

WHITE PAPER ZUR KONFERENZ

DIGITALISIERUNG KUNST – MUSEEN – MARKT BLEIBT ALLES ANDERS?

Autorin: Ina Lockhart

„Mit dem Internet müssen wir umgehen wie mit einem lebenden System.“

Ein Zitat der Medienkunst-Pionierin Lynn Hershman Leeson, die neben zahlreichen anderen klugen Köpfen auf der diesjährigen Frankfurter Allgemeine Kunstkonferenz die Diskussion zum Thema „Digitalisierung – bleibt alles anders?“ mit ihrer ganz persönlichen Perspektive als Künstlerin bereicherte.

Ein Zitat, das aus Hershman Leasons Mund anders klingt als aus dem Mund eines Informatikers. Denn in ihren 42 Schaffensjahren hat die mittlerweile über 70-jährige Amerikanerin 12.000 Stunden oder eineinhalb Jahre an Filmmaterial kreiert. Sie weiß, was es bedeutet, ein 1995 entstandenes Werk in eine neue digitale Welt zu verpflanzen – wie unlängst mit „Civic Radar“ anlässlich der Hershman-Leeson-Retrospektive im Karlsruher ZKM Zentrum für Kunst und Medientechnologie geschehen.

Die Digitalisierung gibt nach Ansicht der Amerikanerin den Künstlern eine neue Art der Verantwortung: „Die Werke, die ich noch in meinem Atelier habe, bringe ich fortlaufend auf den neuesten technologischen Stand“, sagt sie und erwartet dasselbe von anderen Medienkünstlern. „Sonst wäre das so, als würde ich mir eine Brille aufsetzen, deren Gläser immer noch die alte Sehschärfe haben.“

Wenn Medienkunst veraltet

In der Praxis bedeutet das, die Hardware der vergangenen digitalen Zeit vorzuhalten, wie Andreas Beitin, derzeit noch Leiter des ZKM und ab 2016 Chef des Aachener Ludwig Forums, auf der Konferenz eindrucksvoll schilderte: „Medienkunst auf dem neuesten Stand zu halten ist eine Herausforderung. Im ZKM haben wir 700 Monitore der älteren Generation, um Videokunst aus dieser Zeit überhaupt zeigen zu können.“ Führende Museen wie das Pariser Centre Pompidou würden ältere Videokunst nach Karlsruhe schicken, um sie im ZKM digitalisieren zu lassen.

Hershman Leeson hat mit Werken wie ihrer Kunstfigur Roberta Breitmore Videogeschichte geschrieben, und ist zu einer wichtigen Stimme in der feministischen Diskussion geworden. Mit unvermindert wachem Blick greift sie gesellschaftliche Fragestellungen auf wie die ethisch-moralische Dimension der Genomforschung, die sie in der Installation „Infinity Engine“ (2014) thematisiert.

Eine Art von Kunst, die zunehmend auch in den etablierten Museen dieser Welt stattfinden sollte, wie Martin Roth, seit 2011 Direktor des Victoria and Albert Museum in London, in seinem Vortrag forderte: „Wir müssen weg von Dauerausstellungen.“ Mit dem geplanten Neubau von V&A East will er einen Standort schaffen, mit dem „wir Aktuelles von der Straße ins Museum bringen“.

Die Relevanz von Museen

Der ehemalige Direktor der Dresdner Kunstsammlungen hat dabei keine Scheu, mit seinen Kritikern über die Relevanz einer Ausstellung zu diskutieren. Beispielsweise über eine Art von Relevanz, die vermeintlich banale Alltagsobjekte durch die digitale Revolution erlangen. So wie im Fall der Festplatte, die die britische Tageszeitung „Guardian“ im Verlauf der Snowden-Enthüllungen nach langem Ringen mit der Regierung zerstören musste und die im Victoria and Albert Museum ausgestellt wurde. „Es gab eine lange Schlange von Menschen, die diese Festplatte sehen wollte“, erzählt Roth mit Erstaunen.

