

Ludwig-Maximilians-Universität München  
Department Kunstwissenschaften  
Institut für Kunstpädagogik  
Studiengang Kunst und Multimedia



---

# Das Kunstwerk im Zeitalter seiner ständigen Recherchierbarkeit

## Der Einfluss omnipräsenter Information auf Kunstrezeption und Ausstellungskonzeption

---

Wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades  
Bachelor of Arts

3. Auflage 31. August 2012

# Das Kunstwerk im Zeitalter seiner ständigen Recherchierbarkeit

## Der Einfluss omnipräsenter Information auf Kunstrezeption und Ausstellungskonzeption

---

1. Auflage: Abgabe 20. Juni 2012
2. Auflage: Disputation 13. Juli 2012
3. Auflage: aktualisiertes Layout und Fazit

Vorgelegt von:  
Marianne Gøgsig Larsen  
Matrikelnummer: 10084666  
Steinstraße 73  
81667 München  
mail@mariannelarsen.com  
marianne.larsen@campus.lmu.de

Gutachter:  
Daniel Botz  
Institut für Kunstpädagogik  
Leopoldstraße 13  
80802 München  
daniel.botz@lmu.de

# Danke

# Inhalt

---

*Ich möchte mich herzlich bei den Experten bedanken, die sich für Interviews zur Verfügung gestellt haben und so diese Arbeit möglich gemacht haben.*

*Patrizia Dander*

*Susanne Touw*

*Dr. Christian Gries*

*Prof. Heinrich Hußmann*

*Julian Koschwitz*

*Ebbe Stub Wittrup*

<b>Einleitung</b>	<b>6</b>
<b>1. Was ist Kunst im 20. Jahrhundert?</b>	
<b>Ausgewählte ästhetische Theorien</b>	<b>7</b>
1.1 Reproduktion und Aura - Walter Benjamin	7
1.2 Rätselhaftigkeit - Theodor W. Adorno	8
1.3 Abhängigkeit von Zeit und Betrachter - Nelson Goodman	9
1.4 «Aboutness» - Arthur C. Danto	10
<b>2. Wie wird Kunst im 20. Jahrhundert gezeigt?</b>	
<b>Aktueller Stand der Ausstellungskonzeption</b>	<b>11</b>
2.1 Die Entwicklung hin zum «White Cube»	11
2.2 Die Nutzung des White Cubes	16
2.3 Raus aus dem White Cube	18
<b>3. Das Phänomen der omnipräsenten Information</b>	<b>20</b>
3.1 Der aktuelle Stand der technischen Entwicklung	20
3.2 Gesellschaftliche Veränderungen bisher	22
3.3 Bisheriger Einfluss dieser Veränderungen auf die Kunstwelt	24
3.4 Zukünftige Techniken und notwendige Anpassungen der Kunstwelt	25
<b>4. Mögliche Fragen durch omnipräsente Information</b>	<b>28</b>
4.1 An das Wesen der Kunst und Erlebnis des Betrachters	28
4.2 An die Ausstellungskonzeption	29
<b>5. Die Antworten der Experten</b>	<b>30</b>
5.1 Zum Wesen der Kunst und Erlebnis des Betrachters	32
5.2 Zur Ausstellungskonzeption	40
<b>Fazit</b>	<b>48</b>
<b>Anhang 1: Fragebogen für Experteninterviews</b>	<b>50</b>
<b>Anhang 2: Interview zur technischen Entwicklung</b>	<b>52</b>
<b>Abbildungsnachweis</b>	<b>55</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>56</b>

# Einleitung

Walter Benjamins berühmter Essay *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* entstand zu einer Zeit, als neue technische Entwicklungen wie der Film die Kunst beeinflussten. Dadurch, dass Reproduktionen nun möglich waren, entstanden neue Arten von Kunst und neue Wege Kunst zu zeigen.

Heute steht die Kunst wieder vor der Herausforderung, dass technische Entwicklungen die Welt um sie herum verändern. Mobilgeräte haben das Internet überall und jederzeit verfügbar gemacht, mit einer Geschwindigkeit die sofortigen Medienkonsum erlaubt. Das Web 2.0 hat Kommunikation vereinfacht und den Benutzer bereits an neue Verhaltensweisen wie Personalisierung, Kommentierung und Empfehlung gewöhnt. Jetzt ist Information immer präsent und wird vom Benutzer sogar erwartet.

Durch diese Veränderungen stellt sich nun die Frage, ob sich auch das Wesen der Kunst und die Art wie sie ausgestellt wird anpassen müssen. Um diese Frage zu ergründen, gibt diese Arbeit zuerst einen kurzen Überblick über die ästhetischen Theorien des 20. Jahrhunderts, die bisherige Entwicklung der Ausstellungskonzeption und die aktuelle tech-

nologische Entwicklung. Anschließend diskutiert sie mögliche Auswirkungen auf Kunsttheorie und Ausstellungskonzeption mit Experten. Durch diese Interviews wird versucht zu beantworten ob die bislang gültigen Theorien auch in Zukunft gültig bleiben und wie sich Künstler und Museen der Entwicklung anpassen sollten.

# 1. Was ist Kunst im 20. Jahrhundert? Ausgewählte ästhetische Theorien

Bevor die Auswirkung von omnipräsenter Information auf den Kunstbegriff untersucht werden kann, muss zuerst definiert werden, was diese Arbeit unter dem Begriff Kunst versteht.

## 1.1 Reproduktion und Aura Walter Benjamin

Walter Benjamin beschäftigte sich als erster mit dem Einfluss moderner Techniken auf die Kunst. Als digitale Techniken begannen Kunst zu beeinflussen wurde der Text wieder aktuell. Deswegen soll seine Theorie, wie schon durch den Titel der Arbeit angedeutet, Ausgangspunkt dieser Analyse sein. Für Walter Benjamin zeichnete sich Kunst vor dem 20. Jahrhundert durch ihre Aura aus. Diese Aura entstand ursprünglich dadurch, dass Kunst als Teil eines Rituals gezeigt wurde, z.B. in der Kirche zu bestimmten Zeitpunkten im Jahr:

*“Die Einzigkeit des Kunstwerks ist identisch mit seinem Eingebettetsein in den Zusammenhang der Tradition<sup>1</sup> [...] Der einzigartige Wert des »echten« Kunstwerks hat seine Fundierung im Ritual, in dem es seinen originären und ersten Gebrauchswert hatte”<sup>2</sup>*

Das Kunstwerk ist in Echtzeit zu erleben, und kann nur an diesem Ort und zu dieser Zeit vom Betrachter erfahren

werden. Indem es sich nicht nach dem Betrachter richtet, sondern verlangt, dass er sich voll nach ihm richtet, ist das auratische Kunstwerk zutiefst asozial.<sup>3</sup> Als unwiederholbares Einzelstück, kann es nicht mit Kamera oder Videoaufnahmegerät festgehalten werden, denn jeder Reproduktion fehlt diese Aura des Originals.<sup>4</sup>

Plötzlich gab es nun aber durch diese neuen Techniken viele Reproduktionen eines bestimmten Kunstwerks, die an vielen verschiedenen Orten zugänglich waren, was eine neue Art der Kunsterfahrung möglich machte. Da Kunst nun an jedem Ort und zu jeder Zeit zur Verfügung stand, wandelte sich auch die ehrfürchtige Haltung des Betrachters in eine kritische, begutachtende Position.<sup>5</sup> Der technische Fortschritt veränderte langfristig nicht nur die Haltung des Betrachters, sondern auch seine Erwartungen an das Kunstwerk, denn Kunst und die Sinneswahrnehmungen der Menschen stehen in einem wechselseitigen Dialog.

Die Kunst forciert kommende Entwicklungen indem sie “[...] auf Effekte hindrängt, die sich zwanglos erst bei einem veränderten technischen Standard, d.h. in einer neuen Kunstform ergeben können.”<sup>6</sup>

So experimentierten zum Beispiel Fotokünstler bereits vor der Erfindung des

<sup>1</sup> Benjamin, S. 17

<sup>2</sup> Benjamin, S. 18

<sup>3</sup> vgl. Hauskeller, S. 72

<sup>4</sup> vgl. Hauskeller, S. 70

<sup>5</sup> vgl. Hauskeller, S. 72

<sup>6</sup> Benjamin, S. 41

Films mit der Illusion von Bewegung durch schnelles Wechseln von Bildern. Gleichzeitig verändert sich die Art der menschlichen Sinneswahrnehmung langfristig, und sobald sich der Mensch an ein neues Medium gewöhnt hat, wird er es erwarten und fordern.<sup>7</sup>

Zusammenfassend lassen sich zwei Punkte von Walter Benjamins Theorie festhalten, die wichtig sind, um im weiteren Verlauf dieser Arbeit den Einfluss der aktuellen technischen Entwicklung auf die Kunst diskutieren zu können: Die Aura eines Kunstwerks entsteht durch dessen Einzigartigkeit und durch den Anspruch auf die totale Aufmerksamkeit des Betrachters. Wird das Kunstwerk reproduziert und beginnt es sich nach dem Betrachter zu richten, verschwindet die Aura.

Außerdem wird Kunst immer beeinflusst von den aktuellen technischen Möglichkeiten und den daraus entstehenden Erwartungen des Betrachters. Gleichzeitig arbeitet sie selbst daran mit dieser Entwicklung voranzutreiben.

## 1.2 Rätselhaftigkeit

### Theodor W. Adorno

Nach dem zweiten Weltkrieg hat der deutsche Philosoph Theodor W. Adorno eine Theorie entwickelt, um zu erklären was Kunst ist und was Kunst sein muss.

Beeinflusst vom Krieg war Adornos Weltbild sehr negativ und seiner Meinung nach war es die Aufgabe der Kunst nicht einen hübschen Stil zu entwickeln sondern diese negative Seite des Lebens zu zeigen und Ausdruck des Leidens zu sein:

*“Die großen Künstler waren niemals jene, die Stil am bruchlosesten und vollkommensten verkörperten, sondern jene,*

*die den Stil als Härte gegen den chaotischen Ausdruck von Leiden, als negative Wahrheit, in ihr Werk aufnahmen”*<sup>8</sup>

*“Insofern ist der Anspruch der Kunst stets auch Ideologie. Auf keine andere Weise jedoch als in jener Auseinandersetzung mit der Tradition, die im Stil sich niederschlägt, findet Kunst Ausdruck für das Leiden.”*<sup>9</sup>

In der Kunst geht es darum Chaos in die Ordnung zu bringen, um zu zeigen, dass die Ordnung in Wahrheit eigentlich chaotisch ist.<sup>10</sup>

In ihrer Grausamkeit und in ihrem Chaos soll die Kunst auch nicht die Welt erklären, sondern bewusst unverständlich bleiben, das ist der Adel der Kunst. Je tiefer der Betrachter sich mit einem Kunstwerk beschäftigt, desto rätselhafter wird es, selbst wenn es am Anfang eine Lösung zu versprechen scheint.<sup>11</sup>

Adorno kritisiert das Bemühen der Kulturindustrie, Kunst zu kommerzialisieren und zu einem unbeschwertem Genuss zu machen. Der Wert der Kunst geht verloren, wenn man sich einfach nur unterhalten lässt und seine Unzufriedenheit mit den gesellschaftlichen Verhältnissen vergisst - man wird zum Banausen. Indem die Kulturindustrie alles einordnet und in Kontext zu bereits Bestehendem stellt, macht sie wirklich neue Werke unmöglich.

*“Der Neugierige wird heute zum Nihilisten. Alles, was nicht wiedererkannt, subsumiert, verifiziert wird und was er nicht dinghaft sich selber zueignen kann, verwirft er als Blödsinn, Ideologie, schlecht subjektiv. Was er aber schon kennt und was identifiziert ist, wird ihm gerade dadurch wertlos, bloße Wiederholung, vergeudete Zeit, vergeudetes Geld.”*<sup>12</sup>

Adornos Position besteht also darin, dass die Kunst nach Chaos und Rätselhaftigkeit strebt. Dabei befindet sie sich

<sup>7</sup> vgl. Benjamin, S. 15

<sup>8</sup> Adorno, S. 151

<sup>9</sup> Adorno, S. 152

<sup>10</sup> vgl. Hauskeller, S. 83

<sup>11</sup> vgl. Hauskeller, S. 85

<sup>12</sup> Adorno, S. 323

in einem ununterbrochenen Abwehrkampf gegen die Vereinfachung durch die Kulturindustrie.<sup>13</sup>

Der Wert der Kunst liegt für ihn letztendlich nicht im Versprechen einer Lösung sondern im Wunder der Suche, im Kampf um Bedeutung und Sinn, im persönlichen Nachdenken.

## 1.3 Abhängigkeit von Zeit und Betrachter - Nelson Goodman

Der amerikanische Philosoph Nelson Goodman ist der Meinung, dass Kunst nicht per Definition immer Kunst ist, sondern dass die Kunst vielmehr durch den Betrachter beeinflusst wird. Über Kunst zu reden ist Goodman zufolge wie der Versuch über die Temperatur zu reden, wenn jeder ein Thermometer mit einer anderen Skala hat.

*“Saying what a picture exemplifies is like measuring with no set tolerances”*<sup>14</sup>

Je genauer man versucht zu werden, desto mehr Missverständnisse gibt es.<sup>15</sup> Die Kunst ist ebenfalls abhängig von solchen Skalen, nämlich den menschlichen Erfahrungen und dem Zeitpunkt. Goodman verwendet dabei den Begriff Symbol für eine Metapher die ein Betrachter interpretieren muss - darunter fällt auch ein Kunstwerk.

*“Moreover, what we read from and learn through a symbol varies with what we bring to it. Not only do we discover the world through our symbols but we understand and reappraise our symbols progressively in the light of our growing experience.”*<sup>16</sup>

Durch das Wissen und die Erfahrungen die jeder Mensch mit sich trägt, entsteht ein Wahrnehmungsprozess. Je mehr der Betrachter über ein Thema weiß, desto mehr kann eine Vertiefung der Kunstwerks stattfinden, desto besser kann er die einzelnen Aspekte verstehen und

in Dialog mit dem Kunstwerk treten.<sup>17</sup>

Dieser Prozess setzt nicht nur viel Wissen sondern auch viel Zeit voraus, denn er ist langsam und mühsam.

*“Much of our experience and many of our skills are brought to bear and may be transformed by the encounter. The aesthetic attitude is restless, searching, testing - is less attitude than action: creation and re-creation”*<sup>18</sup>

Die Kunst muss also entdeckt werden und untersucht werden. Man kann nicht als Betrachter passiv vor dem Kunstwerk stehen und es auf sich wirken lassen. Die Kunst muss gelöst werden und erst dadurch kann der Betrachter sie abhängig von seinem Hintergrundwissen und Interesse verstehen.

Einen genauso großen Einfluss hat der aktuelle Zeitpunkt. Was früher Kunst war, kann plötzlich heute keine Kunst sein, obwohl das Werk an sich unverändert ist.

*“I have held, on the contrary, that we have to read the painting as well as the poem, and that aesthetic experience is dynamic rather than static.”*<sup>19</sup>

Nach Goodman ist der Begriff Kunst sehr wechselhaft und dynamisch, und hängt immer davon ab was aktuell darunter verstanden wird. Die Bedeutung eines Kunstwerks kann mit der Zeit verblassen und ohne diese Bedeutungen verliert das Werk seine Relevanz und ist nicht mehr Kunst. Da Kunst kein statisches Erlebnis ist, ist die große Frage nicht was Kunst ist, sondern wann Kunst ist. Die Kunst ist nur Kunst wenn sie eine neue Erkenntnis oder Perspektive hervorrufen kann bei den Betrachtern.<sup>20</sup>

<sup>13</sup> vgl. Hauskeller, S. 85

<sup>14</sup> Goodman, S. 235

<sup>15</sup> vgl. Goodman, S. 234-235

<sup>16</sup> Goodman, S. 260

<sup>17</sup> vgl. Hauskeller, S. 90

<sup>18</sup> Goodman, S. 241

<sup>19</sup> Goodman, S. 241

<sup>20</sup> vgl. Hauskeller, S. 92

#### 1.4 "Aboutness" - Arthur C. Danto

Nachdem Andy Warhol mit seinen "Brillo Boxes" einfache, unveränderte Alltagsgegenstände zur Kunst gemacht hat, hat sich Arthur C. Danto damit beschäftigt, wie dies den Kunstbegriff verändert hat. In dieser Periode war nun alles möglich und alles konnte Kunst sein. Aber nicht alles war Kunst, was damals zu hitzigen Diskussionen führte.<sup>21</sup>

*"There was a certain sense of unfairness felt at the time when Warhol piled the Stable Gallery full of his Brillo boxes; for the commonplace Brillo container was actually designed by an artist, an Abstract Expressionist driven by need into commercial art; and the question was why Warhol's boxes should have been worth \$200 when that man's products were not worth a dime."*<sup>22</sup>

Der Unterschied zwischen einem Alltagsgegenstand und einem Kunstwerk war nicht mehr materiell. Für Danto lag er statt dessen nun in der "aboutness". Um einen Gegenstand zu einem Kunstwerk zu machen, muss der Künstler erklären können, "worüber" dieser Gegenstand ist. Denn im Gegensatz zu gewöhnlichen Gegenständen ist Kunst immer 'über etwas'.<sup>23</sup>

Ein gewöhnlicher Gegenstand kann nur zu einem Kunstwerk werden, wenn die Aussage tiefer ist als nur der Gegenstand selbst und das Material aus dem er gemacht ist.<sup>24</sup>

Erst wenn der Betrachter den Gegenstand interpretieren kann, wenn seine Wahrnehmung verändert wird, erst dann wird dieser Gegenstand zu Kunst.<sup>25</sup>

Während ein gewöhnlicher Gegenstand keinen Bezug hat, kann das Kunstwerk erklären wie wir Menschen sind, wie unsere Gesellschaft ist und warum wir

uns so verhalten wie wir es tun.<sup>26</sup>

*"As a work of art, the Brillo Box does more than insist that it is a brillo box under surprising metaphoric attributes. It does what works of art have always done - externalizing a way of viewing the world, expressing the interior of a cultural period, offering itself as a mirror to catch the conscience of our kings."*<sup>27</sup>

Aus Kartons für Topfreiniger wird nun ein Symbol für die ganze Gesellschaft.<sup>28</sup>

Für Danto hängt also die künstlerische Identität des Kunstwerks nun alleine von seiner Aussage ab. Daher ist es wichtig, dass der Betrachter den Kontext des Werks kennt. Nur wenn er vertraut ist mit dem Kontext, kann er die notwendigen Schlüsse über die Gesellschaft ziehen um die Metaphern und das Werk zu verstehen.<sup>28</sup>

<sup>21</sup> vgl. Hauskeller, Seite 100

<sup>22</sup> Danto, Seite 44

<sup>23</sup> vgl. Hauskeller, Seite 100

<sup>24</sup> vgl. Hauskeller, Seite 103

<sup>25</sup> vgl. Hauskeller, Seite 101

<sup>26</sup> vgl. Hauskeller, Seite 100

<sup>27</sup> Danto, Seite 208

<sup>28</sup> vgl. Hauskeller, Seite 103

## 2. Wie wird Kunst im 20. Jahrhundert gezeigt? Aktueller Stand der Ausstellungskonzeption

### 2.1 Die Entwicklung hin zum „White Cube“

Die Ausstellungskonzeption hat sich aus dem Bedürfnis, Kunst öffentlich zu zeigen, entwickelt. Brian O'Doherty zeigt in seinem bekannten Essay *Inside the White Cube*, der 1976 in der Zeitung ArtForum erschien, wie sich aus vielen aufgehängten Bildern ein kontextueller Ausstellungsraum entwickelt hat.

