



Kann die digitale Kunstrezeption Resonanz Erfahrungen hervorbringen? Digitale Ausstellung im Deutschen Pavillon der Biennale Venedig 2021.

© Daniel Franz

Blick, Klick, Flow.

Interaktion und Resonanz in der digitalen Kunstvermittlung.

Noch vor der Covid-19-Pandemie gerne aufgeschoben, prägt die Digitalisierung den Alltag vieler Museumsmacher*innen vehementer als zuvor. Die Kunstpädagogin Dr. des. Anja Gebauer und der Designer und Mediendramaturg Daniel Franz im Gespräch über Resonanz Erfahrung in der digitalen Kunstrezeption.

Daniel Franz: Dieser Tage erscheint Ihre praxisorientierte Dissertation „Die Dynamik digitaler Kunstvermittlung als Linse“. Darin untersuchen Sie, welche erweiterten Möglichkeiten sich durch digitale Formate in der Kunstvermittlung ergeben. Bemerkenswert ist, dass Sie Ihre Arbeit aus zwei Perspektiven angehen: Einerseits als teilnehmende Beobachterin und andererseits als App-Gestalterin. Was ist der Kern Ihrer Beobachtung und wie kann man „blickend klicken“?

Anja Gebauer: Den Kern meiner Forschung bildet die Frage, welche Interaktionen sich bei einer ortsbezogenen Vermittlungssituation zwischen Kind, Kunstwerk und digitalem Medium eröffnen. Dazu gestaltete ich im Rahmen des Projekts fabulAPP die mobile Anwendung „Mit Marion durch den Blauen Reiter“, wobei ich die Zielgruppe Kinder in den Designprozess einbe-

zog. Anschließend begleitete und befragte ich Kinder und Familien auf deren Ausstellungsrundgang mit der App. Dabei beobachtete ich dynamische Sehvorgänge oder auch widerständige Auseinandersetzungen der Kinder. Diese Interaktionen, welche die Kinder in der digitalen Vermittlungssituation zeigen, fasse ich in sechs Handlungsspektren zusammen: Mobil Schweifen, Sozial, kognitiv und digital Browsen, Klickend Blicken, Kreieren und Remixen, Codes konstruieren sowie Hacken und Herumtreiben. Wenn die Kinder etwa klickend blicken, zeigt sich die Parallelität des fokussierten Sehens und digitalen Handelns. Die digitale Handlung mit interaktiven Elementen der App (etwa einem Fehlersuchbild) geht mit einer inhaltlichen Beschäftigung mit dem Werk einher. Es gibt dabei allerdings auch Beispiele, in denen die Lust an digitalen Funktionen, das spielerische, klickende Interagieren mit dem Tablet im Vordergrund steht. Die Handlungsspektren beschreiben, welche neuen und ganz eigenen Interaktionen in einer digitalen Vermittlungssituation bei einem Ausstellungsrundgang entstehen – ohne diese als gut oder schlecht, analog oder digital gegenüberzustellen. Diese Frage nach der Ausrichtung einer Handlung im Kunstmuseum prägt vermutlich auch Ihre Arbeit.



Eine digitale Vermittlungssituation im Museum, 2018. © Anja Gebauer

lungsformat eröffnet werden und wo Potenziale für individuell bedeutsame Resonanz Erfahrungen bestehen. Dazu interessiert mich Ihre Perspektive: Ich sehe ein besonderes Potential des Kulturbereichs, vielleicht gar die besondere Unverfügbarkeit und Unplanbarkeit von Resonanzen zu verhandeln.

DF: Die Paradoxie besteht doch darin, dass wir diese Resonanzen eben nicht gestalten können. Wir können nur die Rahmenbedingungen so aufstellen, dass sie sich potenziell ereignen können; hier können Methoden der Gestaltung und Dramaturgie wirken. Das Ausleuchten des Werkes mit Kontextwissen führt eher dazu, dass das Werk unverfügbar bleibt. Meine Vermutung ist, dass wir das Digitale im Kontext der Kunst und Kultur anders denken sollten: Aktuell appropriieren wir Technologien und Methoden aus Wirtschaft und Wissenschaft. Kunst hat aber ihre eigenen Logiken und ist bestenfalls ja eben keine Verlängerung des Alltagsgeschehens. Der interdisziplinäre Dialog ist hier sicher ein gutes Mittel, neue Erkenntnisse zu sammeln aber auch bekannte Fehler und Fallstrick in der Umsetzung zu vermeiden.

