

BAUER Stefan, GRAVE Elena, HERZOG Ragna, OSTERLOH Maren,
PALZ Sabrina, SCHREIBER Pia

Urban Media

Publiziert auf netzspannung.org und eculturefactory.de
April 2007

Dieser Beitrag entstand im Rahmen des Seminars
»Medieninformatik« im Internationalen Studiengang
Fachjournalistik an der Hochschule Bremen im Winter-
semester 2006/07 unter der Leitung des eCulture
Factory Mitarbeiters Thomas Goldstrasz.



Fraunhofer Institut
Intelligente Analyse- und
Informationssysteme

MARS - EXPLORATORY MEDIA LAB



STEFAN BAUER
ELENA GRAVE

RAGNA HERZOG
MAREN OSTERLOH

SABRINA PALZ
PIA SCHREIBER

Urban Media

Inhalt

Einleitung	S. 1
Passagen voller Gesprächsenergie (Ragna Herzog)	S. 1
Wanted: Plakatsmaler dringend gesucht (Pia Schreiber)	S. 4
Lumentekur – das Erwachen der Architektur (Maren Osterloh)	S. 6
Auf ein Wort: Urban Media – ein Gespräch mit Thorsten Bauer von Urbanscreen.com (Stefan Bauer, Elena Grawe, Sabrina Palz)	S. 7
Hintergrundinformationen & Links	S. 10

Einleitung

Unsere Gesellschaft ist eine Bildschirmgesellschaft. Mal abgesehen vom täglichen TV-Konsum: Der Radiomoderator sagt ein Lied zwar noch an, aber der Einfachheit halber erscheint der Titel auch gleich auf einem kleinen Display am Gerät, vorzugsweise in rot oder blau. Der Handybildschirm ist für uns der wichtigste und wird durchschnittlich alle 40 Minuten angeschaut. Ob Word oder Warcraft-Welten: Der PC-Bildschirm zeigt uns je nach Vorliebe die nüchterne Realität oder virtuelle Fantasieländer. Anzeigetafeln verführen uns mit wechselnden Motiven zum Konsum, kein funktionierendes Stadion, Bahnhof oder Flughafen ist ohne Bildschirme denkbar.

Urban Media treiben diese Entwicklung voran und gehen dabei eigentlich nur einen Schritt weiter. Der urbane Bildschirm ist überall zu finden: Straßen, Plätze, Gebäude, Wände, sogar der Passant selbst ist als Teil des Bildschirms bereits ge- oder sogar missbraucht worden. Bereicherung oder Reizüberflutung? Jeder mag es anders empfinden.

Die folgenden drei Ansätze von Urban Media sind drei völlig unterschiedliche. Eine virtuelle Zeitung auf einem öffentlichen Platz, ein Art Lesung im öffentlichen Raum und architektonische Bot-schaften auf Gebäuden – was ein Bildschirm ist, muss neu überdacht werden.

Passagen voller Gesprächsenergie

Von Ragna Herzog

Eine öffentliche Medienkunst-Installation, die bereits beendet ist und lediglich als Webinstallation noch über den Link www.energie-passagen.de in kleinem Maßstab anzuschauen ist: Energie_Passagen. Bildschirm war hier neben einer kleinen Leinwand der Steinboden am Salvatorplatz in München vor dem Literaturhaus. Zu sehen war die Installation von Oktober bis November 2004, also insgesamt vier Wochen. Wolfgang Strauss und Monika Fleischmann, Leiter der Forschungsabteilung und die Leiterin des Mars-Exploratory Media Lab am Fraunhofer Institut sind die beiden Medienkünstler, die Energiepassagen ins Leben gerufen haben.

„Sprache ist eine geistige Energie, die eine Stadt prägt. Alle Gespräche in einer Stadt über das aktuelle Geschehen in der Welt sind Energieströme, die eine Art „unsichtbare Architektur“ bilden.“ So die Auffassung der Künstler. Energiepassagen sollen diese Ströme, diesen Energiefluss sichtbar machen. Das war die Grund-Idee von Energiepassagen.

Der Ausgangspunkt für diese Installation waren Texte aus der Süddeutschen Zeitung. 450 Schlagworte aus den Nachrichten der ganzen Welt wurden von einem automatisierten Compu-

terprogramm heraus gesucht. Diese Schlagwörter wurden jeden Tag aktualisiert, also dem tatsächlichen Geschehen in der Welt angepasst.

Diese 450 ausgewählten Schlagwörter (ausschließlich Nomen) wurden dann dreidimensional auf den Boden projiziert und zwar in einer Art Fluss/ Energiefluss, der von links nach rechts floss. Dreidimensional ist hierbei nicht auf die einzelnen Wörter bezogen: die Schlagwörter hatten drei verschiedene Größen, manche flossen (groß) vorne im Bild, die anderen (klein) ganz hinten und in der Mitte war dann die dritte Größe zu finden. Auch war die Geschwindigkeit der Wörter unterschiedlich.