Kunst war anfangs oft direkt auf Wände und Decken gemalt, wie zum Beispiel die Fresken die man aus Schlössern oder Kirchen kennt. Bei diesen Beispielen zeigt sich der ursprüngliche rituelle und ortsgebundene Wert der Kunst, den Walter Benjamin erläutert hat, am deutlichsten.

Später wurden daraus gerahmte Bilder, die transportiert und an verschiedenen Orten gezeigt werden konnten.

*"There is a peculiar relationship between a mural - painted directly on the wall - and a picture that hangs on a wall; a painted wall is replaced by a piece of portable wall."*<sup>29</sup>

Da jedes Bild weiterhin ein Einzelstück war, blieb die Aura auch durch den Transport erhalten, auch wenn die Verbindung zum rituellen Ort nicht mehr vorhanden war. Malereien im 19. Jahrhundert waren üblicherweise in kleinen Formaten gemalt, und von wuchtigen

Rahmen umgeben. Perspektive war ein wichtiges Werkzeug des Künstlers und Bilder versuchten den Eindruck zu erzeugen, ein Fenster aus dem eigentlichen Raum in die göttliche oder traumhafte Welt draußen zu sein. Ihre Detailfülle ließ sich oft nur aus der Nähe angemessen bewundern.

*"That each picture was seen as a self-contained entity, totally isolated from its slum-close neighbor by a heavy frame around and a complete perspective system within. Space was discontinuous and categorizable, just as the houses in which these pictures hung had different rooms for different functions. The 19th-century mind was taxonomic, and the 19th-century eye recognized hierarchies of genre and the authority of the frame"*<sup>30</sup>

Da Bilder also nur einzeln und aus der Nähe wahrgenommen wurden, und die Betrachter sich in die Perspektive des einzelnen Bildes vertieften, wurden sie direkt nebeneinander aufgehängt. Jeder freie Zentimeter Wand wurde genutzt, vom Boden bis zur Decke. Bilder, die weiter oben hingen, wurden sogar geneigt um den Betrachter von unten noch einen Blick zu ermöglichen.



Abb. 1  
Ausstellung im Somerset House in London, 1808

Erst als die Malerei sich weg von der Perspektive entwickelte und nicht mehr versuchte ein Fenster zu sein, änderte sich dies. Maler wie Courbet oder Caspar David Friedrich malten "flachere" Motive, die oft von einem Horizont geteilt wurden. Statt wie ein perspektivisches Fenster ließen sich diese Bilder auch als grafisch komponierte Muster lesen.<sup>31</sup>

Damit wurde die Autorität des Rahmens gebrochen, und der Betrachter nahm das Umfeld des Bildes gleichzeitig mit dem Bild wahr.

*„Once you know that a patch of landscape represents a decision to exclude everything around it, you are faintly aware of the space outside the picture. The frame becomes a parenthesis. The separation of paintings along the wall, through a kind of magnetic repulsion, becomes inevitable.“<sup>32</sup>*

Anstatt eng zusammen gehängt zu werden, verteilten sich Bilder nun großzügig über die Wand, wie sie es noch heute tun.

Die endgültige Entwicklung zum White Cube geschah 1938 auf der International Exhibition of Surrealism at the Galerie Beaux-Arts. Die Bilder der Surrealisten hingen großzügig verteilt an den Wänden, aber Marcel Duchamp revolutionierte den Weg wie man eine Ausstellung inszenieren konnte indem er für sein Werk 1200 Bags of Coal nur Fußboden und Decke benutzte.<sup>33</sup> Duchamp hatte es geschafft den traditionellen Ausstellungsraum auf den Kopf zu stellen<sup>34</sup> und eine Gruppenausstellung mit vielen Künstlern vollständig zu dominieren.<sup>35</sup>

*“But if he were accused of dominating the show, he could say he took only what no one wanted - the roof and the little*

*spot on the floor; the accusation would underline his (gigantic) modesty, his (excessive) humility. No one looks at the roof; it isn't choice territory - indeed it wasn't (until then) territory at all. Hanging over your head, the largest piece in the show was unobtrusive physically, but totally obtrusive psychologically“<sup>36</sup>*

Mit der Einbeziehung von Decke und Fußboden war der White Cube komplett. An dieser Stelle zeigt sich auch wieder der Wert von Adornos Definition der Kunst. Indem Duchamp etwas schuf, was völlig gegen die Erwartungen der Kulturindustrie und des Publikums war, erzeugte er Chaos und rüttelte die Banausen auf.

Da Kunst nun überall platziert werden konnte, wurde die Entscheidung was wo platziert wird, ebenfalls wichtig.<sup>37</sup> Der Ausstellungsraum ist nicht mehr neutral, sondern Teil des Kontexts, und er beeinflusst die Wahrnehmung des Kunstwerks.

*„This knowledge changes the white wall, since its content is composed of mental projections based on unexposed assumptions. The wall is our assumptions. It is imperative for every artist to know that content and what it does to his/her work.“<sup>38</sup>*

Hier zeigt sich ganz deutlich die Verbindung zu den ästhetischen Theorien, die in Teil 1 erläutert wurden. Kunstwerke, die nach Goodman stark vom Wissen des Betrachters abhängen und sich nach Danto überhaupt nur durch ihre "aboutness" definieren, stehen in einer Wechselwirkung zu diesem White Cube.

Indem die weißen Wände selbst voller Assoziationen stecken, beeinflussen sie die Rezeption des ausgestellten Kunstwerks. Indem das Kunstwerk immer "über" etwas ist, lädt es den Ausstel-

<sup>31</sup> vgl. O'Doherty, S. 11

<sup>32</sup> O'Doherty, S. 12

<sup>33</sup> vgl. O'Doherty, S. 68

<sup>34</sup> vgl. O'Doherty, S. 70

<sup>35</sup> ebd.

<sup>36</sup> O'Doherty, S. 69

<sup>37</sup> vgl. O'Doherty, S. 88

<sup>38</sup> O'Doherty, S. 90



Abb. 2  
Marcel Duchamp Installation "1200  
Bags of Coal"



Abb. 3  
Marcel Duchamp Installation "1200  
Bags of Coal"

lungsräum mit Assoziationen auf, an die sich der Betrachter bei späteren Besuchen wieder erinnern wird. Ein konkretes Beispiel für diese Wechselwirkung wäre eine Galerie mit einer bestimmten politischen Ausrichtung. Da der Besucher hier bereits weiß welche Aussagen die gezeigte Kunst vielleicht machen könnte, betritt er die Ausstellung schon mit bestimmten Assoziationen. Diese beeinflussen dann seine Interpretation der Kunst, wie Goodman und Danto beschrieben haben. Im Gegenzug wird er sich bei der nächsten Ausstellung in dieser Galerie an die Kunst erinnern und einige ihrer Assoziationen auf die Galerie übertragen.

## 2.2 Die Nutzung des White Cubes

Die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten, die sich aus dem White Cube ergeben, haben zu verschiedenen Ausstellungstypen geführt. Bis in die 80er Jahre war die Tafelausstellung dabei dominierend. Dort wurde jedem Exponat eine erklärende Tafel zugeordnet, auf der es mit Hilfe von Text und Bildern erklärt wurde. Die Erklärungen blieben dabei auf einer rein kognitiven Ebene.<sup>39</sup> In den 80er Jahren kam zusätzlich die Inszenierungsausstellung auf. Anstatt nur zu erklären, versucht diese Ausstellung die Exponate in ihrem Kontext zu zeigen um sie so zu emotionalisieren. Ein bühnenbildnerischer Einfluss ist deutlich spürbar.<sup>40</sup>

Aktuell zeigt sich ein Trend zur Prozessausstellung. Wo die Tafelausstellung und Inszenierungsausstellung statisch bleiben, versucht die Prozessausstellung den Besucher mit einzubeziehen und ihm Einfluss auf die Darstellung zu geben. Indem der Besucher Einfluss nimmt, fühlt er sich als Teil der Ausstel-

lung und kann sich mehr mit ihr identifizieren.<sup>41</sup> Alle diese Ausstellungstypen stehen vor der Herausforderung, dass sie vier verschiedene Besuchertypen ansprechen und zufrieden stellen müssen.

Der narrative Besucher möchte eine Ausstellung sehen in der eine vorgegebene, lineare Geschichte erzählt bekommt. So etwas sieht man oft in historischen Ausstellungen wie zum Beispiel in Stadtmuseen.

Dem explorativen Besucher geht es eher darum etwas zu entdecken. Er hat eine Grundinteresse, aber wenig tiefes Wissen über das Thema. An den Stellen, die ihn besonders interessieren, möchte er sich selber in das Thema vertiefen können.

Der faktische Besuchertyp besucht eine Ausstellung mit einem bestimmten Ziel, einer ganz bestimmten Frage. Er sieht sich nur den Teil an, der sich genau mit diesem Thema beschäftigt und erwartet schnelle und direkte Antworten.

Der vierte Besuchertyp ist der ludische Besucher, der sich Informationen spielerisch erschließt.<sup>42</sup>

Traditionell war es sehr schwer, diese verschiedenen Besuchertypen mit einer Ausstellung anzusprechen, da sie Informationen auf sehr verschiedenen Weise verarbeiten. Mittlerweile werden jedoch immer öfter neue Medien eingesetzt, die zum gleichen Ausstellungsstück verschiedenen detaillierte Inhalte anbieten und so alle Zielgruppen ansprechen können.

<sup>39</sup> vgl. Peichl, S. 77  
<sup>40</sup> ebd.  
<sup>41</sup> ebd.  
<sup>42</sup> vgl. Peichl, S. 78



Abb. 4:  
*Machine Art*, 1934, im Museum of Modern Art, New York. Die unter der Leitung von Albert Barr gestalteten Ausstellungen zeichneten sich durch eine Bereitschaft zu experimentieren aus, die in den Galerieausstellungen der heutigen massentauglichen Institutionen selten ist.

## 2.3 Raus aus dem White Cube

Obwohl Duchamp den Ausstellungsraum revolutionierte, erkannte er doch das Museum oder die Galerie als den richtigen Raum an um Kunst zu zeigen. Andere Künstler wie Mondrian stellten diese gegebene Autorität bereits früh in Frage<sup>43</sup>, aber es dauerte bis in die 1990er Jahre, bis sich eine lebendige Ausstellungsszene außerhalb der etablierten Museen und Galerien etablierte

*“Much had been written about the artist groups that worked together on the internet, and much of this writing has addressed their political disdain for the museum and gallery system or, at least, their justifiable sense that they had no need for it”<sup>44</sup>*

Bei dieser Entwicklung kamen zwei unterstützende Faktoren zusammen. Zuerst die Tatsache, dass moderne Medienkunst einfach schlecht für eine Präsentation im White Cube geeignet war. Medienkunst hat oft einen performativen Charakter und braucht eine gefühlte Verbindung zur Außenwelt - in einem White Cube fühlt sie sich dekontextualisiert an.<sup>45</sup> Vor dem zuvor erläuterten Trend zur Prozessausstellung waren die dominierenden Ausstellungsformen außerdem immer linear. Medienkunst ist jedoch fließend, mit vielen Verbindungen und Veränderungen<sup>46</sup>, und deswegen versucht sie sich selbst Ausstellungsformen zu schaffen.

Ein zweiter Faktor war das Internet, das es Künstlern nun ermöglichte sich einfach zu vernetzen und zu kommunizieren. Plötzlich konnte man Gleichgesinnte finden und gemeinsame Ausstellungen organisieren, ohne dass man auf die Kontaktvermittlung durch eine Institution wie eine Galerie angewiesen war.<sup>47</sup>

Diese Entwicklung führt auch zu mehr direktem Kontakt zwischen Künstlern und Besuchern außerhalb des White Cubes. Diese Ausstellungen finden oft in Form einer Tradeshow statt. Dies bezeichnet eine Ausstellung vieler verschiedener Künstler, die nur einige wenige Tage an einem Ort bleibt und sich dann auflöst oder weiterzieht. Solche Events sind einfacher zu organisieren und billiger als langfristige Ausstellungen. Außerdem sind die Künstler oft selbst anwesend, wodurch sie ihr Netzwerke erweitern können und durch das persönliche Gespräch mit dem Besucher einen viel tieferen Austausch erreichen.<sup>48</sup>

Einige Künstler sind der Meinung, dass sie durch solche Ausstellungen in Kontakt mit “unverbrauchten” Betrachtern kommen können, deren Meinung noch nicht von der traditionellen Kulturindustrie vorgeformt wurde. Das können sie nicht in etablierten Galerien und Museen erreichen.<sup>49</sup>

Hier deckt sich die Meinung dieser Künstler mit Adornos Theorie, dass die Vereinnahmung des Kunstwerks durch die Kulturindustrie keine besseres Erleben von Kunst ermöglicht, sondern den Betrachter zum Banausen macht. Indem die Künstler den Besucher ohne den Umweg durch die Kulturindustrie erreichen, können sie auf eine unverfälschte Reaktion auf ihre Kunst hoffen.

Diese Tendenz zu neuen Ausstellungsformen sieht man auch momentan in München, überall entstehen neue Möglichkeiten “junge zeitgenössische Künstler” und ihre Kunst zu erleben. Es werden Preise außerhalb der traditionellen Kunstszene vergeben. Gruppen bilden sich, fördern einander und vermarkten ihre Ausstellungen durch soziale Netzwerke wie Facebook direkt

<sup>43</sup>vgl. O'Doherty, S. 99-100  
<sup>44</sup>Cooke, S. 30  
<sup>45</sup>vgl. Paul, S. 56  
<sup>46</sup>vgl. Cooke, S. 38  
<sup>47</sup>vgl. Diamond, S. 144  
<sup>48</sup>vgl. Cooke, S. 38  
<sup>49</sup>vgl. O'Doherty, S. 88

an die Besucher. Aaber Artspace<sup>50</sup>, die Galeria Autonomica<sup>51</sup> oder die Stroke Kunstmesse<sup>52</sup> sind nur einige von vielen.

Dieser Trend stellt letztendlich die Rolle des Kurators in Frage. Bei vielen dieser selbst organisierten Ausstellungsformen sind die Grenzen zwischen Künstlern, Veranstaltern und Kuratoren schon vollständig verschwommen, jeder Teilnehmer nimmt im Laufe des Projekts mehrere dieser Rollen ein.<sup>53</sup>

<sup>50</sup><http://www.aaber.de/>

<sup>51</sup><http://galeria-autonomica.de/>

<sup>52</sup><http://www.stroke-artfair.com/english/index.html>

<sup>53</sup>vgl. Lightly, S. 166

# 3. Das Phänomen der omnipräsenten Information

## 3.1 Der aktuelle Stand der technischen Entwicklung

Das aktuelle Phänomen der omnipräsenten Information entstand durch eine Reihe von aufeinander aufbauenden technischen Entwicklungen. Die Verbreitung von Breitbandanschlüssen hat dafür gesorgt, dass Nutzer heute große Datenmengen herunter- und hochladen können. Wo vor 20 Jahren noch Modems oder ISDN benutzt wurde, ist heute DSL 2000 oder noch schneller Standard.<sup>54</sup>

Erst durch diese Geschwindigkeit wurde es möglich Internetseiten zu entwickeln, die den Betrachtern große Datenmengen wie Fotos oder Videos anbieten, oder auf die der Besucher seine eigenen Medien hochladen kann. Da man bis früher die im Internet verbrachte Zeit oft noch je Minute zahlen musste, hat die Einführung von schnellen DSL-Flatrates das Surfen auch viel billiger gemacht. Während der Zugang zum Internet früher teurer Luxus war, ist er heute eine billige Selbstverständlichkeit. Auch die im Internet angebotenen Webseiten haben sich stark verändert. Wo früher statische Angebote der Standard waren, haben sich heute Internetdienste durchgesetzt, die mindestens eines der folgenden Kriterien erfüllen und sich deswegen als Web 2.0 einordnen lassen: Sie beziehen die kollektive Intelligenz der Benutzer mit

ein; sie bieten Daten die nur schwer oder teuer zusammenzustellen sind und wertvoller werden je häufiger sie genutzt werden; sie überschreiten die Grenzen einzelner Geräte und sie beziehen den Long Tail mit ein.<sup>55</sup>

Mit dem Begriff Long Tail beschrieb der amerikanische Journalist Chris Anderson 2004 das Phänomen dass man im unbegrenzten Internet nun nicht mehr nur den Geschmack der Masse profitabel bedienen kann, sondern jetzt auch die Millionen von kleinen Nischen daneben.<sup>56</sup>

Es haben sich viele Internetseiten oder -Dienste entwickelt, die diese Kriterien entsprechen und heute nicht mehr wegzudenken sind. Blogs und Microblogs wie Twitter geben jedem die Möglichkeit zu publizieren und die Publikationen anderer zu kommentieren. Soziale Netze wie Facebook oder XING bilden das soziale Leben eines Menschen im Netz ab und erleichtern die Gruppenbildung und Kommunikation untereinander. Angebote wie Wikipedia oder Social-Tagging-Seiten nutzen die Intelligenz der Masse um Themen zu erklären oder einzuordnen.<sup>57</sup>

In einer parallelen Entwicklung wurde auch der mobile Zugriff auf das Internet immer leichter. Der langsamere WAP Standard zur Datenübertragung wurde durch GPRS/EDGE ersetzt, in Ballungsräumen kann man sogar mit UMTS oder noch schnelleren Stan-

<sup>54</sup> vgl. Alby: Web 2.0, S. 3-6

<sup>55</sup> vgl. Alby: Web 2.0, S. 15

<sup>56</sup> vgl. Alby: Web 2.0, S. 159

<sup>57</sup> vgl. Schmidt, S. 26-30

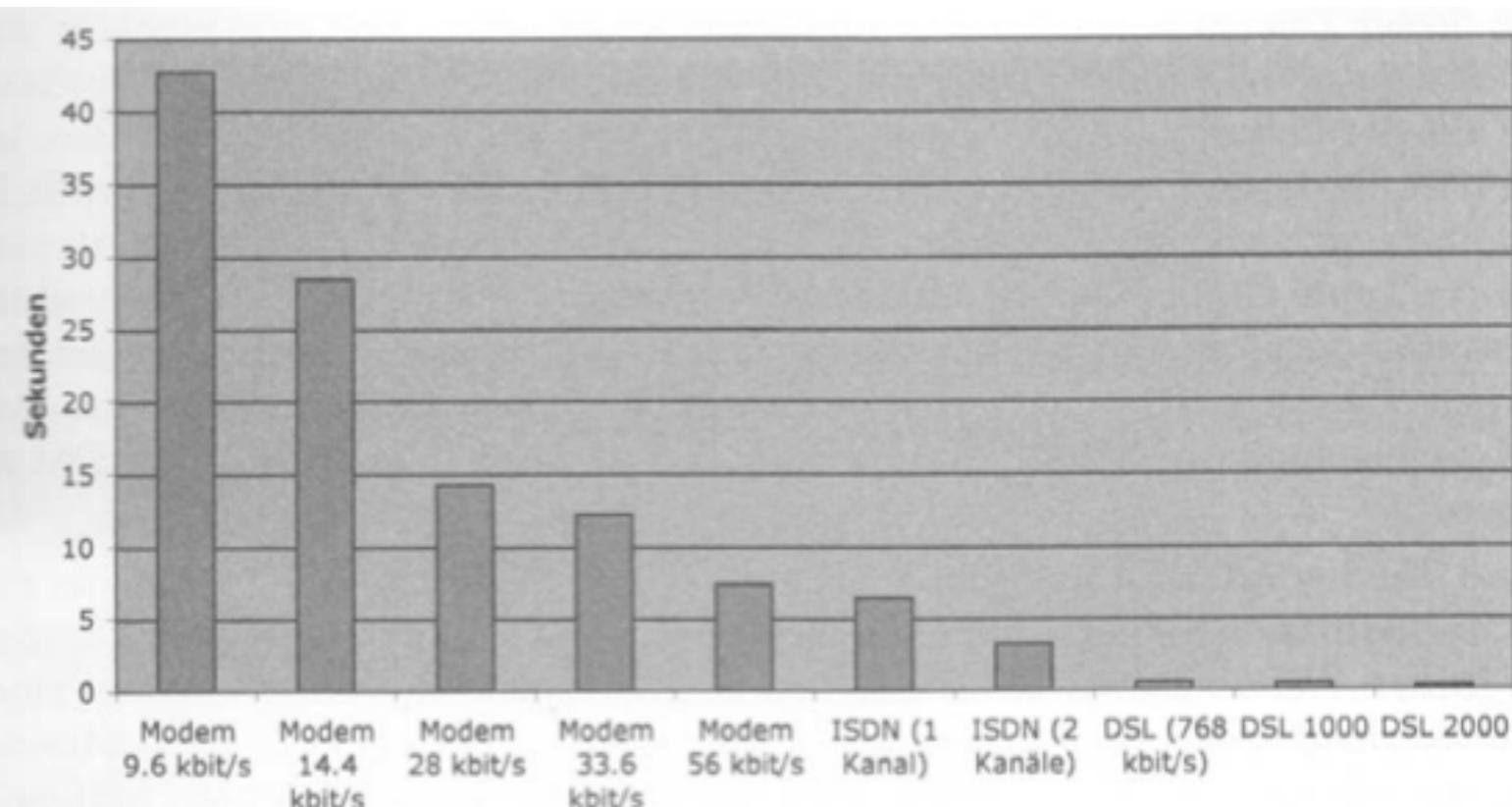


Abb. 5:  
Vergleich der Übertragungsdauer einer 50 Kilobyte großen Datei.  
Die folgende Grafik zeigt, wie drastisch diese Entwicklung die Übertragungsdauern verkürzt hat.

dards wie HSPA ins Internet.

