

### IM ORIGINALTON



Johannes Rauchenberger bei der ersten Kuratorenführung im steirischen Herbst  
Foto: Alexandra Seyi

„Kunst der Verführung“, so war meine Spontanreaktion zu unserem insgesamt sechs Ausstellungen umfassenden Projekts zu „Kunst und Werbung“ ist nicht einfach eine Frage von Werbung, es ist vor allem eine barocke Idee. Gerade da setzte man auf die Überzeugungskraft durch Bilder. Etwas augenzwinkernd ist es in diesem Großkonzert von Ausstellungen die Verführungskunst durch Bilder für Glaubensdinge, die wir mit unserer corporate identity als Museum für Gegenwartskunst und Religion dazustellen könnten: Schließlich ist das Kulturzentrum bei den Minoriten ja auch hinter der markanten Silhouette der Mariahilferkirche und im großen Komplex eines alten Klosters untergebracht. Der Subtext ist eine „Macht des Ortes“, wie Harald Seuter, einer der beiden Gründer des Kulturzentrums das gerne nannte. Es ist eine Schwelle in eine andere Welt – architektonisch, geistig, spirituell. Heute nennt man es einfach Flair. Aber wie ist das alles entstanden? Im Barock war man nicht zimperlich, was die Propaganda fidei durch Bilder angeht ... Wie auch immer: Ein Teil der Folie der „Kunst der Verführung“ ist auch einem kunsthistorischen Nachholbedarf geschuldet – die Renovierung des Minoritensaals und seiner Fresken ist noch jung, und auch „Mariahilf“ ist mit seiner Fassade und seinem berühmten Bild einmal einer näheren künstlerischen (und theologischen) Betrachtung wert. Und andererseits ist es aber auch zeitdiagnostische Schärfe, die die eigentliche Ausstellung begleitet: Denn nach Glaubenspropaganda ist uns allen in einer kirchlichen und gesellschaftlichen Phase extremer Krisen, der Erschöpfung, des Auseinanderdriftens bekanntlich nicht zumute. Was gerade da innovative Bilder leisten könnten, ist die Fragestellung der Ausstellung – und deren Fallhöhe!

## PROPAGANDA-KUNST?

Die Ausstellung ist Teil eines Großprojekts, das 6 Ausstellungen von 8 Institutionen unter dem Titel: „Kunst der Verführung“ umfasst.

JOHANNES RAUCHENBERGER

Propagandakunst ist an sich peinlich, ja verdächtig. Sie will etwas vermitteln, was eigentlich nicht stimmt. Der Ausstellungstitel erinnert also an Doppelbödigkeit, wenn es um religiöse Werbung geht: Sichtbar ist diese Janusköpfigkeit in der Allianz von Messianismus und Macht, von moralischen Appellen und Scheinheiligkeit, von Religion und Nationalismus, Glaube und Irrationalität, von Betteln und Reichtum und so fort. Die Ausstellung „DE PROPAGANDA FIDE – Überraschende Glaubenswerbungen der Katholischen Kirche“ zeigt in Plakaten sichtbar werdende massive Reibungsflächen, die sie zur Vorhut für spätere kirchliche (und gesellschaftliche) Großkonflikte machen. Auch wenn sie jetzt musealisiert erscheinen – gerade darin wird die Ausstellung für mögliche Zukunftsperspektiven aktuell: denn wie auch viele andere Sektoren der Gesellschaft stellt sich derzeit auch der kirchliche und religiöse völlig neu auf.



Zum „Jahr des Glaubens“ (2013) wurden öffentliche Zeichen des Glaubens in der Steiermark in einer kollektiven Beteiligungsaktion – an denen sich von Kindergärtnerinnen bis hin zu Feuerwehrmännern viele Berufsgruppen beteiligten – mit gelben Planen verhüllt. Mit dieser bislang größten Öffentlichkeitsaktion der Katholischen Kirche der Steiermark endet die Ausstellung in Form einer Videoinstallation.

