



**OVERHEAD-
ATTRACTIONS**

Überkopf-Deco und Overhead-Art

Konzipiert und umgesetzt für:
Interessengemeinschaft
Innenstadt Klagenfurt





BRIEFINGVORGABEN

- ▶ Drei außergewöhnliche optische Attraktionen für die Klagenfurter Innenstadt
- ▶ Soll auffallen und bei den Besuchern und Kunden der Innenstadt für Gesprächs- und Diskussionsstoff sorgen
- ▶ Soll von möglichst vielen Passanten fotografiert und via soziale Medien verbreitet werden
- ▶ Soll generell eine möglichst große Medienresonanz und PR-Wirkung (Print, TV und soziale Netzwerke) generieren



**REGENSCHIRME
FÜR DIE INNENSTADT**

▼

1.000 gelbe und grüne Regenschirme
auf 143 Seilzügen der gesamten Innenstadt

▼

Aktionszeitraum:
August, September und Oktober 2016





KLAGENFURT HAT EINEN VOGEL

▼
Installation mit 300 Papageien auf 27 Seilzügen
in der Klagenfurter Fußgängerzone

▼
begleitet von Dschungel- und Papageiengeräuschen

▼
Aktionszeitraum: April, Mai und Juni 2017





Anna Rubin
WINDRÄDER

„ Auf gespannten Reppschnüren wurden Achsen (dünne Holzleisten) mit Windrädern montiert. Orientiert in alle Himmelsrichtungen zeigen sie selbst den leisesten Lufthauch durch Umdrehungen an.

Stärkerer Wind erzeugt mehr Bewegung und einsurrendes Geräusch.

Diese Installation soll das unsichtbare Phänomen Wind sichtbar machen. “



**OVERHEAD-ART KUNSTWETTBEWERB
& OPEN-AIR-GALERIE KLAGENFURT**

▼
In Kooperation mit dem
Kunstverein Kärnten und der
Berufsvereinigung bildender Künstler Kärnten

▼
Zeitraum: Juli, August, September 2017



Eva Asaad
FLOWER BIRDS

„ Als Sujet für die Open Air Gallery habe ich Flower Birds als Mixmediaobjekte entworfen. Die Raben tragen florale Kleider, welche teilweise in Kärnten ab fotografiert worden sind. Die Flower Birds symbolisieren einerseits als Wesen der Luft „Freiheit“ und andererseits die Schönheit der floralen Landschaft.

Was bedeutet heute das Thema Freiheit im gesellschaftlichen Kontext? Durch die surreale Konstruktion entsteht ein Reflektieren über die Mystik des Raben als Gestaltwandler, Götterbote und Wahrer magischer Kräfte in Verbindung mit Symbolik von Blumen. Die Flower Birds sollen die Phantasie des Betrachters anregen, den Alltag verschönern und einen Hauch Mystik in die Klagenfurter Innenstadt bringen. “





Ina Loitzl

THE TALE OF THE DRAGON

„Der Schwanz als Teil des prominentesten Wahrzeichens ... des wütenden Tieres, dem Lindwurm, dem speienden, fressenden Drachen ... vor dem nichts sicher war. Schuppig, mehrfach geschwungen ... stark, massiv ... in sich verschlungen und verspielt. Abgelöst vom Körper wird er zu einem Objekt, einem Teil des Ganzen.

Jedes Kind lernt in der Volksschule die Sage ... zeichnet den Lindwurm einmal in ein Stammbuch. Doch kennt es die Form des Schwanzes? Weiß es um die Anzahl der Schlaufen ... kann es die Oberfläche im Detail beschreiben?

„The Tale of the Dragon“ fabuliert in Formen und gewährt diesem Teil des Lindwurms ein ästhetisches Eigenleben.“

OVERHEAD-ART KUNSTWETTBEWERB & OPEN-AIR-GALERIE KLAGENFURT

Die 19 Kunstwerke der 7 Künstlerinnen und Künstler die beim „overhead-art-Kunstwettbewerb der Klagenfurter Innenstadt 2017“ gewonnen haben, wurden vom 21. Juli bis zum 10. September über den Köpfen der Besucher in der Fußgängerzone, in der 10.-Oktoberstraße, der Karfreitstraße, der Burggasse, der Paradeisergasse und der Pernhartgasse ausgestellt.



