

# Museale Online-Präsentation moderner und zeitgenössischer Kunst – Präsentations(kon)formen

## Online presentations of modern and contemporary art by museums – (con)formations of presentation

Sabine Neumann  
Jacobs University Bremen  
Rembertistr. 13; 28203 Bremen  
Tel.: 0151-12984024  
E-mail: s.neumann@jacobs-university.de

### Zusammenfassung:

Dieser Aufsatz fragt nach dem Erscheinungsbild musealer Online-Präsentationen von Sammlungen moderner und zeitgenössischer Kunst. Weisen Online-Sammlungen konforme Herangehensweisen der Präsentation auf oder zeigen sich hier Differenzen? Wird also das Potential, das sich aus der Medialität des digitalen Umfeldes ergibt, aufgegriffen und ausgeschöpft, oder ist der Möglichkeitsraum an digitalen Präsentationsformen noch nicht gänzlich erschlossen?

Um mit diesen Fragen umzugehen, werden Herausforderungen und Probleme angesprochen, mit denen die Institutionen bei der Veröffentlichung ihrer Sammlungen im Internet umzugehen haben. Zudem erhalten die verschiedenen Präsentationsmöglichkeiten, die sich den Museen im virtuellen Raum bieten anhand aktueller Beispiele ausgewählter Museen moderner und zeitgenössischer Kunst Verdeutlichung.

Abschließend erfolgt eine Auseinandersetzung mit dem traditionellen analogen Sammlungs-begriff in Abgrenzung zu dem Begriff der Online-Sammlung.

### Abstract:

This essay explores questions relating to the appearance of online presentations of modern and contemporary art, as presented by museums. Specifically, do museums present their online collections in a common, homogeneous way, or do they take vastly different approaches in displaying artworks online? In what ways do the institutions capitalize on the potential which arises from the intrinsically high mediality of the digital environment? Are there currently opportunities in digital media left unexplored?

To answer these questions, this essay will examine some of the challenges and problems faced by the institutions in publishing their collections over the internet, the various possibilities of presentations available in virtual spaces online. These different possibilities of presentation are exemplified by using examples of webpages of selected museums of modern and contemporary art.

Finally, this essay will examine the changing notion of the collection itself in a digital age.

*Präsentations(kon)formen* – dieser Teil des Titels impliziert die Frage nach dem Erscheinungsbild musealer Online-Präsentationen von Sammlungen moderner und zeitgenössischer Kunst. Erfolgt die Online-Präsentation von Kunstwerken nach einem konformen Muster oder lassen sich innerhalb der Online-Sammlungen unterschiedliche Präsentationsformen erkennen? Es schließt sich zudem die Frage an, inwiefern das Potential aufgegriffen wird (und aufgegriffen werden sollte), das sich durch die Medialität des digitalen Umfeldes für die Präsentation moderner und zeitgenössischer Kunst ergibt.

Die Präsentation von musealen Sammlungen im Internet lässt sich als eine neue Form des Ausstellens beschreiben – zumindest aus der Hinsicht, dass sich die Online-Sammlungen

weiterhin in einem experimentellen Zustand befinden, das heißt, dass deren Präsentationsbild kontinuierlich be- beziehungsweise überarbeitet wird.

Klaus Müller betont den hohen Stellenwert, den Museen dem Internetauftritt ihrer Online-Sammlungen einräumen: „It is the digitization of collections that dominates the digital profile of most museums“<sup>1</sup>. Diese Aussage scheint sich bei der Betrachtung der Internetauftritte von Museen zu bestätigen. In der Navigationsleiste, die die einzelnen Menüs der Homepage eines Museums aufführt, kann der User die Online-Sammlung meist unter den ersten Menüpunkten finden.

Die Veröffentlichung musealer Sammlungen im Internet stellt die Institutionen vor verschiedene Herausforderungen und Probleme.

Eine dieser Herausforderungen stellt sich durch Fragen der Medialität. Das Internet als Präsentations-Raum ist ein Hypermedium, das bestehende Medien in ihrer unterschiedlichen Beschaffenheit (z.B. Textform, Foto, Video, Audio, etc.) im virtuellen Raum gleichzeitig zusammenbringt. Bolter und Grusin beschreiben diese Situation wie folgt: „The Web today is eclectic and inclusive and continues to borrow from and remediate almost any visual and verbal medium we can name.“<sup>2</sup> In Bezug auf die Online-Präsentation von Kunstwerken eröffnet sich ein Möglichkeitsraum verschiedenster Präsentationsarten. Zudem stellt die unterschiedliche Materialität gerade von Werken moderner und zeitgenössischer Kunst einen Faktor dar, der sich bei der Online-Präsentation berücksichtigen ließe.

