



Emil Volkers, „Pferdeporträt“
links: mit Firmenlogo www.art-content24.de
oben: Differenzbild, versehen mit „ImageMark“



Original Expanded Cornelia Sollfrank geht der Frage von Autorschaft unter Netzbedingungen nach

Text: Yvonne Volkart

Wer hat eigentlich das Recht, über die Veröffentlichung von Bildern im Internet zu bestimmen? Ist es das Museum, das eine Ausstellung bewerben will, oder der Leihgeber, dem die Bilder gehören? Sind es die KünstlerInnen oder gar die FotografInnen?

Solche Fragen zum Urheber- und Nutzungsrecht betreffen uns in letzter Zeit immer häufiger. Zurzeit etwa sorgt der Heidelberger Appell, unterschrieben von rund 2000 namhaften deutschen AutorInnen, in den Feuilletons für Aufregung.¹ Dabei wird die deutsche Regierung gebeten, das »bestehende Urheberrecht, die Publikationsfreiheit und die Freiheit von Forschung und Lehre entschlossen« zu verteidigen. Der in seiner Zielsetzung eher undifferenzierte Appell wird offensichtlich von zwei Ängsten getrieben: erstens, dass durch den Zwang, ein gedrucktes Buch zusätzlich im Internet frei zugänglich publizieren zu müssen, AutorInnen und Verlage trotz ihrer Investitionen letztlich leer ausgehen; und zweitens, dass die Inhalte außer Kontrolle geraten könnten. Diese Ängste sind nicht unbegründet, lassen sich aber mit dem Beharren auf konventionellen Vorstellungen von Autorschaft, die noch aus der Prä-Internet-Ära stammen, gewiss nicht lösen. Die Lage ist komplex, und restriktive Gesetze machen sie nicht einfacher. Tatsächlich gibt es nicht die eine, richtige Antwort auf die obigen Fragen, sehr wohl aber Gesetze, um Einzelfälle zu regeln. Und wenn diese nicht eindeutig sind, dann kommen die Gerichte zum Zug.

Eine, die sich den Auswirkungen des Internets auf die Autorschaft seit Mitte der 1990er Jahre gestellt hat und die Grundkonflikte, die sich daraus mit dem Urhebergesetz ergeben, sichtbar zu machen trachtete, ist die Künstlerin Cornelia Sollfrank. Ihr Konzept, zusammen mit

dem Fraunhofer Institut eine Plagiarismus-Erkennungssoftware zu entwickeln, die auf Originale zurückgreift, um Fälschungen aufzuspüren, gewann 2008 das Stipendium des Edith-Russ-Haus für Medienkunst in Oldenburg. In der Folge richtete sie dort die Ausstellung »Originale und andere Fälschungen« ein.

Diese Ausstellung ist deswegen interessant, weil sie nicht nur die eingangs erwähnten Fragen mit den Mitteln der Kunst exemplarisch durchspielt, sondern auch, weil sie als ein weiteres Beispiel für die aktuelle Form von Netzkunst betrachtet werden kann. Dieser geht es nicht mehr darum, das Netz als ihr Artikulationsmedium zu begreifen, sondern darum, dessen Implikationen mit adäquaten Mitteln zu untersuchen.² Sollfrank tut dies, indem sie in die Rolle der Betreiberin einer Online-Bildagentur schlüpfte, bei der Reproduktionen der ausgestellten Werke bestellt werden können.

Allgemein lässt sich sagen, dass das Urheberrechtsproblem mit der Reproduktion begann. »Durch die Reproduktion entsteht neben dem Original ein weiteres »Werk«, die Abbildung, an der ebenfalls Urheberrechte entstehen. Es ist wie eine zweite Ebene der Warenförmigkeit«, schreibt Sollfrank. »Für den Maler eines Bildes bedeutet das, dass er kontrollieren kann, wer eine Reproduktion davon anfertigt und zu welchen Konditionen.« Bis zu 70 Jahre nach dem Tod bestimmen das die Erben. Ist der Künstler länger als 70 Jahre tot, ist das Urheberrecht frei, aber zur Herstellung einer Reproduktion müssen die BesitzerInnen des Bildes angefragt werden. Sobald nun ein Fotograf eine Reproduktion des Bildes angefertigt hat, bekommt er automatisch auch Rechte an der Abbildung. Das kann unter Umständen dazu führen, dass ein Museum die Bilder aus der hauseigenen Sammlung nicht auf der Homepage publizieren darf. Ein

Fall, der infolge von Unkenntnis der Rechtslage nicht selten eintritt, kennen doch viele diese überhaupt nicht.

Die Ausstellung selbst bestand aus sechs Ebenen: 1. aus originalen Gemälden und Skulpturen dreier Oldenburger Museen, die als museale Zitate vor rotem Grund platziert waren; 2. den Werkabbildungen als Poster mit einem Firmenlogo darauf; 3. dem Webshop der Bildagentur; 4. dem Video »Das maximal Einmalige und seine Transformation zum Gleichartigen«, in welchem der Fotograf die aufwendige Apparatur vorführt, die er zur Herstellung von »Natürlichkeit« und Objektivität benötigt; 5. den einzelnen Verträgen und Lizenzen; und 6. den Differenzbildern, die den Unterschied zwischen Original und Kopie mit digitalem Wasserzeichen als Eigentumsschutz markieren.

Mit dem Durchspielen und Inszenieren des Verwertungsprozesses gelingt es Sollfrank einmal mehr, die komplexen Verwertungszusammenhänge konfliktreich aufzurollen. So zog zum Beispiel ein Erbe am Eröffnungstag seine Zustimmung zurück, nachdem er von Sollfrank über seine bisher ungeahnten Rechte aufgeklärt wurde. Darüber hinaus wird auf einprägsame Art der doppelböckige Warencharakter der Bilder lanciert: Die Poster mit Logo etwa sind Reproduktionen bestehender Werke und originale, erwerbbar Kunst in einem, was sicherlich mehr KäuferInnen anspricht als die einfachen Reproduktionen der Bildagentur.

Cornelia Sollfrank, »Originale und andere Fälschungen«, Edith-Russ-Haus für Medienkunst, 24. Januar bis 19. April 2009. Ausstellungskatalog »Cornelia Sollfrank. Expanded Original«, hg. v. Sabine Himmelsbach für Edith-Russ-Haus für Medienkunst, Ostfildern-Ruit 2009.

¹ www.textkritik.de

² Siehe dazu meine Diskussionen der netzbasierten Arbeiten von Daniel Garcia Andújar/Technologies to the People in springerin 2/2009 und Graham Harwood/Matsuko Yokokoji/Richard Wright in springerin 4/2008