



**FELIX STALDER
EIGENTUM, BESITZ UND FREIE GÜTER: SOZIALE
BEZIEHUNGEN ALS KERN EINER NEUEN ÖKONOMIE
IMMATERIELLER KULTUR?**

FELIX STALDER BESCHÄFTIGT SICH MIT GRUNDTHESEN ZUR ÖKONOMIE FREIER IMMATERIELLER GÜTER, WIE SIE IM BEREICH DER FREIEN UND OPEN SOURCE SOFTWARE, ABER AUCH IN ANDEREN GEBIETEN DER DIGITALEN WISSENS-, KULTUR- UND KUNSTPRODUKTION AUFTAUCHEN. DER AUTOR GEHT DER FRAGE NACH, WAS «EIGENTUM» UND «BESITZ» ÜBERHAUPT BEDEUTEN IN EINEM KONTEXT, IN DEM IHR ZENTRALES DEFINITIONSMERKMAL, DIE EXKLUSIVE VERFÜGUNGSGEWALT, NICHT GEGEBEN IST. DER SKIZZIERTER ÜBERBLICK ÜBER BEREITS BESTEHENDE ÖKONOMISCHE MODELLE AUF DER GRUNDLAGE FREI ZUGÄNGLICHER GÜTER GEHT DAVON AUS, DASS SICH DIE BEDINGUNGEN FÜR DIE HERSTELLUNG UND NUTZUNG DIGITALER GÜTER DEUTLICH VON JENEN MATERIELLER GÜTER UNTERSCHIEDET. EIGENTUM UND ÖKONOMIE SIND DESWEGEN KEINESWEGS AUSSER KRAFT GESETZT. VIELMEHR VERÄNDERN SICH DIE MIT DIESEN BEGRIFFEN VERBUNDENEN KONZEPTE UND PRAKTIKEN.

1. EINFÜHRUNG

Der vorliegende Beitrag befasst sich mit Phänomenen und Praktiken ausserhalb der bildenden Kunst. Während sich das Feld der Kunst erst allmählich mit der Ökonomie freier Güter zu beschäftigen beginnt und Netzkunst, nach einer kurzen Blütezeit gegen Ende der 1990er Jahre¹ heute ein Nischendasein führt, haben sich andere Bereiche der digitalen Kultur und Wirtschaft weit entwickelt. Das bedeutet nicht, dass die dortigen Erfahrungen und Fallbeispiele eine Art «Avant-garde» darstellen, deren Vorbild andere Bereiche folgen müssten. Ganz im Gegenteil: Bereits ein knapper Überblick vermag zu zeigen, dass die entwickelten Modelle kontextabhängig sind und sich auch in vermeintlich einheitlichen Gebieten, etwa der Freien und Open Source Software (FOSS), deutlich voneinander unterscheiden. Grosse, Industrierelevante Softwareprojekte – etwa der Webserver Apache – sind ganz anders strukturiert als Künstlerzentrierte Projekte – etwa die Musiksoftware PureData (PD). Es kann hier folglich nicht darum gehen, von kunstfernen Projekten direkte Schlüsse auf künstlerische Projekte zu ziehen, sondern darum, den bereits vorliegenden Erfahrungsschatz in die Kunstinterne Diskussion einzubringen. Was davon relevant ist, können nur die einzelnen Akteure des Kunstbetriebs, im Hinblick auf ihre eigene aktuelle Praxis, bestimmen. Es geht also mehr darum, Reibung zu erzeugen als fertige Rezepte anzubieten.

2. EIGENTUM AN FREIEN GÜTERN

Unter der Voraussetzung des freien Zugangs zu und der freien Nutzung von immateriellen Gütern verliert der Begriff des Eigentums sein zentrales Definitionsmerkmal, die exklusive Verfügungsgewalt, und wird damit problematisch. Unter «Eigentum» versteht man konventionell «die rechtliche Zuordnung einer beweglichen oder unbeweglichen Sache zu einer natürlichen oder juristischen Person im Sinne eines umfassenden und gegenüber jedermann wirkenden, so genannten absoluten Besitz-, Verfügungs- und Nutzungsrechts.»² Eigentum entsteht also auf Basis eines Rechtstitels, der die spezifischen Bedingungen der exklusiven Verfügungsgewalt über eine Sache definiert. In diesem Sinne gibt es im Wesentlichen drei Typen des Eigentums an immateriellen Dingen, abhängig davon, auf welchem Rechtstitel es beruht.³

2.1. URHEBERRECHTLICH GESCHÜTZTE WERKE

Werke sind gemäss schweizerischem Urheberrecht «geistige Schöpfungen der Literatur und Kunst, die individuellen Charakter haben». Das Urheberrechtsgesetz verleiht dem Urheber, der «natürliche[n] Person, die das Werk geschaffen hat», das «ausschliessliche Recht zu bestimmen, ob, wann und wie das Werk verwendet wird». Dieses Recht ist übertragbar, und die Übertragbarkeit der Nutzungsrech-

¹ Eine zeitnahe Bestandesaufnahme der «heroischen» Phase der Netzkunst liefert Tilman Baumgärtel, [net.art]. Materialien zur Netzkunst. Nürnberg: Verlag für moderne Kunst, 1999.

² <http://de.wikipedia.org/wiki/Eigentum> [12.2008].

³ Streng genommen gibt es noch weitere, etwa rechtlich geschützte geografische Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen, die in diesem Kontext aber vernachlässigt werden können.

te bildet die Voraussetzung für die Warenförmigkeit immaterieller Güter. Das Urheberrecht garantiert den Eigentumscharakter des Werkes bis 75 Jahre nach dem Tod des Urhebers. Nach dieser Zeit löst sich das Eigentum am Werk auf und es wird gemeinfrei (davon bleiben die einzelnen, materiellen Kopien natürlich unberührt). Solange eindeutig festzulegen ist, wer Urheber eines Werkes ist und wie genau das Werk begrenzt ist (das heisst, wie es sich von anderen Werken abgrenzt) bietet das Urheberrecht eine relativ kohärente Grundlage, um Eigentumsansprüche an Werken festzulegen (sie im Konfliktfall geltend zu machen ist natürlich eine andere Sache). Es scheint allerdings heute im digitalen Kontext an seine Grenzen zu stossen. Zum einen weitet sich sein Geltungsbereich zunehmend aus, zum anderen machen die neuen Möglichkeiten zur Werkbearbeitung und Distribution die Durchsetzung der exklusiven Rechte immer schwieriger. Aktuelle, weit verbreitete Kulturpraktiken (Appropriation, Remixing, Transformation) können vom Urheberrecht nur schlecht gefasst werden. Als Konsequenz wird es bei vielen Werken immer schwieriger, die Urheberschaft und/oder die Grenzen eines Werkes genau zu bestimmen. Um von den neuen Möglichkeiten der Kooperation und Distribution besser Gebrauch machen zu können, werden heute vielfach so genannte freie Lizenzen eingesetzt, die die exklusive Kontrolle über die Werknutzung in ihr Gegenteil verkehren: in die Garantie der mehr oder weniger freien Nutzung. De facto ist damit die Warenförmigkeit der Werke zumindest teilweise aufgehoben (aber nicht die ökonomische Wertschöpfung, die auf solchen Werken aufbauen kann).

