien.

Die Stadt Lissabon, die portugiesische Fluglinie TAP sowie der Theaterkonzern INATEL unterstützen das Festival durch Sachleistungen.

## 12. Projektteam

- Dr. Gerhard Feltl  
Konzeption und Gesamtkoordination  
c/o IWG-Holding (Tel.: 53407-213, Fax: 53407-215)
- Maria Trindade  
Projektassistenz  
c/o Expanda (Tel.: 53407-234, Fax: 53407-292)
- Architekt Gregor Eichinger  
Kurator der Design-Ausstellung  
c/o Eichinger oder Knechtl (Tel.: 5355424, Fax: 5354039)
- Dr. Felix Josef und Herwig Ursin  
Opernfilm-Festival  
c/o Hey-U (Tel.: 8885525) und Triprojekt (Tel.: 4086739, Fax: 4080597)
- Dr. Eugen Semrau und Werner Baumüller  
Musikalische Begegnungen, Foto-Ausstellung,  
österreichisch-portugiesisches Austauschprogramm  
c/o Expanda (Tel.: 53407-291, Fax: 53407-292)

ARMANDO COSTA  
JORGE ABEL

5.<sup>o</sup>  
ano

# MUSICAL

## EDUCAÇÃO

Com a participação do  
Maestro António Victorino d'Almeida

COM CD ÁUDIO  
DISPONÍVEL



Texto Editora

## audição

70 

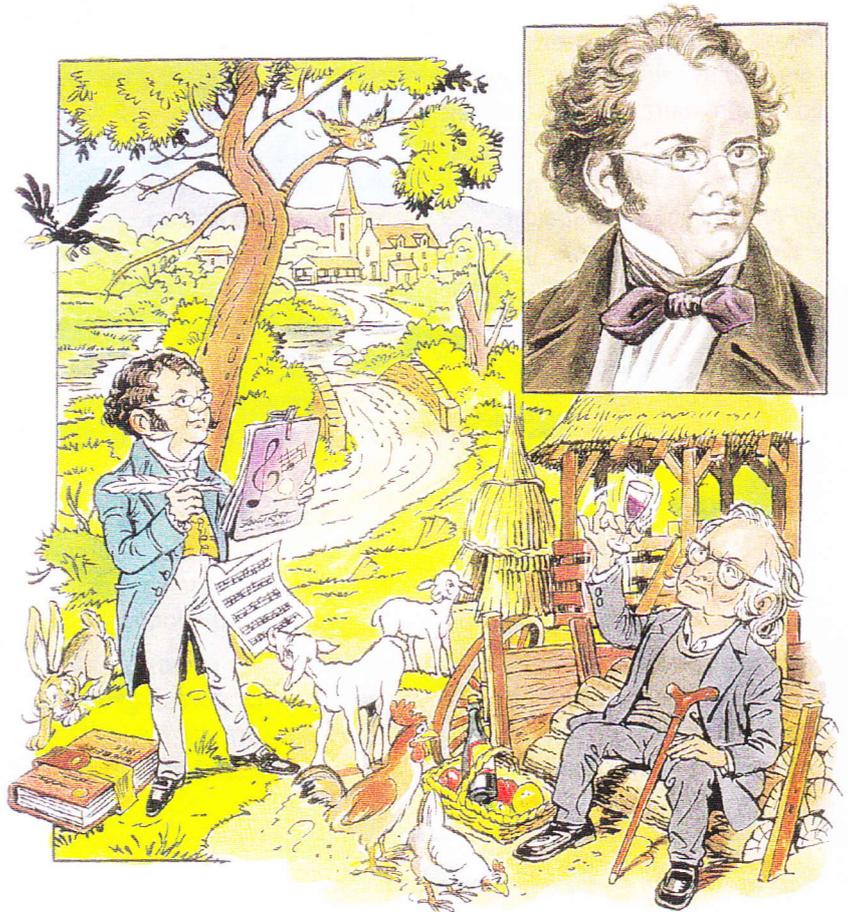
Reconhece e organiza os vários elementos dinâmicos que te sugere cada um dos excertos desta audição, fazendo o seu registo no exercício prático n.º 24.

71 

Franz **Schubert**, músico austríaco, nasceu em 1797 e morreu em 1828.

Foi um dos mais inspirados criadores de melodias e o principal compositor de *lied* 1.

A sua morte prematura, ocorrida aos 31 anos de idade, privou o mundo de um génio apenas superado por Bach, Beethoven e Mozart.



## Austrian Design and Innovation - A Touring Exhibition

As part of its presidency of the EU the Austrian government is organising a travelling exhibition of Austrian design and innovation set to visit the UK Autumn 1998 / Spring 1999. The exhibition will travel from its original site close to EXPO 98 in Lisbon, Portugal where it forms part of a wide ranging Austrian cultural exchange programme.

