

Medienfassaden und Urban Screens – Digitale Bildschirme im öffentlichen Raum

Media Facades and Urban Screens – Digital Screens in the Open Space

Eva Emenlauer-Blömers
Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen/ Landesinitiative Projekt Zukunft
Martin-Luther-Str. 105, 10825 Berlin
Tel.: 030-9013-7404 Fax: 030-9013-7478
E-Mail: eva.emenlauer-bloemers@senwtf.berlin.de
Internet: www.projektzukunft.berlin.de

Susa Pop
Initiatorin der Medienfassaden Festivals, Geschäftsführerin von Public Art Lab
Brunnenstr. 41, 10115 Berlin
Tel.: 0163-391 22 92
E-Mail: susapop@publicartlab.com
Internet: www.mediafacades.eu
www.publicartlab.org

Zusammenfassung

Urban Screens sind digitale Bildschirme im öffentlichen Raum, die über das Internet ansteuerbar und vernetzbar sind. Sie eröffnen urbane Sichtfenster für lokale und globale gesellschaftliche Prozesse. Die Branchen der Medien- und Kreativwirtschaft sowie der Informations- und Kommunikationstechnologien sind die Akteure dieses neuartigen digitalen Trends ‚from the internet to the outernet‘. Als Kreativmetropole hat Berlin ein besonderes Interesse daran, die Entwicklung zu unterstützen.

Urban Screens sind ein Innovationsfeld an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Politik, das gestaltet werden muss. Für dieses neue Kommunikationsmediums sind neue ästhetische und technologische Formen und Inhalte der Interaktivität und Partizipation für den urbanen Raum zu erforschen, urbane Software- und Technologieanwendungen und innovative Vermarktungsstrategien zu schaffen, um so einen nachhaltigen Impuls für die mediale Entwicklung im regionalen Stadtraum mit internationaler Ausstrahlung zu geben.

Abstract

Urban screens are digital screens in public spaces, which are adressable via the Internet and network ready. They open up urban windows for local and global social processes. The sectors of the media and creative industries and information and communication technologies are the actors in this new digital trend, ‚from the Internet to the Outernet‘. As a creative city, Berlin has a special interest in supporting the development.

Urban Screens are an innovative field at the interface between science, economy, culture and politics, which has to be shaped. For this new medium, new aesthetic and technological forms and contents of interactivity and participation for urban areas are to explore, urban software and technology applications and innovative marketing strategies are to create to give a powerful impulse for the media development in a regional urban space with an international appeal.

Medienfassaden und Urban Screens – Digitale Bildschirme im öffentlichen Raum *von Eva Emenlauer-Blömers*

Mit Medienfassaden und Bildschirmen im öffentlichen Raum zeichnet sich eine grundlegend neue Phase in der Entwicklung von Medien und Kommunikationstechnologien ab. Screens werden bisher nur in geschlossenen Räumen (wie das TV-Gerät in der privaten Wohnung und der Bildschirm am Arbeitsplatz) oder am Körper des Menschen (mobiler Screen/ Handy) genutzt. Die Ausstrahlung in den öffentlichen Raum ist neu.

Diese neue Entwicklungsstufe birgt eine Fülle von Innovationen und Anstößen für die Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und fast die gesamte Kreativwirtschaft: Zu erwarten sind neuer Mediencontent, neue Technologien zur Übertragung, Darstellung und Vernetzung und insbesondere neue Möglichkeiten für interaktive und ‚soziale Medien‘.

Medien im öffentlichen Raum beziehen darüber hinaus weitere Bereiche mit ein, die von der Medienwirtschaft bisher nicht berührt waren. Dazu gehören insbesondere Architekten und Stadt- und Regionalplaner sowie die Immobilienwirtschaft.

Urban Screens sind Medien und unterliegen den Markt- und Refinanzierungskonzepten aller Medien. Anders als die ‚klassischen‘ Medien aber sind sie von einer individuellen ‚Kauf- bzw. Einschaltentscheidung‘ der Menschen unabhängig. Sie sind im öffentlichen Raum potenziell immer und überall sichtbar. Damit ist ein öffentliches Interesse an den Screens eine wesentliche Voraussetzung für die Realisierungschancen dieses neuen Mediums.