2.2. PATENTRECHTLICH GESCHÜTZTE ERFINDUNGEN

Das Patentrecht garantiert exklusive Nutzungsrechte für Erfindungen, die «die Voraussetzungen der Neuheit, der gewerblichen Anwendbarkeit und des nicht Naheliegens [...] erfüllen».⁴ Da das Kriterium der gewerblichen Nutzung für die Vergabe eines Patents von zentraler Bedeutung ist, spielen Patente in der Kulturökonomie so gut wie keine Rolle. Die Ausweitung der Patentierbarkeit, insbesondere in Richtung Softwarepatente (aktuell nur in den USA), schafft zwar eine neue Grauzone mit für die freie Software negativen Dynamiken,⁵ aber im Kulturbereich wurde dies bisher noch kaum relevant.⁶

2.3. MARKENRECHTLICH GESCHÜTZTE PRODUKTNAMEN / -ZEICHEN

«Eine Marke im rechtlichen Sinn ist ein geschütztes Kennzeichen, mit dem ein Unternehmen seine Waren oder Dienstleistungen von solchen anderer Unternehmen unterscheidet. [...] Markeninhaber haben [...] das ausschliessliche Recht, ihre Marke zur Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen zu gebrauchen und darüber zu verfügen (z.B. Lizenzen zu erteilen). Sie können Dritten verbieten, ein identisches oder ähnliches Zeichen für gleiche oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen zu

⁴ <http://www.patentlaw.ch> [12.2008].

⁵ Andreas Wiebe, «Patentschutz und Softwareentwicklung – ein unüberbrückbarer Gegensatz?», in: Bernd Lutterbeck, Rolf A. Gehring (Hrsg.), **Open Source Jahrbuch 2004: Zwischen Softwareentwicklung und Gesellschaftsmodell**, Berlin: Lehmanns Media, 2004.

⁶ Patentierbarkeit wird im Kulturbereich insofern relevant, als es aufgrund bestehender Patente im Audio- und Videobereich freie Softwareprojekte an Grenzen stossen und deshalb viele KünstlerInnen mit proprietären Produkten arbeiten. Den wenigsten ist dieser Zusammenhang bewusst.

verwenden.»⁷ Der Markenschutz gilt zehn Jahre, kann aber beliebig oft verlängert werden. Er verfällt, wenn die Marke nicht mehr genutzt wird oder zum generischen Begriff «verkommt» (z.B. «Bos-titch»).

Im Bereich der Open Source Software spielt der Markenschutz eine zunehmend wichtige Rolle. Er erlaubt den Inhabern des Rechtstitels, eine gewisse Kontrolle über den frei verfügbaren Code auszuüben, indem zwischen offiziellen, unter dem Markennamen veröffentlichten und inoffiziellen, unter anderem Namen veröffentlichten Versionen unterschieden wird. Der Begriff «Open Source» selbst ist markenrechtlich geschützt und gilt nur für den unter einer von der Open Source Initiative anerkannten Lizenz veröffentlichten Code.⁸ Die mit der Kontrolle des Markennamens einhergehende Einschränkung der Nutzung des Codes kann zu Problemen führen. So erlauben etwa die Mozilla Corporation, dass Softwaredistributionen nur das offizielle binary Paket (Objektcode) unter dem geschützten Namen «Firefox» vertreiben dürfen. Wer den Source Code selbst kompilieren und dann diese Version vertreiben will, darf das zwar (es handelt sich schliesslich um Freie Software), aber eben nicht unter dem Namen «Firefox». Die Softwaredistribution Debian sah sich deshalb genötigt, ihre Version des Browsers in «Iceweasel» umzubenennen. Die Mozilla Corporation will damit verhindern, «dass möglicherweise fehlerhafte Versionen ihrer Programme den guten Namen der Mozilla-Produkte beflecken».⁹

Das Markenrecht, das im Kern auf die klare Abgrenzung ähnlicher Produkte zielt, spielte im Kulturbereich lange Zeit insofern nur eine negative Rolle, als KünstlerInnen, die mit markenrechtlich geschützten Symbolen arbeiten, von den Markeninhabern mit Klagen bedroht wurden. Ein frühes Beispiel ist etwa die legendäre Schweizer Punk Band Liliput: Sie hiess «Kleenex», bis 1980 der amerikanische Konzern Kimberly-Clark als Inhaber der Namensrechte der Taschentuchmarke eine Namensänderung erzwang.¹⁰ Diese Erfahrung hat sich seitdem unzählige Male wiederholt. Erst in den letzten Jahren hat sich die kulturelle Ökonomie so ausdifferenziert, dass das Markenrecht auch von kulturellen Akteuren beansprucht wird. Aktuell wenden es hauptsächlich grosse Museen an, nicht nur im Kontext von Logos und Namen, sondern zum Schutz der Abbildung der Gebäude.¹¹

Von Interesse ist ebenfalls der Markenschutz, wie er im Bereich der Open Source Software angewandt wird: Eine spezifische Identität wie Firefox kann wertvoll sein, auch wenn der darunter liegende funktionale Code frei zugänglich ist. Die Firefox Corporation positioniert sich im Markt, indem es ihre Identität vereinfacht, Nutzer zu finden, die ihrem Angebot vertrauen, ohne dass sie wirklich etwas über den darunter liegenden Code wissen müssten. Diese Nutzer, bzw. der web traffic, den sie produzieren, lässt sich kapitalisieren. Mozilla bie-

⁷ <http://www.ige.ch/d/marke/ml.shtm> [12.2008].

⁸ <http://www.opensource.org> [03.2010].

⁹ Oliver Diedrich, «Debian vs. Mozilla oder: Namen sind Schall und Rauch», in: **Heise Open** <http://www.heise.de/open/artikel/Debian-vs-Mozilla-oder-Namen-sind-Schall-und-Rauch-221989.html> [03.2010]

¹⁰ [http://de.wikipedia.org/wiki/Kleenex_\(Band\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Kleenex_(Band)) [12.2008].

