

# Owning Online Art. Study for a Netart-Gallery

**Ein Forschungsprojekt der Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW  
Institut Kunst**

**Unterstützt durch KTI – Die Förderagentur für Innovation. Bundesamt für Berufsbildung und Technologie BBT**

*Projekt-Nr. 8449.2;2 ESPP-ES*

01.02.2007

## **Forschungspartner:**

Institut Kunst | Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW  
Projektverantwortung für die HGK FHNW: Markus Schwander  
Wissenschaftliche Mitarbeit: Lic.Phil. Isabel Zürcher, Dr.oec.publ. Simon Grand, Dr. Felix Stalder, Beo von Arx, Annina Zimmermann

Projektleitung: Lic.Phil. Reinhard Storz, delegiert von *package deal*

Institut für Kunstgeschichte / Kunstgeschichte der Gegenwart, Universität Bern  
Prof. Dr. Peter Schneemann, Dr. Rachel Mader

AktiveArchive | ein Projekt der Hochschule der Künste Bern HKB und des  
Schweizerischen Instituts für Kunstwissenschaft SIK.  
Prof. Johannes Gfeller, Tabea Lurk

## **Experten:**

Dr.Roman Kurzmeyer, Kurator der Sammlung Ricola, Laufen  
Stephan Kunz, Kurator am Aargauer Kunsthaus, Aarau

## **Anwendungspartner**

Hauptfinanzierungspartner/in  
*package deal*, Online-Galerie für Medienkunst  
Annette Schindler und Reinhard Storz

Mitfinanzierungspartner/innen:  
Bundesamt für Kultur, Sektion Kunst und Gestaltung, Urs Staub  
Plug-in Basel, Annette Schindler

## **Projektgegenstand/Kurzbeschreibung**

Das Genre Netzkunst ist noch jung. In der Schweiz und international entstehen seit zehn Jahren jedoch bedeutende Arbeiten, die Eingang finden sollen in öffentliche und private Kunstsammlungen. Das Forschungsprojekt untersucht die Herausforderungen, welche netzbasierte Kunstprojekte an unsere kulturelle, juristische und ökonomische Konzeption von Kunstbesitz darstellen und die Bedingungen, unter denen Netzkunst in die Ökonomie des Kunstmarktes überführt werden kann.

- 1. Welches sind die wirtschaftlichen Ziele und die 'deliverables' (quantifiziert, messbar) der vorgesehenen Zusammenarbeit? Wurde z.B. eine Marktuntersuchung durchgeführt?** (Evtl. Businessplan als Beilage; vgl. auch entsprechendes Merkblatt [Untern Ziele](#))<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Diese Angaben sind vom /von der Wirtschaftspartner/in einzutragen.

### **1.1. Gründung einer Netzkunst-Galerie**

Unter dem Namen «*package deal*» (*pd*) wird eine Online-Galerie für die Entwicklung und Förderung von Modellen zur Verkäuflichkeit von internetbasierter Kunst (Netzkunst) gegründet. Das hier entwickelte Know-how kommt in erster Linie jenen KünstlerInnen zu Gute, die mit neuen Medien arbeiten und heute fast vollständig vom ökonomischen Kreislauf des Kunsthandels ausgeschlossen sind. Ebenso sollen öffentliche und private Sammlungen davon profitieren. *package deal* beabsichtigt ausserdem, Verkäufe von Internet-Kunst zu vermitteln. Handelsobjekt der Galerie sind Kunstwerke, welche in den Techniken des WWW realisiert werden und sich inhaltlich und formal mit diesem neuen Kommunikationsmedium auseinandersetzen.

Durch dieses Kunst-Genre ist die Entscheidung, *pd* als Online-Galerie zu führen und damit Kosten für räumliche Infrastrukturen zu vermeiden, gerechtfertigt. Nach dem aktuellem Stand unserer Recherchen hat *pd* die Chance, weltweit die einzige Galerie für den Handel mit Netzkunst zu sein<sup>2</sup>. Ihr Operationsfeld richtet sich denn auch auf den internationalen Kunstmarkt aus. Neben dem Schwerpunkt des Handels profiliert sich *pd* auch als Agentur und Dienstleister für die Vermittlung von Netzkunst. Im Auftrag von Kunstsammlungen vermittelt und betreut *pd* Werkaufträge an internationale NetzkünstlerInnen und offeriert Beratung bei Medienkunst-Ausstellungen und Expertentätigkeit in der Kunstförderung oder bei Netzkunst-Wettbewerben. In diesem Vermittlungsbereich verfügen die Gründer von *pd*, Annette Schindler und Reinhard Storz, über ein nationales und internationales Renommee als Experten für die neuste Medienkunst, ihr Wissen im Kuratieren, Jurieren und Vermitteln von Netzkunst wird in das Galerie-Projekt einfließen.

### **1.2. Die Firmengründer**

Die Kunstwissenschaftlerin lic. phil. I Annette Schindler leitete das Kunsthaus Glarus (1992-97) und das Swiss Institute New York (1997-2000). Seit Sommer 2000 ist sie die erste Direktorin von [plug.in] Kunst und neue Medien, Basel. In dieser Funktion kuratiert sie regelmässig Ausstellungen, Vortragsreihen und Symposien zur neuen Medienkunst. Neben Aktivitäten im Ausland, zuletzt etwa als Verantwortliche für *Virtually Swiss*, Präsentation von sechs Schweizer Medienkunstprojekten am Jeonju Interantional Film Festival in Korea 2004, ist Annette Schindler als Expertin für Neue Medien Mitglied von nationalen und internationalen Juries und Kommissionen.

Der Kunstwissenschaftler lic. phil. I Reinhard Storz ist Herausgeber der Online-Plattform xcult.org, die sich seit 1995 mit der Produktion und Vermittlung von Netzkunst befasst. In Koproduktion mit verschiedenen Schweizer Kunstinstitutionen kuratierte Storz mehrere grosse Kunst-Projekte im Internet, zuletzt das mit Unterstützung der Pro Helvetia und einer Produktionssumme von 150'000 CHF realisierte Online-Projekt «56kTV-bastard channel». Daneben arbeitet Storz regelmässig als Juror in Kommissionen für Kunstförderung und als Experte in Medienkunst-Wettbewerben, zuletzt etwa im mit 150'000 Euro dotierten Netzkunst-Wettbewerb der Universitätsbibliothek Konstanz.

