

Trotz der gegenwärtig großen Brisanz des virtuellen Ausstellungsraumes und innovativen Formaten des digitalen Ausstellens, wie oben skizziert, wird der physische Raum in postdigitalen Displays seine Relevanz nicht verlieren. Es ist die Interdependenz des virtuellen und physischen Raumes, die für das postdigitale Displays charakteristisch ist. Die Korrelation von online und offline ist bei allen drei Case Studies prävalent. Bei Thomas dient der physische Raum des Displays als Testfeld für eine Dienstleistung, die schließlich über eine online-Applikation betrieben werden soll. Bei Si-Qin geht das Kunstwerk vom Ausstellungsraum nahtlos in den virtuellen Raum der Webseiten und die VR-Simulation über. Delmar integriert Ästhetiken und Trends von Social Media in ihren Displays und erprobt mit *Self Isolation* ein Format, das nur in den Sozialen Medien stattfindet. Das Zusammenspiel von online- und offline-Displays ist für die Kunst der Postdigitalität bezeichnend. Der physische Ausstellungsraum wird nicht obsolet. Er erweist sich als ideal zum Zweck der Inszenierung des Ökonomischen im Kunstwerk. Die Wirkung von Referenzen, Brandscares und Verkaufsräumen ist effektiver, wenn sie im physischen Ausstellungsraum rezipiert werden. Diese Displaystrategien sind auf die Erfahrung der Rezipientin im musealen Raum angewiesen, weil durch das institutionelle Ausstellungssetting ihre spezifischen Charakteristiken überhaupt erst erkannt werden.

Das Wohnzimmer in *New Eelam* erhält seine Wirkung, weil es mit der Erwartungshaltung der Betrachterin im Museum bricht. Die Brandscares von Si-Qin unterscheiden sich deshalb vom Werbeplakat auf der Straße, weil die Betrachterin ihnen in einem Galerieraum begegnet. Die alltägliche Handlung des Kaufs eines Fruchtsafts wird deshalb in Magazinen thematisiert, weil sie im Rahmen eines Exponats an der Berlin Biennale stattfindet. Boris Groys erkannte, dass ein Kunstobjekt, je weniger es sich von einem profanen Objekt unterscheidet, umso mehr auf

den musealen Kontext angewiesen ist: «It is when an artwork looks like a ‹normal thing› that it requires the contextualization and protection of the museum.»<sup>224</sup> Weil diese Kunst oft nur schwer von Alltagsszenarien zu unterscheiden ist, braucht sie den musealen Kontext. Kann daraus im Umkehrschluss spekuliert werden, dass postdigitale Displays die Relevanz und den Nutzen des Museumsraums wieder aufleben lassen? Das wäre wahrscheinlich ein zu hehres Ziel für eine so junge und nur lose definierbare Kunstrichtung der Gegenwart. Fest steht jedoch, dass Post-Internet Art es geschafft hat, das Internet als Instrument, welches kulturelle Techniken der Wahrnehmung von medialen Inhalten radikal verändert hat und spezifische Ästhetiken und alternative Produktionsweisen von Inhalten hervorgebracht hat, in einem musealen, institutionellen Raum zu etablieren. Auch wenn zunächst heftig kritisiert, haben postdigitale Displays den selbstverständlichen Umgang mit neuen digitalen Medien und den mühelosen Wechsel zwischen online und offline Formaten definitiv kunsthistorisch kanonisiert. Die Beziehung ist in diesem Sinne reziprok, dass der museale Raum sich die neusten Formen der Gegenwartskunst einverleiben muss, wenn er seinen Bezug zur Realität und die Relevanz in der Zeitgeschichte nicht verlieren möchte. Postdigitale Displays sind somit ein radikales Zeichen dafür, dass der Museumsraum noch nie neutral war.