

Die Digitalisierung von Kunst und Kultur

Aus seinem letzten Buch *Mashup – Lob der Digitalen Kopie* leitet Dirk von Gehlen folgende These ab: Durch die digitale Kopie werden Kunst und Kultur zu Software, die wir in Versionen denken müssen. Die Ablösung der Daten von ihrem Träger macht diese flüssig und verändert unsere Denkmuster von Kunst und Kultur. Das kann neue Geschäftsmodelle hervorbringen, wenn man, so Dirk von Gehlen, den Entstehungsprozess eines Kunstwerks in den Vordergrund rückt und hierdurch das fertige Produkt ergänzt. Mit seinem aktuellen Buchprojekt *Eine neue Version ist verfügbar* experimentiert er damit, diese Möglichkeiten auszuloten.



GESTALTUNG: FLORIAN DREYSSIG



Claudia Brückner
[@clastronautin](#)

🔪 [Digitale Kultur](#) / [Medienwandel](#) / [Self-publishing](#)



Worum genau geht es in deinem aktuellen Buchprojekt
Eine neue Version ist verfügbar?

Durch das digitale Kopieren werden wir in die Möglichkeit versetzt, Versionskontrollen auch für Nicht-Software-Inhalte vorzunehmen, was zuvor technologisch nicht so einfach möglich war. Hierdurch können wir während des Entstehens von Kunst und Kultur sozusagen Atelierbesuche bei einem Künstler vornehmen und schon vor dem Zeitpunkt der Veröffentlichung dabei sein, und beobachten, wie ein Buch oder ein Song entstehen. Dadurch wird die Entstehungsgeschichte eines Songs oder eines Buchs transparent, und es wird ein unkopierbarer Moment geschaffen, der ein bisschen so ist wie der Besuch auf einem Konzert. Das ist ein Erlebnis, das sich durch eine digitale Kopie nicht so einfach verbreiten lässt, denn man muss dabei gewesen sein.

Wie bist du dabei vorgegangen? Im Gegensatz zu Mashup ist *Eine neue Version ist verfügbar* ein Self-publishing-Projekt und erscheint nicht bei einem großen Verlag. Welche Erfahrungen hast du damit gemacht?

Ich habe festgestellt, dass ich das nicht in einem klassischen Verlag veröffentlichen kann, sondern es als Projekt auf eigene Faust machen muss. So bin ich zum Crowdfunding gekommen. Ich habe bei Startnext im letzten Herbst eine Kampagne gestartet und gesagt: Ich möchte mit euch zusammen dieses Buch schreiben. Und das hat zu erstaunlichen Erfolgen geführt: Es sind 350 LeserInnen zusammengekommen, und statt der angefragten 5.000 Euro, um die Gestaltung, das Lektorat und vor allem Druck und Vertrieb zu finanzieren, sind fast 15.000 Euro zusammengekommen. Die 350 UnterstützerInnen, die das Buch vorab finanziert haben, haben Zugang zum Entstehungsprozess bekommen.

Wie werden die LeserInnen in den Entstehungsprozess des Buches einbezogen?

Man könnte das Ganze natürlich über Wikis oder Git oder andere Versionskontrollsysteme laufen lassen, doch ich habe mich dafür entschieden, es per Email zu machen, weil ich die Interaktion so einfach und

niedrigschwellig wie möglich halten wollte. Die LeserInnen bekommen in regelmäßigen Abständen eine Email von mir mit der aktuellen Version des Textes. Damit bekommen sie nicht einfach nur ein fertiges Buch oder eBook, sondern sie erleben, wie ich dieses Buch schreibe, und wie es sich formt. Und ca. 10 Prozent der ZuschauerInnen beteiligen sich aktiv, mit Hinweisen und Kommentaren. Sie schauen mir beim Schreiben über die Schulter und können dabei auch sehen und rückverfolgen, wie ich Fehler mache. Hierin sehe ich auch ein Qualitätskriterium. Es ist also nicht nur eine feuilletonistische Spielerei, sondern hier kann ein neuer Qualitätsbegriff gegenüber Kulturprodukten entstehen. Und es entstehen am Ende – das ist meine Hoffnung – auch neue Denkmodelle von Kulturprodukten, über die man wiederum auch neue Geschäftsmodelle entwickeln kann. Zum Beispiel, indem man nicht einfach nur ein Buch als ein abgeschlossenes Produkt veröffentlicht, sondern aktiv nach UnterstützerInnen sucht, die dafür wiederum etwas bekommen, das über das reine Dokument hinausgeht. Damit wäre das Papier- oder eBook am Ende vielmehr ein Dokument von einem Erlebnis. Und das Erlebnis an sich würde ich gern in den Fokus rücken.

Welche Beobachtungen hast du gemacht, die auf neue Denk- und vielleicht auch Geschäftsmodelle schließen lassen?

Bislang denken wir ein Buch oder einen Song wie ein fertiges Produkt, ein abgeschlossenes Werkstück, das dann verkauft werden soll. In Wahrheit stimmt das aber schon heute nicht mehr, denn es gibt schon heute unfassbar viele Versionen, zum Beispiel von Songs – Coverversionen, Remixe, Mashups – also das Produkt ist schon jetzt zu einem Prozess geworden.

Self-publishing Publikation eines Buches oder anderer Medien durch den Autor/die Autorin selbst, ohne den Einbezug eines etablierten Verlags. Der Autor ist für das Ergebnis verantwortlich und verfügt über die volle Kontrolle des Publikationsprozesses, inklusive Design, Format, Preis und Distributionskanäle sowie Marketing und PR.



