

Kommunikationsguerilla Angriff auf die Normalität

Schriftlicher Teil der Diplomarbeit
Julian Quitsch

Fachbereich Design
Studiengang Multimedia | Virtual Reality - Design
Burg Giebichenstein Hochschule für Kunst und Design Halle

Betreut durch Prof. Dr. Matthias Götz und Prof. Uli Kühnle

Oktober 2009 bis Februar 2010

Inhalt

Intro — s.4

Kommunikationsguerilla analysiert — s.8

- Guerilla — S.10
- Kommunikation — S.10
- Subversion — S.11
- Kommunikationsguerilla — S.13

Kommunikationsguerilla geschichtlich — s.18

- Dadaismus und die Situationistische Internationale — S.20
- Studentenbewegung, Kommune 1 und die Yippies — S.23
- Neue Soziale Bewegungen und die autonome Szene — S.26
- Neue Entwicklungen/Formen — S.28

Kommunikationsguerilla theoretisch — s.32

- **Kulturelle Grammatik — S.35**
Roland Barthes
- **Macht und Herrschaft — S.39**
Michel Foucault
Antonio Gramsci
- **Individuum und Wahrnehmung — S.41**
Michel de Certeau
Umberto Eco

Exkurs 1: Internet — s.46

Exkurs 2: Gesellschaftliche Kontexte — s.48

Exkurs 3: Verfremdung — s.50

Kommunikationsguerilla angewandt — s.54

- Körper — S.56
Theatrale Formen: Happening, Unsichtbares Theater, Crossdressing, Tortenwurf
Politische Organisationsformen: Jubeldemos, Parteien
- Öffentlicher Raum — S.66
Sniping: Billboard Banditry, Denkmalpflege, Graffiti
- Massenmedien — S.71
Subvertising, Fakes, Imageverschmutzung

Extro — s.78

Bilderstrecke — s.84

Anhang — s.90

Intro

London 1968: Es ist Vorweihnachtszeit. In der Spielzeugabteilung von Selfridges verteilen Aktivisten¹ in der Kostümierung als Weihnachtsmänner Spielzeug direkt aus den Kaufhausregalen an Kinder und Eltern. »Soon afterwards the shoppers were witness to the edifying spectacle of policemen arresting Father Christmas and snatching back toys from small children.«² Konsterniert müssen sie mit ansehen, wie die herbeigerufene Polizei die Weihnachtsmänner durch den Laden jagen und verhaften, während ihnen das Spielzeug wieder aus den Händen gerissen wird. Niemand weiß, wie viele Leute mit ihrem »Geschenk« einfach davongingen.³

San Francisco 1976: Die Yippies sind ein politischen Ableger der Hippie-Bewegung. Der Präsidentschaftskandidat, den sie gegen Richard Nixon ins Rennen schicken, heißt »Nobody« (Niemand). Sie rechnen sich gute Chancen aus, denn »43% of all eligible voters in the last election voted for Nobody.« Sie dachten sich »if we made Nobody the official president, then Nobody would feed all the people and stop the war against the poor.«⁴

USA 1993: Die ›Barbie Liberation Organization‹ (›Barbie-Befreiungsorganisation‹) tauscht die Sprachelektronik von Barbiepuppen gegen die ihres männlichen Pendant, des martialisches G.I. Joe, aus und stellt sie zurück in die Geschäfte. Die Kinder trauen ihren Ohren nicht, als G.I. Joe schwärmt »Du siehst bezaubernd aus!« und mit ihnen seine Traumhochzeit planen will. Barbie hingegen skandiert »Die Rache ist mein!« und »Tote reden nicht mehr, ha ha ha.«⁵



Magdeburg 2009: Tag der offenen Tür auf der modernsten Übungsanlage für Bodentruppen in Europa, dem Gefechtsübungszentrum Altmark. Den Besuchern wird viel geboten: ein Kinderparadies mit Hüpfburg, Schmincke und Trampolin für den Nachwuchs, Rundfahrten und die besonders beliebte ›Dynamische Waffenschau‹. Als bei dem Übungsgefecht mit Panzern, Fallschirmjägern und kampfbereiten Bodentruppen die ersten Schüsse fallen, stürzen plötzlich einige Personen

im Publikum schreiend und mit Kunstblut überströmt zu Boden. Unter den sichtlich schockierten Schaulustigen macht sich Verwirrung breit. Die Feldjäger waren offensichtlich mit der Situation überfordert, erst die gerufene Polizei trug die ›Opfer‹ am Ende der Veranstaltung vom Platz.⁶

Raum für Utopien ▶ ::::::::::: Mögen die obigen Beispiele zwar anmuten wie spielerische Protestaktionen, die auf Missstrände aufmerksam machen wollen, so sind sie doch nicht nur das. Sie alle sind Aktionen einer Kommunikationsguerilla.

Obgleich Kommunikationsguerilla schon lange zur Praxis diverser, hauptsächlich linker Gruppierungen gehört, wurde sie doch allzu oft als ›nicht ernstzunehmende Spaßchen‹ am Rande der eigentlichen politischen Arbeit verkannt.

»Kommunikationsguerilla will die Selbstverständlichkeit und vermeintliche Natürlichkeit herrschender Ordnung untergraben.« Sie will die »Legitimität der Macht in Frage stellen und damit den Raum für Utopien überhaupt erst wieder öffnen. [...] Sie will geschlossene Diskurse in offene Situationen verwandeln, in denen durch einen Moment der Verwirrung das Selbstverständliche plötzlich in Frage steht.«⁷ Kommunikationsguerilla erforscht Wege und Voraussetzungen für eine Praxis, die ›Militanz‹ nicht mehr im militärischen Sinne (miss)versteht, die sich aber auch nicht mit der vermeintliche Alternative ›reine Ideologiekritik‹ oder ›pragmatische Realpolitik‹ abgibt.

Der **Diskurs** ist mehr als nur eine methodisch aufgebaute Erörterung. Gemäß Foucault ist der Diskurs als ein Prozess zu verstehen, in dem Realität sprachlich erzeugt wird. Es ist das in der Sprache aufscheinende Verständnis von Wirklichkeit einer jeweiligen Epoche, eine Art ›common sense‹.

»Wenn es etwas Lächerliches daran gibt, von der Revolution zu sprechen, dann natürlich deshalb, weil die organisierte revolutionäre Bewegung aus den modernen Ländern, [...] seit langem verschwunden ist. Noch viel lächerlicher ist aber alles andere, denn es handelt sich um das Bestehende und um die verschiedenen Formen seiner Duldung. [...] Die Revolution ist aufs Neue zu erfinden – das ist alles.«⁸

— Situationistische Internationale, 1961

Guerilla

Taktischer Widerstand ▶ ■■■■■■ 1808. Napoleon Bonaparte erobert Spanien. Anfangs gegen reguläre Soldaten erfolgreich, wird die Grande Armée im permanenten bewaffneten Widerstand der Bevölkerung aufgerufen, die ihren Befreiungskampf »guerrilla«, also »kleiner Krieg« nennt.⁹ Diese Form der Kriegsführung ist laut Wikipedia »eine »Waffe der Schwachen« gegen einen [...] überlegenen Gegner«, gegen den Guerilleros in einer offenen Schlacht zwangsläufig unterliegen.¹⁰ Außerdem sind die fehlende Frontlinie und die angewandten Taktiken von Hinterhalt und Sabotage kennzeichnend für den Guerillakampf. Auf theoretischer Ebene haben Mao Tse-tung¹¹ und Ernesto Ché Guevara¹² ihre Erfahrungen im Guerillakampf zu einer Kriegswissenschaft ausgearbeitet.

Schon die Sponti-Bewegung der 70er Jahre nannte sich »Stadtguerilla« und spielte damit auf ihre Praxis an: Diese bestand in der »meist symbolisch politischen Adaption von Guerillakriegsführung, die nicht den großen Schlagabtausch sucht, sondern mikropolitischen Interventionismus betreibt.«¹³

Interventionismus ist eigentlich die Bezeichnung für eine Wirtschaftspolitik, bei der vom Staat in den Wirtschaftsprozess eingegriffen wird, um bestimmte Ziele wie z.B. Vollbeschäftigung zu erreichen. Interventionismus wird damit gerechtfertigt, dass der Markt nicht in der Lage ist, bestimmte wirtschafts- und sozialpolitische Vorstellungen zu verwirklichen.

Kommunikation

Verständigungsprozesse ▶ ■■■■■■ Kommunikation ist die Bezeichnung für den Austausch von Informationen zwischen zwei oder mehreren Personen. Sie kann über Sprache, Mimik, Gestik, durch schriftlichen Austausch, Medien etc. stattfinden. Der Sender, der etwas mitteilen möchte, verschlüsselt sein Anliegen in erkennbare Zeichen. Diese Nachricht als wahrnehmbares Gebilde wird vom Empfänger entschlüsselt. Generell stimmen gesendete und empfangene Nachricht ausreichend überein, so dass eine Verständigung stattgefunden hat.

Allerdings ist der Mensch in seiner Kommunikation weder objektiv noch neutral. Zwangsläufig wird die schiere Übermacht an Informationen gefiltert, die Tag für Tag auf ihn einströmen. Jede Information ist zugleich auch mit einer Vielzahl an Erinnerungen, Erfahrungen, Gefühlen und Werten verbunden. Diese individuellen Filter bestimmen auch, wie Informationen absorbiert werden, wie man denkt und handelt.

Das zeigt sich auch am gemeinsamen etymologischen Ursprung von Gemeinschaft (lat. »communio«, »communitas«) und Kommunikation (lat. »communicatio« = Mitteilung; »communicare« = teilhaben; »communis« = gemeinsam). Das bedeutet, dass jede Form von menschlicher Gemeinschaft erst durch Verständigungsprozesse möglich ist. Dass auch Machtverhältnisse durch Kommunikation etabliert werden, ist deshalb nur offensichtlich.

Subversion

■■■■■■ Von der offiziellen Geschichtsschreibung stiefmütterlich behandelt, findet seit je eine Gegenbewegung von Häresie und Dissidenz statt, die das Bestehende theoretisch und praktisch in Frage stellt. Machtgebilde wie Staat, Kirche, aber auch Kultur, riefen schon immer den Impuls hervor, dass alles auch anders sein könnte. Dies kommt im Begriff der Subversion zum Ausdruck. Das lateinische »subvertere« bedeutet, das Unterste nach oben zu kehren. Karl Marx beschrieb es in seinem kategorischen Imperativ programmatisch als »alle Verhältnisse umzuwerfen, in denen der Mensch ein erniedrigtes, ein geknechtetes, ein verlassenes, ein verächtliches Wesen ist.«¹⁴ Die »geheime Kulturgeschichte«¹⁵ der Subversion offenbart, dass die Tradition von widerständigem

Häresie wird eine Lehre bezeichnet, die im Widerspruch zur Lehre einer christlichen Großkirche oder einer anderen vorherrschenden Auffassung steht und beansprucht, selbst die Wahrheit richtiger zum Ausdruck zu bringen.

Dissidenz beschreibt eine Haltung, die von den in einer Gesellschaft herrschenden politischen, weltanschaulichen und religiösen Grundsätzen abweicht.

Denken und Tun immer ein utopisches Moment in sich trägt. Die Aktionen der Kommunikationsguerilla führen diese Tradition fort.

Wikipedia beschreibt Subversion als »eine Tätigkeit im Verborgenen, deren Ziel der Umsturz einer bestehenden Ordnung durch Unterwanderung und Untergrabung«¹⁶ sei. Auch der Brockhaus¹⁷ schreibt der Subversion eine eher destruktive Kraft zu. Den negativen Beigeschmack des Wortes Subversion macht auch die alltagssprachliche Beschimpfung »subversives Element« deutlich: Der Einzelmensch habe sich (gefälligst) der Allgemeinheit unterzuordnen.

Denkanstöße ▶

Durch poststrukturalistische Ansätze versuchte man eine positive Aufwertung des Begriffs der Subversion und ging der Frage nach, »wie gesellschaftliche Strukturen und kulturelle Formationen, die mit Macht und Zwang verknüpft sind, verändert werden können.«¹⁸ Die Subversion wurde für eine Kraft gehalten, die für gesellschaftliche Weiterentwicklung sorgen kann. Gegenkultur durch Subversion und subversives Aufbrechen von Machtverhältnissen sollten dazu dienen, neue politische Wege zu finden. Die Macht, der herrschende Diskurs soll angegriffen werden, ohne dabei selbst die Staatsmacht zu übernehmen.¹⁹

Regelüberschreitungen ▶

■■■■■■■■ In der Menschheitsgeschichte ist Subversion im Zusammenhang mit der Sozialisation von Menschen aber immer schon ein Thema gewesen.²⁰

Zeus' Gebot zum Trotz stahl Prometheus, der als Freund und Kulturstifter der Menschheit angesehen wird, den Göttern das Feuer und brachte es den Menschen (zurück).²¹ In der biblischen Schöpfungsgeschichte handelte auch Eva »subversiv« und aß, trotz Gottes Verbot, vom Baum der Erkenntnis. Sowohl Prometheus als auch Eva (mitsamt Adam) wurden von Zeus bzw. Gott für ihren Verrat zur Rechenschaft gezogen – und dem

Rest der Menschheit wurden auch gleich noch Krankheiten und Seuchen auferlegt.

Subversion gab es also schon seit jeher. Das Entscheidende an diesen Beispielen ist die Regelüberschreitung für die vermeintlich gute Sache: die Erkenntnis. Neugier und Wissbegierde wirken als Motivation, auch das Aufbegehren gegen lustloses, ödes, aber gott-gefälliges Dahinleben, wie es die Götter gerne hätten.

Die Frage nach Bestrafung stellt sich auch noch heutzutage. Subversion kommt dem Bereich der Illegalität gefährlich nahe, kollidiert bisweilen damit. Das ist bewusst praktiziert, denn Gründe für Subversion liegen auch darin, Gesetze zu ändern, sie nicht als unantastbar, für alle Ewigkeit gültig zu sehen. Wenn Gesetze sogar ignoriert werden, weil sie mit den eigenen moralischen Grundsätzen nicht zusammengehen, ist die Gefahr einer Bestrafung ganz real. Neben dem Strapazieren und bewussten Überschreiten von Gesetzen ist ein Aufbrechen der Normen, Traditionen, sowie festgelegten Verhaltensmustern ein zentrales Element der Subversion. Grundtenor subversiven Denkens und Handelns ist es, gesellschaftliche Umstände, die als falsch angesehen werden, in Frage zu stellen. Damit verbunden wird die Hoffnung, eine gesellschaftliche Weiterentwicklung auszulösen.

◀ Konsequenzen

Kommunikationsguerilla

Künstlerische Strategie ▶ ■■■■■■ Kommunikationsguerilla ist eine Form des Aktivismus, die die klassische Guerilla-Taktik auf den Bereich von Information und Kommunikation überträgt. Kommunikationsguerilla ist eine künstlerische Strategie zur Subversion von Kommunikationsstrukturen.

Begriffsdefinition ▶ Die Autoren des »Handbuch der Kommunikationsguerilla« haben den Begriff »Kommunikationsguerilla« gewählt, »weil alle hier zusammengefassten Konzepte und Aktionsformen auf gesellschaftliche Kommunikationsprozesse Bezug nehmen: auf die Kommunikation zwischen Medien und Medienkonsumentinnen, die Kommunikation im öffentlichen oder sozialen Raum sowie die Kommunikation zwischen gesellschaftlichen Institutionen und Individuen.«²²

Die Guerilla-Metapher bietet sich an, da ihre Taktik auf der Kenntnis des Terrains beruht. Sie operiert lokal und punktuell. Sie vermeiden den offenen Kampf, denn sie hätten gegen eine Übermacht der »ordentlichen« Verbände wenig Chancen.

Im Gegensatz zu militärischer Militanz und Sabotage, die eine Unterbrechung des Kommunikationskanals als Ziel haben, erkennt Kommunikationsguerilla die Formen der Kommunikation selbst als Herrschaftspraxen. Indem sie die Zeichen und Codes der Macht entwendet und verfremdet, macht sie sich ihre Strukturen zunutze.

Umberto Ecos »semiotische Guerilla« ▶ Der Ursprung des Begriffs »Kommunikationsguerilla« geht auf die Problematisierung von Massenkommunikation der 1960er Jahre zurück. Auf die Befürchtung, die Massenmedien könnten die Bevölkerung manipulieren, brachte der italienische Schriftsteller und Semiotiker Umberto Eco den Einwand vor, der Sender könne zwar auf die Botschaft, jedoch nicht auf deren

Semiotik ist die allgemeine Lehre von den Zeichen, Zeichensystemen und Zeichenprozessen.

Interpretation Einfluss nehmen. Zur Entwicklung einer emanzipierten Gesellschaft müsse beim Rezipienten angesetzt werden. Er fordert den pädagogischen Auftrag zur Bildung von Gegenöffentlichkeiten und die Diskussion mit und unter den Konsumenten. Er tritt »für eine semiologische Guerilla«²³ ein und ruft zu einer abweichenden, dissidenten Verwendung und Interpretation von Zeichen auf: »Die Welt der Technologischen Kommunikation würde dann sozusagen von Kommunikationsguerilleros durchzogen, die eine kritische Dimension in das passive Rezeptionsverhalten einbrächten.«²⁴

Der Begriff wurde dreißig Jahre später von den Verfassern des »Handbuch der Kommunikationsguerilla« wieder aufgenommen. Mitte der 90er Jahre wurde darin eine Reihe subversiver Protestformen zusammengefasst.