Medienfassaden im öffentlichen Raum zählen also einerseits zu den bedeutendsten Innovationsfeldern der kommenden Jahre – andererseits sind sie eine kulturelle und politische Herausforderung, die eine Verständigung zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Politik und Verwaltung erfordert. Die Entwicklung steht hier noch am Anfang, die Innovationspotenziale sind noch nicht erkannt, eine Verständigung zwischen den verschiedenen Innovationspartnern ist noch nicht hergestellt.

International positive Fallbeispiele sind hierfür die BBC Big Screens in England und der Federation Square in Melbourne, die von Beginn an als Kooperationsmodelle der oben genannten Akteure geplant waren und die digitale Bildelemente in den Stadtraum bzw. in die Architektur sinnvoll integriert haben. Die BBC Big Screens wurden in jeder größeren Stadt Englands in den letzten Jahren in Betrieb genommen und gemeinsam mit dem BBC Sender, einer lokalen Kulturinstitution, einer Universität und der Stadtverwaltung mit nicht-kommerziellen Inhalten bespielt.

Der Federation Square ist ein einzigartiger Kultur- und Unterhaltungsbezirk im Herzen Melbournes, dessen preisgekrönter Architektorentwurf von dem Lab-Architekturbüro international bekannt ist. LED Bildschirme und digitale Ticker Laufbänder sind in die Architektur und auf der Piazza integriert und tragen zu einer lebendigen und interaktiven Drehscheibe für Festivals, Märkte, Modenschauen, öffentliche Vorträge, Filme und Konzerte bei. Das Zusammenspiel aus Unternehmen, Kulturinstitutionen und Kulturtourismus hat einen Treffpunkt für ein internationales und einheimisches Publikum geschaffen.

Berlin hat als Kreativmetropole ein besonderes Interesse an diesem Themenfeld. Die ITK- und Kreativwirtschaft - unterstützt durch eine starke Forschungslandschaft - gehört zur Wachstums-wirtschaft in Berlin. Medienfassaden und Urban Screens bieten diesen Akteuren neue Chancen. Die Stadt bietet nicht zuletzt aufgrund seiner vielen ungenutzten Liegenschaften und leerstehenden Industriegebäude ein interessantes Testgebiet für Pilotprojekte und kreative Zwischennutzungen.

Im Rahmen der ‚Landesinitiative Projekt Zukunft‘ befasst sich Berlin deshalb bereits seit mehreren Jahren mit den Innovationspotenzialen von Urban Screens, beteiligt sich an Aktivitäten und unterstützt Projekte.

Auf den Internetseiten hat die Landesinitiative eine eigene Rubrik mit Informationen zum Themenfeld ‚Urban Screens‘ (<http://www.berlin.de/projektzukunft/themen/kreativwirtschaft/urban-screens>) eingerichtet und verbreitet in seinen E-News regelmäßig aktuelle Meldungen dazu.

‚Projekt Zukunft‘ war Partner der von Public Art Lab veranstalteten Medienfassaden Festivals 2008 und 2010 und wird sich auch an zukünftigen Aktivitäten beteiligen. Dazu gehören u.a.

- die Beteiligung und Unterstützung des Urban Screens Forums in 2011
- die Ausschreibung eines Urban Screens – Wettbewerbs an ausgewählten Fassaden in Berlin
- die Unterstützung von Dokumentationen und Analysen zum wirtschaftlichen und kulturellen Potenzial von Urban Screens

Zu Projekt Zukunft

Ziel der Landesinitiative Projekt Zukunft ist die Bündelung des innovativen und kreativen Potentials in Berlin. Ursprünglich als Katalysator des Strukturwandels gestartet, ist Projekt Zukunft inzwischen das größte Kommunikations- und Fördernetzwerk der Stadt für die Medien-, IKT- und Kreativbranchen. Die Landesinitiative fungiert als Schnittstelle dieser Branchen zu Wissenschaft, Politik und Verwaltung. Mit Konferenzen, Tagungen und Round-Tables trägt Projekt Zukunft aktiv zum Austausch der verschiedenen Stakeholder bei.

Angesiedelt in der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen bietet die Initiative ein vielfältiges Leistungsspektrum. In regelmäßigen Publikationen werden Daten und Fakten zur Berliner Medien-, IKT- und Kreativbranche und ihrer Entwicklung gesammelt und aufbereitet. Öffentliche und private Partner werden zu großen Projekten und Initiativen zusammengebracht. Im Rahmen von Wettbewerben, Diskussionsrunden und thematischen Broschüren wird neben den Vertretern der Branche und der öffentlichen Hand auch die breite Öffentlichkeit für aktuelle Entwicklungen in der Berliner Kreativwirtschaft sensibilisiert.

