

Andreas Mertin

Von Sünden und Sündern

Ihre Faszination in der heutigen Kultur

♦ In der gegenwärtigen postmodernen Kultur kann man der Sünde auf vielfältige Weise begegnen. Andreas Mertin will dies nicht bloß als Wiederkehr eines traditionellen Motivs gedeutet wissen, sondern vielmehr als grundsätzliche Transformation (vom Schicksal zur Wahl), die auch die frühere Rede von der Sünde berührt. Oft werden Sujet und Komposition beibehalten, die Haltung der Sünde gegenüber verändert sich jedoch. Um dies zu verdeutlichen, nimmt Mertin den Leser/die Leserin mit auf eine Reise, die werbe-, video-, film- und musikästhetische Auseinandersetzungen mit dem Thema ebenso beinhaltet wie Beispiele aus dem alltäglichen Fernsehprogramm und der Medienkunst. Bei aller variantenreichen Auseinandersetzung gibt es einen „unentrinnbaren Horizont“: Ohne den Begriff der Sünde können die Phänomene der Gegenwart nicht thematisiert werden. (Redaktion)

Vermutlich hat jede Epoche ebenso ihre populärkulturellen wie hochkulturellen Bilder der Sünde gefunden. Erinnern wir uns an die berühmten Darstellung der Sünde von Franz von Stuck, heute in der Neuen Pinakothek in München, die bis in die Gegenwart des 21. Jahrhunderts zumindest im deutschsprachigen Bereich die Bildwelt zum Thema bestimmt. Wer bei der Suchmaschine Google in der Bildersuche „Die Sünde“ eintippt, trifft zunächst und vor allem auf das Kunstwerk von Stuck aus dem Jahr 1893. Offenkundig ist dieses Bild außerordentlich wirkmächtig und einprägsam. Das ist insofern verwunderlich, als es ja allen gängigen heutigen Konventionen widerspricht. Eigentlich ist es ein eher undeutliches, fast schwarzes Bild mit einer nur ansatzweise nachvollziehbaren Bilderzählung. Eine halbbeleidete Frau, eine überdimensionierte Schlange, ein Blick, vor allem aber: ein Titel als Etikett. Das Bild ist misogyn bis ins Letzte hinein. Heutzutage

würde man die Sünde eigentlich anders darstellen als zu Zeiten Arthur Schnitzlers.

Und tatsächlich kann man beobachten, wie die postmoderne Kultur die alten Motive für die heutige Zeit transformiert. Sie behält zwar das Sujet und sogar die Komposition bei, transformiert aber die Haltung, mit der wir mit der Sünde umgehen. War die Sünde 1893 noch etwas unheimlich-diabolisch Verführerisches, so ist sie knapp hundert Jahre später etwas, was man einfach mal ausprobiert, und die Schlange ist geradezu neckisch. Oliviero Toscani, früherer Werbe-Chef der Bekleidungsfirma Benetton, hat dies kongenial eingefangen. Unverkennbar greift seine Inszenierung auf das Bild von Franz von Stuck zurück und transformiert es in ein Element heutiger Freizeitkultur, zugleich aber auch in ein Element heutiger Bewusstseinskultur.

Unter dem Titel „*Combining Cultures and Stories*“ versammelte Toscani 1988 die

Jungfrau von Orleans und Marilyn Monroe, Leonardo da Vinci und Julius Caesar sowie Adam and Eve. Und er schreibt zur Reaktion: „The naked breast of Eve peeping out from a jeans jacket were enough to scandalize American puritans, but the same photo won a prize in Holland.“¹

Vor allem aber gelingt es Toscani, das Motiv der Sünde nahezu vollständig zu transformieren. Sünde ist etwas, was man sich mal anziehen kann, keinesfalls ein grundsätzlicher Bestandteil der menschlichen Natur, eher eine zweite Haut, ein Accessoire, eine Inszenierungsstrategie.

Ich bringe dieses Beispiel zu Beginn meiner Überlegungen, um deutlich zu machen, dass man sich hüten sollte, das Vorkommen des Motivs der Sünde in der Gegenwart als bloße *Wiederkehr* eines traditionellen Motivs zu deuten. Es ist vielmehr eine grundsätzliche *Transformation*, die meines Erachtens auch die frühere Rede von der Sünde berührt und verändert. Mit Gerhard Schulze könnte man das als Transformation vom Schicksal zur Wahl bezeichnen.

