



Im «Museum of Ice Cream» machen Besucher alles für ein perfektes Selfie und ein besonderes Foto.

Bild: Kelly Sullivan/Getty (San Francisco, 15. September 2017)

# Ich bin das Kunstwerk

**Selfiekultur** In den USA bauen Museen vermehrt bunte Kulissen, um den Besuchern das perfekte Selfie zu ermöglichen. Diese werden so selbst zum Kunstobjekt. In der Schweiz ist das Konzept noch wenig bekannt.

**Philipp Bürkler**

Täglich werden weltweit mehr als 100 Millionen Selfies auf sozialen Medien hochgeladen. Allein auf Instagram kommen jede Sekunde rund 1000 Selbstporträts hinzu. Mittlerweile kann von einem regelrechten Selfie-Wahn gesprochen werden. Selfies gelten als Beweis dafür, dass man tatsächlich an einem Event dabei war. Zur richtigen Inszenierung eines Selfies gehören auch die Umgebung und der Hintergrund dazu, kurz die Kulisse. Ein Selfie ist immer nur so gut wie die Kulisse, die den Selbstdarsteller umgibt.

In den USA schlagen Museen deshalb einen neuen Weg ein und machen die Besucher gleich selbst zum Kunstwerk. Die Museen bieten vermehrt Selfie-points an, also Orte innerhalb des Museums, die speziell für die Aufnahme von Selfies konzipiert sind. Besucher fotografieren sich nicht mehr nur vor einem Van Gogh oder Picasso, sondern vor einer dekorativen Traumwelt.

## Die Kulisse macht die Inszenierung perfekt

In San Francisco eröffnete bereits 2016 das «Museum of Ice Cream». Besucher dürfen in ein riesiges Becken eintauchen, in dem es mehr als 100 Millionen Sprinkles aus Kunststoff gibt. Sprinkles sind üblicherweise kleine bunte essbare Teilchen aus Zucker, die – vor allem in den USA – als Dekoration auf Glaces und Donuts dienen. Auf dem

Instagram-Account des Museums, dem mehr als 400000 Menschen folgen, sind Hunderte Fotos von Besuchern zu finden, die sich – ähnlich wie Kinder in einem Bällchenbad – in den Sprinkles austoben. Museumsbesucher werden zu Kleinkindern und müssen das sofort auf Instagram mit der Welt teilen. Pikant an der Sache: Mittlerweile hat das Museum wegen der Millionen von Plastik-Sprinkles eine Klage von Umweltverbänden am Hals, weil Besucher die kleinen Teilchen – ähnlich wie Konfetti – in den Haaren und Kleidern ungewollt mit auf die Strasse nehmen und so in das Ökosystem einschleusen.

Im New Yorker «Egg House» können sich Besucher in überdimensional grossen Eierkartons fotografieren oder in einem Pool voller weisser und gelber Kunststoffteile «schwimmen». Knapp 5000 Kilometer entfernt, in Los Angeles, wurde im vergangenen Frühling die Selfiekultur während einiger Wochen mit einem Pop-up-Museum gewürdigt, dem «Museum of Selfies». Neben «normalen» Selfiemaniacs wollen solche Event-Museen vor allem Influencer anlocken, Leute, die ihre Fotos mit Tausenden von Followern teilen. Die Breitenwirkung, die auf sozialen Medien durch Influencer erzielt wird, ist immens. Noch grösser ist die Wirkung, wenn sich Stars vor den Kulissen in Szene setzen. Das «Museum of Ice Cream» hatte vor einigen Wochen sogar Besuch von Kim Kardashian. Das amerikanische Model setzte sich

ins Sprinkle-Bad. Die Besucherzahlen explodierten anschliessend, und das Museum meldete «sold out».

In Los Angeles gibt es auch das «Museum of Illusions», das rund 48 000 Follower auf Instagram verzeichnet. Hier können sich Besucherinnen und Besucher vor optischen, akustischen oder mechanischen Täuschungen und Illusionen ablichten. Es sind Räume, die so konzipiert sind, dass sie auf den Fotos eine perspektivische Verzerrung erzeugen, die Menschen, je nach Positionierung im Raum, grösser oder kleiner erscheinen lassen.

Technische Illusionen gibt es bereits seit mindestens 3500 Jahren; die neuen Museumskonzepte bereiten die uralten Techniken lediglich für die Selfie-Generation neu auf.

**In Museen, die auf Selfies ausgerichtet sind, werden Besucher selbst zum Kunstobjekt, eingebettet in bunte Erlebniswelten und kitschige Kulissen.**

Die amerikanische Idee hat seit Anfang August auch einen Ableger am Alexanderplatz in Berlin, wo ebenfalls ein Museum der Illusionen eröffnet hat.

## In der Schweiz noch kein Thema

In der Schweiz gibt es zurzeit noch kein Museum, das auf Selfies spezialisiert ist. Einige Verantwortliche bei Schweizer Museen haben von solchen Konzepten auch noch gar nie gehört, wie eine telefonische Umfrage dieser Zeitung zeigt. In den meisten Schweizer Museen dürfen sich Besucher zwar ohne Blitz, Selfiestick oder Stativ vor Kunstwerken fotografieren, eigens dafür vorgesehene Selfiepoints gibt es aber nicht.

Einen ersten Schritt in diese Richtung macht aber das Kunstmuseum St. Gallen. An der kommenden Museumsnacht können sich Besucher in der übergrossen Couch der Videokünstlerin Pipilotti Rist fotografieren lassen. Im Kunstmuseum Luzern hat vor einiger Zeit die Künstlerin Claudia Comte einen Selfiepoint eingerichtet, der es Besuchern erlaubt, Fotos vor einem künstlichen Hintergrund zu schiessen.

Das Fotografieren von Kunstwerken bewegt sich jedoch rechtlich in einem Graubereich, sind Kunstwerke in der Regel doch urheberrechtlich geschützt. Im Kunstmuseum St. Gallen werden die Besucher darauf hingewiesen, dass sie zwar fotografieren dürfen, für die Verbreitung auf sozialen Medien aber selbst ver-

antwortlich sind. Das heisst, Gegenwartskünstler, die bei der Verwertungsgesellschaft Pro Litteris angemeldet sind, könnten theoretisch rechtlich gegen Besucher vorgehen, die Werke auf Instagram posten. In der Praxis gibt es jedoch wenig Abmahnungen, da eine Kontrolle, wer was und wo postet, fast nicht möglich ist. Bei Museen, die Werke aus den vergangenen Jahrhunderten zeigen, stellt sich das Urheberrechtsproblem sowieso nicht. Ist ein Künstler mindestens 70 Jahre tot, erlischt das Urheberrecht und das Werk wird gemeinfrei und kann – beispielsweise – von jedermann fotografiert und danach beliebig verändert werden.

## Veränderte Wahrnehmung von Kunst

Dank Google Arts & Culture können praktisch alle Kunstwerke der Museen weltweit über das Netz angeschaut werden. Gleichzeitig hat sich durch die Selfiekultur und das Internet generell auch die Wahrnehmung von Kunst in den Museen verändert. Wer nur noch ein Foto macht, um zu zeigen, dass er im Museum war, schenkt dem Werk nicht die gleiche Aufmerksamkeit und Zeit, die es für die Betrachtung und Auseinandersetzung eigentlich braucht. Auf Selfies ausgerichtete Museen stellen nicht mehr Werke von Künstlern in den Fokus, sondern dienen nur noch der Selbstinszenierung. Besucher werden selbst zum Kunstobjekt, eingebettet in eine bunte Erlebniswelt mit kitschigen Kulissen.