Das kommunikative und interkulturelle Potential von Medienfassaden und Urban Screens

von Susa Pop

1. Einführung in das Themenfeld

Urban Screens und Medienfassaden – Die sozial nachhaltige Redefinition einer wachsenden Infrastruktur im öffentlichen Raum

Die Serie der Medienfassaden-Festivals reflektiert den weltweiten Trend zu großformatigen digitalen Bildelementen im öffentlichen Raum, die hauptsächlich von kommerziellen Inhalten und Interessen dominiert werden. Öffentlicher Raum als gemeinschaftlicher Ort der Öffentlichkeitsbildung basiert auf einer ausgeglichenen Mischung von Funktionen und der Idee des Bewohners als aktivem Bürger anstelle eines passiven Konsumenten. Was ist das kulturelle und kommunikative Potenzial von Urban Screens und Medienfassaden? Welche neuen Möglichkeiten bieten sie dem Bürger, die Inhalte mitzugestalten und so zu einer lokalen Identitätsbildung beizutragen? Wie können sie für einen ländervernetzenden Austausch genutzt werden? Diese Fragen stellen sich bei einem Kommunikationsmedium, das ein vielschichtiges Interaktionsfeld unserer urbanen Gesellschaft darstellt.

Das Interaktionsfeld von Urban Screens und Medienfassaden

Digitale Großbildschirme zeigen bisher meist nur Werbeinhalte. In einer Neudefinition als urbane Sichtfenster und Visualisierungszonen können Urban Screens jedoch ortsspezifischen Bezug zu

einer lokalen Community und Umgebung herstellen und diese durch neue Kommunikationstechnologien interaktiv mit einbeziehen.

Die Ansteuerung über das Internet bietet zudem die Möglichkeit, über eine vernetzte Urban Screens Infrastruktur lokale Szenen verschiedener Städte in Austausch zu bringen und somit eine Basis für interkulturelle Kooperationen zu schaffen.

Die beteiligten Akteure dieser netzwerkartigen Struktur sind Screensbetreiber, Contenthersteller (u.a. Medien, Kreative, Universitäten, Schulen, Forschungsinstitute), Urbanisten und Städteplaner, lokale und europäische Netzwerke, sowie Software- und Technologieentwickler, die Anwendungsmöglichkeiten für ihre Softwareentwicklungen im urbanen Raum finden.

Urban Screens und Medienfassaden als Kommunikationsplattformen für gesellschaftliche Prozesse

Die neuen ästhetischen und technologischen Möglichkeiten von Urban Screens bieten eine Plattform der Interaktivität und Partizipation, die auf verschiedenen medialen Ebenen stattfindet und die sich kreativ an die Mitgestaltung der Stadtbewohner richtet. Die Besucher befinden sich auf dem öffentlichen Schauplatz vor der Medienfassade und können durch technologische Schnittstellen (u.a. Motion Tracking Kamera Systeme, mobile Kommunikationstechnologie, urban angewendete Softwareentwicklungen) mit dieser interagieren.

Diese Interventionen werden ins Internet übertragen, wo Online-User weltweit ein Feedback geben können. Zudem besteht die Möglichkeit, mit der lokalen Szene einer vernetzten Medienfassade in Austausch zu treten.

Der materielle und digitale Raum mit seiner Gesamtheit an Interaktionen, die in ihm stattfinden, wird zum Medium und Ausdrucksmittel für öffentlichkeitsbildende Prozesse, die sichtbar gemacht werden können mit dem Medium der Urban Screens: Es entstehen Handlungsbühnen, die einen kommunikationsfördernden, identitätsbildenden und gemeinschaftsproduzierenden Beitrag für unsere zukünftige mediale Stadtgesellschaft leisten können.

Interaktionsplattformen in Form von Lernen, Selbstfindung und Positionierung gegenüber der Gesellschaft werden als Austauschmedium geschaffen. Die Idee des schwarzen Brettes, so gepriesen in der Form von Social Media und Newsgroups, könnte in den öffentlichen Raum zurückgeholt und an bestimmten Knotenpunkten der Stadt lokalisiert und mit anderen Städten vernetzt werden.