### **1.3. Die Voraussetzung: Netzkunst im Kunsthandel**

Es ist eine kunsthistorische Tatsache, dass sich die bildende Kunst in ihrer langen Geschichte jeweils auch in den neu auftretenden Medien und Technologien artikuliert. Der Kunstmarkt reagiert auf neue Kunstformen jeweils mit einer zeitlichen Verzögerung, die einerseits auf technische, ökonomische und rezeptionsästhetische Unsicherheiten zurückzuführen ist und andererseits durch eine Kanonisierungs- resp. Standardisierungs-Phase bedingt wird. Im Verlauf der vergangenen 30 Jahren reagierte der Kunsthandel etwa auf das starke Aufkommen von fotografischer Kunst und integrierte gleichzeitig die neue Medienanwendung der sog. Videokunst. Denn der Auftrag, zeitgenössische Kunst zu sammeln und damit das kulturelle Erbe einer Gesellschaft für künftige Generationen zu bewahren, gehört zum Auftrag vieler Museen und ist ein Schwerpunkt mancher privater Kunstsammlungen. Abgeleitet von der starken Präsenz der auf Fotografie und auf Videotechnik basierenden Kunst in aktuellen Ausstellungen kann man annehmen, dass sich die Museen und Sammler in der nahen Zukunft verstärkt auch mit der neusten Medienkunst, der Netzkunst, auseinandersetzen werden. Anzeichen für diese Entwicklung gibt es schon seit bald zehn Jahren. Vor allem in den USA, in Europa und Asien wurden in dieser Zeitspanne erhebliche finanzielle Mittel in die Netzkunst investiert – in der Form von Kunstförderung und von Produktionsaufträgen.

### **1.4. Die Unterstützung des Forschungsprojekts für das Startup-Unternehmen**

In den vergangenen zehn Jahren sind international viele Werke der Netzkunst entstanden, von denen manche heute bereits zu den Klassikern dieses Kunst-Genres gehören. Der Grund dafür, dass bisher noch keine professionelle Galerie den Handel mit Netzkunst aufgenommen hat, liegt in medienpezifischen Aspekten der Produktion, Distribution und der Besitzrechte. Das Forschungsprojekt wird diese Aspekte für den Handel mit Netzkunst näher analysieren und einer Problemlösung zuführen. Die Resultate des Forschungsprojekts fördern den Firmenaufbau in «harten», praktischen Fragen. Dazu gehören betriebsökonomische und juristische Probleme, aber auch Fragen der technischen Werkbetreuung in einer Kunstsammlung und konservatorische Aspekte. Doch manche dieser

<sup>2</sup> Vergleiche dazu die Recherche unter Punkt 3.

praktischen Fragen, wie diejenige nach Besitzrechten, Copyright und konservatorischer Dokumentation, sind eng verbunden mit «weichen», theoretischen Aspekten der aktuellen Kunstpraxis und Kunstrezeption. Deshalb lässt sich die praxisbezogene Frage, wie Netzkunst in die Kunstökonomie überführt werden kann, nicht beantworten, ohne im Hintergrund die Untersuchung grundsätzlicher Fragen des aktuellen Kunstdiskurses zur Grundlage dieser Praxis zu machen. Nicht nur ungeklärte praktische Fragen haben auf der Seite der Kunstsammler die Nachfrage nach Netzkunst bisher verzögert, sondern auch fehlende kunsttheoretische Kenntnisse in der Beurteilung der neuen Medienkunst. Solche Kenntnisse sind für die Wertschätzung von Kunstwerken aber unerlässlich. Ein interdisziplinär angelegtes aF&E-Projekt unter der koordinatorischen Betreuung einer Hochschule für Gestaltung und Kunst scheint uns daher die angemessene Unterstützung für die Gründung und den Aufbau des Startup-Unternehmens zu gewährleisten.

### 1.5. Umsetzung / Deliverables

Bei der Lancierung der Online-Galerie *pd* lassen sich drei übergeordnete Phasen unterscheiden, welche von den Untersuchungen des Forschungsprojekts begleitet und unterstützt werden sollen:

- a. Vorarbeiten zur Galeriegründung: Klärung juristischer und ökonomischer Voraussetzungen. Recherche und Entwicklung von Modellen für Verträge zwischen *pd* und Künstlern. Recherche und Entwicklung von spezifischen Modellen für Kauf- resp. Lizenz-Verträge zwischen *pd* und Sammlern. Definition der in der Online-Galerie dargestellten Inhalte und Dienstleistungen. Strukturelle, programmiertechnische und ästhetische Realisierung der Website.

Meilenstein: Gründung der Online-Galerie

- b. Aufbau der Online-Galerie: Kommunikation mit Künstlern, verbindliche Anwerbung von Kunstwerken. Im Fokus stehen in dieser frühen Phase exemplarische Werktypen von Künstlern, mit denen die Betreiber der Galerie schon länger eine enge Zusammenarbeit pflegen. Anpassung der Vertragsmodelle auf die konkreten Werke, in Hinblick sowohl auf das Verhältnis zwischen Galerie und Künstlern wie zwischen Galerie und Käufern. Ökonomische Klärungen der Faktoren für die Definition des Verkaufspreises für konkrete Werke (Status des Künstlers, Umfang des Werkes, Equipment, Produktionskosten, Rabatte etc.). Kunsthistorische Beschreibung der Werke. Übersetzung der Texte ins Englische. Ankündigung der Galeriegründung bei Schweizer Museen und im näheren Netzwerk der Galeristen.

Meilenstein der Galerie (das «Richtfest»): Aufschaltung der Website mit ersten Werkangeboten.

Öffentliche Lancierung der Galerie wenn möglich an der Art Basel, Internationale Kunstmesse, Juni 2007

Deliverables des Forschungsprojektes: Wertsteigerung und Lösungswege.

Für diese Phase der Online-Galerie müssen aus den vorhandenen Kunstwerken im Internet verkäufliche Kunstprodukte entwickelt werden. Die Arbeitspakete «Produktentwicklung I und II» liefern für acht exemplarische Werke die kunsthistorische Evaluation, Vorschläge für inhaltliche und technische Anpassungen, Modelle für die Repräsentation der Werke im Raum, werkspezifische juristische Beratung und die langfristige Konservierung. Das Forschungsprojekt behandelt die Fragen und Probleme, die Sammler bisher von einem Kauf eines Netzkunstwerkes abgehalten haben, vermittelt Werte und zeigt Lösungen auf.

- c. Ausbau der Galerie: Erweiterung der Werkangebote. Juristische und kunsttheoretische Aufarbeitung von Spezialfällen. Werbe- bzw. Informationsaktion im bestehenden internationalen Netzwerk der Galerie-Betreiber (Europa, USA, Japan) und gezielte Ausweitung des Netzwerks.

Deliverables des Forschungsprojektes: Aufmerksamkeit und Vertrauen.

Als neu entstehende Galerie braucht *package deal* Anlässe, um Aufmerksamkeit bei potenziellen Kunden zu erregen. Diesem Bedürfnis dient das Forschungsprojekt mit der Organisation einer Tagung für die Fachöffentlichkeit und einer Buchpräsentation. Die Fachuntersuchungen des Forschungsprojekts (siehe Projektplan) werden auf den verschiedenen Kommunikationsebenen der Website der Galerie erkennbar gemacht und in einem interdisziplinären Sammelband (deutsch / englisch) publiziert. Sie erlauben es der Galerie, sich im Markt zu positionieren und verstärkt auch internationale Künstler und Museen bzw. Kunstsammler von der Seriosität des Galerieprojekts zu überzeugen.

