

PRESSEMITTEILUNG

Linz, 02. September 2021

**Stadt auf Selbstfindungs-Mission: Psychologinnen untersuchen Auswirkungen des „Linz ist Linz“-Videos**

**Dass man über Humor doch streiten kann, hat das Imagevideo „Linz ist Linz“ bewiesen. Mit Aussagen wie „Linz ist ein bisschen rassistisch“ soll potenziellen Gästen Lust auf Linz gemacht werden. Neben Zustimmung gab es auch Empörung und eine emotionale Debatte. Psychologinnen der JKU haben nun wissenschaftlich untersucht: Hat das Video seinen Zweck erfüllt?**

Eine Tourismus-Werbekampagne der Stadt Linz sorgte Anfang August für Aufregung. Insbesondere das Imagevideo „Linz ist Linz“ führte zu zahlreichen emotionalen Reaktionen, sowohl von Seiten der Politik und Tourismusverantwortlichen als auch von Interessierten in sozialen Medien. Die Reaktionen gingen stark auseinander. Doch wie ist es nun wirklich: Weckt das kontroverse Linz-Bild Interesse? Oder schreckt es vor einem Besuch sogar ab?

In einer Studie haben Assoz.-Prof.<sup>in</sup> Barbara Stiglbauer (Abteilung für Arbeits-, Organisations- und Medienpsychologie der Johannes Kepler Universität Linz) und Dr.<sup>in</sup> Julia Zuber (Psychologische Studierendenberatung der Johannes Kepler Universität Linz) untersucht, welche Wirkung das Video nun tatsächlich hat. Dazu wurden mehr als 500 Personen im Alter zwischen 16 und 76 Jahren mit zumindest zeitweisem Linz-Bezug befragt.

*„Wir haben untersucht, was vom Video in Erinnerung blieb, warum manche Menschen so emotional auf die Botschaften reagiert haben und welche Konsequenzen die Zuseher\*innen für Linz erwarten“,* erklärt Stiglbauer.

**Positives Gesamtbild**

Das Resultat: Auch wenn die Reaktionen insgesamt durchaus unterschiedlich waren, so wird das Video im Durchschnitt überwiegend positiv bewertet.

*„Vor allem der humoristische Unterhaltungswert wird wahrgenommen“,* sagt Zuber. *„Als informativ oder wertschätzend wird es hingegen weniger betrachtet.“*

Trotz provokanter Aussagen blieben den Menschen im Mittel aber die positiven Aspekte im Gedächtnis, sind sich beide Psychologinnen einig. Und die Zuseher\*innen erwarten einen positiven Nutzen für Linz – rund 70 % haben durch das Video Lust auf Linz und einen Besuch der oberösterreichischen Landeshauptstadt bekommen.

Die **Details** der Studie finden Sie im Anhang.