

If you don't think this is art, call ...

A large white billboard measuring about 100 square meters is going to be mounted on the facade of the University of Art located on Linz's main square. The message printed on it in large letters will read: "If you don't think this is art, call 0800 1234567" Within seconds of a passer-by calling that number, a paintball will be shot at the billboard from a scaffold set up a short distance away. The ball splatters against the surface of the billboard leaving a brightly colored splotch. Then the caller hears a recorded message: "If you still don't think this is art, please call again!" Every caller (no matter where they're calling from) triggers a paintball shot fired by a cannon being aimed at random. Over the course of seven days, this will produce an image that is constantly changing and becoming increasingly colorful.

The paintball variant of the interactive billboard is one of several possibilities of utilizing a cell phone/billboard interface. Concepts now in the developmental phase for various advertising clients include projects in which parts of the billboard move, polls are conducted among callers, or giveaways are distributed via cell phone calls. Enabling passers-by to have a direct impact on a billboard adds an interactive element to classic outdoor advertising that involves viewers and customers in a way that is well-known in the field of interactive art: the "work" or the "piece of advertising" challenges viewers to act and thus makes possible an approach that is considerably more emotional than conventional strategies. The interactive billboard has been registered for a European patent by Raumschiff-Interactive GmbH.

Auf dem Linzer Hauptplatz wird an der Fassade der Kunst-Uni ein ca. 100 Quadratmeter großes, weißes Plakat angebracht. Auf diesem Plakat steht in großen Lettern der Satz „If you don't think this is art, call 0800 1234567“. Wenn ein Passant diese Nummer wählt, wird Sekunden später von einem Gerüst in einiger Entfernung vom Plakat eine Farbkugel abgeschossen, die auf der Plakatfläche zerplatzt und einen bunten Klecks hinterlässt. Dazu hört der Anrufer den Ansagetext „If you still don't think this is art, please call again!“ Jeder Anruf (von wo auch immer) löst einen solchen Farbschuss aus, wobei sich die Farbkugelkanone zufällig bewegt. So entsteht im Verlauf von sieben Tagen ein sich ständig veränderndes, immer bunter werdendes Bild.

Die Paintball-Variante des Interaktiven Plakates ist eine von mehreren Möglichkeiten, das Interface Handy-Großwerbefläche zu nutzen. In der Realisierungsphase für verschiedene Werbekunden befinden sich Projekte, in denen Teile der Werbefläche bewegt werden, Abstimmungen durch Anrufende veranstaltet werden oder Give-Aways per Call ausgeworfen werden. Die direkte Einflussnahme der Passanten auf Werbeflächen fügt der klassischen Außenwerbung ein interaktives Moment hinzu, das den Rezipienten bzw. Kunden auf eine aus der Interaktiven Kunst bekannten Art und Weise involviert: Das „Werk“ bzw. das „werbende Objekt“ fordert zum Handeln auf und ermöglicht so einen wesentlich emotionaleren Zugang als klassische Strategien. Das Interaktive Plakat wurde durch die Raumschiff-Interactive GmbH zum Europäischen Patent angemeldet.

Commissioned by Ars Electronica 2001.