### 1.6. Umsatz- und Ertragerwartungen

<sup>3</sup> zur Medienresonanz unseres letzten vergleichbaren Online-Projekts vgl. Punkt c unter 3.1. Stand der eigenen Forschung und Entwicklung.

<sup>4</sup> Informationen zu „Iconic Flows“ unter [www.xcult.org/research/brogle/iconic.html](http://www.xcult.org/research/brogle/iconic.html)

<sup>5</sup> Kultur.Wirtschaft.Schweiz. Das Umsatz- und Beschäftigungspotential des Kulturuellen Sektors. Erster Kulturwirtschafts-bericht Schweiz. Herausgegeben von der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich, Nr.01 Herbst 2003, S.30/31

Eine auf den Handel mit Netzkunst spezialisierte Galerie geht erhebliche Risiken ein. Sie ist ein Pionierunternehmen. Als Ableitung aus der Geschichte der Kunstökonomie ist die Integration von internetbasierter Kunst in den Kunsthandel zwar zu erwarten, aber eine Voraussage, in welcher Zeitfrist und mit welchem Handelsvolumen das geschehen wird, kann nicht mit Sicherheit getroffen werden. Dieser Unsicherheit trägt *pd* in verschiedenen Punkten Rechnung: Netzkunst als Handelsobjekt erlaubt den Verzicht auf teure Galerieräume, die Plattform einer Online-Galerie ist gerechtfertigt. Die vergleichsweise geringen Investitionskosten und der Nebenerwerb, dem die Galeristen im artverwandten Bereich der Kunst-Vermittlung nachgehen, erlaubt dem Galerieprojekt eine mittel- und langfristige Perspektive. Bei einsetzendem Erfolg kann das zeitliche Engagement der Galeriebetreiber ausgebaut werden.

Für die Zukunft von *package deal* lassen sich verschiedene Tätigkeitsbereiche beschreiben, deren anteilmässiges Verhältnis sich bei den Umsatz- und Ertragsersparungen mit der Zeit verschieben kann.

a) Dienstleistung für Dritte: In der Anfangszeit wird der Bereich der beratenden Dienstleistungen und der Expertenarbeit für Dritte grosses Gewicht haben. Sein Erfolg wird durch die Erfahrung der Galeriebetreiber bereits seit Jahren bestätigt.

Ein Beispiel: Das Museum für Kommunikation in Bern erteilt *pd* (Reinhard Storz) den Auftrag, für die Datenbank des Museums 30 Kurztexte zu Werken der Netzkunst zu verfassen.

b) Kuratorische Arbeit: In den Jahren 2007-10 wird *pd* eine Netzkunst-Ausstellung im WWW betreuen, an der voraussichtlich 12 internationale Netz-KünstlerInnen mit Verkaufträgen beteiligt sein werden. Für die Projektkosten von 120'000.- ist bereits ein Betrag von 75'000.- Franken gesichert, weitere Mittel sind in Aussicht gestellt. Nach Absprache mit den Künstlern stehen der Galerie *pd* die für die Ausstellung produzierten Einzelwerke für den Verkauf zur Verfügung. Sie werden entsprechend den Erfahrungen aus dem Forschungsprojekt für den Verkauf eingerichtet.

Die als Work in Progress konzipierte Online-Ausstellung internationaler Künstler dient den Kuratoren gezielt als Plattform, um die neu gegründete Galerie *pd* und die Ergebnisse des Forschungsprojekts in der Kunstszene ins Gespräch zu bringen.

Diese Praxis, Online-Ausstellungen zu lancieren und mit eigenen Mitteln bzw. mit Hilfe von Kunstförderung die Produktion von freien Netzkunstwerken zu ermöglichen, welche danach von der Galerie angeboten werden, erscheint uns für die Galerietätigkeit von *pd* auch längerfristig eine vorteilhafte Option zu sein.<sup>3</sup>

c) Dienstleistung für Künstler: Koproduktion von Werken, logistisch/organisatorische Unterstützung bei Ausstellungen und Kunst-am-Bau-Projekten, Recherche, Textbeiträge etc. Beratung bei der Entwicklung projektspezifischer Programmierungen.

Ein Beispiel: Die Galerie *pd* konnte mit dem Medienkünstler Beat Brogle eine Zusammenarbeit für kommende Projekten sichern. Als letztes Kunst am Bau-Projekt realisierte Brogle zum Beispiel im Auftrag der Swisscom die grosse Netzkunst - Installation "Iconic Flows" im neu eröffneten Business Park Köniz.<sup>4</sup>

d) Verkauf von Werken: Ziel der Galerie *pd* ist es, bis ins Jahr 2010 den jährlichen Verkauf von zwanzig Werken mit einem Verkaufspreis von je 5'000.- bis 50'000.- Franken zu realisieren.

Abgeleitet von den oben genannten Perspektiven (Punkt a-d) setzt sich die Online-Galerie *package deal* (*pd*) das Ziel, mit ihrer Angebotspalette bis im Jahr 2010 einen Jahres-Gesamtumsatz von 500'000 CHF zu erreichen. Das entspricht einem Viertel des durchschnittlichen Umsatzes heutiger Galerien in der Schweiz.<sup>5</sup>

Während den ersten zwei Jahren der Galerie-Existenz werden Annette Schindler und Reinhard Storz alle Galerie-Gewinne in die Firma und in Verkaufträge an Künstler reinvestiert.

Für die Umsetzung der Forschungsergebnisse stehen aus den Privatmitteln der Galerieinhaber nach Projektabschluss weitere 40'000.- Franken zur Verfügung.

Kultureller und indirekter Profit der Galerietätigkeit:

Die Online-Publikationen von *pd* und die Untersuchungen des Forschungsprojekts lancieren einen vertieften öffentlichen Diskurs zur Thematik der neuen Medienkunst und der damit verknüpften kunstrelevanten Fragen. Durch medienökonomische und kunstwissenschaftliche Argumente und durch juristische Untersuchungen wird insbesondere die hochaktuelle Auseinandersetzung mit Copyright-Fragen in der heutigen Kunstproduktion gefördert.

Als virtueller Show-Room für die Originalwerke im Internet und mit Hilfe regelmässiger Newsletters betreibt *pd* Öffentlichkeitsarbeit für die beteiligten Künstler und ihre Werke.

Die Zugehörigkeit zum Künstlerstamm der Galerie kann für die betreffenden Künstler und ihr Werk eine valorisierende Wirkung zeigen.

Der Pionierbetrieb einer Galerie für Netzkunst, verknüpft mit der Erforschung von kunsttheoretischen und kunstökonomischen Fragen, erweitert die Qualifikation der Galerie-Inhaber und unterstützt ihr Renommé als ausgewiesene Fachleute für zeitgenössische Medienkunst.

## 2. Welches sind die wissenschaftlich-technischen Ziele und die 'deliverables' dieses Vorhabens?

### 2.1. Ziele

Im Sinn einer angewandten Forschung will das Forschungsprojekt «Owning Online Art. Study for a Netart-Gallery» (Ooa) dem jungen Unternehmen *package deal* praxisorientierte Hilfe leisten. Es untersucht Aspekte von Produktion, Distribution und besonders auch von Besitzrechten in Bezug auf die Frage, wie Netzkunst in die Kunstökonomie und in den Kunsthandel überführt werden kann.

