Roessler
ProResult
High Value Marketing & PR

# DIGITAL RUINS

„Wie verlassene Pixel
die Zeit bezeugen“

Klaus Rössler
Gewinner des F.A.Z. Feuilleton Preises 2025

# WIEVIEL ZEIT BRAUCHT DIE KUNST?

Preisfrage der Frankfurter Allgemeinen Zeitung 2025

# ÜBER DEN PREISTRÄGER

Foto: Jens Gyarmaty

**Klaus Rössler** ist strategischer Marketing- und PR-Consultant mit Fokus auf High-Value-Positionierung und zudem Lead Auditor ISO 42001 KI-Managementsysteme. Neben Weinkultur interessiert er sich für digitale Kultur und unkonventionelle Marktperspektiven. Mit seinem Essay **„Digital Ruins - Wie verlassene Pixel die Zeit bezeugen“** gewann er den Feuilleton-Preis der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Roessler ProResult steht für zwei Seiten unternehmerischer Verantwortung:

- Marketing, das messbar wirkt, nicht nur kreativ klingt.
- KI-Governance, die strategisch gedacht ist, nicht nur compliant.

**roesslerpr.de**

FRANKFURTER ALLGEMEINE
**FEUILLETON**PREIS

# Urkunde

Der Feuilleton-Preis der Frankfurter Allgemeinen Zeitung
wird verliehen an

***Klaus Rössler***

für seinen Text „Digitale Ruinen – Wie verlassene Pixel die Zeit bezeugen“
zur diesjährigen Preisfrage: „Wie viel Zeit braucht die Kunst?“

Die Jury, der Sandra Kegel, Niklas Maak, Simon Strauß und Jürgen Kaube
angehören, ist sich einig, dass der Siegertext eindringlich die Frage nach den
Veränderungen der Kunst im digitalen Zeitalter stellt, in dem die Technik
mit der Vergängnis ihrer Substrate durch das spurlose Verschwinden ihrer
Werke auch das Erinnern abzuschaffen droht.

Thomas Lindner
Sprecher der Geschäftsführung
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH

Dr. Volker Breid
Geschäftsführer
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH

Jürgen Kaube
Herausgeber
Frankfurter Allgemeine Zeitung

Empfang zum F.A.Z. Feuilleton Preis am 27.10.2025 im Deutschen Theater, Berlin.
Foto: Jens Gyarmaty

F.A.Z. Herausgeber und Feuilleton-Chef Jürgen Kaube und Klaus Rössler, Foto: Edda Rössler

# „DIGITAL RUINS“

## WIE VERLASSENE PIXEL DIE ZEIT BEZEUGEN

Ein Minecraft-Server, still wie ein Archiv ohne Besucher.
Die Welt ist geladen, das Licht flimmert, doch kein Schritt hallt durch das digitale Gelände – kein Knirschen von Kies, kein Flüstern von Wind, nur eine lautlose Ordnung aus Licht und Code. Keine Spieler, keine Bewegungen, nur ein flimmernder Sonnenstand. Eine Bibliothek aus virtuellen Blöcken steht da, monumental, durchdacht, gebaut von Menschenhand. Und doch: verlassen.

Es ist nicht die Zeit, die dieses Bauwerk zerstört hat. Es ist das Ausbleiben von Zeit, von Gegenwart, von Nutzung. Was einst ein gemeinschaftlicher Ort war, ist nun Datenbestand, ein digitales Pompeji. Und genau darin beginnt eine neue Form der Ruine: eine, die nicht zerfällt, sondern schlicht nicht mehr gebraucht wird.

### MINECRAFT UND DIE ÄSTHETIK DER ERINNERUNG

Was als Spiel begann, wurde zur Plattform kultureller Gestaltung. In Minecraft entstanden Mahnmale, Nachbauten von UNESCO-Stätten, virtuelle Museen, Gedenkorte für Ereignisse, die in der realen Welt nicht mehr gezeigt werden durften. Und doch: Viele dieser Orte sind heute unzugänglich. Nicht weil sie zerstört wurden, sondern weil niemand mehr ihre Welt lädt.

