

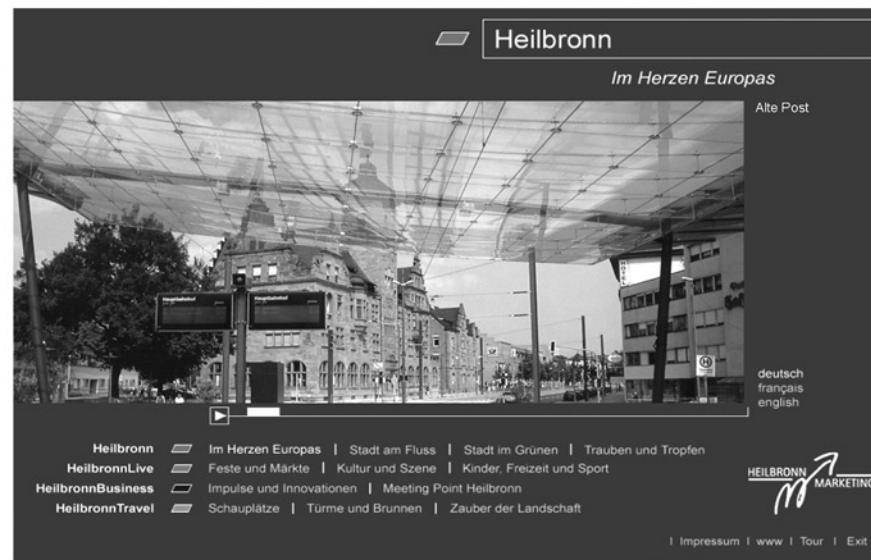
Neue multimediale und interaktive CD-Schau über Heilbronn: Roland Schweizerers Foto-Schätze im Digitalzeitalter

Digitaler Appetitanreger macht Lust auf Heilbronn

Von Kilian Krauth

Roland Schweizer ist kein Schönfärber. „Heilbronn ist für jeden Fotografen eine große Herausforderung – und nicht so einfach wie Wimpfen oder Hall“. Vielleicht ist es gerade diesem Umstand zu verdanken, dass der Unterländer Kamera-Freak sich „seiner“ Stadt im Laufe der Jahre von allen möglichen Blickwinkeln genähert hat: von Türmen, Ballons, Flugzeugen, Kranen, tags, nachts, im Dämmerlicht und überhaupt: In seinem Archiv hat Schweizer 30 000 Heilbronn-Dias. Die meisten sind jüngeren Datums. „Weil sich hier in den letzten Jahren zwischen neuem Kiliansturm und Stadtbahn unheimlich viel bewegt hat.“

Aus dem großen Fundus an Schweizer-Fotos hat die Stuttgarter Marketing- und Kommunikationsagentur Reinecke New Media bei der Erstellung einer neuen Heilbronn-Mediapräsentation schöpfen können. Die im Auftrag der Heilbronn Marketing GmbH (HMG) für 20 000 Euro produzierte Schau wurde gestern im Rathaus



vorge stellt. Und zwar in Form einer CD-ROM (Auflage 1000), die ab sofort mit Info-Büchlein für fünf Euro bei der Touristinfo an der Kaiserstraße gekauft werden kann.

In der Nachfolge eines 1985 produzierten Videos sollen die neuen „HeilbronnImpressions“ nicht nur offiziellen Besuchergruppen im Rathaus vorgeführt werden. Einsatzmöglichkeiten sieht HMG-Geschäftsführer Frieder Wagner über

das weite Feld des Tourismus hinaus auch auf Messen, Firmenpräsentationen und natürlich an privaten Computern.

Auf der 20-minütigen, interaktiven CD kann sich der Nutzer nach Belieben in vier Rubriken mit jeweils zwei bis vier Unterkapiteln einklinken. Aus Kostengründen, so Wagner, habe man auf einen Moderator verzichtet. Schweizer und Reinecke gewinnen dem nur Positi-

ves ab: „Wir wollen die Bilder nicht zerreden lassen.“ Und: „Der Nutzer wird nicht zum Filmvorfüh rer degradiert, sondern kann sich nach Belieben als Moderator einschalten.“ Branchenüblich werden nur die Schokoladenseiten gezeigt. Branchenüblich strotzen die Überschriften vor Anglizismen. Branchenüblich ist auch die einlullende Hintergrundmusik. Wer will, wird sich auch an mancher Schreibweise („5. größte Stadt“) stoßen und möglicherweise an der Tatsache, dass ausgerechnet der Urquell Heilbronn, der Siebenröhrenbrunnen, fehlt. Lücken oder Fehler lassen sich laut Wagner durch die moderne Technik bei einer Neuauflage ohne großen Aufwand beheben.

Der dynamische Gesamteindruck wird von den genannten Details kaum getrübt. Dem kreativen Team ist das Kunststück gelungen, Schweizer's fotografische Schätze ins digitale Zeitalter zu überführen und sie auf die Präsentations- und Sehgewohnheiten der Gegenwart zuzuschneiden. Im Grunde ist die CD ein Appetitanreger, der Lust auf mehr Heilbronn macht.