■■■■■■■ Kommunikationsguerilla will die Menschen nicht mit irgendwelchen Aussagen konfrontieren, sondern greift die Erfahrungen und Widersprüche aus den individuellen Leben der Menschen auf. Dies nimmt sie als Ausgangspunkt für Interventionen, die zum Weiterdenken und -handeln anregen sollen. In diesen konkreten Aktionen entstehen unvorhersehbare Konstellationen aus Angegriffenen, Mitwirkenden und Zuschauern. Dabei wird der hegemoniale Konsens für kurze Zeit ins Wanken gebracht. Für alle passiven und aktiven Beteiligten wird eine soziale Praxis sichtbar, die eben »nicht als Frontalangriff auf die eigene Identität gelesen werden muss, sondern als genussversprechendes Angebot, sich auf gedankliches Neuland einzulassen.«²⁵ Da die Inhalte hinter den eigentlichen Aktionen zurücktreten, kann offen bleiben, wer hier eigentlich agiert und welche Botschaften und Ideologien sich hinter den Aktionen verbergen.

◀ **Interaktion**

Hegemonie bezeichnet die Vorherrschaft oder Überlegenheit einer Institution, eines Staates, einer Organisation oder eines ähnlichen Akteurs in politischer, militärischer, wirtschaftlicher, religiöser und kultureller Hinsicht.

Auslösen von
Reflexionsprozessen ▷

Sowohl die überlieferten, als auch die neu entstandenen Formen politischen Protests waren an ihre Grenzen gestoßen: Die demonstrierenden Studenten der 68er zogen sich den Hass ihrer Zielgruppe, der Arbeiter zu. Die ökologische Linke wurde mit der Integration der grünen Partei in das politische System entschärft. Vor dem Hintergrund dieser Erfahrungen und desillusioniert durch den Zerfall der als »realsozialistisch« bezeichneten Systeme des europäischen Ostblocks hat mit dem Konzept der Kommunikationsguerilla die Idee der Verunsicherung und Verfremdung mittlerweile einen festen Platz im Feld politischen Protestes erhalten. Parallel zur klassischen Strategie des Überzeugens wurde Lachen oder Verwirrung zur bewusst angewandten Methode, um die herrschenden Verhältnisse aufzuwühlen. Es geht weniger um die Überzeugung durch explizite Protestbotschaften, als darum, Reflektionsprozesse auszulösen, indem die kulturellen Codes, die unseren Alltag strukturieren, entstellt werden.

Eine überzeugende Darstellung, worum es Kommunikationsguerilla geht, liefern aber die Verfasser des »Handbuchs«, die »autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe« selbst:

Delegitimierung
◁ von Herrschaft

»Die Kommunikationsguerilla ist eine etwas andere Form der Militanz. Kommunikationsguerilla ist eine politische Militanz, die einer radikalen Kritik der Gesellschaft den Weg weist, die hilft, sich der vielfältigen Vereinnahmungsstrategien zu entziehen und immer wieder versucht, die »Ordnung der Dinge«, den Horizont der bestehenden Wirklichkeit zu überschreiten. Das »Konzept Kommunikationsguerilla« ist eng verknüpft mit einer Haltung, die sich einerseits der Logik traditioneller Politik mit ihren Konzepten von Aufklärung, Überzeugung und Wahrheit entzieht, aber andererseits auf eine aktive Kritik des Bestehenden nicht verzichtet. Kommunikationsguerilla meint keine Mediensabotage im Sinne der Unterbrechung eines Sendekanals. Sie untersucht die Struktur der politischen Kommunikation und interveniert mit dem Ziel der Delegitimierung von Herrschaft.«²⁶

onssguerilla geschichtlich

Die Taktik der Kommunikationsguerilla ist keine politische Bewegung oder Strömung, sondern stellt als politische Haltung einen Querschnitt durch die Geschichte des Protestes dar. Folglich ist das Vorhaben, eine Geschichte der Kommunikationsguerilla per se formulieren zu wollen etwas müßig. Stationen und Ereignisse, die die Entwicklung dieser Haltung aufzeigt, lassen sich dennoch nachzeichnen.

Die Basis für die Entwicklung von Kommunikationsguerilla als bewusst angewandte Protestform wurde durch eine veränderte Wahrnehmung der Welt und des Politischen geschaffen. Dieses dafür nötige Verständnis der Welt hat die Avantgardekunst des frühen 20. Jahrhunderts am radikalsten zum Ausdruck gebracht. Ihre Formen subversiven Protests wurden mit der Studierendenbewegung zum beständigen Element des Protestrepertoires. Auch die im Gefolge der 68er-Bewegung entstandenen Neuen Sozialen Bewegungen machten sich die Formen der Kommunikationsguerilla zu Eigen. Hausbesetzer und Autonome nutzten die Aktionsform, um das öffentlich erzeugte Image militanter Praxis zu sabotieren und ihre Forderungen leichter zu platzieren. Das heterogene Bündel der globalisierungskritischen Bewegungen nahm die subversiven Formen des Protests wieder auf und weitete sie auf die neuen Medien aus, bereitete sie für die Massenmedien wirksam auf.

Dadaismus und die Situationistische Internationale



Eine der Wurzeln der Kommunikationsguerilla liegt in der Avantgardebewegung der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Auf der Grundlage einer radikalen Kritik an Kunst in der bürgerlichen Gesellschaft bildeten sich vor allem im Dadaismus und im Surrealismus Ideen und Praxen, die an Stelle der Institution Kunst eine Ästhetisierung des Lebens setzten. Was als gesellschaftliche Normalität wahrgenommen wurde, dekonstruierten die Künstler, indem sie sich ihrer Zeichen bedienten, um sie in neue Anordnungen zu bringen. Zum ersten Mal wurde die Verfremdung von Bildern und Situationen dazu verwendet, Kritik zu transportieren. Diese beschränkte sich anfangs auf den Kunstbetrieb. Ein Beispiel sind Marcel Duchamps »readymades«, allen voran das Werk »Fountain«²⁷ von 1917. Die Ausstellung dieses Objekts, eines handelsüblichen Pissoirs, sollte die Kategorie des Kunstwerkes selbst in Frage stellen. Zwar lehnten sich auch die frühen grotesken Inszenierungen im Zürcher »Cabaret Voltaire« gegen den Wahnsinn des ersten Weltkriegs auf, blieben aber dennoch eher apolitisch. Erst im Paris und Berlin der Nachkriegszeit wurde die Idee politisch gegen die »Stützen der Gesellschaft«²⁸ – Militär, Kirche, Schule – gewendet. Das Experiment, Zeichen und Bedeutungen als kontingent zu erklären und die Auflösung der starren Zeichensysteme sind die Charakteristika der Avantgarde. Ihre angewandten Verfremdungen kollidieren mit den bürgerlichen

Kommunikationsformen und greifen die Vorstellung vorweg, dass einer Gesellschaftsveränderung die Verweigerung ihrer Kommunikationsregeln vorausgehen muss.

Eine Aktion im Berliner Dom 1918 könnte als ein frühes »Happening« bezeichnet werden: Der Dadaist Johannes Baader überraschte die Gottesdienstbesucher mit einer Predigt wider das Christentum, die er mit den Worten schloss: »Jesus Christus ist uns Wurst.«²⁹

Es waren auch die Dadaisten, die den Abgeordneten und späteren Reichskanzler Philip Scheidemann zum »Ehrendada« ernannten.³⁰ Die Assoziation mit Dada als einer anstößig wahrgenommenen Gruppe sollte Scheidemanns Ansehen beschmutzen. Diese Ausdehnung in den Bereich des Politischen sollte von großer Bedeutung für die Entwicklung der Kommunikationsguerilla bleiben.

Eine spektakuläre Predigt hielt auch der als Dominikaner verkleidete Michel Mourre 1950 bei der Ostermesse in der Pariser Kathedrale »Notre Dame«. Er schlich sich in einer Schweigeminute auf die Kanzel und verkündete: »Heute [...] klage ich die universale katholische Kirche an des Missbrauchs unserer lebendigen Kräfte für einen leeren Himmel.«³¹ Nachdem er die Worte »Wahrlich ich sage Euch: Gott ist tot!« ausgesprochen hatte, wurde er von Orgelmusik übertönt und konnte sich nur knapp vor der Lynchjustiz von Schweizergarde und Messebesuchern retten. Der falsche Priester gehörte zur »Lettristischen Internationalen«, die ihr Unbehagen sowohl gegen die Institution der Kunst als auch gegen die kapitalistisch geprägten Verkehrsformen ausdrückte.

Kontingenz, ein aus der Systemtheorie (und davor von Aristoteles) kommender Begriff, bezeichnet die prinzipielle Ungewissheit und Offenheit menschlicher Lebenserfahrungen und möglicher künftiger Entwicklungen.

Der **Lettrismus** war eine 1945 gegründete literarische Bewegung mit dadaistischen Wurzeln. Die Lettristen arbeiteten mit Wörtern, die sie zu Buchstaben zerlegten und zu sinnfreien Lautgebilden zusammensetzten. Diese Poesie trugen sie in Pariser Bars vor und provozierten dadurch immer wieder Skandale.

Situationistische Internationale

Situationisten und ihre
Kritik am Alltag ▶

⋮⋮⋮⋮⋮ Die ›Situationistische Internationale‹, die sich 1957 in Paris gründete, ging zum Teil aus der Bewegung der Lettristen hervor. Die Situationisten lehnten sowohl den westlichen Kapitalismus als auch dessen Gegenentwurf, den Ostblock-Realsozialismus ab. Guy Debord, der schon früh zu einem Motor der Bewegung wurde, fasste den theoretischen Kern der Bewegung in dem Werk ›Die Gesellschaft des Spektakels‹³² zusammen. Seine Theorie beschreibt die Tagespolitik, Ideologien, Moden und Parteien als ›Spektakel‹, in der die Betroffenen passive Konsumenten ihres eigenen Lebens bleiben, ohne es selbst gestalten zu können. »Das Spektakel transportiert verschiedene Ideologien, denen allen aber die Entfremdung des Menschen gemeinsam ist.«³³ Diese Grundlage der Kritik am Alltag der Menschen machte sie für den Einfluss auf die Entwicklung der Kommunikationsguerilla so bedeutend. Die Situationisten interessierten sich für die kapitalistische Bildung von Freizeit und Kunst und die damit einhergehenden Wahrnehmungsmuster. Verkürzte Arbeitszeiten, der Überfluss an Waren, und eine Stadtplanung, die die Menschen voneinander trennt, statt sie zusammenzubringen – kurz, die Phänomene modernen Lebens, erkannten die Situationisten als Ursache von Langeweile und Depression. Der Arbeitsethik des gelangweilten ›homo faber‹³⁴, dessen Lebensprinzipien Leistung, Fleiß und Ordnung sind, setzten sie das Ideal eines kreativen ›homo ludens‹³⁵ entgegen, der sich dem Leistungsprinzip widersetzt und die Welt spielerisch aneignet. Den Entwurf auf das eigene Leben zu übertragen, bedeutete, »den ›Feind‹ an seinem Hauptstützpunkt anzugreifen, in uns selbst.«³⁶

▶ **derivé** Wie auch die Lettristen erschlossen sie sich ihre Städte beim so genannten ›derivé‹ ›umherschweifend‹, quer zu den gewohnten Bewegungsmustern. Dabei wird das Alltägliche aus

einer anderen Perspektive betrachtet und dadurch wird es nicht mehr als alltäglich wahrgenommen.

Wie schon die Dadaisten mittels Montagen und Collagen neue Aussagen entwickelten, machten die Situationisten das ›détournement‹, die Entwendung der sie umgebenden Kultur, zum Prinzip. Sie verfremdeten Produkte der Massenkultur: Comics, Filmplakate oder Postkarten. Auch anderen Menschen sollte bewusst werden, dass die Logik, nach der ihr Alltag organisiert war, als funktionales Element der herrschenden Ordnung verstanden werden musste.

◀ **détournement**

Ihre Weltvorstellung, dass die vorgefundene Ordnung kontingent ist, dass der Alltag auch ganz anders strukturiert sein könnte, hatte nachhaltigen Einfluss auf die Geschichte des Protests.

◀ **Kontingenz**

Studentenbewegung, Kommune 1 und die Yippies

⋮⋮⋮⋮ Der Situationismus bildet die Schnittstelle von Avantgarde-Kunst und Studierendenbewegung: Dem deutschen Zweig entsprang 1964 die ›Subversive Aktion‹. Von Kritischer Theorie und Freud'scher Psychoanalyse inspiriert, konzentrierten sie sich auf direkte politische Intervention und die Veränderung des Alltags. »Mit ihrer Forderung ›Kritik muss in Aktion umschlagen‹ wollten sie das, was die Kritische Theorie lediglich analysiert hatte, in Praxis verändern.«³⁷ 1967 ging aus der Gruppierung die ›Kommune 1‹ hervor. Ihr erklärtes Ziel war: »Die bürgerlichen Wurzeln kappen, [...] die eigene Persönlichkeit riskieren, Zweierbeziehungen und Privateigentum grundsätzlich in Frage zu stellen – kurzum: Das Privatleben rigoros zu politisieren.«³⁸ Sie

◀ **Revolutionierung
des Alltags**

Die **Kommune 1** war die erste politisch motivierte Wohngemeinschaft in der BR Deutschland. Sie wurde 1967 in Berlin gegründet und löste sich 1969 endgültig auf. Ihre Bewohner erlangten durch ihren bewusst zur Schau gestellten, antibürgerlichen Lebensstil bundesweite Aufmerksamkeit und prägten den 68er-Mythos maßgeblich.

proklamierten die Revolutionierung des Alltagslebens: An Stelle der bürgerlichen Kleinfamilie müsse das Kollektiv treten. Neben der Überwindung der bürgerlichen Form des Privatlebens stellten die Kommunarden die hergebrachte politische Praxis in Frage. Wie schon die Avantgarden verschoben sie die Grenze zwischen Kunst und Politik, bedienten sich künstlerischer Formen, um ihre Motive zu kommunizieren. Der Kommunarde Fritz Teufel begriff ihre Aktionen ergänzend zu den Protestformen der Studierenden. Dem todernsten revolutionären Gestus der marxistischen Tradition setzte sie ihre ›Spassgerilja‹ entgegen, »die Unsinn vorspielt, um Sinn zu ernten.«³⁹

Yippies ▶

In Abgrenzung zu Selbstverständnis und Politik der Arbeiterbewegung entwickelten sich nicht nur in den meisten westlichen Industrienationen solche antiautoritären, aktionistischen Strömungen. In den USA waren seit Mitte der 1960er Jahre die Hippies und Landkommunen aufgekommen. Die Entpolitisierung, die mit der Aussteigerbewegung zumeist einherging, wollten die Yippies nicht mitmachen. Stattdessen vertraten sie eine revolutionäre, spontaneistische Politik: »Die Revolution ist nicht das, was ihr glaubt; sie [...] ist das, was ihr von morgens bis abends tut; sie ist eure Art zu leben.«⁴⁰ Ihr neues Politikverständnis verband den Spaß an Neuinterpretation gesellschaftlicher Mechanismen mit der Verwirrung der Zuschauer. Die Yippies arbeiteten mit »teils ironisch entlarvenden Versinnbildlichungen, teils groben Schockeffekten.«⁴¹ Diese Aktionen zielten »auf ein intuitives Verstehen bzw. eine affektgerichtete Irritation des Betrachters«⁴² ab.

Yippies kommt von ›Youth International Party‹, einem politischen Arm der Hippie-Bewegung in den USA. Sie führten zahlreiche Aktionen und Kampagnen vor allem gegen den Vietnam-Krieg aus.

Die Agora war im antiken Griechenland ein großer Versammlungsort, das Zentrum einer Stadt. Sie war eine bedeutende gesellschaftliche Institution und als solche auch ein kennzeichnendes Merkmal der griechischen ›polis‹.

In Europa übten die anarchistisch-spirituellen Aktionen der niederländischen Provo-Bewegung große Faszination auf die Amsterdamer Jugend aus. Spaßguerillero Dieter Kunzelmann zufolge waren sie die ersten, die »auf politischen Protest die Straße zur ›Agora‹«⁴³ machten. Sie entwickelten eine Alternativkultur, die auch ohne vernunftvolle Überlegung die

Funktionslogiken der kapitalistischen Gesellschaft untergrub. So wollte die Provo-Bewegung mit dem ›witte fietsenplan‹ (niederl. ›der Weiße Fahrradplan‹), den Nahverkehr durch weiß bemalte Fahrräder revolutionieren, die unangeschlossen zur kostenlosen Benutzung aufgestellt waren.⁴⁴ Höhepunkt war die Aktion der Provos 1966 zur Hochzeit von Königin Beatrix mit dem umstrittenen Claus von Amsberg, einem ehemaligen Offizier der Wehrmacht Hitlers. Sie zündeten entlang der Paradedecke Rauchbomben und ließen dadurch die Inszenierung platzen.

Der spielerische und anarchische Umgang mit dem Vorgefundenen fand seine Fortsetzung im Frankreich des Mai 1968. Im Laufe der Besetzung der Universitäten durch die Studenten entstanden Denkräume für alte und neue radikale Utopien. Die besondere Kraft entstand dadurch, dass sich die wilden Streiks der Industriearbeiter größtenteils selbst organisierten, und nicht durch gewerkschaftliche Instanzen. Eine revolutionäre Situation schien greifbar nahe. Schon zwei Jahre zuvor hatte eine Gruppierung, die dem Situationismus nahe stand, auf Kosten der Universität Straßburg eine Broschüre veröffentlicht, die die passive und systemkonforme Rolle der Studierenden einer schonungslosen Analyse unterzog.⁴⁵ Auch die sogenannten ›Enragés‹⁴⁶ (franz. ›Wütenden‹), die als Mitauslöser der Proteste gelten, werden als Anhänger des Situationismus bezeichnet.