Die Installation Energie-Passagen war interaktiv, das heißt, die Besucher konnten zum Beispiel bestimmte Wörter im Textfluss anklicken und so Verknüpfungen zwischen verschiedenen Begriffen sichtbar machen. Die zusammengehörigen Wörter traten dann für kurze Zeit aus dem „Energiefluss“ hervor und bildeten im Vordergrund eine Gruppe, die kreisförmig um das angeklickte Wort zu lesen waren. So sollten für den Leser neue Zusammenhänge zwischen den einzelnen Schlagwörtern, die aus verschiedenen Texten kamen, deutlich gemacht werden.

Außerdem konnte der Besucher durch das Anklicken von insgesamt fünf verschiedenen Kategorien wie zum Beispiel Politik, Wirtschaft oder Kultur (unter der Installation angezeigt), farbliche Zusammenhänge im „Energiefluss“ sichtbar machen. Klickte man zum Beispiel ein Wort aus der Kategorie Politik (blau) an, so färbten sich alle Schlagwörter dieser Kategorie blau und der Betrachter konnte im „Energiefluss“ kategorische Zusammenhänge neu erschließen.

Auf einer weiteren Anzeige war eine Weltkarte projiziert. Der angeklickte Begriff wurde zusätzlich mit einem Ort auf dieser Weltkarte in Verbindung gebracht: Es war der Ort, von dem die ursprüngliche Nachricht aus der das jeweilige Schlagwort kam, geschrieben worden war. Der Rezipient hatte so die Möglichkeit, sein „Wort des Tages“ einem bestimmten Ort in der Welt zuzuordnen.

Der projizierte Informationsfluss wurde gleichzeitig ununterbrochen mit einem mehrstimmigen Echo aus Computerstimmen akustisch begleitet. In diesem Echo wurden die vorhandenen Schlagwörter aus dem „Energiefluss“ gesprochen. Beim Anklicken eines neuen Wortes, wurde dieses sofort vom Echo akustisch wiedergegeben.

Und noch etwas war in der Installation vorhanden: Die „Living Newspaper“. Immer wenn ein Begriff neu angeklickt wurde, wurde der dazu gehörige Satz der jeweiligen Nachricht auf eine kleine Leinwand neben dem Energiefluss projiziert. Es wurden also Sätze aus den verschiedenen Nachrichten willkürlich aneinander gereiht. So entstand eine völlig neue Nachricht, die vom tagesaktuellen Geschehen auf der Welt berichtete. Eine Weltnachricht sozusagen die alles beinhaltet, worüber in der Süddeutschen an diesem Tag berichtet wurde.

Das Ziel der Künstler bei der „Living Newspaper“: Dem Besucher durch die De-Konstruktion der Zeitung und die anschließende individuelle, interaktive Zusammensetzung der Nachrichtensätze ein neues Lesen zu ermöglichen, was dennoch tagesaktuell das Geschehen auf der Welt wieder spiegelt. Der Passant nimmt so die Stelle des aktiven Betrachters anstelle des passiven (Zeitungskonsumenten) ein, der einfach nur Nachrichten getrennt voneinander liest. Das Erstaunliche: Tatsächlich werden neue Zusammenhänge sichtbar. Geschehnisse aus der Politik werden mit Kultur und Wirtschaftsnachrichten gemischt; je ein Satz wird in die „Living Newspaper“ hinzugefügt und dennoch ist ein Zusammenhang sichtbar/ zu erschließen. Die Nachrichten verbinden sich sozusagen und ein neues Verständnis der globalisierten Welt wird offenbar. Der aktive Besucher der Installation konnte so nach persönlichem Interesse an der „Living Newspaper“ mitwirken und die Weltnachrichten mitgestalten.

Die gesamte Installation von Energiepassagen, die für die Dauer von vier Wochen installiert war, kostete über 300.000 Euro und sorgte damit in der Öffentlichkeit für große Kritik.

Nichts desto trotz ist es durch die installierte Medienkunst „Energiepassagen“ von Wolfgang Strauss und Monika Fleischmann gelungen, neue Zusammenhänge in der Welt für den interessierten Besucher (auch für den Internetbesucher bis heute) sichtbar zu machen und so eine neue Identifikation mit dem Weltgeschehen zu ermöglichen.

Wer sich nichts unter Energiepassagen vorstellen kann und denkt: „Was für ein Künstlerquatsch“, sollte unbedingt einen Internetbesuch auf der Seite www.energie-passagen.de wagen und sich die dort vorhandene Webinstallation einmal ansehen. Auch hier kann der Besucher genau wie damals in München, in der Installation mitwirken, die „Living Newspaper“ mitgestalten und neue Zusammenhänge der Nachrichten aus aller Welt erkennen. Die Handhabung ist einfach, die Erkenntnisse neu, ein Besuch aber unbedingt lohnenswert.