¹¹ So schreibt etwa die Guggenheim Foundation: «The names, titles, building images, trademarks, service marks, and logos that appear on the Site are registered and unregistered marks of the Foundation [...]. You may not use the Guggenheim Trademarks without the Foundation's prior, written permission.» <http://www.guggenheim.org/terms-conditions> [12.2008].

tet als default search engine Google an und bezieht einen prozentualen Anteil an den damit generierten Werbeeinnahmen von Google.¹² Den Wert eines Unternehmens wie der Mozilla Corporation bestimmt aber nicht nur die exklusive Kontrolle über geistiges Eigentum, sondern auch, oder vielleicht sogar in erster Linie, die spezifischen Fähigkeiten, die in der sozio-technischen Konfiguration des Unternehmens generiert werden.

3. BESITZ IMMATERIELLER GÜTER

Ganz anders als bei Eigentum, das auf einer formalen Rechtsgrundlage beruht, stehen die Dinge, wenn wir uns dem Besitz an immateriellen Gütern zuwenden. Hier sind die Verhältnisse wesentlich flexibler und nuancierter. Als Besitz wird die «tatsächliche Herrschaft einer Person über eine Sache»¹³ bezeichnet, unabhängig von der formal-rechtlichen Lage. Das klassische Beispiel für den Unterschied zwischen Eigentum und Besitz – der Dieb im Besitz von Dingen, die nicht sein Eigentum sind – ist in unserem Kontext allerdings weniger relevant. Vielmehr von Interesse sind Formen des Besitzes an immateriellen Gütern, die entweder über den Umweg materieller Güter konstruiert sind oder auf sozialen Konventionen mit oder ohne Rekurs auf die oben genannten rechtlichen Konstruktionen aufbauen. Mit dem verkörperten Wissen («embodied knowledge»), dem Besitz durch Assoziation, dem Privilegierten Zugang und der symbolischen Teilhabe lassen sich mindestens vier verschiedene Typen ausmachen.

3.1. VERKÖRPERTES WISSEN

Wissen kann entweder in Menschen oder in Objekten verkörpert sein. Besonders bei technologischem Wissen allerdings sind die beiden Ebenen des Technischen und des Sozialen – oder, wie es Bruno Latour formuliert, der «humans» und der «non-humans» – in der Praxis nicht zu trennen.¹⁴ Es handelt sich vielmehr immer um heterogene Netzwerke von Personen, die mit spezialisierten Artefakten spezifische Effekte (etwa einen Browser, eine Search Engine oder ein Kunstwerk) produzieren.

Das materialisierte Wissen, das sehr viel grösser sein kann als die Summe der Einzelteile, ist nebst dem exklusiven Wissen (sei es in Form von geistigem Eigentum oder von Firmengeheimnissen) die zentrale Grundlage der immateriellen Wertschöpfung von Unternehmen oder anderen Organisationen. Es ist oftmals die spezifische Konfiguration, die es möglich macht, Mehrwert zu generieren, auch wenn die einzelnen Elemente standardisiert sind (Google's Infrastruktur etwa besteht aus mehreren 10'000 billigen Servern) oder wenn das durch das Netzwerk zirkulierende Wissen im Grunde genommen allen zugänglich ist (etwa im Fall von IBM's Nutzung von Open Source Software). Der Aufbau solcher Netzwerke ist aber sehr komplex und zeitaufwändig. Netz-

¹² Im Jahr 2006 nahm Mozilla US\$66,8 Millionen ein. Davon wurden rund 85% durch das Abkommen mit Google generiert. http://en.wikipedia.org/wiki/Mozilla_Foundation#Financing [12.2008].

¹³ <http://de.wikipedia.org/wiki/Besitz> [12.2008].

¹⁴ Vgl. etwa die Fallstudie von Bruno Latour, *Aramis, or The Love of Technology* (trans: Catherine Porter), Cambridge: MA, Harvard University Press, 1996.

werke (wie alle sozialen Organisationen) sind Pfad-abhängig («path-dependent»), das heisst, sie sind nicht nur «Ist-Zustand», sondern enthalten ihre gesamte Geschichte, aus der heraus spezifische weitere Entwicklungswege mehr oder weniger gut zu beschreiben sind. Daher kann es sich lohnen, solche Netzwerke als Ganze zu kaufen, um die darin produzierten Potenziale den eigenen strategischen Zielen unterzuordnen. Dies ist ein Grund, warum etwa Microsoft Interesse zeigte, Yahoo! zu kaufen. Der Erwerb bezog sich nicht nur auf ein Bündel an IP Titeln und Hardware, sondern auf ein organisch gewachsenen Netzwerk mit einer Geschichte und spezifischen Potenzialitäten für die Zukunft.

Das Risiko in solchen Übernahmen ist allerdings gross: Ein Netzwerk befindet sich zwar kurzfristig (unmittelbar nach der Übernahme) im Besitz des Käufers, dieser Besitz stützt sich jedoch nicht auf einen stabilen Eigentumstitel, sondern auf eine soziale Konvention (die natürlich auch auf vertraglichen Abmachungen beruht, die zum Ziel haben, das Netzwerk weiterhin zu reproduzieren). Wenn nun Teile des Netzwerks diese Konvention brechen (etwa, indem Mitarbeitende kündigen oder weniger produktiv arbeiten, weil ihnen die neue «Kultur» nicht mehr zusagt), lösen sich das Netzwerk oder zumindest seine in ihm verkörperten Fähigkeiten auf, ohne dass der neue Besitzer viel dagegen unternehmen kann.