Obwohl im Bereich Netzkunst gerade in der Schweiz international bedeutende und an entsprechenden Festivals auch erfolgreiche Arbeiten entstehen, nehmen Museen und Kunsthallen solche Projekte nur vereinzelt in ihre Ausstellungen auf, geschweige denn in ihre Sammlungen. Auch private Sammler und Sammlerinnen haben bisher diese Lücke nicht wettgemacht. Der Wirtschaftspartner *pd* ist auch im internationalen Zusammenhang die erste Initiative, sich als Galerie mit dem Verkauf von Netzkunst zu befassen, die Bedingungen ihres Handelns zu untersuchen und weiter zu entwickeln.

Ziel des Forschungsprojektes *OoA* ist so, die zukunftsweisenden Entwicklungen in der digitalen Kunst einem breiteren Diskurs in Öffentlichkeit und Wissenschaft zu erschliessen. Es will die jungen Initiative *package deal* durch die Bereitstellung von Argumenten und praktischem Know-how unterstützen und so einen Beitrag leisten an die Bewahrung kunsthistorisch wichtiger Zeugnisse in öffentlichen und privaten Sammlungen und die Verbesserung der Produktionsbedingungen für NetzkünstlerInnen im internationalen Wettbewerb des Kunstbetriebs.

### 2.2. Methode

*OoA* wird die Bedingungen und Möglichkeiten für eine Netart-Galerie unter verschiedensten Aspekten interdisziplinär untersuchen. Grundlagen bilden sowohl kultur- und kunstwissenschaftliche Fragen als auch ökonomische und juristische Aspekte. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen befähigen *pd*, eine spezialisierte Galerie aufzubauen und die durch sie vertretenen Künstler mit kompetenten und neuen Argumenten zu vertreten.

#### a. Kunstwissenschaftliche Aspekte

Da Netzkunst bisher vom Kunsthandel ausgeschlossen war, gibt es keine Galerien, die sich mit ihrem Verkauf befassen oder auf die Bedingungen ihres Handels spezialisiert sind. Es ergeben sich folgende Fragen, die von den Forschungspartnern der **Universität Bern (Institut für Kunstgeschichte, Lehrstuhl Kunstgeschichte der Gegenwart)** unter Leitung von Prof. Dr. Peter Schneemann auf Grund der Informationen von *package deal* untersucht werden:

- Welches sind Reaktionen des Kunstmarktes bzw. der Museen auf neue Werktypen in der jüngeren Kunstgeschichte?
- Sind Vermittlung und Verkaufsstrategien traditioneller Galerien auf Netzkunst anwendbar? (vor dem Hintergrund der Geschichte des Modells Galerie und verschiedener Galerienprofile)
- Was spricht für eine Professionalisierung der Vermarktung? (vor dem Hintergrund der Geschichte der Selbstvermarktung von Künstlern)

Die Online-Galerie *pd* nimmt Werke in ihren Verkaufskatalog auf, für die es noch keine kunstwissenschaftlich gültigen Beschreibungen gibt. Werkkonstituierende Aspekte wie Interaktivität, Partizipation, Konnektivität, Programmierung etc. sind in der Kunstwissenschaft bisher noch wenig geläufig. Sie müssen ausformuliert und auf die Werke angewandt werden.

#### b. Juristische Aspekte

Prominente Beispiele aktueller Netzkunst arbeiten mit Programmierungen, mittels derer fremde Bilder aus dem Internet ins eigene Projekt integriert werden. Hier stellen sich Copyright-Fragen, die auch für andere Bereiche der

zeitgenössischen Kultur relevant sind. Zudem ergeben sich komplexe Fragen des Besitzes. Die Forschungspartner der juristischen Fakultät der **Universität Basel** werden unter Anleitung von Dr. iur. Peter Mosimann untersuchen konkrete, sich aus den Kunstwerken ergebende Copyrightfragen. Sie erarbeiten entsprechende Musterverträge und machen Vorschläge, Rahmenbedingungen von Verkauf und Besitz zu regeln.

#### c. Ökonomische Aspekte

Kunst allgemein und Medien- bzw. Netzkunst insbesondere sind spannende Kontexte, um über ökonomische, unternehmerische und strategische Fragen der Innovation, der Wertschöpfung und Wertvernichtung, des Tausches, der Preisbildung oder der Eigentumsrechte nachzudenken. Als Forschungspartner von der **Universität St.Gallen/Institut für Betriebswirtschaft** entwirft Dr. Simon Grand erste Ansätze zur Entwicklung einer ökonomischen Theorie und zugleich einer innovativen Strategie der (Medien-)Kunst: erstens durch eine Analyse und Diskussion von kulturwissenschaftlichen und betriebswirtschaftlichen Positionen, die sich mit innovations- und Wertschöpfungsprozessen in diesen hybriden Feldern beschäftigen; zweitens durch eine Reihe von explorativen Gesprächen und Interviews mit Spezialisten, die sich konkret mit diesen Grenzen befassen müssen (Kunstkritik, Kunsthandel); und drittens durch die Entwicklung eines prototypischen ökonomischen Modells der Innovation mit der oben skizzierten Perspektive, welches sich am Handel mit Netzkunst orientiert.

#### d. Medienökonomische Aspekte / Open Source

Seit zwanzig Jahren entwickelt eine starke internationale Bewegung von Fachleuten neue Definitionen von Copyright-Regeln, zu deren bekanntesten Versionen *General Public Licence / GPL* (1985), *GNU / Linux* (1991), und *Creative Commons* (2002) gehören. Viele digitale bzw. digitalisierbare Produkte, von der Software über Texte zur Musik und Erzeugnissen der Bildenden Kunst wie Netzkunst, Game-Art und Software-Art werden heute von ihren Autoren unter solchen Regeln publiziert. Die Kenntnis und Berücksichtigung dieses neuen Verständnisses von geistigem Besitz ist für eine Netzkunst-Galerie von massgeblicher Bedeutung.

Als Forschungspartner vom **Studiengang Neue Medien / HGKZ** gehört der Medienökonom Dr. Felix Stalder zu den international ausgewiesenen Kennern dieser Sachlage. Seine Untersuchung betrifft konkrete Beispiele der netzbasierten Kunstproduktion.

#### e. Konservatorische Aspekte

Da es Netzkunst erst seit 10 Jahren gibt, sind noch kaum Erfahrungen zur Zukunftsperspektive ihrer technischen Grundlage verfügbar. Diese Frage stellt sich bei der Netzkunst genauso wie bei der Videokunst und bei computerbasierten Installationen. Zum konservatorischen Aspekt von Medienkunst wurden in den letzten Jahren erste Symposien durchgeführt und Forschungsprojekte initiiert. Das Schweizer Projekt «**Aktive Archive**», finanziert vom Bundesamt für Kultur / Sitemapping und realisiert von der Hochschule der Künste Bern (HKB), Abteilung Konservierung und Restaurierung, und vom Schweizerischen Institut für Kunstwissenschaft (SIK) Zürich beschäftigt sich mit der Sicherung von elektronischen Daten. Als Forschungspartner / Wirtschaftspartner untersucht Aktive Archive die konservatorischen Aspekte der von *package deal* angebotenen Produkte und sichert diese.

