

«Das fühlt sich total echt an»

DIGITALE KUNST ist in der Schweiz ein *Nischenphänomen*. Ein junges Schweizer Festival möchte das ändern. Die Geschäftsführerin und der kreative Direktor des DA Z über Live-Coding, das Metaverse und physische Treffen.

Text: OLIVER SCHMUKI Foto: DAN CERMAK



«Die Schweiz links hinterher»: Hans Peter Riegel und Tanja Hollenstein vom Festival Digital Art Zurich.

Live-Coding, Algoraves, «Disrupted Scenes» im Zürcher Opernhaus: Wer hier nur Bahnhof versteht, hat vermutlich nicht am DA Z teilgenommen, kurz für Digital Art Zurich. Für die dritte Ausgabe des Festivals für digitale Kunst reisten im Oktober erneut zahlreiche Coder und Fans der Kunstgattung in die Schweiz. Aber auch örtliche Schulklassen, die lokale Szene und viele Neugierige nahmen teil. Ins Leben gerufen wurde der Trägerverein des seit 2020 jährlich stattfindenden Festivals von Tanja Hollenstein und Hans Peter Riegel. Hollenstein ist Beraterin für Corporate Communications, während sich Riegel als Werber, Autor und Medienkünstler einen Namen gemacht hat. Die beiden, die auch privat ein Paar sind, führen eine Agentur für Kommunikationsberatung und digitale Film- und Publishing-Produktion im Industriequartier von Zürich. Sie sind der Überzeugung: Digitale Kunst macht es möglich, sich auf spielerische Weise in ein Thema hineinzuversetzen - und dieses dadurch viel besser hinterfragen zu können.

Hans Peter Riegel, von was genau reden wir, wenn wir von digitaler Kunst sprechen?

HANS PETER RIEGEL: Es gibt eine einfache Definition. Nach dieser ist damit jene Kunst gemeint, die mit Hilfe von digitalen Medien entwickelt, produziert und distribuiert wird. Es handelt sich also um eine Kunstform, die sich sehr stark mit allen Formen von Medien auseinandersetzt, insbesondere mit audiovisuellen und elektronisch-digitalen. Zudem ist digitale Kunst sehr stark performativ.

Das heisst, das Erlebnis steht im Vordergrund?

RIEGEL: Ja, denn digitale Kunst ist sehr flüchtig. Ein grosser Teil existiert nur genau in dem Moment, in dem sie aufgeführt wird.

Viele Leute denken bei digitaler Kunst vor allem an virtuelle Realität.

TANJA HOLLENSTEIN: Am DA Z räumen wir dem Thema tatsächlich viel Platz ein. Wir zeigen Virtual-Reality-Filme, und man

kann VR-Games spielen. Der Südafrikaner Francois Knoetze etwa hat eine faszinierende Virtual-Reality-Experience entwickelt, bei der man in die unruhliche, rassistische Geschichte seiner Heimat eintaucht.

RIEGEL: Es gibt in dem Videospiel auch Gegenstände, die man mit der Hand greifen und von allen Seiten in hoher Auflösung betrachten kann. Davon kann man zwar Screenshots machen, aber der Impact ist nicht annähernd derselbe, wie wenn man die VR-Brille aufhat.

HOLLENSTEIN: Man kann in dem Spiel sogar malen und durch seine eigene Zeichnung spazieren. Das fühlt sich total echt an.

Als Betrachter wird man also Teil des Kunstwerks.

HOLLENSTEIN: Im Vergleich dazu ist ein Gemälde geradezu langweilig. Herkömmliche Kunstausstellungen kann ich kaum mehr besuchen. Diese erscheinen mir beinahe als vorgegriffen. Digitale Kunst ist viel unmittelbarer,

das Erlebnis viel stärker. Sie ist auch näher am alltäglichen Medienkonsum.

RIEGEL: Es gibt aber auch andere Events wie Live-Coding. Die Coder sind inzwischen fester Bestandteil des Festivals.

HOLLENSTEIN: Bei diesen Events werden Live-Musik und Bilder beim Coden, also beim Programmieren, hergestellt, die man hören und sehen kann. Das schauen sich auch Leute aus der Branche an, die ständig auf die Screens gucken, auf die Codes. Denn es kann ja passieren, dass jemand steckenbleibt und ein Problem nicht lösen kann.

RIEGEL: Es sind sogar Mitarbeitende von Google vor Ort, die so, also über die Kunst, neue Ideen erhalten.

Liegt ein Grossteil des Reizes darin, dass man total mit der Zeit geht und ihr manchmal vielleicht sogar ein Stück voraus ist, was neue Technologien anbelangt?