Diese digitale Vergänglichkeit ist eine paradoxe Form von Dauer: Was bestehen bleibt, ohne aktiv zu sein. Was nicht stirbt, aber auch nicht lebt. Was erhalten ist, doch seiner Bedeutung beraubt.

### METAVERSE-GALERIEN: VOM HYPE ZUR VERLASSENHEIT

Pak‘s „The Pixel“ (2021) wurde für 1,36 Millionen Dollar verkauft - ein einzelner grauer Pixel. Heute ist er in der Sammlung verschwunden, unbeachtet. Grimes‘ „Death of the Old“ erreichte 389.000 Dollar auf Nifty Gateway, doch die Plattform kämpft ums Überleben. Diese Werke existieren noch, aber ihre Aura ist verblasst. Wie Walter Benjamin es formulierte: Reproduzierbarkeit zerstört die Einmaligkeit. Im Digitalen wird daraus: Unendlichkeit zerstört die Aufmerksamkeit.

Auch im Metaverse wurde gebaut. Kunstgalerien in Decentraland, Museen in Cryptovoxels, Ausstellungen auf Spatial. Künstlerinnen und Investoren ließen Millionen fließen, um virtuelle Repräsentation zu schaffen, schnell, imposant, marktfähig. Doch der Markt kühlte ab. Viele dieser Räume sind heute leer.

Wie eine römische Villa, deren Fresken einst Macht demonstrierten, aber nun von Pflanzen überwuchert werden, so erzählen auch verlassene Metaverse-Räume von einstigem Glanz.
Der Unterschied: Hier ist es kein Efeu. Es ist bloß die Leere.

### ZEIT OHNE VERFALL: GEHT DAS?

Klassische Ruinen altern. Ihre Schönheit liegt im Bröckeln, in der Patina, im Moos. Digitale Ruinen altern nicht sichtbar. Sie sind auf Knopfdruck wieder da, scheinbar unverändert. Und doch: Wer sie betritt, spürt, dass sie vergangen sind.

## ZEIT ALS WERT: KUNST IM ZEITTAKT DER BLOCKCHAIN

NFTs, die als digitale Kunstwerke über Marktplätze wie OpenSea oder Foundation verkauft werden, existieren in einem Zeittakt, der weniger mit Reifung als mit Schnelligkeit zu tun hat. Werke werden gemintet, gepusht, verkauft – oft binnen Sekunden.

Die Mechanismen folgen der Logik des Algorithmus: Sichtbarkeit ist flüchtig, Preise steigen in Hypes, fallen im Vergessen.

Diese neue Kunstökonomie kennt keine Pausen. Hartmut Rosa beschreibt die „soziale Beschleunigung“ als Grundproblem der Moderne. In der digitalen Kunst potenziert sich dieses Phänomen: Paul Virilios „Geschwindigkeitsrausch“ wird zur Ästhetik. Doch Beschleunigung zerstört, was sie zu konservieren vorgibt - die Erfahrung selbst. Zeit wird zur knappsten Ressource, ausgerechnet in einem Medium, das Ewigkeit verspricht. Aufmerksamkeit ist Währung. Und je kürzer der Zyklus, desto größer die Angst, etwas zu verpassen. Doch wie viel Zeit bleibt in einer Kunst, die sich selbst im Moment maximaler Gegenwart aufbraucht?

## DIGITALE DENKMALPFLEGE: KANN MAN ERINNERUNG CODIEREN?

Wenn digitale Kunst nicht verfällt, sondern verschwindet, stellt sich eine neue Aufgabe: Wie kann sie bewahrt werden? Einige Projekte versuchen das, etwa Curatorial DAOs, Archive auf IPFS-Servern oder NFTs mit eingebauter Metadokumentation. Doch was fehlt, ist oft die emotionale, soziale Pflege. Wie bei einer Skulptur, die restauriert werden muss, verlangt auch digitale Kunst Zuwendung, nicht nur technischen Erhalt.