Wanted: Plakatmaler dringend gesucht

Von Pia Schreiber

**1/4
VOR
12**

Bremen. Die Geschichte mutet fast ein wenig unheimlich an: Ein mysteriöser Maler zieht durch die Stadt und zeichnet vier verschiedene, einander völlig unbekannte Menschen: Die Richtergattin und Galeriebesitzerin Kirsten Suderow, den kroatischen Taxifahrer Milos Jovankovic mit eigenem Taxi, den Studenten Sven mit dem Traum vom großen musikalischen Erfolg und die Vietnamesin Phi Mee, die in einem Asia-Takeaway arbeitet. Der Maler veröffentlicht die Portraits auf Plakaten in der ganzen Stadt und die vier begegnen völlig unverhofft ihren Abbildern. Im Laufe der Geschichte begegnen sich die vier Charaktere in der Realität und beginnen eine Suche nach dem Maler, sich selbst und den Geheimnissen des Steintor-Viertels.

Es ist der Plot der Mystery-Soap „Viertelvorzwölf“ rund um das Bremer Steintor-Viertel. Doch diese Seifenoper wird nicht im Fernsehen ausgestrahlt, sondern über die Medienwand am Ziegenmarkt im Viertel. Ins Leben gerufen wurde das Ganze durch eine Kooperation des Literaturhauses Bremen und „Urban Screen“. Gefördert wird das Projekt von der Rudolf Alexander Schröder Stiftung, der Bremer Literaturstiftung, Bremen Marketing, dem Kulturzentrum Lagerhaus, dem literaturforum bremen, der Stiftung Frauen-Literatur-Forschung und kultur.gut.



Ab dem ersten Februar flackern jede Nacht die Buchstaben über den Beamer an die Wand. Buchstaben? Ja, genau! Denn bei „Viertelvorzwölf“ handelt es sich um eine geschriebene Geschichte, die von dem Autor Tim Schomacker und Fräulein Schmiss verfasst wurde. Fräulein Schmiss sind Janine Lancker, Haleh Soleymani und Anna Szczesny, die sich Anfang 2006 zu einer Autorinnenallianz zusammengeschlossen haben und Folgendes über sich selbst behaupten: „Wir haben einen Schatz, eine große Kiste mit Einmachgläsern. Darin sammeln wir laue Sommernächte und Bartstoppel, einen schuppigen Fisch und Fischschuppen, Kabelage und ein lächelndes Nicken. Das Geheimnis von Fräulein Schmiss“.

Janine Lancker (Foto: unten) wurde 1979 in Bremen geboren. Sie studierte Kulturwissenschaft und Germanistik an der Universität Bremen. Schon während ihres Studiums besuchte sie Kreativschreibkurse. Sie gestaltete das Campusradio mit und arbeitete für das Nordwestradio. Im März 2006 erreichte Janine Lancker den zweiten Platz des Nachwuchspreises des Bremer Literaturkontors mit einem Beitrag zum Thema Rausch.

Haleh Soleymani (Foto: rechts) wurde 1976 in der iranischen Provinz Azerbaidjan geboren. Aufgewachsen ist die junge Autorin in Minden/Westfalen und seit 1995 lebt sie in Bremen. Sie stu-

dierte Kulturwissenschaften, Germanistik und Philosophie und hegte ihr ganzes Leben lang ihren sehnlichsten Wunsch: Schreiben! Diesen konnte sie sich mit Fräulein Schmiss erfüllen.

Die Dritte im Bunde Anna Szczesny (Foto: links) wurde 1983 ebenfalls in Bremen geboren. Die gelernte Buchhändlerin hat sich auf das Schreiben von Kurzprosa und Kurzgeschichten spezialisiert. Im Jahr 2005 gewann sie den „Hattinger Förderpreis für junge Literatur“ mit ihrer Kurzgeschichte „Die Maßnahme“.



Neben dieser eloquenten Frauentruppe hat auch der einzige Mann bei „Viertelvorzwölf“ einiges zu bieten: Tim Schomacker, Jahrgang 1973, verfasste unter Anderem kulturjournalistische Beiträge für die „taz“ und „Radio Bremen“. 1998 bis 2005 war er Redakteur der Literaturzeitschrift „STiNT“ und moderiert seit April 2006 die Literatursendung „sachdienliche Hinweise“ bei den „Schwankungen“, einer Radiosendung der Schwankhalle Bremen. 2004 bekam er das Bremer Autorenstipendium für seine Arbeit an dem Roman „Masada oder die Geschichte des Blumenhändlers“.



Gleich kommt P.
Kaffee aufsetzen.
Wo liegen die
Unterlagen?
Ein echtes Talent,
der Junge.
Ein wenig
sprunghaft noch,
vielleicht.
Ich werde Maurice

Junge Autoren wagen sich an ein sehr innovatives Projekt für ein junges Publikum. Die Arbeit mit einem literarischem Text im öffentlichen Raum ist etwas Neues, eine andere Art, sich mit Literatur auseinander zu setzen: „Man verlässt das klassische Format der Lesung.

Es ist für uns alle ein Experiment und niemand der Beteiligten kann vorher abschätzen, wie es ankommt“, meint Heike Müller vom Literaturhaus Bremen. Die Rezeptionsgewohnheiten im öffentlichen Raum seien natürlich anders und das müsse man bei der Umsetzung

des Textes beachten. Wer nur eben mal zum Einkaufen gehe, sei schwer dazu zu bewegen, sich vor die Medienwand zu stellen und einen langen Text zu lesen.

