

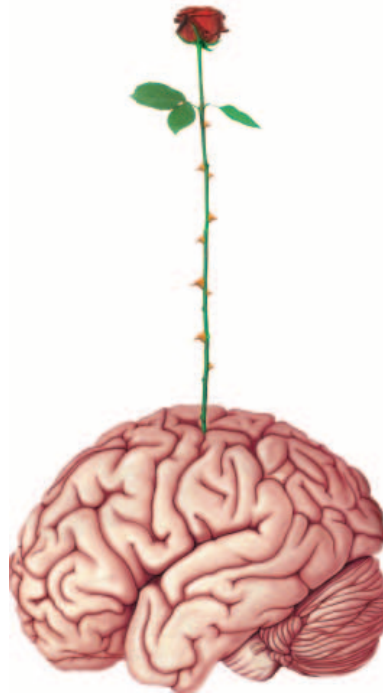
# Die Jagd nach dem Glück

von Prof. em. Dr. med. Jürgen Freiherr von Troschke

Ein Höhepunkt der Aufklärung war die Verkündigung eines Bürgerrechtes auf „pursuit of happiness“ in der Verfassung der Vereinigten Staaten von Nordamerika im Jahr 1776. Eine der Folgen ist die Entwicklung eines Sozialstaates in Deutschland, in dem die Vorstellung von Ansprüchen auf soziale Unterstützungsleistungen ebenso verbreitet ist wie die Erfahrung, dass Wohlstand nur bedingt Wohlbefinden, nicht aber Glückseligkeit vermitteln kann.

So geht es z.B. den Bürgern der ehemaligen DDR nach „der Wende“ materiell objektiv besser – subjektiv dagegen ist die Lebenszufriedenheit gesunken. Demoskopische Surveys zu der Frage: „Wenn man einmal alles zusammennimmt, wie zufrieden sind Sie zurzeit mit Ihrem Leben im Ganzen?“ konnten aufzeigen, dass 1999 im Vergleich von 41 Ländern der Durchschnittswert auf einer Skala von 0 bis 10 für Westdeutschland 7,22 und für Ostdeutschland 6,72 betrug (das entspricht dem 19. und 24. Rangplatz). Die Differenz von 0,5 Punkten ist statistisch signifikant und genauso groß wie der Abstand zu den Angaben der Bevölkerung in Indien mit einem Durchschnittswert von 6,21 (33. Rangplatz). Die Schweizer rangieren übrigens mit einer Lebenszufriedenheit von 8,39 an erster Stelle.

Wohl auch in diesem Kontext versteht es sich, dass das Hygiene-Museum in Dresden mit finanzieller Unterstützung des „Siemens artsprogram“ eine anspruchsvolle Ausstellung zum Thema „Glück“ organisiert hat, die noch bis zum 2. November 2008 zu sehen ist. Als künstlerischer Leiter fungiert Meschac Gaba, der durch seine Teilnahmen an der Documenta 2002, der Venedig Biennale 2003 und der São Paulo Biennale 2006 ausgewiesen ist. In den Ausstellungsunterlagen werden als „teilnehmende Künstler“ Joseph Beuys, Albrecht Dürer, Edvard Munch, Auguste Rodin u.a. angeführt. Insgesamt sind es 391 Objekte (z.B. ein Amulett in Form eines Phallus) aus 88



„Happiness“, Motiv zum Ausstellungs-Plakat, Meschac Gaba, 2007

Das französische Sprichwort: „J’aime la rose mais je crains ses épines“ hat Meschac Gaba, den künstlerischen Leiter der Ausstellung „Glück – welches Glück“, zu diesem Motiv inspiriert. Er kombiniert die Rose und ihre Dornen mit dem menschlichen Gehirn, in dessen Belohnungszentrum die Hirnforscher den Sitz unseres Glücksempfindens lokalisieren.

Leihgaben, die einen Zeitraum vom Alten Ägypten bis in unsere Tage umfassen.

Der Konzeptkünstler Meschac Gaba wurde 1961 in Afrika (Benin) geboren, in Holland an der Rijksakademie van beeldende kunsten in Amsterdam ausgebildet und hat von 1997 bis 2001 ein Projekt „The Museum of Contemporary African Art“ durchgeführt. Daraus erklärt sich seine Ausstellungskonzeption, die ein breites Spektrum aller möglichen Assoziationen zum Thema Glück in sieben Räumen, nach Themen geordnet, zusammenstellt: 1. Liebe, 2. Restaurant, 3. Sport, 4. Neuronen, 5. Musik, 6. Körper und 7. Fortuna.

Das Ganze wirkt gut gemeint und museumspädagogisch durchdacht, um dem Besucher der Zielvorgabe des Ausstellungskonzeptes entsprechend „die interessante Schlussfolgerung (zu vermitteln), dass jeder eine persönliche Art von Glück erfährt, je nach seinen persönlichen Emotionen und individueller Lebensweise, sodass tatsächlich jeder eine andere Art von Glück erlebt“.