RIEGEL: Wir sind tatsächlich Pioniere. In der Schweiz ist digitale Kunst ein totales Nischenphänomen. Neben uns gibt es nur noch das HEK [Haus der Elektronischen Künste; d. Red.] in Basel, wo man sich substanziell mit dem Thema befasst und internationale Relevanz vorweisen kann.

HOLLENSTEIN: Die Herausforderung liegt in der Vermittlung. Es gibt in der Schweiz keine nennenswerte Fördersysteme. Pro Helvetia will sich im Bereich Gaming starkmachen, das BAK will künftig VR-Filme unterstützen. Wir möchten die Vielfalt zeigen.

RIEGEL: Weiter ist man höchstens in den Niederlanden oder in Österreich. So gibt es in Linz die Ars Electronica, so etwas wie die Mutter aller Digital-Festivals. Bei einem Anlass an der Donau namens «Klangwolke» werden bewegte Bilder auf eine Wasserwolke projiziert. Das schauen sich jährlich 100 000 Menschen an. Auch das Museum der Zukunft lohnt einen Besuch. Von alledem sind wir in der Schweiz weit entfernt.

HOLLENSTEIN: Dabei könnte sie als eines der Länder, die international betrachtet eine hohe Affinität für Technologie haben, viel mehr tun.

RIEGEL: Wir hinken hier hinterher, und das obwohl Firmen wie Google vor Ort sind.

RIEGEL: Dass man digitale Kunst im digitalen Universum nicht richtig fassen kann, führt auch dazu, dass sie es auf dem Kunstmarkt so schwer hat. Dieser fremdelt sehr stark mit der Gattung.

Was halten Sie von Entwicklungen wie NFT-Kunst und dem Metaverse, von denen so oft die Rede ist?

HOLLENSTEIN: Beim Metaverse stellt sich für mich die Frage nach dem Nutzen. Ist dieser signifikant genug?

RIEGEL: Genau, der Nutzen fehlt. Und der zweite Grund, weswegen das Metaverse scheitern wird, liegt an der Technologie. In den meisten Ländern ist die Bandbreite nicht vorhanden, damit ein lebendiges Erlebnis entstehen kann. Und vergessen Sie den Faktor Zeit nicht! Mehr als zwanzig Minuten mit einer VR-Brille hält man nicht aus, da einem danach schwindlig wird. Eine virtuelle Konferenz ist darum physisch eine viel zu grosse Belastung.

Zurück zum DA Z. Wie ist das Publikum, welches das Festival anzieht?

HOLLENSTEIN: Sehr durchmischt. Die meisten Besucherinnen und Besucher sind zwischen 25 und 45 Jahre alt. Es kommen jedoch auch Schulklassen und Menschen über 55, die sich hier ohne Berührungängste an das Thema herantasten können.

Welches waren Ihre persönlichen Highlights?

HOLLENSTEIN: In der Wasserkirche am rechten Ufer der Limmat konnte man Spiele spielen, die vom Inhalt oder Design her einem künstlerischen Anspruch genügten. Das waren keine Shooter-Spiele.

RIEGEL: Gut angekommen ist ein Schweizer Spiels namens «Mundaun», eine Horrorgeschichte, die in den Bündner Bergen spielt. Es war beeindruckend zu sehen, wie Jugendliche, die visuell vermutlich durch angelsächsische Ästhetik und japanische Manga-Welten geprägt wurden, diese handkolorierten Spielwelt cool fanden.

Highlights des DA Z 2022 (ausgewählt und kommentiert von Tanja Hollenstein)



«The Past Is an Alien Planet» (2022) von KADR KAYSERLIOGLU (TUR)

«Ein experimentelles Videoprojekt als Kritik an der fetischisierten, transhumanistischen Idee der Unsterblichkeit.»



Konzert in der Wasserkirche mit BEN KACZOR (CH, SOUND) und NICULIN BARANDUN (CH, VISUALS)

«Mehr Performance als typisches Konzert. Musik und Visuals sind improvisiert und werden live für den Moment gespielt.»



«FinTech for the Precariat» (2022) von RICARDO MIRANDA ZUÑIGA (USA)

«Bei dem interaktiven Game werden Bürger über den Tisch gezogen. Die Installation war mehrere Quadratmeter gross.»



Live-Coding mit ANTONIO ROBERTS (UK) alias HELLOCATFOOD

«Sounds und Visuals werden hier live programmiert. Laien und Insider im Publikum können die Codes mitlesen.»