Videoinstallation: MAEDUSA

# Überraschende Glaubenswerbungen

DE PROPAGANDA FIDE. Überraschende Glaubenswerbungen der Katholischen Kirche – der Ausstellungsbeitrag des KULTUM im steirischen Herbst – fragt danach, wie man das Begehren der Religion, des Glaubens und der Kirche als öffentliches Werben um Zustimmung verhandeln kann.

Gemeinsam mit historischen Werken vor Ort und mit solchen zeitgenössischer Kunst aus der Sammlung für Religion in der Gegenwartskunst im KULTUM (Nives Widauer, G.R.A.M., Marianne Maderna, Lukas Pusch, Ewa Harabas), mit aktuellen Beiträgen (zweitopf, Hannes Priesch) und mit Video-Gesprächen mit Zeitzeugen von Persönlichkeiten, die Öffentlichkeitsauftritte der letzten 70 Jahre möglich gemacht haben (Josef Wilhelm, Harald Baloch, Heinrich Schnuderl, Fritz Haring, Herbert Beiglböck, Georg Plank, Thomas Bäckemberger) werden Plakate der „Katholischen Kirche der Steiermark“ aus den letzten 70 Jahren gezeigt (Karl Neubacher, Richard Kriesche, Alois Neuhold, Christian Bretter, büro bauer, sowie Kampagnen der Diözese



Graz-Seckau und der Caritas), die von Selbstkritik, vom Mut zur Kirchenreform und einer Einmischung in die Gesellschaft erzählen. Die aber vielfach stecken blieben! Und deshalb zunehmend historisch werden. Weshalb sie gezeigt werden müssen.

Maria, bitte hilf: Das Künstlerpaar zweitopf (Eva Pichler und Gerhard Pichler) bringt die Plakatästhetik der sogenannten „Spruchplakate“ mit öffentlichen Fürbitten in Verbindung: Ein Bild von der Eröffnung im Franziskussaal. Foto: Adnan Babahmetovic



Imagekampagne als Selbstkritik: Die erste Öffentlichkeitskampagne der Katholischen Kirche der Steiermark nach dem II. Vatikanischen Konzil im Jahr 1972: Der Grafiker Karl Neubacher brachte die kirchlichen Botschaften auf den Punkt. Foto: Johannes Rauchenberger

## Begleitheft

In 12 Kapitel wird die Ausstellung im KULTUM thematisch aufgefächert.



In 16-Seiten umfassendes Begleitheft enthält die Ausstellungstexte und zahlreiche Bilder. Das Heft erhalten alle Besucher mit der Eintrittskarte.



„Reformbegehren“: In diesem Abschnitt der Ausstellung werden – stellvertretend für die vielen Bemühungen um Kirchenreformen – die Zeitschriften der „SOG – Solidaritätsgruppe engagierter Christen“ aus den späten 1980er Jahren gezeigt.

### Infobox

KULTUM, Mariahilferplatz 3, Graz  
Info: www.kultum.at  
Ausstellungsdauer: 22. Sept. 2022 – 14. Jan. 2023  
Öffnungszeiten: DI – SA, 11–17 Uhr, SO 14–17 Uhr!  
0316/711133-31 oder tickets@kultum.at.  
Eintritt: € 5,- Kinder und Jugendliche bis 18 frei.  
Lange Nacht der Museen, 1. Oktober 2022  
18 Uhr Live-Einstieg in ORF 2 aus dem KULTUM,  
19 Uhr Gespräch mit Josef Wilhelm, 20 Uhr

Erinnerung an das größte Glaubensfest in der Steiermark: Der „steirische Katholikentag 1981“ mit dem Herzenslogo. Der damalige Generalsekretär, Josef Wilhelm, ist 40 Jahre später einer der Zeitzeugen in Form von Videoportraits.  
Foto: Johannes Rauchenberger