



## MARKUS SCHWANDER PACKAGE DEAL – ZUR MATERIALITÄT NETZBASIERTER KUNSTWERKE

DIE VERKÄUFLICHKEIT VON KUNSTWERKEN BEMISST SICH IN HOHEM MASSE AN IHRER «MATERIALITÄT» UND DEREN DAUERHAFTIGKEIT. MARKUS SCHWANDER KONFRONTIERT DIE IDEEN DER KONZEPTKUNST ZUR VERGÄNGLICHKEIT AUS DEN 1960ER JAHREN MIT DEN KONKRETEN ERFAHRUNGEN VON KÜNSTLERINNEN HEUTE, DEREN NETZBASIERTE WERKE OFT DURCH VERÄNDERUNGEN IM INTERNET IN IHRER SICHTBARKEIT UND FUNKTION EINGESCHRÄNKT WERDEN. SCHWANDER PLÄDIERT DAFÜR, DASS DIE KÜNSTLERINNEN ZUSAMMEN MIT VERMITTLUNGS- UND SAMMLUNGSMUSEEN DER ERHALTUNG DER KUNSTWERKE SORGE TRAGEN. ER ZEIGT AN KONKRETEN BEISPIELEN, WIE MATERIALISIERUNGEN IM HINBLICK AUF VERKAUF ARBEITEN POSITIV VERÄNDERN KÖNNEN.

Um das Verhältnis von netzbasierter Kunst und dem Kunstmarkt zu klären, behandelten wir im Forschungsprojekt «Owning Online Art» zum einen grundlegende ökonomische, technische und historische Fragen. Wir untersuchten zudem einzelne netzbasierte Kunstwerke. Um die Bedingungen von Verkauf und Besitz abschätzen zu können, galt es, ihre «Materialität» zu überprüfen. Was würde im Fall eines Verkaufs an einen Sammler übergeben? Wird eine url auf einen neuen Besitzer überschrieben? Soll die Software des Werkes auf dem Server der KünstlerIn gelöscht und auf den des neuen Besitzers aufgesetzt werden? Wie ist das Volumen einer Programmierung bestimmbar? Was muss bei der Restaurierung eines Werkes erhalten bleiben?

Die im Projekt untersuchten Kunstwerke basieren wie alle digitalen Arbeiten auf einem Programm. Dieses Programm ist eine Textform, die einen Rechenvorgang in Bezug zu Betriebssystemen und deren Anwendungen, also anderen Programmen, beschreibt. So ein Programm lässt sich als aktive Struktur beschreiben, die mit verschiedenen Komponenten verbunden ist. Das Zusammenwirken dieser Elemente macht das Werk sichtbar und ermöglicht die gewünschten Funktionen. Da diese Beziehungen zu wechselseitigen Abhängigkeiten führen, verursachen Veränderungen in einer beteiligten Software, sei es ein Browser oder ein Player, Störungen dessen, was auf dem Bildschirm erscheint. Um diese Störungen zu beheben, muss oft das verändert werden, was als die Struktur des Werkes bezeichnet wurde. In diesem Sinne unterscheidet sich dessen «Materialität» stark vom Material nicht digitaler Kunst. Tabea Lurk stellt dazu in ihrem Textbeitrag weiter gehende Überlegungen aus konservatorischer Sicht an.<sup>1</sup>

## 1. MATERIALITÄT

Der Begriff «Materialität» bezieht sich auf eine Debatte zur Immaterialität des Kunstwerkes, wie sie seit den 1960er Jahren geführt wird. Dieser Diskurs ist für die Frage der Kommerzialisierung von netzbasierter Kunst insofern wesentlich, als die Netzkunst sich anfänglich stark an der Tradition der Konzeptkunst orientiert hat und der Diskurs von Beginn weg in Auseinandersetzung mit Fragen des Kunstmarktes geführt wurde. «The people who buy a work of art they cannot hang up or have in their garden are less interested in possession. They are patrons rather than collectors», formulierte Lucy Lippard in **Six Years: The Dematerialisation of the Art Object 1966 to 1972**.<sup>2</sup> Im Weiteren wies sie in dieser Chronik auf die Tatsache hin, dass Konzeptkunst in Magazinen und Zeitungen ideal gezeigt werden könne, weil diese Art von Materialisation den Werken entsprechende. «Kosuth, Piper and Ian Wilson published works as «ads» in newspapers at the time.»<sup>3</sup> Joseph Kosuth formulierte 1969 selber die Hoffnung, dass immaterielle Kunst durch die Verbreitung in den Massen-

<sup>1</sup> Tabea Lurk, «Zur Alterung von Netzkunstwerken» in der vorliegenden Publikation, S.53-68.

