

Pressemitteilung

Urban Screens – Ein neues Medium mit unerkannten Potentialen und Risiken

Urban Screens – das sind digitale Bildschirme im öffentlichen Raum. Als Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Wissenschaft, Bildung und Politik sowie Kunst und Konsum stellen sie ein bedeutendes Innovationsfeld dar.

„Künftig werden Poster und Plakate mehr und mehr durch digitale Medienträger ersetzt werden“, prognostiziert Susa Pop, Geschäftsführerin von Public Art Lab. „Mit dem Innovationsforum Urban Screens führen wir rechtzeitig eine Diskussion über Chancen und Risiken dieser neuen Entwicklung.“ Dieser Austausch verbindet erstmals weit über bestehende Netzwerke hinaus alle relevanten Akteure wie Screenshersteller und -betreiber, Content-Produzenten sowie Experten aus den Bereichen Wissenschaft, Marketing und Stadtentwicklung.

Ziel des Innovationsforums ist es, die Interessen der einzelnen Akteure und ihre unterschiedlichen Kompetenzen zu bündeln, damit ein nachhaltiges neues Kommunikationsmedium im Stadtraum entstehen kann. Dabei sollen wirtschaftliche Erwägungen sowie sozial- und umweltverträgliche Erfordernisse für die Region Berlin-Brandenburg berücksichtigt werden.

Einerseits bildet Berlin mit seinen Clustern Kreativwirtschaft sowie IT- und Kommunikationstechnologie die idealen Voraussetzungen für starkes Wachstum bei Urban Screens. Andererseits drängt sich aber Unbehagen auf, wenn man sich Zentren wie Times Square in Manhattan oder Shibuya in Tokyo vor Augen führt, wo auf riesigen Bildschirmen Werbebotschaften leuchten und so große Stadträume mit grellem Licht überfluten. Dabei werden diese veralteten Modelle einer medien-affinen Generation überhaupt nicht mehr gerecht. Denn der heutige Verbraucher will durch sein Konsumverhalten teilnehmen und mitgestalten, nicht mehr nur empfangen.

Die interaktive Nutzung von Urban Screens stellt beispielsweise Entwicklungs- und Wachstumschancen für Kultur und Wirtschaft gleichermaßen dar. Da die meisten Branchen die Potentiale dieses Mediums nicht kennen, hat Public Art Lab zwischen März und Mai 2011 fünf Expertenworkshops in den Themenfeldern Infrastruktur, Technologie, Content, Stadtentwicklung und Cross Media Marketing stattfinden lassen. Es wurde unter anderem über restriktive behördliche Auflagen, die zwar eine Überfrachtung mit Werbung in der Öffentlichkeit verhindern wollen, gleichzeitig aber die kreativen Nutzungsmöglichkeiten des Mediums erschweren, debattiert.

Die Ergebnisse wurden auf dem Innovationsforum Urbans Screens am 25. und 26. Mai im Collegium Hungaricum Berlin vorgestellt und in Diskussionen fortgesetzt.

Public Art Lab möchte langfristig eine Plattform und somit Ressourcen für eine innovative Nutzung von Urban Screens aufbauen, die weit über reine Produktwerbung, Nachrichtenvermittlung oder Veranstaltungshinweise hinausgeht.

Im Rahmen des Innovationsforum Urban Screens fand am 25. Mai die Auslobung des von Public Art Lab initiierten Medienfassaden Festival Europa 2010 als einer der „365 Orte im Land der Ideen“ statt.

Das Innovationsforum Urban Screens wurde gefördert mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung.

Public Art Lab sind

Susa Pop
Geschäftsführung und Projektleiterin Innovationsforum Urban Screens
0163 391 22 92
susapop@publicartlab.com

Verena Schwarz
Projektkoordination
030 896 597 32
verena.schwarz@publicartlab.org

Mehr Informationen finden Sie auch auf unserer Webseite
www.innovationsforum.publicartlab-berlin.de