

Albrecht Dürer. Kunst – Künstler – Kontext

von Jürgen v. Troschke

Nach der großen Ausstellung der Frühwerke von Albrecht Dürer in seiner Heimatstadt Nürnberg im Jahr 2012 hat nunmehr das Städel Museum in Frankfurt eine umfassende Zusammenstellung seiner Werke gestaltet, die diesen »bedeutendsten deutschen Künstler der Renaissance« einer sicherlich sehr interessierten Öffentlichkeit zugänglich macht.

In der Zeit, in der Dürer lebte (1471 bis 1528), ist vieles geschehen, was Europa und die Welt nachhaltig verändert und geprägt hat. Es muss eine Epoche ständiger Verunsicherungen und allgemeiner Angst gewesen sein. Der Ablasshandel pervertierte die Grundlagen des christlichen Glaubens (»Wenn das Geld im Kasten klingt, die Seele aus dem Feuer springt«) und veranlasste den Mönch Martin Luther, mit seinen 95 Thesen öffentlich zu protestieren und damit die Bauernkriege und eine Kirchenspaltung auszulösen. Die Katholische Kirche reagierte mit einer Gegenreformation und der Inquisition.

Der Handel mit den außereuropäischen Ländern – insbesondere in Asien – wurde durch mutige Seefahrer immer weiter ausgebaut. Kolumbus entdeckte den bisher unbekanntem Kontinent Amerika. Wissenschaftler begannen damit, die Bedingungen des menschlichen Lebens auf dieser Welt zu erforschen. Das am Leben nach dem Tod orientierte, mittelalterliche Menschenbild verlor an Bedeutung.

Der von Gutenberg entdeckte Buchdruck und die Entwicklung der Holz- und Kupferstiche ermöglichten eine schnelle Verbreitung von Texten und Bildern in alle Bevölkerungsgruppen.

Die Kirche förderte den Glauben an Wunder und die Ankündigung des Jüngsten Gerichts. Wissenschaftliche Entdeckungen und Erkenntnisse stellten tradierte Weltbilder und Glaubensgewissheiten in Frage.

In diese Zeit wurde Albrecht Dürer als Sohn eines aufstrebenden Bürgers der Stadt Nürnberg hineingeboren – mit außerordentlichen Talenten, wie dem des Zeichnens, einer großen Neugier und einem ausgeprägten Selbstbehauptungswillen. Er wusste seine besonderen Fähigkeiten und die sich ihm bietenden Möglichkeiten in seiner Lebensumwelt zu nutzen. Schnell erwarb er die handwerkliche Kompetenz, um als Maler seinen Lebensunterhalt zu verdienen. Durch die vom Vater vermittelte Ehe gelang ihm der Aufstieg in die bürgerliche Elite seiner Stadt.

Von seinen Reisen nach Venedig brachte er die neuen Erkenntnisse der italienischen Renaissance nach Deutschland und wusste diese zu nutzen, um sich bei der Oberschicht als Porträtmaler zu empfehlen und dann als Maler von kunstvoll gestalteten Altarbildern allge-

mein große Anerkennung zu finden. Der Durchbruch gelang ihm schließlich mit der Nutzung des Buchdrucks und der Verbreitung seiner Werke als Grafiken. Ihm war vor allem an der Vermehrung seines Ruhms gelegen – und das ist ihm gelungen.

Seine leicht wiedererkennbare Signatur (AD) wurde zum Markenzeichen, das Plagiatoren zu Raubkopien und Dürer zur Hilfsuche bei den Mächten veranlasste, um sein Copyright schützen zu lassen. Albrecht Dürer hatte somit etwas von einem »modernen Malerstar«, der sich und damit seine Werke außerordentlich erfolgreich vermarkten konnte.