<sup>2</sup> Lucy Lippard, **Six Years: The Dematerialisation of the Art Object 1966 to 1972**, Berkley and Los Angeles: University of California Press, 1973 S.xx.

<sup>3</sup> Ebenda, S.xviii.

medien potenziell breiter wahrgenommen werden könnte als traditionelle Medien wie Malerei und Skulptur.<sup>4</sup>

In ihrem 2007 erschienenen Buch **How to do Things with Art** kritisiert Dorothea von Hantelmann die These, dass Werke der bildenden Kunst überhaupt immateriell sein könnten. «Eine Kunst, die keine Möglichkeit der Tradierbarkeit offeriert, wird entweder tradierbar gemacht oder fällt langfristig aus dem Kanon der Bildenden Kunst heraus.»<sup>5</sup> Weiter führt sie aus: «Aus dem Zusammenhang von materiellem Objekt, Ding- und Warenhaftigkeit kommt die Kunst nicht heraus. In jedem Kunstwerk wird etwas materialisiert. Nur dadurch kann es zum Kunstwerk werden, damit ist es aber auch strukturell ding- und warenförmig.»<sup>6</sup> Nach Adorno ist gerade die Dinglichkeit des Kunstwerks und dessen Wesen, die eigene Dinglichkeit zu negieren, der Widerspruch, der die bildende Kunst ausmacht.<sup>7</sup> Während Konzeptkünstler wie Jan Dibbets die Immateralität als Lösung dieses Widerspruches betrachteten und vor allem davon ausgingen, dass ein Kunstwerk, je weniger kunstvoll es ist, sich umso stärker als resistent gegenüber dem Markt erweise<sup>8</sup>, scheint es heute interessanter zu untersuchen, welche Inhalte in der Materialisierung entstehen und wie diese die Frage der Besitzbarkeit reflektieren. Im Forschungsprojekt befragte KünstlerInnen formulieren mehrheitlich eine pragmatische Sicht bezüglich der Handelbarkeit ihrer Werke. Martine Neddham (aka Mouchette) schreibt dazu: «Any work of art, no matter how immaterial it is becomes a marketable commodity when it enters the art market. I wish my art would enter the art market one day so as to benefit from that kind of circulation. I'm glad it was never made as a marketable commodity and I don't think entering the art market would alter its nature.»<sup>9</sup> Young-Hae Chang Heavy Industries äussern sich noch etwas offensiver: «We tell institutional collectors that they can present our work like a painting or a sculpture. We tell potential private collectors that they can hang our work over their sofas at home and in their office.»<sup>10</sup>

Bei digitalen Produktionen besteht die Materialität des Produktes aus den Daten, die es entstehen lassen. Diese Datenmenge als Material zu bezeichnen ist sinnvoll, ja zwingend, wenn sie im Falle eines Verkaufes den Besitzer wechselt. Konsequenterweise weiter gedacht ermöglicht dies, auch die Aufzeichnungen von Handlungen, die sich in der Interaktion ereignen, als Daten und somit als Material zu sehen, was im Fall der **Sphinx** eine Rolle spielen wird.

## 2. PACKAGE DEAL

Die eingangs beschriebenen Überlegungen zur speziellen Materialität der netzbasierten Kunstwerke verlangen festzulegen, was zu einem Werk gehört und wie mit den einzelnen Komponenten umzugehen

<sup>4</sup> Ebenda, S. 73.

<sup>5</sup> Dorothea von Hantelmann, **How to do Things with Art**, Zürich - Berlin: Diaphanes, 2007, S. 14.

<sup>6</sup> Ebenda, S. 160.

<sup>7</sup> Theodor W. Adorno, **Aesthetische Theorie, Gesammelte Schriften** Bd. 7, hrsg. v. Rolf Tiedemann, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1970, S. 262.