Daher besteht die Geschichte nicht aus einem Fließtext mit verschachtelten Sätzen, sondern orientiert sich am Plakatformat mit groß gedruckten Buchstaben, wenigen Worten und Sätzen im Telegramm-Stil. Des Weiteren werten Handyfotos, die die Autoren selbst im Steintor-Viertel geschossen haben, das Ganze optisch auf.

Zudem gibt es jeweils nur kurze Episoden von 15 Minuten, die noch dazu stündlich wiederholt werden. Jeden Dienstag und Donnerstag wird eine neue Episode ab 19.30 Uhr bis zum Morgen grauen gespielt.

Ursprünglich geplant war sogar, dass jeder Fotos oder Text mit seinem Handy einsenden kann. Niemand sollte mehr wissen, was Wahrheit und was Fiktion ist. Unklar bleibt, woran es gelegen hat, dass dies nicht so umgesetzt wurde. Es mag an der schwierigen technischen Realisation liegen oder einfach nur daran, dass die Autoren ihre Geschichte ganz alleine in der Hand haben wollten.

„Viertelvorzwölf“ ist dennoch ein sehr interaktives Projekt: Die Plakate der Charaktere werden tatsächlich in der Stadt aufgehängt und im Internet stehen weitere Informationen sowie ein Forum, in dem jeder mitdiskutieren kann, zur Verfügung.

Laut Literaturhaus Bremen soll das Projekt die Atmosphäre im Bremer Steintor-Viertel verbessern. Die Leute sollen sich für die Figuren und Handlungen interessieren und wie bei einer Fernsehserie jeder neuen Folge entgegen fiebern. Die Geschichte soll Stadtgespräch werden. Lassen wir uns überraschen.

Lumentekturen – das Erwachen der Architektur

Von Maren Osterloh



Digitale Zukunftsmalerei

Berlin im Jahre 2010. Schröders gleichnamige Agenda ist vergessen, die erste Frau im Staate regiert immer noch im Kanzleramt. War unter ihrem Vorgänger der Reichstag noch von Künstler Christo verhüllt worden, so gleicht seine Fassade heute einer dünnhäutigen Membran, die das Innenleben der politischen Schaltzentrale preisgibt. Eine riesige Medienprojektionsfläche, angepasst vom ersten Berliner Medienarchitekturbüro realities:united, zeigt Merkels Konterfei bei einer Rede vor den Abgeordneten. „Die Sicht aus der Merkel-Cam fand ich besser. War irgendwie ordiner“, kommentiert ein Passant die gestrige

Live-Übertragung der Minikamera an „Angies“ Jacket via Reichstag.

Wenige Kilometer weiter bietet sich ein ähnliches Bild. Allerdings nutzt das Sony-Center am Potsdamer Platz seine Glasfassade weniger zur politischen Bildung als zur Produktwerbung: Weitgehend unbeachtet von den Kaffee trinkenden Besuchern unter ihnen flirren die neuesten elektronischen Spielzeuge aus Japan über die futuristische Dachkonstruktion.

Alles nur Fassade?

Gebäude kommunizieren seit jeher ihre Funktion über visuelle Zeichen, manchmal bereits über ihre Form als solche. Ein Kreuz auf dem Dach bezeichnet eine Kirche, Stahl- und Glasfassaden deuten auf Büros hin, ein Bogen erinnert an einen Triumph. Angesichts fortschreitender Medien-



technologie sind der Architektur heute Mittel und Wege gegeben, die Funktion und den Status eines Gebäudes nicht mehr allein durch Beton und Stahl auszudrücken. Gebäude müssen sich nicht mehr hinter ihrer „Fassade“ verstecken, sondern erhalten ein lebendiges Gesicht. In der oben skizzierten Zukunftsvision des Jahres 2010 gehört Lumentekturen bereits zum Alltag. Aus den Begriffen Lumen (photometrische Einheit des Lichtstroms) und Architektur zusammengesetzt, beschreibt Lumentekturen die Erweiterung

architektonischer Gestaltung um eine Lichtprojektion, die auf die Funktion des Gebäudes abgestimmt ist. Doch ist das alles reine Zukunftsmusik? Das Berliner Medienarchitektenbüro realities:united ist keineswegs frei erfunden. Die Brüder Jan und Tim Edler verhalfen bereits 2003 dem Kunsthaus Graz in Österreich zu einem neuem Äußeren: Die geschwungene, blaue Acrylfassade des Gebäudes verwandelten die realities:united-Architekten in einen urbanen Bildschirm, der als Membran zwischen Museum und öffentlichem Raum mit seinem Betrachter kommuniziert. Ein mediales Gesicht, das durch Mimik und Sprache das Innenleben seines stummen Trägers nach außen repräsentiert.

