

Wien stellt eine gewagte Frage

Mit kühnen Motiven will Wien auf das Motto für 2018 auch im digitalen Bereich aufmerksam machen.

••• Von Michael Fiala

WIEN. 100 Jahre alt und noch immer zu gewagt? Diese gesellschaftskritische Frage stellt die aktuelle WienTourismus-Kampagne in Deutschland und Großbritannien. In deren Zentrum stehen Aktdarstellungen Egon Schieles, die bis Ende November in London, Hamburg und Köln für Diskussionen über Freiheit von Kunst und Interesse an der Wiener Moderne sorgen sollen.

Motto für 2018

Der Wiener Moderne widmet der WienTourismus sein Jahresmotto 2018. Mit Werken Egon Schieles, dessen Todestag sich 2018 zum 100sten Mal jährt, startet er eine 360-Grad-Kampagne in Deutschland und Großbritannien. Im Zentrum stehen Schieles „Sitzender Männerakt (Selbstdarstellung)“, „Stehendes nacktes Mädchen mit orangefarbenen Strümpfen“, „Hockender weiblicher Akt“ sowie „Knien der Selbstakt“. Deren explizite und polarisierende Darstellung von Nacktheit sorgte zu Zeiten der Wiener Moderne für Aufregung und Provokation. Tut sie das auch heute, auf Plakatstellen, Hauswänden, Citylights in Hamburg und Köln oder in der Londoner U-Bahn?

„Wir affizieren Schieles Bilder in der Öffentlichkeit, mussten dafür aufgrund geltender Werbevorschriften Teile von ihnen verdecken – das zeigt, dass sie selbst 100 Jahre später immer noch als gewagt empfunden werden. Damit unterstreichen wir unsere Kernbotschaft: Die



Protagonisten von damals waren ihrer Zeit voraus – so weit, dass selbst heute noch über sie diskutiert wird“, erklärt Wiens Tourismusdirektor Norbert Kettner den Hintergrund der Kampagne.

Auf sämtlichen Abbildungen werden die primären Geschlechtsmerkmale von einem

weißen Textfeld bedeckt, das zugleich als Vehikel für Wiens Botschaft dient: Die Frage „100 Jahre alt. Und noch immer zu gewagt?“ kann vom Publikum mittels Hashtag #DerKunstihreFreiheit (#ToArtItsFreedom) via Social Media diskutiert werden. „Beim Betrachter soll übrigblei-

ben, dass Wien immer schon eine Stadt der Avantgarde war und seit jeher Menschen, egal welcher Herkunft und welchen Hintergrunds, ermöglicht, sich kreativ zu entfalten. Wir wollen auf unkonventionelle Weise neugierig machen auf Wien und die Sammlung des Leopold Museum, das uns dankenswerterweise bei dieser nicht alltäglichen Kampagne voll unterstützt hat“, so Kettner.

Online kann das Reisepublikum auf www.wienermoderne2018.info interaktiv in Leben und Kunst Egon Schieles, aber auch weiterer Protagonisten und Weggefährten wie Gustav Klimt, Koloman Moser oder Otto Wagner eintauchen. Auf Facebook, Instagram und Twitter wird die Auseinandersetzung mit Schiele und Wien u.a. mit Videos und Gewinnspielen entfacht.

Digitale Seceession

Gänzlich unbedeckt präsentierten sich Schieles „Stehendes nacktes Mädchen mit orangefarbenen Strümpfen“ am 26. Oktober und sein „Hockender weiblicher Akt“ am 2. November in der deutschen Wochenzeitung *Die Zeit*, die der Wiener Moderne zusätzlich ihre zwölfseitige „Weltkunst“-Beilage widmete. Mitte November folgt in der Londoner U-Bahn-Zeitung *Evening Standard* ein vierseitiger „Cover Wrap“ mit Schieles Werken und Hinweis auf Wiens kommendes Jahresmotto. Vollständig kommt man Schieles Bildern also nur in Wien nahe. Die Botschaft „Sehen Sie alles – nur in Wien“ auf den Sujets lässt daran keinen Zweifel.