<sup>8</sup> Vgl. Lucy Lippard (wie Anm. 2), S. xiv; Jan Dibbets: «To sell my work? To sell isn't part of the art. Maybe there will be people idiotic enough to buy what they could make themselves...»

<sup>9</sup> Martine Neddham in der vorliegenden Publikation, S. 154.

<sup>10</sup> Young-Hae Chang Heavy Industries in der vorliegenden Publikation, S. 167.

ist. Diese Definitionen nannten wir im Forschungsprojekt «Packages». **Package Deal** war zu Beginn der Name einer zu gründenden Galerie, die, wie der Name sagt, dafür sorgen würde, dass beim Kauf «alles inbegriffen» und so «zu einem Paket geschnürt» wäre.<sup>11</sup> Obwohl die Idee einer Galerie in der angedachten Form nicht weiter verfolgt wurde, scheint es sinnvoll, am Begriff «Package» festzuhalten. Das Package ist eine handelbare Einheit, «Package Deal» als Vorgehensweise beschreibt alle notwendigen Massnahmen, um ein Werk für einen neuen Besitzer funktionstüchtig zu machen. Es war deshalb ein Ziel, zusammen mit KünstlerInnen die Materialität ihrer Arbeiten zu diskutieren und deren mögliche Chancen im Kunstmarkt zu untersuchen. Materialität beinhaltet auch Fragen nach dem Umfang eines Werkes. Da diese nicht in räumlichen Ausdehnungen gemessen werden kann, bietet sich ein Vergleich mit den zeitbasierten Medien an. Quantifiziert werden kann die Länge der Zeit, die BetrachterInnen beim Ansehen eher filmischer Werke verbringen, oder in interaktiven Arbeiten die Anzahl Clicks, die zur Verfügung stehen, um das Werk zu erkunden. In einem Bereich, in dem es keine Konvention der Preisgestaltung gibt, müssen KünstlerInnen und GaleristInnen selber Definitionen aufstellen, die sich argumentativ vertreten lassen, die aber auch Vorstellungen und Erwartungen der SammlerInnen einbeziehen. Monica Studer und Christoph van den Berg, vertreten von der Galerie Nicolas Krupp in Basel, schreiben dazu, dass die Kunden der Galerie «eine gewisse Stabilität durch das Aufstellen von eindeutigen Regeln schätzen», da dies ihnen «einen Vergleichsrahmen und einen Massstab» gibt.<sup>12</sup>

Im Verlauf des Forschungsprojektes kaufte die Sammlung Ricola **un\_focus**<sup>13</sup>, eine netzbasierte Arbeit der Künstlerin Esther Hunziker. **un\_focus** besteht aus zehn einzelnen, zum Teil interaktiven Animationen. Die Arbeit ist ein Unikat und wird als grosse Arbeit betrachtet, insbesondere weil die einzelnen Teile nicht Variationen einer Idee sind, sondern je auf eigenständigen audio-visuellen Konzepten beruhen. **un\_focus** ist das erste netzbasierte Werk der Künstlerin und stammt aus dem Jahr 2000. Um sicher zu stellen, dass es in den nächsten Jahren online präsentierbar ist, musste Hunziker die Arbeit neu mit Flash programmieren. Flash hat sich heute als Standard durchgesetzt und ist auf den meisten Computern beim Kauf schon vorinstalliert. Andere Anwendungen verlieren ihre Bedeutung, weil sie weniger benutzt werden. Besonders intensiv zeigt sich die Notwendigkeit der technischen Überarbeitung bei Projekten, die Daten aus dem Internet abfragen und somit von den verschiedenen Suchmaschinen abhängig sind. Die Beschreibung der Materialität muss den Fokus daher auch auf diese interaktiven Komponenten richten.

Während ein Künstler wie Hamish Fulton, dessen Arbeit seit den 1960er Jahren im Wesentlichen aus Wanderungen besteht, Dokumentationsfotos als vollwertige Repräsentationen seiner Handlungen be-

<sup>11</sup> Simon Grand behandelt in seinem Beitrag «Ökonomien der Kunst» in der vorliegenden Publikation die Bedingungen für die Gründung einer Galerie für Netzkunst, S.69-75.

<sup>12</sup> Monica Studer und Christoph van den Berg in der vorliegenden Publikation, S.163.