Die kleinbürgerliche Welt hatte die Rede von der Sünde noch intakt gelassen und den Kleinbürger nur von der unmittelbaren Bedrohung entlastet: *Wir sind alle kleine Sünderlein, es war immer so* – aber eben auch: *Wir kommen alle, alle in den Himmel, weil wir so lieb sind*. Die Gesellschaft unter der *Condition postmoderne* unterminiert die Sündenlehre, indem sie erklärt, selbstverständlich könne man sich die Rede von der Sünde anziehen, wenn es einem passt. Und Oliviero Toscani liefert die richtigen Bilder und die passende Kleidung dazu.

1 Werbung

Es ist fast schon zu billig, beim Thema Sünde mit der Werbung zu kommen. Die Thematisierung der Sünde und der Verführung zur Sünde ist der Werbung konstitutiv eingeschrieben und nicht umsonst ist der angebissene Apfel eines der Lieblingsmotive der Werbetreibenden seit vielen Jahrzehnten. Das Thema „Sünde und Werbung“ hat viele Facetten. Es wäre verkürzt, es auf die explizite Aufnahme religiöser Sünden-Motive in einzelnen Werbeanzeigen reduzieren zu wollen. Auf diese Weise geraten zentrale Momente der höchst komplexen und widersprüchlichen Beziehung aus dem Blick. Nur wenn man begreift, dass die Werbung selbst eine religiöse Grundstruktur hat, die mit dem Gehalt von Sünde operiert, wird nicht nur die beständige Bezugnahme der Werbetreibenden auf das Thema verständlich, sondern auch der Unmut, den diese Art der Werbung häufig bei religiösen Menschen auslöst.

Werbespots, so meinte zumindest der Medienkritiker Neil Postman schon vor vielen Jahren, seien eine Form von religiöser Literatur. Das mag auf den ersten Blick verwundern, aber Postman führt plausible Argumente für seine These an: „Die Mehrzahl der wichtigen Werbespots im Fernsehen nimmt ... die Gestalt eines religiösen, auf einer kohärenten Theologie errichteten Gleichnisses an. Wie alle religiösen Gleichnisse entfalten sie *eine Vorstellung von Sünde*, geben Hinweise auf den *Weg zur Erlösung* und eröffnen einen *Ausblick auf das Himmelreich*.“² Postman hat das äußerst einleuchtend an dem von ihm so

¹ Ursprünglich publiziert unter www.benetton.com/www/ucdo, hier zit. nach Andreas Mertin / Hartmut Futterlieb, Werbung als Thema des Religionsunterrichts, Göttingen 2001, 87.

² Neil Postman, Das Gleichnis vom Kragenrand; in: *ders.*, Die Verweigerung der Hörigkeit. Lauter Einsprüche, Frankfurt/M. 1988, 76–81.

genannten „Gleichnis vom Kragenrand“ verdeutlicht. Dieses Gleichnis erzählt die Geschichte vom Ehemann, dessen schmutziger Hemdkragen in einem Restaurant die Blicke einer Kellnerin auf sich zieht. Daheim benutzt die Gattin ein Waschmittel, das den Schmutz unfehlbar beseitigt. Beim nächsten Restaurantbesuch bleibt der Kellnerin nur vorbehaltlose Anerkennung von soviel Reinheit. Die Sünde des Schmutzes ist abgewaschen. Und es ist leicht einzusehen, dass dieses Schema von konstatierte Sünde, vorgeschlagenem Heilsweg und erreichtem Status der Sündenbefreiung für eine Vielzahl (aber natürlich nicht für alle) Werbeprodukte gilt.

Manchmal kann die Adaption der biblischen Sündenlehre in ihrer neutestamentlichen Variante aber noch viel weiter gehen. Denken wir an eine ausgezeichnete Werbeserie des Musiksenders MTV, der exakt in das Schema der Sündenlehre hineingehört. Gezeigt wurden einzelne junge Menschen, die jeweils ein scheinbar herabsetzendes Etikett vor der Brust trugen. *Hysterische Ziege – Rüpel – Schlappschwanz – Miststück* usw. stand da zu lesen. Und in der unteren Ecke stand jedes Mal: *Willkommen zu Hause – MTV*. Das ist keine explizite, sondern die implizite Aufnahme christlicher Sündenlehre, denn es erzählt von der Annahme des Sünders. Die biblische Sündenlehre braucht hier gar nicht mehr explizit angeführt zu werden, es ist das tragende Muster der Annahme des Sünders, das hier zur Geltung gebracht wird.