In Minecraft zeigt sich das besonders deutlich. Projekte wie die „Uncensored Library“ von Reporter ohne Grenzen oder die monumentalen Bauten des Kollektivs „BlockWorks“ sind Versuche, politische und ästhetische Relevanz dauerhaft sichtbar zu halten. Aber auch sie benötigen etwas, das technisch nicht speicherbar ist: Aufmerksamkeit.

## WARUM WIR RUINEN BRAUCHEN, AUCH IM DIGITALEN

Die Kunst der Renaissance liebte die Ruine. Sie war Zeichen vergangener Größe, aber auch Projektionsfläche für neue Ordnung. In der Romantik wurde sie zum Inbegriff des Erhabenen, als Symbol des Vergehens und der Ewigkeit zugleich. Vielleicht braucht auch die digitale Kunst eine solche Perspektive.

Diese Tradition hat eine lange Geschichte: Piranesis Veduten römischer Ruinen im 18. Jahrhundert machten das Verfallene zur Sehnsucht. Caspar David Friedrich ließ seine Wanderer vor gotischen Trümmern innehalten. Die Romantik suchte in Ruinen das Absolute - weil nur im Zerfall die wahre Größe sichtbar wird.

Heute stehen wir vor einer anderen Art des Ruins: ohne Verwitterung, aber mit Verlassenheit. Was bedeutet das für unser Verhältnis zur Vergänglichkeit?

Digitale Ruinen zeigen nicht nur, was verloren ging, sondern auch, was einmal gegolten hat – etwa in Minecraft-Welten wie der „Uncensored Library“ oder in NFT-Galerien, die als Vorreiter der digitalen Avantgarde gefeiert wurden, heute aber still und unbesucht bleiben. Sie erzählen davon, dass es Bedeutung gab. Dass sich Menschen Zeit genommen haben, um etwas zu gestalten. Dass etwas da war, und sei es nur für einen Moment.

## KI-KUNST UND DIE AUTOMATISIERUNG DER GEGENWART

Ein neuer Akteur reißt die Vorhänge auf: generative Künstliche Intelligenz wie DALL·E oder Midjourney, die auf Knopfdruck Bilder erzeugt – nicht aus Material, sondern aus Sprache. Binnen Sekunden erzeugt sie Bilder, Skulpturen, Animationen. Nicht aus Ton oder Pixel, sondern aus Prompts. Die Kunstform der Zukunft scheint nicht mehr in der Herstellung zu liegen, sondern in der Auswahl.

Doch auch diese Werke altern, nicht physisch, sondern ästhetisch. Was heute als bahnbrechend gilt, wirkt morgen generisch.
Und wer erinnert sich an ein KI-Bild, das tausendfach geklickt, aber nie betrachtet wurde? Zeitlosigkeit entsteht nicht durch Technik, sondern durch Bedeutung. Und Bedeutung braucht Bindung.

## ZWISCHEN STREAM UND SPUR: KUNST OHNE GEDÄCHTNIS?

In sozialen Medien entstehen täglich Millionen neuer Werke:
Memes, Loops, Miniaturen. TikTok ist das neue Museum des Flüchtigen – ein Ort, an dem 15-Sekunden-Videos wie das virale ‚Couch Guy' oder AI-basierte Filtersketche millionenfach zirkulieren und ebenso schnell wieder verschwinden. Doch was bleibt? Wer archiviert? Wer pflegt die digitale Kurzform?

Manche sagen, diese Kunst sei gar nicht für die Ewigkeit gedacht. Aber auch ephemere Kunst braucht ein Zeitmaß. Auch das Flüchtige muss Spuren hinterlassen dürfen. Denn ohne Spur gibt es keine Geschichte. Und ohne Geschichte: keine Kunst.