DF: Auf jeden Fall! Als Dramaturg fasziniert mich aber auch das Phänomen der Unmittelbarkeit. Ein Moment, in dem ich als Subjekt ganz direkt adressiert bin, ein Moment der mich prägt, vielleicht auch verändert. Der Soziologe Hartmut Rosa hat diese Unmittelbarkeit als Resonanz beschrieben. Diese definiert er als intensive Erfahrung, die das Subjekt in Begegnungen als Beziehung zu sich selbst wahrnimmt. Es ist eine Erfahrung, die man auch als Kunsterfahrung kennt und auf die eigentlich jede/r BesucherIn hofft, wenn er/sie das Museum betritt. Wird mich ein Werk oder Exponat so ansprechen, dass sich meine Selbstwahrnehmung verändert?

Als Gestalter und Mediendramaturg bin ich häufig überrascht, wie unpräzise mit Faktoren wie Aufmerksamkeit, Interaktionen und Dramaturgie in Vermittlungs-Apps oder digital vermittelten Kunstwerken umgegangen und wie wenig der gesamte „visitor flow“ im Blick behalten wird. Wir sollten nicht vergessen, dass wir mit digitalen Tools einen unglaublich mächtigen Mitspieler am Tisch haben. Dieser kann viel ermöglichen, aber ebenso auch viel an Resonanz Erfahrungen verhindern.

AG: Hartmut Rosas Resonanzbegriff scheint mir aus kunstpädagogischer Perspektive sehr spannend, zumal ich Parallelen zum Konzept der ästhetischen Erfahrung sehe. Die spielt auch in meiner Forschung und dem Ziel der digitalen Kunstvermittlung eine entscheidende Rolle. So steht nicht alleinig das Verfügbar-Machen von Wissen im Mittelpunkt, sondern ein Dialog zwischen Subjekt und Kunst. Meine Studie zeigt, dass dieser durch digitale Vermittlung eine besondere Dynamik erhalten, also gefördert und intensiviert werden kann. Die Spezifik des Digitalen erfasse ich in einem Theoriemodell bildlich als Linse, welche eine sammelnde (fokussierende) und streuende (erweiternde) Funktion einnehmen kann. Allerdings gibt es auch zerstreue Elemente, wenn die Handlungen einseitig abgleiten. Dabei spielen einige Einflussfaktoren eine wichtige Rolle, darunter auch die digitale Technik – welche, wie Sie sagten, einen mächtigen Mitspieler darstellt. Letztlich gilt es gezielt zu gestalten, welche Auseinandersetzungsformen durch ein Vermitt-

Anja Gebauer

anjamariengebauer@gmx.de

<https://anjamariengebauer.wixsite.com/kunst/>

Daniel Franz

franz@tonwelt.com

www.tonwelt.com



Ausstellungsansicht Global Groove, Museum Folkwang 2021
© Museum Folkwang, Essen; Foto: Tanja Lamers

„Immersive Groove“

Museum Folkwang macht Tanzgeschichte mit Videosynchronisation erlebbar

Das Museum Folkwang erzählt mit „GLOBAL GROOVE – Kunst, Tanz, Performance und Protest“ die Geschichte des Tanzes als Begegnung zwischen den Kulturen. In elf Räumen nimmt die Ausstellung anhand von Exponaten, Fotos, Filmen und Installationen, 120 Jahre Tanzgeschichte in den Blick. Doch wie lässt sich die Unmittelbarkeit und Energie von Tanz für die BesucherInnen erfahrbar machen? Ein Gespräch mit Kuratorin Anna Fricke (Museum Folkwang), Gürsan Acar (Geschäftsführer der tonwelt GmbH) und Yvonne Brandl (Projektleiterin Eidotech GmbH) über das Zusammenspiel von Kunsterfahrung und Technologie.

Frau Fricke, was ist das Besondere an der Konzeption dieser Ausstellung?

Anna Fricke: Die Ausstellung zeigt 120 Jahre Tanzgeschichte als eine Geschichte der Begegnung, der Inspiration und Zusammenarbeit. Denn der Kontakt zwischen TänzerInnen und Choreografinnen, aber auch KünstlerInnen und Intellektuellen hat wichtige Impulse für die Tanz-Avantgarde, aber auch die bildende Kunst gegeben. Im Team der vier Kuratorinnen wollten wir den Tanz und seine interkulturelle Bedeutung möglichst lebendig vermitteln, wir haben dazu Fotografien, Archivalien, Gemälde, Skulpturen und vor allem auch Filme ausgewählt. Um die Tonspuren soweit voneinander zu trennen, dass alles gut verständlich ist und nichts stört, haben wir uns auf die synchro-

nisierte Wiedergabe auf Kopfhörern verständigt, auch um ein intensives Erleben der Filme zu ermöglichen.