◀ Proteste in Frankreich

◀ Enragés

Neue Soziale Bewegungen und die autonome Szene

Frauen-, Umwelt- und Friedensbewegung ▶

⋮⋮⋮⋮⋮⋮ Nach dem Ende der Studierendenbewegung entstanden die Neuen Sozialen Bewegungen, die auf ein Thema gerichtet waren: Die neue Frauenbewegung, die Umwelt- und Friedensbewegung – sie alle griffen auf das Repertoire subversiver Proteste zurück, das mit der Studentenbewegung festes Element politischen Protests geworden war. Mit gefälschten Behördenanhängen, die eine nächtliche Ausgangssperre für Männer ankündigte, wiesen Frauen auf das Gewaltverhältnis zwischen den Geschlechtern hin. Nach dem GAU von Tschernobyl simulierten Umweltschützer den Katastrophenfall auf dem Marktplatz. Bei einer Demonstration 1981 in Hamburg skandierte die »Initiative für die deutsch-amerikanische Freundschaft: »Mittelstrecken? Ja, ja, ja! – Atomkrieg? Warum nicht?« oder »Sollen russische Kinder ewig leben?«⁴⁷

Operaismus in Italien ▶

Im Italien der frühen 1960er entwickelte sich mit dem »Operaismus«⁴⁸ eine spontaneistische Wandlung der Arbeiterbewegung. Die Operaisten rückten die Spontaneität und Subjektivität der Arbeiter in den Vordergrund. Der Marxist Raniero Panzieri entwickelte mit anderen zusammen die Vision einer Revolution, die vom Wissen und den konkreten Erfahrungen der Arbeiter an ihrem Arbeitsplatz ausgehen sollte.⁴⁹ Ihre Idee von einer »Politik der ersten Person« bezog den sozialen Alltag der Arbeiter mit ein. Ein Beispiel für die subversiven Mittel, die bei den sozialen Kämpfen in Fabriken und Stadtteilen verwendet wurden, war »autoriduzione«⁵⁰: die selbstbestimmte Reduzierung von Mieten, Strompreisen und Telefongebühren. Sie wurde massenhaft von italienischen Haushalten praktiziert – in Norditalien angeblich bis in die 90er Jahre hinein.⁵¹

Autonome Bewegung
◀ in Deutschland

Neben der italienischen »autonomia« knüpfte auch die autonome Bewegung in Deutschland an die »Politik der ersten Person« an. Sie entwickelte sich aus den Hausbesetzungen und der Anti-Atomkraft-Bewegung der 1970er Jahre. Bei ihnen machte sich Frustration über die klassischen politischen Artikulationsformen (Veranstaltungen, Demonstrationen, Flugblätter) bemerkbar; außerdem sahen sie den Kontakt zu den Stadtteilbewohnern durch ihre militante Praxis eingeschränkt. Es galt, die Grenzen zu überwinden, die durch ihr militantes Auftreten entstanden war. Aus diesen Gründen sollte ihre »Spaßguerilla« die Bewegung nach außen hin darstellen, als Kampfmittel fungieren, sowie die Perspektive der Hausbesetzer auf andere Konfliktfelder ausdehnen.⁵² Die Scheinbesetzungen 1981 in Berlin zeigten die Spaßguerilla in Aktion: Sie kündete für den 13. November massenhafte Häuserbesetzungen an, so dass es zu einem enormen Polizeiaufgebot kam. Von den 67 Besetzungen des Tages über 40 Scheinbesetzungen. Zwar hatte die Polizei alle Hände voll zu tun, die »echten« zehn Besetzungen auszumachen, am Ende wurden alle geräumt.⁵³ Mit falschen Nachrichten hatten sie wahre Ereignisse geschaffen.

Angesichts des spielerischen Ansatzes subversiver Protestformen wird ein Großteil der Autonomen kein Verständnis für solche Aktionen gehabt haben. Aber Kommunikationsguerilla fand in der autonomen Bewegung ihren Platz, da sie dazu diente, mittels Straßentheater, Fälschungen und andere Aktionen ihren Forderungen einen Raum zu eröffnen, der durch die scharfe Grenzziehung bei Demonstrationen oder militanten Aktionen eingeschränkt war. Auch wurde mit der autonomen Bewegung die Reflektion auf das Verhältnis von subversivem Protest und Kultur fortgesetzt. So ist auch das »Handbuch der Kommunikationsguerilla« als ein erster Versuch, subversive Proteste theoretisch einzuordnen, aus autonomen Zusammenhängen im schwäbischen Tübingen⁵⁴ hervorgegangen.





Im Verlauf des Differenzierungsprozesses in den 1980er Jahren bildeten sich Gruppen, die sich auf eine Form der Kommunikationsguerilla spezialisierten: 1979 bildete sich die ›Billboard Liberation Front‹, die nur Werbeplakate verfremdet; es gründeten sich Tortenwurfbrigaden in Nordamerika und den Beneluxländern; seit 1989 wird das Magazin ›Adbusters‹ herausgegeben, das vorrangig veränderte Werbeanzeigen abdruckt.

Neue Entwicklungen und Tendenzen

Die **Zapatisten** bzw. die ›EZLN‹ sind eine indigene Guerillaorganisation, die sich mit politischen Mitteln für die Rechte der indigenen Bevölkerung Mexikos, aber auch generell gegen neoliberale Politik und für autonome Selbstverwaltung einsetzt.

Als **Neoliberalismus** bezeichnet man zusammenfassend ein wirtschafts- und sozialpolitisches Konzept, das ähnlich wie der klassische Liberalismus den Einfluss des Staates auf das Wirtschaftsgeschehen minimieren will.

Neue Chancen durch Massenmedien ▶

Der bewaffnete Aufstand der Zapatisten in Südmexiko Mitte der 90er gilt als Initialzündung für die globalisierungskritischen Bewegungen. Viele Motive des Widerstands gegen den Neoliberalismus lassen sich schon hier finden: der Versuch der internationalen Vernetzung von Aktivisten, die Nutzung des Internets als Medium einer Gegenöffentlichkeit und der Versuch, mit konkreten Veränderungen vor Ort Gegenentwürfe zur neoliberalen Gesellschaft zu kreieren.

Die zunehmende Verbreitung des Internet sorgte nicht nur für eine vereinfachte Vernetzung und Mobilisierung, sondern eröffnete auch neue Felder für Kommunikationsguerilla, auch wenn dabei keine qualitativ neuen Methoden entstanden sind. Hauptsächlich die Fälschung von Internetseiten und die erweiterten technischen Möglichkeiten zur Verbreitung von originell erdachten Informationen sind weit verbreitet.

Außerdem hat sich ein verändertes Verhältnis zu den Massenmedien durchgesetzt: sie werden nicht länger nur als Organe der Gegenseite verstanden, sondern in ihrer Funktionsweise ausgenutzt und taktisch eingesetzt. Protestgruppen

wie ›Greenpeace‹ z.B. sind auf massenhafte Medienresonanz ausgerichtet und Bücher zu einem professionellen Umgang mit Massenmedien wurden veröffentlicht. Auch Formen der Kommunikationsguerilla wie Tortenwurf, Fakes und die Imageverschmutzung nutzen die Logiken der Massenmedien.

Im Zuge der Globalisierungskritik rückt auch die Politik transnationaler Konzerne mehr und mehr ins Blickfeld. Vielfältiger Widerstand gegen die mächtiger werdenden Unternehmen wächst besonders in Nordamerika. Die praktizierten symbolischen Widerstandshandlungen stärken den Zusammenhalt der Konzerngegner.⁵⁵ Dass subversive Proteste häufig auch Teil einer Kampagne gegen große Konzerne sind, zeigt, dass Kommunikationsguerilla bewusster eingesetzt wird. Hierfür spricht auch die internationale Vernetzung von Kommunikationsguerilleros: Die ›Subversiv Messe‹ als »Fachmesse für Gegenkultur und Widerstandstechnologien«⁵⁶ im österreichischen Linz 2009; das etablierte ›paraflores‹-Festival in Wien, das 2009 mit dem Thema »URBAN HACKING als praktische und als theoretische Kritik der öffentlichen Räume«⁵⁷ mitten auf dem Karlsplatz stattfand; das Magazin ›rebel:art‹, das sich der Verbindung von Kunst und politischem Aktivismus widmet – sie alle zeugen von diesem Phänomen.

Dass Kommunikationsguerilla als Protestform reflektiert wird, liegt auch an der fortschreitenden Annäherung von politischer Kunst und Aktivismus. Ohnehin verschwimmt die Grenze zwischen Interventionskunst und subversivem Protest zusehends. Dies zeigt sich an dem von der EU geförderte Projekt ›republicart«⁵⁸ oder an den Inszenierungen von Christoph Schlingensief. So installierte er bei der Aktion ›Ausländer raus!‹ mitten im Zentrum Wiens einen Container, in dem sich Asylsuchende befanden. Im Stil der TV-Show ›Big Brother‹ konnte das Publikum per Abstimmung entscheiden, wer des Containers und Landes

◀ Internationale Vernetzung

Verschmelzung von
◀ Kunst und Aktivismus

verwiesen werden sollte. Die Logiken von Abschiebep Praxis und Orwellschem Fernsehen wurden in Form von Überidentifizierung auf die Spitze getrieben.⁵⁹

Die fortschreitende Entwicklung der elektronischen Datenverarbeitung ging im Zuge der Hackerbewegung immer schon mit der Forderung nach einem freien Zugang zu Informationen und einer herrschaftsfreien Technik einher.

Zusammenarbeit ▶

Immer weniger organisiert sich der Protest gegen Aspekte des Bestehenden in traditionellen Organisationen der Arbeiter- und Gewerkschaftsbewegung. Vielmehr vernetzen sich nun zahlreiche kleinere Gruppen, Projekte, Vereine, NGOs auf transnationaler Ebene und schließen zeitweilige Allianzen. Aus dieser nonkonformen Masse der ›Multitude‹⁶⁰ entwickeln sich zunehmend kreative Widerstandsformen.

Multitude wird definiert als ›Singularitäten, die gemeinsam handeln‹, als Vielheit, als Vielfalt z.B. von Personen, Subjekten

Communicationstheorie Kommunikationsguerilla theoretisch

Bei der Beschäftigung mit Kommunikationsguerilla stößt man unweigerlich in die komplexen Tiefen der Soziologie und Philosophie vor. Die Arbeit hat mir persönlich hier gedankliches Neuland eröffnet. Es war einerseits ein Kampf, mir die zugrunde liegenden Theorien zugänglich zu machen. Andererseits ist es faszinierend zu erkennen, in welcher Tiefe und Breite diese Thematik wurzelt.

Dieser Teil der Arbeit greift Aspekte heraus, die zusammengenommen das Bild ergeben, auf das Kommunikationsguerilla sein politisches Verständnis aufbaut. Diese greifen auf post-strukturalistische Methoden zurück, hinterfragen mit der Methode der Dekonstruktion Identitäten, und stellen mittels der Diskursanalyse Fragen nach gesellschaftlichen Normen und Regeln.

Hier geht es um Symbolische Politik, Machtdefinitionen, Semiotik, ›Gesunden Menschenverstand‹, Kommunikationstheorien und Wahrnehmung.

Angesichts dieser Komplexität möchte ich den Theorieteil als ›ausgedehnten Exkurs‹ verstanden wissen, bei dem man willens sein sollte, sich darauf einzulassen. Um zu verstehen, wie Kommunikationsguerilla funktioniert und wie sie sich konkret manifestiert, kann dieser Teil auch übersprungen werden. Aber dieser Theorieteil ist unabdingbar, wenn man verstehen will, worauf Kommunikationsguerilla basiert und wo sie angreift.

Wie kommt es, dass die vielfältigen Macht- und Herrschaftsverhältnisse, denen die Menschen unserer Gesellschaft unterworfen sind, so selbstverständlich angenommen werden?

Warum werden diese Verhältnisse als »natürlich« angesehen und gemeinhin gar nicht erst in Frage gestellt?

Und wie kann diese stillschweigende gesellschaftliche Übereinkunft hinsichtlich der Ausübung von Macht und Herrschaft, gestört und durcheinander gebracht werden?

Dies sind Fragen, die die Theorie der Kommunikationsguerilla zu ergründen sucht.

Kulturelle Grammatik

⋮⋮⋮⋮⋮⋮ Grammatik ist das der Sprache zugrunde liegende Regelsystem, das wir erlernen, ohne uns dessen bewusst zu sein. Sie einzuhalten ist weitgehend normal und wird selten hinterfragt.⁶¹

Neben dem Elternhaus ist die Schule einer der maßgeblichsten Orte gesellschaftlicher Sozialisation, dort werden das herrschende Geschichtsverständnis, das nötige Allgemeinwissen und die gesellschaftlichen Werte und Normen gelehrt. Die Sitzordnung ist zwar veränderbar – die aktuelle Form ist jedoch zwingend einzuhalten. Der übliche Frontalunterricht demonstriert die Autorität des Lehrers: er darf jederzeit aufstehen, umhergehen, die Schüler ansprechen, festlegen, wem er wann zu welchem Thema das Wort erteilt. Schulstunden werden präzise eingeteilt und durch die Pausenklingeln verbindlich gemacht. Die Schüler werden darüber hinaus in Alter- und Leistungskategorien eingeteilt. Es scheint, dass nur diese Strukturen einen geregelten Ablauf des Unterrichts ermöglichen. Signifikant ist, dass damit eben auch festgeschrieben wird, dass das System von Autorität und Unterordnung der einzig mögliche Weg ist, soziale Beziehungen zu etablieren.

Tag für Tag praktizieren Lernende und Lehrende Verhaltensweisen, die auch in vielen anderen Bereichen der Gesellschaft dazu dienen, eine auf Machtverhältnissen beruhende Ordnung aufrechtzuerhalten. Das Gefüge dieser Regeln wird im »Handbuch für Kommunikationsguerilla« als »Kulturelle Grammatik«⁶² bezeichnet. Ihr wird nicht nur unter Zwang, sondern auch bewusst und im eigenen Interesse nachgekommen.

Grammatik als
◀ Gefüge von Regeln

Ordnung durch Autorität
◀ und Hierarchie

Strukturierung des Alltags ▶ :::::::::: Mit Kultureller Grammatik wird also das Regelsystem bezeichnet, das gesellschaftliche Beziehungen und Interaktionen strukturiert, das es uns aber überhaupt erst ermöglicht, uns im alltäglichen Leben zu orientieren. Es enthält die Gesamtheit der ästhetischen Codes und der Verhaltensregeln, die das gesellschaftlich als angemessen empfundene Erscheinungsbild von Objekten und den normalen Ablauf von Situationen bestimmen. So legt sie bestimmte Interpretationen von Situationen, Orten, Texten und Gegenständen nahe. Deren Bedeutungen sind nämlich nicht fest, sondern je nach Kontext unterschiedlich: Auf der Hochzeitsfeier ist das Bier ein Pils in einem Glas. Im Fußballstadion gibt es nur Export aus Plastikbechern. Ein Mann im Minirock löst andere Assoziationen aus als eine ebenso gekleidete Frau. Wer sich »normal« verhalten will, muss also die Kontexte auseinander halten und kulturelle Ausdrucksformen entsprechend interpretieren. Wer sinnlos betrunken auf einer Wahlkampfveranstaltung aufkreuzt, benimmt sich genauso daneben wie jemand, der bei einer Saufftour nüchtern bleibt.

Zeitliche Veränderbarkeit ▶ :::::::::: Genauso wie die sprachwissenschaftliche Grammatik ist auch die Kulturelle Grammatik niemals endgültig festgelegt, sie verändert sich ständig. Gleichzeitig ist sie Ausdruck gesellschaftlicher Macht- und Herrschaftsbeziehungen. Kulturelle Formen sind damit wesentliche Elemente der Reproduktion der herrschenden gesellschaftlichen Verhältnisse.

Definition von Kultur ▶ :::::::::: Wenn von Kultureller Grammatik die Rede ist, dann umfasst der Begriff »Kultur« mehr als den bürgerlichen Kanon von Bildender Kunst, Musik und Literatur. Die Vorstellung, Kultur finde in abgegrenzten gesellschaftlichen Segmenten statt, ist bürgerliche Ideologie. In weiterem Sinne umfasst Kultur alle menschlichen Ausdrucksformen, Bedeutungszuschreibungen,

Handlungen und Produkte des Alltags. Kultur durchdringt die gesamte Gesellschaft, also hat eine Veränderung kultureller Formen auch politische Implikation.

Wer in der Kommunikation die Regeln der Kulturellen Grammatik nicht nur bewusst praktiziert, sondern kreativ mit ihnen umgeht, kann sie für seine eigenen Zwecke benutzen, instrumentalisieren oder umdrehen, indem er sie mit abweichenden Inhalten füllt, in die ritualisierten Gewänder schlüpft, sich fremde Rollen anmaßt. Genau diese Aspekte nutzt die Kommunikationsguerilla.