Im Rahmen der Forschungsarbeit für meine Promotion habe ich mir die Online-Sammlungen einiger Museen moderner und zeitgenössischer Kunst genauer angesehen. Bei diesen Museen handelt es sich um das MoMA in New York, das SFMoMA in San Francisco, die Tate Modern in London sowie das MMK in Frankfurt am Main.

Bei diesen Betrachtungen bin ich verschiedenen Präsentationsmöglichkeiten begegnet:

*Bild und Text* stellt die vielleicht einfachste Art einer Online-Präsentation von Kunstwerken dar und ist Teil von fast jeder musealen Online-Sammlung.

*Video* als Präsentationsform lässt sich auf unterschiedliche Weise einsetzen, um Kunstwerke online zu vermitteln.

Ist das Kunstwerk selbst ein Video, so ließe sich online anstelle eines einzelnen Bildes oder Filmstills auch ein Ausschnitt oder sogar der gesamte Video-Clip zeigen.

Eine weitere Art der Video-Präsentation innerhalb von Online-Sammlungen stellen Videos *über* ein Kunstwerk dar. Dies kann zum Beispiel in Form eines Interviews mit Personen geschehen, die etwas mit dem Kunstwerk zu tun haben, beispielsweise mit Kuratoren oder auch dem Künstler selbst.

Eine weitere Möglichkeit, Kunstwerke mittels Video-Technik online zu präsentieren, bietet sich gegenüber dreidimensionalen Arbeiten, zum Beispiel Skulpturen oder Installationen. Eine Skulptur lässt sich in ihrer Dreidimensionalität begreifbarer erfassen, indem sie von einer Kamera umkreist wird. Auch Installationen, die teilweise sogar begehbar sind, lassen sich in Form eines einzelnen Fotos nur unzulänglich online begreifbar vermitteln. Die Form des Videos erscheint als eine mögliche Alternative, da es fähig ist, das Kunstwerk aus verschiedenen Perspektiven zu erfassen.

Als reine *Audio*-Formen der Online-Vermittlung von Kunstwerken lassen sich unter anderem ebenso wie bei der Video-Form Interviews mit Kuratoren oder Künstlern finden. Darüber hinaus können auch Audio-Guides für die Besucher der Online-Sammlungen bereitgestellt werden.

*Multimedia* bezieht sich auf die Kombination verschiedener Präsentationsmöglichkeiten. Innerhalb der Online-Sammlung des SFMoMA kann der User Multimedia-Features zu verschiedenen Kunstwerken, Künstlern und Stilrichtungen finden, in welchen er Informationen in Text-, Audio- und Videoform abrufen kann. Teilweise ist es auch möglich, die Werke spielerisch zu erforschen. Zum

---

<sup>1</sup> Müller, in: Parry 2010, S. 296

<sup>2</sup> Bolter/ Grusin 2000, S. 196

Beispiel lässt sich bei der Arbeit *New York City 2* (1941) von Piet Mondrian der Arbeitsprozess Mondrians nachspielen, indem in einer Animation die Abfolge der einzelnen farbigen Linien, aus denen das Bild besteht, veranschaulicht wird.<sup>3</sup>

Die jedem Kunstwerk eigene Materialität wird bei der Online-Präsentation nach meinen Beobachtungen und Gesprächen weitestgehend noch nicht berücksichtigt. Ausnahmen bilden zum Teil Präsentationen von Video-Installationen, beispielsweise Arbeiten von Pipilotti Rist in der Online-Sammlung des SFMoMA. Die Video-Installationen von Rist beziehen den Ausstellungsraum deutlich mit ein. Video-Arbeiten werden beispielsweise über eine Raumecke hinaus präsentiert. Zudem gibt es eine Arbeit, bei der die Besucher das Video durch ein kleines Loch im Fußboden betrachten. Der Ausstellungsraum bildet hier einen Teil der Video-Installationen. Er wird so zu einem Teil der Materialität der Installation und sollte für ein umfassendes Verständnis bei der Online-Präsentation berücksichtigt werden. Dies geschieht bei der Online-Sammlung des SFMoMA, indem Ausschnitte der Arbeiten unter Einbezug des Ausstellungsraumes mit gleichzeitigen Kommentaren der Künstlerin gezeigt werden.<sup>4</sup>

In der realen Ausstellung eines Museums kann nur ein kleiner Teil der Sammlung von den Besuchern angesehen werden. Der größte Teil bleibt in den musealen Archiven verborgen. Grund ist der oft sehr große Umfang von Sammlungen im Vergleich zu dem realen Ausstellungsraum, den das Museumsgebäude bereitstellt.