Oper und Theater im musealen Raum über Audio abzubilden, dass ist ein Anwendungsfall, bei dem tonwelt immer wieder angefragt wird. Wie hat sich das entwickelt und wie funktioniert das?

Gürsan Acar: Der Ausgangspunkt ist unsere spezielle Technologie für multilinguale Video-Synchronisation. Dabei gibt es, wie auch hier im Museum Folkwang, eine externe Videoquelle und lippensynchron dazu die Tonspur auf den Audio- oder Media-guides der BesucherInnen. Wir verwenden hierzu eine Kombination von Signalwegen, die dieses magische Moment erzeugt: Die BesucherInnen treten an die Videoquelle heran und in einer definierten Zone löst der Track automatisch aus. Der Track blendet aus, wenn die Zone verlassen oder wenn eine andere Zone betreten wird. Wir konnten damit viele wirklich schöne Projekte realisieren: Unter anderem im V&A London, der New York Historical Society oder jetzt hier in Essen. Diese Technologie setzen wir mittlerweile in sehr vielen Ausstellungen ein und besonders beliebt ist sie bei Projekten, in denen Videoarbeiten präsentiert werden. Denn sie reduzieren die Umgebungsgeräusche und lassen die Besucher in eine Welt eintauchen. Das Ganze funktioniert übrigens auch ohne Video, dann bewegt man sich von Soundinsel zu Soundinsel.

Bei einer Ausstellung wie "Global Groove" müssen Kuratieren und technische Ausstellungsplanung Hand in Hand gehen. Wie würden Sie das Verhältnis von Technologie und Ausstellungs-konzeption beschreiben?

Yvonne Brandl: Bei einer Kunstaussstellung gibt es zwei grundlegend unterschiedliche Ansätze, die aber immer vom Künstler und Kunstwerk selbst her gedacht werden müssen: Ist die Technik integraler Bestandteil auch der ästhetischen Erscheinung des Werkes oder ist es vielmehr Ziel, dass die Technik hinter dem Werk „verschwindet“, und möglichst unsichtbar ist? In der Ausstellung Global Groove im Essener Museum Folkwang, werden Arbeiten aus der enormen Zeitspanne von 1897 bis 2020 gezeigt; die Technologien haben sich in diesem Zeitraum nicht nur einmal neu erfunden. So ist es sehr wichtig, dass eine Arbeit, die z.B. 1963 entstanden ist, nicht mittels high-end Equipment aus dem Jahre 2021 gezeigt wird, sondern möglichst in Form von Geräten, welche noch heute die Erscheinung und das Aussehen dieser Zeit wiedergeben können. Nur so kann der Besucher in eine längst vergangene Zeit eintauchen, um einen möglichst authentischen Eindruck der damaligen Präsentation zu erhalten. Die Technik muss daher immer so eingesetzt werden, dass sie den authentischen Charakter des jeweiligen Werks nicht verstellt, sondern möglichst zur Erscheinung bringt.

AF: Das Zusammenspiel ist extrem wichtig, wir gleichen Wünsche und Machbarkeiten ab und kommen im Austausch auf neue Ideen. Ausschlaggebend ist die präzise Umsetzung der Vorstellungen der KünstlerInnen. Wenn wir nicht mehr mit den KünstlerInnen zusammenarbeiten können geht es darum – wie Yvonne Brandl es beschrieben hat – den besten Weg zu finden.

Die BesucherInnen-Erfahrung steht im Mittelpunkt von „Global Groove“. Frau Fricke, Sie sagten „Die Besucher können gerne mittanzen“, eine ungewöhnliche Aufforderung für ein Museum. Es zeigt aber auch die Offenheit für neue Herangehensweisen, eine veränderte Konzeption der Institution Museum und ein sich wandelndes Selbstbild. Welche Rolle wird Technologie dabei spielen?