<sup>13</sup> <http://www.ref17.net/unfocus> [03.2010]. Vgl. hierzu den Beitrag von Roman Kurzmeyer in der vorliegenden Publikation, S.117-123.

trachtet und verkauft, kann dies für interaktive Kunstwerke von heute nicht mehr genügen.<sup>14</sup> War die Vergänglichkeit des künstlerischen Eingriffs damals Programm, empfinden die im Projekt befragten KünstlerInnen das Verschwinden ihrer Werke jetzt als Verlust. Für sie ist die Erhaltung der Arbeiten ein wesentliches Anliegen, nicht zuletzt als Beleg für ihre künstlerische Identität. Shu Lea Cheang schreibt dazu: «Yes, I can only restate again, how important it is to preserve online work. In my case, my major commission **BRANDON**<sup>15</sup> at the Guggenheim Museum was once lost (removed from the sponsored server) and kept offline for a few years. It was finally resurrected by the museum with a digital art preservation grant... until now, I don't see the site getting fully recovered in its full length presentation as it was in 1998-1999.»<sup>16</sup> Nachdenken über die Komponenten, die das «Package» eines Werkes ausmachen, kann, das soll im weiteren Verlauf des Textes gezeigt werden, durch ein breiteres Verständnis von Materialität auch zu einer neuen Sicht auf die Werke führen.

### 3. BEZIEHUNGEN VERHANDELN: SPHINX SPECIALS

Auf der Webseite der **Sphinx**<sup>17</sup> können NutzerInnen schriftlich eine Frage stellen und erhalten nach einiger Zeit eine Antwort. Birgit Kempker behandelt in «Sphinx Specials», einem Text zu Konzepten möglicher verkäuflicher Produkte, die Beziehung zwischen Künstlerin und KäuferIn als kommerzialisierbares Objekt. Schon der erste Kontakt mit der Sphinx stellt die Frage nach der Art der persönlichen Beziehung. Die Eingangsseite zeigt eine regelmässig gelochte, hellblaue Oberfläche, durch die eine unerkennbare Person blickt. Ein schmales Laufband am oberen Seitenrand fragt: «Sphinx oder Maschine?» Zwei Optionen stehen zur Wahl: «ask» oder «read». Während «ask» zu einem neutralen Eingabefeld für eine eigene Frage führt, listet «read» alle bisherigen Fragen und deren Antworten auf. Mit der Wahl entscheiden sich die NutzerInnen auch für eine Rolle: für die der distanzierteren BeobachterIn oder für den Einstieg in eine aktive Kommunikation.

Nach der Wahl der zweiten Option beginnt aber ein weiteres Spiel um Nähe und Distanz. Die Frage wird entweder von der Sphinx selber oder von der Maschine beantwortet. Während die Maschine durch ihren Namen, aber auch durch die konsequente Verwendung von Sestinen für den Satzbau und einer computergenerierten Lesestimme Anonymität und Distanz vermittelt, scheint hinter der Sphinx eine lebendige Persönlichkeit zu stehen. Das Wechselspiel der beiden «Personen» intensiviert die Beziehung zwischen der NutzerIn und der Sphinx/Maschine. Die Beteiligung an dieser Kommunikation ist frei und unentgeltlich. «Eigene Fragen» und die dazu entstandenen Antworten können aber gekauft werden. Für CHF 350.- erhält die SammlerIn ihre Frage und die Antwort der Sphinx auf einer CD, eingebettet

<sup>14</sup> Patrick Werkner, *Land Art USA*, München: Prestel Verlag, 1992, S.134. Ausführlicher behandelt Peter Schneemann unter dem Titel «Kompatibilitätsprobleme» Fragen der Dokumentation als Kunstwerk, vgl. vorliegende Publikation, S.19-28.

<sup>15</sup> <http://brandon.guggenheim.org> [03.2010].

<sup>16</sup> Shu Lea Cheang in der vorliegenden Publikation, S.132.