### The Exhibition

The exhibition has already been curated and opens on the 1 August 1998 at the Museo del Electricidade in Lisbon. The exhibition offers a definitive view of Austrian achievement within design as a whole, including:

- the enduring classics of Austrian industrial and graphic design
- the Austrian approach to infrastructure and design
- the invisible organisational structures of national economy and science
- the future trends in structural and visual forms

Aimed at a general / young audience it is composed of the following elements:

- **Ikonen / Icons** - the products that have earned Austria its world-wide design reputation
- **Heute / Now** - structures and opportunities of the Austrian design-education system
- **Codes / Codes** - how the influence of the *Neo Geo* movement in abstract art of the 80s went on to influence youth culture, the international music scene and many other facets of design
- **Technologien / Technologies** - technologies and the organisation of science
- **Rohstoff / Raw material** - how we deal with material especially the 'raw material' nature in terms of high technology and tradition
- **Zeichensysteme / System of signs** - how signage and street furniture can affect the character of a city looking to attract investment

### The Team

The project team is headed by **Dr Gerhard Feltl**, CEO of IWG-Holding (which is one of the leading communications companies in Austria) and past chairman of the Austrian Design Institute. Dr Feltl is conducting a research visit to the UK from Thursday, 28 May to Saturday, 30 May with **Mr Joseph Secky**, Principal Secretary at the Austrian Federal Chancellery, and **Gregor Eichinger**, of Eichinger oder Knechtl, the curator of the exhibition.

**The site, dates and duration of the exhibition in the UK have not yet been finalised as the exhibition will be travelling to a number of major cities including Prague and New York. The team is very aware of the prominence that several design and innovation related events from the UK have attained recently, it hopes to canvas advice and establish future potential collaborations.**

### Background

The design and innovation exhibition is part of Austria's *Von der Donau an den Tejo - From the Danube to the Tagus* - a wide ranging festival and cultural exchange to coincide with EXPO 98 in Lisbon and Austria's presidency of the EU. The programme majors on the traditional Austrian strength in music, with the world's largest live transmission of opera to some 15 EU cities from the performance of *Fidelio* at the Vienna State Opera. There are also open-air screenings of archived operas conducted by Herbert von Karajan as well as festivals of contemporary Austrian film, photography and traditional musical forms from Austria and Portugal. The exhibition of Austrian design and innovation is one of the main strands of *Von der Donau an den Tejo* and is the only part set to make a world tour.

**Österreich-Präsentation  
in Lissabon  
zur Zeit der Expo '98**

## 1. Inhaltsübersicht

1. Inhaltsübersicht
2. Das Projektteam
3. Die Leitidee der Österreich-Präsentation
4. Die Aufgabenstellung
5. Die Projektvorschläge - Gesamtdarstellung
6. Die einzelnen Projektvorschläge
  - 6.1. Design-Ausstellung
  - 6.2. Open-Air-Festival
  - 6.3. Musikalische Begegnungen
  - 6.4. Fotodokumentarische Begegnungen
7. Die Standortplanung
  - 7.1. Argumente für eine zentrale Veranstaltung
  - 7.2. Argumente für eine dezentrale Veranstaltung
8. Die Standortempfehlung
9. Die nächsten Realisierungsschritte
10. Copyright

## 2. Das Projektteam

- Dr. Gerhard Feltl  
Gesamtkoordination  
IWG-Holding Internationale Werbegesellschaft mbH  
Telefon 53407-213, Fax 53407-215
- Architekt Gregor Eichinger  
für die Design-Ausstellung  
Eichinger oder Knechtl, Telefon 5355424, Fax 5354039
- Dr. Karin Hirschberger  
für die Design-Ausstellung  
Österreichisches Institut für Formgebung (ÖIF)  
Telefon 5238782, Fax 5238781
- Dr. Felix Josef, Helmut Jung, Herwig Ursin  
für das Open-Air-Festival  
Triprojekt GmbH, Telefon 4086739, Fax 4080597
- Dr. Eugen Semrau  
für Musikalische Begegnungen sowie  
Fotodokumentarische Begegnungen Wien & Lissabon  
Expanda GmbH & A. d'Almeida, Telefon 5058810 - 28, Fax 3686697

## 3. Die Leitidee der Österreich-Präsentation

Mit dem Beitritt zur Europäischen Union stellt sich auch für Österreich verstärkt die Notwendigkeit zur Positionierung seiner Regionen und Städte im internationalen Wettbewerb. Dafür gibt es eine Reihe von guten Gründen: Reputation und Bekanntheit eines Landes haben großen Einfluß auf Tourismus und auf Unternehmensansiedlungen, das Image beeinflußt die Investitionen. Internationale Großveranstaltungen wie Weltausstellungen und Olympiaden sind dafür hervorragende Gelegenheiten, die es strategisch zu nützen gilt.