Zu Roths Verständnis von Relevanz gehört auch die Zugänglichkeit der Sammlungsobjekte, von denen derzeit nur 20 Prozent gezeigt würden: „Ich möchte dahin kommen, dass unsere Sammlung mit 2,5 Millionen Objekten binnen Minuten für die Öffentlichkeit vollkommen zugänglich ist.“ Ein Ziel, das Roth mit einem dritten Standort in London und mit einem intelligenten Einsatz digitaler Archivierungs- und Logistiksysteme erreichen möchte.

Roths Streben erinnert an Alfred Barr. An den Mann, der als erster Direktor an der Spitze des damals neu gegründeten Museum of Modern Art (MoMA) in New York stand. Er war der Überzeugung, dass die Künstler die Richtung vorgaben und die Museen ihnen dann folgten. Ein Museum sollte „zeigen, wie die Moderne Kunst eine immer wichtigere Rolle im täglichen Leben der Menschen spielt“, beschreibt Wendy Woon den Gründungsgedanken des Museums, für das sie seit 2006 das Bildungs- und Vermittlungsprogramm betreut und weiterentwickelt. Für sie und das MoMA ist die Herausforderung, die Angebote und die Erfahrungen, die es im Museum gibt und gemacht werden, im Netz zu teilen.

Das Kunstwerk als Katalysator

Aus ihrer 30-jährigen Erfahrung mit musealen Bildungsprogrammen weiß sie, dass ein Kunstwerk nicht das Endprodukt, sondern der Katalysator ihrer Arbeit ist: „Den digitalen Zugang zu schaffen zu Kunstwerken gibt den Menschen den Impuls, sich Kunst in einer größeren Gruppe oder in einem größeren Kontext anzuschauen. Unsere Erfahrung am MoMA hat gezeigt, dass gerade die Internetgeneration Gefallen an der persönlichen Auseinandersetzung findet.“ Und dafür ins Museum kommt, um mehr als nur ein paar Sekunden das Kunstwerk anzuschauen, wie es der durchschnittliche MoMA-Besucher laut Woon normalerweise tut.

F.A.Z.-Herausgeber Jürgen Kaube spricht hier von einer guten Nutzung des Internets. Eine Nutzung, die nicht von den Kunstwerken weg-, sondern vielmehr hinführt. In seiner Eröffnungsrede zur Konferenz erinnert er an den französischen Lyriker Paul Valéry (1871-1945) und dessen anfängliche Abneigung gegen Kunst in Museen. „Es stellt sich einem andauernd Kunst in den Weg“, schreibt er Anfang 1920. Die Bilder konkurrierten um die Aufmerksamkeit des Museumsbesuchers. „Man würde doch auch nie zehn Orchestern gleichzeitig zuhören.“

Museen bereiten dem Lyriker ein Problem der Fokussierung. Die spätere Verbreitung von Radio und Film führen dazu, dass sich Valéry's Einstellung ändert. Dank der neuen Technologien – damals Radio und Film, heute das Internet – ist Kunst nicht mehr nur von sich aus da, sondern wird zu einer Quelle, die Menschen mit ihren Apparaten anzapfen können. Geräte, die ihnen dabei helfen, ihre Aufmerksamkeit zu fokussieren. Aus der Konkurrenz um Aufmerksamkeit, wie Valéry sie beschrieben hat, kann so eine Ausschließlichkeitswahrnehmung werden, wenn wir uns ein einziges Bild im Internet anschauen.

Demokratisierung von Kunst

Aber nicht nur die neue Wahrnehmungswelt der Menschen stößt den digitalen Verwandlungsprozess der Museen an. Ein weiterer wesentlicher Treiber ist die Konkurrenz aus dem kunstfremden Raum: Unternehmen wie etwa der Suchmaschinenbetreiber Google, die ihr digitales Wissen dazu nutzen, Kunst zu demokratisieren. Mit einem schlagkräftigen Konzern im Hintergrund werden Projekte wie das vor vier Jahren gegründete Google Cultural Institute erst möglich. Die nicht auf Gewinn ausgerichtete Institution sucht die Partnerschaft mit Museen, indem sie ihnen die technischen Möglichkeiten für eine Digitalisierung ihrer Sammlungen im Tausch für das virtuelle Abbild ihrer Kulturschätze bietet. Googles Ziele sind dabei dieselben wie Roths: relevant sein und Kulturgut öffentlich zugänglich machen.