<sup>17</sup> <http://www.xcult.org/sphinx/index.html> [03.2010].

in den Kontext vorgängiger Fragen und Antworten. Diese werden von der Sphinx so zusammen gestellt, dass sich ein Pfad ergibt, der spürbar macht, in welchen gedanklichen Zusammenhängen sich die Antwort auf die gestellte Frage entwickelt hat. Gekauft wird also nicht nur das Dokument des eigenen Austausches mit der Sphinx, sondern zusätzlich eine Rekonstruktion der Auseinandersetzung mit dem befragten Thema durch die Sphinx.<sup>18</sup>

Die Beziehung zwischen der Sphinx und einer SammlerIn kann sich noch vertiefen. In «Sphinx Specials» schreibt Birgit Kempker: «Die auf die spezielle Frage eines <Sammlers> oder Kunstkäufers hin komponierten Buchobjekte, (Buchobjekte, weil sie geklebte, gestickte, ausgeschnittene Bücher sind, also räumlich) die um die jeweils gestellte Frage Bilder und Texte vernetzen. (Kleben, Schneiden, Kopieren, Fotografieren, Mikrofonieren) Diese Specials werden in einer Kopie (Buch) der [Sphinx-] Bibliothek beigefügt und kommen so möglicherweise in den nächsten Verlinkungen wieder als aufgelesenes Material vor.»<sup>19</sup> Die KunstkäuferIn wird also in den Produktionsprozess einbezogen, wie ja auch die am Anfang gestellte Frage zu allen folgenden Interaktionen geführt hat. Weiter stellt die Sphinx der SammlerIn Aufgaben: «Sie muss ein von ihr gekauftes Werk kopieren, dieses transportieren, etc. So kann jedes Special sehr anders sein, es können sich andere Kooperationen ergeben, andere Handlungen, Rückwirkungen auf die Sphinx im Netz.»<sup>20</sup>

#### 4. NICHTGEWÄHLTE ZUGÄNGE. 1 JAHR ONEWORDMOVIE



Beat Brogle, onewordmovie, Festplatte mit den Daten eines Jahresdownloads

Beat Brogles **onewordmovie**<sup>21</sup> fragt dagegen nur nach einem Wort. Auf der Website des Projektes können NutzerInnen einen Begriff eingeben. Das Programm von **onewordmovie** sucht zu diesem Begriff im Internet Bilder und stellt daraus einen Film zusammen. Im Unterschied zu Birgit Kempkers **Sphinx** blickt hier keine Person auf die NutzerIn. Ein Wort für ein Suchprogramm – wie bei Google – setzt einen Film in Gang. Das Eingeben von Suchbegriffen ist eine alltägliche Handlung geworden, die NutzerIn lässt sich damit nicht auf eine persönliche Kommunikation ein.

Verbindlich wird die Interaktion aber im Falle eines Kaufes. Angeboten wird eine DVD mit dem Film zu einem von der NutzerIn gewählten Wort: Die Wahl des Wortes wird sofort anspruchsvoller. Bringt das Wort schöne Bilder oder zeigt es die Originalität der KäuferIn? Könnte z. B. die «Michael Jackson-DVD» für Memorabiliensammler einmal wertvoll werden? Jedes Wort wird pro Jahr nur einmal verkauft. Die KäuferIn erhält eine CD mit den Bildern, die im Internet zu dem entsprechenden Begriff gefunden wurden und einen Player, der den

<sup>18</sup> Beispiele solcher Pfade können auf <http://www.xcult.org/sphinx/index.html> unter «collectors» eingesehen werden [03.2010].

<sup>19</sup> Aus der Konzeptbeschreibung von Kempker für den Digital Art Store (unpubliziertes Manuskript). Weitere Informationen dazu auf <http://www.xcult.org/kempker/mat/sphinxbuch.html> [03.2010].

<sup>20</sup> Ebenda.

<sup>21</sup> <http://www.onewordmovie.ch> [03.2010].

Film erzeugt. So entstehen aus dem beliebigen Bildarchiv des Internets durch kopieren auf einen Datenträger Wert vermehrende Originale.