Betonbotschaft



Auch andere Medienkünstler verhalfen Gebäuden bereits zu einem Facelift. Ben Rubin kreierte für die Zentralbibliothek in Minneapolis die Lichtskulptur „Word up“. Zwei LED-Displays (Light Emitting Diode) an zwei Fahrstuhlkabinen ließen Buchstaben für Buchstaben die Titel von Büchern aus dem Bestand der Bibliothek erscheinen. Die Idee dahinter: Das Klischee vom muffigen Aufbewahrungsort für Bücher brechen und die Bibliothek als einzige gigantische Lesemaschine präsentieren. Für Adobe entwickelte Rubin einen komplizierteren Lumentekturen-Entwurf. In den obersten Stockwerken der

Konzernzentrale in San José wurden vier LED-besetzte Scheiben postiert. Ein Streifen, der seine Position alle sechs Sekunden wechselte, durchläuft jede Scheibe. Jeder Buchstabe des Alphabets ist durch eine bestimmte Zusammensetzung der Streifenpositionen gekennzeichnet und wartet auf seine Entschlüsselung, die wiederum zur Enthüllung einer Botschaft führt. Die Adobe-Konzernzentrale kommuniziert also mithilfe der Projektion ihre Hauptaufgabe, die Entwicklung digitaler Kommunikationstechnologie.

Doch egal ob codiert oder nicht: Lumentekturen sind für viele unverständlich. Das „Verkommen von Gebäuden zu Werbewänden“, befürchten die Gegner. Auf ein „Erwachen der Architektur“ hoffen die Medienarchitekten. Die Einwände sind nicht unberechtigt, wie auch der Blick in die Zukunft zeigt. Schon heute sind Großstädte mit Leinwänden zugepflastert, die den Vorbeigehenden pausenlos die neusten Errungenschaften der Menschheit feilbieten. Die eigenen Firmengebäude als mediale Transportflächen einer simplen Werbebotschaft wäre hier nur eine kostengünstige Alternative für die Konzerne. Denn: Nur weil das Produkt zum Gebäude passt, ist nicht automatisch ein neuer Lumentekturen-Entwurf geboren. Hier wird der feine Unterschied zwischen Rubins durchdachtem Adobe-Code und Sonys Zukunftswerbung deutlich.



Lebendige Architektur

Lumentekturen müssen neue Konzepte entwickeln. Die Frage nach den Inhalten ist die eine, die Art der Botschaftsübermittlung eine andere. Müssen es immer nur Bildschirme bzw. Anzeigesysteme sein? Was wäre, wenn sich Gebäude als Reaktion auf eine Dateneinspeisung selbst transformieren? Es gibt bereits Fenster, die sich bei Erreichen eines kritischen CO₂-Gehalts automatisch öffnen. Warum nicht eine Wand, die sich je nach Laune des Bewohners in aufmunterndem Gelb, beruhigendem Grün oder aggressivem Rot präsentiert? Oder täuschend echte Fensterprojektionen mit angepasster Wetteranimation für dunkle, enge Räume? Für den medienbegeisterten oder in letzterem Fall nicht ganz so solventen Hausbesitzer ergeben sich schier endlose Möglichkeiten – wobei hier davon ausgegangen wird, dass in der Zukunft die Medientechnologie weit erschwinglicher sein wird als heute, bzw. als die Bruttokosten eines Fenstereinbaus. Sicher graust es den ein oder anderen angesichts so viel real gewordener Künstlichkeit oder der Vorstellung von Angela Merkels Konterfei auf dem Reichstag. Aber: Lumentekturen haben, wie Architektur, eine künstlerische Komponente. Und Kunst ist letztlich eine Frage des individuellen Geschmacks.

Auf ein Wort: Urban Media

Stefan Bauer, Elena Grawe und Sabrina Palz im Gespräch mit Thorsten Bauer von Urban-screen.com

Novemberabend im Bremer Viertel, Regen und Wind und Kälte und Licht. Nicht die Straßenbahnlampen oder Autoscheinwerfer erregen die Aufmerksamkeit, sondern ein Gewirr aus Licht und Farbe auf der gegenüberliegenden Straßenseite. Durch den sichtbar wabernden Atemhauch hindurch lässt sich so etwas wie ein Bildschirmschoner erkennen, der an die Hauswand über dem Extra-Markt geworfen wird. Stefan Bauer, Elena Grawe und Sabrina Palz nahmen die Projektion genauer unter die Lupe und folgten dem Signal von der Leinwand zurück zum Beamer, über Wireless LAN zur Antenne drei Straßen und vier Ecken weiter, durch das Kabel hinein in die gute Stube von Pro Nova. Und landeten am Schreibtisch von Thorsten Bauer. Alles natürlich rein theoretisch. Praktisch erklärt Bauer Konstrukt und Konzept im ausführlichen Interview. Ebenso warum, wieso, weshalb und wie.

Wer seid ihr und was macht ihr genau?

