

Kopf des Tages

Der Tod weckt ihre Neugier

Silvia Richner Die Zürcher Ärztin findet Leichen schön. Von ihrer Mutter hat sie gelernt, dass Kunst beim Sterben hilft.

Ev Manz

Silvia Richner kennt den Tod. Die meisten Leichen sehen für sie schön aus. Sie mag die Zufriedenheit und das angedeutete Lächeln im Gesicht von Toten. Als Internistin und Palliativmedizinerin hat die Zürcherin jahrelang Schwerkranken und deren Angehörige in der letzten Lebensphase begleitet. Dabei ist der 46-Jährigen aufgefallen, dass viele nicht beherrschen, was für sie seit jeher selbstverständlich ist: Klartext über den Tod zu reden.

Einem Elefanten gleich habe das Thema jeweils alle rund um das Spitalbett erdrückt, erzählt sie. Sprach sie als Ärztin den Tod und die Ängste davor an, kam es ihr vor, als fliege der

Koloss davon. «Reden kann Sterben nicht verhindern oder den emotionalen Schmerz lindern, aber es kann die Situation leichter und ertragbarer machen.»

Der Tod ist für Richner Teil des Lebens, der in allem, was einem lieb ist, Platz findet. Sie begegnet dem Tod mit kindlicher Neugierde.

Über den Tod zu reden, war in Silvia Richners Elternhaus in Winterthur schon immer normal. Wohl, weil nahe Verwandte in ihrer Kindheit starben und ihre Mutter als Medizinerin keine Berührungssängste mit dem Thema hatte. Die Mutter hat ihr im vergangenen Jahr auch eine neue Sicht aufs Sterben gezeigt. Dass es neben



der Medizin und dem Gespräch noch mehr gibt, was in der letzten Lebensphase Kraft gibt.

Silvia Richner hat ihre Mutter in den Tod begleitet. Die letzten fünf Wochen hat sie sie bei sich zu Hause im Zürcher Stadtkreis 4 betreut, und dabei gehörten Gedichte und Musik zum täglichen Leben der Mutter, bis zuletzt.

«Die kulturelle Auseinandersetzung mit dem Thema hat sie in dieser Zeit genährt», sagt Richner, «und mir aufgezeigt, dass der künstlerische Umgang mit dem Tod ebenfalls eine gewisse Leichtigkeit vermitteln kann.»

Deshalb engagiert sich Silvia Richner nun am ersten interdisziplinären Kulturfestival «Hallo,

» Tod». Sie erhofft sich als Medizinerin im Austausch mit Kunstschaffenden neue Impulse für den Umgang mit dem Tod.

Bis zum Sonntag lädt das Festival in Zürich mit diversen Veranstaltungen zur kreativen Auseinandersetzung mit dem Lebensende ein. Zu sehen gibt es etwa eine Installation von Designerin Bitten Stetter, die sich in ihrer Arbeit seit der Sterbebegleitung ihrer Mutter vorwiegend dem Tod widmet und aktuell Kleider für die «letzte Reise» entwirft.

Dem Tod einfach mal Hallo sagen, und nicht erst dann, wenn sie dazu gezwungen werden. Das ist die Idee der Initianten des Festivals, darunter Andrea Keller und Patrick

Bolle; sie hatten 2017 am Zürcher Werdmühleplatz schon das Fundbüro 2 eingerichtet, wo sie immaterielles Verlorenes und Gefundenes verwalteten – und damit sogar im Berliner Reichstag Thema waren. Richner ist am Festival primär für Organisatorisches zuständig.

Ihrem eigenen Tod steht sie derzeit noch gelassen gegenüber, denn er hat in ihrem Leben seit je seinen Platz. «Ich spüre, da kommt was, was gut ist», sagt sie. Vor dem seelischen Schmerz, ihre Liebsten loszulassen, fürchtet sie sich aber schon jetzt. Deshalb ist sie enorm dankbar, hat ihr vierjähriger Sohn in seinem Zuhause mit der geliebten Oma gelernt, wie selbstverständlich das Sterben ist.

Leserbriefe

Sexualstrafrecht Nein ist gut, Ja ist besser, TA vom 15.5.