Diese Entwicklung führt nun zu einer Konvergenz im vielfältigen Sinne. Mobile und stationäre Geräte sind nun gleich gut verbunden und bieten dem Nutzer die gleiche Interneterfahrung. Die verschiedenen Medien von Text über Audio bis hin zu Video konvergieren nun ebenfalls zu integrierten Angeboten, die auch mobil angesehen werden können. Außerdem führt die Ausstattung moderner Smartphones dazu, dass es zu einer Konvergenz mehrerer Geräte kommt. Das Telefon und mobile Internetgerät ersetzt gleichzeitig die Kamera, den Kompass, das Diktiergerät, den Wecker und viele andere Geräte. Es wird immer selbstverständlicher, dass jeder all diese Geräte permanent dabei hat. Das eingebaute GPS-Modul erweitert die vorab aufgezählten Internetdienste um eine wichtige Komponente: Dienste, die auf den aktuellen Ort des Benutzers abgestimmt sind, sogenannte Location-Based Services.<sup>58</sup>

Obwohl sie so komplex sind, wurden die Geräte immer leichter bedienbar. Zum einen haben sich Nutzer an die nötigen Verhaltensweisen gewöhnt, zum Beispiel dass man auf einen Link nicht doppelklicken muss. Zum anderen hat die Industrie durch neue Geräte mit Touchscreen und bessere Software erreicht, dass sich auch technisch nicht versierte Kunden mit diesen Geräten ausstatten. Einem Bericht der britischen Medienaufsicht Ofcom aus dem Jahr 2011 zufolge nimmt die Internetnutzung mit dem Handy in allen großen europäischen Ländern und in allen Altersgruppen deutlich zu, während die Internetnutzung am Computer stagniert oder sogar zurückgeht. Der Punkt, an dem der mobile Zugang

den stationären überholt, ist nicht mehr weit entfernt.<sup>59</sup>

### 3.2 Gesellschaftliche Veränderungen bisher

Das menschliche Verhalten hat sich durch diese technischen Entwicklungen auch bereits verändert. Die Gewöhnung an mobile Erreichbarkeit und ständige Verbindung zum Netz hat sich schon heute aus der technischen Welt in die soziale Welt bewegt und uns verändert, wie der amerikanische Medienprofessor Clay Shirky erklärt:

*"The assumption that things can be linked, that they can be found easily wherever they are, that they can be accessed easily, and that they can be shared easily, these are all metaphors that are moving from the [...] electronic layer up into the social layer. These are just assumptions that people have of their lives with one another. People are rebuilding their social life around those kinds of assumptions"<sup>60</sup>*

Der spanische Soziologe Manuel Castells, der sich insbesondere mit dem Einfluss der Informationstechnik auf die Gesellschaft beschäftigt, hat bereits neue soziale Normen identifiziert.

Dass das Mensch immer mobil online sein kann gibt uns 'safe autonomy'. Man wird unabhängig von Orts- und Zeitzwängen, und damit noch freier. Gleichzeitig gibt es auch ein stärkeres Gefühl von Sicherheit, denn man kann immer in Kontakt bleiben mit den wichtigen Personen, selbst wenn man woanders ist - zum Beispiel eine Familie mit vielen Kindern, die ihre verschiedenen Termine koordiniert, oder ein Geschäftsreisender, der in Kontakt mit Kollegen bleiben kann.<sup>61</sup>

Nachdem eine Zeitlang Mobilität eine

<sup>58</sup>vgl. Alby: Das mobile Web, S. 49-51

<sup>59</sup>vgl. Lunden

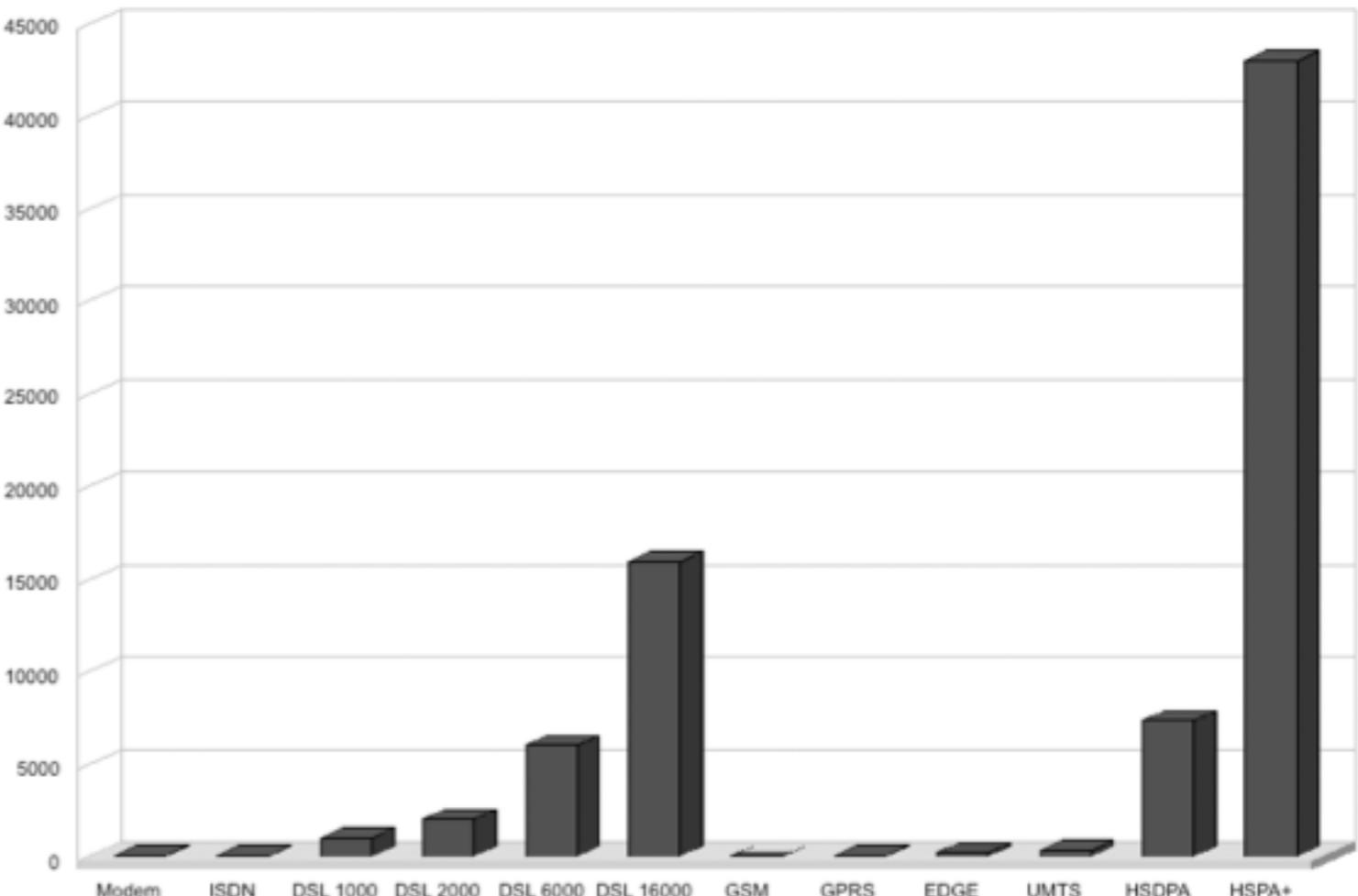
<sup>60</sup>vgl. Schmidt, S. 11

<sup>61</sup>vgl. Castells, S. 247-248

Abb. 6:  
Vergleich der Übertragungsgeschwindigkeiten von stationären und mobilen Standards.

Bei voller Ausnutzung sind diese Standards sogar noch schneller als die Breitbandanschlüsse, über die man zuhause ins Internet geht, wie die folgende Grafik zeigt<sup>62</sup>

<sup>62</sup>vgl. Alby: Das mobile Web, S. 27



wichtige Entwicklung war, ist sie heute nur noch selbstverständlich. Jetzt ist die Fähigkeit immer verbunden zu sein mit seinen Freunden und Interessen das wichtigste Kriterium. Castells nennt das 'Relentless Connectivity'.<sup>63</sup> Heute sind persönliche Netzwerke nicht mehr statisch, sondern ändern sich permanent. Je nach Projekt und Stimmung fügt man Leute hinzu oder löscht sie wieder und bildet so 'Networks of Choice'.<sup>64</sup> Da durch all diese Entwicklungen verschwimmen die früher wichtigen Kategorien von Ort und Zeit - man kann alles von überall machen. Jetzt kann man am Flughafen oder im Auto arbeiten, mit der Familie telefonieren, Filme sehen, Musik hören, etc. Wo es früher Normen gab, was man wo machen soll, ist jetzt der Individualismus wichtiger geworden - individuelle Projekte und Interessen sind wichtiger als die Erwartungen der Umwelt. Jeder schafft sich seinen eigenen kleinen privaten Raum, indem er die Umwelt einfach ignoriert, und macht dort was er will, Castells nennt dies 'The Blurring of the Social Context of Individual Practice'.<sup>65</sup> Die Gewöhnung an all diese Vorteile von mobiler Kommunikation und ständigem Verbunden-Sein hat letztendlich dazu geführt, dass Benutzer dies als ihr gutes Recht betrachten. Laut Castell ist es für sie gleichzeitig 'personal value' und 'social right'.<sup>66</sup>

Die weitgehende Individualisierung, die Castells beschreibt, hat auch Auswirkungen auf das Verhältnis zwischen Experten und Amateuren. Die neue digitale Gesellschaft ist demokratischer und hat weniger Respekt vor Experten.<sup>67</sup>

Früher hat man Informationen in Büchern gefunden, die von Experten geschrieben wurden, die sich jahrelang

mit einem Thema beschäftigt hatten. Heute werden durch das Internet und Web 2.0 im Gegensatz dazu die Amateure gefeiert. Die Bücher der Experten werden von Wikipedia und andere Webseiten, auf denen sich jeder selbst einbringen kann, ersetzt. Die Leute gewöhnen sich daran selber zu schreiben und den Informationen anderer Amateure zu vertrauen. Gleichzeitig gewöhnen sie sich daran, für diesen Beitrag gar nicht oder nur wenig bezahlt zu werden und andere gar nicht oder nur wenig dafür zu bezahlen.<sup>68</sup> Ein gutes Beispiel dafür ist iStockPhoto.com,<sup>69</sup> wo Amateurfotografen ihre Bilder hochladen können und Magazine oder Agenturen sie kaufen können. Der Markt für einfache illustrative Fotos ohne künstlerischen Anspruch wurde so vollständig verändert und eine einfache Einnahmequelle für professionelle Fotografen ist weggefallen.

Da diese Entwicklung dazu führt, dass viele der ehemaligen Experten ihre Stelle verlieren, wird der Trend zum Amateur sogar noch verstärkt. Deswegen müssen jetzt Nutzer neue Medienkompetenzen entwickeln, die ihnen helfen, vertrauenswürdige Informationen von anderen zu unterscheiden.<sup>70</sup>

### 3.3 Bisheriger Einfluss dieser Veränderungen auf die Kunstwelt

Diese Entwicklung zu mehr Autonomie, mehr Individualismus und mehr Kommunikation, die jeder Mensch durchgemacht hat, wird natürlich auch Einfluss auf die Kunstwelt haben. Eine wichtige Entwicklung ist der bereits in Abschnitt 2.3 beschriebene Trend von Kunstschaffenden raus aus dem institutionellen White Cube hin zu flexiblen selbst kuratierten Ausstellungen. Innerhalb der Institutionen tut man

<sup>63</sup> vgl. Castells, S. 248  
<sup>64</sup> vgl. Castells, S. 248-249  
<sup>65</sup> vgl. Castells, S. 250-251  
<sup>66</sup> vgl. Castells, S. 251-253  
<sup>67</sup> vgl. Keen, S. 35  
<sup>68</sup> vgl. Keen, S. 37  
<sup>69</sup> www.istockphoto.com  
<sup>70</sup> vgl. Keen, S. 44-46

sich jedoch schwer sich anzupassen, da die neuen sozialen Normen im totalen Gegensatz zum traditionellen Prinzip der Kunstwelt sind.

Peter Weibel, Vorstand des ZKM Karlsruhe vergleicht traditionelle Museen mit der Arche Noah. Sie haben nur wenig Platz und müssen deswegen auswählen, was sie für wichtige und richtige Kunst halten. Eine strenge Selektion findet statt und nur wenige Werke werden für die Nachwelt aufbewahrt. Die meiste Kunst einer Epoche geht einfach verloren.<sup>71</sup>

Auf der anderen Seite steht das zuvor erläuterte Web 2.0. Ein Plattform, in der nichts verloren geht sondern die alles speichert, kopiert und kommentiert. Dieses Prinzip steht konträr zum Museum und führt dazu, dass sich auch in der Kulturwelt der in Teil 3.2 beschriebene Gegensatz zwischen Amateuren und Experten stark herausbildet.<sup>72</sup>

*"Die Kultur war durch das Prinzip Arche Noah bisher ein Flaschenhals, durch den nur sehr wenige durchgekommen sind. Die Netzplattformen des 21. Jahrhunderts haben diesen Flaschenhals erweitert - fast alle kommen durch. Alle Amateure können sich alle ihre Fotos zeigen, allerdings ist damit ihr Amateurstatus nicht aufgehoben. Wir haben zwar nun eine Arche Noah, die Platz hat für alle, aber sie ist damit keine Plattform mehr für Auserwählte. Das Bedürfnis einer großen Zahl von Mitgliedern der Gesellschaft, selbst kreativ zu sein, hat nun endlich seine Arche gefunden, allerdings um den Preis, dass diese Arche nicht als Kulturarche gilt, sondern als Amateurarche. Denn Kultur findet weiterhin in den traditionellen Institutionen wie Verlagen und Museen statt. Es entsteht also eine Kluft zwischen Amateurkultur und Feudalkultur."<sup>73</sup>*

Die Tatsache, dass Museen sich damit

gegen neue soziale Normen stellen, die von vielen Menschen bereits als ihr persönliches Recht angesehen werden, sollte den Museen zu denken geben.

### 3.4 Zukünftige Techniken und notwendige Anpassungen der Kunstwelt

Die in Teil 3.1 beschriebene technische Entwicklung, die heute zum Phänomen der omnipräsenten Information geführt hat, wird natürlich weitergehen. Durch neue technische Möglichkeiten, an denen schon jetzt geforscht wird, ändert sich das Verhalten des Menschen noch weiter.

Um diese Entwicklungen zu identifizieren, die schon bald ins Alltagsleben kommen, wurde ein Interview mit Heinrich Hußmann, Professor der Medieninformatik an der Ludwig-Maximilians-Universität München, durchgeführt.

Innerhalb von weniger als 10 Jahren wird es möglich sein, jede Fläche zu einem interaktiven Display zu machen. Mit projizierten Displays wie Smartboards sind große interaktive Fächen heute schon möglich. Auch wird heute schon an berührungsempfindlichen Flächen in beliebiger Form und Wölbung gearbeitet, zum Beispiel von Microsoft im Project Touch Sphere oder an der LMU im Projekt Curve. In Zukunft werden flexible Displays, die nur noch eine biegbare Folie sind und wie Tapeten auf Wände geklebt werden können, möglich sein.<sup>74</sup>

Wenn jede Fläche ein Display sein kann, wird sich auch der White Cube daran anpassen. Wo heute noch jede Wand eine weiße Fläche für Assoziationen des Betrachters oder des Werks ist, könnten sich so ganz neue Möglichkeiten öffnen diese Assoziationen sicht-

<sup>71</sup> vgl. Weibel, S. 23

<sup>72</sup> vgl. Weibel, S. 24

<sup>73</sup> vgl. Weibel, S. 25

<sup>74</sup> siehe Anhang 2 - Interview mit Professor Hußmann, Frage 1

bar zu machen. Der White Cube und das Kunstwerk könnten endgültig verschmelzen anstatt sich nur gegenseitig zu beeinflussen. Auch die Interaktion von Mensch und Maschine wird einfacher werden. Die Gestensteuerung, an die sich der Mensch dank Nintendo Wii und Microsoft Kinect schon anfängt zu gewöhnen, wird immer normaler werden. Die Verknüpfung mehrerer Geräte untereinander wird fortschreiten und Menschen werden es als normal ansehen, mit ihrem Smartphone andere Geräte zu steuern.<sup>75</sup>

Diese beiden Entwicklungen eröffnen neue Möglichkeiten dem Besucher in einer Ausstellungssituation Mehrwert zu bieten. Zum einen werden höhere Formen der Interaktivität möglich. Anstatt nur ein fertiges Medium auf Knopfdruck abzuspielen, könnten Ausstellungselemente dem Besucher eine Welt bieten, in der er Dinge frei kombiniert und verwendet. Zum anderen wird Personalisierung noch wichtiger werden. Man könnte den Besucher anhand seines Smartphones oder einfach seines Gesichtes identifizieren und dann das gesamte Ausstellungserlebnis auf ihn abstimmen. Wenn man weiß wer sich an welcher Station für welche Informationen in welcher Sprache interessiert hat, wird man die folgenden Stationen automatisch anpassen können. Diese Art der Interaktion wird auch notwendig sein, um kommende Generationen zu involvieren.