Die Erkenntnis ist weder neu noch originell, und so irren die Besucher eher gelangweilt durch die mit viel Mühe und technischem Aufwand animierten Objektwelten der Themenräume, die mehr nebeneinandergestellt als miteinander verbunden sind.

Im Mittelpunkt steht – dem Auftrag des Deutschen Hygiene-Museums entsprechend – die naturwissenschaftliche Dimension des Glücks mit der Darstellung von Versuchen, Organstrukturen zu identifizieren, Reaktionsmuster aufzuzeichnen und elektrische Potenziale zu messen. Eine Skulptur aus Plastik zeigt ein vergrößertes Gehirn auf zwei Füßen und soll wohl die künstlerische Verarbeitung des Problems darstellen. Farbige Lichter leuchten, Bildschirme visualisieren physiologische Fakten und der Besucher kann sich informieren, was die Wissenschaft über Interdependenzen zwischen Körper und Geist herausgefunden hat.

Im anschließenden Raum flackern die Spiegellichter einer Discokugel; an den Wänden finden sich Sitzkissen, in die man sich fallen lassen und aus Kopfhörern Musik hören kann, die wiederum zu sieben Themenbereichen geordnet ist: „Opera“, „Church“, „Moral“, „Resistance“, „Spiritual“, „National“ und „Romantic“. Ich entscheide mich für die Romantic und werde mit dem Pop-Klassiker „Je t’aime“ (mit der stöhnenden Frauenstimme) konfrontiert. Das mir ungewohnte flackernde Licht verursacht Schwindelgefühle. An der linken Seite des Raumes befindet sich eine schalldichte „Karaoke-Box“, in der es penetrant riecht und man aufgefordert wird,

die befreiende Wirkung engagierten Mitsingens zu erproben. Eine Tafel klärt darüber auf: „Regelmäßiges Singen wirkt sich positiv auf Geist und Seele aus“.

Der letzte Raum ist Fortuna gewidmet mit Exponaten, die mit halbhohen Wänden aus Glasbausteinen nach dem Prinzip eines Irrgartens geordnet sind. Besonders gefallen hat mir dabei eine mechanische Wahrsagerin.

Der Gang durch die Ausstellungsräume ist als Sackgasse konzipiert, sodass man, am Ende angekommen, den ganzen Weg noch einmal zurückgehen muss. Im Foyer befindet sich die wandfüllende Reproduktion eines monumentalen Ölgemäldes (200 cm x 383 cm) von Rudolf Friedrich August Henneberg (1826 - 1876) mit dem Titel „Die Jagd nach dem Glück“, das mit großem Erfolg auf den Weltausstellungen in Wien (1873) und Paris (1878) gezeigt wurde. Es zeigt einen jungen Mann in einer romantisierten Landschaft auf einem edlen Ross, der in vollem Galopp der Glücksgöttin hinterherjagt und nicht bemerkt, dass der Tod bereits hinter ihm aufgesessen ist.

Der künstlerische Leiter Meschac Gaba hat (mit der Begründung: „schließlich bin ich Künstler“) ein Bild als „visuellen Schlüssel der Ausstellung“ geschaffen, das auf dem Ausstellungsplakat abgedruckt ist. Es zeigt im realistischen Stil eine rotblühende Rose mit Dornen, die in ein menschliches Gehirn gesteckt ist.

Das kommt dabei heraus, wenn man einem Konzeptkünstler den Auftrag gibt, in einer Ausstellung das gemeine Volk darüber aufzuklären, wie kompliziert das mit dem Glück ist. Gut gemeint ist nicht immer auch gut gemacht.

Aber, und das sollte nicht unerwähnt bleiben, das zur Ausstellung publizierte Buch\* ist wirklich gut, mit einer Reihe lesenswerter, origineller und weiterführender Beiträge. Zur Erklärung der allzu oft verwirrenden Komplexität der Welt scheint die Kunst des Schreibens wohl immer noch am besten geeignet. )

„Glück – welches Glück“, Deutsches Hygiene-Museum Dresden, bis 2. November 2008; Öffnungszeiten: Di. bis So., Feiertage: 10 bis 18 Uhr, Mo. geschlossen.