Man könnte nun noch eine Fülle weiterer Motive zum Thema Sünde benennen, natürlich die trivialen Kampagnen der Eisorten zu den Sieben Todsünden oder die unzähligen Werbeanzeigen mit dem biblischen Sündenmotiv. Aber das ist fast schon wieder zu einfach.

2 Musik und Videoclips

Kommen wir deshalb von den werbeästhetischen zu den musikalischen und videoästhetischen Auseinandersetzungen mit dem Thema Sünde. Ein Klassiker ist das Spiritual „Sinnerman“, das von einem bzw. dem Sünder handelt, der dabei in durchaus biblischer Sprachtradition bei ganz verschiedenen Phänomenen Zuflucht nimmt: Er flieht zum Fels, zum See, zum Herrn, zum Teufel – ohne jemals Halt und Zuflucht zu finden. Von diesem traditionellen Spiritual gibt es zahlreiche Vertonungen und Versionen seit den 1950er-Jahren des 20. Jahrhunderts, wobei die Ursprünge des Spirituals sicher auf den Anfang des Jahrhunderts zurückgehen. Die Datenbank www.allmusic.com gibt allein schon 235 Alben an, auf denen sich das Lied findet: dazu zählen etwa *Nuestro pequeño mundo* in der Art einer spanischen Ballade aus dem Jahr 1968 oder *The Seekers* im Stil eines irischen Folkliedes aus dem Jahr 1966. Legendar ist die überraschend moderne 10-minütige Version von *Nina Simone* aus dem Jahr 1965, die *Felix da housecat* im Jahr 2003 neu aufgegriffen und nun videoästhetisch unterlegt hat und einen Läufer im Stadion einen Run durch die Sünden seines Lebens unternehmen lässt.

Geht es beim Spiritual Sinnerman um die Darstellung des verzweiferten Sünders, so ging es Mitte der 1980er-Jahre bei den Pet Shop Boys eher darum, dass alles immer sofort als Sünde bezeichnet wird. Es ist der (für die 1980er-Jahre freilich reichlich verspätete) Aufstand gegen veraltete Etiketten: *Everything I've ever done / Everything I ever do / Every place I've ever been / Everywhere I'm going to / It's a sin*. Visualisiert wurde das Stück 1987 von dem Regisseur Derek Jarman, der die Thematik des Liedes aufgreift, indem er einen der

Musiker im Arrest der Inquisition zeigt, mit einem anderen Bandmitglied als Kerkermeister und einem Dritten in der Rolle des Richters. Das Ganze ist durchsetzt mit kurzen Clips von Personifikationen der sieben Todsünden. Während die Musik von „It’s a sin“ bis heute ihre Aktualität und Präsenz kaum verloren hat, ist das bei der Visualisierung im Original-Videoclip nicht der Fall. Das ist alles extrem bemüht und gewollt und weckt aber auch keine Sekunde Assoziationen, die etwas mit Sünde, Todsünde, Laster usw. zu tun haben. Es ist – aus heutiger Perspektive zumindest – schlicht langweilig.

Ein Jahr später wurde die Musik im Rahmen der Stücker „Der Schlafsaal“ der Tanzgruppe Carbone 14 mit den Choreographen Gilles Maheu & Danielle Tardif auf eine geradezu atemberaubende Weise visualisiert. Das Ganze schildert das Erwachen der Sexualität im Rahmen eines katholischen Internats und hat bis heute nichts von seiner beklemmenden Aktualität verloren. Es ist die Zeit, in der auch Madonna in dem kurz darauf erschienenen Videoclip zu *Express Yourself* unter der Regie von David Fincher an einer ähnlichen visuellen Strategie arbeitet. Die Video-Tanzperformance zu „It’s a sin“ arbeitet zwar mit Rahmungen, welche die Assoziationsreihe andeuten, aber enthält sich unmittelbarer Visualisierungen der Sünde. Dort, wo die Sünde dann thematisch wird, werden nur die Worte eingeblendet. Alles Weitere spielt sich in der Fantasie der Betrachter ab.