### **2.3. Umsetzung**

Kunstvermittler, Museumspädagogen und Kunstsammler verfügen in der Regel nicht über genügend medienspezifische Kenntnisse für das Verstehen und Interpretieren internetbasierter Kunstwerke. Zwar sind in den vergangenen Jahren einige fachkundige Monografien zur Netzkunst erschienen, doch fehlt eine kunstwissenschaftlich exakte, systematische Kriteriensammlung für die Analyse und Interpretation neuer, netzbasierter Arbeiten. Diese soll im Rahmen des Forschungsprojekts formuliert werden. Denn die Zurückhaltung von Kunstvermittlern und Sammlern der Netzkunst gegenüber ist zu einem wesentlichen Teil auch eine Folge dieses Wissensmankos und der damit verbundenen Unsicherheit bei der Einschätzung der Werkqualität.

Aufgabe der **FHNW Institut Kunst** ist es, die Ergebnisse der interdisziplinären Forschung zu verbinden und für *pd* nutzbar zu machen. Auf Grund der Erkenntnisse aus den verschiedenen, oben erwähnten Untersuchungen, wird sie in Zusammenarbeit mit *pd* Szenarien erarbeiten, wie die einzelnen Projekte im Speziellen verkauft werden können. **OoA** entwickelt Vorschläge für Packages: Ein bestehendes Kunstwerk soll mit spezifisch erarbeiteten Rahmenbedingungen, einem entsprechenden Argumentarium und gegebenenfalls mit Vorschlägen zur räumlichen Präsentation ergänzt werden. Dazu werden Gespräche mit den entsprechenden Künstlern geführt; einerseits, um ihre Arbeiten inhaltlich richtig zu vermarkten, aber auch um ihnen durch kritische Hinterfragung der Werke Verbesserungen vorzuschlagen.

Im Gespräch mit Kuratoren werden zudem die Ansprüche von Sammlungen ermittelt. Ihre kritische Beratungstätigkeit haben Dr. Roman Kurzmeyer, Kurator der **Sammlung Ricola**, Laufen, und Stefan Kunz, Kurator am **Aargauer Kunsthaus**, Aarau, zugesagt.

Weiter werden Definitionen der materiellen Werkform erarbeitet, Vorschläge zur Inszenierung von Eigentum gemacht und Ausstellungssituationen entworfen. Auch Fragen der verwendeten und allenfalls mit verkauften Hardware spielen dabei eine Rolle.

**3. Worin besteht der Innovationsgehalt der vorgesehenen Arbeiten gegenüber a) dem Stand der eigenen Forschung und Entwicklung, und b) bezogen auf den heutigen Stand der nationalen und internationalen Technik? Wurden Recherchen durchgeführt (Angabe der Quellen usw.)?**

**3.1. Stand der eigenen Forschung und Entwicklung**

2000/01 hatte die Abteilung Bildende Kunst der HGK Basel die Projektleitung des Dore-Forschungsprojekts 'Netzkunst - online und im Museum' (KTI-Projekt Nr.5691.1 FHS / 01053). Das von der HGKK Bern bei Dore eingereichte und von der HGK Basel mitverantwortete Projekt untersuchte in Partnerschaft mit dem Museum für Kommunikation Bern, dem Kunstmuseum Bern/Gegenwart und der Kunstplattform xcult.org in Praxis und Theorie die Bedingungen des Kuratierens von Netzkunst. Als Folge dieses Forschungsprojekts beauftragte die Pro Helvetia die Kunstplattform xcult.org im Rahmen des von der Pro Helvetia betreuten künstlerischen Rahmenprogramms der Schweiz für die Weltausstellung in Aichi / Japan das internationale Online-Kunstprojekt «56ktv-bastard channel» zu kuratieren.

Mit dem Institut Kunst der FHNW findet sich das geeignete Leading House für das neue Forschungsprojekt. Wegen seiner vielfältigen Aktivitäten im Bereich Neue Medien gilt Basel heute als nationales Kompetenzzentrum für neue Medienkunst.<sup>6</sup>

Mit [plug.in], mit dem Medienfestival Viper und xcult.org besteht in Basel eine einzigartige Konzentration von Einrichtungen, die auf die Vermittlung von Medienkunst ausgerichtet sind, und es finden sich verschiedene Studiengänge, in deren Lehre Medienkunst/Medienkultur in Praxis und Theorie einen wichtigen Stellenwert einnehmen. Neben dem Institut für Medienwissenschaft der Uni Basel ist hier die Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel zu nennen, die kürzlich zum einzigen Standort des Fachbereichs Design und Kunst der FHNW bestimmt worden ist. Ein weiterer Vorteil für das Galerie-Projekt und die begleitende Forschung sind zweifellos die Basler Kunstmessen Art Basel und LISTE.

«Owning Online Art. Study for a Netart-Gallery» integriert Teilaspekte aus verschiedenen Wissensdisziplinen, die nur in einem anwendungsorientierten, interdisziplinären Forschungsprojekt beantwortet werden können. Deshalb versammelt das Forschungsprojekt für seine Untersuchungen Fachwissen von Dozierenden aus den Hochschulen von Basel und Zürich, dem Departement Wirtschaft der FHNW, den Universitäten Bern und Basel. Hochschuldozenten und Partner mit ausgewiesener Erfahrung in verschiedenen Teilbereichen der Forschungsfrage werden ihren Beitrag zur Untersuchung leisten.

**3.2. Stand der nationalen und internationalen Forschung**

Unsere Kenntnisse der aktuellen Literatur zur Medienkunst sowie unsere gezielten Recherchen bestätigen das internationale Innovationspotential der Untersuchung. Nicht nur die Forschungsfrage nach den Bedingungen des Handels mit Netzkunst ist neu, sondern auch das Objekt ihrer Untersuchung: Zum aktuellen Zeitpunkt gibt es keine auf den Handel mit Netzkunst spezialisierten Online-Galerien. Zwar gibt es in den USA und in Europa vereinzelt erste Galerien, die sich auf den Handel mit 'Medienkunst' oder 'digitaler Kunst' spezialisieren, doch Netzkunst gehört nicht zu ihrem Angebot.

Das Forschungsprojekt OoA wird in der Öffentlichkeitsarbeit vom Institut Design- und Kunstforschung der FHNW unterstützt. Ueber das Institut ist auch die Vernetzung innerhalb der Hochschule für Gestaltung und Kunst und der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW gewährleistet.