Mit „le Lab“ in Paris hat das Google Cultural Institute einen Ort geschaffen, wo sich Kreative, Bildungsvermittler, Künstler, Kuratoren mit den Google-Techies treffen und austauschen können. Als eines der neueren Projekte stellt Lab-Leiter Laurent Gaveau vor, wie die Digitalisierung von Marc Chagalls Deckengemälde in der Opéra de Paris unseren Blick verändert. Wir sehen in den hochauflösenden Aufnahmen, die von einem eigens für diese Mission konstruierten Roboter gemacht wurden, plötzlich Details, die wir bislang nicht entdeckt haben. Ein Blick, der selbst für Chagalls Sohn zur Offenbarung wird: Er erkennt erstmals, dass sein Vater ihn als Baby zusammen mit seinen Eltern in dem Gemälde verewigt hat. Eine Wahrnehmung von Kunst, die uns ohne digitale Hilfsmittel nur möglich wäre, wenn wir mit unserem Gesicht extrem dicht an das Bild herangehen würden. Und selbst dann wäre unsere Erfahrung nicht dieselbe.

Google: Konkurrent oder Helfer?

Googles Präsenz in der Kunstwelt ist vielseitig: Sei es durch die Kooperation mit namhaften Institutionen wie dem British Museum, die den Besucher der Website auf eine selbstgewählte, virtuelle Zeitreise schickt mit einzelnen Artefakten als Ankerpunkte zum Anklicken. Oder durch Residency-Programme für Künstler, die diese in ihrem Schaffen vernetzen – innerhalb der Kunstwelt, aber auch in der Google-Welt. Oder durch so einfache Produkte wie Google Cardboard, mit dem Schüler in ihrem Klassenraum auf Expedition oder Weltreise gehen können. Einfach das Smartphone in der Kartonbox platzieren, das gewünschte Programm wählen und die Box auf den Kopf ziehen. Und auf geht's!

Ein gewinnorientiertes Geschäftsmodell verfolgt Google mit seinem Art Institute noch nicht. Doch steckt der US-Konzern damit sein Territorium in der digitalen Nutzung von Kulturschätzen ab. Ein Territorium, das auch öffentliche Institutionen wie die Stiftung Preußischer Kulturbesitz (SPK) für sich beanspruchen. Deren Präsident, Prof. Dr. Hermann Parzinger, zeigte eindrucksvoll, durch welche Portale die SPK für jedermann über das Internet freien Zugang zum kulturellen und wissenschaftlichen Erbe Deutschlands eröffnen möchte. Zu einem Schatz von Millionen von Büchern, Archivalien, Bildern, Skulpturen, Musikstücken und anderen Tondokumenten, Filmen und Noten. Beispielsweise hat die 2012 gestartete Deutsche Digitale Bibliothek zum Ziel, die digitalen Angebote aller deutschen Kultur- und Wissenschaftseinrichtungen miteinander zu vernetzen.

Digitales Geschäftsmodell für Kultureinrichtungen

Gerade mit der Bildagentur bpK, die eine professionelle Bereitstellung von Bildern im Netz bietet, will Parzinger ein neues Geschäftsmodell für Kultureinrichtungen schaffen: „Wir wollen über unser Contentangebot die Erlöse professionalisieren und die Kultureinrichtungen an diesen Erlösen beteiligen.“ Die 2015 verabschiedete Neufassung des Informationsweiterwendungsgesetzes (IWG) erleichtert dieses Vorhaben, weil es keiner gesonderten Genehmigung für die kommerzielle Nutzung solcher Daten mehr bedarf.

Zentrales Thema auf der Konferenz war, wie wir Kulturschätze digital heben können. Dabei wurde in einer Diskussion kurz ein Kulturschatz angesprochen, der in der digitalen Diskussion bislang unentdeckt ist: der Austausch zwischen Künstler und Galerist per E-Mail oder Whatsapp. Der Austausch, der früher als Briefwechsel bezeichnet wurde und der uns im Rückblick hilft, künstlerisches Schaffen einzuordnen und ihm dadurch einen bestimmten Kontext zu geben.