Nun gibt es aber im poplärkulturellen Bereich tatsächlich Elemente, die sich ganz ernsthaft und auf substanzieller Basis

mit dem Thema *Sünde* respektive *Todsünden* beschäftigen. Ein interessantes Beispiel dafür ist der deutsche Rapper Prinz Pi. Ich zitiere einmal aus der Beschreibung der Wikipedia: „Seine Texte behandeln vornehmlich sozialkritische Themen, Verschwörungstheorien und gesellschaftliche Trends. Ein weiteres Thema ist das Leben im Jetset. Er selbst bezeichnet sich als ‚bester deutscher Themen-Rapper‘. Vom Großteil der Rap-Szene setzt er sich vor allem durch seine vielfältige Themenauswahl ab. In seinen oft ironischen Texten benutzt er Doppel- und auch Dreifachreime.“³ Auf der Deluxe-Version seines Albums *Neopunk* aus dem Jahr 2008 erscheint auch das Stück „Sieben Sünden“. Und das ist tatsächlich ein sprachlich ausgefeilter aktueller Beitrag zur Thematik. So heißt es zur Sünde mit dem Namen *Gula*: *Dies ist zuunterst, / Die Sünde des Unmaß, / welche Blüten die Maßlosigkeit treibt, / hat schon so manchen verwundert / Das große fressen, / fett triefende stücken von Fleisch, / nicht bloß ein essen, / ein Fest, Orgie schlingende Münder, / unverdaute Klumpen im Dünndarm, / klebrige Finger reißen aus eklig schimmernden Leichen von Tieren, / sich teile heraus / kein hunger, nur glasierte Augen, / mahlende Kiefer, versagender Kreislauf / so, essen die Sünder, / maßlose Münder, schlingen die Stücke hinab, / ewig bleibt die Gefräßigkeit eine schlingernde brücke ins grab.*⁴ Und so geht es Sünde für Sünde weiter, wobei natürlich auch drastische Sprachbilder gewählt werden.

Auf YouTube und Myspace gibt es dazu eine Comic-Version, die von dem jungen Künstler T-Kay gezeichnet wurde und die den Text visuell umsetzt. T-Kay

³ http://de.wikipedia.org/wiki/Prinz_Pi.

⁴ http://letras.azmusica.com.br/letras_prinz_pi/letras_other/letra_sieben_sunden.html

erstellt zu verschiedenen HipHop-Stücken Comic-Videos, die das aufgreifen und zuspitzen, wovon der Text erzählt. Aber er montiert auch anderes Material (wie Fotos oder Zitate von Bildvorlagen) in die Clips und versteht es, daraus ein packendes Video zu machen. In diesem Fall hat er mit knappen Strichzeichnungen das Thema der Sünden, die unser Leben charakterisieren, plastisch werden lassen.

3 Fernsehserien

Neben den videoästhetischen Umsetzungen in der Musikkultur gibt es auch das Vorkommen des Themas im allabendlichen Fernsehprogramm. Eine eher ironische Thematisierung – die aber in die gesamtgesellschaftliche Transformation des Themas passt – findet im Vorspann der

Serie *Desperate Housewives* statt; es ist zugleich eine kurzgefasste Kunstgeschichte. Am Anfang sehen wir den biblischen Sündenfall in einer Darstellung nach der Art von Lukas Cranach dem Älteren. Dann verändert sich das Szenario und zeigt die Folgen für die Frauen, welche die Sünden der biblischen Urmutter nun durch Hausfrauentätigkeiten büßen müssen. Gezeigt wird das mit Bildern von der Arnolfini-Hochzeit Jan van Eycks bis hin zu Roy Lichtensteins Comic-Kultur, auf der sich die Frau selbstbewusst von der alten Eva verabschiedet. Heute – so die visuelle Botschaft – büßen wir nicht mehr für die alten Sünden und durchschauen das als Versuch, uns auf den Haushalt und die Kinder zu begrenzen.

Auch bei den amerikanischen Krimiserien im Fernsehen lässt sich gut beobachten, dass und wie sie sich des Themas „Sünde“ annehmen. An sich ist die Sünde ja seit David Finchers Kinofilm „Sieben“ aus dem Jahr 1995 ein vertrautes Motiv: Die sieben sogenannten Todsünden dienen als Vorlage für eine spektakuläre Mordserie eines durchgeknallten Mörders oder religiösen Fanatikers, der nun die Sünden abarbeitet. Das ist ein Handlungsstrang, der seitdem wiederholt aufgegriffen wurde.