Um die politische Dimension der Kulturellen Grammatik der Herrschenden zu kritisieren bzw. anzugreifen, muss sie zuerst einmal entschlüsselt werden. Auch Aktionen der Kommunikationsguerilla gelingen nur, wenn ihnen ein Verständnis für Machtstrukturen vorausgeht. Die Kommunikationsguerilla setzt auf Aktionen, die ästhetische Momente der Herrschaft dekonstruieren und die Regeln der Kulturellen Grammatik durcheinander werfen.

Roland Barthes

:::::::::: Dinge und Verhaltensweisen, Interaktionen und Rituale sind Zeichen, sie bedeuten etwas. Anhaltspunkte dafür, wie Kulturelle Grammatik als etwas historisch Gewordenes zu einer scheinbar natürlichen Gegebenheit wird, beschreibt der französische Semiotiker Roland Barthes⁶³. Er beschäftigte sich mit dem Prozess der Bedeutungsproduktion zugunsten der bürgerlichen Gesellschaft.

Gemäß Barthes setzt sich ein Zeichen aus zwei Elementen zusammen: der Ausdrucksseite, dem Bedeutungsträger oder Bedeutenden (»Signifikant«) und der damit ausgedrückten

Kreativer Umgang
◀ mit dem Regelwerk

◀ **Bedeutungsproduktion**

Roland Barthes (1915–1980) gilt als einer der markantesten Wissenschaftler im Bereich der strukturalistischen Semiotik. Er verwendete die Methoden des Strukturalismus und der Psychoanalyse, aber auch die Methoden des Strukturalismus radikalisierte, wurde er zu einem der Begründer des Poststrukturalismus.

Antonio Gramsci

Die Vorstellung, dass Herrschaft durch direkten Zwang ausgeübt wird, ist in der Gesellschaft weit verbreitet. Der italienische Marxist Antonio Gramsci beschäftigte sich mit gesellschaftlichen Herrschaftsverhältnissen und ergänzt diese Ansicht mit seinem Konzept der »Hegemonie«⁶⁶. Auf dieser zusätzlichen Wirkungsebene wird die Herrschaft einer Klasse durch einen Konsens erst richtig gefestigt. Als Konstrukte, die politische, ökonomische, und kulturelle Hegemonie produzieren, sieht Gramsci Schulen und Universitäten, Kirche, Vereine, Familie, Gewerkschaften und Massenmedien. Der Staat erscheint nur als »Organisator der Zustimmung«⁶⁷. Das Funktionieren dieses Herrschaftssystem setzt zum einen voraus, dass sich die so genannte Zivilgesellschaft⁶⁸ (»società civile«) mit den gegebenen Verhältnissen und Praktiken identifiziert, oder diese zumindest passiv hinnimmt. Zum anderen muss die herrschende Klasse bzw. Gruppe sich auf Kompromisse einlassen, um sich ihre Macht aufrechtzuerhalten; um eine relative Stilllegung von Konflikten zu erreichen, versucht sie, soziale Kämpfe zu integrieren und zu institutionalisieren.

Mit dem Gramsci'schen Hegemonie-Verständnis eröffnet sich ein Feld für vielfältigen politischen oder künstlerischen Aktionismus. Wenn man eine Veränderung der herrschenden Zustände erzielen will, gilt es, das Zwangssystem, das die Gesellschaft in sich birgt, zu dekonstruieren. Die zentralen Ansätze – die Suche nach konkreten Ansatzpunkten, strategisches Denken, spezifische Verweigerung – überschneiden sich mit subversiven Strategien. Im Bewusstsein, dass die Aneignung der Staatsmacht alleine nicht genügt, agieren diese mit einem Fingerspitzengefühl für Macht und Unterdrückung, um das Gerüst der Normalität zu durchbrechen.⁶⁹

Hegemonie ▶

Antonio Gramsci (1891–1937) war Schriftsteller, Journalist, Politiker und marxistischer Philosoph. Er gehört zu den Begründern der Kommunistischen Partei Italiens. 1924 erfolgte seine Verhaftung durch die Faschisten. Während seiner Zeit im Gefängnis verfasste er insgesamt 32 Gefängnishefte, die als ein bedeutendes Werk der marxistischen Philosophie gelten.

Stabilität durch Konsens ▶

Individuum und Wahrnehmung

Wie ist es möglich, sich nicht vollständig durch die gesetzten Normen bestimmen zu lassen, wo doch die Kulturelle Grammatik als Ordnungssystem alle gesellschaftlichen Bereiche und den gesamten Alltag durchzieht?

Michel de Certeau

Hier liegt ein Politikkonzept zugrunde, das nicht von einer politischen Avantgarde ausgeht, welche die Massen anleitet und führt, sondern, dass gesellschaftliche Veränderung aus dem Handeln aller Individuen entsteht. Ansatzpunkte müssen also in der Alltagspraxis der Menschen gesucht werden. Der französische Kulturphilosoph Michel de Certeau fragt: »Welche populären (und auch »verschwindend kleinen« alltäglichen) Praktiken spielen mit den Mechanismen der Disziplinierung [...]»?⁷⁰ Er verweist auf die Spielräume des Einzelnen bei der Aneignung von Kulturgütern und Informationen. Nach seiner Vorstellung kommt es überhaupt erst durch den Gebrauch, also die alltäglichen Prozesse der Aneignung, zu einer Kulturgemeinschaft. Sie spiegelt unsere Persönlichkeit sowie Kreativität wieder und stellt somit ein Auflehnen gegen etwaige uns auferlegte Nutzungszwänge dar. Als Beispiel führt de Certeau die Neuinterpretation des Christentums durch die indigenen Völker Amerikas an: Statt sich in dem Monotheismus zu fügen, eigneten sie sich die Heiligenfiguren zur Verkörperung ihrer Götter an. Ohne sie äußerlich zurückzuweisen, übernahmen sie die Symbole des Christentums und deuteten sie um.

gesellschaftliche Veränderung durch Handeln
◀ aller Individuen

Michel de Certeau (1925–1986) war ein französischer Soziologe, Historiker, Kulturphilosoph und Jesuit. Er ist Mitgründer der Zeitschrift »Christus«, der er sein ganzes Leben lang verbunden blieb. De Certeaus bekanntestes und einflussreichstes Werk ist »Kunst des Handelns«, eine soziologische Theorie des Alltagslebens und des Verbraucherverhaltens.

Umberto Eco

Mediale Manipulation ▶ ::::::::::: Traditionelle (linke) Politik verlässt sich häufig vor allem auf die Kraft der (linken) Inhalte. Diese Auffassung entstand aus der von der Frankfurter Schule⁷¹ entfalteten Kritik an der Kultur- und Bewusstseinsindustrie mit deren Möglichkeiten der allumfassenden medialen Manipulation. Es entwickelte sich die Vorstellung, dass diese Möglichkeiten unter Umständen auch im Sinne von Aufklärung umkehrbar seien. Zugespitzt formuliert, war die Frage nicht, »ob die Medien manipuliert werden oder nicht, sondern wer sie manipuliert.«⁷²

Lineares Kommunikationsmodell ▶ ::::::::::: Diese Manipulationsthese entspricht einem sehr einfachen, linearen Kommunikationsmodell, das nur den »Sender«, den »Kanal« und deren »Empfänger« betrachtet. Dieses Modell unterstellt, dass es ausreicht, die »falschen« Ideen durch die »richtigen« zu ersetzen, und dass die vom Sender ausgesandten Informationen im vom Sender beabsichtigten Sinne interpretiert werden.

Umberto Eco (*1932) ist ein italienischer Schriftsteller, Philosoph, Medienwissenschaftler und wohl der bekannteste zeitgenössische Semiotiker. Durch seine Romane, allen voran »Der Name der Rose«, wurde er weltberühmt. Bis 2007 hat zahlreiche Gastprofessuren in aller Welt wahrgenommen und ist mit bisher 33 Ehrendokortiteln ausgezeichnet worden.

Dieses verkürzte Modell unterstellt einen kausalen Zusammenhang zwischen Information, Bewusstsein und Handeln: Wer die Sender besitze, der könne das Denken der Menschen kontrollieren. Das Schicksal des Sozialismus der Ostblockstaaten aber hat gezeigt: Obwohl die Medien nahezu vollständig kontrolliert wurden, konnte nicht verhindert werden, dass die Menschen abweichende Lesarten der vermittelten Information bzw. eigene Gedanken entwickelten.

Interpretationsvariabilität ▶ ::::::::::: Selbst wer Form und Inhalt einer Botschaft vollständig kontrolliert, kann deshalb das Bewusstsein ihres Empfängers nicht zwangsläufig in einer bestimmten Richtung beeinflussen. Schließlich besitzt der Empfänger die Freiheit, eine Botschaft anders zu lesen als vom Sender vorgesehen.

Umberto Eco bezeichnet diesen Sachverhalt als das Prinzip der »Interpretationsvariabilität«⁷³: Selbst wenn im Fernsehen die Bilder von Polizisten, die Demonstranten zusammenschlagen, dementsprechend kommentiert werden, müssen sie beim Fernsehzuschauer nicht unbedingt die Assoziation »Scheiß Bullen« hervorrufen. Eine abweichende Lesart (»Geschieht dem arbeitsscheuen Pack ganz recht«) ist ebenso möglich. Welche Lesart, Zustimmung oder Ablehnung gewählt wird, hängt von verschiedenen Faktoren beim Empfänger ab. Der Sender kann höchstens eine bevorzugte Lesart nahe legen, hat aber letztlich keine Möglichkeit, diese durchzusetzen.

:::::::::::: Eco geht sogar so weit, das Phänomen der Interpretationsvariabilität zum Grundgesetz der Massenkommunikation zu erklären. Zwar werden die Informationen von einer zentralen Quelle ausgesandt, zugleich aber von Menschen rezipiert, die sich in sehr unterschiedlichen Situationen befinden und demzufolge die übermittelten Informationen sehr verschieden interpretieren. Persönliche Geschichten und Erfahrungen, soziale Beziehungsgefüge und sozio-ökonomische Lagen haben Einfluss auf die Sicht- und Deutungsweise. Ein so verstandenes Subjekt ist »fragmentiert«, denn die von ihm in verschiedenen sozialen Zusammenhängen gemachten Erfahrungen sind untereinander widersprüchlich: Man hat Angst, den Job zu verlieren, aber im Grund hat man gar keine Lust auf diesen Job.

Umberto Eco bezeichnet die Art und Weise, in der übermittelten Informationen Bedeutungen zugeordnet werden, als (semiologischen) »Code«⁷⁴. Interpretationsvariabilität resultiert aus der Tatsache, dass immer verschiedene Codes zur Deutung einer bestimmten Botschaft verwendet werden können. Erst das Zusammenwirken des Adressaten einer Botschaft, der Situation,

◀ semiologische Codes

in der kommuniziert wird und dem entsprechenden Code legt fest, wie die Botschaft gelesen wird.

Deshalb kann ein und dieselbe Person denselben Sachverhalt unterschiedlich interpretieren, die Interpretation ist auch durch die augenblickliche Kommunikationssituation (Ort, Zeitpunkt, sozialer Raum) mitbestimmt. Veränderungen von Kommunikationsstrukturen können daher die Interpretationen eines Sachverhalts verändern.

In der Regel werden dann aber nur diejenigen Interpretationsmuster genutzt (aus wohlverstandenen Eigeninteresse, z.B. um keinen Ärger zu kriegen), die gesellschaftlich mehr oder weniger nahe liegen, die ›normal‹, quasi naturalisiert sind. Die gesellschaftlich definierte Normalität verringert den Interpretationsspielraum, legt Sichtweisen nah.

Die Kommunikationsguerilla hat aus Ecos Gedanken ein Konzept entwickelt, das über Ecos Vorstellung einer ›Korrektur der Perspektiven‹ hinausgeht. »Eco quasi vom Kopf auf die Füße

zu stellen, heißt, nicht die Interpretationsmöglichkeiten kontrollieren zu wollen, sondern Kommunikationssituationen zu schaffen, die abweichende und divergente Lesarten von Informationen zu entfesseln vermögen.«⁷⁵ ›Kommunikationssituation‹ verweist auf den Sachverhalt, dass der Inhalt von Kommunikation sich nicht aus dem sozialen Prozess⁷⁶ herauslösen lässt.

Kommunikationsguerilla geht davon aus, dass sehr unterschiedliche Interpretationsmöglichkeiten allen Subjekten prinzipiell zur Verfügung stehen. Kritische Interpretationen von Sachverhalten ergeben sich aus dem ›Alltagsverstand‹⁷⁷ und müssen niemandem erst beigebracht werden.

Eine mögliche Kommunikationsstrategie besteht darin, lokal begrenzte Situationen zu schaffen, die abweichende Sichtweisen aktivieren helfen. In diesem Sinne ist es bereits subversiv, die ›normalen‹ Interpretationsmuster zu stören. Und hierzu bedarf es keiner abstrakten Kommunikationstheorie – es genügt das Wissen über das, was ›normal‹ ist und was nicht.

← Alltagsverstand

Exkurs 1: Internet

Handlungsmöglichkeiten über das Internet ▷

Die Diskussion um das Internet als neuen Ort linken Protests endet oft am Fetisch ›Information‹. Einmal mehr berauscht man sich technikfixiert an der Tatsache eines riesigen, internationalen und deswegen kaum zensierbaren Informationsflusses. Die Diskussion über die Bedingungen der Rezeption und über politisches und soziales Handeln bleibt außen vor. Die neuen kommunikativen Möglichkeiten, die sich aus einer ›Many-to-Many‹-Kommunikation ergeben, sind offensichtlich. Dennoch dominiert nach wie vor die naive Haltung: Wenn ich die Wahrheit sage, müssen mir die Leute doch glauben. Doch es hat sich herauskristallisiert, dass ein Medienverständnis, das auf die Übermittlung der ›richtigen‹ Informationen fixiert ist, dessen Wirkung überschätzt. Es mangelt nicht an Informationsangeboten. Das entscheidende Problem ist deren Folgenlosigkeit.

Many-to-Many bezeichnet die Gruppenkommunikation im Internet, eine Kommunikationsart, bei der mehrere Absender mit mehreren Empfängern kommunizieren. Auch eine Diskussion in einer Schulklasse sollte ein Beispiel einer solchen Kommunikation sein.

Neue Perspektiven ▷

Die Frage ist, inwiefern sich über das Internet neue kollektive Handlungsmöglichkeiten schaffen lassen. Welche Perspektiven für gesellschaftsveränderndes Handeln ergeben sich aus den Nutzungsweisen des Internets?

Das Internet unterscheidet sich von traditionellen Medien insofern, als es die Möglichkeit einer reziproken und interaktiven Kommunikation bietet. In der Tat ist die Kommunikationsform ›Many-to-Many‹, und das weltweit und sofort, eine grundlegend neue Möglichkeit der Vernetzung und des Austauschs. Nicholas Negroponte, Mitbegründer des Media Lab am MIT, hatte schon in den 80er Jahren prognostiziert, dass »der wahre Wert eines Netzwerks [...] weniger in seinem Informationsgehalt, als in seinem Gemeinschaftssinn« liegt.⁷⁸ Die Möglichkeit,

Reziprozität beschreibt die Wechselseitigkeit: der Prozess, bei dem sich u.a. im Gespräch zwischen zwei oder auch mehr Personen, ständig die Rollen von Kommunikator und Rezipient abwechseln.

»gemeinsame Aktionen auf neue Art und Weise zu organisieren – mit Menschen, mit denen sie zuvor keine derartigen Aktivitäten organisieren konnten, in Größenordnungen, an Orten und in einer Geschwindigkeit, in der dies zuvor nicht möglich gewesen wäre«⁷⁹ ist in der Tat bahnbrechend.

Lange Zeit beschränkten sich politische Interventionen im Internet auf Sabotageakte. Viren, das Überlasten von email-Konten durch Massenmails oder gar das ›Abschießen‹ ganzer Server – alle Aktionen zielen auf die Unterbrechung des Kommunikationskanals ab. Dabei haben auch solche Aktionen durchaus symbolischen Charakter: Wenn Server von Dotcom-Unternehmen durch Internetattacken zeitweise nicht erreichbar sind, besteht der größte Schaden im Bild der Verletzlichkeit des E-Commerce, der Zerstörung der blinkenden Oberfläche des elektronischen Kapitalismus.

◀ Sabotageakte

Dotcom-Unternehmen sind Unternehmen, die vor allem im Internet Dienstleistungen anbieten, z.B. eBay, Amazon, Google

Inzwischen tauchen auch des Öfteren Fakes von Internetseiten auf. Hierfür bietet das Internet gute Ausgangsbedingungen, weil die Rückversicherungsmöglichkeiten der Kommunikation von Angesicht zu Angesicht im Internet nicht gegeben sind.

Die Netzkunst- und Aktivistengruppe ›The Yes Men«⁸⁰ wurde mit einer Fälschung der Website der Welthandelsorganisation (WTO) bekannt. Daraufhin bekamen sie trotz der völlig überzogenen angeblichen Forderungen der WTO immer wieder Einladungen zu realen Konferenzen, bei denen sie sich als Repräsentanten der WTO gaben, um vor Ort mit übertriebenen Forderungen deren Ziele zu karikieren. (vgl. ›Überidentifizierung‹ S. 52)

Exkurs 2: Gesellschaftliche Kontexte

lokale und geschichtliche
Verhältnisse ▷

Für Kommunikationsguerilla sind die Kontexte und Situationen, in denen agiert wird, von zentraler Bedeutung, die genaue Kenntnis der jeweiligen lokalen Verhältnisse ist ausschlaggebend für das Gelingen von Aktionen. Außer durch lokale Voraussetzungen wird die Wirksamkeit aber durch das jeweilige politische Klima und die gesamtgesellschaftlichen Gegebenheiten beeinflusst. Sie bestimmen die allgemeinen Kommunikationsbedingungen, unter denen eine konkrete Aktion rezipiert wird und ihre Wirkung entfaltet. In diktatorischen Regimen wird gesellschaftskritische Kunst vom Staatsapparat oft dann schon als subversiv wahrgenommen, wenn sie sich für politische Beteiligung oder Gleichberechtigung einsetzt.