Das höchste Gut

Zwischen einem Ja und einem Nein ist ein erheblicher Unterschied. Es geht um die körperliche Unversehrtheit, unser höchstes persönliches Gut. Schweigen bedeutet Aufrechterhaltung der körperlichen Integrität. Ohne explizites Ja darf diese nicht verletzt werden. Die blosse Nein-Regel verkehrt die Situation jedoch ins Gegenteil: Solange eine Person sich nicht wehrt, indem sie z.B. Nein sagt, steht sie grundsätzlich zur Verfügung. Auch wenn sich in einem allfälligen Strafverfahren beweisrechtlich nichts ändert, geht es hier im Wesentlichen um die Grundhaltung der beteiligten Personen, ob jemand einfach zur Verfügung steht, solange er nichts sagt, oder ob er dazu seine ausdrückliche Zustimmung geben muss. Die innere Einstellung zu dieser elementaren Frage ist ausschlaggebend, wie man seinem Gegenüber begegnet und sich ihm gegenüber verhält. Schon allein diese Grundhaltung kann vieles bewegen und verändern. Ein ähnlicher Paradigmenwechsel steht nun auch bei der Organspende zur Diskussion, nur leider in umgekehrter Richtung. Die bisherige Zustimmungslösung soll durch die Widerspruchslösung ersetzt werden. Der Grundsatz der Unversehrtheit des eigenen Körpers soll fallen gelassen, die Organentnahme zur Regel werden.

René Gassmann, Oberrohrdorf

Gastbeitrag

Rahmenbedingungen statt Rahmenabkommen

Die Schweiz sollte nicht der EU hinterherhecheln, sondern bleiben, was sie bisher war: exzellent anders.

Gerhard Schwarz

Von den Anhängern des Rahmenabkommens der Schweiz mit der EU wird gern empört (oder resigniert?) die Frage aufgeworfen, was die Alternative wäre. Natürlich bringt der Aussenhandel zumal mit den Nachbarn Wohlstand, aber wichtiger sind die Rahmenbedingungen, die das Land selbst setzt. Und hier fehlt es nicht an Reformpotenzial, an Möglichkeiten, die Schweiz innovativer und effizienter zu machen. Wichtig ist hierfür, sich nicht an den Nachbarn zu messen, sondern an den weltweit Exzellentesten. Nur daraus wird Reformschub wachsen.

Entscheidend ist jedoch der Wille, ja Mut, exzellent anders unterwegs zu sein. Dazu müssen wir aufhören, an der Kleinheit des Landes zu leiden. Wir müssen die von der Kleinheit, Kleinräumigkeit und Vielsprachigkeit gespeiste Weltoffenheit als Trumpf pflegen. Die Schweiz ist internationaler als die meisten Staaten dieser Erde – das sollte so bleiben.

«Exzellent und anders» ist daher eine valable Vision. Auf Märkten können Unternehmen erfolgreichen Konkurrenten entweder mit einem ähnlichen Produkt kopieren oder aber sich bewusst von ihm differenzieren. Für kleine Unternehmen empfiehlt sich meist die Nischenstrategie – auch für kleine Staaten.



Uhrmacher: Symbol für Schweizer Exzellenz auf der Suche nach dem Aussergewöhnlichen. Foto: Keystone

Coco Chanel meinte, wer unersetzbar sein wolle, müsse immer anders sein. Die Schweiz ist für ihre Bürgerinnen und Bürger, selbst für viele besonders kritische, letztlich unersetzbar. Das könnte sie dank ihrem Anderssein auch für die EU werden.

Das im besten Sinne konservative Beharren auf dem Bewährten, eine «No-nonsense»-Kultur, findet man in dieser Ausprägung nicht so leicht irgendwo sonst. Dieses Anderssein im Staatsverständnis lässt sich aber nur rechtfertigen und auf Dauer halten, wenn es mit Exzellenz gepaart ist, mit

wirtschaftlicher Exzellenz ebenso wie mit ausgeprägter Bürgersouveränität und Bürgernähe.

Will sich die Schweiz mit und dank ihren Eigenarten in der Moderne behaupten, muss es ihr allerdings besser gelingen, Reformen anzupacken. Risiken einzugehen und selbstbewusst, aber ohne Arroganz im Ausland die eigenen Interessen zu vertreten. Dazu muss sie den Hang zur Nabelschau und die gelegentlich überhebliche Selbstzufriedenheit überwinden. Dagegen sollte sie bei der Zuwanderung an der kontrollierten Offenheit festhalten. Sie

hat Reichtum gebracht, wirtschaftlich wie kulturell. Neue Völkerwanderungen drohen, da werden jene Länder, die die Zuwanderung nicht kontrollieren, ebenso untergehen wie jene, die sich ihr völlig verschliessen.

Die Schweiz sollte, statt den Nachbarn nachzuhecheln, mutig eigenständiges Profil zeigen:

— Sie sollte sich gegenüber vermeintlichen Fortschritten vorsichtig abwägend verhalten. Oft geht vergessen, dass Zukunftssicherung auch darin besteht, Zeitgeistmoden zu

erkennen und sich ihnen zu verweigern.

— Sie sollte ihre politischen Institutionen gegen die Modernisten verteidigen und doch klug anpassen. Sie sind ja insofern hochmodern, als sie der Vermassung, Anonymisierung und Entmachtung entgegenwirken.

— Die Schweiz sollte ihre Kleinheit und Kleinteiligkeit für wirtschafts- und gesellschaftspolitische Reformen nutzen. Gemeinden und Kantone sind dafür ein ideales Experimentierfeld.