HOLLENSTEIN: Die Spiele haben wir nach thematischen Kriterien ausgewählt. Einmal musste man als Fuchsmutter seine Jungen retten, wobei Nachhaltigkeit und Umwelt im Zentrum standen, ein anderes Mal drehte sich alles um den Tod respektive um die Frage, was dabei mit der Seele passiert.

RIEGEL: In der Wasserkirche fanden audiovisuelle Performances statt. Dabei treffen digital erzeugte Sounds auf Visuals, die auf eine Leinwand projiziert werden.

Leinwand, DJ, das klingt nach einem regulären Elektromusikkonzert.

RIEGEL: Nein, das sind Performances und nicht Konzerte im traditionellen Sinn. Sounds und Bilder entstehen live. Die Bilder, die dabei gezeigt werden, sind oft atemberaubend schön. Entsprechend geflasht war jeweils das Publikum.

HOLLENSTEIN: Damit man sich das besser vorstellen kann: Wir bauten im Altarbereich der Kirche eine acht Meter hohe Leinwand auf. Vor dieser installierten sich jeweils die Musizierenden. Die Visual Artists gegenüber reagierten darauf und produzierten dazu live Bilder. So kommen Sound und Visuals zusammen. Am ersten Abend traten Ben Kaczor und Niculin Barandun auf. Passend zum schweren Bass-Sound, der die ganze Kirche zum Vibrieren brachte, erschien auf der Leinwand eine riesige Kugel die immer grösser wurde.

RIEGEL: Mein persönlicher Höhepunkt war natürlich der Event im Opernhaus. Das war ein Experiment und auch ein Wagnis, da die Zürcher Oper praktisch nie Fremdproduktionen zulässt. Der Saal war ausgebucht bis unters Dach, am Ende gab es Ovationen. Konzipiert und entwickelt wurde die Kurz-Oper innerhalb von nur drei Monaten von mir mit der Hilfe meines musikalischen Partners Kaan Bulak und der Opernsängerin Siena Licht Miller. Das Stück war eine Mischung aus digitalen sowie analogen Klängen und Stücken aus dem Barock-Repertoire.

HOLLENSTEIN: Auch hier nutzten wir eine riesige, siebzehn Meter grosse Leinwand. Darauf wurden Bilder gezeigt, teilweise sehr krasse von Kriegsschauplätzen oder einem Meer aus Abfall. Die Geschichte basiert auf dem antiken Dido-und-Aeneas-Mythos, der eigentlich die Erlebnisse zweier Flüchtlinge erzählt.

Sie sind Medienkünstler. Wie kam das?

RIEGEL: Ich war persönlicher Assistent von Jörg Immendorff und bin in diesem Umfeld mit Markus Lüpertz, A. R. Penck, Joseph Beuys gross geworden, habe selber gemalt. Ich kam also voll aus der analogen Welt, entschied mich aber, den Pinsel

niederzulegen, und studierte als einer der ersten visuelle Kommunikation - Video, Film, Grafik, Design. Inzwischen bin ich schon lange in der Szene unterwegs und kenne viele Kunstschaffende. Ich würde mich zu den Pionieren in der Internet-Kunst zählen.

Sie waren lange in der Werbung tätig, etwa bei der legendären Schweizer Werbeagentur G&K.

RIEGEL: Mein erster Kunde war IBM. Das war die Zeit in den Achtzigern, als man begann, den PC einzuführen. Einige Jahre später wurde ich von einer anderen Agentur, BBDO, abgeworben, um Apple zu beraten. Ich war mit dabei, als die Firma hochschoss, und gehörte zu den ersten, die Computer im grafischen Bereich einsetzten. Niemand sah damals die digitale Revolution kommen. Mich aber hat das immer angespornt.

Wie wichtig ist es, sich auch mal physisch zu treffen?

RIEGEL: Natürlich finden viele Treffen, etwa im Vorfeld von Events, per Videochat statt. Aber wir reisen auch viel. Nach New York, Amsterdam, an die Ars Electronica.

HOLLENSTEIN: Damit ein Diskurs stattfinden kann, ist das physische Zusammenkommen wichtig.

Welche kritischen Entwicklungen, die von digitalen Medien ausgehen, sehen Sie?

HOLLENSTEIN: Das Gefahrenpotenzial für die Demokratie, das von Social Media ausgeht, ist riesig. Umso wichtiger ist es, die Menschen, gerade jüngere, auf Gefahren aufmerksam zu machen, zu sensibilisieren und ihnen zu zeigen: Das ist nicht das echte Leben.