Künstlerische Orientierung an traditionellen Themen

Und welche Themen hat er dargestellt? Erstaunlich ist, dass er sich – in einer Epoche der Umbrüche und Wandlungsprozesse – an den allseits bekannten traditionellen Themen orientierte: Für die Kirche malte er christliche Motive und für die weltlichen Herrscher Lobpreisungen. Auf politische Fragen ist er in seinen Bildern, wenn überhaupt, nur



Albrecht Dürer (1471–1528): »Der Reiter«, 1513; Kupferstich, 25,9 x 20 cm; Städel Museum, Frankfurt am Main

Foto: Städel Museum – ARTOTHEK

ISSN 1439-5983

PharmaRundschau

www.pharmarundschau.de

(Das Entscheidermagazin für den Apotheker und sein Fachpersonal)

marginal eingegangen. Antworten der Kunst auf die Probleme und Konflikte seiner Zeit konnte er ebenso wenig finden, wie das heutzutage unseren Gegenwartskünstlern gelingen will.

Und doch stimmt das nur bedingt. Betrachtet man seine Bilder genauer, kann man die Hypothese entwickeln, dass er der allgemeinen Verunsicherung selbst bewusst (wie später Goethe mit seinem Prometheus-Gedicht) seine handwerkliche Kunst entgegenstellte.

Möglicherweise war das ein Grund für seinen großen Erfolg. Der moderne Mensch kann sich – trotz seiner Abhängigkeit von unvorhersehbaren Schicksalsschlägen – behaupten, indem er sich, seiner Fähigkeiten bewusst, in eine von ihm selbst geschaffene Welt hineinstellt; wie es Dürer mit anmaßenden Selbstdarstellungen – sogar in Altarbildern – getan hat. In diesem Kontext sollte man auf zwei Bilder besonders achten: das Gemälde »Christus als Schmerzensmann« von 1492/93 (in dem er dem misshandelten Gottessohn die eigenen Gesichtszüge gab) und den Kupferstich »Der Reiter, Ritter, Tod und Teufel« von 1513 – einem der drei wegen ihrer technischen Perfektion sogenannten »Meisterstiche« –, auf dem ein tapferer Mann sich durch lauernde Gefahren nicht irritieren lässt und zielstrebig seine eigenen Ziele verfolgt. Den Schicksalsmächten suchte Dürer mit der Perfektion seiner Kunst zu trotzen.

Der Besuch der Ausstellung kann aus vielen Gründen sehr empfohlen werden. Natürlich sollte man sich die Möglichkeit nicht entgehen lassen, handwerkliche Kompetenz auf außerordentlich hohem Niveau zu genießen. Es ist eben doch etwas ganz Besonderes, die Originale betrachten zu können. Davon unabhängig kann der Anlass aber auch dafür genutzt werden, um über die Auseinandersetzung von Künstlern mit den Lebensumständen ihrer Zeit nachzudenken. ■

»Dürer. Kunst – Künstler – Kontext«, Städel Museum Frankfurt, bis zum 2.2.2014

Herausgeber:

Eckhart Thomas
Sabine Walsler

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

Assistenz:

Sabrina Weidemann
Telefon 06104 606 - 112
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: s.weidemann@keppelmediengruppe.de

Layout:

Liane Merz

Anzeigenverwaltung:

Nicole Bartwicki
Telefon 06104 606 - 425
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: n.bartwicki@keppelmediengruppe.de

Sabrina Weidemann
Telefon 06104 606 - 112
E-Mail: s.weidemann@keppelmediengruppe.de

Anzeigenverkaufsleitung:

Christoph Fogel
Telefon 06104 606 - 512
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: c.fogel@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:

QM Medienpartner GmbH & Co. oHG
Großenbaumer Weg 8
40472 Düsseldorf
Telefon 0211 542181-0
Telefax 0211 542181-70
E-Mail: nrw@qm-medienpartner.net

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 südtern
Katja Herbst
Körtestraße 3, 10967 Berlin
Telefon 030 61286600
Telefax 030 69505875
E-Mail: kh@media-am-suedtern.de

Es gilt die Anzeigen-Preisliste Nr. 54 vom 1.10.2013

Leser-Service:

Verena Weidmann
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 geschäftsnötig 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