2007 begann Brogle, alle während des Jahres von **onewordmovie** verwendeten Bilder vom Internet herunter zu laden. Der Download verändert nicht nur den Ort und die Zugänglichkeit der Daten. Brogle stellte fest, dass sich der Inhalt der Arbeit veränderte. Für den Download benutzte er alle Wörter, die je bei **onewordmovie** eingegeben wurden. Diese Wörter, etwa 100'000, zeigen ein überraschendes Interessenspektrum der NutzerInnen. Zu über 90% handelt es sich um Begriffe mit Bezug zur Pornografie. Das Internet zeichnet sich dadurch aus, dass jede NutzerIn nur das sieht, was sie sucht. Nicht gesuchte Informationen existieren nicht. Die Konfrontation mit einer anonymen, von der NutzerIn nicht selbst getroffenen Auswahl verändert den Blick auf das Werk. Erscheint das Projekt erst wie ein leichtfüssiges Spiel, entsteht durch die Fixierung der ausgewählten Wörter ein Archiv von beunruhigenden kollektiven Vorlieben.

Eine Auswahl von Bildern aus dem Internet wird zu einem bestimmten Zeitpunkt fixiert. In den Vordergrund treten historische Fragestellungen, denn die so aufgezeichneten Daten werden sich im Netz nicht erhalten. In Zukunft entsteht mit diesen jährlichen Downloads ein Werk, das - neben der Funktion, offline Bilderlieferant für **onewordmovie** zu sein - sehr komplexe Informationen zum Internet enthält.

## 5. DIE RAHMUNG DES EREIGNISSES: 1 STUNDE TV-BOT

Marc Lee beschäftigt sich in seinen Arbeiten mit Nachrichten, die im Internet zur Verfügung stehen. Zufällige Suchabfragen kombinieren News zu neuen Sendungen. Sobald die Webseite **TV-Bot**<sup>22</sup> ausgewählt wird, beginnt das Programm auf dem Internet nach Nachrichten zu suchen. Es werden nur Nachrichten integriert, die nicht älter als eine Stunde sind. Die Informationen verändern sich stetig und erscheinen in immer neuen Kombinationen. Die Vergangenheit wird nicht aufgezeichnet, die Information verliert sich, während neue entsteht. Der Fluss der Information scheint schon immer da gewesen zu sein und ewig weiter zu fließen. Was könnte aus diesem Fluss verkauft werden? Der Künstler schlägt vor, eine Stunde **TV-Bot** anzubieten mit einem frei wählbaren Anfangstermin. Da das automatische Aufzeichnen der Informationen in der Programmierung nicht vorgesehen ist und das Werk grundsätzlich verändern würde, muss die gewünschte Stunde vom Künstler willentlich aufgezeichnet werden. Daher liegt der Zeitpunkt des Beginns der Aufzeichnung in der Zukunft. Wie kann und soll eine KäuferIn ein Datum bestimmen? Geburtstag, Nationalfeiertag, Zufall? Die Aufforderung zur Wahl eines zukünftigen Datums ist in Bezug auf Nachrichteninformationen überraschend, werden doch

<sup>22</sup> <http://www.1go1.net/index.php/Main/TV-BOT?> [03.2010].

Üblicherweise nur Ereignisse in der Vergangenheit datiert. Die Definition eines materialisierten «Werks» zwecks Kommerzialisierung erzwingt in diesem Fall Fragen nach der Erwartung des Publikums. Sie verkehrt die gewohnte Perspektive gegenüber Ereignissen, die eine Nachricht wert sind und fordert die Zuschauer auf, sich schöne, lustige, brutale oder Aufsehen erregende Begebenheiten in der Zukunft zu wünschen. Auch hier erzeugt die Fixierung des Datenflusses neue Fragen und erweitert das Werk.

