

»Made in Germany«

von Jürgen v. Troschke

Drei Museen in Hannover haben gemeinsam eine Ausstellung konzipiert, die ein »Deutscher Gegenpol« zur internationalen »documenta« in Kassel sein will. Neun Kuratoren haben 45 Künstler ausgewählt, die repräsentativ sein sollen für »eine jüngere Generation internationaler Künstler, die in Deutschland leben und arbeiten.« Damit wollen die Veranstalter eine »künstlerische Analyse der Möglichkeiten von Kunst heute« vorlegen. Ein hoher Anspruch. Kann so etwas gelingen?

Die Bezeichnung »Made in Germany« wurde 1887 in England eingeführt, um den eigenen Markt vor deutschen Plagiaten und Billigprodukten zu schützen. Nach dem verlorenen Zweiten Weltkrieg mutierte das Label zum Ausdruck der Bewunderung für die Qualität und die unerwarteten Erfolge der Deutschen Wirtschaft. Auch heute glauben viele noch an den Wert von »Made in Germany« – obwohl etliche deutsche Firmen ihre Produkte inzwischen im Ausland herstellen lassen, wo die Lohnkosten niedrig sind und der erzielbare Profit groß sein kann.

Auch der Kunstmarkt ist inzwischen global geworden, weshalb immer wieder die Frage aufgeworfen wird, ob es so etwas wie nationale Kunst noch gibt oder geben kann.

Und nun haben es drei Museen gemeinsam gewagt, das Qualitätssiegel »Made in Germany«, bezogen auf die zeitgenössische Kunst, anzulegen, um »junge Kunst aus ganz Deutschland einem breiten Publikum vorzustellen.« Dabei stellen sich erst einmal Fragen, wie: Warum diese Künstler und nicht andere? Welches Verständnis von Deut-



Ulla von Brandenburg: *Kulisy*, 2010
Verschiedene alte Theatervorhänge und Seile der Oper Warschau; Museum of Modern Art Warsaw; Dimensionen variabel
Courtesy Art: Concept, Paris

scher Kunst hat man zugrunde gelegt? Was waren die Auswahlkriterien?

Zuerst einmal ist festzustellen, dass die Verantwortlichen die Risiken politischer Unkorrektheit dadurch umschiffen haben, dass sie keine Deutschen Künstler ausgewählt haben, sondern solche, die »in Deutschland leben und arbeiten«. Das hat dann dazu geführt, dass – wie beim Spitzenfußball – ein großer Teil (46,6 Prozent) Ausländer sind. Dementsprechend sind auch viele Texte in den Kunstwerken in Englisch.

Sechs Themen wurden zur Ordnung der Werke genutzt: »Räume«, »Narrativität«, »Vernetzungen«, »Gestern im Heute«, »Übersinnliches« und »Medium als Material«.

Die Entdeckung des Geheimnisvollen

Es empfiehlt sich, den Besuch der Ausstellungen im Sprengel Museum zu beginnen – schon deshalb, weil dieses bereits um 10 Uhr, die anderen aber erst um 12 Uhr geöffnet werden. Dort findet sich gleich neben dem Eingang links eine beeindruckende Installation von Reynold Reynolds (geb 1966 in Alaska), der die Kulissen für einen Horrorfilm (»The Lost«) rekonstruiert hat, der Anfang der 1930er Jahre in Berlin gedreht werden sollte. Es sieht aus wie das Laboratorium eines mittelalterlichen Arztes, der einen künstlichen Menschen erschaffen will.

Der künstlerische Anspruch besteht darin, das zufällig gefundene Filmmaterial des vor den Nationalsozialisten geflohenen Regisseurs zu rekonstruieren und wieder zum Leben zu erwecken.

Ebenfalls mit dem Geheimnisvollen in der Vergangenheit spielt Dirk Dietrich Hennig (geb. 1967 in Herford), der Künstler erfindet, zu denen er biographische Fakten und ein künstlerisches Œuvre kreiert. In der Kestnergesellschaft hat er das von ihm konstruierte Haus des belgischen Künstlers Jean Guillaume Ferrée aufgebaut, den er als Skulptur bei der Erstellung von Collagen aus Zeitungsfotos zeigt. Seine Spezialität ist die Erfindung plausibler Künstlergeschichten und deren Vermarktung in der Welt der Kunst.

Simon Fujiwara (geb 1982 in London) hat das Leben einer verstorbenen, unbekanntenen Person mit dem Namen »Theo Grünberg« rekonstruiert. Wir sehen die aufwändige Installation eines Arbeitszimmers mit einer umfassenden Bibliothek. In einem Video zeigt sich der britisch-japanische Künstler an seinem Arbeitsplatz, wie er von seinen Recherchen und deren Ergebnissen berichtet. Der Witz seiner Geschichte ist, dass es in dem fraglichen Zeitraum mehrere Menschen dieses Namens gegeben hat und eine eindeutige Zuordnung der – vorgeblich auf einem Flohmarkt gefundenen – Gegenstände nicht gelingen kann.