Österreichs Selbstdarstellung in der Welt ist eine *außerpolitische* und eine *kulturpolitische Aufgabe*. Richtig eingesetzt, transportiert Kultur nicht nur Identität und Image, sondern kann auch wirtschaftliche und politische Prozesse vorbereiten helfen. Die Übernahme des EU-Ratsvorsitzes durch Österreich in der zweiten Jahreshälfte und die Tatsache, daß die Bundeshauptstadt Wien in diesem Zeitraum auch den Vorsitz in der Föderation der europäischen Hauptstädte innehat, machen diese Herausforderung zu einer einmaligen Profilierungschance für unser Land.

Um dieser Herausforderung zu begegnen, müssen Österreich und Wien auf das Einzigartige und Unverwechselbare setzen. Denn Analysen zeigen, daß Standortmarketing und Imagepolitik zunehmend mit austauschbaren Argumenten und gleichwertigen "Waffen" betrieben wird - etwa mit dem Hinweis auf die gut ausgebaute Infrastruktur, auf die Kostenfaktoren, die politische Stabilität oder die schöne Landschaft. Die Konsequenzen dieser Entwicklung sind klar: Wenn alle das gleiche tun, reduzieren sich die Profilierungschancen gerade für ein kleines Land.

Österreich und Wien haben Vorteile, die kein anderes Land in dieser Form für sich in Anspruch nehmen kann: **die Kultur**. Aber dieses Image ist "old-fashioned". Es besteht überwiegend aus dem traditionellen Bild, das auf historischen Leistungen beruht. Die Einbrüche im Fremdenverkehr und die abnehmende Attraktivität unseres Landes als Unternehmensstandort zeigen deutlich, daß hier neue und zukunftsweisende Akzente gesetzt werden müssen.

# Österreich-Präsentation '98 in Lissabon

---

## 3. Die Leitidee der Österreich-Präsentation (cont'd)

Ein noch so reichhaltiges Angebot im Land nützt wenig, wenn damit kein Imagetransfer verbunden ist. Erst wenn es uns gelingt, auf der Basis unserer traditionellen Stärken mit zeitgenössischen kulturellen Leistungen neue Zielgruppen anzusprechen, werden wir Erfolge haben.

Der vorliegende Projektvorschlag für eine Österreich-Präsentation anlässlich der Expo '98 in Lissabon ist in seiner Mischung von klassischen und innovativen Elementen als aktiver und wirkungsvoller Beitrag für die internationale Positionierung Österreichs am Beginn eines neuen Millenniums gedacht.

### **Kultur macht den Unterschied.**

Österreichs Ansehen in der Welt beruht auf seinem Image als Kulturnation. Vor allem die herausragenden Leistungen auf dem Gebiet der Musik haben dieses Bild geprägt. Der Begriff **Musikland Österreich** ist somit eine wirkungsvolle Trademark für unser Land.

Neben den herausragenden Leistungen österreichischer Musiker liegt eine der Ursachen dieses Erfolgs auch darin, daß Musik ein *Universalmedium* ist und über Sprachgrenzen und unterschiedliche nationale kulturelle Traditionen hinweg weltweit verstanden wird. In diesem Zusammenhang ist die Leistung von Johann Strauß (1825 - 1899) einzigartig und sollte am "Vorabend" des **Johann-Strauß-Jahres 1999** entsprechend genützt werden. Der globale Erfolg des jährlichen Neujahrskonzerts als österreichisches "Weltprodukt" beweist diesen Erfolg nachdrücklich.

Das Informationszeitalter mit der rasanten Entwicklung der audiovisuellen Medien hat *neue Universal Sprachen* entstehen lassen. Diese sind im Gegensatz zum Medium Musik *visuell* orientiert. Wir leben heute bereits in einer Welt der Symbole, der Ikonen und Chiffren, deren Design sich nicht in der Formgebung von Produkten erschöpft, sondern sich zur Gestaltung der sichtbaren Welt erweitert hat.

# Österreich-Präsentation '98 in Lissabon

---

## 3. Die Leitidee der Österreich-Präsentation (cont'd)

Internationale Großereignisse wie Weltausstellungen waren immer auch Anlässe, an denen sich der universelle Charakter des Zeichensetzens manifestiert hat: von Paris über Barcelona, Brüssel oder Montreal bis hin zu Sevilla.

Vieles spricht daher dafür, **Design als ein Universalmedium des Informationszeitalters** zu begreifen, das - wie die Musik, aber auch auf einer anderen Ebene der Kommunikation - sprachlich und idiomatisch global verstanden werden kann. Eine gemeinsame Präsentation der Universalsprachen **Musik** und **Design** steht für: Vergangenheit *und* Zukunft, Tradition *und* Fortschritt, Emotion *und* Ratio, Universalität *und* Identität.

Eine Weltausstellung am Fin de Millénaire ist dafür der richtige Zeitpunkt und der richtige Ort.