## 6. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Unglücklicherweise litt **TV-Bot** wie andere netzbasierte Kunstwerke am Bedeutungsverlust des Programms «Real Player». Die meisten TV-Stationen, die als Bild- und Textlieferanten fungieren, verwenden die Applikation nicht mehr. Das Werk musste neu programmiert werden.<sup>23</sup> Wie alle netzbasierten Kunstwerke operiert auch **TV-Bot** in einem stark von IT-Firmen dominierten Kontext. Die Veränderung der Software erfordert immer wieder Neuanpassungen. Die Tradierbarkeit eines netzbasierten Kunstwerkes ist also eingeschränkt, weil sein Kontext – Browser, Programme und Hardware – das Werk nicht mehr unterstützt und es damit unsichtbar wird. Diese Veränderungen geschehen so schnell und einschneidend, dass der Eindruck entsteht, die digitale Kultur sei natürlicherweise ephemere. Da die Netzkunst sehr stark von Ideen der Konzeptkunst geprägt wurde, gibt es Stimmen, die gerade die Immaterialität und die Vergänglichkeit der netzbasierten Kunst zu deren Grundbedingungen zählen. Wenn aber Sichtbarkeit und Funktion des Werkes eingeschränkt werden oder verloren gehen, existiert das Werk nur noch als Erzählung, seine Kraft als Werk der bildenden Kunst ist nicht mehr erlebbar. Da ein wichtiger Teil netzbasierter Kunst interaktiv funktioniert, das Werk also in bedeutendem Mass durch Handlungen der NutzerInnen erzeugt wird, ist es noch schwieriger als bei traditionellen Medien, durch ein dokumentarisches Bild oder eine Beschreibung das Erlebnis des Werkes zu evozieren. Monica Studer und Christoph van den Berg beschreiben die Situation so: «Wir finden es wichtig, dass auch im Netz eine Geschichte und Chronologie der künstlerischen Netzarbeiten ablesbar ist. Heute – 2009 – sind durch die Entwicklungen der Technologie und dank der schnelleren Übertragungsgeschwindigkeit andere Arbeiten möglich als vor zehn Jahren, Das wird nur ersichtlich, wenn die Dinosaurier der Netzkunst funktionsfähig online bleiben können. [...] Bei weiteren Arbeiten, die ohne Interaktion zwischen Publikum und uns funktionieren, sollte der Code immer wieder an den aktuell gültigen technischen Standard angepasst werden, es fehlt uns jedoch die Zeit für die Pflege. Die Anpassungen könnten von einer Fachperson vorgenommen werden, wir selber tendieren dazu, eher Zeit und Geld in neue Arbeiten zu investieren als in die Restauration, und nehmen so in Kauf, dass ältere Arbeiten leider nicht mehr vollumfänglich funktionieren.»<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Seit Januar 2010 gibts den TV-Bot 2.0.: <http://www.1go1.net/56ktv/> [03.2010].

<sup>24</sup> Monica Studer und Christoph van den Berg in der vorliegenden Publikation, S.163.

Das Engagement zur Erhaltung von netzbasierten Kunstwerken, die durch Veränderungen der Zugänge und Kompatibilitäten bedroht sind, verweist auf eine umfassendere Problematik, der netzbasierte Gestaltung ausgesetzt ist. Wo werden Webseiten wichtiger Designer erhalten? Wird es in 20 Jahren noch möglich sein, die visuelle Kultur des Internets von heute zu betrachten? Hier können Sammlungen einen wichtigen Beitrag leisten. Kunstsammlungen hatten schon immer den Auftrag, durch Besitz Kunstwerke zu erhalten und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Ein im Museum ausgestelltes Bild verursacht Kosten für Raumbedarf, Pflege und Versicherung. Obwohl netzbasierte Kunstwerke wie beschrieben nur durch einigen technischen Aufwand erhalten werden können, kann das auf den Server gelegte und online sichtbare netzbasierte Kunstwerk dagegen sehr einfach permanent öffentlich gezeigt werden. Galt seit den 1960er Jahren das Verschwinden des Objektes als künstlerisch radikale Lösung, muss in einer Zeit und in einem Medium, in dem alles ohnehin sehr schnell verschwindet, umgedacht werden. So ist die Erhaltung von Werken netzbasierter Kunst ein kämpferischer Akt gegenüber der Macht der IT-Firmen und zugleich ein Beispiel von Denkmalschutz für neueste Technologie.

#### MARKUS SCHWANDER

ist bildender Künstler. Er studierte Kunstvermittlung und Kunst in Luzern und Basel und zeigt seine Arbeiten in Ausstellungen im Bereich Skulptur und Zeichnung, u. a. im FRI-ART in Fribourg (2006) und in der Villa Merkel in Esslingen (2007). 2004 erschien das Buch **Abdruck. zu den Objekten und Zeichnungen von Markus Schwander** im Revolver-Verlag Frankfurt/Main. Von 1999 bis 2008 Dozent für Bild & Kommunikation an der FHNW HGK Institut Mode-Design und ist Ko-Leiter des Forschungsprojekts **Owning Online Art**. <http://www.markusschwander.com> [03.2010]