Urban Screens und Medienfassaden – eine technologische Herausforderung

Die Medienfassaden Festivals stellen sich der Herausforderung, völlig unterschiedliche technologische Formate von Urban Screens und Medienfassaden mit Inhalten zu bespielen und miteinander zu vernetzen. Internet- und Streamingtechnologien, Content Managementsysteme, Pixelauflösungen, Größe und Form der Bewegtbildflächen, Tageslichttauglichkeit und lokale Einbindung in die Umgebung sind wichtige Kriterien, die zu berücksichtigen sind, wenn man Inhalte im Sinne von Content Sharing auf verschiedenen Medienfassaden übertragen möchte.

Die unterschiedlichen Betriebssysteme der Medienfassaden stellen unterschiedliche Schnittstellen des Zugangs und der Interaktivität bereit. Daraus erschließen sich neue Formen der Produktion von partizipativen Inhalten, die die Lebendigkeit der lokalen Örtlichkeit im lokalen und europäischen Kontext der Medienfassaden Festivals fördern.

Diese technologische Infrastruktur sowie die Geschäftsmodelle der Screensbetreiber bedingen die Möglichkeit für den Austausch künstlerischer Inhalte. Vor allem die vorgegebenen Sendezeiten stellen einen begrenzten Zeitrahmen zur Verfügung, der sich auf die Programmentwicklung auswirkt.

Die meisten kommerziell genutzten Urban Screens haben aufgrund von staatlichen Restriktionen kein Audiosystem. Neue Experimente sind erforderlich, um eine sinnvolle Nutzung von Audiobespielung im öffentlichen Raum zu erforschen. Die Integration von Audiosystemen in die technologische Weiterentwicklung von Urban Screens könnte neue Typen urbaner Kommunikationsplattformen entstehen lassen.

Die Medienfassaden Festivals setzen sich mit diesen Herausforderungen auseinander und untersuchen die verschiedenen lokalen und nationalen Begebenheiten und Produktionsbedingungen in einem Vergleichsprozess. Auf der Basis der Action Research Methodik können Richtlinien entwickelt werden, nach denen Urban Screens als eine lokale und transnationale Austauschplattform an den Schnittstellen zwischen digitalem und öffentlichem Raum, Wirtschaft und Kultur, Technologie und Gesellschaftswissenschaft kuratiert und reguliert werden können.

2. Medienfassaden Festival Berlin 2008

Das Berliner Festival präsentierte einen Überblick von weltweit innovativen Medienfassaden in einer ‚Ausstellung‘, themenbezogenen Panels in einer ‚Internationalen Konferenz‘ und interaktiven, künstlerischen Projekten in dem ‚Urban Screenings Programm‘. Hierfür realisierten 24 Künstler aus Berlin ortsspezifische Projekte für eine temporäre Bespielung der Medienfassaden der O2 World, des Nightscreen Gasometers, der SAP und des Collegium Hungaricum Berlin - letztere war interaktiv verbunden mit einem digitalen Wall City Terminal. Vor allem der kommunikative und prozessorientierte Aspekt kommt hier in künstlerisch-sozialen, interaktiven und Software programmierten Projekten zum Ausdruck.

Die Urban Screens und Medienfassaden wurden zu einer Schnittstelle zwischen Kultur und Wirtschaft sowie zwischen urbanem und digitalem Raum: Visualisierungszonen, die die Bevölkerung zu Akteuren machen und die Möglichkeit bieten, aktiv ihre Umgebung mitzugestalten.

Das Festival wurde initiiert von Susa Pop / Public Art Lab und Mirjam Struppek / Urban Media Research in Zusammenarbeit mit der Media Architecture Group Wien und dem Deutschen Architektur Zentrum (DAZ) und gefördert durch Mittel des Hauptstadtkulturfonds und der Berliner Landesinitiative Projekt Zukunft.