Eine kombinierte Präsentation des **universellen Mediums Musik** mit dem **innovativen Medium Design** könnte konzeptionell eine Brücke von der Vergangenheit Österreichs in die Zukunft herstellen. Und durch eine gleichzeitige Präsentation ihrer gegensätzlichen Wirkungsweisen auch einen *breiteren Kulturbegriff* kommunizieren, wie er für ein modernes europäisches Land am Beginn eines neuen Jahrtausends selbstverständlich sein sollte.

Der kombinierte Auftritt von Design und Musik könnte das Rückgrat eines geschlossenen Österreich-Auftritts darstellen, der durch weitere Manifestationen abzurunden wäre. Darunter könnte etwa eine Präsentation des österreichischen Films fallen oder eine Ausstellung zum Thema "Menschenbilder", in der die portugiesische Sicht der österreichischen Betrachtungsweise gegenübergestellt wird.

## 4. Die Aufgabenstellung

In den vergangenen Wochen und Monaten hat das IWG-Projektteam konkret formulierte Vorschläge erarbeitet und diese - unter einer gemeinsamen Projektphilosophie ("Leitidee") zusammengefaßt.

Dieser Vorschlag

- akzentuiert die Übernahme des EU-Ratsvorsitzes durch Österreich,
- ist in wesentlichen Elementen für weitere Anlässe (etwa die Kulturministerkonferenz in Linz) verwertbar,
- nützt den Zeitraum der Weltausstellung 1998 in Lissabon für einen wirkungsvollen kulturellen Österreich-Auftritt,
- ist als Ergänzung zu den Österreich-Aktivitäten auf dem Expo-Areal konzipiert, und
- berücksichtigt den bereits feststehenden Österreich-Tag (5. Juni 1998) und den geplanten Wien-Ball (6. Juni 1998).

In partnerschaftlicher Kooperation der einzelnen Projektpartner und mit großer Unterstützung durch **Hans-Paul Strobl** ("Turismo Austriaco em Portugal") wurden auch Basisüberlegungen bezüglich Zeitpunkt, Dauer und Ablauf der Veranstaltung entwickelt, verschiedene Varianten und Argumente vor Ort geprüft und zu einer abschließenden Empfehlung verdichtet.

## 5. Die Projektvorschläge - Gesamtdarstellung

Die folgenden Projektverschlage

- Design für das 21. Jahrhundert
- Open-Air-Festival
- Musikalische Begegnungen
- Fotodokumentarische Begegnungen
- Schule und Musikalische Tradition (optional)
- österreichischer Film (optional)

verstehen sich als **Gesamtpaket** im Sinne der beschriebenen Event-Philosophie für die Österreich-Präsentation in Lissabon außerhalb des Expo-Areals.

Für die Phase der Projektentwicklung sind sie jedoch als Module zu begreifen, welche unter der Gesamtkoordination der IWG selbständig und eigenverantwortlich von den Projektpartnern geplant und vorbereitet werden.

Zusätzlich zu den bisherigen Projektvorschlägen wurde vom Vertreter des BMUK (DDr. Walter ) angeregt, auch authentische österreichische Volksmusik mit Live-Auftritten in das Gesamtprojekt einzubinden. Ein weiterer möglicher Programmpunkt ist die Thematisierung des *kulturellen Erbes Österreichs* in Verbindung mit Schule bzw. Schülern.

Ein zusätzlicher Programmpunkt könnte die Präsentation österreichischer Filme (in portugiesischer Untertitelung) sein. Dieses Element wäre durch das österreichische Filminstitut (OFI) zu finanzieren.

## 6. Die einzelnen Projektvorschläge

### Projekt 1: Design-Ausstellung

"Die Bausteine der Umwelt sind weder die Menschen noch die Dinge, sondern die unsichtbaren Regeln der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Prozesse". Ein Vierteljahrhundert nach diesem visionären Statement des Kulturphilosophen und Design-Theoretikers *Lucius Burckhardt* postuliert die Harvard-Professorin *Elisabeth Moss-Kantor* einen Paradigmen-Wechsel des Wirtschaftens, nach dem die "Weltklasse" eines Unternehmens in Zukunft nicht mehr auf den traditionellen Kriterien Ausstattung, Technologie oder Personal beruht, sondern sich aus den immateriellen Ressourcen *concepts, competence and connections* zusammensetzen wird.

Beide Einsichten verweisen auf die Notwendigkeit, den Strukturmerkmalen des postindustriellen Zeitalters nicht länger mit den Rezepten von gestern zu begegnen, sondern neue und unkonventionelle Lösungen zu suchen. Gesättigte Märkte, technologische Patt-Situationen und das Verschwinden von Qualitätsunterschieden schaffen völlig neue Voraussetzungen für Arbeit und industrielle Produktion. Aber auch bisher inhaltlich kaum hinterfragte Instrumentarien wie **Exportförderung** oder **Standortpolitik** müssen angesichts der skizzierten Entwicklung neu überdacht werden.