Während der Zeit des Nationalsozialismus war die Verfremdung und Veränderung von Aussagen, das unbotmäßige Verhalten im öffentlichen Raum alles andere als nur ein Spiel mit Symbolen und Bedeutungen. Angesichts der Eindeutigkeit der terroristisch durchgesetzten Herrschaft stellte auch die kleinste dissidente, subkulturelle oder eigenständige Lebensäußerung eine Kritik an der herrschenden Ordnung dar und bedeutete so einen (oft gar nicht beabsichtigten) Akt des Widerstands.

Anders verhielt sich die Lage in Gesellschaften spätsowjetischen Typs wie der DDR, deren Machtstrukturen mittel einer Ideologie von Gleichheit und Einigkeit aufrechterhalten und legitimiert wurden. Auch dort wirkten kleine Veränderungen der herrschenden kulturellen Grammatik bereits als Systemkritik. Doch hier wurden Abweichungen stillschweigend übergangen oder mit Bevormundung beantwortet, da die Machthaber die massenhaften Differenzen zwischen ihnen und den Staatsbürgern nicht

jedes Mal repressiv beantworten konnten, da sonst die behauptete Massenloyalität als bloßer Schein enthüllt worden wäre.

Abermals anders ist die Situation in Gesellschaften mit immensen sozialen Ungleichheiten. So sind beispielsweise bestimmte Formen der Konsumkritik sinnlos oder gar zynisch, wenn ein großer Teil der Bevölkerung unterhalb des Existenzminimums leben muss.

Für die Wirkung subversiver Strategien spielt auch die Zeit eine Rolle. Was in den 70ern subversiv war, ist heute Teil der Kulturindustrie. Sorge der Titel »I am an Antichrist« von den »Sex Pistols« damals noch für Furore, ist Punk heutzutage kompatibel mit MTV; TotenkopfsHIRTS gibt es bei H&M zusammen mit Plastiknieten.

Exkurs 3: Verfremdung

Bedeutungsverschiebung ▷ ■■■■■ Die gesamten Aktionen der Kommunikationsguerilla basieren auf dem Prinzip der Verfremdung. Die Elemente der alltäglichen Zeichenwelt werden über subtile Eingriffe entwendet und neu arrangiert. Der Blick auf allgemein bekannte Gegenstände oder Bilder wird verändert, indem sie aus ihrem gewohnten Kontext herausgerissen und in einem neuen, ungewohnten Zusammenhang gestellt werden. Diese Bedeutungsverschiebung löst Irritationen aus, da dabei Konstellationen entstehen, die mit der normalerweise wahrgenommenen Ordnung der Welt nicht vereinbar sind.

Verwirrung und neue Perspektiven ▷ Über Verfremdung werden in den Kommunikationsprozess neue Aspekte und Lesarten eingeschleust mit dem Ziel, Erwartungshaltungen zu unterwandern. Aussagen werden verändert und unvorhergesehene Bedeutungen bewirkt. Zunächst ruft diese Verfremdung ein Gefühl der Verwirrung hervor, weil jeder ein Grundwissen über Kulturelle Grammatik hat, das seine Wahrnehmung vorstrukturiert. Dabei ist die Störung besonders wirksam, wenn einige Augenblicke lang unklar bleibt, was denn eigentlich ›nicht stimmt‹. Um die Regeln und Normen lächerlich machen zu können, ist es wichtig, die Kulturelle Grammatik zu ergründen. Oftmals werden die bestehenden Verhältnisse als unabänderliche Notwendigkeiten wahrgenommen. Verfremdung will Verwirrung auslösen, die den Betrachter für einen Augenblick auf Distanz zur Situation gehen lässt. So können innere Widersprüchlichkeiten, Paradoxien oder Aspekte gesellschaftlicher Herrschaftsverhältnisse blossgelegt werden. Im Idealfall liefert eine subversive Verfremdung einen Fingerzeig für eine emanzipatorische Veränderung der Gesellschaft. So ist es möglich, dass eine Verfremdung nicht nur als destruktive Methode, sondern darüber hinaus als (kleiner) Wegweiser für gesellschaftsverändernde Utopien und Handlungsweisen wirken kann.

Die Verfremdung hat ihren Ursprung in der Kunsttheorie. Dabei wurde auf die Kunst übertragen, was der deutsche Philosoph Friedrich Hegel mit dem Begriff der ›Entfremdung‹ angedeutet hat: »Das Bekannte [...] ist darum, weil es *bekannt* ist, nicht *erkannt*.«⁸¹ Es kann also nur das begriffen werden, was nicht unmittelbar hingenommen wird. Genauso bringt erst die verändernde Darstellung in der Kunst den Betrachter zur Reflexion grundsätzlicher Gegebenheiten.

Kommunikationsguerilla will dies auf den politischen Aktivismus übertragen. Quer zu den bestehenden Wahrnehmungsmustern zeigen subversive Verfremdungen Machtbeziehungen auf, die im Alltag nicht direkt sichtbar sind und machen sie dadurch verhandelbar. Die Aktionen implizieren, »dass das Unmögliche möglich ist, dass es eine Entscheidung und nicht ausschließlich eine unumgängliche Notwendigkeit ist, sich in die gesellschaftliche Normalität einzufügen.«⁸²

Die friedliche Ordnung der Zeichen zu stören, um überhaupt auf dieses Ordnungssystem aufmerksam machen zu können, das heißt im Idealfall, sich der Leerstellen zu bemächtigen. Eine solche Entwendung und Umdeutung greift die symbolischen Fundamente der sozialen Ordnung an. Der französische Semiotiker Roland Barthes hat dieses Konzept von Subversion in Form einer Frage formuliert: »Ist die beste Subversion nicht die, Codes zu entstellen statt sie zu zerstören?« Zunächst ruft das ein Gefühl der Verwirrung hervor, weil jeder ein Grundwissen über Kulturelle Grammatik hat, das seine Wahrnehmung vorstrukturiert. Dabei ist die Störung besonders wirksam, wenn einige Augenblicke lang unklar bleibt, was denn eigentlich ›nicht stimmt‹.

Georg Wilhelm **Friedrich Hegel** (1770–1831) gilt als der größte philosophische Systematiker des 19. Jahrhunderts. Er führte die Philosophie des deutschen Idealismus auf ihren Höhepunkt und zu ihrer Vollendung. Sein System wirkte weiter im Marxismus und in zahlreichen modernen philosophischen Systemen.

Verfremdung im politischen Aktivismus

◀ Entstellen von Codes

Techniken der Verfremdung ▶ Die unzähligen Techniken der Verfremdung, die Elemente des Alltags aufnehmen, um ihnen einen neuen Sinn zu geben, lassen sich in vier Formen unterscheiden.

- ⋮ Beim »Vortäuschen von Alltagsrealität« wird versucht, eine Situation zu schaffen, die erscheint, als sei sie Bestandteil der Realität alltäglicher Abläufe. Als Beispiel lassen sich hier »Fakes« anführen; sie basieren auf dieser Form der Verfremdung.
- ⋮ Durch »Hinzufügen von widersprüchlichen Elementen zur Alltagsrealität« werden gängige Darstellungsformen verändert, indem ihnen Elemente hinzugefügt werden, die mit ihrem Inhalt in Widerspruch stehen. Das »Sniping«, also die Veränderung von Werbetafeln oder Denkmälern, arbeitet auf diese Weise.
- ⋮ Das »Durchbrechen alltäglicher Handlungsabläufe« ist eine Möglichkeit, das zu verfremden, was als Normalität wahrgenommen wird. In den Alltag der Menschen wird eingegriffen, indem temporär die Regie übernommen wird und dem gewohnten Ablauf eine eigene Inszenierung gegenüber gestellt wird.
- ⋮ Durch die »Ausdehnung von Forderungen und Ansprüchen« wird durch Überidentifizierung die scheinbare Stringenz herrschender Diskurse unterminiert.

Überidentifizierung ▶ Besonders diese Form der Verfremdung ist in ihrer Machart sehr komplex und bedarf noch einiger zusätzlicher Worte und Beschreibungen. Die Überidentifikation wird auch »subversive Affirmation«, »negative Affirmation« oder »Revolution des Ja«⁸³ genannt. Sie spielt mit dem Konsens, indem unhinterfragte Verhältnisse überspitzt artikuliert werden. Tabuisierte Aspekte des Gewohnten werden ausformuliert. Aussagen und Regeln werden dabei so eingesetzt, dass sie übertrieben und daher in

einer gegebenen Situation »unpassend« wirken. Die Macht wird durch ihre eigene Logik geschlagen. Der »paradoxen Intervention« aus der Psychoanalyse nicht unähnlich, werden dadurch Irritationen geschaffen. Bei der Überidentifizierung wird die moralische Distanz aufgegeben, wodurch sich die Konfrontierten schwer dagegen wehren können. Die Überidentifizierung ist mit hohem Risiko behaftet, denn falls sie nicht als Kritik begriffen wird, kann die Absicht komplett verdreht werden: Die herrschenden Zustände werden konsolidiert.⁸⁴

Am wirkungsvollsten ist die Methode der Verfremdung durch Affirmation aber, wenn sie eine oszillierende Wahrnehmung bewirkt, d.h. wenn die Übertreibung offensichtlich genug ist, dass sie irritiert und verunsichert, aber doch so versteckt bleibt, dass sie nicht eindeutig zuordenbar und identifizierbar ist. Die Verfremdung durch subversive Affirmation basiert also darauf, dass die falschen Leute das »Richtige« tun, oder dass das »Richtige«, d.h. das Normale, Erwartbare, im falschen Moment oder am falschen, unangemessenen Ort geschieht.

»Man muß diese versteinerten Verhältnisse dadurch zum Tanzen zwingen, daß man ihnen ihre eigne Melodie vorsingt! Man muß das Volk vor sich selbst erschrecken lehren, um ihm Courage zu machen.«⁸⁵

—Karl Marx, 1844

Allgemein ist nochmal zu sagen, dass Verfremdung nicht an und für sich subversiv ist; es sind Kontext und Art und Weise der Umsetzung, die ihre Wirkung bestimmen. Bei allen Verfremdungen aber bleibt das Ende offen: Wie das »Publikum« reagiert, ob es den Angriff auf Erwartungen und Vorstellungen als interessante Erfahrung auffasst oder empört zurückweist, darauf ist letztlich kein Einfluss zu nehmen.

Bei der **paradoxen Intervention** bestärkt die Therapeutin ihren Klienten so lange in seinen Ansichten, bis ihm die Sinnlosigkeit seines Tuns oder seiner Einstellung selbst auffallen muss und er sein eigenes Verhalten selbst hinterfragt.

Kommunikationsguerilla


angewandt

..... Kommunikationsguerilla ist ein Klammerbegriff für eine bestimmte Haltung gegenüber politischer Kommunikation und politischer Praxis im Allgemeinen. Sie hat sich historisch entwickelt und findet sich nicht nur in unterschiedlichen sozialen Bewegungen, sondern kann auch eine Vielzahl von Erscheinungen annehmen. Im Folgenden sollen diese unterschiedlichen Aktionsformen dargestellt und voneinander unterschieden werden. Sie alle beruhen auf dem Prinzip der Verfremdung: Bestehende kulturelle Formen werden einer Veränderung unterzogen, um ihre Funktion im gesellschaftlichen Kontext offen zu legen.

Zwar stammen die angeführten Beispiele meist aus dem linken Spektrum, generell ist Kommunikationsguerilla aber politisch neutral, die angewandten Techniken sind nicht einer politischen Ausrichtung vorbehalten. Im Allgemeinen lässt sich beobachten, dass die rechte Szene mehr und mehr Symbole und Techniken der radikalen Linken aneignet.⁸⁶ So ist das Tragen des Palästinensertuches längst kein Ausweis mehr für linke Gesinnung.⁸⁷ Es ist durchaus vorstellbar, dass Techniken des subversiven Protests auch von rechter Seite adaptiert werden. Und in der Tat gibt es schon Beispiele reaktionärer Kommunikationsguerilla, wie das Flugblatt, das als Geschenkgutschein einer fiktiven Fluglinie dem Leser anrät, seinen ausländischen Nachbarn den vorliegenden Freiflug in ihre ›Heimat‹ zukommen zu lassen. Auch diese Aktion kritisiert durch ihr Spiel mit den Sprecherpositionen in gewisser Weise die Verteilung von Macht, da sie bei den Lesern die Phantasie zulässt, sie selbst könnten bestimmen, wer in Deutschland leben darf und wer nicht. Es hängt also immer vom entsprechenden Kontext ab, ob die angewandten Techniken aufklärerisch wirken oder nicht.

..... Insgesamt bietet sich eine Kategorisierung an, die nach der Art des Mediums, das Gegenstand der Verfremdung ist, unterscheidet. Jede Kommunikation ist auf ein Medium angewiesen, das die zu vermittelnde Nachricht trägt.

Körper

Direkte Kommunikation ▶  In Situationen, in denen sich Menschen von Angesicht zu Angesicht verständigen, ist der Körper das Kommunikationsmittel. Wenn in diese Betrachtung der Begriff ›gender‹ als soziale Geschlechtsrolle hinzugezogen wird, ist vorstellbar, dass bei vielen Aktionsformen der Körper als Medium im Mittelpunkt steht: gesellschaftliche Rollen sollen reflektiert werden und Situationen werden inszeniert, die Machtverhältnisse im Alltag konkret sichtbar machen. In theatralen Aktionsformen werden mehr oder weniger sichtbar Alltagsformen verfremdet.

Gender bezeichnet das ›soziale‹ oder ›psychologische‹ Geschlecht einer Person im Unterschied zum biologischen Geschlecht (engl. sex).

Das **Happening** ist eine der wichtigsten Formen der Aktionskunst der 1960er Jahre, ein improvisiertes Ereignis direkt vor dem Publikum. Zu den Aktionisten zählen u.a. Joseph Beuys, Bazon Brock, Wolf Vostell, Claes Oldenburg, Robert Rauschenberg und Nam June Paik.

Unsichtbares Theater und Happening sind politische Interventionsformen, die den öffentlichen Raum auf ganz unterschiedliche Weise zur Bühne machen. Während das Unsichtbare Theater zumeist verdeckt inszeniert wird, finden sich beim Happening ganz offen und für alle sichtbar Requisiten und Bühnenelemente aus dem Theaterfundus. Beide Formen beruhen darauf, im öffentlichen Raum die Initiative zu ergreifen und nutzen die sich dort bietenden Handlungsspielräume.


Lebensmittelattentate wie der Tortenwurf hingegen haben nicht den eigenen, sondern den Körper eines anderen zum Ziel: In seiner Funktion als Symbol der Macht wird der Körper der Mächtigen zur Angriffsfläche.

Politische Organisationsformen unterscheiden sich durch ihre Legitimierung seitens der Gesetze von den theatralen Aktionsformen und stellen sozusagen eine Art ›kommunikatives Mimikry‹ dar. Sie greifen an der obersten Ebene der Macht an, beispielsweise Parteien, Politiker und Behörden sind Ziele dieser Aktionsform – weniger der Alltagsmensch (auf der Straße). Dennoch ist hier die Menschengruppe, die sich organisiert, ob nun institutionell legitimiert als Partei oder nicht, als Körper zu

verstehen. Insofern kann der Tortenwurf als Schnittstelle zwischen theatraler Aktionsform und politischer Organisationsform gesehen werden.

Theatrale Formen

Happening

 Ende der 1950er Jahre fand in der Aktionskunst eine Abwendung vom Werk hin zu einer performativen Form der Kunst statt. Diese ›Happenings‹ sind nur ansatzweise zu Beginn festgelegt, sie beziehen die Zuschauer mit ein und machen sie so zum Teil der Kunst.

performative Formen
◀ der Kunst

Happenings erlangten in den 60er Jahren ihre Bedeutung als politische Massenaktionen, die die steifen, streng durchorganisierten Demonstrationsrituale der großen Parteien verunglimpften. Situationistische Internationale, Subversive Aktion und Yippies praktizierten vielfältige Formen des Happenings als symbolische Intervention, Stör-Aktion, Sit-In, Blockade etc. Dabei ist eine stetige Veränderung abzulesen: von einem anfangs rein symbolischen Aktionismus hin zu Konzepten, in denen die realen Verhältnisse aufscheinen. In den 70er Jahren fanden die Happenings ihre Fortsetzung vor allem im Umfeld der italienischen Autonomia und danach als ›Spaßguerilla‹ im Kontext der 81er-Bewegung in Berlin. In strikter Abgrenzung zu den 68ern kam ihr ›radikaler Spaß‹ aus der Vorstellung, dass ohnehin nichts zu verlieren sei.

Von Anfang an ist das Happening eng mit unterschiedlichen Kunst-Aktionismen und mit experimentellen Theaterformen verwandt. Für sie alle ist der Gedanke einer Überschreitung der gegebenen Verhältnisse zentral. Anders als im Kunstbereich geht es im politischen Happening um die Überschreitung sozialer

Überschreitung
◀ von Normen

Normen und hegemonialer Diskurse in einer konkreten Aktion: Tun, was nicht getan werden darf. Damit artikulieren Happenings stets auch eine Kritik an der bürgerlich-aufklärerischen Vorstellung von Öffentlichkeit und angeblich freiem Meinungs austausch.