3. Medienfassaden Festival Europa 2010



‚Graffiti Analysis‘ von Evan Roth,
Nightscreen Gasometer Schöneberg,
Medienfassaden Festival Europa 2010
Foto: Ruthe Zuntz



‚SMSlinslot‘ von VR/Urban, CHB,
Medienfassaden Festival Europa 2010
Foto: Ruthe Zuntz



‚Mobile Dinner‘ von J. Bruckner, CHB,
Medienfassaden Festival Europa 2010
Foto: Ruthe Zuntz

Connected Cities

Das Berliner Medienfassaden Festival wurde auf einer europäischen Ebene unter dem Leitgedanken ‚Connected Cities‘ vom 27. August bis zum 12. September 2010 in sieben europäischen Großstädten fortgesetzt. Im Mittelpunkt des Festivals standen die Idee eines städte- und ländervernetzenden Austausches und die Initiierung eines interkulturellen Dialogs über das Medium der Urban Screens.

Public Art Lab kooperierte hierfür mit dem Ars Electronica Futurelab / Linz, iMAL / Brüssel, m-cult / Helsinki, FACT / Liverpool, Medialab-Prado / Madrid und Kitchen Budapest. Das Projekt wurde u.a. gefördert durch Mittel der Europäischen Kommission / Kultur 2007-13 Programm, der Deutschen Klassenlotterie Stiftung und der Berliner Landesinitiative Projekt Zukunft.

Joint Broadcasting Events

Die ‚Connected Cities‘-Infrastruktur ermöglichte den Künstlern und Mediendesignern, ihre Projekte in den öffentlichen Raum zu übertragen und einer breiten europäischen Öffentlichkeit in ‚Joint Broadcasting Events‘ mit medialer Reichweite zu präsentieren. Die digitalen Bewegtbildflächen wurden zu lokalen Bühnen unter Einbeziehung der Bevölkerung und öffneten sich als vernetzte Sichtfenster für gesellschaftliche und kulturelle Prozesse in Europa.

In Berlin startete das Festival am 28. August während der langen Nacht der Museen mit der Premiere von ‚Mobile Dinner‘, einem öffentlichen europäischen Festessen. Vor dem CHB war eine 50 m lange Tafel für 150 Gäste aufgebaut, die sich während des Essens über die Medienfassade des Gebäudes mit den live zugeschalteten Partnerstädten austauschen konnten. Den Dialog zwischen lokalen Szenen europaweit zu fördern war auch das Ziel von VR/Urban. Ihre ‚SMSlingshot‘ – eine speziell angefertigte digitale Steinschleuder – katapultierte individuelle Botschaften von Passanten zielgerichtet auf die Medienfassade einer anderen Festivalstadt. ‚LummoBlocks‘, eine Neue Medien Künstlergruppe aus Madrid, haben das Computerspiel ‚Tetris‘ für den urbanen adaptiert und die Festivalstädte Berlin und Madrid zum interaktiven Spiel über öffentliche Großbildschirme eingeladen. Das Projekt ‚Empathic State Building‘ nutzte EEG-Helme, um die Gehirnströme zweier Probanden zu messen und als fließende Muster auf prominente Gebäudefassaden zu projizieren. Die mentale Verbindung zwischen zwei Menschen fand so in der Weite des urbanen Raumes ihren visuellen Ausdruck.

Insgesamt waren mehr als 30 speziell entwickelte Screening-Projekte auf 15 digitalen Großbildschirmen zu sehen. Darunter imposante Medienwände wie die Leuchtfassade des Ars Electronica Centers in Linz, die LED-Fassade des Medialab-Prado-Gebäudes in Madrid, der 80 m hohe Berliner Nightscreen-Gasometer und der BBC-Screen in Liverpool. Neben den ‚Joint Broadcasting Events‘ wurde ein innovatives Public TV Format vorgestellt, das via Internet mehrere Locations auf Splitscreen-Fenstern gleichzeitig in den Dialog brachte.

Action Research

Das Medienfassaden-Festival Europa 2010 ist ein gemeinsames transnationales Action-Research-Projekt zwischen sieben europäischen Kulturinstitutionen. Um den komplexen Produktionsprozess zu ermöglichen, wurden eine Reihe von Kick-off-Meetings, Workshops, Live-Präsentationen, Round Tables, Testscreenings und Panel Diskussionen durchgeführt. Mit der Methodik des ‚Action Research‘, bestehend aus Planung, Intervention und Auswertung, waren alle Partner und relevanten Akteure von Anfang in einen kollaborativen Prozess miteinbezogen. Besonders wichtig waren die Testscreenings, die die Umsetzbarkeit der Künstlerprojekte im Hinblick auf die visuelle Bildsprache, Internet-Verbindung, Interaktivität mit mobilen Technologien, Video Encoding sowie die Auflösung und Technologieformate der verschiedenen Großbildschirme und Medienfassaden erprobten.