Design ist eine dieser von Moss-Kantor apostrophierten Ressourcen - nicht nur zur Gestaltung ansprechender Produkte, sondern vor allem als Instrument, um Ideen in die Realität umzusetzen. Aus diesem Grunde könnte **Design** im **Strukturwandel der Wirtschaft** eine **Schlüsselfunktion** einnehmen - wenn es gelingt, den notwendigen Umdenkprozeß nicht nur in den Unternehmen, sondern auch in den Schaltzentralen und in den Amtsstuben der Politik einzuleiten.

## 6. Die einzelnen Projektvorschläge

### Projekt 1: Design-Ausstellung (cont'd)

Das Architektenteam *Eichinger oder Knechtl* konzipiert und betreut als Kurator eine Ausstellung mit Arbeiten österreichischer Designer, die im Europa des 21. Jahrhunderts eine akzentuierte Rolle spielen können: "Ziel dieser Ausstellung ist die Vermittlung eines integrativen Blicks auf Leistungen in Österreich, die innerhalb eines umfassenden Begriffsfeldes von Design positioniert werden sollen. Unter diesen Leistungen verstehen wir sowohl klassische Gestaltungen des Industrie- und Grafikdesigns, als auch infrastrukturelle Grundlagen und noch unsichtbare Organisationsformen der Wirtschaft und Wissenschaft, die in ihrer Formkraft gerade durch diese Ausstellung in den Vordergrund gerückt werden sollen. Der Blick will jedoch nicht objektiv im Sinne der Naturwissenschaften sein. Er versucht vielmehr, Trends darzustellen und spekuliert über Struktur- und Erscheinungsformen der Zukunft" (Eichinger oder Knechtl).

Themen-Elemente sind "Technologien", "Ikonen", "Codes", "Rohstoff", "Zeichensystem", "heute".

Darüber hinaus wurde in Gesprächen mit dem *Herbert von Karajan Centrum* die Möglichkeit erörtert, im Rahmen dieser Österreich-Präsentation 1998 auch eine Ausstellung anlässlich des 90. Geburtstages von **Herbert von Karajan** zu zeigen.

Diese Design-Ausstellung soll als Road-Show konzipiert werden, um beispielsweise während des EU-Ratsvorsitzes auch in Österreich gezeigt zu werden. Eine gute Gelegenheit dafür wäre *der Europäische Kulturmonat* respektive der Zeitpunkt der EU-Kulturministerkonferenz in Linz.

## 6. Die einzelnen Projektvorschläge

### Projekt 2: Open-Air-Festival

Das Opernfilmfestival am Wiener Rathausplatz (ein auch nach internationalen Maßstäben sehr erfolgreicher Event) wird nach Lissabon exportiert: Auf einem Platz außerhalb des Expo-Geländes wird für die Dauer von einer bzw. zwei Wochen ein Kulturprogramm aus Österreich präsentiert.

Als Höhepunkt wäre eine Satelliten-Live-Übertragung (etwa aus der Wiener Staatsoper) vorstellbar, welche auch entsprechende Resonanz in den Medien garantiert. Dieser Programmpunkt der Live-Übertragung ist freilich im wesentlichen von der Budgetsituation abhängig.

Um die Kosten zu minimieren und darüber hinaus auch in der Programmauswahl flexibel zu bleiben, könnten die übrigen Tage durch Opernfilme aus der "Konserve" gestaltet werden. Hier bietet sich die Möglichkeit, die österreichischen Musikfestivals jeweils durch eigene Produktionen vorzustellen und die Vielfalt des musikalischen Lebens in Österreich eindrucksvoll zu dokumentieren.

Großbildprojektionen tauchen den städtischen Raum in Licht und schaffen ein weithin sichtbares Zeichen. Dieser Rahmen bietet sowohl der *Österreich Werbung* wie auch Sponsoren eine attraktive, aufmerksamkeitsstarke Auftrittsmöglichkeit.

Darüber hinaus könnten durch Hinweise auf die anderen Österreich-Events des beschriebenen Gesamtpakets (aber auch durch Hinweise auf den Österreich-Beitrag auf dem Expo-Areal selbst), zusätzliche Besucher und grundsätzliches Interesse geschaffen werden.

## 6. Die einzelnen Projektvorschläge

### Projekt 2: Open-Air-Festival (cont'd)

Rund um den Platz des *Open-Air-Festivals* werden österreichische Spezialitäten aus Küche und Keller geboten. Die Ausrichtung des gastronomischen Angebots könnte in Zusammenarbeit mit der AMA im Rahmen des Marketing-Schwerpunktes "Feinkostladen Österreich" erfolgen und unterschiedlichste Anbieter aus Österreich berücksichtigen.

