

»Eine Kirche der Angst vor dem Fremden in mir«; Bühneninstallation des Fluxus-Oratoriums von Christoph Schlingensiefel im Deutschen Pavillon; Altaransicht mit Filmprojektion



Foto: © Roman Mensing, artdoc

Eine Kirche für die **Egomanie**

von Jürgen v. Troschke

Wenn sich der Anspruch der modernen Kunst im Medienzeitalter darauf reduziert, das allgemeine Rauschen der verbreiteten Informationen zu durchbrechen und öffentliche Aufmerksamkeit zu erregen, dann wurde der egomanische Performancekünstler Christoph Schlingensiefel (1960 bis 2010) zu Recht als Repräsentant Deutschlands auf der 54. Biennale in Venedig mit der höchsten Auszeichnung, dem Goldenen Löwen, geehrt.

Der Kommunikationswissenschaftler Marshall McLuhan hatte es vorausgeahnt und zutreffend beschrieben: »*The Medium is the Message*«. Bei Nachrichtensendungen geht es nicht mehr um die Vermittlung von Informationen, die in irgendeiner Form von den Adressaten genutzt werden können, sondern nur noch um das »Informiert-werden« als solches. In der modernen Kunst interessiert nicht mehr, ob ein Kunstwerk eine Botschaft hat, es geht scheinbar nur noch darum, dass der Künstler es schafft, öffentlich wahrgenommen zu werden.

Provokation als Selbstzweck

Christoph Schlingensiefels Erfolgsgeheimnis war, dass er aktuelle Betroffenheiten im Mainstream der Bevölkerung erkannte und mit plakativen Pro-

vokationen bedienen konnte. Dabei war er nicht zimperlich und konnte in einer Inszenierung alles zusammenwerfen, was ihm gerade einfiel. Für die subventionsabhängigen Theater, die auf die Beachtung der öffentlichen Medien angewiesen sind, ist so jemand Gold wert.

So ist es nicht verwunderlich, dass schließlich auch der Ruf zu einer Inszenierung auf den Wagner-Festspielen in Bayreuth kam. Allerdings fühlte sich Schlingensiefel dadurch so geehrt, dass er sich redlich darum bemühte, eine professionelle Inszenierung abzuliefern, die dann insofern enttäuschte, weil sie als nicht hinreichend provokativ erlebt wurde. Drei Jahre später wurde bei ihm eine Krebserkrankung diagnostiziert, die er in seinem selbst veröffentlichten Tagebuch als Folge seiner narzisstischen Kränkungen auf »*dem grünen Hügel*« erklärte.

Die erfolgreiche Vermarktung des um sein Leben kämpfenden Künstlers motivierte die als Kommissarin berufene Direktorin des Museums für Moderne Kunst in Frankfurt (Susanne Gaensheimer), bei Schlingensiefel anzufragen, ob er bereit wäre, den Deutschen Pavillon auf der Biennale in Venedig »*zu bespielen*«. Selbstverständlich sagte er zu, war aber schon so krank, dass er nur wenig

später, neun Monate vor dem Ereignis, verstarb. Kurz entschlossen veränderte die Kommissarin das Konzept und kam auf die Idee, den Künstler selbst zum Thema zu machen. Hierfür war es nur noch notwendig, die spektakulärsten seiner archivierten Werke zu einer Gesamtkunstschau zu vermischen.

Die Tragik besteht darin, dass Christoph Schlingensiefel das nicht mehr erleben konnte. Seine, ihn manchmal quälenden, Selbstzweifel wären reduziert worden, wenn er gesehen hätte, dass die Überschrift »*Germania*« auf dem Pavillon mit »*Ego*« übermalt worden war und damit – durchscheinend – an seinem Filmtitel »*Egomania*« erinnerte. Drinnen hat man die Kulissen seines letzten Theaterstücks aufgebaut und alles, was von seinen Ideen irgendwie verwertbar war, integriert.

Ohne Rücksicht auf die Gläubigen

Der Deutsche Pavillon wurde zu einer christlichen Kirche umgestaltet, mit einem Altar, auf dem neben einer Monstranz ein ausgestopfter Hase (einer wie der, dem Joseph Beuys die Kunst erklärt hat) steht, und dort, wo sonst die zu singenden Kirchenlieder angezeigt sind, Projektionen von Schwarz-Weiß-Filmen mit schamlos-provozierenden Bildern

gezeigt werden. »Das ist das Schöne an dieser Installation«, stellt Carl Hege- mann, einer der drei Verantwortlichen, fest. »Sie funktioniert als Ausstellung, aber auch als Kirche, in der man beten kann.«

Offenkundig macht sich niemand Gedanken darüber, wie die Biennale-Besucher anderer Kulturen derartige Darstellungen erleben. Wenn ich mir vorstelle, ich wäre gläubiger Moslem, Hindu, Buddhist oder überzeugtes Mitglied einer der anderen Religionen und käme aus einer der Gesellschaften im Süd-Osten unserer Welt, dann würde ich mir in diesem Zusammenhang, bezogen auf die Überzeugungskraft westlicher Werte, grundsätzliche Fragen stellen. Jedenfalls würden meine Vorbehalte gegenüber den Führungsansprüchen der westlichen Kulturen und der Überzeugungskraft der daraus hergeleiteten Normen, wachsen.

Was ist das für eine Kultur, die nicht nur zulässt, dass die Symbole ihres Glaubens lächerlich gemacht werden, sondern derartige Provokationen auch noch mit den höchsten Ehrungen auszeichnet?

Das zu fragen oder gar zu schreiben, ist in hohem Maße »political incorrect«. Deshalb wird man derartige Überlegungen vergeblich in den Kommentaren der Kunstkritiker suchen. Selbst Prominente können sich da nicht sicher sein. Gerhard Richter, der sich erlaubt hatte, gegen die Nominierung von Schlingensiefel zu protestieren, musste sich gefallen lassen, dass dieser als Retourkutsche in seinem Ausstellungskonzept plante, Afrikaner in einem Käfig Bilder im Stil von Gerhard Richter malen zu lassen. Dazu ist es dann nicht mehr gekommen.

»Beschämt sei, wer schlecht darüber denkt!« – geht es doch um das hohe Gut der Freiheit der Meinungsäußerung, auch und gerade in der Kunst.)

»Illuminazioni – Illuminations«, 54. Internationale Biennale in Venedig, bis 27.11.2011

Schlingensiefel, Christoph, 2009: »So schön wie hier kanns im Himmel gar nicht sein! – Tagebuch einer Krebserkrankung«, Kiepenheuer & Witsch, Köln

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

Redaktionsassistent:

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

Andreas Kotte

Telefon 06104 606 - 425
E-Mail: a.kotte@keppelmediengruppe.de

General Account Manager:

Pharma Marketing Services, Klaus Graef
Hasenäckerstraße 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 südstern
Katja Herbst
Körtestraße 3, 10967 Berlin
Telefon 030 61286600
Telefax 030 69505875
E-Mail: kh@media-am-suedstern.de

Es gilt die Anzeigen-Preisliste Nr. 43 vom 1.10.2010

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 IWV – 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
September 2011

71