RIEGEL: In der westlichen Welt befinden wir uns im Moment an einem Scheideweg. Überlassen wir das Feld Kräften, die manipulieren und solche Medien nutzen, um Unruhe zu stiften? Was ist wahr? Wem soll ich Vertrauen schenken? Hier kann digitale Kunst Verständnis schaffen, ob es nun um die Radikalisierung der Gesellschaft geht, um Fintech oder um Geschlechteridentität. Am Festival wurde eine Arbeit des griechischen Künstlers Theo Triantafyllidis mit dem Titel «Radicalization Pipeline» gezeigt. In ihr wird die simentleerte Eskalation von Gewalt thematisiert. Es ist eine hochaktuelle Arbeit, so wie auch «FinTech for the Precariat» von Ricardo Miranda Zúñiga aus den USA, ist doch soeben die Kryptobörse FTX zusammengebrochen.

HOLLENSTEIN: Als ich mitbekommen habe, wie eine Gruppe Mittzwanziger engagiert über diese Arbeit diskutierte, darüber, wie Streit entsteht und wie dieser eskaliert, dachte ich: Genau das wollen wir, einen funktionierenden Diskurs.

Bilder: DA.Z (2); Ricardo Miranda Zúñiga (1); Kadir Kayserlioglu (0); PD / ZVG

State of the ART

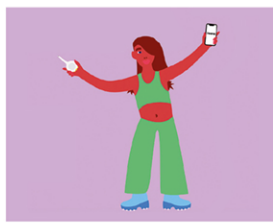
VIER DINGE ZUM INSTALLIEREN, DOWNLOADEN, ANWENDEN, TRAGEN - ODER SCHENKEN



LASER-TREATMENT

Wie so viele Tools heutzutage wird auch dieser «Ultrakurzstanz-Projektor» als «intelligent» angepriesen. Gemeint sein dürfte damit primär das Gespür für Zurückhaltung, das er bei privaten Auftritten beweist. So hält er sich in der Öffentlichkeit dezent zurück, und das nicht nur mit seinem zeitlos-eleganten weissen oder schwarzen Outfit: «Ultrakurz» bedeutet nämlich, dass der Laserprojektor etwa bei einer Distanz von 2,3 Zentimetern zur (Lein-)Wand ein Bild mit einer 2-Meter-Diagonale an dieselbe wirft. Auch dabei geht er schlaue Wege und verschiebt Bildpunkte diagonal, um so doppelte Full-HD-Auflösung zu erreichen.

4K-PRO-UHD-Laserprojektor EH-LS800W von Epson, Fr. 3706.-; www.epson.ch



EINE APP ALS BFF

Für seine App erhielt das Team von Milk Interactive an den «Best of Swiss Apps» Awards jüngst den Master. Doch «Teena» ist mehr als eine App. Sie ist eine wertvolle - und niemals wertende - Begleitung, eine digitale BFF (Best Friend Forever) auf dem Weg ins Erwachsenenleben. Mit Hilfe eines Sensors misst man täglich die Aufwachttemperaturen und erhält zuverlässige Prognosen zur Periode. Zusätzlich fördert spielerisch vermitteltes Fachwissen den selbstbewussten Umgang mit dem Zyklus und dem eigenen Körper.

App «Teena», Fr. 235.-; www.myteena.com



SEXY EYES

Depuff! Dazu ruft «Iris 2» auf. Nein, es will uns damit nicht zur nächsten Entrümpelungsaktion ermutigen, in der Welt der Körperverschönerung erfolgt die Verständigung eben durch ein eigenes Beauty-Esperanto. Und selbst wenn auch gründliches Ausmisten oft entspannend wirkt und ebenfalls einen verjüngenden Effekt haben kann - dieses nichtinvasive Wellness-Tool bietet sich für Selbstmassagen an. Verwendet wird es allerdings entgegen dem für weitere Verwirrung sorgenden sextoy-Look für die Augenpartie.

«Iris 2» von Foreo, Fr. 195.-; www.foreo.com

OFFENES OHR

Sport treiben, Musik hören und trotzdem alle Umgebungsgläusche wahrnehmen - diesen Spagat sollen diese Ohrstöpsel schaffen, deren Knöpfe nicht ins Ohr gesteckt werden müssen und die auf «Open Audio» setzen, eine Technologie aus dem Hause Bose, wo man sich schon länger mit dem Phänomen der Psychoakustik beschäftigt. Doch Innovationen wie die «Sport Open Earbuds» hin oder her - eine Restsensibilität für Momente, in denen man besser kurz auf Pause drückt, sollte man sich dennoch bewahren.

«Sport Open Earbuds» von Bose, ca. Fr. 119.-; www.bose.com