Das nachstehende Programmschema stellt eine vorläufige Planung unter der Annahme dar, daß sich die Bundesländer Burgenland, Oberösterreich, Salzburg, Vorarlberg und Wien an den Aufführungskosten anteilig beteiligen.

In der derzeitigen Planung ist folgendes Programm vorstellbar (wobei weitere Präsentationen von Aufführungen aus Festivals der Bundesländer - je nach Kostenübernahme - als zusätzliche Alternativen möglich sind):

### Programmvorschlag für 1 Woche:

- Tag 1: Die Zauberflöte, Salzburg (1997)
- Tag 2: Nabucco, Bregenz (1994)
- Tag 3: Die Fledermaus, Mörbisch (1996)
- Tag 4: 9. Symphonie, Bruckner, St. Florian (1996)
- Tag 5: Neujahrskonzert / **Übernahme Ratsvorsitz Österreich**
- Tag 6: Carmen, Bregenz (1991)
- Tag 7: Die Hochzeit des Figaro, Salzburg (1995)

Sollte das Open-Air-Festival für die Dauer von zwei Wochen konzipiert werden, ist ein entsprechendes Zusatzangebot zu formulieren. Darüber hinaus wurden in den Gesprächen mit dem *Herbert von Karajan Centrum* Möglichkeiten erörtert, auch künstlerisch hervorragende Opernfilme aus dem Archiv des Karajan-Centrums zu präsentieren.

## 6. Die einzelnen Projektvorschläge

### Projekt 3: Musikalische Begegnungen

Der Schwerpunkt dieser für die Dauer einer Woche allabendlich stattfindenden Darbietung von *klassischer Wiener Unterhaltungsmusik* im Herzen von Lissabon liegt auf den Werken der **Strauß-Familie**, aber auch auf der in Portugal populären **Schrammel-Musik**. Ergänzt werden könnte das Wochen-Programm durch einen Abend (unter Mitwirkung der in Portugal bekannten Erika Pluhar), der populäre Wiener-Lieder und Fado-Lieder miteinander verbindet. Um optimale Publikumsattraktivität zu garantieren, sollten diese Musikabende im Ambiente eines Wiener Heurigen stattfinden. Der in Portugal sehr populäre Antonio V. d'Almeida (ehemaliger portugiesischer Kulturattaché in Wien) könnte eingeladen werden, diese Abende zu moderieren - was optimale Medienresonanz sicherstellen würde.

Von der Tourismus-Werbung könnte dieser Event schon als Vorschau auf das **Johann-Strauß-Jahr 1999** (100. Todestag des Walzerkönigs Johann Strauß sowie 150. Todestag von Johann Strauß Vater) genutzt werden. Höhepunkt dieser musikalischen Österreich-Promotion bzw. Wien-Promotion könnte ein Gala-Konzert sein mit Werken der Familie Strauß, die speziell für Weltausstellungen komponiert wurden.

Im Rahmen dieses Programmschwerpunktes könnte auch das *musikalische Erbe Österreichs* für portugiesische Schulkinder aufbereitet und die im Programm vorgesehenen Musikbeispiele in attraktiver Form kommuniziert werden - etwa als Video-Clip mit entsprechender Kommentierung durch Antonio d'Almeida (der übrigens auch in Schulbüchern für den Musikunterricht als beliebte Comic-Figur zur Erklärung von Musik aufscheint und darüber hinaus in zahlreichen TV-Sendungen einen wichtigen Beitrag zur Musikerziehung in Portugal geleistet hat). Darüber hinaus wäre eine gezielte Veranstaltung für Schulkinder denkbar.

## 6. Die einzelnen Projektvorschläge

### Projekt 3: Musikalische Begegnungen (cont'd)

Ein weiterer Vorschlag ist der Auftritt des neu gegründeten **Beethoven-Ensembles**, das sich gleichfalls die Musikvermittlung an Schüler und Jugendliche zur Aufgabe gestellt hat. Auch dies könnte ein effizienter Beitrag zur Promotion des "*musikalischen Erbes Österreichs*" innerhalb der EU sein.

Für den Programmteil "Erika Pluhar, A. d'Almeida, C. Tocarmo und die Johann-Strauß-Kapelle" ist folgendes Programmschema vorstellbar:

- Tag 1: Orchesterkonzert
- Tag 2: Solistenkonzert
- Tag 3: Orchesterkonzert
- Tag 4: Solistenkonzert
- Tag 5: Orchesterkonzert
- Tag 6: Solistenkonzert
- Tag 7: Solisten und Orchester in gemeinsamer großer  
Abschlußveranstaltung

Allfällige Auftritte von Schülern bzw. Volksmusikgruppen könnten integriert werden.