Wir sind ProNova und wir machen Urban Screen. Wir sind ein Kulturprojekt und beschäftigen uns mit neuen Medien, bezeichnen uns auch gerne als medientechnologische und medienkünstlerische Initiative. Entstanden ist das Ganze aus dem Kulturzentrum Lagerhaus, in Kooperation mit „Zoom Videobeamer“. Und ProNova ist der Trägerverein. Das Projekt, wenn man es inhaltlich bezeichnet, ist Urban Screen.

Es ist wichtig, dass wir das nicht durcheinander bringen. Der Trägerverein ProNova tritt immer dann auf, wenn wir im Sinne eines Antrages auftreten, als Körperschaft. Inhaltlich aber ist das Urban Screen. Diese strikte Unterscheidung begründet sich vor allem darin, dass wir neben Urban

Screen noch den Platz für andere Projekte offen halten wollen, so dass ProNova wirklich eine Plattform wird, auf der Projekte wachsen können.

„Urban Screen“ selbst ist ein offenes Kooperationsprojekt. Das heißt, wir brauchen die Initiative von Instituten oder Einzelkünstlern, sich hier zu beteiligen und dieses Medium zu nutzen, um sich hier auszuprobieren. Also wir sind nicht angetreten, um aus uns heraus alleine kreativ und künstlerisch zu arbeiten und dieses Projekt zu bestücken. Wir sind auf Kooperation angewiesen.

Klingt alles in allem nach viel Engagement. Wie viele Leute gibt es insgesamt in dem Verein?

Wir sind im Moment, glaube ich, tatsächlich nur acht offiziell eingetragene Vereinsmitglieder. Wo bei diese acht bis auf wenige Ausnahmen auch alle in Funktion und aktiv sind. Wir haben keine Vereinsbeiträge und somit auch keine Intention, jetzt den Verein auszuweiten, um darüber Gelder zu akquirieren.

Wie sieht eigentlich euer Programm aus?

Wir haben einen ein- bis zweiwöchigen Turnus. Der definiert sich einerseits konzeptionell und andererseits auch aus dem Angebot, das wir gerade am Start haben. Wir haben vier Spieltage. Dienstags, donnerstags, freitags und samstags. Immer von Einbruch der Dunkelheit bis 22 Uhr, am Wochenende 23 Uhr.

Schaut ihr Euch die Filme manchmal auch vor Ort an?

Ja. Bei manchen Sachen können wir zwar schon vorab beurteilen, wie etwas wirken wird, weil wir die Installation kennen. Aber der Ansatz ist trotzdem immer, gerade bei Neuem und Experimenten, dass man es sich selbst anschauen muss.

Was ist das Besondere an den Urban Screen-Filmen?

Eine Selbstbeschränkung, mit der wir konsequent arbeiten, ist die Arbeit ohne Ton. Wir sind ein visuelles Format, kein audio-visuelles. Und wir wünschen uns natürlich, dass das nicht nur als eine Beschneidung betrachtet wird, sondern auch als Chance und als Motivation, sich auf diese visuelle Kommunikation zu beschränken. Soll heißen, wenn da jemand kommt und sagt, ich habe einen tollen Film gemacht, der funktioniert auch ohne Ton, kann man das zwar probieren. Aber letztendlich haben wir den Ansatz, dass der Künstler sich mal genau mit diesen Gegebenheiten auseinandersetzt und dann versucht, eine Wirkung zu entfalten.

Was für eine Wirkung soll das sein?

Man kann natürlich feststellen, dass alleine das Medium „Großbildprojektion“, das wir benutzen, schon einen gewissen Inhalt stellt – unabhängig von den Befragungen und den Eindrücken, die man von den Reaktionen der Leute vor Ort hat, und unabhängig von dem, was man zeigt. Man macht eine 10 mal 14 Meter große Projektion auf und gibt sozusagen ein Stilmittel in diesen Ort. Man trifft eine Stilentscheidung. Und Stilentscheidungen, das ist unsere Überzeugung, ziehen immer eine soziale Neuordnung nach sich. Im Grunde kann man hier den ersten Ansatz machen, soziologisch zu argumentieren, dass alleine eine Implementierung eines solchen Projektes an diesem Ort, der sicherlich sozial ziemlich durchmischt und auch schwierig ist, einen Eingriff in den öffentlichen Raum darstellt. Sicherlich nicht weltbewegend und allein stehend, nicht in dem Maße, dass man da jetzt komplett andere Milieus anzieht oder abstößt – aber seinen Teil dazu beibringend.

Das heißt konkret?

Ich glaube bloß, dass so eine Intervention in den öffentlichen Raum soziologisch abfährt. Das ist ein persönliches und kein wissenschaftlich fundiertes Statement. Es gibt medientheoretische Abhandlungen darüber, dass der öffentliche Raum als solcher nicht mehr funktioniert. Nicht mehr funktioniert in dem funktionalen Sinne, wie man ihn noch vor 150 Jahren gekannt hat. Begrün-

det mit verschiedenen Argumenten: dass sich die Zeitzyklen der Menschen verändert haben, dass sich auch die Bedürfnisse verlagert haben, dass anders kommuniziert wird, sich anders getroffen wird – letztendlich dass sich die Funktionalität eines öffentlichen Raumes verändert hat und dieser dadurch seine Vitalität verloren hat. Parallel kann man entdecken, dass sich im Internet und in den ganzen virtuellen Strukturen wiederum diese Räume ergeben, über Chat Rooms und ähnliches. Man findet also eine Parallele und eine Struktur wieder im Internet, wo sich Interessengruppen treffen. Medienkunst im öffentlichen Raum wird in der Theorie nun als eine Art Rückkopplung bezeichnet. Und das finde ich ganz interessant, diesen Gedanken. Diese Strukturen der virtuellen Welt, der virtuellen Räume wieder an den öffentlichen Raum zu koppeln.