GESTALTUNG: FLORIAN DREYSSIG

Mit diesen Coverentwürfen hat Dirk von Gehlen sein Buchprojekt *Eine neue Version ist verfügbar* auf der Crowdfunding-Plattform *Startnext* beworben

ber das Netz können wir Räume schaffen, die nicht an einen physischen Raum gebunden sind. Doch momentan denken wir das Netz noch zu sehr wie eine Rampe, und nicht wie einen Raum. Wir gehen einfach davon aus, dass wir einen Inhalt abwerfen und dass dann am Ende der Rampe jemand steht, der für den Inhalt bezahlt. Aber wenn man das Netz als Raum denkt, in dem auch gruppensdynamische Prozesse entstehen, dann kann sich dadurch auch ein ganz anderer Wert bilden.

Einen solchen Effekt konnte ich auch beim Crowdfunding zu *ine neue ersi n ist er ar* sehen: Einige deutsche Netzgrößen haben dieses Buchprojekt sehr früh unterstützt. Und das ist transparent auf der Crowdfunding-Plattform ersichtlich, im Gegensatz zu *a n* oder im klassischen Buchhandel, wo man dies nicht nachvollziehen kann. Durch diese Transparenz und die Leute, die ihre Unterstützung bekunden, bekommt das Projekt einen Wert, den es sonst nicht gehabt hätte. Denn dieser Wert kommt nicht nur durch mich als Autor zustande, als der man sich häufig einbildet, dass die Leute nur wegen einem selbst das Buch kaufen. Aber in Wahrheit liegt der Grund bei dem, was wir *Social Media* nennen: Es entsteht eine Gruppe, und wenn die mein Buch kauft,

dann kaufen es auch andere – und nicht etwa, weil ich so toll bin. Und das ist ein total spannender Aspekt von dem, was ich Raum nenne. Und es ist mein Wunsch und meine Hoffnung, dass wir Kultur sehr viel mehr über diesen sozialen Aspekt wahrnehmen. Doch hier stehen wir noch total am Anfang. Gegenwärtig ist niemand in der klassischen Buchbranche davon überzeugt, dass das eine Chance wäre. Die sind immer noch dabei zu sagen: Die Leute wollen das Rascheln vom Papier. Das glaube ich nicht. Ich glaube, dass die Leute ein Erlebnis wollen, und dann auch bereit sind, dafür Geld zu zahlen. Sie sind aber nicht bereit, Geld zu zahlen für eine kopiergeschützte Datei, denn dadurch wird ja nur verunmöglicht, was technisch möglich ist. Man muss eine Besonderheit, eine Wertschöpfung schaffen. Und die kann nur durch Interaktion entstehen.

Das Buch experimentiert ja nicht nur mit der These von Kultur als Software mit Versionen, sondern befasst sich auch inhaltlich mit dieser Idee. Kannst du schon einen Ausblick auf den Inhalt geben?

Es ist ein internettheoretisches Buch, das sich mit der Frage beschäftigt, was die Digitalisierung mit Kunst und Kultur macht. Meine These ist, dass sich Kulturprodukte durch die Digitalisierung verüssigen. Mit

diesem Bild will ich ihre Beweglichkeit beschreiben. Diese basiert auf der Möglichkeit der digitalen Kopie, durch die Inhalte dupliziert und damit sehr schnell verbreitet werden zu können, also ins Fließen zu kommen. Und wenn Inhalte so fließen – das ist die These –, dann muss man sie anders behandeln. Was das bedeutet, davon handelt das Buch. Dazu gibt es mehrere Interviews, die ich geführt habe zu der Frage, wie diese Möglichkeiten der digitalen Verbreitung unsere Vorstellungen vom Kunstwerk und dem Künstler bzw. Urheber verändern.

PORTRAIT: GERALD VON FORIS



Dirk von Gehlen:
dirkvongehlen.de

Buchprojekt *Eine neue
Version ist verfügbar*:
enviv.de

Und welche Antworten hast du in den Interviews bekommen? Hast du ein Beispiel?

Wolfgang Ullrich, Kunsthistoriker, prägt in einem Interview den Begriff vom Werkstolz hin zum Netzwerkstolz. Ein Urheber ist heute nicht mehr allein stolz auf sein Werk, Ausweis von Qualität sind auch seine Vernetzung, die Verbindung von Menschen. Dadurch entsteht ein neuer Wert, der auch seinen Niederschlag auf das Kunstwerk findet. Sich in dieser verunsicherten Welt zu bewegen lernen, müsste also heißen, diese sozialen Aspekte viel stärker in den Fokus zu rücken und davon wegzukommen, einfach nur auf die Kostenloskultur im Internet zu schimpfen. Das halte ich für den falschen Weg. Am Ende ist eine Musikdatei vielleicht nur noch ein Dokument von etwas viel Werthaltigerem, und ich kaufe mir das Album, weil ich dabei war und den Entstehungsprozess begleitet habe. Daraus könnten sich dann auch neue Formen einer Bezahlkultur im Internet ergeben. Das heißt nicht, dass das Produkt am Ende wertlos wird. Das Produkt wird es weiter geben, doch vielleicht fußt die Wertschöpfung, die Begründung für den Wert auf etwas anderem.

Der Schreibprozess endet im Mai 2013 mit einer Tagung in der Evangelischen Akademie Tutzing vom 10. bis 11. Mai. Danach wird das Buch unter einer CC-NC-SA-Lizenz erscheinen.