Happenings bieten die Chance, die Rollenverteilung zwischen Akteuren und Publikum, die Rituale des Sprechens und Zuhörens, des Handelns und Passiv-Bleibens für einen Moment aufzuheben. Sie stellen die Kulturelle Grammatik des öffentlichen Raums momentan auf den Kopf.

Unsichtbares Theater

■■■■■■■■ An einem Nachmittag wird eine Einkaufsstraße in Wien teilweise gesperrt, ein Käfig wird aufgestellt, Passanten kontrolliert. Kinderwägen werden gefilzt, Sonden in Einkaufstaschen gesteckt. Unangenehm sind vor allem die Fragen, die die Wiener zu ihrer Identität und dem Zweck ihrer Reise beantworten müssen.⁸⁸ Hintergrund dieser Aktion war es, dem österreichischen Normalbürger die Realität erfahrbar zu machen, der alle Nicht-EU-Bürger an den Außengrenzen der Europäischen Union ausgesetzt sind.

Konfrontation mit der eigenen Passivität ▶

Hier werden die Passanten so an einer Aktion beteiligt, dass sie gar nicht merken, in einem geplanten Ablauf verwickelt zu sein. Im Gegensatz zum Happening, bei dem Requisiten aus dem Theaterfundus verwendet werden und die Inszenierung als solche erkennbar bleibt, wird hier in gezielter Weise eine bestimmte Situation theatralisch in Szene gesetzt. Absicht ist es, die Zuschauer zum Eingreifen, zum Handeln zu bringen oder auch mit ihrer eigenen Passivität und Indifferenz zu konfrontieren. Den Schauspielern kommt hier eine Indikatorrolle zu, sie regen das Thema an, verfremden dabei Rollen, die den Zuschau-

ern aus dem Alltag bekannt sind und lassen die Zuschauer das ›Stück‹ weiterspielen.

Es gibt kein Bühnenbild, die Szene findet dort statt, wo sie in ›Wirklichkeit‹ auch stattfinden könnte. Um dem belanglosen ›Ist doch eh bloß Theater‹ zu entgehen, muss jede Aktion (ähnlich wie bei einem Fake) so gemacht sein, dass sie von uneingeweihten Zuschauern nicht oder zumindest nicht sofort als solche erkannt werden kann.

Besonders wichtig ist eine vorausschauende Regie, auch wenn die Reaktionen der potentiellen Mitspieler prinzipiell nicht vorhersehbar sind. Möglicherweise ablaufende Prozesse sind im Vorfeld anzudenken und verschiedene Formen des Umgangs damit zu überlegen. Es muss möglichst sichergestellt werden, dass die beabsichtigte ›Message‹ auch überkommt – notfalls auch ohne Mitwirkung der ›nicht-eingeweihten‹ Zuschauer. In keinem Fall darf eine solche Situation einfach in der Hoffnung inszeniert werden, die Leute würden sich schon entsprechend verhalten.

◀ vorausschauende Regie

Nicht nur der öffentliche Raum kann als Bühne verwendet werden, sondern bereits von anderer Seite aufgeführte Stücke können kreativ uminterpretiert werden. Auf Veranstaltungen aller Art (Politveranstaltungen, Festakte, Versammlungen) können die Formen des Unsichtbaren Theaters als ›kommunikatives Mimikry‹ wirken.

Crossdressing

■■■■■■■■ Die Annahme von Zweigeschlechtlichkeit und das Prinzip der Heteronormativität gehören zu den Grundüberzeugungen moderner Gesellschaften, bis weit in linke, emanzipierte Kreise hinein. Das ›Gender‹- oder ›Queer‹-Konzept greift diese Ordnung

Heteronormativität beschreibt eine Weltanschauung, die Heterosexualität als soziale Norm postuliert. Man geht ganz selbstverständlich davon aus, dass sich jeder Mensch heterosexuell entwickelt. Die Entwicklung zur Heterosexualität wird nicht hinterfragt und nicht erforscht.

an, indem es die Zweigeschlechtlichkeit als gesellschaftliches Konstrukt entlarvt.

Männer, die Frauen spielen, haben seit langer Zeit ihren festen Platz auf Bühnen und bei anderen festlichen Gelegenheiten. Solange das Ganze im Theater, im Kabarett, im Club vor heterosexuellem Publikum stattfindet, ist die Tatsache, dass die Darsteller vielleicht homosexuell sind, sicher im Bereich des ›Anderen‹ aufgehoben. Die Identität des Zuschauers wird nicht in Frage gestellt, und es ist gut möglich, dass derselbe Zuschauer, der sich am Abend von einer Drag-Queen das Kinn kraulen ließ, am nächsten Tag wieder seinen schwulen Arbeitskollegen mobbt. Genauso wenig wird die herkömmliche Vorstellung von Geschlecht hinterfragt, wenn die Jungs vom Fußballclub beim Vereinsfest ein Ballett in kurzen weißen Röckchen aufführen.

Undurchsichtig wird das Ganze im Rahmen der Prostitution. Aber wenn sich hier Irritationen einstellen, bleiben sie vom Alltag abgetrennte Erfahrungen, die deshalb nicht unbedingt weitere Erkenntnisprozesse über Geschlecht nach sich ziehen.

Es lässt sich feststellen, dass vor allem diejenigen Menschen, deren sexuelle Praktiken nicht den üblichen Konventionen der Heterosexualität entsprechen, mit Diskriminierung und repressiven Maßnahmen konfrontiert sind. Auch diese Ächtung macht deutlich, dass Geschlecht als Bestandteil der kulturellen Grammatik nicht das Privatvergnügen einzelner, sondern eine für das Funktionieren unserer Gesellschaftsform wesentliche politische Kategorie ist.

Gender ist ein wesentliches und immer wieder machtvoll durchgesetztes zentrales Ordnungsprinzip der meisten heutigen Gesellschaften⁸⁹, weshalb es sich als Interventionsraum für Kommunikationsguerilla anbietet.

Geschlecht als Bestandteil kultureller Grammatik ▶

Es gibt viele Möglichkeiten, in das System des Geschlechterverhältnisses zu intervenieren: in der Arbeitsteilung, in der Lebensplanung von Karriereentwürfen und Sorge für Kinder, in der sexuellen Orientierung, in Veränderungen von tertiären Geschlechtsmerkmalen – wie zum Beispiel der Kleidung und Körpersprache.

Ein paar schwache Aspekte des Crossdressings haben bereits in den Modealltag Einzug gefunden; seit Beginn des letzten Jahrhunderts haben sich Frauen eine Reihe von als männlich definierten Kleidungsformen erobert. Auch bei der Männermode ist es zu einer Zunahme von Pastelltönen, von gepflegten langen Haaren, Körperkult und Parfum- und Schmuckgebrauch gekommen. Aber warum haben sich Männer die Röcke und Kleider noch nicht angeeignet?

Crossdressing erweist sich als wichtige Praktik der Kommunikationsguerilla im Alltag, weil es nicht nur für das Publikum, sondern auch für diejenigen, die das Spiel wagen, stereotype und unbewusste Vorstellungen radikal in Frage stellt.

Crossdressing bezeichnet Verfremdung tertiärer Geschlechtsmerkmale, d.h. der Zuordnung von Kleidung und Körpersprache zu einer geschlechtlichen Identität.

Tortenvwurf

Bei aller Vorhersehbarkeit verfehlte der Tortenvwurf ins Gesicht verdutzter Buhmänner seine Wirkung beim Kinopublikum nie. Dieser anarchische Akt, der gegen alle guten Sitten verstößt, verwandelt gestandene Herren im Nu in Witzfiguren, wie etwa den tyrannischen Arbeitgeber eines gepiesackten Charlie Chaplin.⁹⁰ Laurel und Hardy haben dieses wohl signifikanteste Slapstick-Element zur kunstvollen Performance erhoben.

Was ein Charakteristikum der Stummfilmzeit zu bleiben schien, lebte durch die ›Tortenvwurf‹ der 70er Jahre wieder auf. Sie löste in den höchsten Kreisen der Gesellschaft eine Welle der Angst aus. Die Vorstellung, eine Rede mit dem Gesicht voller

Verstoß gegen
◀ gute Sitten

Öffentlicher Raum

Sniping

Veränderungen am
gewohnten Bild ▷

⋮⋮⋮⋮⋮ Durch die Gestaltung des öffentlichen Raums werden Bewegungen und Begegnungen von Menschen gesteuert. Kommunikationsguerilla stellt die symbolische Deutungshoheit der staatlichen und ökonomischen Akteure in Frage. Dies tut sie mittels Interventionen, die die Funktion des öffentlichen Raumes sichtbar machen. Bei diesem ›Sniping‹ kommt es zu keiner Kommunikation im klassischen Sinne: Die Botschaft erschließt sich dem Betrachter, indem er Veränderungen am gewohnten Bild registriert, ohne deren Urheber zu kennen.

Symbolische Funktion
von Orten ▷

Mögliche Orte finden sich in allen gesellschaftlichen Räumen. Angriffspunkte ergeben sich daraus, dass Gebäude und Einrichtungen nicht nur eine konkrete Bedeutung gemäß ihrer Nutzung haben, sondern auch eine symbolische Funktion im Rahmen der kulturellen Grammatik: Das Stadtbild wird dominiert durch Repräsentationsbauten. Rathäuser repräsentieren die politische Macht, Museen haben die Aufgabe, als steingewordene Sinnbilder für kulturelle Werte zu wirken. Noch stärker wird das Aussehen der Stadt jedoch von den Bauwerken und Werbetafeln von großen Firmen, Läden, Banken und Versicherungen bestimmt: indem Daimler Chrysler seinen Mercedesstern auf dem Turm des Stuttgarter Hauptbahnhofs platziert, wirkt dieser fast als offizielles Wahrzeichen der Stadt.

Verfremden
von Botschaften ▷

Sniper sind semiotische Heckenschützen. Ihre Anschläge verüben sie mit Spraydosen; ihre Spezialität ist das ›hinterhältige‹, unbeobachtete Anbringen von Zeichen und Symbolen im öffentlichen Raum. Dabei geht es um die Veränderung, Kommentierung, Korrektur oder Verdeutlichung der (häufig

unausgesprochenen) Aussagen von Plakaten, Denkmälern, Schildern und dergleichen, oder auch um die ›Zweckentfremdung‹ scheinbar inhaltsneutraler Mauern und Gebäudefassaden durch Graffiti. Die meisten Angriffe der Sniper sind zugleich unerlaubte Eingriffe ins Privateigentum.

Eine andere Bedeutung des englischen Worts ›Sniping‹ ist ›Schnipseln‹. Beim Sniping wird mit unterschiedlichen zeichnerischen oder textlichen, oft fragmentarischen Eingriffen gearbeitet. Sniper nutzen das Material, das sie bei ihren nächtlichen Operationen auf dem Gelände des ›Feindes‹ vorfinden. Sie ergänzen und entstellen es mit ihren semiotischen Geschossen, mit Bruchstücken von Texten, Symbolen oder Bildern. Dabei wird die ursprüngliche Botschaft verfremdet und unter Umständen in ihr Gegenteil verkehrt.

Billboard Banditry

⋮⋮⋮⋮⋮ Beliebte Ziele der Sniper sind Werbetafeln (engl. billboards) und Plakate – diese Art von Kommunikationsguerilla nennt man auch Billboard Banditry. Die Zeitschrift Adbusters hat sich in den letzten Jahren zur Ikone der Szene entwickelt. Sie reden von ›to correct an offensive billboard‹⁹⁶, dem Korrigieren aufdringlicher Werbetafeln. Die kalifornische ›Billboard Liberation Front‹ preist in ihrem Manifest ›The Art & Science of Billboard Improvement‹ die ›Kunst und Wissenschaft der Verbesserung von Werbetafeln‹. Die sehr heterogene Vielzahl der Gruppen in den USA, die sich der Billboard Banditry verschrieben haben, geht davon aus, dass sich Werbebotschaften durch geeignete Eingriffe als Verführer impotent machen lassen.

impotente
◀ Werbebotschaften

Hinzufügen oder Weglassen von Buchstaben bzw. Wörtern, Bildern oder Symbolen soll den Sinn einer Aussage eines Plakats verfremden oder ins Absurde verkehren: aus ›HOTEL

ESSEX« wird so »HOT SEX«. Je kleiner die Veränderung, desto größer ist die Überlebensdauer des modifizierten Plakats.

Das Hinzufügen von »Hitlerbärtchen«, das Anbringen von Pickeln oder das Ausmalen von Zähnen mit schwarzer Farbe sind schon aus der Schule bekannt und könnten als erste Gehversuche von Billboard Bandits angesehen werden. Der Widerwille gegen allzu glatte und gestylte Menschen auf den Werbeplakaten mag der Grund für diese Art von »Verunstaltung« sein.

Sniping in Form von Billboard Banditry lässt sich als eine Form von Alltagskritik verstehen, die die auf ökonomischer Stärke beruhende Machtposition der Auftraggeber einer Werbung angreift und entzaubert. Parodistischer Humor, Sprachwitz und gekonnte Verfremdung sind dabei besonders wirkungsvoll, während Beleidigungen oder Klartextparolen wenig subversive Kraft haben.

Denkmäler

Vorgeprägte Sichtweisen ▶ ■■■■■ Ein weiteres bevorzugtes Ziel von Snipern sind Denkmäler. Sie befinden sich auf öffentlichen Plätzen und zeugen von der Macht und den Möglichkeiten ihrer Stifter, eine bestimmte Sichtweise eines Ereignisses oder einer historischen Figur im öffentlichen Raum dauerhaft zu inszenieren. Sie verkörpern nicht die historische Wahrheit, sondern drängen dem Betrachter die Sichtweise auf, die der Bauherr impliziert. »Es ist notwendig, sowohl die Geschichte als auch die Differenz zur Geschichte in der Öffentlichkeit von Denkmälern festzuhalten.«⁹⁷

Mittels verschiedener Arten symbolischer Interventionen versuchen Sniper ihre Differenz zur Perspektive der Denkmalsstifter auszudrücken. Es geht nicht so sehr um das Zerstören, sondern hauptsächlich um die Verfremdung und Entwendung

der vorgefundenen Symbole. Dabei lassen sich unterschiedliche Arten des Umfunktionierens beobachten.

Mitunter genügt es schon, eine Fahne hinzuzufügen, um eine temporäre Besetzung eines öffentlichen Raumes zu markieren: Jedes Mal, wenn der »Revolutionäre Block« in Bonn demonstriert, wird dem Beethoven-Denkmal auf dem Marktplatz die schwarze Fahne aufgesteckt.⁹⁸

Ebenso symbolhaft angelegt war die Aktion des »Büro für ungewöhnliche Maßnahmen« zur Rettung des 18 Meter hohen Lenin-Denkmal 1991 in Berlin-Friedrichshain. Statt des vom Senat forcierten Abrisses forderten sie die Möglichkeit, ihn jedes Jahr von einem anderen Künstler umgestalten zu lassen.⁹⁹

Graffiti

■■■■■ Sniping kann über die Korrektur von mehr oder weniger expliziten Aussagen hinaus auf die symbolische Besetzung von Orten zielen, die sonst eher funktionalen Charakter zu haben scheinen: Mauern, Gebäude, Verkehrsschilder, Züge etc. Im Wissen, dass es keine »nicht-signifikanten« Orte gibt – eine kahle Betonmauer oder eine frisch lackierte S-Bahn sind im Gegenteil ausgesprochen bedeutungsgeladen – erfolgt durch das Spraysen, das Auftragen von Schablonentext, durch das Anbringen von Aufklebern, Plakaten oder Fahnen, eine »Besetzung«. Oft bestehen Graffiti nur aus Bildern oder »tags«, also persönlichen »Markierungen«, was im traditionellen Verständnis von Politik als eher unpolitisch gilt. Tatsächlich liegt die Aussage von Graffiti häufig nicht in einer deutlichen Klartextbotschaft, sondern in der Aneignung des öffentlichen Raums, zu welchem Zweck auch immer. Dabei können gerade Graffiti, die keine ausdrücklichen inhaltlichen Aussagen transportieren und sich dem Zwang zum »Sinn machen« verweigern, besonders provozierend sein.

◀ Besetzung von Flächen

Illegalität vs. Integration ▶

Graffiti unterlaufen ein Öffentlichkeitsverständnis, das die Gestaltung des öffentlichen Raumes an privates Eigentum und bürokratische Legitimation bindet. Hier trifft Marshall McLuhans Aussage »The medium is the message« tatsächlich zu. Graffiti kritisieren die Repräsentationsfunktion von Architektur und stellen das Recht auf eine ungestörte Fassade in Frage.

Auf jeden Fall können Graffiti als Angriffe auf das System verstanden werden, was an der unter Umständen drastischen Verfolgung von Sprayer und den drakonischen Strafen zu sehen ist. Aber auch hier kann sich der Bedeutungswandel zeigen, den derartige Aktionen im Lauf der Zeit erleben können: Die spezifischen Bedingungen des Sprayens führen mitunter zu überzeugenden formalen Lösungen: »Das Wagnis des Zeitdrucks, die Heimlichkeit der nächtlichen Ausführung, die Beschränktheit der Mittel, die räumlichen Gegebenheiten: all dies sind paradoxe Fundgruben so mancher formaler Einfälle.«¹⁰⁰ Die Tendenz, Graffiti-Sprayer als Künstler zu integrieren, Graffitiwände zur Verfügung zu stellen, ist beispielhaft für eine Reaktion mit Zuckerbrot und Peitsche. Diese Strategie verfolgt das Ziel, den mit Graffiti verbundenen Angriff auf den öffentlichen Raum zu verhindern. Die legalisierte und geförderte Platzierung von Graffiti entschärft deren subversive Wirkung dabei unter Umständen zuverlässiger als jede offene Repression.