Durch die Art des Medienkonsums im Internet wird die Aufmerksamkeitsspanne des Betrachters immer kürzer und gleichzeitig sind Nutzer immer mehr bereit, Daten über sich preiszugeben wenn sie im Gegenzug ein genau für sie zugeschnittenes Angebot bekommen.<sup>76</sup>

Nach Aussage von Professor Hußmann stellen sich Industrieunternehmen bereits auf breiter Front auf diese Veränderungen ein und kooperieren mit Universitäten in der Erforschung neuer Möglichkeiten und Bedienkonzepte - vom Automobilhersteller der seine Autos sicherer machen möchte bis hin zum Anbieter von Küchengeräten der seine Geräte besser bedienbar machen möchte.

Kulturinstitutionen, mit Ausnahmen einiger Theater die neue Medien im Bühnenbild einsetzen, sind jedoch überhaupt nicht an diesem Feld beteiligt. Teilweise lehnen sie sogar Kooperationsangebote der Forscher ab.<sup>77</sup> Obwohl die technische Entwicklung sich immer weiter beschleunigt, hat die Kulturwelt noch nicht geschafft überhaupt zum heutigen Entwicklungsstand aufzuschließen. Hier zeigt sich auch ein gewissen Widerspruch zu der Theorie von Walter Benjamin, die in Teil 1.1. erläutert wurde. Wo in seiner Zeit die Kunst noch aktiv an der Entwicklung neuer Ausdrucksformen mitgearbeitet hat und beim Schritt von der Fotografie zum Film geholfen hat, ist sie heute hinterher. Die Führungsrolle hat nun die Industrie übernommen. Dies liegt weniger an möglichen Kosten sondern vielmehr an fehlendem Interesse für die Möglichkeiten der Technik und die daraus folgenden gesellschaftlichen Veränderungen.

Das deckt sich auch mit den Einschätzungen anderer Experten. Peter Weibel, Vorstand des ZKM in Karlsruhe warnt ebenfalls davor, dass Museen sonst Gefahr laufen, die jüngere Generation zu verlieren.

*“Wenn Sie ins Museum gehen, sind Sie heute immer zeitlich und räumlich gebunden - Sie erleben das Museum ers-*

<sup>75</sup> siehe Anhang 2  
Interview mit Professor Hußmann, Frage 2  
<sup>76</sup> siehe Anhang 2  
Interview mit Professor Hußmann, Fragen 3 und 4  
<sup>77</sup> siehe Anhang 2  
Interview mit Professor Hußmann, Frage 6

*tens ortsgebunden, in dem Augenblick, in dem Sie im Gebäude vor einem Kunstwerk stehen. Sie können die Werke des Museums auch nur während der Dauer Ihres Aufenthalts in diesem Gebäude und zu dessen Öffnungszeiten erleben. Wenn Sie das Museum verlassen haben, dann ist das einzige, was Sie mitnehmen können, ein Ausstellungskatalog, in dem die Werke idealerweise abgebildet sind. Sie können natürlich heutzutage auch die Website des Museums anschauen, auf der Sie dann meist sehen können, welche Werke das Museum besitzt, ähnlich aufgemacht wie ein Katalog”<sup>78</sup>*

Joachim Sauter, Gründer der Medienagentur Art+Com, die unter anderem Installationen für das BMW Museum entworfen hat, und Professor für “New Media” an der Universität der Künste Berlin ist der Meinung, dass Besucher in Zukunft “Bottom Up” eingebunden werden müssen. Statt Informationen zu publizieren sollten Museen mit Besuchern diskutieren, zum Beispiel Mitsprache bei der Auswahl von Künstlern erlauben, die Organisation von Ausstellungen transparent machen oder Fragen über Twitter beantworten, etc. So wird man auch die neue Generation von Mediennutzern wieder ins Museum locken können, denn sie ist prinzipiell an so einem physischem Treffpunkt interessiert.

*“Neue Medien führen zu einer Renaissance zu Kommunikation im Raum [...] Die Menschen wollen weg von ihrem Rechner, zurück im Physischen Raum, und mit richtige Menschen Kunst erleben.”<sup>79</sup>*

Diese Art von Teilnahme wird auch die Kunstwerke selbst beeinflussen.

*“Die Qualität der neuen Medien kennen die Leute einfach und erwarten es auch im Museum [...] Die Besucher möchte*

*teilnehmen an der Kunst, wie er auch beim Rechner zu Hause gewöhnt ist”<sup>80</sup>*  
Mit der Zeit werden neue Techniken völlig selbstverständlich Teil mancher Werke werden, und zwar nicht als offensichtlicher viereckiger Bildschirm, sondern als unauffällig und passend integrierter Teil.<sup>81</sup>

<sup>78</sup> Weibel, S. 26

<sup>79</sup> vgl. Watty

<sup>80</sup> ebd.

<sup>81</sup> ebd.

# 4. Mögliche Fragen durch omnipräsente Information

## 4.1 An das Wesen der Kunst und Erlebnis des Betrachters

Die in Abschnitt 1 erläuterten Theorien zeigen, dass Kunst ein sehr dynamisches Thema ist und sich das Verständnis des Begriffs Kunst ständig ändert und entwickelt. Eine Kombination der dort aufgeführten Kunstbegriffe dient als Basis für die in Teil 5 folgenden Experteninterviews.

Gemäß Walter Benjamin entsteht aus Einzigartigkeit und Nicht-Reproduzierbarkeit die Aura des Kunstwerks.

Die Orts- und Zeitgebundenheit zwingt außerdem zum totalen Einlassen des Betrachters auf das Kunstwerk. Obwohl die Kunst zwar mittlerweile nicht mehr am Treiben des technischen Fortschrittes beteiligt ist, wie in Abschnitt 3.4 festgestellt, so wird sie doch immer noch von ihm beeinflusst.

Adorno betont die Rätselhaftigkeit des Kunstwerks und seinen Abwehrkampf gegen die Vereinnahmung und Vereinfachung durch eine kommerzialisierte Kulturindustrie. Statt des Rätsels und des Versuchs persönlicher Deutung im Chaos, ist der Besucher versucht oberflächlich zu geniessen.

Führt omnipräsente Information nun dazu, dass selbst jene Werke, die sich noch eine Aura bewahren konnten, da sie orts- und zeitgebunden waren, ihre Aura verlieren? Verändert sich das Ein-

lassen des Betrachters auf das Kunstwerk, da nun eine weitere Ablenkungsquelle vorhanden ist?

Wie wird die Gewöhnung an omnipräsente Information die Erwartungen der Betrachter verändern? Zerstört das Aufkommen omnipräsenter Informationen die Rätselhaftigkeit der Kunst, weil es das Recherchieren einer Interpretation noch einfacher macht und die Motivation persönlich zu rätseln noch kleiner?

Goodman hat deutlich gemacht, wie abhängig Kunst von der Zeit und vom Wissen des Betrachters ist. Wenn das Wissen um Bedeutungen verblasst, dann verliert das Werk seinen Status als Kunst. Danto hat beschrieben, dass der entscheidende Unterschied zwischen einem Kunstwerk und einem sonst identischen Gegenstand der Bezug ist. Erst die Tatsache dass das Werk etwas "über" den Menschen und die Gesellschaft aussagt, macht es zur Kunst.

Zeigen sich hier positive Auswirkungen omnipräsenter Information und ständiger Recherchierbarkeit, weil das verfügbare Wissen des Betrachters steigt und er Bedeutungen leichter verstehen kann? Kann der Betrachter auch mit weniger Vorbildung die "aboutness" von Kunst aus vergangen Jahren noch erkennen und wird Kunst so leichter zugänglich?

## 4.2 An die Ausstellungskonzeption

Das Aufkommen omnipräsenter Information führt auch beim Thema der Ausstellungskonzeption zu vielen spannenden Fragen.

Die Entwicklung der Ausstellungspraxis hat im 20. Jahrhundert zum White Cube geführt, bei dem das Kunstwerk inszeniert wird und die Umgebung Teil der Wirkung des Kunstwerks ist. Innerhalb des White Cubes haben sich verschiedene Ausstellungstypen herausgebildet, von der althergebrachten Tafelausstellung zur modernen Prozessausstellung. Alle diese Ausstellungstypen haben jedoch gemeinsam, dass sie versuchen müssen, die Informationsbedürfnisse sehr verschiedener Besucher zu befriedigen.

Wie wird sich der White Cube nun weiterentwickeln, um auch im Zeitalter omnipräsenter Information eine passende Ausstellungsfläche zu bleiben? Welche Veränderungen werden geschehen, damit auch Medienkunst angemessen präsentiert werden kann? Wird die Tatsache, dass jeder Besucher potentiell bereits alle Informationen dabei hat, sich auch auf die Ausstellungskonzeption auswirken? Verschiebt sich der Fokus vom Erklären aller Hintergrundinformationen zum Hinweisen auf vorhandene Quellen? Gibt es in Zukunft noch mehr Interaktivität in Ausstellungen, zum Beispiel mit der Möglichkeit Exponate zu kommentieren?

Die durch das Internet mögliche Vernetzung von Künstlern hat außerdem dazu geführt dass Netzwerke außerhalb der traditionellen Kunstszene entstanden sind und dort immer mehr Ausstellungen stattfinden.

Wird die omnipräsente Information dieses Phänomen noch verstärken und damit zu noch mehr Aktivität außerhalb der traditionellen Kunstszene führen? Wird damit die Abgrenzung der "ausgebildeten" Künstler aus dem Akademiesystem von den "Amateuren" schwieriger, kann dann endgültig jeder ein Künstler sein? Welche Rolle spielen Museen und Galerien bei dieser Frage in Zukunft?

Welche Auswirkungen hat diese Entwicklung auf die Rolle des Kurators? Wird er durch die selbstorganisierten Ausstellungen obsolet, oder bedeutet die Masse an zugänglicher Information dass es wieder mehr Bedarf nach Einordnung gibt?

# 5. Die Antworten der Experten

Die in Abschnitt vier aufgeworfenen Fragen sind so aktuell, dass sie in der Literatur bisher kaum bearbeitet wurden. Deswegen sollen Interviews mit Experten helfen, Antwortansätze zu finden.

Dr. Christian Gries (im Interview mit **CG** abgekürzt) ist Kunsthistoriker und Inhaber der Medienagentur janusmedia, die sich auf die Umsetzung digitaler Kommunikation für Kultureinrichtungen spezialisiert hat. Zu seinen Kunden zählen Kultureinrichtungen wie das Haus der Kunst, das Lenbachhaus, das Bayerische Nationalmuseum oder das Städel in Frankfurt, und wissenschaftliche Institute wie das Deutsche Forum für Kunstgeschichte in Paris oder das Kunsthistorische Institut in Florenz. Außerdem ist er Veranstalter der Tagung "Aufbruch. Museen und Web 2.0", die dieses Jahr zum zweiten Mal in München stattgefunden hat.<sup>82</sup> Als jemand der den aktuellen Trend zur omnipräsenten Information und die aktuellen Reaktionen der Museumslandschaft darauf sehr gut kennt, vertritt Dr. Gries im Interview sowohl die Seite der Internetexperten, als auch die der Museen.

Ebbe Stub Wittrup (im Interview mit **ESW** abgekürzt) ist ein dänischer Künstler, der an der Akademie der bildenden Künste in Prag ausgebildet wurde und heute in Kopenhagen lebt und arbei-

tet. Seine Werke werden international in Soloausstellungen und als Teil von renommierten Gruppenausstellungen, wie zum Beispiel der Art Basel und der Herbstausstellung der Kunsthalle Charlottenburg gezeigt. Sie sind in Sammlungen wie der Thyssen-Bornemisza Contemporary Art in Wien, dem Dänischen Museum für Fotografie oder der Falconer Gallery in den USA vertreten.<sup>83</sup>

Vom Kulturjournalisten Michael Jeppe- sen wurde er als "Wikipedia- Künstler" bezeichnet, da sich seine Werke teilweise erst erschließen wenn man ihre Bezüge am Computer recherchiert.<sup>84</sup> Wittrups Rauminstallation "The Indian Rope Trick" besteht beispielsweise aus einem scheinbar schwebenden Seil, einem Stapel der Chicago Tribune vom 9. August 1890 auf dem Fußboden, und einer Leserbriefseite der Zeitung an der Wand. Der Artikel beschreibt die angebliche Reise eines Redakteurs durch Indien und seine Überzeugung dass ein dort gezeigter Seiltrick auf Hypnose basiert. Der Leserbrief ist die wütende Antwort einer spirituellen Leserin und ihre Verteidigung der übernatürlichen Kräfte. Erst wenn man den Namen des Redakteurs, Fred S. Ellmore, recherchiert, findet man heraus dass es sich bei diesem Artikel um eine fiktive Geschichte handelt mit dem reinen Ziel die Auflage zu steigern - das Pseudonym ist schon ein Hinweis darauf. Diese Entde- ckung führte später zu einem kleinen

<sup>82</sup> <http://aufbruch2null.blogspot.de/2012/03/die-referenten-der-tagung-dr-christian.html>

<sup>83</sup> <http://www.ebbestub-wittrup.net/index.php?/information/cv/>

<sup>84</sup> vgl. Jeppesen

Medienskandal. Der Artikel war jedoch so gut geschrieben dass der eigens für den Artikel erfundene Seiltrick später für wahr gehalten wurde und wirklich in das Repertoire von Zauberkünstlern aufgenommen wurde. Nur wenn man als Betrachter diese Recherche leistet, kann man vollständig verstehen wie sich das Werk mit unserer Konstruktion von Realität beschäftigt. Dieser Mechanismus gilt auch bei vielen anderen aktuellen Werken von Ebbe Stub Wittrup, weswegen seine Werke besonders vom Trend zur Recherchierbarkeit profitieren und er hier im Experteninterview die Seite des Künstlers vertritt.

Julian Koschwitz (im Interview mit **JK** abgekürzt) ist Interaction Designer und Künstler. Nach einer Ausbildung an der Zürcher Hochschule der Künste übernahm er zuerst den Posten des Interactive Art Directors beim Colors Magazin, wo er an der Schnittstelle von Print und Web arbeitete. Er war Dozent an der Universidad Complutense de Madrid, leitete Workshops an der Nuova Accademia di Belle Arti in Mailand, und unterrichtete im Masterprogramm Creative Direction der Hochschule für Gestaltung Pforzheim. Heute ist er Professor an der Freien Universität Bozen-Bolzano. Neben diesen akademischen Posten ist Julian Koschwitz jedoch auch selber Künstler, dessen Installationen sich mit der omnipräsenten Information beschäftigen. Die Installation Flick KA, die im Eingangsbereich des ZKM Karlsruhe steht, erlaubt es allen Besuchern selbst Teil des Museums zu werden. Sie können sich entweder im Fotoautomaten, der Teil der Installation ist, fotografieren lassen, oder selber Bilder auf der Homepage hochladen. Die so entstandene Porträtgalerie wird auf den Bildschirmen im ZKM und auf der

Homepage gezeigt. So wird das demokratische Versprechen der Fotografie eingelöst und das Museum zum Bürgerforum gemacht.<sup>85</sup>

Seine aktuelle Installation On Journalism # 2 Typewriter schreibt kurze Geschichten über Journalisten, die bei der Ausübung ihres Berufes getötet wurden. Sie nutzt online verfügbare aktuelle Informationen um daraus Verbindungen herzustellen und wandelt diese in grafische Darstellungen um. Eine elektronisch gesteuerte Schreibmaschine schreibt diese auf Endlospapier und verzerrt das Bild dabei. Je mehr das Land, in dem der Journalist starb, freien Journalismus behindert, desto verzerrter wird das Druckbild.<sup>86</sup>

Da Julian Koschwitz Teil des akademischen Diskurses über Design und Kunst ist, und da seine Installationen sich mit den zuvor in der Arbeit erläuterten Phänomenen beschäftigen, vertritt er im folgenden Interview ebenfalls die Seite der Künstler.

Patrizia Dander (im Interview mit **PD** abgekürzt) ist Kuratorin am Haus der Kunst in München. Nach einem Volontariat am Kunstverein für die Rheinlande und Westfalen Düsseldorf und der Leitung des Kunstraums White Light in Düsseldorf arbeitet sie seit 2007 am Haus der Kunst.<sup>87</sup> Dort hat sie unter anderem die aktuell gezeigte Ausstellung BILD-GEGEN-BILD kuratiert. Sie vertritt in diesem Experteninterview die Seite der Museen, insbesondere der Kuratoren.

Susanne Touw (im Interview mit **ST** abgekürzt) ist Kuratorin an der Sammlung Goetz in München und beschäftigt sich dort insbesondere mit Medienkunst.<sup>88</sup> Wie Frau Dander soll auch sie im Experteninterview die Seite der Museen,

<sup>85</sup> vgl. [http://www.zkm.de/flick\\_ka](http://www.zkm.de/flick_ka)

<sup>86</sup> vgl. [http://koschwitz.org/studio/?page\\_id=627](http://koschwitz.org/studio/?page_id=627)

<sup>87</sup> <http://www.hausderkunst.de/fileadmin/press-area/team/Patrizia-Dander.pdf>

<sup>88</sup> [http://www.sammlung-goetz.de/#kontakt\\_panel\\_592](http://www.sammlung-goetz.de/#kontakt_panel_592)

insbesondere der Kuratoren, vertreten.

### 5.1 Zum Wesen der Kunst und Erlebnis des Betrachters

Die einfache Möglichkeit, Werke zu recherchieren, könnte verschiedene negative Effekte haben. Die Rätselhaftigkeit im Sinne Adornos würde bedroht wenn Werke zu leicht erklärbar werden, und Besucher wären leichter abgelenkt. Gleichzeitig erweitert sich aber das Wissen des Besuchers, was ihm im Sinne Goodmans neue Möglichkeiten öffnet und der Kunst im Sinne Dantos überhaupt erst eine Bedeutung gibt. Gleichzeitig führen die neuen technischen Möglichkeiten auch zu noch mehr Reproduktionen, die noch weniger orts- und zeitgebunden sind als jene, über die sich schon Walter Benjamin Gedanken gemacht hat.

*Welchen Effekt hat es auf die Kunst, dass sie durch die technische Entwicklung weniger orts- und zeitgebunden wird - zum Beispiel durch Online-Ausstellungen, oder Fotos die Besucher hochgeladen haben?*

**CG:** Kandinsky hat ja gesagt "jedes Kunstwerk ist ein Werk seiner Zeit". Die digitale Welt wird also auch Einfluss auf die Kunst bekommen. Weniger auf die Rezeption der Experten, aber die populäre Rezeption der Kunst wird sich dadurch dramatisch verändern, weil Menschen einfach anders mit Kunst umgehen werden. Der digitale Raum wird sich neben dem realen als ein Informations- und Erlebnisraum etablieren. Chris Dercon, ehemaliger Direktor des Haus der Kunst und heute Direktor der Tate Modern, hat gesagt das Museum der Zukunft wird eine "Plattform" und diese Plattform wird mehrere Büh-

nen haben - eine reale und verschiedene digitale. Menschen werden Besucher auf all diesen Plattformen. Die Tate in London analysiert dies heute schon und hat gemerkt dass sie schon heute mehr Besucher online hat als im Gebäude selbst. Das ist keine Verdrängung, wie wir es in Deutschland noch oft denken, sondern muss in Zukunft als Gesamtschau betrachtet werden.

