



**Anna Weidenholzer**

## Der veränderte Blick auf Linz



„Linz verändert“ steht unter dem Logo der Stadt. Mit dem Kulturhauptstadtjahr hat ein neuer Werbespruch Einzug gehalten – und nicht nur der. Die Stadt an der Donau beeindruckte durch eine moderne Industrie und eine schöne alte Innenstadt, hat Wolfgang Siebeck vor Kurzem in der deutschen Wochenzeitung *Die Zeit* geschrieben. Wenn man aus einer Stadt kommt, die jahrelang auf Provinz gereimt wurde, muten solche Bezeichnungen ungewohnt an. Man wartet auf den negativen Nachsatz. Dieser kommt

nicht. Die Kulturhauptstadt hat vor allem den auswärtigen Blick auf Linz verändert. Wie es dem Kollektiv der Linzer mit dem Blick auf ihre Kulturhauptstadt ergeht, lässt sich schwer erheben. Umfragen zufolge gibt es aber nicht wenige, an denen die ersten fünf Kulturhauptstadtmonate spurlos vorbeigezogen sind. Es ist nicht schwer, „Linz 09“ aus dem Weg zu gehen. Und es ist den Machern von „Linz 09“ nicht schwergefallen, der ansässigen Kunstszenen aus dem Weg zu gehen. Vom Programm wurde die Linzer Szene weitgehend ausgespart und als uninteressant abgetan – was zu wenig Gegenliebe führte. *Linz 0Nein* heißt das alternative Programmbuch, das die abgelehnten Projekte vorstellt. 2009 war das Jahr, an das schon lange vorher hohe Erwartungen gestellt wurden. Linz sollte sich verändern, und es wurde verändert. Spannend bleibt, was 2010 davon noch zu spüren sein wird.

**Arno Maierbrugger**

## Wieso darf Google Content stehlen?



Man kann Rupert Murdoch für einen skrupellosen Medienmogul halten und ihn deshalb nicht mögen, aber mit einer seiner Aussagen hat er kürzlich eine wichtige Frage aufgeworfen, die auch über die Medienindustrie hinaus dringend diskussionsbedürftig ist: „Sollen wir es Google erlauben, alle unsere Copyrights zu stehlen? Die Antwort sollte lauten: Nein, aber sicher nicht.“ Darin sind sich die meisten Autoren und Journalisten seltenerweise mit Murdoch einig: Google scannt zum Beispiel seit 2004

Bücher aus den Bibliotheken der Welt ein und hat bereits sieben Mio. Titel ins Netz gestellt, ohne irgendjemanden zu fragen. Kein Zweifel, Google Books stellt eine grobe Verletzung von Urheberrechten in großem Stil dar. Google verdient zwar nichts an den eingescannten Büchern selbst, aber mit viel Werbung und Suchmaschinenbrimborium drumherum. Diese Praxis erzwingt geradezu ein globales Urheberrecht. Leider gibt es keine weltumspannende Organisation mit Schlagkraft, um dem Suchmaschinenkonzern auf die Finger zu klopfen. Bald wird sich die Frage stellen: Wenn alle Bücher nach Erscheinen sofort gratis im Netz stehen, wer wird sie dann noch kommerziell verlegen? Wenn es aber keine Verlage mehr gibt, wo sollen dann Bücher herkommen? Denn Google selbst produziert keinen Content. So einfach – und traurig – ist das.



## Ergötzliche Pleitiers

TV-Schuldnerberater mit Unterhaltungswert am Puls der Zeit.

**Michael Liebming**

„Wer 40 Jahre Bauer ist, erkennt seine Schweine am Gang“, sagt Peter Zwegat (59). Der hagere Berliner agiert als TV-Schuldnerberater mit betont bildhafter Ausdrucksweise („Raus aus den Schulden“, RTL). Wenn er via Flipchart seinen Klienten erklärt, dass ihre Positionen auf der Ausgabenseite die Einnahmen bei Weitem übersteigen, kommt ihm seine sozialpädagogische Ausbildung samt Berufspraxis sicherlich zugute. Denn es sind nicht wenige, die entlang ihres Lebenswegs finanziell irgendwo falsch abgezweigt sind.

Beispiele gefällig? Zwei Hartz IV-Empfänger kaufen sich ein Haus, und um neu durchzustarten, erstehen sie drei Bäckereien. Die Kreditsumme wächst. Da sich aber die Bäckereien rund 200 Kilometer von ihrem Wohnort entfernt befinden,

werden fürs Pendeln natürlich auch noch Autos benötigt. Ihr Privatleben findet nur mehr via Handy statt. „So viele Brötchen können sie gar nicht verkaufen, dass sich das rechnet“, analysiert Peter Zwegat nüchtern. Oder er gratuliert einem Homosexuellen zu seinem „tollen Geschäft“. Dieser bekannte sich für eine einmalige Zahlung (ungefähr 2000 Euro) zu einer Vaterschaft und muss nun jahrelang monatliche Unterhaltszahlungen leisten, bis das Kind – das nachweislich nicht von ihm stammt – eine Ausbildung abgeschlossen hat.

**Fernsehen ist Unterhaltung**

Wenn der Kaufrausch das Denkvermögen lähmt, bleiben Rechnungen ungeöffnet, sammeln sich Mahnungen in Schuhkartons oder werden Zahlungsfristen partout versäumt. „Sind die dämlich!“, denkt sich der Fernsehkonsument und delek-

tiert sich am Schicksal anderer. Die „Schau her und mach es nicht so“-Lebensschule, die in dieser Doku-Soap präsentiert wird, unterliegt den einfachen Spielregeln primitiven Infotainments. Letztlich berühren die präsentierten Einzelfälle doch kaum.

Anscheinend gehört es zur Finanzkultur reicher Staaten, dass viele ihre pekuniären Risiken falsch einschätzen beziehungsweise Gelder verplänen, die sich noch gar nicht auf dem Konto befinden. Logisch, die Wirtschaft lebt davon, dass Anschaffungen wie Wohnungseinrichtungen, Fernseher oder Autos in Form von Krediten vorfinanziert werden. Aber wenigstens bewirkt die Macht einer Kamera, dass einige Gläubiger manchmal ein Auge zudrücken und vorhandene Schulden teils erlassen, wenn Peter Zwegat Mittwoch für Mittwoch in den Verhandlungsring steigt.

## Consultant's Corner

### Global Entertainment

Over the years, entertainment went from live to radio, TV, Internet, virtual communities, mobile phones. In 2003, expert Katherine Macklem's home entertainment study showed peak DVD burner sales, „teens taking what they wanted“ and sharing content, birthing entertainment – via Youtube (30 minutes of content uploaded per minute). Unpredictable times have created a new culture resulting in trend spotting as a new form of entertainment. Being the first to learn what is new and share it is a form of power and popularity: a dance hall



revival – like the „great depression“, happy upbeat music reminiscent of the 60's, dowdy look fashions, „pop-up shops“ where shops are opened and closed avoiding rent (follow your favorite shop to its next stop). Despite demographic differences, information seems to be the name of the game in entertainment. But the marriage of Generation G and technology means entertainment and knowledge are more equitably distributed in times that

demand fairness.

Lydia J. Goutas, Lehner Executive Partners