Kuratorisches Programm

Im Rahmen des Festivals wurden speziell entwickelte interaktive Screening-Projekte gezeigt, die die folgenden kuratorischen Themenschwerpunkte näher untersuchten:

- Connected Cities: Joint Broadcasting Projekte, die zeitgleich und interaktiv über Grenzen hinweg realisiert wurden
- Public Playing: Digitale Spiele, die als interaktiver Katalysator für das öffentliche Publikum konzipiert waren
- Urban Activism: Reclaim the Screens! (Erobert die Bildschirme zurück!) - ein aktivistischer Ansatz, um die Bildschirme für die urbane Gemeinschaft zu öffnen
- Human Screens: Prozesse, die im Menschen ablaufen, wurden visualisiert als Livestream auf die Medienfassaden übertragen
- Organic Cities: Public Data Projekte nutzten Informationsquellen aus der Umwelt und entwickeln daraus eine Echtzeit-Software für Übertragungen per Live Streaming

- European Dialogue: Projekte, die insbesondere den interkulturellen Austausch förderten und die lokalen Szenen über die Infrastruktur der Medienfassaden teilnehmender Städte vernetzten
- Citizens' Journalism: Research- und Partizipationsprojekte lokaler Szenen
- Recontextualize: eine gemeinsame Videoplattform auf einem zentralen Server für die Entwicklung lokaler Screening Programme

4. Fazit der Medienfassaden Festivals

Urban Screens haben das Potenzial, einen gesellschaftlichen Beitrag für eine demokratische Stadtgesellschaft zu leisten:

- Förderung der Öffentlichkeitsbildung durch Kritik, Diskussion und Reflektion der Gesellschaft
- Förderung der sozialen Interaktion und Verortung in der lokalen Nachbarschaft
- Interkultureller Austausch und Kooperation zwischen verschiedenen Städten und Ländern
- Wahrnehmung der technologischen Entwicklung als reflektierende, sinnliche Systemerfahrung
- Aktivierung zur bewussten Teilnahme an der Gestaltung des öffentlichen Raums
- Regeneration des öffentlichen Raums bei Stadtentwicklungsprojekten (Entwicklung von Kreativquartieren etc.)
- Entwicklung eines nachhaltigen Kommunikationsmediums für den öffentlichen Raum

Zu Public Art Lab

Public Art Lab wurde 2003 von der EU-Kulturmanagerin, Dipl. Designerin und Kuratorin Susa Pop, der Multimedia Produzentin und Kuratorin Ela Kagel und dem Künstler Hans J. Wiegner als Action-Research Plattform gegründet. Im Vordergrund steht die Entwicklung von interdisziplinären Projekten, die ein Aktions- und Forschungsfeld hervorbringen, das gesellschaftliche Strukturen analysiert (Research) und kreative Prozesse in einem erlebbaren Projektrahmen (Action) katalysiert und auswertet.

Es geht dabei um die Sichtbarmachung von gesellschaftlichen Prozessen im öffentlichen Raum unter Einbeziehung der Kommunikationsmöglichkeiten der digitalen Welten.

Die 'Medienfassaden Festivals 2008 und 2010' und die 'Mobilen Studios' (2006) gaben Einblicke, wie künstlerische Projekte diese Welten digital und real verbinden können. Bei den 'Medienfassaden Festivals' wurden Künstlerprojekte entwickelt, die Bewohner und Bewohnerinnen in einen kreativen Prozess involvierten, dessen Ergebnisse via Livestream auf den Screens gezeigt wurden. Die 'Mobilen Studios' haben als nomadisches multimediales Produktionslabor während ihrer Reise durch Osteuropa gesellschaftliche Strukturen und Organisationsformen wie unter einem Vergrößerungsglas beobachtet, analysiert und hervorgebracht. Sie gaben einer jungen und lebendigen Szene ein Forum, um mit neuen Ausstellungsformen und in Interaktion mit dem Publikum im urbanen Raum zu experimentieren.

Susa Pop führt regelmäßig Lehrveranstaltungen zu diesem Themenfeld an der FH Potsdam / Fachbereich Kulturarbeit und Universität Potsdam / Studiengang Europäische Medienwissenschaft durch.