**3.3. Recherche: Internationale Medienkunst-Galerien unter dem Aspekt der Netzkunst**

3.3.1. Kurzer historischer Abriss

Unsere online durchgeführten Recherchen<sup>7</sup> und die Kenntnis der aktuellen Literatur<sup>8</sup> zur Medienkunst bestätigen das internationale Innovationspotential der Untersuchung. Im Rahmen eines Forschungsprojekts wurde die Frage nach den Bedingungen des Handels mit Netzkunst bisher noch nie gestellt, auch gibt es noch keine auf den Handel mit Netzkunst spezialisierten, professionell geführten Online-Galerien.

In den USA und in Europa existieren seit den 1980er Jahren einige Galerien, die sich auf den Handel mit früheren Formen von Medienkunst spezialisieren. Zu ihren Angeboten gehören Videokunst (Bänder und Installationen) und elektronische bzw. computerbasierte interaktive Installationen. Ihr prozentualer Anteil am Gesamtspektrum aller

<sup>6</sup> Vgl. dazu die Machbarkeitsstudie «Medienkunststadt Basel» von Giaco Schiesser: <http://www.xcult.org/all/load/medienstadt.pdf>

<sup>7</sup> Online-Recherchen scheinen uns bei der Frage nach Online-Galerien für Netzkunst besonders aussagekräftig zu sein. Forschungsprojekte, die sich auf Themen des Internets beziehen, werden in der Regel auch in diesem Medium publiziert.

<sup>8</sup> Unsere kommentierte Literatur- und Linkliste zur Frage nach dem Verhältnis zwischen Netzkunst und Museen bzw. dem Kunstmarkt ist erreichbar unter: <http://www.xcult.org/research/bib/>

Diese Liste enthält auch Hinweise auf Spezialfälle der Netzkunst-Ökonomie, wie etwa die Aktien-Lösung von etoy.com

Kunstgalerien ist sehr klein. In der Schweiz gehört allein Videokunst zum Angebot einiger auf zeitgenössische Kunst spezialisierter Galerien<sup>9</sup>, Galerien für Medienkunst gibt es keine.

### 3.3.2. Galerien für digitale Medienkunst: zwei prominente Beispiele

#### **235 Media Art Galerie, Köln (seit 1982)**

Die von Ulrich Leistner und Axel Wirths in Köln geführte *235 Media GmbH*<sup>10</sup> zählt heute weltweit zu den wichtigsten Medienkunst-Galerien und führt in ihrem Katalog Video-Arbeiten und interaktive Installationen von mehr als 120 Medienkünstlern aus 17 Ländern. Zum Angebot der 235 Media gehören auch medientechnische und kuratorische Dienstleistungen für Museen.

Zum Verzicht auf den Handel mit Netzkunst schreibt der Inhaber Axel Wirths: «Wir haben uns bisher bewusst aus diesem Genre zurückgehalten, da wir uns auf unsere Kernaufgaben konzentrieren wollten. Ich halte aber das WWW für das größte und kreativste Medium für Kunst überhaupt und sehe hier viele Chancen.»<sup>11</sup>

Einschätzung: Bei ihrer Gründung 1982 war *235 Media* im Handel mit Medienkunst ein Pionierbetrieb. Obwohl Videokunst in der zeitgenössischen Kunstentwicklung heute eine prominente Rolle einnimmt, und obwohl interaktive Installationen seit John Cage, Robert Rauschenberg und Nam June Paik zu den festen Werten der Kunstgeschichte gehören, haben die Galeristen von *235 Media* erkannt, dass auch beratende und kuratorische Dienstleistungen zum Angebot einer spezialisierten Medien Kunst-Galerie gehören müssen. Solche Dienstleistungen im Bereich der Netzkunst sind auch für *package deal* vorgesehen.

#### **Postmasters Gallery, New York (seit 1984)**

Die von Magdalena Sawon and Tamas Banovich betriebene Galerie<sup>12</sup> zeigt neben Malerei, Skulptur und Fotografie seit 1996 auch digitale Installationen und Bildschirmarbeiten. Zu den Künstlern der Galerie gehören Namen wie Wolfgang Staehle, John Klima, etoy und Kristin Lucas, die auch für web-basierte Werke bekannt sind. Mit Ausnahme von raumgebundenen Webcam-Projektionen von Staehle erscheinen aber keine Netz-Kunstarbeiten im Ausstellungsprogramm der Galerie.

Einschätzung: Der Einsatz der Postmasters Gallery für neue Medienkunst und die Qualität der gezeigten Werke / Künstler hat internationalen Vorbildcharakter, Netzkunst spielt in ihrem Angebot aber keine Rolle. Die Online-Funktionalität der Galerie-Website ist beschränkt auf Abbildungen und Informationstexte.

### 3.3.3. Online-Galerien für Netzkunst

#### **art.teleportica.org (Juli 1998 – 1999)**

Diese erste Online-Galerie für Netzkunst wurde von der russischen Netzkünstlerin Olia Lialina gegründet, nach ausbleibendem Verkaufserfolg aber nicht weitergeführt. Hinter der Idee standen wohl weniger wirtschaftliche Interessen als die Absicht, einen Diskurs über den musealen Wert der neuen Medienkunst anzuregen<sup>13</sup>. Dem Galerie-Angebot von fünf Werken bekannter Netz-Künstler gab Lialina den Titel «Miniatures of the heroic Period», was sich als kunsthistorischer Anspruch mit ironischem Unterton verstehen lässt. Als besitzbares «Original» der Werke wurden ihre Web-Adresse (URL) definiert, der Preis pro Werk betrug US\$ 2000.

Das Galerie-Projekt ist auf der Arbeitsplattform von Olia Lialina nur rudimentär dokumentiert<sup>14</sup>. Eine "Raubkopie" mit wesentlichen Elementen des ursprünglichen Zustands findet sich auf der Site der italienischen Netz-Künstlergruppe *0100101110101101.org*, welche die Aneignung fremder Projekte 1999 im Sinne von Copyleft zur Kunstpraxis erhob.<sup>15</sup>

Einschätzung: Die fünf 1998 auf *teleportica.org* angebotenen Werke haben heute bereits einen historischen Status. Mit ihrem konzeptionellen und ästhetischen Ansatz vertreten die *teleportica*-Künstler als Pioniere eine Entwicklungslinie der Netzkunst, welche auch im Spektrum des *package deal*-Angebots ihren Platz finden wird.