In den erfolgreichen aktuellen amerikanischen Krimiserien – wie etwa die mehrfach geklonte Serie *CSI* – lässt sich seit einigen Jahren eine variierte Form der Adaption des Sündenthemas verfolgen. Bei *CSI New York* ist es zum Beispiel der leitende Ermittler Mac Taylor, der Nacht für Nacht von einem Unbekannten um 3.33 Uhr aus dem Schlaf gerissen wird. Schließlich erinnert er ihn an eine Sünde aus der Jugendzeit, die bis in die Gegenwart unaufgearbeitet geblieben ist und daher der Klärung bedarf. Fast über die gesamte vierte Staffel zieht sich das angesprochene Motiv

Weiterführende Literatur:

Oliviero Toscani, Die Werbung ist ein lächelndes Aas, Frankfurt/M. 1997: Wenn auch inzwischen leider vergriffen, so bietet dieses Buch einen der spannendsten Einblicke in die Funktionsweise der Werbung und erläutert zugleich die Motive der berühmten Benetton-Werbung.

Themenheft „Sünde“, *tà katoptrizómena* – Magazin für Kunst | Kultur | Theologie | Ästhetik, Jg. 12 (2010), H. 66. Online verfügbar unter <http://www.theomag.de/66/index.htm>: Verschiedene Beiträge zum Thema Sünde vor allem in der Populärkultur.

Gerhard Schulze, Die Sünde. Das schöne Leben und seine Feinde. München 2006: Schulze untersucht die Transformation der traditionellen Sünden in die aktuelle Lebenswelt der Erlebnisgesellschaft.

hin, bis es seinen spektakulären Abschluss in der Aufarbeitung der Jugendsünde findet. Jugendliche, die zum zentralen Zielpublikum von *CSI New York* gehören, lernen nun, dass Sünden mit langfristigen Folgen verbunden sind, dass man Sünden nicht einfach verdrängen kann, sondern bearbeiten muss. Krimiserien sind in aller Regel höchst moralischer Natur, weshalb sich hier der ansonsten zu beobachtende Effekt der Transformation des Sündenthemas weniger beobachten lässt.

4 Bildende Kunst

Kommen wir zum Abschluss noch einmal auf die Bildende Kunst zurück. Sie hat als visuelles Leitmedium, in dem ein Begriff wie Sünde epochal zum Ausdruck kommen könnte, ausgedient. So etwas wie Franz von Stucks Bild „Die Sünde“ gibt es heute nicht mehr. Jedoch ist nicht wahrzunehmen, dass ein anderes visuelles Medium (wie das Kino oder das Internet) an diese Stelle getreten wäre. Eine gesellschaftliche Resonanz wie die auf den Film „Und ewig lockt das Weib“ mit Brigitte Bardot aus dem Jahr 1957 oder auf „Die Sünderin“ mit Hildegard Knef aus dem Jahr 1951 wird es heute aus vielerlei Gründen nicht mehr geben, nicht zuletzt weil es in Zeiten der unüberschaubaren Bilderflut unwahrscheinlich geworden ist, dass sich ein Thema exemplarisch in einem Bild verdichtet. Aber die Bildende Kunst ist – z. B. in Gestalt der Medienkunst – ein ausgezeichnetes Reflexionsmedium für Phänomene der Sünde in der gegenwärtigen Gesellschaft. Und hier entfaltet sie in den letzten Jahren eine beeindruckende Stärke.

Der Medienkünstler Bjørn Melhus (www.melhus.de) seziert zum Beispiel in seiner Arbeit „The Oral Thing“ sehr ein-

drucksvoll die säkulare Beichte, die in den Fernsehtalkshows vollzogen wird, wie dort Sünden scheinbar gegeneinander abgewogen werden, ohne jedoch zu einer Lösung oder gar zu einer Erlösung zu kommen. Die Erlösung, die versprochen wird, ist dann doch nur der werbebedingte Cliffhanger, der die Zuschauer vor dem Bildschirm halten soll.