Kunstwerken, die online präsentiert werden, steht dagegen ein unbegrenzt großer virtueller Ausstellungsraum zur Verfügung. Ein Problem online ist nicht mangelnder Ausstellungsplatz, sondern findet sich vielmehr bezüglich der Sichtbarkeit und Auffindbarkeit von Kunstwerken und Künstlern: Es kann praktisch alles gezeigt werden, aber nicht alles wird gesehen, oder vielmehr gefunden. Ein einfaches und verbreitetes Verfahren Künstler und Kunstwerke online zu suchen, ist die Suchoption per Schlagwort, das heißt mittels der Namen von Künstlern und Kunstwerken. Es ist nicht überraschend, dass viele User bei dieser Suchoption in erster Linie sehr bekannte Künstlernamen eingeben, zum Beispiel Picasso, Warhol, etc. Auf diese Weise bleibt der größte Teil einer Online-Sammlung ungesehen. Innerhalb der Online-Sammlungen lassen sich verschiedene Herangehensweisen beobachten, durch die versucht wird, den Online-Besucher auch mit weniger bekannten Künstlern und Kunstwerken vertraut zu machen.

Einen Teil der Online-Sammlung des SFMoMAs bildet der ArtScope, eine Zusammenstellung von allen Kunstwerken, für die online ein Abbild verfügbar ist. Die Bilder werden in Form von thumbnails neben- und untereinander aufgeführt. Im ArtScope kann der Online-Besucher ungewöhnliche Nebeneinanderstellungen von Kunstwerken vorfinden. So könnte er hier zum Beispiel einen modernen Designerstuhl neben einem Bild aus dem 19. Jahrhundert entdecken. Der Online-Besucher kann die thumbnails innerhalb des ArtScopes vergrößern und durch einen Klick auf ein einzelnes Bild weiterführende Informationen abrufen. Durch das Eingeben von Schlagwörtern kann der Online-Besucher sein virtuelles „Umherwandern“ im ArtScope steuern. Es können Namen von Künstlern und Kunstwerken eingegeben werden, aber auch Schlagwörter, die Themengebiete umschreiben. Auf diese Weise kann der User auch auf ihm bislang unbekannte Werke und Künstler aufmerksam gemacht werden.

---

<sup>3</sup> siehe: [http://www.sfmoma.org/explore/multimedia/interactive\\_features/55#](http://www.sfmoma.org/explore/multimedia/interactive_features/55#)

<sup>4</sup> Pipilotti Rist leads a tour of the gallery, siehe: [http://www.sfmoma.org/explore/multimedia/interactive\\_features/17#](http://www.sfmoma.org/explore/multimedia/interactive_features/17#)

(Aus urheberrechtlichen Gründen wurden die hier befindlichen Abbildungen unkenntlich gemacht)

SFMoMA ArtScope (siehe: <http://www.sfmoma.org/projects/artscope/index.html#r=105&zoom=5&artwork=22662>)

Die Online-Sammlung der Tate Modern hat eine andere Herangehensweise, um den Usern die Vielfalt ihrer Sammlung näherzubringen. Ein Vorbild bildeten unter anderem Seiten des elektronischen Handels wie Amazon. Sucht ein potentieller Käufer hier nach einem bestimmten Produkt, so wird ihm nicht nur das gesuchte Produkt präsentiert, sondern gleichzeitig auch die Option *Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kaufen auch*, um den Kunden zu weiteren Käufen zu animieren. Eine entsprechende Option bietet auch die Online-Sammlung der Tate Modern. Sieht sich der User die Seite eines Kunstwerkes näher an, so wird ihm zugleich die Option gegeben *Other works of art you may be interested in*, in welcher ihm Kunstwerke aufgeführt werden, die auf die eine oder andere Weise etwas mit dem aktuell betrachteten Werk gemeinsam haben. Desweiteren findet der User unter der Option *Find similar artworks* eine Auflistung an Schlagwörtern zu verschiedenen Oberbegriffen (z.B. interiors, nature, objects, etc.), die Hyperlinks zu Auflistungen weiterer Kunstwerke darstellen.