<sup>9</sup> Als Beispiele: *Stampa* in Basel, *Hauser und Wirth* in Zürich

<sup>10</sup> <http://www.235media.com/>

<sup>11</sup> Monika Fleischmann & Ulrike Reinhard (Hrsg.): *Digitale Transformationen. Medienkunst als Schnittstelle von Kunst, Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft*. Heidelberg 2004, S. 188

<sup>12</sup> <http://www.postmastersart.com/>

<sup>13</sup> Berichte zur Galerie erschienen in *telepolis* [<http://www.heise.de/tp/r4/artikel/3/3276/1.html>]

und in der *New York Times* (<http://www.nytimes.com/library/tech/98/11/cyber/artsatlarge/19artsatlarge.html>)

<sup>14</sup> <http://art.teleportacia.org/exhibition/miniatures/>

<sup>15</sup> <http://www.0100101110101101.org/home/copies/art.teleportacia.org/art-mac.html>

<sup>16</sup> Robert Atkins, *What is ada'web?* September 1998. Bericht des Walker Art Center unter:

<http://gallery9.walkerart.org/bookmark.html?id=141&type=text&bookmark=1>

Benjamin Weil, *a brief history of ada'web*. <http://www.afsnitp.dk/onoff/Texts/weiluntitled-abr.html>

<sup>17</sup> <http://www.irational.org/donate/>

<sup>18</sup> <http://www.irational.org/heath/skint/>

<sup>19</sup> Tilman Baumgärtel, *Website-Auktion: The Thing unter dem Hammer*. *Telepolis* 12.05.1999

<http://www.heise.de/tp/r4/artikel/3/3372/1.html>

<sup>20</sup> Dokumentarisches Material (Screenshots) zu *gizmoland.com* findet man unter:

[http://arvers.com/here/shows\\_i\\_organised/gizmoland\\_digicultureportail\\_2000/](http://arvers.com/here/shows_i_organised/gizmoland_digicultureportail_2000/)

<sup>21</sup> Formulierung aus dem Text *Sur la terre des Gizmos* von Isabelle Arvers. Download unter:

[http://arvers.com/here/shows\\_i\\_organised/gizmoland\\_digicultureportail\\_2000/gizmoland.rtf](http://arvers.com/here/shows_i_organised/gizmoland_digicultureportail_2000/gizmoland.rtf)

<sup>22</sup> <http://www.artcart.de>

<sup>23</sup> Diesen Eindruck legt die technische, formale und inhaltliche Qualität der angebotenen Werke nahe. Verstärkt wird er durch einen Vergleich der aktuellen

Werkliste mit den in einem Interview vom 28.11.2001 genannten Namen. (Vgl. <http://artcart.kulturserver.de/>)

<sup>24</sup> <http://www.bitforms.com/>

<sup>25</sup> Steve Sacks, *bitforms*. In: *Code, Katalog Ars Electronica Linz 2003*, S. 221. Online-Fassung unter:

[http://www.aec.at/de/archives/festival\\_archive/festival\\_catalogs/festival\\_artikel.asp?iProjectID=12510](http://www.aec.at/de/archives/festival_archive/festival_catalogs/festival_artikel.asp?iProjectID=12510)

### **Verkauf von äda`web (September 1998)**

Das Walker Art Center in Minneapolis kauft die von Benjamin Weil seit 1995 aufgebaute Netzkunst-Plattform *äda`web* für seine *Digital Arts Study Collection*.<sup>16</sup>

### **Donate net.art (1999)**

Mit Verweis auf den ausbleibenden Verkaufserfolg der *Teleportica*-Galerie realisierte der englische Netz-Künstler Heath Bunting die Arbeit *Donate net.art to a collector*<sup>17</sup>.

Künstler wurden im Netz aufgefordert, ihre Online-Arbeiten als Spende für Kunstsammlungen zur Verfügung zu stellen. Allerdings sollten Kunstsammler für die Dienstleistung, net.art geschenkt zu bekommen, Gebühren von 1000\$ für einen Monat oder 5000\$ für ein Jahr bezahlen. Die automatisierte Eingabeliste für "gespendete" Kunstwerke findet seit 1999 jährlich neue Einträge.

Heath Bunting hatte bereits 1996 in der Arbeit *The internet beggarr*<sup>18</sup> die Beziehung zwischen Netz-Kunstwerk und Geldeinnahme thematisiert.

Einschätzung: Bei *Donate net.art* handelt es sich um ein künstlerisches Vernetzungsprojekt, welches ironisch die ökonomischen Arbeitsbedingungen der Netzkünstler reflektiert.

### **Versteigerung des alten web-Interface von thing.net (1999)**

1999 bot der Medienkünstler und Gründer der bekannten New Yorker Kunst-Plattform *thing.net*, Wolfgang Staehle, die älteste www-Version des Interface von *thing.net* (aus dem Jahr 1996) über *ebay* zum Kauf an. Die Offerte von 1000\$, eingereicht durch einen Kurator des *Guggenheim Museum*, lehnte Staehle als ungenügend ab.<sup>19</sup>

### **gizmoland.com (2000-2001)**

Von Mai 2000 bis Juni 2001 betrieben die französischen Medienkunst-Kuratoren Isabelle Arvers und Jean-Christophe Mahé im WWW die Plattform *gizmoland.com*<sup>20</sup> als «Outil de vente, de promotion et d'information.»<sup>21</sup> Die Site verstand sich als «Boutique» für die Bekanntmachung und den Verkauf von kleinen digitalen Werken aus den Bereichen elektronische Musik, Graphik, Animation, Spiele und interaktive Filme. Die Preise wurden mit 5 bis 30 Francs sehr niedrig angesetzt, bezahlt wurde per Kreditkarte (*carte bleu*).

Einschätzung: Nach Aussage von Isabelle Arvers, die heute als «Commissaire Nouveaux Médias» Netzkunst-Programme für das *Centre Pompidou* in Paris betreut, blieb bei *gizmoland.com* mit seinen tiefen Preise und seinem kostenlosen Parallelangebot von täglichen Kulturinformationen und medientheoretischen Texten der Kunstmarktaspekt eher im Hintergrund.

### **Artcart.de (seit 2000)**

Diese Online-Galerie für Netzkunst wurde 2000 vom Mainzer Künstler Mario Hergueta gegründet.<sup>22</sup>

Das Angebot umfasst ca. 20 Titel von als Multiples angebotenen Werken und nennt Preise zwischen 50\$ und 2000\$. Bezahlt wird online per Kreditkarte. Die Angebotsliste scheint seit Ende 2001 kaum mehr ausgebaut und gepflegt zu werden,<sup>23</sup> jeder dritte Link zu einem Werkangebot führt heute zu einer Fehlermeldung.

Einschätzung: *Artcart.de* ist das Galerieprojekt eines Künstlers, das nach einer enthusiastischen Anfangsphase von knapp zwei Jahren kaum mehr betreut wird und bei dem die Qualität der im Angebot verbliebenen Werke heute nicht mehr befriedigen kann. Nach *art.teleportica.org* ist *Artcart.de* aber die zweite Galeriegründung, die sich auf das Angebot von Netzkunst spezialisiert hat, und es ist das einzige Projekt, das heute noch online ist.

### **Bitforms Gallery, New York (seit 2002)**

2002 gründete der New Yorker Kunsthändler Steve Sacks die Bitforms Gallery<sup>24</sup>, welche sich ausschliesslich auf den Verkauf von «digitaler Kunst» spezialisiert. Neben Prints von digital erzeugten Bildern findet man bei bitforms auch interaktive «software art», welche auf CD-Rom in Editionen von 10-250 Stück angeboten wird.