Warum hängst du dich da so rein? Was treibt dich an?

Wenn man selber davor steht und diesen Platz und diesen Raum sieht und spürt – seine eigene Arbeit, die da auf 10 mal 14 Meter platziert ist und in diesen Raum irgendwie hineinwirkt, dann weiß man, warum man das macht. Es ist gar nicht mal so sehr, dass man stolz ist, dass die Arbeit da zu sehen ist. Sondern weil diese Vermischung von digitaler Arbeit und realem Raum auf diesem rauen Stein in diesen Raum reinwirkt, mit den ganzen Menschen, die da unselektiert rumlaufen – was eigentlich das Spannendste ist. Da stehen dann Leute mit ihren Extra-Markt-Tüten in der Hand und gucken mal eben eine halbe Minute hoch. Und das ist einfach großartig. Normalerweise hat man gerade bei der Medienkunst das Phänomen, dass man oftmals für die Schublade produziert. In Zeiten der Reproduzierbarkeit des Digitalen muss man sich vieles genau überlegen. Wo stell ich das aus? Wo entfaltet sich das eigentlich? Das treibt einen dann letztendlich zu solchen Ideen wie Urban Screen an. Dass man in den öffentlichen Raum geht, dass man so etwas über zwei Jahre macht. Und ein paar Mal die Woche was zeigt, dort wirklich interveniert. Also etwas nicht nur für ein Wochenende zu installieren und Leute einzuladen und die klatschen dann. Sondern den Mann, der da gerade unten auf einer Bank sitzt und eine Zigarette raucht, oder den Junkie, der an der Ecke steht, oder die Frau, die gerade vom Einkaufen nach Hause kommt, damit zu überraschen. Das finde ich total spannend.

Was soll auf der Hauswand überhaupt gezeigt werden?

Da versuche ich mich programmatisch total herauszuhalten. Du kannst sozusagen mit einer ganz stillen Arbeit, die du da zeigst, total stark in den Raum eingreifen. Ein Raum, der durch Reklame, Hektik und Einkaufsgeschehen geprägt ist, lässt sich kontrahieren, indem man eine Wasserstruktur zeigt, die sich langsam verändert, die dich kurz einen Moment in die Ruhe bringt, also im Grunde genommen einen künstlichen Ausblick schafft. Einen Meereshorizont, an dem man kurz mal die Augen unfokussiert träumen lassen kann. Zuhause würden dir wahrscheinlich die Fußnägel einschlafen, wenn du das im Fernseher siehst. Im Raum aber ergibt sich ein Spannungsfeld zu dem ganzen Gewusel. Man kann aber auch hingehen und eine konkrete Botschaft überbringen und ein politisches oder gesellschaftliches Thema in den Raum stellen. Das hat genauso ein Spannungsfeld. Deswegen möchte ich mich thematisch bei den Aussagen, die hinter den Arbeiten stehen, nur in den Grenzbereichen einmischen. Also dort, wo es rassistisch oder sexistisch wird.

Welche Bedeutung hat Urban Screen für euch?

Ich glaube, dass uns das digitale Zeitalter, in dem wir leben, schon so durchwachsen hat und uns so prägt in unserem alltäglichen Leben, gesellschaftlichen Denken, Arbeitsstrukturen und künstlerischen Schaffen, dass eine Auseinandersetzung mit den digitalen Medien ein gesellschaftsrelevantes Thema ist. Wir stellen nun ungefragt digitale Bilder in den öffentlichen Raum und provozieren damit. Manchmal weniger, manchmal mehr. Das heißt, diese Auswüchse von Digitalität und Virtualität stülpen sich nach außen und bieten ein Sichtfenster in die digitale Welt. Und holen das weg vom Schreibtisch, vom anonymen Arbeitsplatz, hinein in den öffentlichen Raum. Und da liegt für mich die gesellschaftliche Relevanz: in genau dieser Auseinandersetzung mit diesen Medien. Da tauchen dann so spannende Fragen auf wie „Was bedeutet die digitale Schnittstelle Mensch-Virtualität?“ oder „Wo sind eigentlich die Grenzen vom Physischen ins Digitale oder zum Geistigen?“

Ist dieses Projekt ein Versuch, Kunst zu demokratisieren?

Hah!

Wenigstens die Rezeption von Kunst?