\*Hentschel, B., Staupe, G. (Hrsg.) (2008): Glück – welches Glück. München: C. Hansa Verlag

## I m p r e s s u m

ISSN 1439-5983

### PharmaRundschau

www.pharmarundschau.de

(Die Zeitschrift für den Offizin-Apotheker und sein Fachpersonal)

### Herausgeber:

Sabine Walsler, Eckhart Thomas

### Bereichsleitung:

Dieter Mohr (verantwortlich)  
Telefon 06104 606 - 129  
E-Mail: d.mohr@kepplermediengruppe.de

### Redaktionsleitung:

Apothekerin Silvia Schmidtko (verantwortlich)  
Telefon 06104 606 - 326  
Telefax 06104 606 - 117  
E-Mail: s.schmidtko@kepplermediengruppe.de

### Redaktion:

Apothekerin Barbara Frank  
Buchendorf-Gauting

### Redaktionsassistent:

Sabrina Gosdschan  
Telefon 06104 606 - 112  
Telefax 06104 606 - 117  
E-Mail: s.gosdschan@kepplermediengruppe.de

### Anzeigenleitung:

Dieter Mohr (verantwortlich)  
Telefon 06104 606 - 129  
Telefax 06104 606 - 117  
E-Mail: d.mohr@kepplermediengruppe.de

### Anzeigenverwaltung:

Sabrina Gosdschan  
Telefon 06104 606 - 112  
E-Mail: s.gosdschan@kepplermediengruppe.de

### Verlagsvertretung Nord:

Dieter Mohr, Telefon 06104 606 - 129  
Büro Neulsenburg: Lang & Mohr GmbH,  
Am Forsthaus Gravenbruch 31, 63263 Neulsenburg  
Telefon 06102 559961  
Telefax 06102 559962  
E-Mail: d.mohr@kepplermediengruppe.de oder  
pharmarundschau@dieter-mohr.de

### Verlagsvertretung Süd:

Pharma Marketing Services, Klaus Graef  
Hasenackerstraße 22, 71364 Winnenden  
Telefon 07195 584530  
Telefax 07195 584620  
E-Mail: k.graef@online.de

### Es gilt die Anzeigen-Preisliste Nr. 40 vom 1.10.2007

### Leser-Service:

Christian Weist, Telefon 06104 606 - 331  
E-Mail: vertrieb@kepplermediengruppe.de

### Erscheinungsweise: monatlich

### Bezugspreise:

Jahresabonnement:  
- Inland € 108,- (incl. MwSt.+Versand)  
- Ausland: € 128,- (incl. MwSt. + Versand)  
- Innerhalb der EU: mit ID-Nr.: ohne MwSt.  
Ermäßigung für Schüler, Studenten und Azubis (gegen Nachweis) 50 % auf Nettopreis

### Einzelverkaufspreis:

Inland: € 8,50 + Versand + MwSt.

### Bankkonto:

Deutsche Bank Offenbach/Main  
Konto-Nr. 1 135 607, BLZ 505 700 18

Der Mindestbezugszeitraum ist 1 Jahr. Die Kündigungsfrist beträgt 3 Monate vor Ablauf des Abonnement-Jahres.

### Verlag:

Keppler Medien Gruppe  
P. Keppler Verlag GmbH & Co KG  
PharmaRundschau  
Industriestraße 2, D-63150 Heusenstamm (Germany)  
Postfach 1353, D-63131 Heusenstamm  
Telefon 06104 606 - 0  
Telefax 06104 606 - 117  
E-Mail: phr@kepplermediengruppe.de  
Internetadresse: <http://www.pharmarundschau.de>

Geschäftsführung: Eckhart Thomas

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:  
Amtsgericht Offenbach/Main 5

Handelsregister-Nr: HRA Nr. 6601

UstIdent-Nummer: DE114098860

pHGesellschafterin:  
Keppler Verlag Verwaltungsges. mbH

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:  
Amtsgericht Offenbach/Main 5

Handelsregister-Nr: HRB 8643

Geschäftsführer: Eckhart Thomas

### Druck:

Central-Druck Trost GmbH & Co. KG  
Ulrich Krowicki  
Telefon 06104 606 - 0

Die Redaktion behält sich das Recht der Kürzung von eingesandten Artikeln und Leserbriefen vor.

Die in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne Genehmigung des Verlages ist eine Verwertung strafbar. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken oder ins Internet und für die Vervielfältigung auf CD-ROM. Erlaubt sind einzelne Fotokopien für den persönlichen und sonstigen eigenen Gebrauch von einzelnen Beiträgen oder Teilen daraus. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung. Namentlich gezeichnete Beiträge nicht zur Redaktion gehörender Verfasser geben nicht unbedingt die Ansicht oder Meinung der Redaktion wieder. Die Nichterwähnung von Warenzeichen bedeutet nicht, dass ein Produkt ohne rechtlichen Schutz ist. Mit der Annahme zur Veröffentlichung von Artikeln und Bildmaterial überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu redigieren, zu übersetzen, zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Wir speichern Daten unserer Abonnenten und Anzeigenkunden soweit geschäftsnotwendig und im Rahmen des BDSG zulässig. Davon sind nur solche Angaben betroffen, die direkt aus unseren gegenseitigen Geschäftsbeziehungen stammen. Bei Nichtlieferung infolge höherer Gewalt oder infolge von Arbeitskämpfen bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag.

Die PharmaRundschau ist der IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern – angeschlossen, die durch Kontrolle die Richtigkeit der Auflagenhöhe und ihre Verbreitung bestätigt.



**Keppler Medien Gruppe**



gegründet 2005