(Aus urheberrechtlichen Gründen wurden die hier befindlichen Abbildungen unkenntlich gemacht)

Tate Modern (siehe: <http://www.tate.org.uk/art/artworks/hirst-pharmacy-t07187>)

In seinem Buch *Der Ursprung des Museums* definiert Krzysztof Pomian den Begriff der *Sammlung* folgendermaßen: „[...] jede Zusammenstellung natürlicher oder künstlicher Gegenstände, die zeitweise oder endgültig aus dem Kreislauf ökonomischer Aktivitäten herausgehalten werden, und zwar in einem abgeschlossenen, eigens zu diesem Zweck eingerichteten Ort, an dem die Gegenstände ausgestellt werden und angesehen werden können.“<sup>5</sup>

Eine vollständige Übertragung dieser Definition auf die zuvor beschriebene Online-Sammlung ist nicht möglich. Dies ist nicht verwunderlich, da das Buch von Pomian aus dem Jahr 1988 stammt, ein Zeitpunkt, zu dem das Internet noch nicht für die Weltbevölkerung geöffnet war. Den Hintergrund dieser Definition bildet also ein noch weitgehend analoges Weltverständnis (und Sammlungsverständnis).

Der erste Teil der Definition trifft auch auf die Online-Sammlung zu, da es sich bei der realen Entsprechung der online präsentierten Kunstwerke um eine „Zusammenstellung natürlicher oder künstlicher Gegenstände“ handelt, „die zeitweise oder endgültig aus dem Kreislauf ökonomischer Aktivitäten herausgehalten werden“<sup>6</sup>. Die Online-Sammlung ist eine Repräsentation der realen Sammlung und somit auch eine Repräsentation der „aus dem Kreislauf ökonomischer Aktivitäten“<sup>7</sup> herausgehaltenen Gegenstände. Nicht übertragbar auf die Online-Sammlung ist jedoch die räumliche Beschreibung eines „abgeschlossenen, eigens zu diesem Zweck eingerichteten“<sup>8</sup> Ortes. Das Internet ist kein abgeschlossener Raum und auch nicht eigens zum Zwecke des Ausstellens und Aufbewahrens von Kunstwerken eingerichtet worden. Es hat sich inzwischen zu einem virtuellen Ort entwickelt, der als raum- und zeitübergreifendes Medium eine Plattform für die unterschiedlichsten Themengebiete bildet. Anders als bei der realen Kunstsammlung bietet das Internet aufgrund seines unbegrenzten Speicherplatzes die Möglichkeit, die gesamten Sammlungsbestände zur gleichen Zeit der Öffentlichkeit zu präsentieren. Innerhalb des realen Ausstellungsgebäudes lässt sich hingegen jeweils nur ein minimaler Teil des gesamten Sammlungsbestandes öffentlich präsentieren. Auch lassen sich die online veröffentlichten Kunstwerke von unbegrenzt vielen Menschen zugleich abrufen und betrachten, wogegen der reale Ausstellungsraum nur eine begrenzte Besucheranzahl fassen kann.

Die zeitliche Unabhängigkeit des Hypermediums Internet ermöglicht es, Informationen unabhängig von Tages- oder Nachtzeiten abzurufen. Die Online-Sammlung ist also – im Gegensatz zu der realen Sammlung und Ausstellung – zeitlich unbeschränkt geöffnet und abrufbar.

Auch das Stichwort der *Globalität* unterscheidet die Online-Sammlung von ihrer realen Entsprechung. Für die Abrufbarkeit der Online-Sammlung gibt es keine Landesgrenzen, wogegen die Besucher des realen Museums persönlich vor Ort sein müssen.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Übertragung der archivierten Bestände von Museen in das Hypermedium Internet eine gleichzeitige Übertragung des Sammlungs-Begriffs und hiermit verbundene Funktionen nur mit Einschränkungen zulassen. An den virtuellen und an den realen Raum sind unterschiedliche Rezeptions- und Nutzungsbedingungen geknüpft. Es gibt jedoch auch Gemeinsamkeiten dieser so unterschiedlich erscheinenden Präsentationskontexte. Klaus Müller macht hierauf in seinem Artikel *Museums and Virtuality* aufmerksam: „Placing virtual reproductions on a website is similar to moving an object from its authentic context into the museum environment. Just as a museum collection redefines the value and meaning of a newly acquired artifact, the digital environment changes an object’s frame of reference once again.“<sup>9</sup> Sowohl durch die Präsentation der Sammlung im realen Museum als auch in der Online-Präsentation werden Rahmungen vorgenommen. Die Werke werden in einen veränderten Kontext gestellt, in welchem sie mit unterschiedlichen Informationen verknüpft und optisch in Relation zu anderen Kunstwerken gestellt werden.