3.2. BESITZ DURCH ASSOZIATION

Es ist möglich, über bestimmte Stile, Stilelemente oder semiotische Objekte mehr oder weniger exklusiv zu verfügen, ohne dass diese Verfügung auf einem formalen Eigentumstitel beruht. Der Besitz beruht dann darauf, dass die genannten Merkmale mit einer bestimmten Person assoziiert werden. Ein Beispiel liefert etwa die Assoziation bestimmter, quasi-anonymer Strichmännchen mit Keith Haring. Die Stärke der Assoziation kann es anderen unmöglich machen, sich solche Elemente anzueignen, ohne dass die Aneignung selbst zum Thema wird (weder im positiven noch im negativen Sinn). Diese de-facto Exklusivität ist die Grundlage dafür, sie entgeltlich anderen zur Verfügung zu stellen. Keith Haring gestaltete auf dieser Grundlage diverse Produkte und Produktplakate, etwa 1986 für Absolut Vodka.¹⁵ Der Besitz durch Assoziation beruht auf einem sozialen Konsens, der einigermaßen verbindlich vorschreibt, welche Formen der Aneignung als positiv und welche als negativ verstanden werden. Das Kunstsystem als relativ homogenes und kleines Feld verfügt über gute Mittel, Besitz durch Assoziation zu festigen, weil die Reputation der einzelnen Teilnehmer darauf beruht, den systemweiten Konsens (der oftmals nur implizit ausgesprochen ist) nicht zu verletzen, was natürlich gewisse strategische Tabubrüche und Konfrontationen nicht ausschliesst. Die Effektivität dieser sozialen Normen macht Besitz durch Assoziation zu einem zentralen Regelungsmechanismus. KünstlerInnen schützen ihre Werke, indem sie damit bekannt werden und so ganz direkt die Assoziation stärken. Formalrechtliche Regelungen sind in erster Linie für die Verwerter von entscheidender Bedeutung. Auch in anderen kulturellen Subkulturen werden Werke in erster Linie durch As-

¹⁵ http://absolutad.com/absolut_gallery/artists/pictures/?id=960&_s=artists [12.2008].

soziation und Gruppennormen und weniger durch Rechtsansprüche zu Eigentum gemacht. Unter professionellen Zauberern etwa ist es verpönt, die Tricks anderer, aktiver Magier in der eigenen Show zu verwenden. Zuwiderhandlung wird mit Ächtung innerhalb der professionellen Community bestraft, was durchaus soziale und ökonomische Folgen haben kann.¹⁶ Ähnlich ist der Umgang mit neuen Kreationen auch unter Stand-Up Comedians¹⁷ und Spitzenköchen strukturiert.¹⁸

Ausserhalb solcher eher geschlossener Systeme ist die normative Bindungsfunktion der Assoziation oftmals viel schwächer. Sehr aktiv führt das die Migros vor, die immer wieder eingeführte semiotische Elemente so übernimmt, dass die Referenz bestehen bleibt, ohne dass entsprechende Rechtstitel oder der gesellschaftliche Konsens verletzt werden. Das ist aber nicht immer der Fall. Als die Migros Ende der 1990er Jahre die damals gerade berühmt gewordenen Freitag Taschen als «Donnerstag Taschen» anbot, drohten nicht nur die Brüder Freitag mit Plagiatsklagen, sondern es formierte sich schnell ein gesellschaftlicher Konsens, dass der Entwurf dieser Taschen so stark mit den Originalhersteller assoziiert sei, dass die Migros nicht nur möglicherweise ungesetzlich gehandelt habe, sondern vor allem amoralisch. Die daraus resultierende schlechte PR hat sich als ausgesprochen wirksam erwiesen und die Taschen wurden sehr schnell wieder aus dem Handel gezogen.¹⁹ Das sich die Aneignung der Migros zu einem PR-Desaster entwickelte, hat nicht nur mit dem Goliat-gegen-David-Aspekt zu tun. Ebenfalls wichtig ist, dass die Unternehmer der Creative Industries genau an der Schnittstelle zwischen Kultur und Kommerz angesiedelt sind, wo Objekte, obwohl kommerzielle Produkte, stark mit individueller Kreativität assoziiert sind und deshalb auch auf ein kulturelles Wertesystem rekurrieren, das eben Besitz durch Assoziation stützt. Dies ist nicht der Fall, wenn sich eine rein kommerzielle Firma die Stilelemente einer anderen, rein kommerziellen Firma angeeignet. Hier ist erlaubt, was nicht verboten ist. Der Fall der Donnerstag Taschen zeigt, dass also auch ausserhalb des Kunstsystems die Möglichkeit besteht, solche normativen Formen des Besitzes zu stabilisieren, allerdings scheint eine gewisse Nähe zu den kreativen Berufen notwendig.

3.3. PRIVILEGIERTER ZUGANG

Es gibt viele Formen, den im Prinzip freien Zugang zu Werken zu modulieren. Eine der Achsen, entlang welcher eine solche Modulation stattfindet, ist die Zeit. Etwas als erster zu sehen kann (sozial und/oder ökonomisch) wertvoll sein, auch oder gerade, wenn das Objekt oder Werk danach allen zugänglich ist. Eine andere Achse ergibt sich aus der physischen Distanz. Im Theater sind die Sitze vorne teurer als die Sitze hinten. Eine weitere Achse kann der Mediatisierungsgrad sein. Die Aufnahme einer Performance, auch wenn sie in Echtzeit einsehbar

¹⁶ Jacob Loshin, **Secrets Revealed: How Magicians Protect Intellectual Property Without Law** (July 25, 2007), Available at SSRN URL: <http://ssrn.com/abstract=1005564> [03.2010].

¹⁷ Dotan Oliar, Christopher Jon Sprigman, «There's No Free Laugh (Anymore): The Emergence of Intellectual Property Norms and the Transformation of Stand-Up Comedy», in: **Virginia Law Review** (Dezember). Vol. 94 No. 9, 2008.

¹⁸ Emmanuelle Fauchart; Eric von Hippel, **Norms-based Intellectual Property Systems: The Case of French Chefs**. MIT Sloan Working Paper 4576-06 (January 2006) URL: <http://ssrn.com/abstract=881781> [03.2010].

¹⁹ Christoph Doswald, «Donnerstag, Freitag und Robinson», in: **Ironisch/Ironic**. Ausstellungskatalog Migros Museum für Gegenwartskunst, Zürich, 1998.

und auch wenn die Kamera näher an den Performern dran ist als jeder Besucher, ist dennoch ein substanziell anderes, meist weniger wertvolles Erlebnis als jenes direkt vor Ort. Eine weitere Achse ist diejenige der Personalisierung, die die Beziehung zwischen dem Produzenten und dem Rezipienten individualisiert und verstärkt. Leser etwa nehmen stundenlange Wartezeiten in Kauf, um sich die Kopie ihres Buches vom Autor signieren zu lassen, womöglich noch mit einer persönlichen Widmung. Dies erhöht zweifellos den Wert des Buches, auch wenn es sich nicht zwingend in seinem Geldwert niederschlägt.