Mit Golan Levin und Mark Napier vertritt *Bitforms* zwei Künstler, die sich international auch in der Netzkunst einen Namen gemacht haben. Neben stationär funktionierenden Werken dieser Künstler enthält der Online-Katalog von *Bitforms* Links zu drei Online-Arbeiten von Napier, die als einzige Werke im Katalog aber nicht mit den Buttons «inquire» oder «purchase» versehen sind. In einem Interview von 2003 gab Steve Sacks an, wie er sich den Handelsmodus mit Mark Napiers Online-Arbeit *Waiting Room* vorstellt: «Da es sich hier um ein Objekt auf einem Server handelt, verkaufen wir die Arbeit in Form von Anteilen, und zwar 50 Stück zu je US\$ 1000.»<sup>25</sup>

Einschätzung: Obwohl die Galerie *Bitforms* dem Handel mit Netzkunst kaum Beachtung schenkt, und obwohl sich die künstlerisch-ästhetische Ausrichtung ihres Angebots nicht mit den Interessen von *package deal* deckt, kann *Bitforms* als einzige Galerie, die sich auf aktuelle digitale Medienkunst spezialisiert, in ihrer Professionalität, in der Preisgestaltung und in den Funktionen ihres Online-Interface am ehesten eine Referenz für die Absichten von *package deal* darstellen.

### 3.1 Wurden bereits Vorarbeiten durchgeführt und wenn ja, welche?<sup>26</sup>

**a) Kommentierte Literatur- und Link-Liste zum Thema Netzbasierte Kunst** – ihre Rezeption im internationalen Kontext der Museen, des Kunsthandels und des aktuellen Kunstdiskurses. Diese Literatur-Recherche ist eine Aktualisierung und Erweiterung der Recherche des Forschungsprojekts «Netzkunst – online und im Museum» (HGK Basel 2000/2001).

Web-Adresse: <http://www.xcult.org/research/bib/>

**b) Recherche zum internationalen Bestand der Medienkunst-Galerien unter dem Aspekt der Netzkunst** (vorgestellt unter 3b) Stand der nationalen und internationalen Forschung)

**c) Recherche zur Förderung der neuen Medienkunst in der Schweiz**

Web-Adresse: <http://www.xcult.org/research/recherche>

**d) Netzkunst-Ausstellungen:** Markus Schwander verantwortete als Künstler im Auftrag von xcult.org die Rauminstallation von Netzkunstwerken im Kunstmuseum Thun (2000), am Medienfestival Viper (2004) und in der Kunsthalle St.Gallen (2005).

**e) Publikation / Erfahrung im Kunsthandel:** Annina Zimmermann war Redakteurin des Buches «Mapping New Territories. Schweizer Medienkunst international» zum Thema Eingang der Medienkunst in den traditionellen Kunstbetrieb (Herausgegeben von Bundesamt für Kultur / [plug.in] / Neue Kunst Halle St.Gallen) Basel: Christoph Merian Verlag 2005; als Assistant Curator der Art Unlimited betreute sie an der Kunstmesse Art Basel den Bereich Neue Medien und Videoprojekte (2002 bis 2004).

**f) Publikation:** Felix Stalder, Neue Formen der Öffentlichkeit und kulturellen Innovation zwischen Copyleft, Creative Commons und Public Domain. In: Hoffmann, Jeanette (Hrsg.) Wissen und Eigentum, Bundeszentrale für Politische Bildung, Berlin, 2005

**g) AktiveArchive: Pilot-Untersuchung** des von Reinhard Storz (xcult.org) kuratierten Netzkunstprojekts «Shrink to fit» im Hinblick auf mögliche Konservierungsstrategien.

<sup>26</sup> Wichtige Veröffentlichungen sind dem Gesuch beizulegen.

## 5. Forschungs- und Projektplan

### 5.1. Vorgesehener, inhaltlich klar definierter Lösungsweg

Wir untersuchen die oben beschriebenen kunstwissenschaftlichen, gestalterischen, ökonomischen und juristischen Fragen an Hand exemplarischer Fallstudien. Dazu wählen wir bestehende Netzkunstwerke aus, die für einen späteren Verkauf durch *package deal* in Betracht kommen. Wir gehen dabei in zwei Staffeln à vier Werken vor, damit sich die Auswahl der zweiten Staffel bereits auf die Erfahrungen der ersten stützt, d.h. Fehlendes ergänzt oder besonders Aussichtsreiches gestärkt werden kann. Eine Konferenz zu Beginn des Forschungsprojektes sorgt für den nötigen Wissenstransfer von Künstlern und *package deal* zu den Fachdisziplinen der Forschungspartner.

Die ausgewählten Werke werden kunsthistorisch evaluiert. Sie werden nach Bedarf inhaltlich auf ihren Produktcharakter hin überprüft und technisch überarbeitet. Die Fragen der Darstellung des Besitzes im Internet, der Repräsentation der Werke im Raum, des Copyrights und der Konservierung werden geklärt. Die Forschenden der FHNW (zwei Künstler und eine Kunsttheoretikerin) sammeln das interdisziplinär erarbeitete Wissen und setzen es zusammen mit der Firma *package deal* in konkrete Vorschläge für verkäufliche «Packages» um. Die Autoren der Netzkunstwerke sind wesentlich in diesen Prozess einbezogen. Die Resultate dieser Fallstudien werden für die Publikation aufbereitet.

Parallel dazu werden Fachuntersuchungen erarbeitet, welche die kunsthistorischen, juristischen, ökonomischen, medienökonomischen und konservatorischen Aspekte des Besitztransfers im Bereich Medienkunst zum Thema machen (siehe Punkt 2.2. Methoden). Diese informieren die künstlerische Grundlagenforschung und fördern den Transfer von aktuell im Zusammenhang des Internet verhandelten Herausforderungen in die historischen, ökonomischen und juristischen Disziplinen. Sie dienen zudem dem Imageaufbau für die neue Galerie *package deal* (vgl. Punkt 1.5. Umsetzung und Deliverables).

Eine Tagung unter den Beteiligten überprüft die Resultate der Fallstudien und die Kernthesen der Fachuntersuchungen in der interdisziplinären Diskussion. Die redigierten Fachuntersuchungen und die acht Fallstudien werden in einem Sammelband publiziert. Die Galerie *package deal* verwendet die erarbeiteten Inhalte für ihr Marketing, für die Werbung von Kunden und Künstlern. Sie sichert mit dem Verkauf den vielfältigen und relevanten Werken der Netzkunst eine breitere Diskussion und den langfristigen Erhalt dieses kulturellen Erbes. Zudem erschliesst sich so einigen innovativen Kunstschaaffenden ein neues Auskommen.

Fragestellungen, anhand derer die Ergebnisse der Untersuchungen zu den Zeitpunkten der 4 Meilensteine überprüft werden, sind anschliessend an den Forschungsplan aufgelistet. Im Forschungsplan schlagen wir auch Zusammenkünfte mit der Kommission für Technologie und Innovation vor, da wo wir sie sinnvoll fänden. Natürlich behält die KTI das Recht, selber solche Termine zu setzen.