Massenmedien

Im Gegensatz zum direkten Dialog zwischen wenigen Menschen wird über Massenmedien eine Vielzahl von Publikum erreicht, die üblicherweise keine Möglichkeit der direkten Rückmeldung hat. Sowohl die Auswahl, wer kommunizieren darf, als auch, was überhaupt kommuniziert wird, ist höchst selektiv. Kommunikationsguerilla nutzt Massenmedien, indem sie diese fälscht, oder – wie beim »Subvertising« – versucht, deren kommerzielle Nutzung zu verdrehen.

Breitenwirkung von
◀ Massenmedien

Subvertising

»Subvertising« ist ein Neologismus, der aus dem englischen Wort für werben, »to advertise« und »to subvert« gebildet wurde.

Antiwerbung
◀ und Werbeparodien

Im Gegensatz zum Sniping, bei dem es um den Widerstand gegen die Omnipräsenz von Produktwerbung durch Verfremdung einzelner Plakate geht, will die Form des Subvertising die Werbung mit ihren eigenen Mitteln schlagen.

In den USA und Australien ist »Subvertising« eine wichtige Aktionsform der dort unter der Bezeichnung »Culture Jamming« bekannten Spielart von Kommunikationsguerilla. Man versteht darunter den Versuch, aus der Rolle des passiven Rezipienten von Botschaften oder Käufers von Waren herauszutreten und die öffentliche Auseinandersetzung über deren politische oder gesellschaftliche Bedeutung wieder aufzunehmen.

Gemeint ist die Produktion und Verbreitung von Anti-Werbung oder Werbeparodien, indem Anzeigen und Werbekampagnen durch Verfremdung dekonstruiert werden. Ein Beispiel für Subvertising ist etwa die Veränderung des Slogans »The United



Colors of Benetton« in »The United Colors of Advertising« oder »United Bullshit of Advertising« – beides als Text zu einem dargestellten Haufen menschlicher Exkreme. Als weiteres Beispiel ist ein Stencil mit dem Nike-Swoosh anzuführen, aus dem ein Flugzeug in die Türme des World Trade Center kracht, mit dem damaligen Claim der Nike-Werbung »Just do it« unterschrieben – hier als zynischer Untertitel gewendet. Aus diesem Motiv spricht mehr als nur Anti-Amerikanismus: Es ist ein passendes Beispiel für die Subversion von Zeichen, wenn das Logo der Firma Nike, das quasi den amerikanischen Traum verkörpert, gegen den amerikanischen Alptraum gewendet wird.

Entwertung
von Botschaften ▶

Inhaltlich geht es beim Subvertising darum, ein Produkt schlecht oder lächerlich zu machen. Die Werbung für das Produkt wird aufgegriffen, wobei Inhalte verschoben und die ursprünglichen Botschaften entwertet werden. Außerdem kann Subvertising auch darin bestehen, zu einer Werbung Klartext über die »eigentliche« Wirkung oder die Nebenwirkungen eines Produktes hinzuzufügen.

Häufig werden Texte oder Bilder auf öffentlich zugänglichen Werbeflächen wie Plakatwänden oder Firmenschildern verändert, wie in dem vorangegangenen Kapitel zu Sniping dargelegt wurde.

In den USA und Australien zielt die Mehrheit des Subvertising auf konsumkritische Aufklärung gegen Alkohol-, Zigaretten- und Kosmetikwerbung. Hier haben sich vor allem die Zeitschrift Adbusters und die Billboard-Banditry-Gruppe BUGA UP hervorgetan, bei denen der Protest auf die Forderung nach Konsumverzicht und Selbstdisziplin reduziert ist: Trinkt keinen Alkohol, raucht nicht, seht nicht fern und kauft nichts. Dass so ein Vorgehen wenig subversiv ist, erscheint offensichtlich.

Dennoch kann Subvertising auch grundlegende Kritik ausdrücken. Durch das Spiel mit Werbeparolen werden neue Sichtweisen auf die bunte Warenwelt ermöglicht. Dadurch kann die Reduzierung menschlicher Existenz auf den Aspekt des Konsumierens von Waren in Frage gestellt werden, auch ohne dass sich das in konsumkritischen Puritanismus niederschlagen muss.

Schaffung
◀ neuer Sichtweisen

Fakes

Das Herstellen von Fakes ist eines der beliebtesten Betätigungsfelder von Kommunikationsguerilla. Ein gutes Fake verdankt seine Wirkung dem Zusammenwirken von Imitation, Erfindung, Verfremdung und Übertreibung. Es ahmt die Stimme der Macht möglichst perfekt nach, um für einen begrenzten Zeitraum unentdeckt in ihrem Namen und mit ihrer Autorität zu sprechen (z.B. durch Fälschung amtlicher Schreiben). Das Fake entfaltet seine Wirksamkeit im Verlauf des Prozesses, der der Aufdeckung folgt.

◀ perfekte Nachahmung

In den heutigen bürgerlichen Gesellschaften wird Macht sehr stark auf diskursivem Wege ausgeübt und legitimiert. Fakes sind ein Versuch, dieses Funktionsprinzip der Macht zu stören und ihre Legitimation zu beschädigen, indem in ihrem Namen falsche, gezielt modifizierte oder auch schlicht sinnlose Informationen verbreitet werden.

Das Fake beruht also auf der Störung bzw. momentanen Umstürzung dessen, was der französische Philosoph Michel Foucault als »Ordnung des Diskurses«¹⁰¹ bezeichnet und als wesentliches Element von Machtausübung identifiziert hat. Diese Ordnung bestimmt sowohl die in der gesellschaftlichen Kommunikation zulässigen Aussagen als auch die zulässigen Sprecher. Wer heimlich den Sprecher austauscht, stört die Regeln, die festlegen, wer wann was sagt und sagen darf und wer nicht. Besonders effektiv ist das in Situationen, in denen Name oder

Funktion und Taktik
◀ von Fakes

Etikett der Sprechenden und nicht die Kraft ihrer Argumente den Stellenwert von Aussage bestimmen. Durch das Fake werden die verdeckten diskursiven Machtstrukturen plötzlich sichtbar. Ein Beispiel: Lokale Behörden verordnen in Briefen den Bürgern Aids-Checks. Aussage und Sprecher oszillieren: Einerseits zweifelt der anständige Bürger an dem Schreiben, da er an den Respekt der Behörden gegenüber seiner Privatsphäre glaubt, andererseits geht er vielleicht trotzdem zum Aidstest, weil er eben diesen Behörden die Wahrung der ›Volksgesundheit‹ zugesteht. Die ›rechten‹ Institutionen können das Fake nun nicht einfach unkommentiert lassen, und damit führt ein Dementi zur Thematisierung tendenziell unangenehmer Fragen.

Symbole der Legitimation ▷

Auf solch einem Briefbogen mit dem Briefkopf eines Amtes wird durch die Verwendung von Zeichen die Legitimation, im Namen der Macht zu sprechen, vorausgesetzt. Derartige Signets, Titel, Namen oder auch das verwendete Medium ist reserviert für sie allein. Diese Zeichen sind für diskursive Machtausübung wesentlich und dementsprechend durch Gesetze und Strafandrohungen abgesichert: Nur die legitime Macht darf die Autorität haben, bestimmte Aussagen zu treffen.

Reaktion im Dementi ▷

Dabei beruht die Taktik des Fakens auf einem Paradox: Einerseits muss das Fake ›gut sein‹, damit es möglichst wenig als solches erkennbar ist, andererseits soll es aber zugleich einen Kommunikationsprozess auslösen, in dem klar wird, dass die Information falsch war. Die Formel lautet:
Fake = Fälschung + Aufdeckung / Dementi / Bekenntnis.

Andererseits ist ein Fake, das überhaupt nicht erkannt wird, im Sinne der Urheber wirkungslos. Im schlimmsten Falle verdoppelt und bekräftigt es den imitierten Machtdiskurs.

Mit dem Dementi versucht die Macht, die gestörte Ordnung wiederherzustellen: Der Gefakte meldet sich zu Wort

und erklärt allen, wie es wirklich ist. Wer tatsächlich im Namen der Macht spricht, traut den Leuten wohl nicht zu, ein Fake selbst zu erkennen. Ein Dementi spielt dem Fake in die Hände, denn dadurch erhält es ein quasi amtliches Gütesiegel. Da dies in der Regel über die Massenmedien verbreitet wird, verleiht es ihm außerdem eine Publizität, die oft über seine eigentliche Reichweite weit hinausgeht.

Auch ein gefälschtes Dementi ohne vorhergehendes Fake wurde schon ausprobiert, bei dem die Verfasser davon ausgingen, dass das Dementi eines Dementi halsbrecherische diskursive Verrenkungen verlangt.

Verwirrung stiften, falsche Kommunikationspfade legen – solange, bis keiner der Beteiligten mehr weiß, was eigentlich Sache ist – Fakes verursachen kommunikatives Chaos und das entsteht in einer Situation, in der die Zuordnung von Sprechern und Aussagen endgültig unmöglich ist.

2004 gelang es dem Aktivistenduo ›The Yes Men‹, im Namen der Dow Chemical Company im BBC-Fernsehinterview zu behaupten, der Konzern würde nun endlich die Opfer der Bhopal-Katastrophe von 1984 entschädigen, worauf diese bereits seit über 20 Jahren warten. Sofort fielen Aktienkurse des Konzerns drastisch und das öffentliche Interesse galt nach Jahren des Vergessens wieder den Missständen in Bhopal.

Imageverschmutzung

Ruiniertes Ruf ▶ ::::: Über einen Transparenttext wie »Homosexuals for Nixon – We love Dick«¹⁰², der 1973 beim großen Yippie-»Fuck-In« zu sehen war, dürfte sich US-Präsident Richard Nixon nicht sonderlich gefreut haben. Wie zuvor schon an anderer Stelle erwähnt, widerfuhr auch Philip Scheidemann Ähnliches, als er 1919 zum Ehrendada gekürt wurde (vgl. »Dadaismus und die Situationistische Internationale« S. 20).

Imageverschmutzung ist eine Praxis, die einerseits auf Techniken wie Fakes und Fälschungen und andere Techniken subversiver Kommunikation, andererseits aber auch auf militanten »Klartext« zurückgreift. Imageverschmutzung zielt darauf ab, den Ruf einer Person, einer Gruppe, einer Partei, einer Stadt oder eines Landes nachhaltig zu schädigen und so denjenigen einen Strich durch die Rechnung zu machen, die sich positiv darstellen und mit dem Image einer schönen, heilen Welt brüsten.

Imageverschmutzung ist nicht nur im Rahmen großer Kampagnen denkbar und funktioniert auch nicht bloß dadurch, sich selbst durch »Klartextaktionen« zum Garanten eines schlechten Images zu machen. Autonome, Lesben oder Kommunisten können den politischen Gegner auch dadurch in eine peinliche Lage bringen, dass sie beginnen, ihn lauthals zu unterstützen.

Wahre Ereignisse durch falsche Aussagen ▶

Es lassen sich also Politikern Aussagen unterschieben, die sie gar nicht gemacht haben, die ihre politischen Gegner ihnen aber liebend gerne unterstellen würden. Alle möglichen Themen kommen dabei in Betracht: die Legalisierung von Drogen, die Einrichtung von Fixerstuben oder die Entkriminalisierung bestimmter Delikte. Es ist eine ausgezeichnete Methode, Politiker zu zwingen, Dinge zu sagen, die sie sonst aus (wahl)taktischen Gründen freiwillig nicht sagen würden. Imageverschmutzung hilft so, mit falschen Aussagen wahre Ereignisse zu schaffen. Zum

einen lässt sich damit ein politisches Thema in der Öffentlichkeit platzieren, zum anderen haben diejenigen das Gesetz des Handelns auf ihrer Seite, die den politischen Gegner in Zugzwang bringen und ihn durch Beifall von der falschen Seite zu einem Dementi oder einer Richtigstellung zwingen.

Eine recht bekannte Imageverschmutzungskampagne ist die NOlympia-Bewegung. Die Aktionen gegen die Olympiabewerbung in Amsterdam 1986 und Berlin 1992 richteten sich vor allem gegen die damit verbundenen städtebaulichen Umstrukturierungen und die Verwendung öffentlicher Gelder für die Interessen einzelner. Mit den Aktionen sollte das Bild der makellosen Bewerberstadt befleckt werden. Dabei wurde das bestehende Klischee von der schmutzigen Metropole und den gewaltbereiten Autonomen auf die Spitze getrieben. Als persönliches Geschenk an die IOC-Vertreter ließen die Amsterdamer im Namen des Oberbürgermeisters den Sportfunktionären Haschischsendungen zukommen, um diese »Bekanntschaft machen [zu] lassen mit einem der Amsterdamer Erzeugnisse«, das »an über 500 legalen Verkaufsstellen erhältlich« sei.¹⁰³

Schließlich bekam Barcelona den Zuschlag, Amsterdam schied schon in der ersten Abstimmungsrunde aus.

Extro

Die Aktionen der Kommunikationsguerilla werden häufig als »symbolische Politik« bezeichnet und nach messbaren Erfolgen befragt. Doch Kommunikationsguerilla ist »keine Strategie mit dem Ziel, das System aus den Angeln zu heben und die Macht zu erobern.«¹⁰⁴ Sie betreibt Metakommunikation, sie formuliert keine expliziten Botschaften, sondern schafft Mehrdeutigkeiten, wodurch sie die herrschenden Kommunikationsformen und Problemlösungsstrategien selbst in Frage stellt. Diese Charakteristika von subversivem Protest machen es dagegen nahezu unmöglich zu sagen, ob von Kommunikationsguerilla Veränderungen ausgehen. In der Regel haben ihre Interventionen keine tief greifenden politischen oder ökonomischen Veränderungen zur Folge. Ihre größte Leistung »besteht immer noch darin, in einer symbolischen Weise die medialen Oberflächen des Öffentlichen zu beschädigen, und damit deren glattes und unsichtbares Funktionieren aufzubrechen.«¹⁰⁵

Ansatz im sozialen Alltag ▶

Eine elementare Frage ist, wer eigentlich der ›Feind‹ ist, gegen den Kommunikationsguerilla agiert. Inzwischen sind die herrschenden gesellschaftlichen Formen derart differenziert, dass eine fest umrissene Kulturelle Grammatik nicht mehr auszumachen ist. Kein Bereich der Gesellschaft entzieht sich per se den Machtstrukturen, weder die Kunst, noch die subkulturelle Musikszene, auch nicht die autonome Szene. Deswegen muss auch die Störung der Legitimation und des Funktionierens von Macht und Herrschaft auf einer ›Mikro-Ebene‹ ansetzen. Aus Sicht der Kommunikationsguerilla entsteht gesellschaftliche Veränderung auch und vornehmlich im sozialen Alltag. Hierbei versucht Kommunikationsguerilla, eine grundsätzliche Kritik an Macht und Herrschaft aufscheinen zu lassen, selbst wenn diese nicht explizit formuliert wird. Allerdings versuchen sie trotz ihrer grundlegenden (Ideologie-)Kritik, sich ihrer beschränkten Möglichkeiten bewusst zu sein, anstatt sich die eigene Praxis großmäulig als ›richtige, ›große, ›revolutionäre‹ Politik einzubilden. »Die Utopie einer anderen Gesellschaft lässt sich nicht in Buchstaben, sondern allenfalls in kulturellen Formen artikulieren, nicht als fertiger Text, sondern stets fragmentiert und unvollständig.«¹⁰⁶

Rekuperation ▶

Es überrascht kaum, dass sich auch Werbung, PR und Marketing der Kommunikationsguerilla annehmen und sie für ihre Zwecke nutzen wollen. In Zeiten, in denen der »Bezug von Aufmerksamkeit [...] mehr wert als jedes andere Einkommen«¹⁰⁷ ist, wird immer wieder auf das Überraschende, Unerwartete und Spektakuläre, auf ›Guerilla Marketing‹ gesetzt.¹⁰⁸

Generell werden Revolutionsphantasien und Sozialutopien kontinuierlich recycelt, insbesondere in der Kulturindustrie. Sogar in alternativen Kreisen gehört es »zu einer Lebenskultur, sich vor der eigenen community politisch dissident, subversiv, guerillamäßig zu präsentieren.«¹⁰⁹

Diesen Prozess, »in dem subversive Praxis für die Modernisierung der bestehenden Verhältnisse funktionalisiert wird«¹¹⁰, nannten die Situationisten ›Rekuperation‹. Das oppositionelle Denken wird von der Gesellschaft verflacht übernommen und massenhaft in Umlauf gebracht.

Kommunikationsguerilla aber will nichts sein außer politisch. Das unterscheidet sie deutlich von Werbung. Die kann sich zwar bei den Techniken der Kommunikationsguerilla bedienen, die zu Grunde gelegten Motive aber bleiben dieselben wie in jeder anderen Werbung auch: Sie will etwas verkaufen.