3.4. SYMBOLISCHE TEILHABE

Das klassische Beispiel einer ökonomischen Transaktion, die zu Quasi-Besitz durch symbolische Teilnahme führt, ist das Sponsoring von Veranstaltungen oder Objekten von hohem sozialem Eigenwert, der sich durch die symbolische Teilhabe transferieren lässt. Das von Herzog & De Meuron erbaute Fussballstadion in München, Fokus intensiver Aufmerksamkeit und positiver Emotionalität, heisst «Allianz Arena». Dies erlaubt der Versicherung Allianz, symbolisch an diesen ihr an sich wesensfremden Ereignissen teilzuhaben und damit ein Teil dieser gesellschaftlichen Energie zu absorbieren. Analoge Beispiele gibt es viele, im Sport ebenso wie im Kultursektor. Der Sponsor wird «part of the experience», wie es im Kontext der EURO08 propagiert wird.

Eine andere Form der symbolischen Teilhabe entwickelte etwa das Projekt Blender²⁰, welches die Open Source 3D Animation Suite mit dem gleichen Namen und Open Source Animationsfilme produziert. Ihr bisher letztes Werk, der Animationsfilm **Big Bug Bunny** hatte Anfang April 2008 in Amsterdam Premiere. Um das Projekt im Voraus zu finanzieren gab es das Angebot, die DVD noch während der Produktionszeit zu bestellen. Als Gegenleistung bekamen die Käufer einerseits den Film, bevor er frei öffentlich zugänglich war, überdies wurde ihr Name im Abspann erwähnt als Mitglied des Produktions-Teams. Rund 1'000 Personen hatten die DVD vorbestellt und damit einen relevanten Teil der Produktionskosten beigesteuert, was ihre Teilhabe mehr als nur symbolisch macht, sondern eine der diversen Möglichkeiten darstellt, in der Community aktiv zu werden. Diese Form der Teilhabe der Community an Projekten bildet eine Grundlage für ökonomische Modelle freier Güter, die ich im Folgenden beleuchten werde.

4. ZUR ÖKONOMIE FREIER GÜTER, BEISPIEL FREIE SOFTWARE

Wie bereits erwähnt, ist die freie Verfügbarkeit von digitalen Gütern nicht gleichbedeutend mit der Abwesenheit einer Ökonomie solcher Güter, auch dann nicht, wenn wir Ökonomie – wie im Folgenden – in einem engen Sinn als (Geld)wirtschaftliche Beziehungen verstehen. Deshalb werde ich mich auf jene Aspekte konzentrieren, die Nutzer diese Dienstleistungen bezahlen lassen, obwohl die eigentliche Software frei verfügbar und

²⁰ <http://www.blender.org>
[03.2010].

nutzbar ist. Das heisst, ich werde primär die Nachfrageseite behandeln und die Analyse, warum und wie Freie und Open Source Software (FOSS) produziert wird, beiseite lassen.²¹

4.1. WAS IST FREIE UND OPEN SOURCE SOFTWARE (FOSS)?

Auf der ideologischen Ebene gibt es deutliche Unterschiede zwischen Freier Software und Open Source Software. Während erste auf die politischen Aspekte freier Kooperation hinweist, betont die andere deren Effizienz. Der Begriff Freie Software stammt aus der Mitte der 1980er Jahre, der Begriff Open Source wurde Ende der 1990er Jahre eingeführt, um die Ideen näher an die Geschäftswelt heranzuführen.²² In der Praxis liegen die Unterscheide weniger weit auseinander, denn die vom Begründer der Free Software Bewegung, Richard Stallman, formulierten Grundprinzipien, die so genannten «vier Freiheiten», gelten ebenso als Open Source Software.²³

- Freiheit 1: Das Programm darf zu jedem Zweck ausgeführt werden.
- Freiheit 2: Das Programm darf studiert und verändert werden.
- Freiheit 3: Das Programm darf verbreitet werden.
- Freiheit 4: Das Programm darf verbessert und verbreitet werden, um damit einen Nutzen für die Gemeinschaft zu erzeugen.²⁴

Diese Freiheiten sind durch freie Lizenzen, allen voran die GNU General Public License (GPL),²⁵ rechtlich einklagbar.²⁶ Jeder Nutzer der Software ist sich dieser vier Freiheiten sicher, solange er sich an die übrigen Bedingungen der Lizenz hält. Im Fall der GPL müssen diese Freiheiten mit dem Programm weiter gegeben werden. Ein Code, der einmal unter der GPL veröffentlicht wurde, kann nie wieder unter einer anderen Lizenz veröffentlicht werden (es sei denn, alle Rechtsinhaber stimmen zu).²⁷ Personen und Firmen, die keine formelle Beziehung zueinander haben, können somit zusammenarbeiten bzw. auf den Werken anderer aufbauen, ohne sich dem Risiko auszusetzen, plötzlich mit urheberrechtlichen Forderungen konfrontiert zu werden. Für die langfristige Kooperation in offenen Netzwerken ist dies eine wesentliche Voraussetzung.

4.2. KOMMERZIELLE NACHFRAGE IM BEREICH FREIER SOFTWARE

Während Freie Software zunächst als Gegenreaktion zur Entstehung einer kommerziellen, proprietären Software-Industrie entstand,²⁸ ist in den letzten

²¹ Diese Frage wurde in der Forschung schon früh und sehr ausführlich behandelt, wobei auf der Ebene der individuellen Entwickler immer wieder ein Motivationspluralismus (intrinsisches Interesse, Reputation, Kooperation, Lernen, Problemlösung, Verdienst etc) festgestellt wurde. Zusammenfassend vgl. Steven Weber, *The Success of Open Source*. Cambridge: MA, Harvard UP, 2004.

²² Volker Grassmuck, *Freie Software. Zwischen Privat- und Gemeineigentum*, Berlin: Bundeszentrale für Politische Bildung, 2002. URL: <http://freie-software.bpb.de> [12.2008].

²³ Vgl. Free Software Definition: <http://www.fsf.org/licensing/essays/free-sw.html> [12.2008], und die Open Source Definition: <http://opensource.org/docs/osd> [12.2008].

²⁴ Eine Besonderheit von Software, die in den meisten anderen Kulturgütern keine direkte Analogie findet, ist die Unterscheidung zwischen Quellcode (source code) und Objektcode (binary code). Der Quellcode ist der in einer Programmiersprache geschriebene Code. Damit eine Maschine ihn lesen kann, muss er in Objektcode, der nur aus 0 und 1 besteht, umgewandelt werden. Damit verliert er aber seine Les- und Veränderbarkeit für die allermeisten Menschen. Deshalb ist es wichtig, dass nicht nur das Programm, das auf dem Computer laufen kann, frei verfügbar ist, sondern auch der veränderbare und lesbare Quellcode. Bei der so genannten proprietären Software ist der Quellcode streng gehütetes Geschäftsgeheimnis und die Nutzer erhalten nur den Objektcode.

