

Spiel mit Verwirrung

Netz-Aktivisten Etoy machte mit Cyber-Entführungen und dem Guerilla-Auftritt bei «Benissimo» Schlagzeilen. Jetzt hat die Gruppe in Sankt Gallen ihre erste Internet-Ausstellung.

Von Brigitte Ulmer

Man wähnt sich in diesem Konferenzraum eines Zürcher Bürogebäudes an einer Geschäftsleitungssitzung. Doch hier tagen keine jungen CEOs, sondern die Internet-Aktivisten der Schweizer Kunstgruppe Etoy.

Die fünf Gestalten, alle in orange Jacken gekleidet, machten 1996 mit so skurrilen wie bahnbrechenden Internet-Auftritten von sich reden. Sie entführten ahnungslose Surfer, die in den Search engines nach Sex oder Madonna suchten, auf ihre Homepage und gewannen dafür Kunstpreise wie den Ars Electronica. 1998 strukturierte sich Etoy zur Beteiligungsgesellschaft um und gab Aktien aus – das Kapital liegt aktuell bei 2,5 Millionen Dollar. So hatte Etoy ein finanzielles Polster, als der kalifornische Spielwarenhersteller eToys den Schweizern den Namen streitig machen wollte.

Jetzt, nach gewonnenen juristischen Schlachten und diversen Symposien rund um den Globus, sind die Etoy-Aktivisten wieder da – um Rückschau zu halten. Am 29. November eröffnen sie in der Sankt-Galler Kunsthalle ihre erste Ausstellung in einem Museum.

Sie zeigt, wie elegant Etoy in den Neunzigerjahren zwischen Internet und Realität pendelte. Die Mitglieder erwiesen sich als wahre Meister des Eigen-Marketings: Sie zwangen mit ihrer «Digital-Hijack»-Aktion eineinhalb Millionen Internet-Surfer auf ihre Homepage und schmuggelten sich einmal sogar ins Schweizer Fernsehen. Nach einem Spontanauftritt in Beni Thurnheers «Benissimo» und einem Entsetzensschrei in der Boulevardpresse hatte Etoy einen Bekanntheitsgrad, der weit über die Kunstszene hinausreichte. Mit ihrem stramm uniformen Äusseren machte sich die Gruppe über die Corporate Identity und Markengläubigkeit der Businesswelt lustig. Im Kern aber ist sie beinahe marxistisch: Jeder kann alles, jeder ist austauschbar.

Deshalb tut auch in diesem Zürcher Bürogebäude jedes Etoy-Mitglied ein bisschen alles. Ein blonder junger Mann, der sich als Etoy.Zai vorstellt und aussieht wie ein Posterboy einer H&M-Kampagne, zeigt auf einem Chart die etoy.Aktie. Etoy.Stamberger breitet die nummerierten, auf Aluminium aufgezogenen Aktien-Zertifikate aus. Etoy.Gramazio erklärt die Kapitalstruktur der Firma. Und Etoy.Monorom, die einzige Frau im Team, illustriert die Firmen-Ethik. «Wir wollen gesellschaftliche Mechanismen blossstellen», sagen die fünf. Oder: «Die Vereinnahmung ist unsere Voraussetzung, um ein System zu infiltrieren.»

Wie das in der Praxis funktionieren soll, wird nie ganz klar – aber auch dieses Spiel gehört zum Etoy-Konzept. Immerhin, einem Grossen der Wirtschaftswelt hat die Kunstgruppe schon ans Bein gepinkelt: Spiele-Gigant eToys musste auf Druck von Etoy seine Website einstellen.