Die Paradoxie der Digitalität: Je perfekter die Konservierung, desto fragiler die Bedeutung. Bits und Bytes altern nicht - aber Relevanz schon.

## KURATIERTE STILLE – WER ENTSCHEIDET, WAS BEWAHRT WIRD?

In der digitalen Sphäre ist nicht nur das Werk fragil, sondern auch seine Auffindbarkeit. Es entsteht ein neues Machtgefüge: Das Archiv wird zur Bühne der Aufmerksamkeit. Wer keine Reichweite generiert, verliert nicht nur Publikum – sondern auch Geschichte.

Plattformen wie TikTok, Instagram oder X wirken als algorithmische Kuratoren. Was nicht performt, verschwindet – nicht durch Zensur, sondern durch Nichtbeachtung. Digitale Kunst wird so nicht nur durch ihre Existenz, sondern durch ihre Sichtbarkeit definiert.

Auch persönliche Sammlungen erzählen davon. In meiner eigenen Wallet liegt ein NFT, das den ehemaligen Schach-Weltmeister Vishy Anand zeigt – ein Werk, das ich einst kaufte, weil ich ihn persönlich traf und schätze. Heute liegt es dort: technisch intakt, aber kulturell isoliert. Kein Kontext, keine Pflege, keine Resonanz.
Nur ein Bild in der Blockchain.

Diese individuelle Vergänglichkeit verweist auf eine kollektive Leerstelle: Wer kuratiert das Digitale? Wo ist das Gedächtnis für Netzkultur, für Kunst der 2020er Jahre? Ohne institutionelle Verantwortung, ohne Communitypflege bleiben viele Werke wie Artefakte im Sand – ungeborgen, unkommentiert, vergessen.

Marcel Proust suchte die verlorene Zeit in der Literatur. Heute suchen wir sie in Datenbanken. Doch wo Proust durch Erinnerung Ewigkeit schuf, schaffen Algorithmen nur Wiederholung. Die „Recherche" wird zur Suchfunktion - und verliert dabei ihre zeitstiftende Kraft.

## WAS BLEIBT?

Vielleicht ist das die neue Herausforderung für digitale Kunst: nicht nur erzeugt und verkauft zu werden, sondern Erinnerung zu binden. Eine NFT-Datei mag ewig auf der Blockchain gespeichert sein. Aber ohne Kontext, ohne Pflege, ohne Gemeinschaft bleibt sie eine leere Hülle – und mit ihr eine Chance ungenutzt, Verantwortung für kulturelles Gedächtnis auch im Digitalen zu übernehmen.

Und was wurde aus Beeple, dem Künstler hinter dem 69-Millionen-NFT? Sein Werk ist sicher gespeichert, auf ewig in der Blockchain verankert – und doch: Es ist still um das Bild geworden. Kein Museum zeigt es, kein Diskurs greift es auf, kein kollektives Ritual der Rezeption hat sich darum gebildet. Vielleicht ist das die tiefste Ironie digitaler Ewigkeit: Dass sie keine Zeit kennt. Und ohne Zeit – kein Gedächtnis.

Minecraft-Welten, Metaverse-Galerien, digitale Performances – sie alle zeigen: Auch Pixel können vergehen. Nicht durch Abrieb, sondern durch Bedeutungsverlust. Und genau darin bezeugen sie die Zeit.

Vielleicht liegt hier die tiefste Niederlage einer Kultur, die Ewigkeit technisch lösen wollte: Sie hat das Vergessen abgeschafft, aber damit auch das Erinnern. Denn nur was sterben kann, kann auch leben. Nur was verloren gehen kann, ist bewahrenswert.

Denn Kunst braucht nicht nur Technik. Sie braucht Anwesenheit. Und wenn sie ausbleibt, entsteht etwas Neues: Digital Ruins, stille, leuchtende Mahnmale einer beschleunigten Gegenwart, die sich selbst überholt hat.