²⁵ <http://www.gnu.org/copyleft/gpl.html> [12.2008].

²⁶ <http://gpl-violations.org> [03.2010].

²⁷ Die GPL wurde kürzlich überarbeitet und liegt nun als Version 3 vor. Dabei wurden weitere verpflichtende Regeln eingeführt, die auf softwarespezifische Gefahren für die oben genannten vier Freiheiten reagieren. Für eine kurze Erklärung der Neuerungen vgl. Richard Stallman, *Why Upgrade to GPLv3* (20 July 2007). <http://www.gnu.org/licenses/rms-why-gplv3.html> [12.2008].

Jahren eine regelrechte Industrie entstanden, immer mehr Firmen nutzen und produzieren FOSS.²⁹ In dieser Industrie, die ein Teil der sehr viel breiteren, teilweise ganz unkommerziellen oder auch anti-kommerziellen FOSS-Bewegung ist, haben sich im Wesentlichen vier Bereiche entwickelt, die die Ökonomie von der Nachfrageseite her strukturieren.³⁰

4.2.1. Dienstleistungen für die Community als Ganze

Freie Software wird meist in formal offenen Netzwerken,³¹ mit Hilfe von E-mail Listen, CVS Servern (die den eigentlichen Code verwalten), Blogs und anderen Kommunikationsmitteln koordiniert. Während solche primär sozial strukturierten Netzwerke in vielem sehr gut funktionieren, so sind sie doch für gewisse, wesentliche Aufgaben komplexer Projekte nicht geeignet. Nicht zuletzt deshalb, weil offene Netzwerke keine rechtlichen Entitäten sein können. Dies führt dazu, dass in den letzten Jahren für fast alle grösseren Softwareprojekte eigene Stiftungen entstanden sind, die entsprechende Aufgaben übernehmen. Eines der bedeutendsten Beispiele hierfür ist die 1999 gegründete Apache Foundation.³² Diese Stiftung bietet organisatorische, rechtliche und finanzielle Unterstützung für über 50 freie Softwareprojekte. Finanziert (im Umfang von jährlich etwa US\$150'000) wird die Stiftung von Spenden, vor allem von grossen Firmen, die ein starkes Eigeninteresse daran haben, dass sich eines oder mehrere dieser Projekte positiv weiterentwickelt. Grösster Einzelsponsor der Apache Foundation ist Google.

Es gibt viele vergleichbare Beispiele, in denen eine Stiftung die Community finanziert, die diese als Ganze unterstützt, indem sie gewisse organisatorische Dienstleistungen erbringt. Ausserhalb des Softwarebereichs ist sicherlich die Wikimedia Stiftung die bedeutendste.³³ Ihre Aufgabe ist es, die Entwicklung der Wikipedia und ihrer angegliederten Projekte zu fördern, hauptsächlich, indem sie die Betreuung der in Zwischenzeit sehr beträchtlichen und entsprechend kostenintensiven Infrastruktur übernimmt,³⁴ aber auch Konferenzen und andere Events mit organisiert. Die Wikipedia Stiftung wird von individuellen (Klein)Spendern und Gerätespendern finanziert, im Umfang von knapp US\$6'000'000.- im Jahr 2007-08.³⁵

Stark verallgemeinert lässt sich feststellen, dass, je grösser und etablierter eine Community,

²⁸ Williams, Sam (2002). Free as in Freedom. Richard Stallman's Crusade for Free Software. Sebastopol, CA, O'Reilly URL: <http://www.oreilly.com/openbook/freedom/> [12.2008].

²⁹ Bruce Perens, «Open Source – ein aufstrebendes ökonomisches Modell», in: B. Lutterbeck, Matthias Bärwolff, R. A. Gehring (Hrsg.), **Open Source Jahrbuch 2007 – Zwischen freier Software und Gesellschaftsmodell**, Berlin: Lehmanns Media, 2007. <http://www.opensourcejahrbuch.de/portal/scripts/download?article=osjb2007-02-03-perens.pdf> [12.2008].

³⁰ Dies ist nicht die einzige Art, wie sich Geschäftsmodelle im FOSS Sektor kategorisieren lassen. Ein etwas engerer Blick auf kommerzielle Softwareproduzenten identifiziert sechs verschiedene Clusters, die sich nur teilweise mit den vier von mir vorgestellten Modellen überschneiden. Der Unterschied ergibt sich unter anderem daraus, dass hier Firmen die Angebotsseite fokussieren. Vgl. Carlo Daffara, **Business models in FOSS-based companies** (2006). <http://opensource.mit.edu/papers/OSSEMP07-daffara.pdf> [12.2008]. Vgl. auch: Raphael Leitertitz, Open Source-Geschäftsmodelle, in: B. Lutterbeck, R. A. Gehring (Hrsg.), **Open Source Jahrbuch 2004 – Zwischen Software-entwicklung und Gesellschaftsmodell**, Berlin: Lehmanns Media, 2004. <http://www.opensourcejahrbuch.de/portal/scripts/download?article=II-5-Leitertitz.pdf> [12.2008].

³¹ Mit formal offen meine ich, dass nicht die formale Mitgliedschaft in einer Organisation (etwa als Angestellter oder anderweitig vertraglich Gebundener) oder formale Titel notwendig sind, um am Projekt teilzunehmen. Natürlich verfügen auch solche Projekte über Mechanismen, um gewisse Prozesse zu schliessen.

³² <http://www.apache.org/foundation> [12.2008].

³³ <http://www.wikimedia.org> [12.2008].

³⁴ Ende 2006 war die Wikipedia an sechster Stelle der meistbesuchten Destinationen online, mit ca. 285'000 Seitenaufrufen pro Minute. http://wikimediafoundation.org/wiki/Frequently_Asked_Questions_-_How_is_the_revenue_spent_3F [08.2007].

die sich als formal offenes Netzwerk strukturiert, desto grösser ist die Nachfrage nach spezialisierten Dienstleistungen, welche für die Community als Ganze erbracht werden. Erfolgreiche Projekte scheinen, wohl auch aufgrund ihrer Grösse, das Problem des Trittbrettfahrens («free riding») überwinden zu können.³⁶ Welche Dienstleistungen dies sind und wer innerhalb der Community bereit ist, wie viel dafür aufzubringen, ist von Fall zu Fall sehr unterschiedlich. Im Falle der Künstler-zentrierten Musiksoftware Pure Data werden auch diese Dienstleistungen unentgeltlich angeboten von Institutionen, die in ihrer Arbeit stark auf diese Software rekurren, in diesem Fall ist die Serverinfrastruktur vom Institute of Electronic Music and Acoustics in Graz bereit gestellt.