Mit dieser Strategie kann das Land Eigenständigkeit und Identität bewahren, die Bürgerinnen und Bürger können mehr mitbestimmen als anderswo, und dank marktwirtschaftlichen Reformen steigt der Wohlstand.

So macht sich die Schweiz zugleich nützlich. Sie ist nicht nur unbequemer Stachel, sondern ein Widerspruch gegen die sich verflachende und damit verarmende Welt. Von dieser Schweiz kann man lernen, von ihren Fehlern ebenso wie von ihren Erfolgen.



Gerhard Schwarz Der Ökonom und ehemalige Direktor von Avenir Suisse ist Präsident der Progress Foundation.

Tages-Anzeiger

Herausgeberin Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG Werdstrasse 21, 8004 Zürich, Tel. 044 248 44 11
Leserschaft: 353'000 Personen (MACH Basic 2020-2)
 Verbreitete Auflage: 128'811 (WEMF 2020)
 Davon verkaufte Exemplare: 103'473 Ex.
Verleger Pietro Supino
Chefredaktion Tages-Anzeiger Priska Amstutz (pam), Co-Chefredaktorin, Mario Stäubli (ms), Co-Chefredaktor
Chefredaktion Redaktion Tamedia Arthur Rutishauser (ar), Chefredaktor, Adrian Zurbriggen (azu), Stv., Armin Müller (arm), Iwan Städler (is), Michael Marti (MMA) **Nachrichtenchefs** Angela Barandun (aba), Patrick Kühnis (pak), Christoph Lenz

(lc), Thomas Möckli (mö), Beat Schmid (bsth).
Ombudsmann: Ignaz Staub, Postfach 837, CH-6330 Cham 1, ombudsmann.tamedia@bluewin.ch
Ressortleitende
 Schweiz: Raphaela Birrer (rbi), International: Christof Mürner (chm), **Wirtschaft:** Peter Burkhardt (pbu), **Recherchedesk:** Thomas Knellwolf (tok), Oliver Zihlmann (oz), **Kehrselbe:** Raphael Diethelm (dip), **Zürich Politik & Wirtschaft:** Mario Stäubli (ms), **Zürich Stadtleben:** Priska Amstutz (pam), **Sport:** Ueli Kägi (ukä), Alexandra Stäubli (als), **Leben:** Bettina Weber (bwe), Philippe Zweifel (phz), **Kultur:** Guido Kalberer (kal), **Gesellschaft:** Bettina Weber (bwe), **Service:** Philippe Zweifel (phz), **Wissen:** Nik Walter (nw), **Interaktiv:** Marc Brupbacher (bru), **Video:** Boris Gygax (bgy), **Social**

Media: Ursula Schubiger (sur), **Datenjournalismus:** Dominik Balmer (bal), **Leitung Tamedia Editorial Services** Viviane Joyce (vj) **Ressortleitende Tamedia Editorial Services** **Textproduktion Bezahlmedien:** Raphael Diethelm (dip), **Layout:** Andrea Müller, **Bild:** Olaf Hille, **Infografik:** Michael Rüegg, **Korrektur:** Rita Frommenwiler, **Verlag Verlagsleitung:** Marcel Tappeiner, **Produktmanagement:** Gabi Wettstein, **Abonnementspreise:** shop.tagesanzeiger.ch **Abo-Service:** Für Fragen und Anliegen zu Ihrem Abo wenden Sie sich am besten über das Online-Formular an uns: contact.tagesanzeiger.ch **Telefonisch erreichbar unter:** Mo-Fr 08.00-12.00 und

13.15-17.00 Uhr: Tel. 044 044 64 64, Sa/So 08.00-11.00 Uhr: Tel. 0800 80 80 15 (gratis)
Werbemarkt: Goldbach Publishing AG
 Leitung Werbemarkt: Oliver Pargäzi.
 Schalter Werbemarkt: Tel. 044 248 40 30. E-Mail: inserate@tagesanzeiger.ch oder online unter www.adbox.ch.
 Inserateaufgabe Digital: Tel. 044 248 50 70. E-Mail: digitalnext@goldbach.com
 Neben den klassischen Formen von Werbung erscheinen in den Medien von Tamedia zwei Formen von Inhaltswerbung: **Paid Post:** Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienstleistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform hebt sich vom Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind

mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbeformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen. **Muttergesellschaft und Beteiligungen** Die Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG ist

eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der TX Group AG. Weitere Informationen zur TX Group AG unter tx.group.

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG i.S.v. Art. 322 StGB: DZZ Druckzentrum Zürich AG, Goldbach Publishing AG, LZ Linth Zeitung AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia ZRZ AG, Zürcher Oberland Medien AG.

In Zusammenarbeit mit der «Süddeutschen Zeitung»

Eine Marke von Tamedia

LENA LEADING EUROPEAN – NEWSPAPER ALLIANCE