**ESW:** In der digitalen Welt wird es einen neuen dreidimensionalen Raum geben, eine neue Form der Vermittlung für vertiefende Informationen. Diese digitale Welt wird aber nicht den physischen Raum, den wir aus Museum und Galerie kennen, verdrängen. Der Besucher braucht einen physischen Raum in den er eintreten kann um Kunst zu erleben und wirken zu lassen. Virtuelle Ausstellungen können nie das gleiche Erlebnis hervorbringen, deswegen muss man auch das originale Kunstwerk anschauen können. Online-Ausstellungen sind eine neuen Genre in der Kunst aber sie werden nicht die traditionellen Ausstellungsformen bedrohen.

**JK:** Gerade für Projekte in der Interaktivität und Medienkunst ist es absolut vorteilhaft. Ich habe selber in Spanien, Deutschland, Italien gelebt und gearbeitet, und die Kollegen die ich damals kennen gelernt habe, leben heute in Südafrika, Brasilien und Dubai. Heute arbeiten wir daran eine gemeinsame Ausstellung zu planen, und es ist problemlos zwischendurch im Alltag möglich. Die fertige Ausstellung wird natürlich an einem Ort sein, zu dem wir alle kommen. Aber die Möglichkeit zu kollaborieren ist ein toller Fortschritt. Oder wenn man meine aktuelle Installation nimmt, die ja in Echtzeit Informationen aus dem Internet nutzt, die

ist ja inhaltlich überhaupt nicht mehr ortsgebunden. Sie funktioniert an jedem Ort.

**PD:** Ganz praktisch gesprochen glaube ich es hat einen enormen Effekt. Ich könnte mir selber gar nicht vorstellen zu arbeiten ohne all die Informationen die ich mir übers Internet besorgen kann. Das ist ein unbezahlbares Tool für die Recherche. Und es hilft auch unserer eigenen Wissen zu teilen, heute kann jemand aus Mexico City unser Symposium auf Youtube verfolgen. Das finde ich auch toll, dass so unser Wissen weniger ortsgebunden ist. Ich denke aber nicht, dass Online-Formate in absehbarer Zeit die herkömmliche Ausstellung ablösen können. Es gab ja Versuche Online-Galerien und Museen aufzubauen, aber alles nur mit mäßigem Erfolg.

**ST:** Für das Medium Video ist das Schöne an Online-Ausstellungen, dass der Rezipient sie an jedem Ort zu jeder Zeit ansehen kann und auch entscheiden kann, mit wem er die Kunstwerke ansieht. Ich denke, dass mehr als die Kunst selbst das Verhalten der Menschen beeinflusst wird. Vielleicht wird die Hemmschwelle niedriger sich Kunst anzusehen für Menschen die nicht ohne weiteres ins Museum gehen würden. Für großformatige Gemälde und Skulpturen bzw. Installationen gibt es natürlich keine Alternative als selbst an den Ausstellungsort zu gehen, um die Arbeiten zu „erleben“.

*Würden solche Reproduktionen überhaupt gleichwertig erlebt werden, wenn ihnen die Aura des „originalen“ Kunstwerks fehlt?*

**CG:** Das digitale Kunstwerk wird natürlich nie das Original ersetzen. Aber

die digitale Reproduktion wird ein ganz neues Kunsterlebnis ermöglichen, weil die User online die Reproduktionen in einen persönlichen Zusammenhang stellen, eine Geschichte daran knüpfen. So löst es sich von Ort und Zeit, aber auch von der Institution des Museums und wird ganz anders kontextualisiert. Duchamp hat schon 1957 gesagt dass der Betrachter 50% des Kunstwerks ist, und wenn in Zukunft der Betrachter das Kunstwerk in anderen Kontexten sieht, wird dies also auch das Kunstwerk verändern. Museen müssen ihre Kunst benutzen, um im digitalen Raum Nutzer zu inspirieren.

**ESW:** Das digital reproduzierte Kunstwerk wird nie das Original ersetzen können. Die neuen Technologien werden vielmehr eine zusätzliche Form der Vermittlung sein. Ein Weg, sich das Original außerhalb des Ausstellungsraums erneut anzusehen.

**JK:** Ich versuche mich ehrlich gesagt von diesen Kunsttheorien zu distanzieren. Ich glaube viele dieser Konzepte, wie die Aura, lassen sich nicht mehr richtig auf das anwenden was wir heute machen. Viele Arbeiten sind modular, sind mit weiteren digitalen Ebenen angereichert, sind quasi elaborate Readymades und nur schwer mit diesen Theorien zu vereinbaren. Natürlich muss man meine Installation immer noch vor Ort erleben. Der Sound des Tastenanschlags, wenn die Schreibmaschine aus virtuellen Daten Texte schreibt, ist nur vor Ort zu hören. Aber alles an meiner Installation besteht aus einfachen, reproduzierbaren Teilen und könnte überall nachgemacht werden. Das wirkliche Werk ist der immaterielle Code im Hintergrund. Statt mit einer Schreibmaschine könnte man das auch

mit einem Nadeldrucker, einem elektronisch gesteuerten Wasserfall, etc. umsetzen.

**PD:** Es hängt vom Zweck ab. Wenn ich recherchiere, langt mir manchmal auch eine hochauflösende Datei. Aber das Kunsterlebnis kann nicht ersetzt werden. Man muss die Textur sehen, sich im Raum davor positionieren können, und so weiter. Bei Skulpturen kann die digitale Version nie die reale ersetzen, und bei einem zweidimensionalen Bild auch nicht.

*Ein weiterer Aspekt dieser Entwicklung ist, dass jeder jetzt alle Informationen der Welt in seinem Smartphone dabei haben kann. Auf welche Art verändert sich das Verständnis des Betrachters, wenn er die Möglichkeit hat sein Wissen, z.B. über eine Epoche, einfach zu erweitern?*

**CG:** Audioguides bieten solche Möglichkeiten ja bereits zum Teil an, mit einem Smartphone ist aber noch viel mehr möglich. In der Zukunft wird das Museum vor allem die Rolle haben, den Besucher im riesigen Meer der Information auf die richtigen hinzuweisen. Dann kann sich das Verständnis im Sinne von "intellektuellem Vertiefen" erweitern. Es können sich aber auch neue Formen des Verständnisses bilden - man kann zum Beispiel auch durch Spaß verstehen. Es gibt bereits eine App, mit der man durch das Museum läuft, selber Bilder skizzieren kann und sie mit anderen Besuchern teilen kann - auch durch solche reine Unterhaltung kann mehr Verständnis entstehen.

**ESW:** Das ist eine sehr positiver Einfluss. Meine eigene Arbeit beginnt immer mit langer Recherche im Internet, denn so entstehen neue Zusammen-

hänge und intuitives Arbeiten. Auch für den Betrachter finde ich all die Information im Internet sehr positiv, denn sie ermöglicht ihm intuitives Verstehen.

**JK:** Das ist natürlich sehr gut. Das einzige Richtigste heute ist, sein Smartphone wie einen Schmetterlingsfänger einzusetzen und die Informationen in der Umwelt einzufangen. Wenn ich im Museum vor einem Picasso stehe, muss ich heute gar nicht mal mehr wissen, dass es ein Picasso ist. Das Smartphone kann heute das Bild selber erkennen und mir dann alles über den Kopfhörer erzählen - ich müsste nicht mal mehr selber lesen. Man bekommt genau die Informationen die man dort in diesem Kontext braucht. Diese oberlehrerhaften Informationen wie „hinter diesem schwarzen Quadrat verbirgt sich die gesamte Moderne“, die man früher oft bekommen hat und gar nicht wollte, braucht man nämlich nicht. Dahinter verbirgt sich aber auch eine Gefahr. Momentan beschäftigen wir uns gern ganz naiv mit ganz banalen Dingen und weichen komplizierten konzeptuellen Dingen lieber aus. Da sind wir genau angekommen weil wir Technologie haben, die uns das Auswendiglernen von Zahlen und Daten abgenommen hat.

**PD:** Ich glaube es ist positiv, dass Informationen verfügbar sind, wenn eine Ausstellung Neugier auslöst.

**ST:** Das sehe ich durchaus positiv. Früher musste man umständlich in Lexika nachschlagen, heute ist die Motivation größer, schnell etwas nachzusehen. Auf der anderen Seite ist das so erworbene Wissen häufig auch sehr oberflächlich und undifferenziert. Schade finde ich, dass dadurch auch das Wissen darum verloren geht, wo was nachgeschlagen

werden kann.

*Welche Auswirkung hat dies auf die Fähigkeit des Betrachters, ein Kunstwerk zu enträtseln? Wenn man einfach die Interpretation eines Experten finden kann, warum sollte man sich dann noch selbst Gedanken machen, was dieses Werk für einen persönlich bedeutet?*

**CG:** Heute kann man so eine Interpretation oft ja schon im Katalog finden. Mit den neuen technischen Möglichkeiten macht man sie nur einfach leichter zugänglich, zum Beispiel in dem man bei jedem Werk einen Link zum passenden Katalogtext setzt. Man könnte dem Besucher viel mehr Kontext bieten als nur eine Interpretation und ihm so sogar beim persönlichen Enträtseln helfen - die Frage ist aber ob der Besucher sich wirklich so viel Zeit nehmen will. Für wirklich Interessierte eröffnen sich auch Möglichkeiten, den Museumsbesuch daheim nachzubereiten. Wenn man ein Bild besonders toll fand, kann man online zusätzliche Informationen finden, die es gar nicht in diesem Museum gab - zum Beispiel verwandte Zeichnungen aus einem anderen Museum. Dies wird aber eher für Fachleute interessant sein. Für Besucher mit weniger Vorbildung könnte man ganz neue Kontexte herstellen, die für einen Kunsthistoriker banal sind - zum Beispiel wenn man Bilder nach verwandten Farben oder Motiven suchen kann. Wir haben so etwas einmal für das Städelmuseum umgesetzt und die Tate hat auch bereits ihren gesamten Bilderfundus so durchsuchbar gemacht. Das Guggenheim hat das Verschlagworten seiner Bilder sogar öffentlich gemacht und so entstehen Kontexte, auf die das Museum selber nie gekommen wäre - zum Beispiel eine Zusammenstellung aller Bilder mit In-

dianern drauf. All dies ist meiner Meinung nach positiv für den Prozess des Verstehens.

**ESW:** Man wird sich weiterhin zuerst selbst eine Meinung bilden und versuchen selbst nachzuvollziehen was der Künstler gemeint haben könnte und was es für einen persönlich bedeutet. Später kann man dann im Internet gut Zusatzinformationen finden und seine eigenen Gedanken weiter vertiefen. Aber es ist sehr schwierig gute und interessante Interpretationen von zeitgenössischer Kunst im Internet zu finden. Das funktioniert eher bei klassischen Werken. Deswegen glaube ich nicht dass es hier ein Problem gibt, es wird eher eine positive Hilfe bei der eigenen Interpretation sein.

**JK:** Da ist natürlich was dran. Wenn man die „hard facts“ wie „wer“, „was“, „welche Künstlergruppe“, etc. weiß, dann hilft es ja einerseits um mit anderen über das Werk zu sprechen. Wenn ein nur teilweise Interessierter in der Zeitung über eine Picasso-Ausstellung gelesen hat, und dort steht dass Picasso viermal verheiratet war und seine Kunst sich mit Weiblichkeit beschäftigt, dann geht er mit diesem Glückskekse-Wissen in die Ausstellung und kann so mit der Person neben ihm reden. Das ist zwar oberflächliches Wissen, aber es erleichtert es mit anderen zu reden. Das Wichtige ist, dass man mehr über Kunst redet. Je besser und personalisierter diese Systeme werden und je besser sie dich kennen, desto weniger sind sie ja im Vordergrund. Aber wir müssen aufpassen, die Tools nur als Hilfestellung zu benutzen. Manche fangen heute schon an, die Welt nur noch durch ihr Telefon wahrzunehmen, und dann steht das Tool der Erfahrung im Weg. Diese

Gefahr muss man Leuten auch bewusst machen, in solchen Fällen sollte man lieber mal bewusst uninformiert an etwas herantreten. Dort muss man die Balance finden, aber wir wissen heute noch nicht ob die positiven oder negativen Effekte überwiegen. Wir können heute nur damit experimentieren.

**PD:** Man findet die Interpretation eines Experten gar nicht so einfach im Internet. Eher findet man viele unspezifische Informationen, und man stimmt ja selber auch nicht mit allem überein was man findet. Gute Kunst wird immer ein Stück weit ein Rätsel bleiben, mit dem man sich beschäftigt. Es wird immer noch ein persönliches Urteil nötig sein. Wenn das Internet bei dieser Beschäftigung hilft, ist es wunderbar.

**ST:** Ich glaube es ist wichtiger denn je in der Kunstvermittlung genau diesen Aspekt zu betonen: dass es nicht nur darum geht, ein Werk einordnen zu können, sondern zuzulassen, dass es auf einen wirkt, dass die Betrachtung zu einer persönlichen Erfahrung wird.

*Moderne Kunst ist oft sehr kontextuell und davon abhängig „worüber“ sie ist. Wird sie einfacher zugänglich durch leichtere Recherchierbarkeit oder verliert sie ihre Bedeutung weil sie dann vielleicht zu offensichtlich wird?*

**CG:** Es verliert sicher nicht an Bedeutung. Es ist eine gewisse kunsthistorische Perspektive, dass Kunstwerke immer gut erklärbar sein müssen, aber die Bedeutung die der Künstler ursprünglich wollte, verändert sich ja nicht. Vielleicht zugänglich wird sie aber auch nicht. Wenn man ein modernes Werk heute recherchiert, dann findet man meistens die Biographie des Künstlers

oder Literaturhinweise. Das Werk selber wird dadurch aber nur marginal zugänglicher.

**ESW:** Ich denke nicht, dass wir Menschen so autoritätsgläubig sind, dass wir einfach eine Bedeutung recherchieren und übernehmen. Stattdessen wird sich jeder seine eigene Wahrheit und Bedeutung zusammen suchen.

**JK:** Sie wird leichter zugänglich, aber das wird sich nicht negativ auf die Bedeutung auswirken.

**PD:** Wenn sie ihre Bedeutung verlöre, dann wäre sie keine gute Kunst sondern nur Illustration von Information. Eine komplexe Arbeit zeigt unerwartete Lösungen und generiert Wissen, dass sich nicht einfach so auflösen lässt. Das Ziel von Kunst solle ja nicht Verklausulierung sein, deswegen sehe ich hier keine Bedrohung.

**ST:** In gewisser Weise wird sie dadurch etwas einfacher zugänglich, weil es oft schon sehr weiterhilft zu wissen, wann die Arbeit entstanden ist, sowie einige Eckdaten über den Künstler.

*Welche Auswirkungen hat es auf die Auseinandersetzung mit einem Kunstwerk, wenn der Betrachter abgelenkt ist und beschäftigt damit, den Künstler und sein Werk zu recherchieren?*

**CG:** Das ist eine Befürchtung, die man in dieser Zeit häufig hört. Aber das würde auf jede Skulptur im öffentlichen Raum auch zutreffen, und dort funktioniert Kunst auch. Wenn die Information klug gemacht ist, dann führt sie den Besucher zur Kunst und lenkt nicht ab. Das Guggenheim- Museum hat bei der Cattelan-Ausstellung sogar auf Wand-

texte verzichtet, weil die Hauptinstallation in der Raummitte stand und man sich von ihr wegdröhnen hätte müssen um den Text zu lesen. Stattdessen haben sie eine App fürs iPhone angeboten, und iPhones verliehen falls Besucher keine eigenen hatten, mit denen man direkt vorm Werk Informationen bekommen konnte. So war das moderne Angebot sogar weniger ablenkend als Wandtexte.

**ESW:** Es wäre für mich natürlich sehr ärgerlich, wenn der Besucher ständig mit seinem Smartphone beschäftigt wäre und im Verstehensprozess dauernd Informationen nachschaut. Solange der Besucher sich im physischen Raum befindet, sollten die Kunst und die Ausstellung das wichtigste sein. Es ist sehr wichtig, dass man sich erst seine eigene Meinung bildet und seine eigenen Gedanken macht. Dabei wäre es schade wenn man dann nicht die ganze Aufmerksamkeit der Kunst widmen kann.

**JK:** Ich glaube das hängt sehr von der Arbeit ab. Bei meinen Installationen macht es keinen Sinn, sich Informationen über mich oder meine anderen Arbeiten zusammen zu suchen. Alles was man braucht um die Arbeit zu verstehen, ergibt sich aus der Installation selbst. Dann sollte man sich nicht „ablenken“ mit Recherchen. Aber bei anderen Künstlern, zum Beispiel bei Maurizio Cattelan, ergeben sich noch ganz andere Möglichkeiten des Verstehens wenn man etwas über seine anderen Arbeiten lesen kann. Dort wäre es ein Vorteil und keine Ablenkung, wenn man direkt vor der Skulptur recherchiert.

**PD:** Das betrifft gar nicht spezifisch

die Kunst, sondern grundsätzlich das ganze Leben. Ist man noch in der Lage sich längerfristig zu konzentrieren? Wir können aber den Leuten nicht verbieten ihr Handy zu benutzen. Jeder muss für sich selber entscheiden wie er sich selber am besten mit Kunst beschäftigen kann.

**ST:** Ich sehe das Problem weniger darin, dass der Rezipient beschäftigt ist, sich über das Werk zu informieren, als darin, dass während des Ausstellungsbesuchs oder der Auseinandersetzung mit der Kunst tausend andere Dinge möglich sind: noch schnell das Wetter nachsehen, eine E-Mail beantworten, sich parallel in sozialen Netzwerken aufzuhalten, und so weiter.

*Wird die Möglichkeit der Besucher, jede Frage sofort recherchieren zu können, das Kunsterlebnis des Betrachters generell positiv oder negativ beeinflussen?*

**CG:** Ich bin zutiefst davon überzeugt dass der Einfluss positiv ist. Grundsätzlich ist das Erlebnis erst einmal von der Recherchierbarkeit unabhängig - entweder gefällt das Kunstwerk oder nicht. Aber in der nächsten Stufe, der Neugier, führt die Recherchierbarkeit zu Zugang zu vielen neuen Informationen und die Aufgabe des Museums wird werden, dem Besucher beim Finden dieser Antworten zur Hand zu gehen und einige bestimmte Antworten selber zu geben. Ein Katalog bietet auch gewisse Recherchierbarkeit und dort fragt kein Mensch ob dies das Kunsterlebnis negativ beeinträchtigt. Da ein Smartphone aber ein sehr persönliches Gerät ist und ein weniger geführtes Erlebnis erlaubt als es das Museum vorsieht, ich kann zum Beispiel ein Bild selbst kommentieren und in meinem Netzwerk

verteilen, werden ganz neue Rezeptionsmöglichkeiten geschaffen und zusätzliche Möglichkeiten, sich mit Kunst auseinandersetzen. Das ist für mich ein klarer Mehrwert.

**ESW:** Durch das Internet bekommt man als Besucher Zugriff auf viele verschiedenen Sichtweisen auf die Kunst. Es ist ein positives Erlebnis, diese im Internet recherchieren zu können und dadurch neue Zugänge zu einem bestimmten Werk oder Künstler zu finden. Aus diesem Grund ist generell der Zugang zu so vielen Informationen wie möglich sehr wichtig, und da ist die Möglichkeit immer online recherchieren zu können ein großer Vorteil, ein sehr positiver Einfluss.