Die Rahmung im Internet erfolgt, indem das Werk mittels ausgewählter Informationen in Form von Texten, Bildern, Videos, Audio-Ressourcen oder Multimedia-Anwendungen präsentiert und auf diese Weise in einen bestimmten Sinnzusammenhang gestellt wird. In der an einen realen Ort

---

<sup>5</sup> Pomian 1988, S. 16

<sup>6</sup> ebenda

<sup>7</sup> ebenda

<sup>8</sup> ebenda

<sup>9</sup> Müller, in: Parry 2010, S. 297

gebundenen Präsentation einer Sammlung innerhalb einer Ausstellung erfolgt die Rahmung zunächst, indem nur ein Teil der gesamten Sammlung ausgestellt wird. Eine weitere Rahmung erfolgt durch die Zusammenstellung verschiedener Kunstwerke in den einzelnen Ausstellungsräumen des Museums sowie durch zusätzliche Informationen in Form von Texten, Audio-Guides, Ausstellungsführungen, Kiosken, etc.

Den ersten Teil der Definition von Krzysztof Pomian würde ich vorschlagshalber ergänzen: Eine museale Online-Sammlung ist eine „Zusammenstellung natürlicher oder künstlicher Gegenstände [im Internet, Anm. d. Verf.], die zeitweise oder endgültig aus dem Kreislauf ökonomischer Aktivitäten herausgehalten werden“<sup>10</sup>. Das Hypermedium Internet als Präsentationsraum bietet der Sammlung unbegrenzten Speicher- und gleichzeitigen Präsentationsplatz. Es lässt eine unbegrenzte Besucheranzahl zu und der Zugriff auf die online präsentierte Informationen ist zeitlich und örtlich unabhängig möglich. Die Werke erhalten eine institutionelle Rahmung, indem ihre Online-Präsentation durch ausgewählte Inhalte und Medien erfolgt.

Museale Online-Präsentationen von Sammlungen moderner und zeitgenössischer Kunst zeigen sich nach den vorherigen Betrachtungen derzeit in einem unterschiedlichen Erscheinungsbild. Daher möchte ich nicht von *Präsentationskonformen* sprechen, sondern von Präsentationsformen, mit denen weiterhin experimentell umgegangen wird und die eine Art Grundgerüst bilden, um mit Präsentationsfragen und –zielen umzugehen. Zugleich sind aber die Potentiale, die sich innerhalb des digitalen Präsentationsumfeldes ergeben noch nicht ausgeschöpft, bedenkt man, dass sich innerhalb der vorgestellten Präsentationsformen zugleich verschiedene Möglichkeiten der Kombination ergeben, was bereits mit dem Stichwort Multimedia angesprochen wurde. Trotz dieser Vielfalt an Präsentationsmöglichkeiten musealer Kunstsammlungen im virtuellen Raum sollte die Online-Sammlung nicht als Ersatz der realen Sammlung und Ausstellung angesehen werden, sondern als deren Ergänzung oder Erweiterung. Ein Video oder Foto mag online von noch so guter Qualität und Auflösung sein, das Bemühen, ein Kunstwerk online kopieren zu wollen, bleibt ein Versuch, nach den Sternen zu greifen.

## Quellen

Einen wichtigen inhaltlichen Bezugsrahmen bilden Gespräche mit Mitarbeitern der Museen, die von der Verfasserin vor Ort durchgeführt wurden.

Bolter, Jay David/ Grusin, Richard: *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press 2000

Müller, Klaus: *Museums and Virtuality*. In: Parry, Ross (Hrsg.): *Museums in a Digital Age*. London, New York: Routledge 2010, S. 295 ff.

Pomian, Krzysztof: *Der Ursprung des Museums. Vom Sammeln*. Berlin: Verlag Klaus Wagenbach 1988

Qubeck, Susann: *Museumsmarketing im Internet. Grundlagen – Anwendungen – Potentiale*. Bielefeld: transcript 1999

---

<sup>10</sup> Pomian 1988, S. 16