Klaus Rössler, Foto: Jens Gyarmaty

# VOM ESSAY ZUR STRATEGIE
## DREI PRINZIPIEN FÜR HIGH-VALUE-MARKETING

### 1. BEDEUTUNG STATT DAUER

***„Nicht jedes Zeichen muss ewig leuchten - aber es sollte Spuren hinterlassen."***

Digitale Sichtbarkeit ist flüchtig. Marken, die relevant bleiben wollen, brauchen nicht einfach mehr Content, sondern mehr Bedeutung.
So wie ein Essay Wirkung entfaltet, wenn er etwas Wesentliches trifft, gilt das auch für Unternehmenskommunikation: High-Value-Marketing beginnt mit einer klaren Kernthese - nicht mit einem Redaktionsplan.

**Die entscheidende Frage:** Welche eine Botschaft trägt Ihr Unternehmen - unabhängig von Kampagnen, Kanälen und Konjunktur? Diese Klarheit ist selten. Sie entsteht nicht in Workshops, sondern durch strategische Reduktion: Was bleibt, wenn alles Taktische wegfällt?

### 2. PRÄZISION STATT PRÄSENZ

***„Nicht überall sein - sondern dort, wo Bedeutung entsteht."***

Der Essay wurde nicht viral - aber er wurde ausgezeichnet. Warum? Weil er an der richtigen Stelle erschien: kuratiert, mit Kontext und Anspruch. Für Marken bedeutet das: Qualität entsteht durch bewusste Platzierung, nicht durch Reichweite. Die besten Unternehmen sind nicht überall präsent, sondern dort unverzichtbar, wo es zählt.

**Die entscheidende Beobachtung:** Sichtbarkeit ist nicht gleichbedeutend mit Relevanz. Wer überall ist, ist nirgends wirklich bedeutsam. Reputation wächst in kuratierten Räumen - bei den richtigen Partnern, auf den relevanten Plattformen, in den Gesprächen, die Substanz haben. Die Frage ist nicht, wie viele Sie erreichen, sondern wen Sie erreichen - und ob diese Menschen Sie vermissen würden.

### 3. RESONANZ STATT ROUTINE

***„Wirkung misst sich nicht an Klicks, sondern an Gesprächen, die bleiben."***

Ob Essay oder Kampagne - Relevanz zeigt sich daran, ob etwas nachhallt. High-Value-Marketing ist kein Sendesystem, sondern ein Resonanzsystem: Es spricht die Richtigen an, nicht alle. Die besten Marken erzeugen Bedeutung durch Haltung - nicht durch Frequenz. Sie schaffen Räume für Dialog, nicht für Monologe.

**Der entscheidende Unterschied:** Kommunikation, die Wirkung entfaltet, lässt sich nicht an Metriken ablesen, die für Massenmedien entwickelt wurden. Klicks, Impressions, Engagement-Raten - all das misst Aktivität, nicht Bedeutung. Entscheidend ist: Wird Ihre Kommunikation zitiert? Wird sie diskutiert? Führt sie zu Gesprächen, die über das Digitale hinausgehen?

High-Value-Marketing bedeutet: weniger senden, mehr bedeuten. Kommunikation gestalten, die bleibt - auch wenn der Lärm längst vergeht.

**Wenn Sie diese Prinzipien für Ihr Unternehmen durchdenken möchten: Lassen Sie uns sprechen. Unverbindlich, aber mit Substanz. Und Zeit.**

Hier geht's zum Kontaktformular

# WIR NEHMEN UNS ZEIT FÜR SIE

Roessler
ProResult
High Value Marketing & PR

**Roessler ProResult,** Klaus Rössler
High Value Marketing & PR
Walter-Leiske-Straße 2, 60320 Frankfurt am Main
kr@roesslerpr.de  Telefon: 069-514461