**JK:** Wie man aus meinen vorherigen Antworten ja schon sehen konnte, finde ich es schwer mich zu entscheiden. Es ist positiv, weil es Leute einbezieht und eine bessere Kommunikation ermöglicht. Das Negative ist aber dass das Interessante und Wertvolle verloren gehen könnte, weil Leute das Bild nicht mehr lang genug betrachten. Sie schauen kurz und recherchieren dann. Das mag praktisch sein für einen Galeristen auf der Art Basel, der nur schnell Informationen braucht, aber als Betrachter sollte man sich eher Zeit nehmen für das Formale. Wenn man vor einem Bild von Egon Schiele steht, ist es erst mal total egal dass er mit 27 gestorben ist. Man sollte sich lieber mit seiner Liniendarstellung beschäftigen und versuchen das zu verstehen.

**PD:** Hoffentlich positiv, mir fällt zumindest kein Grund ein warum es negativ sein sollte. Die Fragen, die in der Kunst gestellt werden sind ja oft komplex und nicht nur ja / nein Fragen. Da glaube

ich, dass die Recherchierbarkeit generell positiv ist. Aktuell beschränken sich interaktive Werke oft darauf, dass der Betrachter sie „starten“ oder in vorgegebenen Bahnen beeinflussen kann.

*Wie wird Interaktivität in Kunstwerken in Zukunft aussehen? Erlauben sie dem Betrachter mehr Einfluss auf das Werk selber?*

**CG:** Ich weiß nicht ob sie mehr Einfluss auf das Werk bekommen. Auf jeden Fall aber mehr Einfluss auf die Rezeption. Wenn ich Internetzugang im Museum ermögliche, und nicht viele Museen in Deutschland bieten das, dann öffne ich das Kunstwerk total und gebe es aus der Hand. Der Besucher kann alles machen, was er will, er kann seine Mutter davor stellen und das Foto von ihr und dem Werk verteilen. Diese Partizipation wird immer wichtiger und sich neben den geführten Erklärungen etablieren.

**ESW:** Dieser stärkere Einfluss aufs Werk wird zu einem neuen Kunstgenre führen, so wie sich auch in der Musik immer neue Genres entwickeln. Aber man darf nicht vergessen, dass es immer noch viele andere Genres in der Kunst gibt und geben wird. Als Besucher will man die Technik und das Interaktive auch manchmal einfach draußen lassen, weil man auch leicht zuviel davon bekommen kann. Deswegen wird solche interaktive Kunst die Malerei nie verdrängen, sondern zusätzlich sein - die relative Wichtigkeit dieser Genres wird mit der Zeit schwanken.

**JK:** Technisch ja. Aber dadurch dass interaktive Kunst immer erwachsener gewordener ist und heute im Vergleich mit herkömmlicher Kunst salonfähig ist, bekommt der Betrachter ja eher we-

niger Einfluss. Je etablierter etwas ist, desto geschlossener wird es. Am Anfang hat die interaktive Kunst zum Besucher noch gesagt „bitte, bitte, komm und spiel mit uns“, wie eben das vorher erwähnte „Bubbles“. Heute sagt sie eher „komm und geh bitte langsam vorbei, weil wir dich brauchen um unsere Schönheit zu entfalten“, wie bei „Audience“ von Chris O’Shea. Dieses Werk ist formal von einer unglaublich hohen Qualität – aber der Betrachter hat eher weniger Einfluss als er es bei früheren Werken hatte.

**ST:** Ich glaube diese Frage kann man nicht pauschal beantworten. Es wird neue Kunstformen geben, da unsere Gesellschaft in der Kunstproduktion gespiegelt wird. Die traditionellen Techniken müssen aber davon nicht unbedingt beeinflusst werden.

*Wie könnte die schwindende Orts- und Zeitgebundenheit der Betrachter zu neuen Kunstwerken führen?*

**CG:** In dem Maße in dem sich unsere Gesellschaft und ihre Instrumente verändern, wird sich auch die Kunst verändern. Ein gutes Beispiel ist die „art invasion“ des MoMA. Programmierer haben ohne offiziellen Auftrag des MoMA virtuelle Kunstwerke im Museum verteilt, die man mit einer Augmented Reality App sehen konnte, wenn man durch das Telefon auf die richtigen Stellen blickt - darunter war sogar ein Banksy. Die selbe Gruppe hat auch einen virtuellen Pavillon auf der Biennale angeboten. So entstehen spannende neue Arten mit einem Museum umzugehen und den Raum virtuell zu besetzen. Dort stellt sich die Frage wie mit diesem virtuellen Raum umgegangen werden soll, in Deutschland würde man

wohl erst mal Verbote dieser Guerilla-Techniken fordern, das MoMA hat aber positiv reagiert.

**ESW:** Ich bin vielleicht ein bisschen romantisch, aber ich glaube immer noch an die Aura des Kunstwerks. Man kann das Internet und die Gelöstheit von Raum und Zeit gut für die Recherche benutzen, aber das Kunsterlebnis des Betrachters wird immer an Ort und Zeit gebunden sein. Wenn man Kunst sehen will, wird man an einen Ort wie ein Museum oder eine Galerie gehen, in einen physischen Raum. Die Stimmung, das Licht, die Möglichkeit die Struktur und die Oberfläche des Werks aus der Nähe betrachten zu können, das ist alles wichtig für das Erlebnis von Kunst.

**JK:** Den Effekt kann man schon seit ein paar Jahren in der Musikwelt sehen, wo ganz junge Leute heute die Musik der Beatles und Stones besser kennen als die Leute, die damals selber dabei waren. Und die machen dann ganz jung selber Musik voller historischer Anspielungen und Zitate. Heute kann ich auch als Künstler in kürzester Zeit durch eine Recherche herausfinden wofür ich früher jahrelange Erfahrung brauchte. Und dann kann ich viel schneller eine logische Schlussfolgerung ziehen und entscheiden welche Art Kunst ich selber machen will, als ich es früher konnte. So können Künstler viel früher Wissen sammeln und sich schneller entwickeln. Die denken dann schon mit 25 „what? hab ich jetzt schon alles gesehen?“ und kommen dann mit neuen radikalen Ideen.

**PD:** Was man heute in der zeitgenössischen Kunst merkt, ist das auch den Künstlern viel mehr Informationen zur

Verfügung stehen. Auf einmal können Künstler sich mit Themen auseinander setzen, die nicht mehr aus ihrem Umfeld oder Land kommen. Und viele Künstler arbeiten bewusst damit und stellen Fragen, was das über unser Wissen, unsere Gesellschaft, etc. aussagt. Ich glaube nicht, dass die Kunst dadurch generell neuer und radikaler wird, aber es öffnet neue Themen.

## 5.2 Zur Ausstellungskonzeption

Besucher haben sich daran gewöhnt immer online zu sein und alle Informationen verfügbar zu haben. Neue Verhaltensweisen wie Kommentieren, Empfehlen, Personalisierung, etc. sind für viele heute selbstverständlich. Gleichzeitig hat die Fähigkeit zur schnellen Vernetzung und Kommunikation zu vielen Ausstellungen außerhalb der institutionellen Kunstwelt geführt und die Grenzen zwischen Amateuren und Experten verwischt. In der institutionellen Welt ist der White Cube jedoch weiterhin die dominante Ausstellungsform.

*Welche Rolle wird die traditionelle Informationsvermittlung (wie Texte auf Tafeln) in Zukunft noch spielen?*

**CG:** Diese werden in Teilen weiterhin vorhanden sein. Es wird immer noch einen Katalog geben, vielleicht als eBook statt auf Papier. Auch Wandbeschreibungen wird es weiterhin geben, vielleicht digital. Aber die kleinen, mit Schreibmaschine geschriebenen Handzettel, die man in manchen Museen immer noch bekommt um manche Räume zu erklären, die werden verschwinden. **ESW:** Die Informationen werden in Zukunft eher auf das Smartphone kommen, zum Beispiel in einer App oder

mit einem Link zu einer Webseite. So trägt jeder seine Informationen immer bei sich und muss nicht mehr in Informationsheften blättern, auf diese Art wird es sogar persönlicher. Ich finde es auch sehr positiv, dass man dann entscheiden könnte das Smartphone einfach bei einem Werk nicht zu benutzen und es stattdessen ganz unvoreingenommen zu sehen. So hat der Besucher selbst wirklich die Wahl, wie er das Werk betrachten möchte, und das finde ich sehr wichtig.

**PD:** Die Erwartungshaltung der Besucher kann sehr verschieden sein. Natürlich gibt es die Digital Natives, die sich schon ganz anders verhalten. Aber es gibt immer noch sehr viele Besucher, die die ganz traditionelle Ausstellung erwarten und gern Bilder an der Wand anschauen möchten. Das Durchschnittsalter bei unseren Ausstellungen ist gefühlt relativ hoch, viele haben da kein Smartphone und erwarten einen gedruckten Katalog. Solange das so bleibt, wird die traditionelle Vermittlung bleiben. Wir haben auch die Erfahrung gemacht, dass das Publikum diese traditionellen Angebote sehr vermisst, wenn man sie dann einmal nicht anbietet.

**ST:** Meine Erfahrung ist, dass diese Infos nach wie vor sehr gern angenommen werden, da sie den schnellsten unmittelbaren Einstieg in ein Kunstwerk bieten, wenn sie knapp und fundiert gehalten sind und direkt in der Nähe der Kunst platziert sind.

*Welchen Einfluss werden neue technische Möglichkeiten und zusätzliche Quellen haben? Zum Beispiel Links auf vertiefende Webseiten via QR-Codes?*

**CG:** QR-Codes sind ein bisschen eine Modegeschichte. In Zukunft werden sich aber sicher unsichtbarere Strukturen entwickeln, wie man Informationen an bestimmte Orte binden kann und dann solche Links setzen.

**ESW:** Wie vorher gesagt finde ich es sehr wichtig, dass der Betrachter eine freie Wahl hat, welche Informationen er wann verwendet. Ob er eine App nutzt oder nicht, ob er einen vertiefenden Link liest oder nicht. QR Codes sind in Galerien nicht so weit verbreitet, aber in Museen habe ich es schon öfter gesehen. Ich halte das für einen guten Weg, Zusatzinformationen anzubieten und dem Betrachter die Möglichkeit zu geben sich länger zu beschäftigen, wenn er möchte. Ich war einmal in einer Ausstellung in der Tate wo man als Besucher die Möglichkeit hatte, drei verschiedene Meinungen zu einem bestimmten Kunstwerk zu hören, je nachdem welchen Knopf man drückt. Das war eine sehr positive Art, das Kunstwerk aus verschiedenen Winkeln zu sehen und persönlich zu interpretieren. Ich konnte selber wählen und es von meiner Stimmung abhängig machen. Es wird definitiv eine viel größere Rolle in der Zukunft spielen dass Informationen auf so eine oder ähnliche Art personalisierter angeboten wird. Die Ausstellung verliert dadurch einen Teil ihrer Autorität über den Besucher und das kann sehr erfrischend wirken.

**PD:** Ich habe erst kürzlich eine Ausstellung gesehen, in der QR-Codes verwendet wurden. Ich glaube schon, dass das in Zukunft noch wichtig werden wird. Ich finde es positiv, dass man dann verschiedenen Besuchertypen und Interessen verschiedene Angebote machen kann. Aber es stellt sich noch die Frage,

wie man das sinnvoll in die Ausstellung einbettet, ohne 90% der Besucher das Gefühl zu geben davon ausgeschlossen zu sein. Wenn man heute moderne Techniken verwendet sehen möchte, dann muss man eher in ein Technikmuseum gehen. Das BMW Museum zum Beispiel ist dort sehr aktiv. Diese Techniken führen aber immer in einen Präsentationsmodus und das ist im Kunstmuseum nicht immer das, was man erreichen möchte.

**ST:** Zusätzliche Informationen werden sicher eine Rolle spielen, dennoch ist ein Ausstellungsmacher ja daran interessiert, dass der Betrachter sich in erster Linie direkt mit der Kunst auseinandersetzt und nicht parallel mit den verschiedensten anderen Informationsquellen.

*Welche Rolle spielt der White Cube bei der Ausstellung von Medienkunst, mit ihrer Non-Linearität, ihrer Abhängigkeit von Verbindung zur Außenwelt und ihren technischen Anforderungen?*

**ESW:** Ich glaube, das ist einfach ein Genre das nicht wirklich für den White Cube gemacht ist. Es ist ein bisschen entfernt von der traditionellen Kunst und passt nicht in so einen Raum. Es passt besser dahin wo es herkommt, in die Welt der Medien.

**JK:** Da würde ich wieder unterscheiden. Die bekannte Bitforms Gallery in NY zeigt Medienkunst und ist ein klassischer White Cube. Aber andere Medienkunst kann nicht in einem White Cube funktionieren, weil sie dort sein muss wo Menschen sind und interagieren können. Man sollte also anhand des konkreten Werkes unterscheiden.

**ST:** Ich denke nicht, dass es eine „richtige oder falsche Art“ gibt, Medienkunst oder andere Kunst auszustellen. Ich persönlich finde für jede Art von Kunst unkonventionelle Räume, mit denen die Kunst in einen Dialog treten kann, besonders spannend, das ist aber meine subjektive Meinung. Der White Cube hatte und hat seine Daseinsberechtigung.

*Wie müsste sich der White Cube weiterentwickeln?*

**CG:** Im Grunde muss er sich in die digitale Welt ausdehnen, er muss neben der realen Architektur auch eine digitale Architektur bekommen. Das muss in den Museen und den Köpfen der Kuratoren heute noch verstanden werden, weil dass das Berufsbild verändert und andere Instrumente erfordert.

**JK:** Nein, ich finde White Cubes sind gut wie sie sind. Für viele Arten von Medienkunst, angewandter Kunst, Design, etc. sind sie immer noch das richtige Ausstellungsmedium.

*Wie nutzen Sie die Möglichkeiten des Web 2.0 (wie Facebook, Twitter, Youtube, etc.) in ihrer Öffentlichkeitsarbeit? Was sind die positiven und negativen Erfahrungen?*

**CG:** Ich kann das am Beispiel des Haus der Kunst erläutern, das jetzt ganz massiv das Web 2.0 einsetzt. Das hat mit der Ai Weiwei Ausstellung begonnen, wo das Haus der Kunst gesehen hat wie ein Künstler diese Medien einsetzt und sein künstlerisches Ich damit auch konstruiert. Im Blog zur Ausstellung wurden Posts bis zu 70.000 mal gelesen und dadurch ist das Haus dann aufgewacht. Mittlerweile gibt es seit einem Jahr eine

aktive Facebook-Seite hat, für Youtube wird jede Veranstaltung und jeder Vortrag gefilmt. Beim Symposium 75/20 wurde jetzt zum ersten Mal Twitter massiv eingesetzt. In den 48 Stunden haben wir ca. 480 Tweets abgesetzt und haben eine Reichweite von 80.000 Menschen gemessen. Das war eine positive Überraschung, wie groß das Interesse war. Die Erfahrungen daraus sind sehr positiv, das Publikum ist sehr dankbar für die Möglichkeit zu erleben wie ein Museum funktioniert. Plötzlich wird das ganze Drumherum transparent und man kann mitverfolgen wie Ausstellungen entstehen, während man früher nur auf die Vernissage gehen konnte. Wir arbeiten aber auch mit vielen anderen Museen zusammen und viele sind da noch nicht so weit wie das Haus der Kunst.

**ESW:** Ich verwende das persönlich nicht so viel. In meinem sozialen Netz schaue ich nach wann bestimmte Veranstaltungen stattfinden und verwende es als Kalender, aber sonst bin ich selbst nicht aktiv. Ich weiß dass diese Wege eine wichtige Rolle bei der Vermarktung meiner Kunst spielen, aber ich überlasse das lieber meinen Galerien, weil es für mich zu viel ‘Business’ ist. Ich möchte meine Zeit lieber für meine Kunst nutzen.

**JK:** Ich glaube man nutzt das um sich auszutauschen oder einen Einblick in einen Prozess zu bekommen. Ich zeige dort Dinge die halbfertig sind oder an denen ich nicht weiter arbeiten möchte, um etwas Feedback zu bekommen. Es ist quasi eine Art virtueller Studiobesuch und damit habe ich positive Erfahrungen gemacht.

**PD:** Wir nutzen all diese Medien im Haus der Kunst ja. Man muss aber vorsichtig sein, was man wofür nutzt. Auf Facebook bekommen die Posts, die am wenigsten mit den Ausstellungen zu tun haben, die meisten Likes. Facebook ist also nicht gut für eine inhaltliche Auseinandersetzung mit der Ausstellung. Es müsste halt auf einem Format bleiben, wie es die Tate zum Beispiel macht – die fragt ihre Facebook Fans nach Titelvorschlägen für Ausstellungen, aber ich kann mir nicht vorstellen dass die Vorschläge dann wirklich berücksichtigt werden. Wir nutzen Facebook eher um Events anzukündigen und generell über die Institution zu informieren, und das funktioniert sehr gut. Auch unsere eigene Homepage nutzen wir sehr aktiv, und Youtube und Twitter sind Kanäle über die wir diese Informationen dann verbreiten. Ich finde dass wir diese Möglichkeiten sehr klug nutzen und damit positive Erfahrungen gemacht haben.

**ST:** Es geht nicht ohne, aber man sollte sich nicht ausschließlich darauf konzentrieren. Meine Erfahrung ist, dass häufig mehr Menschen als angenommen sich auf traditionellen Wegen informieren.

*Werden in Zukunft die zugrunde liegenden Verhaltensweisen (wie Empfehlen, Kommentieren, Teilen, persönliches Zusammenstellen) auch in Ausstellungen eingebaut werden?*

**CG:** Auch das kann ich fürs Haus der Kunst beantworten, wo Partizipation immer wichtiger wird. Man kann über die Website und die Facebook-Page bereits partizipieren. In der Ausstellung selbst sehe ich so etwas noch nicht, aber im digitalen Raum der über der Aus-

stellung liegt ist so etwas sehr wichtig. Und dadurch ist es dann gewissermaßen auch Teil der Ausstellung. All das macht das Museum auch attraktiver und menschlicher, es kommt weg von den “heiligen Hallen” und “edle Einfalt und stille Größe” und kommt näher zum Besucher. In den Ausstellungen verändert sich durch solche Entwicklungen die vorher lineare Perspektive, der Besucher wird nicht mehr beglückt sondern einbezogen. Ein schönes Beispiel sind Stadtmuseen. Dort könnte man die Geschichte einer Straße erzählen, indem man einen Historiker und Experten zu Wort kommen lässt - oder indem man die Bewohner und ihre Bilder mit einbezieht. Letzteres bietet so viele neue Geschichten, wird aber oft noch vernachlässigt.

**JK:** Heute kann man ja einfach schon bei Foursquare markieren auf welcher Ausstellung man war und sie seinen Freunden empfehlen, ohne dass das Museum selbst da überhaupt mitmacht. In Zukunft werden die Museen darauf reagieren und Dinge bereitstellen. Vielleicht stellen sie Kommentarmöglichkeiten bereit, vielleicht anderes. Ich kann nicht sagen was sie genau machen werden, aber sie werden auf jeden Fall reagieren.