## 6. Die einzelnen Projektvorschläge

### Projekt 4: Fotodokumentarische Begegnungen

Die fortschreitende Integration Europas wird in den kommenden Jahren verstärkt eine Auseinandersetzung mit den vorhandenen nationalen intellektuellen und kulturellen Milieus notwendig machen. Dabei wird es sowohl um das Bewußtmachen von Unterschieden wie auch um das Erkennen der "Einheit in Vielfalt und Differenz" gehen müssen.

Zwei renommierte Fotografen, der Portugiese *Eduardo Gageiro* und der Österreicher *Pedro Kramreiter* haben in den vergangenen Jahren bedeutende Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens ihrer jeweiligen Länder porträtiert. (Diese beiden Porträtsammlungen liegen bereits als Fotoband vor. Eduardo Gageiro - Revelacoes. Mit einem Vorwort von Mario Soares, Lissabon 1995; Pedro Kramreiter: fixiert. 25 Jahre Porträtfotografie in Wien. Mit einem Vorwort von Hans-Peter Heinzl, Wien 1996).

Die Vielfalt der abgebildeten Personen und die stilistisch vollkommen unterschiedliche Annäherung der beiden Fotokünstler an das Thema lassen einen umfassenden und interessanten Einblick in die politischen und kulturellen Milieus von Portugal und Österreich entstehen. Von zwei Ländern, die so unterschiedlich sind und kaum etwas voneinander wissen.

Eine gemeinsame Ausstellung soll eine Auswahl von jeweils 50 bis 60 Porträts, thematisch gruppiert und mit kurzen Einführungstexten versehen, miteinander konfrontieren. Damit soll zur wechselseitigen Vertiefung des Verständnisses zwischen dem westlichsten und dem östlichsten Land der Europäischen Union beigetragen, aber auch einem internationalen Publikum etwas von der kulturellen Vielfalt Europas vermittelt werden.

Die Ausstellung ist als Wanderausstellung konzipiert und könnte nach der Präsentation im Rahmen der kulturellen Österreichwoche anlässlich der Expo '98 in Lissabon auch im *europäischen Kulturmonat* im Herbst 1998 in Linz gezeigt werden.

## 7. Die Standortplanung

Eine der wesentlichen Planungsfragen ist die Entscheidung, ob der österreichische Auftritt im Rahmen einer geschlossenen (auch räumlich konzentrierten) Form erfolgen soll, oder ob dezentrale Einzelveranstaltungen bevorzugt werden. Dabei war zu klären, welche Variante aus Sicht der Öffentlichkeitswirkung und der Imagebildung zu präferieren ist, andererseits waren die Kostenauswirkungen zu beachten.

- **Zentrale Lösung:**

Alle Programmmodule präsentieren sich an einem zentralen, überschaubaren Veranstaltungsort

- **Dezentrale Lösung:**

Programmmodule an unterschiedlichen Veranstaltungsorten

Grundsatzüberlegung ist, die Design-Ausstellung auf eine Dauer von vier Wochen zu konzipieren. Für die anderen Projekte/Module ist jeweils eine Dauer von 1 - 2 Wochen vorgesehen.

In einer Gegenüberstellung der Vor- und Nachteile der beiden Ansätze (zentrale vs. dezentrale Lösung) wurde das folgende Argumentarium entwickelt:

## 7. Die Standortplanung (cont'd)

### 1. Argumente für eine *zentrale* Veranstaltung

- geschlossener Österreichauftritt
- friktionsfreie Präsentation des österreichischen Gesamtauftrittes insbesondere für Medien und prominente Besucher
- Fokussierung auf einen zentralen Ort vereinfacht Marketing und Werbung (Plakate, Graphik, Folder, etc.)
- Location wird von den Besuchern während des Veranstaltungszeitraumes gelernt
- Synergieeffekte durch gemeinsame Nutzung der Infrastruktur (Wasser, WC, Strom, Bestuhlung, Genehmigungen, etc.)
- Vereinfachung der Transport- und Organisationslogistik in Lissabon
- Einsparung beim Betreuungspersonal
- Technisches Personal steht allen Projektpartnern zur Verfügung
- Nutzung der vorhandenen Projektionsfläche für "musikalische Begegnungen", diverse Eröffnungsreden, Kurzpräsentationen der übrigen Ausstellungsinhalte
- Sponsorenpräsentationen auf der vorhandenen Projektionsmöglichkeit
- wechselseitige Belebung zwischen Ausstellungs- und Gastronomiebesuch
- maximale Flexibilität für Projektpartner, die Technik benötigen
- problemlose Nachnutzung als Containerausstellung (Design)
- Adaptierung der Ausstellung in Österreich (Design)
- flexible Öffnungszeiten (Design, Foto)
- Gestaltungsflexibilität in Containern (Design, Foto)
- Verlängerung der Ausstellungspräsenz (Foto)

### 2. Argumente für eine *dezentrale* Veranstaltung

- Alleinstellung der einzelnen Projekte
- keine Kosten bei Container-Adaption (Design, Foto)
- Ambiente (Design, Foto, musikalische Begegnung)
- mehr individuelle Gestaltungsmöglichkeiten (Design, Foto)
- intimes Raumerlebnis (musikalische Begegnungen)

## 8. Die Standortempfehlung

Auf der Basis dieser Überlegungen wurde in einem zweiten Lokalaugenschein durch die Herren Ursin und Eichinger (gemeinsam mit dem Vertreter der Stadt Lissabon, Herrn Luis Miguel Carneiro) eine Bewertung dieser Argumente vorgenommen.