Das habe ich ja schon so ein bisschen angedeutet. Das ist für mich so das spannende Drehmoment des Projektes, dass es sozusagen keine Selektion gibt. Dass man einerseits natürlich den Zugang ermöglicht. Das wäre im Sinne von Demokratisieren. Alle haben einen Zugang. Aber andererseits drückt man auch einfach Inhalte auf. Die Leute, die da rumwatscheln, werden ungefragt erstmal konfrontiert. Diese beiden Seiten gibt es. Ich würde also nicht sagen, wir treiben irgendwie die Demokratisierung von Medienkunst voran. Aber ich würde mich natürlich freuen, wenn das von außen käme.

Hintergrundinformationen & Links

Leuchtstark und teuer: Die Beamer

Sie erwecken den Urban Screen zum Leben: Zwei Projektoren, neudeutsch als Beamer bekannt, werfen die bewegten Bilder aus einem Gehäuse, in dem sie zusammen mit einem Computer stecken, an die Leinwand aus Ziegeln. Klar, dass das nur abends bei ausreichender Dunkelheit funktioniert. Auch dann benötigen die beiden Beamer eine gewaltige Lichtstärke, damit die Bilder sich leuchtstark und kontrastreich und nicht bloß als blasse Silhouetten abzeichnen. Dazu besitzen sie im Inneren eine Lampe, die mit einer Helligkeit von 10.000 ANSI Lumen leuchtet. Zum Vergleich: eine herkömmliche 60-Watt-Glühbirne strahlt mit circa 730 ANSI-Lumen. Die Beamer stehen so abgeschrägt übereinander, dass ihre Bilder möglichst genau übereinander fallen. Diese Kombination sorgt für ein helleres Bild auf der 10 mal 14 Meter großen Projektionsfläche. Gut 36.000 Euro kostet allein das Beamerduo. Hinzu kommen gut 3000 Euro für eine Lampe. Jeder Beamer verschleißt davon eine pro Jahr.

Hochfrequent und spontan: Die W-Lan-Verbindung

Ohne moderne Computer- und Netzwerktechnik flimmert kein Film auf dem Urban Screen. Der Computer im Beamer-Gehäuse speichert die Filme auf seiner Festplatte und gibt sie über seine Grafikkarte an die Beamer weiter. Damit die Inhalte ihren Weg auf die Festplatte finden, ohne dass einer der Urban-Screen Mitarbeiter eine Leiter bemühen und den Kasten auf Baumwipfelhöhe aufschrauben muss, kommuniziert der Computer im Beamer-Gehäuse mittels eines Funknetzwerks (Wireless-LAN, W-LAN) mit seiner Außenwelt. Dabei sendet und empfängt er seine Daten nicht auf der üblichen und durch Privatnetzwerke überlasteten 2,4 GHz-Frequenz, er nutzt die unter anderem für militärische Zwecke reservierte 5 GHz-Frequenz. Da auch die Weserschleuse auf dieser Frequenz ihre Befehle zum Öffnen und Schließen ihrer Tore erhält, kann die Verbindung zum Beamer-Kasten am Nachmittag schon mal gestört sein. Das ist nicht weiter schlimm, da der Urban Screen erst abends seinen Auftritt hat. Das Büro von Pro-Nova ist gut einen halben Kilometer Luftlinie von der Leinwand entfernt. Diese Strecke überbrückt das Funknetzwerk mittels mehrerer Verstärker, damit die Filme garantiert ihren Weg auf die Festplatte finden. Wenn das abendliche Programm noch kurzfristig geändert werden soll, können die Urban-Screen Mitarbeiter die Filme auch direkt herüber schicken. Streaming nennt sich das Verfahren, bekannt von Internet-Video-Seiten wie „Youtube“. Die Daten werden häppchenweise über das Funknetz geschickt und unmittelbar von den Beamern wiedergegeben. Verbindungsprobleme führen hier schnell zu Bild-Aussetzern.

Praktisch und sicher: Die Fernsteuerung

Bei einem Preis von 3000 Euro pro Glühbirne ist es zu teuer, die Beamer 24 Stunden laufen zu lassen. Um die Beamer an und aus zu schalten, ihre Temperatur zu prüfen und sie zu justieren, gibt es eine Softwarefernsteuerung. Mit einer kleinen Kamera, einer Webcam, lässt sich im Beamer-Kasten nach dem Rechten sehen. Der Computer im Beamer-Kasten sendet mittels eines einfachen Datenkabels die Befehle an den Beamer. Dank Funknetzwerkanschluss, lassen sich die Beamer und der Computer aus der ganzen Welt fernsteuern, Internetzugang vorausgesetzt. Um Missbrauch zu vermeiden ist der Zugang mit einem hoch verschlüsselten Passwortsystem gesichert.

Links und Anregungen zur weiteren Lektüre:

Mirjam Struppek, The Social Potential of Urban Screens
<http://vcj.sagepub.com/content/vol5/issue2/>

Zur Internetpräsenz des Bremer Projekts Urban Screen:
www.urbanscreen.com

Zur Webversion der Installation Energie_Passagen:
www.energie-passagen.de