**PD:** Ehrlich gesagt, ich hoffe, dass so etwas nicht passieren wird. Wenn wir eine Ausstellung vorbereiten, dann denken wir teilweise fünf Jahre darüber nach, was wir in welchem Kontext zeigen. Es gibt einen Grund warum alles so aussieht wie es aussieht und es ist schön wenn Besucher sich davon etwas mitnehmen können. Wenn wir dem Besucher jetzt diese Arbeit übertragen würden, wie zum Beispiel sich selber Favoriten zusammen zu stellen,

dann bräuchte man sich all diese Mühe nicht mehr machen. Man sollte nicht den Anschein einer basisdemokratischen Arbeit erwecken, denn das ist es nicht. Es ist eine lange Recherche und die Ausstellung ist nur der Endpunkt. Vielleicht könnte man die Möglichkeiten ja nutzen um besser zu vermitteln, welche Arbeit und Gedanken wir in so eine Ausstellung stecken.

**ST:** Bestimmt. Ausstellungen zeitgenössischer Kunst reflektieren ja das Verhalten der Gesellschaft. Wie kann dieser Aspekt da außen vorgelassen werden?

*Wie reagieren Museen und Galerien auf die „Konkurrenz“ der alternativen Ausstellungen außerhalb der traditionellen Institutionen?*

**CG:** Hier muss man wieder unterscheiden zwischen deutschen und ausländischen Museen. In Deutschland reagiert man oft mit Kritik und wahnsinniger Angst auf diese Entwicklungen. Durch die verbeamteten Strukturen ist alles auch so behäbig dass die Flexibilität die man für eine Reaktion bräuchte, oft nicht da ist. Entweder reagiert man gar nicht oder sehr vorsichtig. Es gibt aber einige Pioniere, die hierfür offen sind, zum Beispiel das NRW-Forum in Düsseldorf, das Städel oder auch das Haus der Kunst, die versuchen offen zu sein für den digitalen Raum und mit ihm zu interagieren. Einen Plan, auf wen man sich in Zukunft einlassen möchte und was man damit erreichen will, wie es die Tate schon definiert hat, habe hier in Deutschland aber nur wenige.

**ESW:** Es ist sehr positiv, dass so eine Subkultur entstanden ist. Das ist aber meiner Meinung nach keine Konkurrenz, es ist etwas Zusätzliches wofür

auch Platz sein muss. Ich glaube, dass es zu einer Wechselwirkung zwischen den traditionellen Institutionen und den unabhängigen Ausstellungen kommt. Falls es wirklich gute Kunst in so einer Ausstellung gibt, wirklich gute Kunst, dann geben Galerien und Museen ihr eine Chance. Aber es ist jetzt nicht so, dass die Galerien von sich aus sehr offen sind von diesen unabhängigen Künstlern kontaktiert zu werden.

**JK:** Ich glaube das ist gar nicht so neu. Es gab auch schon früher immer eine Phase der Selbstorganisation, bevor man an eine Galerie oder an einen Kurator herantrat. Ich würde es aber nicht als Konkurrenz sehen, weil es sehr verschiedene Angebote sind. Quasi ein kleines Lokalkino mit ganz speziellen Filmen gegen ein Blockbuster-Kino.

**PD:** Es wäre falsch das als Konkurrenz zu bezeichnen, es ist eher eine Erweiterung und eine neue Zugangsmöglichkeit zur Kunst. Museen können so ein anderes Publikum erreichen, das gerade erst entsteht.

**ST:** Ich würde es nicht als Konkurrenz sondern als Vielfalt sehen.

*Viele dieser neuen Ausstellungsformen werden selbst kuratiert. Welchen Einfluss hat das auf die Rolle des Kurators?*

**CG:** Die Kompetenz des Kurators wird im Grunde nicht gefährdet, diese neuen Ausstellungen sind einfach ein „Mehr“. Der Kurator muss aber sein Berufsbild wandeln. Der Museumsmacher heute ist immer noch ein Experte, aber er muss auch ein Informationskurator sein, er muss im digitalen Netz vernetzt sein und Wissensmarketing betreiben. Er muss über verschiedene Plattformen

und Medien hinweg Geschichten erzählen können, neben Ausstellung und Katalog auch im Blog, bei Youtube und bei Flickr. Wenn man den Nutzer mit einbezieht, bedeutet es jedoch, dass der Kurator etwas Autorität abgeben muss nach außen. Die Medienkompetenz, die man dafür braucht, fehlt aber heute noch, weil die einfach an Universitäten kaum gelehrt wird.

**ESW:** Manche Betrachter sehen es vielleicht gern, wenn vorher ein Kurator als Experte alles ausgewählt hat und quasi abstempelt, dass es gut ist. Ich finde aber das ist eine Bankrotterklärung des Betrachters, denn er muss selbst entscheiden was er gut findet und was nicht. Das ist ein weiterer Grund, warum ich die unabhängigen Ausstellungen so gut finde. Sie sind ein Ort wo neue Dinge anfangen.

**PD:** Ich würde sagen dass diese Ausstellungen gar nicht kuratiert werden. Heute wird jegliche Art der Auswahl einfach als kuratieren bezeichnet, sogar Schuhläden werden kuratiert. Und das ist eine Verwässerung des Begriffs. Kuration ist langfristige wissenschaftliche Auseinandersetzung, und das passiert bei diesen Ausstellungen nicht. Wenn man aus zehn Freunden drei für die Ausstellung auswählt, dann ist das noch nicht kuratieren.

**ST:** Ich glaube, die Ausstellung eines renommierten Kurators in einem großen, angesehenen Haus wird immer noch anders wahrgenommen, als kleinere, eventuell von den Künstlern selbst organisierte Ausstellungen. Beides ist auf seine Art spannend und trägt zur Vielfalt in der Kunstwelt bei.

*Wird dieser Trend auch die Notwendigkeit*

*des Kurators in der traditionellen Kunstwelt schwächen? Oder wird der Kurator mit der verwirrenden Vielfalt von neuen Ausstellungsformen und Möglichkeiten sogar wichtiger?*

**CG:** Wenn sich der Kurator auf die Entwicklung einlässt und darauf reagiert, dann wird er sogar wichtiger. Wenn er das aber nicht tut, dann verliert er seine Rolle, denn dann negiert er sein Publikum und dessen neue Rezeptionsgewohnheiten.

**JK:** Der Kurator ist unglaublich wichtig um alles in einen Kontext zu stellen. Idealerweise zeigt man nicht einfach nur alles was gemacht wurde, solche simple Aggregation kann man selber. Ein guter Kurator schafft es aber fünf Arbeiten in einem Raum so zu zeigen, dass der Betrachter erkennen kann in welchem Verhältnis sie miteinander stehen, was der Trend in der modernen Kunst ist, welche Themen vorherrschen. Solchen Kontext kann nur ein guter Kurator herstellen und das ist wichtig.

**PD:** Der Kurator hat heute eine Bedeutung erlangt, die er in dieser Form früher noch nie hatte. Es ist heute fast ein Traumberuf und viele stellen ihn sich sehr glamourös vor. Die Bedeutung des Kurators ist also in den letzten Jahren schon stark gewachsen. Ich glaube auch nicht, dass die Bedeutung des Kurators geschwächt wird, aber die vorher angesprochene Verwässerung des Begriffs wird dazu führen, dass es mehr Diskussionen gibt was ein Kurator eigentlich ist. Das wird aber keine Auswirkung auf seine Bedeutung haben.

*Welche Konsequenzen hat die neue Fähigkeit von „Amateuren“ Kunst zu schaffen und zu publizieren auf die Trennung*

*von ausgebildeten Künstlern und Autodidakten?*

**CG:** In der Musik gibt es ja schon die Entwicklung dass es immer mehr Musiker gibt und es immer schwieriger wird sich wirklich durchzusetzen. Ich glaube in der Kunst wird es aber nicht ganz so dramatisch, da man dort ein ganzes Instrumentarium hat und nicht von einer Technik abhängig ist. Aber es wird die Akademien insofern beeinflussen, dass sie sich für neue Disziplinen öffnen müssen, dort wird Informationstechnologie und Technik wichtiger werden.

**ESW:** Es hat keine Konsequenzen für die "richtigen" Künstler. Die Leute, die nicht aus dem Akademiesystem kommen, werden sich in der Kunstwelt nicht durchsetzen können. Deswegen wird diese Trennung langfristig auch bleiben.

**JK:** Natürlich gibt es immer mal wieder einen Autodidakten der den Durchbruch schafft, so wie Banksy. Aber generell wird es immer einen Qualitätsunterschied geben, denn die Zeit in einer Akademie bedeutet dass man mehrere Jahre hatte sich intensiv mit etwas zu beschäftigen. Und die Qualität, die aus dieser Beschäftigung kommt, kann man sehen. Außerdem sorgen die Hochschulen auch für Gedankenaustausch untereinander und mit anderen akademischen Disziplinen.

**PD:** Nur weil jemand an einer Akademie war, ist er nicht automatisch ein besserer Künstler. Aber gleichzeitig ist die Wahrscheinlichkeit dass jemand nur mit einer Internetseite Karriere macht, sehr gering. Zum Erfolg braucht man viele Schritte, zum Beispiel Unterstützung von Galeristen. Und dabei

ist es eben immer noch von Vorteil an einer Akademie ausgebildet worden zu sein. Letztendlich entscheidet aber nur die Qualität der Arbeit.

**ST:** Gute Kunst ist nicht unbedingt davon abhängig ob und wo ein Künstler ausgebildet wurde. Ich glaube nicht, dass das Akademiesystem in absehbarer Zeit von den aktuellen Entwicklungen beeinträchtigt wird.

*Wie reagieren Museen und Galerien auf die „Amateure“? Öffnen sie sich für Künstler mit solchen Hintergründen?*

**CG:** Museen werden sich in diesem Maße nicht öffnen. Es wird Institutionen geben wie die Saatchi Gallery im Internet, wo jeder etwas hochladen kann und wo sich einige Qualitätskünstler mit vielen Dilettanten mischen. Aber es wird immer Funktion des Museums bleiben, diese zu trennen.

**ESW:** Nein, es wird weiterhin nur eine Frage der künstlerischen Qualität sein. Wenn die fehlt, dann wird die Kunst wegsortiert und ist nicht interessant für Galerien und Museen. Ich glaube auch nicht, dass die Galerien sich mehr in Richtung des Internets bewegen. Der Handel wird weiterhin auf den großen Messen wie der Art Basel oder der Frieze Art Fair stattfinden. Dort werden persönliche Kontakte geknüpft und Verträge gemacht.

**JK:** Vor allem für große Museen ist es wichtig Blockbuster zu bringen, wie in einem Kino. Die müssen ein Event daraus machen und es irgendwie „branden“, so wie „Picasso – Die Frauen“. Man spricht nicht nur über Picasso sondern setzt es in Kontext zur heutigen Welt, um dem gemeinen Publikum ein Event bieten zu können. Für so et-

was braucht man aber große Namen und keine Amateure. Bei Galerien ist es ganz ähnlich, die wollen am liebsten jemanden aus der Meisterklasse eines berühmten Professors. Wenn doch mal ein Amateur eine Chance hätte, dann nur jemand, der schon Millionen von Klicks im Internet hat und schon riesigen Erfolg vorweisen kann.

**PD:** Wie ich vorher schon meinte hängt es vor allem von der Qualität der Arbeit ab, weniger von der Ausbildung. Manchmal schaffen es ja auch Künstler mit ganz anderen Hintergründen in eine Museum.

**ST:** Ein Künstler wird nicht abgelehnt, weil er nicht an einer Akademie ausgebildet wurde. Wie bekannt oder angesehen ein Künstler ist, ist von sehr vielen komplexen Faktoren abhängig unter anderem auch Herkunft und Umfeld des Künstlers, Entwicklungen auf dem Kunstmarkt, Moden, Zufälle.

# Fazit

Aus den Interviews wird deutlich, dass die ästhetischen Theorien des 20. Jahrhunderts wahrscheinlich auch weiterhin ihre Gültigkeit behalten werden, trotz aller technologischen und sozialen Veränderungen. Die Aura des originalen Kunstwerks im Sinne von Walter Benjamin wird nicht von der Anzahl an Reproduktionen im Internet beschädigt werden. Es wird weiterhin ein spezielles Erlebnis bleiben das originale Kunstwerk aus der Nähe zu sehen, in dem eigens dafür eingerichteten physischen Raum. Die steigende Anzahl von Reproduktionen wird aber eine Form der Öffentlichkeitsarbeit darstellen, die ein größeres Bedürfnis das originale Werk zu sehen erzeugt. Auch sind damit zusätzliche Formen der Auseinandersetzung möglich, in der Vor- und Nachbereitung des Besuchs beim originalen Kunstwerk.

Kunst wirdrätselhaft verbleiben und die Theorie von Adorno wird weiterhin gelten. Die omnipräsente Information wird nicht die erste Annäherung des Betrachters an das Kunstwerk ersetzen können und keine einfache Lösung für das Rätsel bieten können. Sie wird vielmehr eine Hilfe sein, die persönliche Interpretation zu vertiefen und zu verfeinern, ihr mehr Facetten zu geben.

Auch die Theorien von Goodman und Danto bleiben relevant. Kunst bleibt abhängig vom Zeitpunkt und Vorwissen, und sie definiert sich weiterhin durch ihre "aboutness". Die Entwicklung der

omnipräsenten Information könnte diese beiden Theorien sogar wichtiger werden lassen, da der Besucher nun Bezüge viel besser nachvollziehen kann. Der Einfluss der verfügbaren Information auf das Verstehen von Kunst im Sinne von Goodman und Danto ist auf jeden Fall positiv.

Die Auswirkungen der omnipräsenten Information auf die Ausstellungskonzeption werden größer sein als die auf die Kunsttheorie. Zwar werden die traditionellen Methoden der Kunstpräsentation weiterhin benutzt werden, eine langsame Anpassung an die Verfügbarkeit von Information und die neuen sozialen Normen wird aber sicherlich passieren. Auch wenn die Ausstellung ein Ort für originale Kunstwerke bleiben wird, so werden Links zu vertiefenden Informationen und personalisierte Angebote, die jeden Besuchertyp passend ansprechen, wichtiger werden. In Situationen, in denen die digitale Technik den statischen Texttafeln überlegen ist, wird sie diese komplett verdrängen. Diese Entscheidung hängt aber von der spezifischen Ausstellung und dem Kunstwerk ab. Bis diese Verdrängung stattfindet, wird jedoch noch einige Zeit vergehen. Das durchschnittliche Publikum erwartet heute größtenteils immer noch traditionelle Formen der Informationsvermittlung, und dies ändert sich nur langsam.

Der White Cube wird ebenfalls weiter existieren, er wird sich jedoch langfris-

tig um eine digitale Präsenz erweitern. Neben dem Ausstellungsraum werden viele digitale Versionen davon existieren, die vor allem als Kommunikationsplattformen dienen werden.

Eine größere Veränderung wird daher bei der Art, wie Museen außerhalb der konkreten Ausstellungssituation mit ihren Besuchern kommunizieren geschehen. Museen müssen in einen echten Dialog mit Besuchern treten. Anstatt den Besuchern größeren Einfluss auf die Ausstellungsplanung zu geben, womit sich der Kurator überflüssig machen würde, könnte es ein erster Schritt sein den Besucher mehr einzubeziehen. Zum Beispiel könnten Kuratoren die neuen Möglichkeiten nutzen um dem Besucher zu zeigen, wie lange eine Ausstellung vorbereitet wird und welche Gedanken man sich dabei macht. Es ist wichtig, dass die Kuratoren Zeit für Forschung, Recherche und Organisation von Ausstellungen haben, deswegen wäre es sinnvoll im Museum Mitarbeiter zu haben, die sich speziell um die neuen Medien kümmern und dabei mit den Kuratoren kooperieren.

Um bei dieser Entwicklung nicht zurück zu zubleiben, müssen Museen neben diesen Kommunikationskompetenzen auch technische Fähigkeiten aufbauen. Wo in der Zeit von Walter Benjamin die Kunst noch aktiv daran mitarbeitete, zukünftige technische Ausdrucksformen zu entwickeln, hat sie heute den Anschluss verloren. Die Interviews haben gezeigt, dass diese Rolle heute von Industrieunternehmen eingenommen wird. Um ihre Rolle zumindest teilweise zurück zu bekommen, sollten Museen die Kooperation mit Universitäten und anderen Forschungseinrichtungen suchen. Dies ist keine Frage der Kosten, sondern eine Frage des technischen Interesses.

Obwohl ausländische Museen wie das MoMA oder die Tate in dieser Hinsicht schon viel weiter sind, sollten deutsche Museen deren Rezepte jedoch nicht einfach kopieren. Stattdessen muss jedes Museum für sich selbst definieren, was es einzigartig macht und welche Rolle es in seiner Umgebung spielen möchte. Erst danach kann es entscheiden wie es die neuen technischen Möglichkeiten einsetzt um diesen Anspruch umzusetzen.

Die Museen und Galerien werden sich also den Erwartungen ihrer Besucher anpassen und ihnen mehr auf Augenhöhe begegnen müssen. Dies bedeutet aber nicht, dass Museen und Galerien sich auch für Künstler öffnen würden, die sich außerhalb der klassischen Kunstwelt im Internet entwickeln. Die von Weibel angesprochene Kluft zwischen Amateuren und echten Künstlern wird sich trotz aller technologischen Entwicklung nicht verkleinern.

# Anhang 1: Fragebogen für Experteninterviews

## **Fragen zum Wesen von Kunst und dem Erleben des Betrachters:**

Die technische Entwicklung zu dauernder Mobilität und „immer online“ hat die Zeit- und Ortsgebundenheit von vielen Verhaltensweisen aufgelöst – jetzt kann man fast alles von fast überall machen.

1. Welchen Effekt hat es auf die Kunst, dass sie durch die technische Entwicklung weniger orts- und zeitgebunden wird? (Zum Beispiel durch Online-Ausstellungen, oder Fotos die Besucher hochgeladen haben)

2. Würden solche Reproduktionen überhaupt gleichwertig erlebt werden, wenn ihnen die Aura des „originalen“ Kunstwerks fehlt?

Ein weiterer Aspekt dieser Entwicklung ist, dass jeder jetzt alle Informationen der Welt in seinem Smartphone dabei haben kann

3. Auf welche Art verändert sich das Verständnis des Betrachters, wenn er die Möglichkeit hat sein Wissen, z.B. über eine Epoche, einfach zu erweitern?

4. Welche Auswirkung hat dies auf die Fähigkeit des Betrachters, ein Kunstwerk zu enträteln? Wenn man einfach die Interpretation eines Experten finden kann, warum sollte man sich dann noch selbst

*Gedanken machen, was dieses Werk für einen persönlich bedeutet?*

5. Moderne Kunst ist oft sehr kontextuell und davon abhängig „worüber“ sie ist. Wird sie einfacher zugänglich durch leichtere Recherchierbarkeit oder verliert sie ihre Bedeutung?

6. Welche Auswirkungen hat es auf die Auseinandersetzung mit einem Kunstwerk, wenn der Betrachter abgelenkt ist und beschäftigt damit, den Künstler und sein Werk zu recherchieren?

7. Wird die Möglichkeit der Besucher, jede Frage sofort recherchieren zu können, das Kunsterlebnis des Betrachters generell positiv oder negativ beeinflussen?

Aktuell beschränken sich interaktive Kunstwerke oft darauf, dass der Betrachter es „starten“ kann oder in vorgegebenen Bahnen beeinflussen kann.

8. Wie wird Interaktivität in Kunstwerken in Zukunft aussehen? Erlauben sie dem Betrachter mehr Einfluss auf das Werk selber?