Wolfgang Grossl

LINDWURMSCHUPPENDRACHENHAUT

„regelmäßiges tetraeder ... erster platonischer körper ... reflektierende, verspiegelte, weiße, rote und schwarze tetraeder ... glanzlichter und reflexionen ... schatten und licht ... bewegung, wind, spiegelungen, lichtgespinste ... fragmentarisch, fragil, leicht, luftig, flirrend, hell, funkelnd ... licht, sommer, sonne, leichtigkeit ... ein luftiges, flirrendes spiel mit licht und schatten je nach tageszeit und luftströmungen in der gasse und auf den häuserwänden ... ein sommerliches gespinst aus lichtfäden ...“





Markus Hanakam & Roswitha Schuller

WAPPEN

„ Ein System alternativer Stadtwappen, die sich in ihren Grundbestandteilen aus unserem Formvokabular speisen. Ein Wappen – zumeist als schildförmiges Zeichen in Anlehnung an den Schild als Schutzwanne wie er im Altertum verwendet wurde – ist Symbol und Repräsentant. Es erzählt eine Geschichte über den Ort und die Gesellschaft der sie entstammen. In unserer künstlerischen Praxis untersuchen wir die Symbolkraft von Motiven im öffentlichen Raum und in der Warenwelt.

So entstanden für die Klagenfurter Innenstadt 6 ironisierte Wappen als Fahnen, welche zu unterschiedlichsten Erzählungen anregen. Der Fahnschmuck soll an Festtage und Rituale erinnern, die aber unbestimmt bleiben. “

OVERHEAD-ART KUNSTWETTBEWERB & OPEN-AIR-GALERIE KLAGENFURT

Aus insgesamt 25 eingereichten Projekten gingen folgende Künstlerinnen und Künstler aus einem 2-stufigen Auswahlverfahren als Siegerinnen bzw. Sieger hervor:
► Anna Rubin ► Mag. Melitta Moschik ► Markus Hankam & Roswitha Schuller ► Eva Asaad ► Wolfgang Grossl ► Ina Loitzl

DIE UNABHÄNGIGE WETTBEWERBSJURY SETZTE SICH WIE FOLGT ZUSAMMEN:

- Vorsitzende: Frau Prof. Olga Butinar Ceh (Kuratorin der slowenischen Künstlervereinigung)
► Frau Mag. Christine Wetzlinger-Grundnig (MMKK) ► Frau Mag. Edith Payer (Kunstverein Kärnten)
► Frau Margaretha Bauer (BV) ► Frau Cornelia Hübner (Obfrau IG Innenstadt Klagenfurt)
► Herr DI Georg Wald (Magistrat der Landeshauptstadt Klagenfurt/Abteilung Stadtplanung)