4.2.2. Dual-Licensing

Die GPL bringt mit sich, dass alle Software, die auf GPL Code aufbaut, selbst wieder unter der GPL vertrieben werden muss. Nicht alle Nutzer wollen diese Bedingungen in Kauf nehmen. Daraus entsteht die Nachfrage nach dem Erwerb eines Programms auch unter einer nicht freien Lizenz. Dies ist möglich, wenn das Programm zweimal lizenziert wird: einmal frei für alle unter der GPL, einmal kostenpflichtig unter einer klassischen Lizenz, damit für den Lizenznehmer die Verpflichtung entfällt, das eigene Produkt unter der GPL zu vertreiben. Eines der prominentesten Beispiele ist QT, eine so genannte «Klassenbibliothek für die plattformübergreifende Programmierung grafischer Benutzeroberflächen für viele Programmiersprachen.»³⁷ Mit dieser Bibliothek lassen sich relativ einfach grafische Benutzeroberflächen (Graphical User Interface, GUI) programmieren, wie sie heute für die überwiegende Mehrheit aller Programme auf dem Markt sind. QT wird von der norwegischen Firma Trolltech hergestellt und, unter anderem, im Projekt KDE³⁸, dem aktuell umfangreichsten Open Source Projekt, benutzt.³⁹ Nach heftigen Kontroversen entschloss sich Trolltech im Jahr 2005, das ursprünglich nicht unter der GPL stehende Programm für alle Plattformen auch unter der GPL zu lizenzieren, gleichzeitig aber auch gegen Bezahlung andere Lizenzbedingungen anzubieten. Damit wird das Toolkit einerseits weit verbreitet und etabliert sich als ein Standardwerkzeug für Interfaceentwickler, andererseits haben auch Firmen Zugriff darauf, die selbst keine Freie Software vertreiben wollen. Für diese lohnt es sich, für ein Produkt zu bezahlen, das sie auch ohne Bezahlung nutzen könnten. Dass das Programm auch frei verfügbar ist, ist sogar für die bezahlenden Firmen von Vorteil, weil dadurch garantiert bleibt, dass viele Entwickler mit diesem Programm arbeiten. Der Nachteil einer solchen Doppellizierung ist, dass alle Entwickler diesem Modell zustimmen müssen. In der Praxis führt dies dazu, dass sich der Kreis der aktiv Mitarbeitenden auf die Angestellten der Firma, die die Rechte verwal-

³⁵ Rund drei Drittel dieses Betrags wurden durch Beiträge individueller Spender gesammelt. Der Rest kam von Stiftungen und anderen institutionellen Zuschüssen. Jahresbericht, 2007-08, <http://wikimediafoundation.org/wiki/Donate/Transparency/de> [12.2008].

³⁶ Unter Trittbrettfahren («free riding») wird in den Wirtschaftswissenschaften das Nutzen einer allgemeinen Ressource bezeichnet, ohne individuell für deren Kosten mit aufzukommen.

³⁷ [http://de.wikipedia.org/wiki/Qt_\(Bibliothek\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Qt_(Bibliothek)) [12.2008].

³⁸ <http://www.kde.org> [03.2010].

³⁹ Vgl. Eva Brucherseifer, «Die KDE-Entwicklergemeinschaft - wer ist das?», in: *Open-Source-Jahrbuch 2004*, hrsg. von Robert A. Gehring und Bernd Lutterbeck, Berlin: Lehmanns Media, 2004. <http://www.open-sourcejahrbuch.de/portal/scripts/download?article=I-6-Brucherseifer.pdf> [12.2008].

tet, beschränkt. Das ist aber nicht notwendigerweise ein grosser Nachteil.⁴⁰

Die meisten Werke der bildenden Kunst werden nicht in offenen, kooperativen Netzwerken hergestellt, sondern von einzelnen KünstlerInnen oder kleinen, meist ziemlich klar strukturierten Gruppen. Diese halten in der Regel alle Urheberrechte inne und es wäre dadurch kein Problem, ein bereits frei lizenziertes Werk für den Markt nochmals, etwa in einer limitierten, veränderten Auflage zu lizenzieren.

4.2.3. Customizing

Freie und Open Source Software, vor allem, wenn in formal offenen Netzwerken (was meistens der Fall ist) entwickelt, ist aus strukturellen Gründen generisch. Denn es ist der generische Kern eines Problems, der von vielen geteilt wird und um den herum sich die Kooperation in grösseren Gruppen organisiert. Die Anwendung von Software ist aber fast immer einzigartig, besonders, wenn sie eine gewisse Komplexitätsstufe überschreitet. Keine zwei Implementierungen eines Webservers oder eines Content Management Systems (CMS) gleichen einander, weil sich die Aufgaben, die mittels der Software gelöst werden wollen, ja auch von Fall zu Fall unterscheiden. Um diesem Raum zwischen der generischen, kooperativ hergestellten und frei zugänglichen Lösung und der einzigartigen Anwendung, die im konkreten Einzelfall relevant ist, zu überbrücken, entsteht eine grosse Nachfrage nach Dienstleistungen. Diese wird von einem bereits sehr differenzierten, rasch wachsenden Angebot von Dienstleistern befriedigt, deren Spanne von Kleinstunternehmern bis zu multinationalen Konzernen wie IBM oder HP reicht.

Generell lässt sich beobachten, dass, aller Kopierbarkeit zum Trotz, technologisch komplexe Software Werke sehr kontextabhängig sind und dass die Übertragung von einem Kontext in einen anderen, etwa von einem Server auf einen anderen, sehr aufwändig sein kann. In diesem Sinne bedeutet Customizing nicht nur die Anpassung einer bestehenden generischen Software an spezifische Anforderungen, sondern auch die Überführung einer bestehenden Softwarekonfiguration in einen anderen Nutzungskontext, wobei sie dann nur in Bezug auf die Erscheinung minimal zu verändern ist. Im Bereich der Online-Kunst gehören Fragen der Archivierung oder der Servermigration in diesen Bereich.