Nach Prüfung aller konzeptiven und infrastrukturellen Gegebenheiten lautet der Vorschlag der Projektgruppe zugunsten einer

### **zentralen Lösung auf der Praca de Comércio**

Für die Lissabonner heißt dieser Platz noch immer Terreiro do Paco, denn vor dem Erdbeben stand hier am Tejo der Königspalast. Von Anlage und Architektur ist dies einer der schönsten Plätze Europas - mit dem Triumphbogen, durch den die Hauptstraße der *Baixa*, die Rua Augusta (die viel belebte Fußgängerzone) in den Platz mündet.

Neben den schon oben angeführten grundlegenden Argumenten, die für eine zentrale Lösung sprechen, bietet dieser Veranstaltungsort einige weitere substantielle Vorteile wie

- zentrale Lage;
- ausreichendes Platzangebot;
- verkehrstechnische Erschließung;
- maximale Gestaltungsmöglichkeit.

Dieser Präsentation liegt ein erster Gestaltungsentwurf von *Eichinger oder Knechtl* bei, der diese Gestaltungsmöglichkeiten demonstriert.

Ein weiterer Aspekt aus den Gesprächen mit den Repräsentanten der Stadt Lissabon ist das große Interesse **Lissabons** an einer **gemeinschaftlichen Nutzung der Ausstellungs-Infrastruktur**. Damit wäre diese Österreich-Präsentation gleichzeitig ein überzeugendes Beispiel für eine "gelebte Projektpartnerschaft" zwischen dem östlichsten und dem westlichsten EU-Mitgliedsland.

## 9. Die nächsten Realisierungsschritte

Angesichts des Planungsstandes und der bisherigen Vorgespräche mit den unterschiedlichsten Projektpartnern - vor allem mit der Stadt Lissabon - ergeben sich aus unserer Sicht folgende Arbeits- und Zeitpläne:

Unmittelbar zur Entscheidung stehen an Festlegungen hinsichtlich

- Location
- Programminhalte
- Projekt-Promotion
- Sponsoren-Konzept

Die einzelnen Aufgabenstellungen beinhalten folgende Arbeitsschritte:

### 1. Location

- Fixierung des Zeitraumes
- Vertrag mit der Stadt Lissabon über die Nutzung der Location
- Vertrag zur Errichtung der nötigen Infrastrukturen
- Sicherung der Unterkunftsmöglichkeiten für Personal

### 2. Programminhalte

- Bauauftragung der Planungsleistungen (Veranstaltungstechnik)
- Künstler(vor)verträge
- Buchung der technischen Infrastruktur
- Buchung von Transporten, Unterbringung (!)

## 9. Die nächsten Realisierungsschritte (cont'd)

### 3. Projekt-Promotion

- Buchung der Werbemedien
- Konzeption der Werbemittel
- Medienkooperationen

### 4. Sponsorensuche

- Entwicklung eines Sponsorenkonzeptes
- Festlegung der Gegenleistungen für die Sponsoren
- Sponsorenansprache
- Berücksichtigung der Sponsoren im Werbeauftritt
- Kontakte mit Ländern/Festivals

Angesichts des enormen Termindrucks (Verträge, Reservierungen, Buchungen) ist eine umgehende Absicherung der Finanzierung durch die öffentliche Hand unverzichtbar.

Ohne Finanzierung muß von weiteren Planungsschritten Abstand genommen werden.

## 10. Copyright

Alle präsentierten Konzepte sind geistiges Eigentum der *IWG-Holding* und sind streng vertraulich zu behandeln.

Die am Inhalt dieser Präsentation bestehenden Urheber- und Nutzungsrechte verbleiben bei der *IWG-Holding*, auch wenn für die Präsentation ein Honorar bezahlt wird.

- Die Weitergabe dieser Präsentation an Dritte sowie
- eine Veröffentlichung,
- Vervielfältigung,
- Verbreitung,
- Nachbildung oder
- sonstige Verwertung der präsentierten Ideen und Lösungen

ist ohne vorherige Zustimmung der *IWG-Holding* nicht zulässig.

Werden die präsentierten Ideen und Lösungen nicht verwendet, so ist die *IWG-Holding* berechtigt, die präsentierten Ideen und Lösungen anderweitig zu nützen.