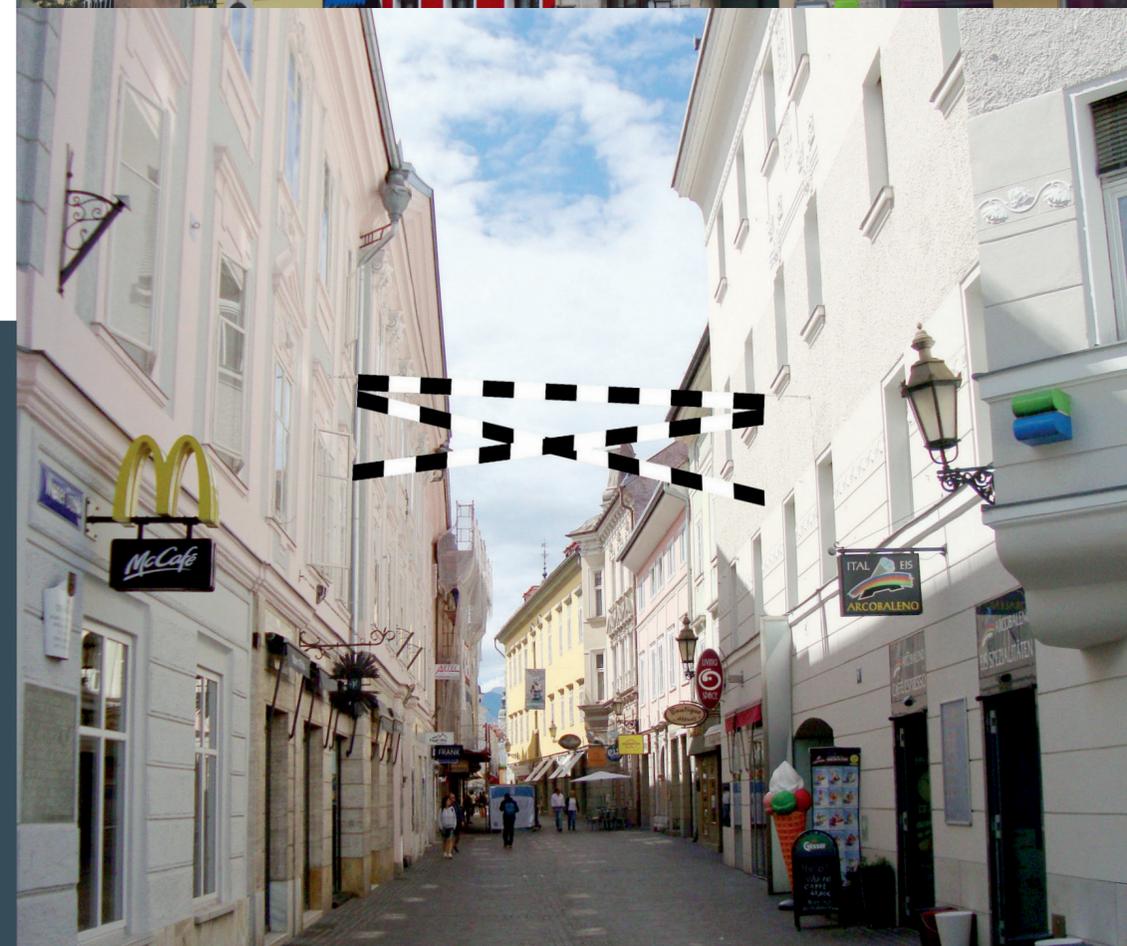


Mag. Melitta Moschik

ATTENTION 2017

„ Farbige gestreifte Sperrbänder markieren die Karfreitstraße sowie den Anfang der Wienergasse und deuten so den öffentlichen Raum als Gefahrenzone an. Die erhöhte Positionierung der Warnbänder schafft besondere Aufmerksamkeit und fokussiert den Blick der Passanten auf den gekennzeichneten Ort. Die Dislokation wird zum formalen Stilmittel und lässt symbolhaft die Stadt als Sperrgebiet lesbar werden.

Die Installationen „ATTENTION 2017“ greift mittels signalhafter Gestaltung aktuelle Phänomene wie Einwanderung und Migration, abgeschottete Gemeinschaften sowie wirtschaftliche und soziale Sperrgebiete (Closed Cities) auf und konfrontiert die Passanten mit Fragen der Zulassung, Zugehörigkeit und Ausgrenzung. “





Windräder sind Besuchern der Innenstadt zu laut

Im Zentrum sind auf Initiative der Kaufleute Kunstwerke zu sehen. Doch nicht bei allen kommt das gut an. Die Klagenfurter Innenstadt wird derzeit auf Initiative der Kaufleute in eine Freiluft-Galerie verwandelt. Einiges wie farbige Sperrbänder, Drachenschuppen und Wappen sind bereits zu sehen. Vollständig installiert wird am Sonntag sein. Am 21. Juli findet die offizielle Eröffnung statt. Wir hatten die die Klagenfurter Innenstadt im Jahr 2017 auf dem Kopf...