9. Wie könnte die schwindende Orts- und Zeitgebundenheit der Betrachter zu neuen Kunstwerken führen?

## **Fragen zur Ausstellungskonzeption:**

Besucher haben sich daran gewöhnt immer online zu sein und alle Informationen verfügbar zu haben. Wie werden Museen und Galerien darauf reagieren?

10. Welche Rolle wird die traditionelle Informationsvermittlung (wie Texte auf Tafeln) in Zukunft spielen?

11. Welchen Einfluss werden neue technische Möglichkeiten und zusätzliche Quellen haben? Zum Beispiel Links auf vertiefende Webseiten via QR-Codes?

Der „White Cube“ ist heutzutage die dominante Form der Ausstellung.

12. Welche Rolle spielt der White Cube bei der Ausstellung von Medienkunst, mit ihrer Non-Linearität, ihrer Abhängigkeit von Verbindung zur Außenwelt und ihren technischen Anforderungen?

13. Wie müsste sich der White Cube weiterentwickeln?

Junge Mediennutzer haben sich viele neue Verhaltensweisen angewöhnt und halten sie für selbstverständlich – z.B. direkte Kommunikation in Echtzeit, Kommentieren, Empfehlen, personalisierbare Angebote, etc. Einige Museen wie z.B. das MoMA stellen sich bereits darauf ein.

14. Wie nutzen Sie die Möglichkeiten des Web 2.0 (wie Facebook, Twitter, YouTube, etc.) in ihrer Öffentlichkeitsarbeit? Was sind die positiven und negativen Erfahrungen?

15. Werden in Zukunft die zugrunde liegenden Verhaltensweisen (wie Empfehlen, Kommentieren, Teilen, persönliches

Zusammenstellen) auch in Ausstellungen eingebaut werden?

Durch die Fähigkeit zur schnellen Vernetzung und Kommunikation sind viele Gruppen und Aktivitäten außerhalb der institutionellen Kunstwelt (also Museen und Galerien) entstanden. Glauben Sie, dass sich dieser Trend noch weiter verstärken wird?

16. Wie reagieren Museen und Galerien auf diese „Konkurrenz“?

17. Viele dieser neuen Ausstellungsformen werden selbst kuratiert? Welchen Einfluss hat das auf die Rolle des Kurators?

18. Wird dieser Trend auch die Notwendigkeit des Kurators in der traditionellen Kunstwelt schwächen? Oder wird der Kurator mit der verwirrenden Vielfalt von neuen Ausstellungsformen und Möglichkeiten sogar wichtiger?

Die technologische Entwicklung erlaubt es allen zu produzieren und zu veröffentlichen. Die Grenzen zwischen Amateur und Experte werden verwischt.

19. Welche Konsequenzen hat dies auf die Trennung von ausgebildeten Künstlern und Autodidakten? Wie wird das die Karrieren von Künstlern aus dem Akademiesystem beeinflussen?

20. Wie reagieren Museen und Galerien auf diese „Amateure“? Öffnen sie sich für Künstler mit solchen Hintergründen?

# Anhang 2: Interview zur techni- schen Entwicklung

**Interview mit Heinrich Hußmann,  
Professor der Medieninformatik an  
der Ludwig-Maximilians-Universität  
München**

Touchscreens sind in den letzten Jahren immer weiter verbreitet worden (durch iPhone / iPad).

*1. Welche neuen Technologien für Displays wird die Zukunft bringen?*

Projizierte Displays gibt es jetzt bereits relativ häufig, auch interaktiv - zum Beispiel Smartboards. Damit lassen sich auch sehr große interaktive Displays umsetzen. Beliebig geformte Displays sind auch jetzt bereits möglich. Microsoft hat zum Beispiel das Projekt "Touch Sphere", ein berührungsempfindliches Display in Form einer Kugel. Wir arbeiten in unserem Institut am Projekt "Curve", einem großen gewölbten Touchscreen. Solche Techniken sind erstmal vor allem für Arbeitsplätze interessant, die viele Monitore und Bildschirme haben müssen, wie z.B. Leitstände in Rettungszentralen oder Börsenhändler. Aber natürlich ließe sich so etwas auch für Kunstinstanzen nutzen, zum Beispiel in Röhrenform. Flexible Displays, die nur noch eine biegbare Folie sind, sind noch etwas weiter weg. Aber in spätestens 10 Jahren wird es das auch geben, bis dann sind sie wahrscheinlich sogar als Tapeze technisch möglich. Dies würde ganz

neue Möglichkeiten der Gestaltung eröffnen, weil man dann den gesamten Raum verändern kann. LEDs werden auch immer billiger und können überall befestigt werden - in Zukunft kann also wirklich jede Fläche zu einem Display werden.

Wenn wir Maschinen bedienen, haben wir uns jetzt schon sehr an Touchscreens gewöhnt und ein bisschen an Gestensteuerung (durch Wii oder Microsoft Kinect).

*2. Was wird die Zukunft bringen an neuen Arten der Interaktion von Mensch und Maschine?*

Die Kinect hat uns daran gewöhnt, ganz natürlich durch Gesten mit großen Displays zu interagieren. Ein ganz wichtiger Trend wird in der Zukunft taktiles Feedback werden, also die Möglichkeit die Oberfläche des Bildschirms fühlbar zu verändern. Damit wäre es möglich, die Objekte auf dem Bildschirm wirklich zu fühlen und ihnen verschiedene Oberflächenstrukturen zu geben - ein Bild fühlt sich anders an als ein Menüpunkt und man spürt sogar die Kante des Bildes. Damit könnte man dann mit Menüs interagieren ohne hinzusehen. Das ist interessant für Blinde, aber auch für Menschen, die woanders hinschauen müssen, während sie mit ihren Händen etwas bedienen müssen, zum Beispiel ein Arzt der während einer komplizierten Operation sein Ge-

rät einstellen möchte. Dieses gefühlte Feedback muss nicht unbedingt vom Bildschirm kommen, es kann auch durch ein vibrierendes Armband oder einen Stuhl kommen. Wir haben gesehen dass Menschen diese Interaktion sehr schnell lernen und sich schnell daran gewöhnen, deswegen wird hier noch viel passieren in Zukunft. Eine andere Art der Interaktion, die auch immer wichtiger werden wird, ist die Interaktion von mobilen Geräten mit anderen Geräten. Menschen gewöhnen sich daran, mit ihrem Smartphone andere Geräte wie den Fernseher zu steuern. Bei uns im Institut gibt es einen Prototypen, wo man ein großes projiziertes Display mit seinem iPhone beeinflussen kann, wenn man es darauf richtet. So können mehrere Menschen mit einem Display interagieren, dass zu weit weg ist um es zu berühren - zum Beispiel mit einer ganzen Hausfassade, womit die Ars Electronica bereits experimentiert hat.

In Ausstellungen werden zwar mittlerweile manchmal schon Touchscreens eingesetzt, aber oft nur um vorgegebene Texte anzuzeigen. Damit bietet diese neue Technik nicht wirklich mehr als eine große altmodische Texttafel.

*3. Wie können diese neuen Technologien wirklichen Mehrwert bieten in einer Ausstellung?*

Es gibt ja mehrere Stufen von Interaktivität - als Nutzer einfach nur vorprogrammierte Fragen beantworten, oder aber die Möglichkeit zu haben einzelne vorprogrammierte Module auszuwählen und andere wegzulassen, oder noch weiter zu gehen und ein Autorensystem zu haben in dem sich seine Welt selber zusammen bauen kann. Das Abspielen eines vorgegebenen Mediums "auf

Knopfdruck" ist also nur die einfachste Form der Interaktivität. Um mehr anzubieten, könnte man sich zum einen von den heutigen Spielen inspirieren lassen. Von kleinen Geschicklichkeitsspielen auf dem iPad bis hin zu Rollenspielen auf dem Computer ist es dort normal eine "Welt" vorzugeben, die der Benutzer beeinflussen kann. Es gibt weiterhin vorgegebene Bausteine, aber wie sie kombiniert werden und sich verhalten hängt vom Benutzer ab. Zum anderen könnte man Personalisierung bieten. Man identifiziert den Besucher, zum Beispiel durch das Smartphone welches er dabei hat, oder durch einen Anstecker mit einem QR-Code, oder durch Gesichtserkennung, die heutzutage schon sehr gut funktioniert, und macht dann personalisierte Angebote. So könnte man automatisch die richtige Sprache einstellen, oder altersspezifische Dinge anbieten. Man könnte sogar bei einem Rundgang das Angebot der späteren Stationen davon abhängig machen, wie diese Person bei den ersten Stationen reagiert hat. Was hat er übersprungen, wofür hat er sich besonders lang interessiert? Hier gibt es viele Möglichkeiten, die aber aktuell kaum jemand in Ausstellungen nutzt. Die Benutzer haben sich bereits daran gewöhnt, dass mit einem Bildschirm wie dem iPad fast alles möglich ist, aber die Ausstellungsmacher sind meistens viel konservativer als Benutzer und Programmierer. Es gibt viele Industriefirmen, die aktuell an sehr innovativen Bedienkonzepten arbeiten und sehr experimentierfreudig sind, von der Autoindustrie zu Herstellern von Küchengeräten - die eigentlich "kreativen" Industrien sind hier aber nicht dabei. Das ist auch eine Frage des Ausbildungaprofils, viele Künstler und Kunstwissenschaftler haben einfach nicht so viel

technisches Wissen und nicht so viel Spaß daran etwas zusammen zu löten. Unser Verhalten hat sich durch die Technik schon verändert, wir sind gewöhnt zu kommentieren, zu teilen, personalisierte Angebote zu bekommen.

*4. Welche weiteren Veränderungen in unserem Verhalten können Sie sich für die Zukunft vorstellen?*

In Zukunft werden wir immer und überall von den Informationen des Internets umgeben sein. Dabei wird auch die Personalisierung von Informationsangeboten weiter gehen, wie es Google und Facebook heute schon machen. Gleichzeitig verändert sich das Verhältnis zur Privatsphäre, die junge Generation ist prinzipiell einverstanden damit, Daten über sich zu veröffentlichen. Falls es in Zukunft eine vertrauenswürdige Technik gibt, werden die Benutzer noch viel mehr öffentlich machen als sie es jetzt tun. Durch das Internet werden wir auch an immer kürzere Aufmerksamkeitsspannen gewöhnt, oft sehen wir eine Webseite nur kurz an um zu entscheiden ob sie interessant ist. Dadurch werden Internetseiten immer mehr gestaltet wie Werbung. Um einen Betrachter in Zukunft dazu zu bekommen, sich intensiv mit etwas zu beschäftigen, wird man interaktive Elemente benutzen - in Spielen sind Benutzer zum Beispiel tief involviert und lange aufmerksam. Es ist schwer zu sagen, aber vielleicht ließe sich durch solche Elemente auch die junge Internetgeneration involvieren.

Das Internet wird immer mobiler.

*5. Wann glauben Sie ist der Punkt erreicht, in dem das Internet mehr von*

*Mobilgeräten genutzt wird als von Computern?*

Dieser Punkt wird schon in wenigen Jahren, vielleicht schon in Monaten erreicht sein, auch weil Laptops den stationären Computer schon so gut wie verdrängt haben. Auch Kollegen aus der Software-Industrie sehen keine richtige Zukunft für einen stationären Computer mehr, nur noch an professionellen Arbeitsplätzen.

Viele Industrien bereiten sich schon auf diese Veränderungen vor.

*6. Haben Sie das Gefühl, dass die Kulturwelt sich auch vorbereitet und mit Medieninformatikern wie Ihnen, etc. zusammenarbeitet?*

Gelegentlich, aber selten, gibt es Anfragen von Künstlern, die technische Unterstützung bei Installationen brauchen. Von Institutionen wie Museen kommt aber fast kein Interesse. Wir haben zum Beispiel einmal der Glyptothek ein Projekt vorgeschlagen, bei dem wir einen medialen Link vom Ägina-Fries zum Originalstandort auf der Insel Ägina herstellen wollten, um für den Besucher erfahrbar zu machen wo das Exponat herkommt, wie es dort aussieht, welche Menschen dort leben. In der Glyptothek war man aber explizit nicht an diesen "neumodischen" Möglichkeiten interessiert. In Theatern wird bereits mehr mit neuen Medien gearbeitet, zum Beispiel an den Münchner Kammerspielen, und Industrieunternehmen sind auch sehr aktiv - aber Museen nicht. Vielleicht ist das auch eine Generationenfrage der Mitarbeiter.

# Abbildungsnachweis

**Abbildung 1:**

Ausstellung im Somerset House, London, im Jahr 1808.

Quelle: Dernie, Seite 8

**Abbildung 4:**

Fotografie der Ausstellung "Machine Art" im Museum of Modern Art, New York, 1934.

Quelle: Dernie, Seite 9

**Abbildung 2:**

Fotografie von Marcel Duchamps Werk "1200 Bags of Coal"

Quelle:<http://www.matthewnevin.com/art/texts/artist-as-curator>

**Abbildung 5:**

Vergleich der Übertragungsdauer einer 50 Kilobyte großen Partei bei verschiedenen Übertragungsraten.

Quelle: Alby: Web 2.0, Seite 3

**Abbildung 3:**

Fotografie von Marcel Duchamps Werk "1200 Bags of Coal"

Quelle:[http://www.toutfait.com/images/GalleryImage/Big\\_Gallery\\_Image\\_311.gif](http://www.toutfait.com/images/GalleryImage/Big_Gallery_Image_311.gif)

**Abbildung 6:**

Vergleich der Übertragungsgeschwindigkeiten von mobilen und stationären Standards.

Quelle: Alby: Das mobile Web, Seite 27

# Literaturverzeichnis

## Primärliteratur:

**Adorno, Theodor W. und Horkheimer, Max (1981):** Dialektik der Aufklärung - Philosophische Fragmente, (1. Auflage) Suhrkamp, Frankfurt am Main (Theodor Adorno: Gesammelte Schriften Band 3)

**Alby, Tom (2008):** Das Mobile Web, Carl Hanser Verlag, München

**Alby, Tom (2008):** Web 2.0 - Konzepte, Anwendungen, Technologien, (3. Auflage) Carl Hanser Verlag, München

**Benjamin, Walter (2007):** Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit - Mit Kommentar von Detlev Schöttker, Suhrkamp, Frankfurt am Main

**Castells, Manuel / Fernández-Ardèvol, Mireia / Qiu, Jack Linchuan (2007):** Mobile Communication and Society - a Global Perspective, (1. Auflage) The MIT Press, London

**Cooke, Sarah (2008):** Immateriality and Its Discontents - An Overview of Main Models and Issues for Curating, in: **Paul, Christiane (Hg) (2008):** New Media In The White Cube And Beyond - Curatorial Models for Digital Art (1. Auflage) University of California Press, Los Angeles, USA

**Danto, Arthur C. (1981):** The Transfiguration of the Commonplace - A Philosophy of Art (4. Auflage) Harvard University Press, Cambridge, USA

**Dernie, David (2006):** Ausstellungsgestaltung - Konzepte und Techniken (1. Auflage) avedition Verlag, Ludwigsburg

**Diamond, Sara (2008):** Participation, Flow, and the Redistribution of Authorship - The Challenges of Collaborative Exchange and New Media Curatorative Practice, in: **Paul, Christiane (Hg) (2008):** New Media In The White Cube And Beyond - Curatorial Models for Digital Art (1. Auflage) University of California Press, Los Angeles, USA

**Greisinger, Sybille (2010):** Museum und Web 2.0 - von der Push- zur Pull-Generation, in: **Museum Heute, Heft 39, Dezember 2010**, München, Seite 46-50

**Goodman, Nelson (1969):** Languages of Art - An Approach to a Theory of Symbols (1. Auflage) Oxford University Press, London

**Hauskeller, Michael (2005):** Was ist Kunst? Positionen der Ästhetik von Platon bis Danto, (8. Auflage) C.H.Beck, München

**Jeppesen, Michael (2012):** Alt er ved det gamle, in: **Information.dk Kunst & Kultur**, <http://www.information.dk/293697> (zuletzt geprüft 17.06.2012)

**Keen, Andrew (2007):** The Cult of the Amateur - How Today's Internet is Killing Our Culture and Assaulting Our Economy, (1. Auflage) Nicholas Brealey Publishing, London

**Lightly, Patrick (2008):** Reconfiguring Curation - Non-institutional New Media Curating and the Politics of Cultural Production, in: **Paul, Christiane (Hg) (2008):** New Media In The White Cube And Beyond - Curatorial Models for Digital Art, (1. Auflage) University of California Press, Los Angeles, USA

**Lunden, Ingrid (2011):** Smartphone Penetration Approaching the Tipping Point As PC Usage Declines, in: **Paid Content - The Economics of Digital Content**, <http://paidcontent.org/2011/12/14/419-smartphone-penetration-approaching-tipping-point-as-pc-usage-declines/> (zuletzt geprüft 17.06.2012)

**O'Doherty, Brian (1976):** Inside The White Cube, (1. Auflage) The Lapis Press, Larkspur Landing, USA

**Paul, Christiane (2008):** Challenges for a Ubiquitous Museum - From the White Cube to the Black Box and Beyond, in: **Paul, Christiane (Hg) (2008):** New Media In The White Cube And Beyond - Curatorial Models for Digital Art, (1. Auflage) University of California Press, Los Angeles, USA

**Peichl, Sebastian (2008):** Fleischwerbung der Dinos - mit Neuen Medien Erlebniswelten in Museen und Ausstel-

lungen schaffen, in: **Museumskunde, Band 73 (02/2008):** Museen in der Informationsgesellschaft, Berlin

**Schmidt, Jan (2011):** Das neue Netz - Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0 (2. Auflage) UVK Verlagsge-sellschaft, Konstanz

**Weibel, Peter (2007):** Web 2.0 und das Museum, in: **Mangold, Michael / Weibel, Peter / Woletz, Julie (2007):** Vom Betrachter zum Gestalter. Neue Medien in Museen - Strategien, Beispiele, und Perspektiven für die Bildung, (1. Auflage) Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden

**Watty, Christine (2010):** Museum der Zukunft - Zeit Online Talk vom 28.11.2010 im DRadio Wissen, [http://wissen.dradio.de/bildung-museum-der-zukunft.98.de.html?dram:article\\_id=6913&sid=&random=8641fd](http://wissen.dradio.de/bildung-museum-der-zukunft.98.de.html?dram:article_id=6913&sid=&random=8641fd) (zuletzt geprüft 17.06.2012)

## Sekundärliteratur:

**Gries, Christian (2012):** Iliou Melathron - Der Blog von Christian Gries, <http://blog.iliou-melathron.de> (zuletzt geprüft 17.06.2012)

**Szántó, András (2010):** Time to lose control, in: **The Art Newspaper**, <http://www.theartnewspaper.com/articles/Time+to+lose+control/22092> (zuletzt geprüft 17.06.2012)

**Haus der Kunst on Youtube (2012):** [http://www.hausderkunst.de/index.php?id=83&no\\_cache=1&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=1638&cHash=554f691fad0d0705962e1bb346b7023d](http://www.hausderkunst.de/index.php?id=83&no_cache=1&tx_ttnews%5Btt_news%5D=1638&cHash=554f691fad0d0705962e1bb346b7023d) (zuletzt geprüft 17.06.2012)

# Erklärung

# Über

Hiermit erkläre ich, dass ich die Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt habe.

München, den 20. Juni 2012

Marianne Gøgsig Larsen

Marianne Gøgsig Larsen (geboren 1985 in Skagen, Dänemark) hat den Studiengang „Kunst und Multimedia“ an der Ludwig-Maximilians-Universität München abgeschlossen.