ISSN 1439-5983

PharmaRundschau

www.pharmarundschau.de

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

Herausgeber:

Eckhart Thomas, Sabine Walser

Bereichs- und Anzeigenleitung Pharma:Reinald Korte (verantwortlich)
Telefon 06104 606 -114
Telefax 06104 606 -117
E-Mail: r.korte@keppelmediengruppe.de**Redaktionsleitung:**Apothekerin Silvia Schmidtke (verantwortlich)
Telefon 06104 606 -326
Telefax 06104 606 -117
E-Mail: s.schmidtke@keppelmediengruppe.de**Redaktion:**Apothekerin Barbara Frank
Buchendorf-Gauting**Redaktionsassistentz:**Sabrina Gosdschan
Telefon 06104 606 -112
Telefax 06104 606 -117
E-Mail: s.gosdschan@keppelmediengruppe.de**Layout:**

Liane Merz

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

Frauke Schumacher

Telefon 06104 606 -425
E-Mail: f.schumacher@keppelmediengruppe.de**General Account Manager:**Pharma Marketing Services, Klaus Graef
Hasenackerstraße 22, 71364 Winnenden
Telefon 07195 584530
Telefax 07195 584620
E-Mail: k-graef@t-online.de**Anzeigenverkauf Nielsen I:**Medien-Vermarktung, Dirk Struwe
Poelchaukamp 8, 22301 Hamburg
Telefon 040 280580-60
Telefax 040 280580-89
E-Mail: info@struwe-media.de**Anzeigenverkauf Nielsen II:**Curio + Keil GmbH
Michael Keil
Bromberger Straße 2
40599 Düsseldorf
Telefon 0211 99953-15
Telefax 0221 99953-53
E-Mail: info@tz-finder.de**Anzeigenverkauf Nielsen IIIa:**QM QuadroMedia GmbH
Am Lindenbaum 24
60433 Frankfurt/M.
Telefon 069 530908-0
Telefax 069 530908-50
E-Mail: frankfurt@quadromedia.eu**Anzeigenverkauf Nielsen IV + IIIb Nord + Süd:**Spots Media GmbH
Barbara Spielmann
Hanauer Straße 58, 80992 München
Telefon 089 155096
Telefax 089 14903572
E-Mail: team@spots-media.de**Anzeigenverkauf Nielsen V, VI + VII:**media am südern
Katja Herbst
Körtestraße 3, 10967 Berlin
Telefon 030 61286600
Telefax 030 69505875
E-Mail: kh@media-am-suedern.de**Es gilt die Anzeigen-Preisliste Nr. 44 vom 1.10.2011****Leser-Service:**Petra Hardt
Telefon 06104 606 -331
E-Mail: vertrieb@keppelmediengruppe.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

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:Keppel Medien Gruppe
P. Keppel 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@keppelmediengruppe.de
Internetadresse: http://www.pharmarundschau.de

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:

Amtsgericht Offenbach/Main

Handelsregister-Nr.: HRA Nr. 6601

Ust-Ident-Nummer: DE114098860

pHGesellschafterin:

Keppel Verlag Verwaltungsges. mbH

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:

Amtsgericht Offenbach/Main

Handelsregister-Nr.: HRB 8643

Geschäftsführer: Eckhart Thomas

Druck:Vogel Druck und Medienservice GmbH
Leibnizstraße 5
97204 Höchberg

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.



LA-PHARM



Keppel Medien Gruppe

PharmaRundschau
Juli 2012

83

Auch andere der ausgewählten Künstler spielen auf unterschiedliche Weise mit dem geheimnisvoll Verborgenen an den Übergängen von der Realität zur Unwirklichkeit des Fiktiven. Mehrere Filmprojektionen demonstrieren den mechanischen Prozess der Vorführung. Eine Installation zeigt auf Fernsehgeräten aus verschiedenen Generationen der technischen Entwicklung Bilder aus Aquarien. Die Fische scheinen hinter den Glasscheiben der Monitore zu schwimmen.

Ist das das spezifische Lebensgefühl der in Deutschland arbeitenden Künstler? Leben wir in einer vielschichtigen Gesellschaft, in der hinter glatten Oberflächen das Geheimnisvolle darauf wartet, entdeckt zu werden?

Dazu würde eine Installation passen, die mir persönlich am besten gefallen hat. Ulla von Brandenburg (geb. 1974 in Karlsruhe) hat verschiedenfarbige Theatervorhänge und Seile so drapiert, dass sie den Betrachter auf etwas neugierig machen, was aufgeführt werden soll. Es gibt aber keine Aufführung – der Betrachter muss sich seine eigenen Geschichten ausdenken. Die Voraussetzungen dafür sind gegeben.

Der Anspruch der Ausstellung ist zu hoch, um eingelöst werden zu können. Es gibt einiges, das sich kritisieren ließe. Insbesondere hätten sich alle Beteiligten der Frage stellen sollen, was denn das spezifisch Deutsche ist oder, wenn man das so nicht will, ob dieses Ausstellungskonzept in einem anderen europäischen Land zu anderen Ergebnissen geführt hätte. Auch der Versuch einer Gegenüberstellung der Perspektiven der 24 Deutschen mit den 21 hier lebenden, ausländischen Künstlern bleibt dem Besucher überlassen.

Insgesamt kann die Reise nach Hannover zum Besuch dieser, trotz ihrer Größe relativ überschaubaren, »Komplementär-Documenta« empfohlen werden. >

»Made in Germany Zwei« im Sprengel Museum, der Kestnergesellschaft und dem Kunstverein in Hannover, bis 28.8.2012