Open-Air-Sommerspiele

Die Klagenfurter Innenstadt bekommt viel geboten. Noch bis 10. September das „verheißene Kunstwerk 2017“ zu bestaunen. Besucher der Klagenfurter Innenstadt bekommen viel geboten. Noch bis 10. September das „verheißene Kunstwerk 2017“ zu bestaunen.

in der Innenstadt



Nach den grünen Sonnenschirmen schweben heuer die Papageien über der Fußgängerzone. 350 Vögelchen wurden angebracht. Das Geld für die Aktion stammt aus dem Marketingbudget, das die Stadt den Kaufleuten zur Verfügung stellt.

Belebung heißt nun mehr Handel

Keine leeren Geschäfte bedeuten laut Experten nicht auf mehr Handel. Die Klagenfurter Innenstadt ist neben einer Stadtplanung, im Stadtentwicklungskonzept ist vorgesehen, um mehr Leben ins Zentrum zu holen. Die Strategien sind vielfältig. Unter anderem wird...

KOSTEN/BUDGET FÜR ALLE 3 AKTIONEN UND MESSBARE WERBELEISTUNG

Kostenlose Berichterstattung in zahlreichen regionalen und überregionalen Medien (Print und Online), siehe digitaler Pressespiegel

Messung des PR-/Werbeerfolges: Video-Zählungen von aktivierten Passanten (wie viele Personen durchschnittlich haben pro Tag ein Foto gemacht) und stichprobenartige Passantenbefragungen an 12 Tagen (an wie viele Personen durchschnittlich wurden die Fotos über soziale Medien wie facebook und instagram usw. weiterverbreitet).

Berechnung des Werbeeffektes bei einem Gesamtzeitraum aller drei Aktionen über 9 Monate: 120 aktivierte Passant pro Tag x 270 Tage = 32.400 Passanten x 30 weitere Personen (auf sozialen Netzwerken) = 972.000 erreichte Personen welche die Fotos gesehen, teilweise kommentiert und weiterverbreitet haben. Bei durchschnittlich 30 Cent pro Klick (Pay-per-click) ergibt das einen Werbewert von € 291.600,-. Dieser Betrag hätte ausgegeben werden müssen, um dieselbe Anzahl von Personen mittels Online-Werbung zu erreichen.

Budget/Kosten für alle drei Aktionen: Regenschirme netto € 25.757,- Papageien netto € 15.598,- Kunstwettbewerb und Open-Air-Galerie netto € 44.451,-, Gesamtkosten: netto € 85.806,-

Wirtschaft in Schiefing

Der Kärntner Wirtschaftskreislauf ist in Schiefing in den letzten Jahren stark unter Konkurrenzdruck. Die Klagenfurter Innenstadt ist neben einer Stadtplanung, im Stadtentwicklungskonzept ist vorgesehen, um mehr Leben ins Zentrum zu holen. Die Strategien sind vielfältig. Unter anderem wird...

KOMMENTAR

Situation stimmt nachdenklich. Kürzlich hatte die WOCHE einen Praktikanten zu Gast (S. 22). So weit nichts Ungewöhnliches, doch Schrab Balkhi ist afghanischer Journalist. Die Gespräche mit ihm stimmten nachdenklich, er ist nach Kärnten geflohen, weil er das System kritisch hinterfragte und sein Leben in Gefahr war. Afghanistan zahlen...

VERSTEIGERUNG

Zweifamilienwohnhaus

BALKONE & ZÄUNE AUS ALUMINIUM

Leeb BALKONE ZÄUNE. MEIN SCHÖNSTER PLATZ AN DER SONNE.

Garantiert nie wieder stinkende Füße

Wenn die Füße stark schwitzen, dann ist es lediglich eine Frage der Zeit, bis sich ein strenger Geruch verbreitet. Nicht selten riecht es im ganzen Haus nach Schweißfüßen oder kaltem Schweiß. Und dies kann zu einer sehr unangenehmen und...