4.2.4. Support

Nebst dem Customizing schafft sicherlich der Bereich des Supports die grösste Nachfrage nach kommerziellen Dienstleistungen auf Basis freier Güter. Eine zentrale Kritik an in offenen Netzwerken hergestellten Produkten ist, dass die Verantwortung und Zuständigkeit oft unklar ist. Zwar können die meisten Probleme auch innerhalb der offenen Netzwerke gelöst werden (durch das Konsultieren von Foren und Mailinglisten), aber dies kann sehr zeit- und arbeitsaufwändig sein und bei demjenigen, der das Problem lösen muss, einen hohen Wissensstand vor-

⁴⁰ Im Januar 2008 wurde die Firma TrollTech von Nokia für \$150 Million übernommen.

aussetzen. Fehlt ein praktikabler und effizienter Weg, die auftretenden Probleme zu lösen, so stellt sich die Frage nach der mittel- und langfristigen Nutzbarkeit von freien Gütern. Dieses Problem führt zu einer grossen Nachfrage nach Support-Leistungen, die umso grösser ist, je dynamischer das Umfeld, in dem die Software zum Einsatz kommt. Das bekannteste Beispiel eines Geschäftsmodells, das auf der Nachfrage nach Supportleistungen (und Customizing) beruht, ist wohl die Firma Red Hat, die seit bald zehn Jahren Support und Training ihrer eigenen, freien Plattform zum zentralen Element ihres Geschäftsmodells macht.⁴¹ Eine ähnliche Strategie verfolgt die Firma Canonical,⁴² die die äusserst erfolgreiche GNU/Linux Distribution Ubuntu vertreibt.⁴³

Fragen nach der langfristigen Investitionssicherheit spielen auch in vielen Aspekten des Kunst- und Kulturmarktes eine Rolle und damit auch die Frage nach dem Support. Im Bereich der sehr fragilen, instabilen Medien, insbesondere im hochdynamischen Online-Bereich, sind sie von besonderer Dringlichkeit. Worin genau die Supportbedürfnisse bestehen und welche Dienstleistungen erbracht werden können, hängt aber sehr stark vom einzelnen künstlerischen Werk ab, dessen Wert langfristig erhalten werden soll.

5. AUSBLICK

Wir stehen erst am Beginn einer Entwicklung, die zu einer Differenzierung der Formen des Eigentums und des Besitzes an immateriellen Gütern, Prozessen und anderen Verdichtungen führen wird. Einige davon werden, wie bisher, auf exklusiven Rechtstiteln beruhen. Andere Formen sind im Kulturbereich schon seit Langem wichtig, wie der Hinweis auf Magier, Komiker und Köche gezeigt hat. Solche und ähnliche Praktiken, mit oder ohne freie Lizenzen, werden wohl sogar noch an Bedeutung gewinnen. Einige dieser neuen Formen werden direkt neue Geschäftsmodelle hervorbringen, in anderen steht die soziale Valorisierung im Zentrum, die sich nur indirekt in monetäre Dimensionen übersetzen lässt.

Wesentlich erscheint mir, dass Dimensionen, entlang welcher sich diese Differenzierung vollzieht – rechtliche versus normative Regelungen, Exklusivität versus freier Zugang, finanzieller versus sozialer Mehrwert – nicht als Gegensätze und fixe Kategorien zu verstehen sind, sondern jeweils die Enden eines Kontinuums darstellen. Die meisten konkreten Fälle werden sich allerdings nicht an diesen Enden abspielen, sondern irgendwo in der Mitte, wo all diese Elemente in den unterschiedlichsten Mischformen miteinander in Beziehung stehen und sich erst durch ihr spezifisches Verhältnis zueinander überhaupt stabilisieren können.

Freie Güter und kommerzielle Wertschöpfung sind keine grundsätzlichen Gegensätze. Ganz im Gegenteil. Es sind die spezifischen Eigenschaften dieser Güter, die ganz neue Bedürfnisse schaffen. Formel-

⁴¹ Werner Knoblich, «Erfolgreich mit Open Source – Das Red-Hat-Open-Source-Geschäftsmodell», in: B. Lutterbeck, Matthias Bärwolff, R. A. Gehring (Hrsg.), **Open Source Jahrbuch 2006 – Zwischen Softwareentwicklung und Gesellschaftsmodell**, Berlin: Lehmanns Media, 2004. <http://www.opensourcejahrbuch.de/portal/scripts/download?article=osjb2006-04-02-knoblich.pdf> [12.2008].

⁴² <http://www.canonical.com> [03.2010].

⁴³ <http://www.ubuntu.com> [03.2010].

haft verkürzt könnte man sagen, dass das Spezifische an den Dienstleistungen auf Basis freier Güter nicht der Fokus auf exklusiven Besitz, sondern die Stabilisierung von sozialen Beziehungen ist.

Natürlich ist der Bereich der Freien Software sehr anders strukturiert als derjenige der (Online-)Kunst, nicht zuletzt deshalb, weil auch Online-Kunst nicht notwendigerweise in den Bereich der freien Güter fällt. Aber dennoch, es scheint mir glaubhaft anzunehmen, dass das (Geld)wirtschaftliche Potenzial auch in diesem Bereich primär in der Etablierung und Stabilisierung sozialer Beziehungen liegen könnte und weniger in konventionellen Praktiken des exklusiven Besitzes. Im Hinblick auf solche Erwartungen werden klassische Objekte, wie sie von etablierten Institutionen im Kunstmarkt vertrieben werden, zentral bleiben, nicht zuletzt deshalb, weil der Markt mit seinen Konventionen und Praktiken genau für solche Objekte geschaffen wurde. Wenn Online-Kunst nach den Regeln des etablierten Kunstmarkts spielen will, dann scheint mir die konservative Analyse von Peter Schneemann in dieser Publikation – Online-Kunst wird sich an die Logik der Objekte anpassen müssen – durchaus zutreffend. Ich bin allerdings optimistisch, dass sich der Markt verändern kann, ähnlich wie das in anderen Bereichen der Software-, Wissens- und Kulturproduktion bereits mehr oder weniger deutlich zu erkennen ist.

DR. FELIX STALDER

ist Dozent für die Theorie der Mediengesellschaft an der Vertiefung Mediale Künste, Zürcher Hochschule der Künste. Er ist langjähriger Moderator der internationalen Mailingliste nettime, die sich seit 1995 kritisch mit Phänomenen und Projekten an der Schnittstelle von Technologie, Politik und Kunst auseinandersetzt. Er organisierte verschiedene Konferenzen in diesem Feld, darunter **OpenCultures: Free Flows of Information and the Politics of the Commons** (Wien, 2003), **Freebitflows Conference** (Wien, 2004), **World-Information City**, Bangalore (2005), **Wizards of OS** (Berlin, 2006), **Deep Search** (Wien, 2008). Felix Stalder ist Mitbegründer der Initiative kunstfreiheit.ch. <http://felix.openflows.com> [03.2010]