AF: Das bezog sich auf die Videoarbeit „Universal Tongue“ von Anouk Kruithof, sie lädt mit vier Stunden Tanz auf acht Leinwänden wirklich zum Mittanzen ein. Es ist natürlich entscheidend für die Museen auf dem aktuellen Stand der technologischen Möglichkeiten zu bleiben, um unseren BesucherInnen gute Ausstellungen zu bieten, aber auch unter ökologischen und organisatorischen Gesichtspunkten, so hätten wir für „Global Groove“ bei einer Umsetzung mit Lautsprechern Dämmmaterialien benötigt. Das Museum Folkwang hat seit 2015 freien Eintritt in

die Sammlung, Offenheit ist ein wichtiges Kriterium. Nicht weniger wichtig ist die Umstellung auf einen klimaneutralen Betrieb, für den technologische Möglichkeiten voll ausgeschöpft werden sollen.

YB: Neue Technologien haben in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen, und Einzug in den musealen Raum erhalten. Wenn früher z.B. die LED-Wände hauptsächlich auf Großveranstaltungen und Messen zu finden waren, haben sie sich längst ihren Weg ins Museum gebahnt. Technologien, wie z.B. 3D, XR oder VR ermöglichen es, Kunst, aber auch Wissensvermittlung auf unterschiedliche und neue Weise zu erleben. Aber nicht nur im visuellen Bereich, sondern auch im Audiobereich haben diverse Entwicklungen dafür gesorgt, dass es heute mehr Möglichkeiten gibt, den Besucher mitzunehmen und zu animieren in Ausstellungssituationen zu interagieren und an neuen immersiven Erlebnissen teilzunehmen. Wir leben in einer technoiden und technikaffinen Welt, insbesondere die jüngeren Ausstellungsbesucher erwarten geradezu, dass Inhalte über entsprechende Interfaces bereitgestellt werden, weil sie es gar nicht anders gewöhnt sind. Dass wir nicht mehr vorrangig in Katalogen blättern, sondern wie im Alltag unser Wissen mittels Displays und Monitoren oder Kopfhörer aufnehmen, ist schon länger Fakt im Ausstellungsallday.



GA: Die Museen stehen aktuell unter enormen Innovationsdruck: Outreach, Digitalisierung, Nachhaltigkeit sind davon nur einige Themen. Hinsichtlich der Digitalisierung fehlt mir häufig die Gesamtstrategie. Hauptsache `digital` kann nicht das Motto von Ausstellungskonzepten und Vermittlungsformen sein. Try-and-Error ist für eine gewisse Zeit ok. Aber ich finde, es ist an der Zeit, in professionelle Lösungen zu investieren. Dabei sollten BesucherInnen stets im Fokus bleiben. Denn BesucherInnen gehen ja nicht wegen einer neuen APP oder eines neuen digitalen Konzepts ins Museum. Daher entwickeln wir neue Konzepte, um die Museumsarbeit hinter der Bühne digitaler zu gestalten und dabei wertvolle Ressourcen für die museale Arbeit freizumachen. Beispielsweise arbeiten wir aktuell an einer Gesamtlösung für das digitale Backend und Frontend der musealen Welt. Dabei werden innerhalb unserer Firmengruppe Webshop, Kassensysteme, Ticketing, Sammlungsmanagement, Objektverwaltung, Guide-Management, Führungssysteme, Apps, PWAs und Besucheranalyse in einem System miteinander verknüpft. Die Inhalte sind dann stets im Mittelpunkt und können über die gewünschten Zielmedien dem Zielpublikum verfügbar gemacht werden.

Schließlich erwarte ich als Besucher, dass ein Museum seine digitalen und analogen Angebote aufeinander abstimmt und ich die Ausstellung mit ihren Exponaten genießen kann und mich nicht mit Technik beschäftigen muss. Wir als Museumsprofis müssen dafür Sorge tragen, dass die Botschaft, die in unseren Ausstellungen steckt, nicht im `Digitalen Überangebot` verloren geht. Gerade das Digitale verdient hohe kuratorische Aufmerksamkeit.

Gürsan Acar

Geschäftsführer tonwelt GmbH & tonwelt group international

acar@tonwelt.com

<https://www.tonwelt.com>

Dr. Anna Fricke

Kuratorin "Global Groove" – Kunst, Tanz, Performance und Protest

anna.fricke@museum-folkwang.essen.de

<https://www.museum-folkwang.de>

Yvonne Brandl

Senior Projektmanagerin Eidotech GmbH

yvonne.brandl@eidotech.de

<https://www.eidotech.de/>