

»Ich weiß, es wird einmal ein **Wunder** gescheh'n ... «

von Jürgen v. Troschke

... sang Zarah Leander, als immer klarer wurde, dass der Zweite Weltkrieg für Deutschland verloren und die Hoffnung auf eine Wunderwaffe illusionär war. Auch in unserer Zeit lässt sich – in der Konfrontation mit den alltäglich erfahrbaren Grenzen rational begründbarer Problemlösungen – eine zunehmende Sehnsucht nach Wundern feststellen. Die Möglichkeiten der Kunst im Spannungsfeld zwischen Religion und Wissenschaft werden derzeit mit einer Ausstellung in den Deichtorhallen in Hamburg ausgetestet. Dabei werden vielfältig überraschende Zusammenhänge aufgezeigt.



Fiona Tan: *Disorient*; HD video installation, 2009

© Fiona Tan. Courtesy of Frith Street Gallery, London

Mit der Feststellung »Das Wunder ist des Glaubens liebste Kind« hat es Johann Wolfgang von Goethe in seinem Drama vom frustrierten Wissenschaftler Faust auf den Punkt gebracht: An den Grenzen zwischen Wissen und Glauben ereignet sich das Wunder. Gleichzeitig aber ist das Staunen-Können eine Voraussetzung zum Wissen-Wollen. So wird im Ausstellungskatalog darauf hingewiesen, dass die Wunder- und Kuriositäten-Kabinette früherer Zeiten die Vorläufer der heutigen Museen sind. Alles Mögliche, was wundersam erschien, wurde von unseren Vorfahren gesammelt und ausgestellt, um es begreifbar zu machen, zu ordnen und ihm damit seine Bedrohlichkeit zu nehmen.

Dementsprechend definiert der Kurator dieser Ausstellung, Daniel Tyradellis, Wunder als eine »Öffnung in der Welt – etwas, was das realistisch Erwartbare übersteigt, aus der bekannten (rationalen) Ordnung der Dinge fällt und ein Mehr an Möglichkeiten verspricht.« Er regt an, dass sich die modernen Museen wieder an ihre Tradition erinnern und Besucher zum Staunen anregen sollten.

Die Medialität des Wunders

Wir erfahren, dass zu keiner Zeit von der katholischen Kirche so viele Seligsprechungen vorgenommen wurden wie im 20. Jahrhundert. Dabei gilt der Beweis eines Wunders als entscheidende Voraussetzung. Hierzu prüft ein Gremium von Wissenschaftlern, ob eine wissenschaftliche Erklärung zweifelsfrei ausgeschlossen werden kann.

Im Mittelpunkt der Ausstellung steht die Herausarbeitung der besonderen Bedeutung des Bildes als Beweismittel in der Abendländischen Kultur. So wurde die Kunst von der christlichen Kirche gefördert und genutzt, um Glaubensbotschaften sichtbar zu machen. Dazu gehören die Darstellung des Leidens des gekreuzigten Christus, die Abbildung des Leidensweges und der Auferstehung – aber auch die vielen Darstellungen von verehrungswürdigen Heiligen oder die Bezeugung kleiner alltäglicher Wunder auf Votivtafeln.

In der säkularen Moderne wurden Fotografien benutzt, um das scheinbar Unmögliche, wie z.B. die Überwindung der Schwerkraft, zu belegen. Mit Gipsabdrücken von Geisterhänden wollte

man die Wirklichkeit von Geistern auf Séancen beweisen (Franek Klusky und Gustav Geley).

Zwar ist die Beweiskraft von Bildern mit den technischen Möglichkeiten der Manipulation fragwürdig geworden. Trotzdem erfahren wir immer wieder, wie schwer es ist, sich deren Suggestivkraft zu entziehen. So erinnert die Ausstellung an die spektakulären Erfolge von Uri Geller, der in Fernsehsendungen unglaubliche Wirkungen im Verbiegen von Besteck oder der »Reparatur« von Uhren erzielen konnte.

Fantasy- und Science-Fiction-Romane sind derzeit Bestseller. Der Faszination von Harry Potter erliegen nicht nur die Kinder, sondern auch viele Erwachsene. Dementsprechend werden in der Ausstellung Zauberstäbe gezeigt, die Wunderbares möglich machen.

Die vermittelnden Potenziale von Kunst können mit vielen eindrucksvollen Beispielen belegt werden. Das Wunder der Schöpfung kann sichtbar werden in der Vorführung eines Films, der im Weltraum aufgenommen wurde und die Aktivität der glühenden Sonne zeigt (Katharina Sieverding).

ISSN 1439-5983

PharmaRundschau

www.pharmarundschau.de

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

Herausgeber:

Eckhart Thomas, Sabine Walsler

Bereichs- und Anzeigenleitung Pharma:

Reinold 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 Gotsdchan
Telefon 06104 606 - 112
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: s.gotsdchan@keppelmediengruppe.de

Layout:

Liane Merz

Anzeigenverwaltung:

Sabrina Gotsdchan
Telefon 06104 606 - 112
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: s.gotsdchan@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 südsterne
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. 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 IWV – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern – angeschlossen, die durch Kontrolle die Richtigkeit der Auflagenhöhe und ihre Verbreitung bestätigt.



IA-PHARM



Keppel Medien Gruppe

PharmaRundschau
Dezember 2011

5

Die erstaunlichen Kräfte von Menschen werden in einem Film offenkundig, der zeigt, wie der Glaube an den Sinn einer gemeinsamen Aufgabe »Berge versetzen« kann (Francis Alÿs).

Die Wirkungen menschlicher Vorstellungskraft werden sichtbar in einem Dokumentationsfilm, in dem allein der engagierte Bericht über die Ereignisse im Zusammenhang mit der friedlichen Revolution im Spätherbst 1989 in der DDR einen Zuhörer zum Weinen bringt (Sven Johné). Dabei ist es interessant zu wissen, dass Tränen schon immer als außerordentlich starkes Beweismittel angesehen wurden (z.B. das Wunder weinender Heiligenbilder).

Die Flüchtigkeit von Wundern wird in einer Installation von Kader Attia sichtbar, der die Körper hockender Kinder mit Silberfolien abbilden ließ und damit einen gleichermaßen bezaubernden wie bedrohlichen Eindruck vermitteln kann – wobei das Werk so instabil ist, dass es nach der Ausstellung zerstört werden muss.

Selten war eine Ausstellung so vielschichtig und reichhaltig. Dazu hat sicher die sorgfältige, von der Siemens Kulturstiftung großzügig unterstützte Vorbereitung beigetragen. Ergänzend und weiterführend werden viele Begleitveranstaltungen durchgeführt. Besonders hervorzuheben ist die konstruktive Einbeziehung von Kindern und damit einer Altersgruppe, die das Staunen noch nicht verlernt hat. Wenn das Staunen-Können ein wesentliches Merkmal des Menschseins ist, dann ließe sich die Aussage aus dem Johannes-Evangelium »*Selig sind die, die nicht sehen und doch glauben*«, *umwandeln in »Selig sind die, die wissen und doch staunen können!«*

»Wunder. Kunst, Religion und Wissenschaft vom 4. Jahrhundert bis zur Gegenwart«; Deichtorhallen in Hamburg, bis 5. Februar 2012

Zur Vor- und Nachbereitung können der Ausstellungskatalog und das von A. Geppert und T. Kössler herausgegebene Buch »Wunder. Poetik und Politik des Staunens im 20. Jahrhundert« (Suhrkamp Verlag) empfohlen werden.