Busreisen: Porec, Insel Pag, Insel Rab, GRUBER. Buchungshotline 7. 0463 - 59 55 00

Ein Schluck für den Genus

Mehr als doppelt soviel Wein im Mittelalter wusste man von seinen positiven Eigenschaften bezüglich Fettsäuren, Entkalkung. Eine aktuelle Studie aus den USA belegt, dass das Mineralwasser bei mäßigem Genuss um 50 Prozent gegenüber Abstinenz reduziert wird. Weinliebhaber: Nämlich den Ilyerer wie er gewachsen ist so Bergweine des Schilcher sind die fruchtige und man wisse: Der Wein muss aus Malven- und Weinstäuben. Außerdem enthält er...

Frühling erwacht in der Innenstadt

Mit originellen Dekorationen feiert die Klagenfurter Innenstadt in diesem Jahr nicht nur runde Jubiläen, sondern auch einen viel versprechenden Neustart. Geplant sind im Mai auch drei Blumenmärkte mit Gärtnern und Floristen am Alten Platz, am Domplatz und am Dr.-Arthur-Lemisch-Platz. Die Klagenfurter Fußgängerzone ist 55 Jahre alt und damit die älteste Fußgängerzone Österreichs. Und: Die Ingolstädter Fußgängerzone feiert ihr 50-jähriges Jubiläum heuer durch die Ausdehnung ihrer Marketingaktivitäten auf die gesamte Innenstadt. Gründeten Interessengemeinschaft Klagenfurt erweitert. An einem Strang ziehend mit Motivation werden Frühlingsaktionen für die gesamte Innenstadt umgesetzt und zwar mit dem Ziel, die Attraktivität und Erlebniswert für Besucher, Gäste und Kunden zu steigern. Zum Beispiel prägen auch heuer wieder die bunten Regenschirme das Erscheinungsbild der gesamten Innenstadt. Mehr als 900 hellgrüne und gelbe Schirme April für optische Attraktionen sorgen.



Bereits voriges Jahr waren die Schirme beliebte Fotomotive. Mehr als 900 hellgrüne und gelbe Schirme April für optische Attraktionen sorgen.

die Kunst

Kultur im Lendhafen. Kunst und Kultur soll laut Mathiaschitz noch mehr Platz im öffentlichen Raum bekommen. „Schwerpunkt wird im nächsten Jahr mit ziemlicher Sicherheit auf der Lendhafen sein. Angesichts der Lendhafens für interdisziplinäre Projekte unter Einbindung einer unabhängigen Fachjury“, so Mathiaschitz. Kultur-Denkwerkstatt. Geplant war für heuer auch das Sichtbar- und Erlebarmachen kultureller Einrichtungen. Hier wird nun im Rahmen einer „Denkwerkstatt Kulturleitsystem“ über eine neue Wegführung und damit Sichtbarmachung von Kultureinrichtungen nachgedacht. Eingebunden sind hier Architekten, Bildende Künstler, die Leiter von Kultureinrichtungen sowie seitens der Stadt Stadtplanung, Stadtgarten, Tourismus und die Abteilung Kultur. „Wie schnell hier ein Ergebnis vorliegt, lässt sich derzeit nicht sagen, denn städtebauliche Bedürfnisse, gestalterische und technische Möglichkeiten, die Umsetzbarkeit finden“, so Mathiaschitz. Ob sich der neue, vergangenheitsfreie, digitale City-Guide für Touristen künftig in dieses kulturelle Leitsystem einbinden lässt, werde in der Denkwerkstatt ebenfalls bereits diskutiert. Website-Relaunch. Weiters geplant war für heuer die Verbesserung von Kultur-Serviceleistungen. Aktuell wird gerade der bekannte Kulturserver www.kulturraumklagenfurt.at einem Relaunch unterzogen. U. a. soll er einen ausgebauten Servicebereich haben und künftig über Künstlerdatenbanken verfügen.

VIEL LÄRM UM NICHTS KOMÖDIE William Shakespeare 7. JULI - 18. AUGUST 2017 WWW.SOMMERSPIELE-EBERDORF.COM