Andere Künstler gehen wesentlich direkter vor, indem sie in einer symbolischen Zeichenhandlung die Sündenregister der Herrschenden vor Augen führen. Die 1974 geborene Regina José Galindo aus Guatemala sieht man in ihrer Videoarbeit „Wer kann die Spuren löschen? („¿Quien puede borrar las huellas?“) aus dem Jahr 2003 durch die Straßen von Guatemala City gehen. Sie trägt eine Schüssel in der Hand, in der sich allem Anschein nach Blut befindet. Ab und zu hält sie an, taucht ihre Füße in das Blut und geht dann weiter, so dass sich ihre blutigen Fußspuren auf dem Boden abzeichnen. Ihr Weg führt vom Verfassungsgericht des Landes zum Regierungssitz. Galindo bezieht sich mit ihrer Arbeit auf die Entscheidung des Verfassungsgerichts, einen der blutigsten Diktatoren Lateinamerikas gegen alle Proteste die Präsidentschaftskandidatur zu erlauben. Sie interveniert mit einer Zeichenhandlung gegen die politischen Zustände in Guatemala und macht zugleich konkrete Sünden symbolisch sichtbar. (Die Arbeit kann in einem visuellen Exzerpt auf YouTube abgerufen werden.)

Die 1963 geborene mexikanische Künstlerin Teresa Margolles geht dem Betrachter noch wesentlich direkter auf die Nerven, indem sie ihn unmittelbar und physisch mit Substanzen wie Blut, Körperfett oder auch Leichenwaschwasser von Opfern des mexikanischen Drogenkrieges konfrontiert. In welchem Schuldzusam-

menhang steht er, so muss er sich fragen, mit dem schrecklichen Geschehen in Mexiko, das doch Tausende von Kilometer entfernt ist?

5 Fazit

Nur scheinbar zerfallen die geschilderten Beispiele zum Thema Sünde in der Hoch- und Populärkultur in zusammenhanglose Fragmente. Aber es gibt eine Verbindung dieser Erscheinungen und die besteht darin, dass heute das Subjekt seinen Fokus auf die Sünde selber wählt – sei es in einem oberflächlichen, sei es in einem substanziellen Sinne. Wie das konkret geschieht, ist jedoch sehr variantenreich. Es scheint aber so etwas – um eine Formulierung des Philosophen Charles Taylor aufzugreifen – wie einen unentrinnbaren Horizont zu geben, der deutlich macht, dass ohne den Begriff der Sünde die Phänomene der Gegenwart nicht thematisiert werden können. „Sobald wir begreifen, was es heißt, sich selbst zu definieren und zu bestimmen, worin die eigene Originalität besteht, erkennen wir, dass wir ein Gefühl für das, was Bedeutung hat, im Hintergrund voraussetzen müssen.“ Und Charles Taylor fügt hinzu: „Wollte ich ... die Geschichte, die Natur, die Gesellschaft, die Forderungen der Solidarität und überhaupt alles ausklammern, was ich nicht in meinem eigenen Inneren vorfinde, so würde ich alles ausschließen, wo-

rauf es möglicherweise ankommen könnte. Nur wenn ich in einer Welt lebe, in der die Geschichte, die Forderungen der Natur, die Bedürfnisse meiner Mitmenschen, die Pflichten des Staatsbürgers, der Ruf Gottes oder sonst etwas von ähnlichem Rang eine ausschlaggebende Rolle spielt, kann ich die eigene Identität in einer Weise definieren, die nicht trivial ist.“⁵

Der Autor: *Andreas Mertin, geb. 1958 in Hagen. Studium der Theologie, Philosophie und Kunstgeschichte in Bochum, Berlin, Marburg. 1983–1988 Arbeit am Institut für Kirchenbau und kirchliche Kunst der Gegenwart an der Philipps-Universität Marburg; seitdem freiberuflich tätig als Kulturwissenschaftler, Publizist und Ausstellungskurator. Seit 1998 verantwortlicher Herausgeber der Internet-Zeitschrift „tà katoptrizómena – Magazin für Kunst, Kultur, Theologie und Ästhetik“; 1997, 2002 und 2007 Kurator der Begleitausstellung zur documenta, Kassel; 2005 Verleihung des Ehrendoktors (Dr. phil. h.c.) durch die kulturwissenschaftliche Fakultät und das Institut für Ev. Theologie der Universität Paderborn. Publikationen: Videoclips im Religionsunterricht. Eine praktische Anleitung zur Arbeit mit Musikvideos. Göttingen 1999; zusammen mit Hartmut Futterlieb: Werbung als Thema des Religionsunterrichts, Göttingen 2001; gemeinsam mit Karin Wendt: Mit zeitgenössischer Kunst unterrichten. Religion – Ethik – Philosophie, Göttingen 2004.*

⁵ Charles Taylor, Das Unbehagen an der Moderne, Frankfurt/M. 1995, 44f. und 51.