Ein verlorener Schatz

Die Antwort auf die Frage, ob dieser bereits digital verfügbare Austausch archiviert werde, war ernüchternd und alarmierend zugleich: „Die Archive rechnen mit einem Datenverlust von 25 Jahren“, sagte Günter Herzog, wissenschaftlicher Leiter des Zentralarchivs des Internationalen Kunsthandels (ZADIK). „In diesem Punkt hat unser Lernen mit der digitalen Revolution nicht mitgehalten.“ Das ZADIK habe jetzt die erste Anfrage erhalten, E-Mails archivieren zu lassen. Eher die Ausnahme, die Mehrheit der Künstler und Galeristen hätten das Thema nicht auf ihrer Agenda.

Bleibt zu hoffen, dass es noch nicht zu spät ist und Lynn Hershman Leeson recht behält, wenn sie sagt: „Im Internet verschwindet nichts. Es stellt uns eher vor eine archäologische Herausforderung: Du findest alles. Du musst nur das, was du suchst, wieder ausgraben.“

Sprecher der Konferenz (in alphabetischer Reihenfolge):

Dr. Andreas Beitin, *Leiter ZKM | Museum für Neue Kunst, Karlsruhe*

David Claerbout, *Künstler, Antwerpen, Berlin*

Inka Drögemüller, *Head of International Relations, Städel Museum, Frankfurt*

Johannes Franzen, *Künstler, Frankfurt am Main*

Prof. Dr. Stephan Frucht, *Leiter Kultur- u. Sponsoringprogramme, Künstlerischer Leiter Siemens Arts Program, Siemens AG, Berlin*

Laurent Gaveau, *Head of the Lab, Google Cultural Institute, Paris*

Martin Hegel, *Leiter Kommunikationsdesign, Museum Angewandte Kunst, Frankfurt am Main*

Lynn Hershman Leeson, *Künstlerin, San Francisco, New York*

Prof. Dr. Günter Herzog, *Wissenschaftlicher Leiter, Zentralarchiv des internationalen Kunsthandels e. V. (ZADIK), Köln*

Jürgen Kaube, *Herausgeber, Frankfurter Allgemeine Zeitung*

Joël Kremer, *The Kremer Collection, Niederlande, Berlin*

Kai Kuklinski, *Global CEO AXA ART, AXA ART Versicherung AG, Köln*

Alexander Levy, *Galerie Alexander Levy, Berlin*

Prof. Dr. Dr. hc. mult. Hermann Parzinger, *Präsident, Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Berlin*

Boris Pofalla, *Kunstkritiker, Berlin*

Nina Quabeck, *Restaurierung, Stiftung Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf*

Tim Renner, *Staatssekretär für Kulturelle Angelegenheiten in Berlin*

Prof. Dr. Martin Roth, *Director, Victoria and Albert Museum, London*

Marc Tamschick, *Tamschick Media + Space, Berlin*

C. Sylvia Weber, *Geschäftsbereichsleiterin Kunst der Würth-Gruppe, Direktorin Sammlung Würth*

Ivo Wessel, *Sammler, iCodeCompany, Berlin*

Wendy Woon, *The Edward John Noble Foundation Deputy Director for Education, MoMA, New York*

Das gesamte Konferenzprogramm ist im Internet abrufbar unter:

www.faz-forum.com/kunst2015

Über das Frankfurter Allgemeine Forum:

Das Frankfurter Allgemeine Forum führt Veranstaltungen zu Fragen und Herausforderungen unserer Zeit nah am Kern der F.A.Z. durch. Die Veranstaltungen basieren auf dem qualitativen Anspruch sowie dem Themenspektrum der F.A.Z. und konzentrieren sich auf die Bereiche Politik, Wirtschaft und Finanzen, IT und Industrie sowie Kunst, Kultur und Gesellschaft.

Kontakt:

Frankfurter Allgemeine Forum

Forum Executive GmbH

Hellerhofstr. 2-4

60327 Frankfurt am Main

Ulrike Berendson

Managing Director

Tel: +49 69 75 91-26 17

www.faz-forum.com