Der Ausstellungstitel «Frequently Asked Questions» ist nicht schlecht gewählt – auch wenn sie Antworten meist schuldig bleiben. Der Titel verdeutlicht zudem treffend, wo Etoy steht: an der Schnittstelle zwischen Internet, Kunst und Wirtschaft. Jeder, der mit Etoy in Kontakt kommt, merkt: Hier passiert etwas Aufregendes. Und ist am Schluss überzeugt: Niemand bringt das Spiel um Business und Kunst so treffend auf den Punkt wie diese Gruppe. Aber Etoy verführt nicht nur, es verwirrt meistens auch. Die «Digital Hijack»-Aktion 1996, während der Etoy Internet-Surfer kidnappte, brachte dem Kollektiv zwar den Prix Ars Electronica ein. Doch nach der Preisvergabe stritten sich die Jurymitglieder darüber, ob sie nicht versehentlich eine kommerziell tätige Firma geehrt hätten, die sich nur Kundendaten sichern wollte. Und

kurzzeitig befasste sich auch die Antiterror-Abteilung des österreichischen Staatsschutzes mit den Schweizern.

Verwirrung und Verwandlung gehören eben zu ihren Prinzipien. Während des «Toywar» genannten Rechtsstreits mit der US-Firma eToys stiessen sie sogar ihre eigenen Anwälte vor den Kopf: Wozu eine Firmenstruktur mit CEO, Branding und Aktienkapital, fragten die Anwälte, wenn dahinter gar kein richtiges Produkt oder eine Dienstleistung steckt?

Die Etoy-Schau resümiert, wie die zwischen 1970 und 1975 geborenen Computer-Freaks mit digitalen Aktionen zu internationalen Kunst-Popstars wurden. Artikel und Videos rekonstruieren die Etoy-Story von den pionierhaften HackerTagen bis zum «Toywar». Der «Toywar» wurde für die Internet-Kunstszene zum Monument, Etoy selber zur Marke. An der Ausstellungskasse kann man Teilhaber der Gruppe werden. Man bezahlt einen Betrag ein und erhält dafür eine Aktie.

Dreh- und Angelpunkt der Etoy-Auftritte ist ein oranger Container – eine zwölf Tonnen schwere Metapher auf die Datenpakete, die in komprimierter Form weltweit durch die Glasfaserkabel reisen. Natürlich ist das Etoy-Wahrzeichen auch vor der Sankt-Galler Kunsthalle parkiert. Kunsthalle-Leiter Gianni Jetzer schwärmt von Etoys «kohärentem Werk», anzusiedeln im Kontext des in den Neunzigerjahren entstandenen Crossover von Kunst, Business, Musik und Mode.

Wenn man sie posieren sieht, könnten sie mit ihren Spiegelbrillen auch eine besonders raffiniert vorgehende Boyband darstellen. Etoy.Zai, die schillerndste Figur des Quartetts, schwenkt seinen linken Armel mit den Logo-Aufdrucken der Sponsoren Sun und Credit Suisse und spricht wieder so einen typischen, aus dem Wirtschafts-Marketingspeech entlehnten Etoy-Satz: «Wir erschliessen gerade einen neuen Markt». Womit wohl gemeint ist: Wir machen jetzt auf der ganzen Welt solche coolen Ausstellungen und verdienen auch Geld damit. Etoys Image sei eigentlich ein Missverständnis, sagt Etoy.Zai. Das Internet sei nur eines von vielen Vehikeln, um ihrem Ziel näher zu kommen: den Zustand der Gesellschaft zu erfassen. Er nennt es «Maximierung kultureller Werte».

Mit ihrer ersten Schweizer Ausstellung infiltrieren die Internet-Aktivistinnen nun das reale Kunstsystem. Auf die Einladung durch die Kunstbiennale Turin im Frühjahr 2002 reagierte Etoy wie jede normale Firma: Sie erstellte eine Machbarkeitsstudie. Dann errichteten die Mitglieder ein «Etoy.Day-Care-Camp», unterwiesen 1000 Kinder in digitaler Filmproduktion und legten eine schräge Kunstperformance hin. Oder nach Etoy-Diktion: «Ein Investment in die Zukunft der Entscheidungsträger von morgen.»