Kommunikationsguerilla
◀ als direkte Konfrontation

Die ›garantiert kritische Kritik‹ oder die ›garantiert rekuperationsfeste Aktionsform‹ gibt es nicht. Die herrschenden Verhältnisse sind kompliziert, und die Revolte wird immer zum Teil von denselben Verhältnissen geprägt sein, mit denen sie sich auseinandersetzt.

Kommunikationsguerilla »muss direkte Konfrontation werden. Und das kann sie nur in illegitimer und mithin illegaler Form, weil Legitimität und Legalität die diskursive Raumordnung der bürgerlichen Gesellschaft immer schon verinnerlicht haben.«¹¹¹ Dass so eine Verinnerlichung wunderbar funktioniert, spricht aus der Aussage: »Überwachung von öffentlichen Räumen? Da habe ich nichts dagegen, da ich dort ja nichts Verbotenes tue.«

Bilderstrecke



Während der Demonstrationen zum 1. Mai wurde die Winston-Churchill-Statue auf dem Londoner Parliament Square mit einem »turf mohican«, eben einem länglichen Rasenstück, verziert. Sogleich sah der ehemalige Premier aus, als trüge er einen punkigen Irokesenhaarschnitt.



Bei dieser Sniping-Aktion wurde die Benutzeroberfläche der verbreiteten Bildbearbeitungssoftware »Photoshop« auf einem Werbeplakat imitiert, um auf die Künstlichkeit der Werbung hinzuweisen.

Anlässlich der »Berlinale« 2009 fügten Berliner Streetart-Künstler den Mitarbeiter-Infotafeln großer Kaufhäuser die Bilder von Filmstars hinzu. Unter dem Titel »Battle of... Stars look like everyone« machen sie auf den Personenkult um Prominente aufmerksam: Äußerlich betrachtet, könnten sie auch einfache Angestellte sein.



Auf der Rückseite des »Greenpeace Magazins« werden regelmäßig satirische Reklame-Imitationen (Adbusting) großer Konzerne abgedruckt, in diesem Fall eine verfremdete Werbekampagne der Boulevardzeitung »Bild«. Auf der linken Seite ist ein Original zu sehen.



Ihr seltsames Verhältnis zu BILD,
Gregor Gysi, Philipp Lahm, Udo Lindenberg, Katharina Saalfrank,
Barbara Schöneberger und Richard von Weizsäcker?

*Wir weben
ohne Skandal
für Volksoverdummung*



Liebe Kölnerinnen und Kölner!

In § 7, Abs. 2 der Kölner Straßenordnung, heisst es:

„Abfallbehälter aller Art, Sammelbehälter zur Rückgewinnung von Rohstoffen und Behältnisse für Streugut dürfen nicht durchsucht, Gegenstände daraus nicht entnommen oder verstreut werden.“

Nach der neuen Bußgeldverordnung vom 15.03.2005 gelten folgende Verwarnungs- und Bußgelder:

- Durchsuchen von in § 7, Abs. 2, KStO benannten Behältern – 5 Euro
- Entnahme von Gegenständen aus diesen Behältern – 10 Euro
- Verstreuen von Gegenständen aus diesen Behältern, in geringem, bzw. größerem Umfang – 20 bis 100 Euro

Um Zuwiderhandlungen (z.B. durch Obdachlose) vorzubeugen, bitten wir Sie Ihre Pfandflaschen zukünftig gut sichtbar **NEBEN** den oben genannten Abfallbehältnissen abzustellen.

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

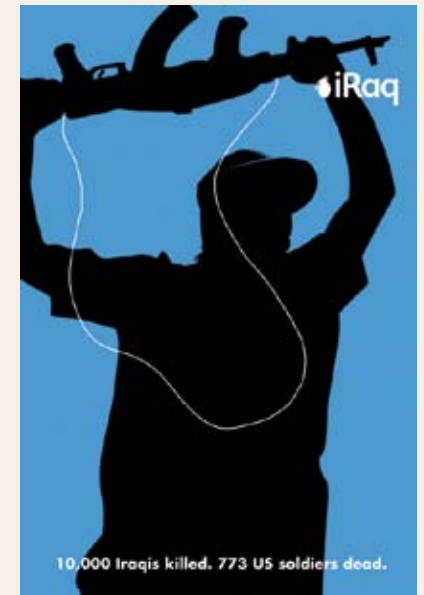
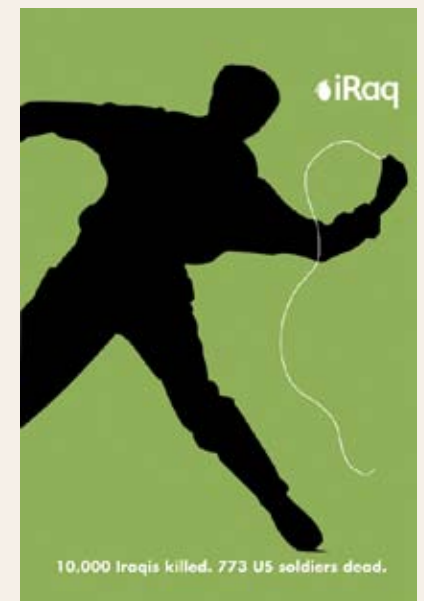
Stadt  Köln
Der Oberbürgermeister



Dieser Aufkleber prangte 2005 an hunderten Kölner Müllcontainern. Mit dem Kölner Doppeladler-Wappen sah er amtlichen Bekanntmachungen täuschend ähnlich.

Grund war die neuerlassene Straßenordnung, die es unter Strafe verbot, Gegenstände aus Papierkörben zu nehmen. Leidtragende waren u.a. Obdachlose, die durch das ›Sozial-Recycling‹ ein wenig Geld verdienen.

Bei der von Ernst Volland bearbeiteten, bekannten »Ich trinke Jägermeister, weil...«-Kampagne wird durch den Begriff »Dealer« der Drogencharakter von Alkohol hervorgehoben und damit zugleich auf die Doppelmoral in der bundesdeutschen Drogenpolitik hingewiesen.



Das New Yorker Künstlerkollektiv »forkscrew« hat in dieser Plakatserie die Formsprache der iPod-Werbung übernommen, um den Kontrast zwischen der westlichen Konsumwelt und den irakischen Kriegsschicksalen zu demonstrieren.

Anhang

Anmerkungen

Intro

- ◁ 1 Nicht aus Überzeugung, sondern zur Wahrung der Übersichtlichkeit und Lesbarkeit wird in der nachfolgenden Arbeit die männliche Form auch als Synonym für die weibliche Form verwendet.
- ◁ 2 Law, Larry: Buffo! Amazing Tales of Political Pranks and Anarchic Buffoonery. London & Reading: Spectacular Times, 1984. S. 29
- ◁ 3 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S. 110
- ◁ 4 Interview mit Wahlkampfhelfer »Wavy Gravy« in »Yipster Times« (September 1976). Zitiert nach: URL: <http://www.chessworks.com/nobody.htm> (Website offline)
- ◁ 5 vgl. Barbie Liberation. URL: <http://www.sniggle.net/barbie.php> und: RTMark: B.L.O. »Operation NewSpeak« Script. URL: <http://www.rtmk.com/bloscript.html> (Stand: 25.10.2009)
- ◁ 6 vgl. URL: <http://www.antimilitaristen.org/toro/resource/html?locale=de&token#wiki.12e> – Eine ähnliche Aktion starteten die Yippies in den 60ern: Auf einer Demonstration suchten sie die Konfrontation mit der Polizei. Als diese begann, auf die Demonstranten einzuschlagen, drückten sie kleine Plastiksäckchen gefüllt mit Blut über ihren Köpfen aus. Zeitgleich wurden Rauchbomben gezündet und Maschinengewehrsalven tönten aus Kassettenspektakulär. (vgl. autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S. 143)
- ◁ 7 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S. 7
- ◁ 8 Situationistische Internationale Nr. 6: Anleitung für den Kampf. August 1961. Zitiert nach: informationszentrum 3. welt: Spektakulär! Kunst, Politik und Subversion. Nr. 301, Juli / August 2007, S. 19

Kommunikationsguerilla analysiert

- ◁ 9 vgl. Wikipedia: Napoleonische Kriege auf der Iberischen Halbinsel. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Napoleonische_Kriege_auf_der_Iberischen_Halbinsel (Stand: 15.10.2010)
- ◁ 10 alle: Wikipedia: Guerilla. Bedeutung und Geschichte. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Guerilla#Bedeutung_und_Geschichte (Stand: 15.01.2010)
- ◁ 11 Mao Tse-tung: Theorie des Guerilla-Krieges oder Strategie der Dritten Welt. Reinbek: Rowohlt, 1966
- ◁ 12 Ernesto Ché Guevara: Guerilla – Theorie und Methode. Berlin: Wagenbach, 1972
- ◁ 13 Schneider, Frank / Friesinger, Günther: URBAN HACKING als praktische und als theoretische Kritik der öffentlichen Räume. URL: <http://www.paraflo.ws.at/index.php?id=123> (Stand: 15.01.2010)
- ◁ 14 Marx, Karl: Zur Kritik der Hegelschen Rechtsphilosophie. Einleitung. In Marx, Karl/Engels, Friedrich: Werke 1: 1839 – 1844: Band 1. Berlin: Dietz, 2007. S. 385
- ◁ 15 Greil Marcus: Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – Eine geheime Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts. Reinbek: Rowohlt, 1996
- ◁ 16 Wikipedia: Subversion. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Subversion> (Stand: 15.01.2010)
- ◁ 17 »auf den Umsturz der bestehenden staatlichen Ordnung zielende, meist im Verborgenen betriebene Tätigkeit« vgl. Subversion. In: Brockhaus die Enzyklopädie in 24 Bänden. Band 21. 20. Auflage, Mannheim: Brockhaus, 1999. S. 333
- ◁ 18 Wikipedia: Poststrukturalismus / Dekonstruktion. In: Ders.: Philosophie der Gegenwart. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Philosophie_der_Gegenwart#Poststrukturalismus_2F_Dekonstruktion (Stand: 15.01.2010)
- ◁ 19 vgl. Pitschmann, Barbara: Subversion für Quereinsteiger. URL: <http://subversivmesse.net/about/subversion-fur-quereinsteiger> (Stand: 12.01.2010)
- ◁ 20 vgl. Blee, Klaus: Buchbesprechung zu »Subversive Theorie« von Johannes Agnoli. URL: <http://www.klausblees.de/Agnoli2.html> (Stand: 10.01.2010)

- ◁ 21 vgl. Wikipedia: Prometheus-Mythos. In: Ders.: Prometheus.
URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Prometheus#Prometheus-Mythos> (Stand: 15.01.2010)
- ◁ 22 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S. 8
- ◁ 23 vgl. Eco, Umberto: Für eine semiologische Guerilla. In: ders.: Über Gott und die Welt. Essays und Glossen. 5. Auflage, München: dtv, 1996, S. 146-156
- ◁ 24 ebd., S.156.
- ◁ 25 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S. 8
- ◁ 26 autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: Was ist Kommunikationsguerilla?
URL: <http://www.contrast.org/KG> (Stand: 22.01.2010)

Kommunikationsguerilla geschichtlich

- ◁ 27 vgl. Wikipedia: Fountain (Duchamp).
URL: [http://de.wikipedia.org/wiki/Fountain_\(Duchamp\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Fountain_(Duchamp)) (Stand: 17.01.2010)
- ◁ 28 vgl. Wikipedia: Einfluss des Ersten Weltkrieges auf sein Werk. Einfluss des Ersten Weltkrieges auf sein Werk. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/George_Grosz#Einfluss_des_Ersten_Weltkrieges_auf_sein_Werk (Stand: 17.01.2010)
- ◁ 29 vgl. Riha, Karl: Das Oberdada. Die Geschichte einer Bewegung von Zürich bis Zürich. Siegen: Universität-Gesamthochschule, 1987.
Zitiert nach: URL: <http://www.physiologus.de/ueberlieferung.htm> (Stand: 17.01.2010)
- ◁ 30 vgl. Jung, Franz: Der Weg nach unten: Aufzeichnungen aus einer großen Zeit, 3. Auflage. Hamburg: Edition Nautilus, 2000. S. 317.
Zitiert nach: URL: <http://www.physiologus.de/ernenn.htm> (Stand: 17.01.2010)
- ◁ 31 Greil Marcus: Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – Eine geheime Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1996, S. 363. Zitiert nach: Baumann, Claus: Referat über die Geschichte und Theorie der Lettristen und Situationisten. URL: <http://www.linke-buecher.de/texte/situationisten/situhier/REFERAT-UEBER-DIE-GESCHICHTE-UND-THEORIE-DER-LETTRISTISCHEN-INTERNATIONALE-UND-DER-SITUATIONISTISCHEN-INTERNATIONALE-1.htm> (Stand: 11.01.2010)
- ◁ 32 vgl. Debord, Guy: Die Gesellschaft des Spektakels. Wien: Edition Revolutionsbräuherof, 1999
- ◁ 33 Wikipedia: Situationistische Internationale. Die Gesellschaft des Spektakels. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Situationistische_Internationale#Die_Gesellschaft_des_Spektakels (Stand: 22.01.2010)
- ◁ 34 ›homo faber‹: lateinisch für ›der schaffende Mensch‹ bzw. ›der menschliche Handwerker‹. Das Konzept des homo faber hebt seine Eigenschaft als aktiver Veränderer seiner Umwelt hervor.

- ◁ 35 ›homo ludens‹: lateinisch für ›der spielende Mensch‹, als Erklärungsmodell des Lebenden Menschen. Der homo ludens entwickelt sich aus dem was er tut und erlebt, zu dem was er ist. Unter anderem Friedrich Schiller und Herbert Marcuse beschäftigten sich mit dem Konzept.
- ◁ 36 Trocchi, Alexander: Potlatch – an interpersonal log. Zitiert nach: Marcus, Greil: Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – Eine geheime Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts. Reinbek: Rowohlt, 1996. S.167
- ◁ 37 Holmig, Alexander: »Wenn's der Wahrheits(er)findung dient ...«, S. 1f.
URL: <http://www.isioma.net/Holmig-K1.pdf> (Stand: 17.01.2010)
- ◁ 38 ebd., S. 3.
- ◁ 39 Teufel, Fritz / Jarowoy, Robert: Märchen aus der Spassgerilja. Hamburg / Bremen: Roter Funke / Libertäre Assoziation, 1980. S. 5
- ◁ 40 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S. 58f.
- ◁ 41 Kohtes, Martin Maria: Guerilla Theater. Tübingen: Narr, 1990. S.182
- ◁ 42 ebd.
- ◁ 43 Kunzelmann, Dieter: »Phantasie wird zum Meer, das die bürgerliche Welt wegspült«. In: Dressen, Wolfgang / Kunzelmann, Dieter / Siepmann, Eckhard (Hrsg.): Nilpferd des höllischen Urwalds. Situationisten – Gruppe Spur – Kommune I. Ausstellungskatalog. Gießen: Anabas, 1991. S.198.
- ◁ 44 vgl. Dadaweb: Provos. URL: <http://www.dadaweb.de/wiki/Provos> (Stand: 19.01.2010)
- ◁ 45 vgl. Baumann, Claus: Referat über die Geschichte und Theorie der Lettristen und Situationisten. URL: <http://www.linke-buecher.de/texte/situationisten/situhier/REFERAT-UEBER-DIE-GESCHICHTE-UND-THEORIE-DER-LETTRISTISCHEN-INTERNATIONALE-UND-DER-SITUATIONISTISCHEN-INTERNATIONALE-2.htm> (Stand: 19.01.2010)
- ◁ 46 Die Selbstbezeichnung wurde in bewusster Anknüpfung an die französische Revolution gewählt. Die ›Enragés‹ waren eine sozialrevolutionäre politische Gruppierung innerhalb der Jakobiner.
- ◁ 47 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S. 81
- ◁ 48 Das Wort ›operaismo‹ kommt von ›operaio‹ bzw. ›operaia‹ für ›Arbeiter‹ bzw. ›Arbeiterin‹.
- ◁ 49 Damit grenzten sie sich scharf von den traditionellen Organisationsformen der Kommunistischen Partei ab, deren politische Strategie ganz auf die Eroberung des Staatsapparats ausgerichtet war. Sie gaben sich strikt antistaatlich und propagierten den Kampf gegen die Fabrikarbeit.

- ◁ 50 ›autoriduzione‹: Italienisch für ›eigenmächtige Herabsetzung‹, ›Selbstverringering‹. vgl. Wildcat-Zirkular Nr. 40/41: Negris Klassenanalyse. Abschnitt »Wir zahlen nur so viel wie Agnelli«. URL: <http://www.wildcat-www.de/zirkular/40/z40wri.htm> (Stand: 19.01.2010)
- ◁ 51 vgl. raketa.at: Compagno, sembra ieri. Verjäherte Lieder. URL: <http://www.raketa.at/raketa.php?id=5623> (Stand: 19.01.2010)
- ◁ 52 vgl. Anonymus/›AG Spaß muß sein!‹ (Hrsg.): Spaßguerilla. Münster: Unrast, 2001. S. 29ff.
- ◁ 53 ebd., S. 38f.
- ◁ 54 Müller, Susann: Luther Blissett. »Die a.f.r.i.k.a gruppe stammt aus der südwestdeutschen Autonomen-Szene, kämpft dort in erster Linie gegen Tübinger Burschenschaftler und die Baden-Württembergische CDU an.« URL: <http://web.uni-frankfurt.de/fb09/kunstaed/indexweb/frankfurt/referate/blissett/Luther%20Blissett.html> (Stand: 06.01.2010)
Eichele, Claus Peter: Szene putzen. Schwäbisches Tagblatt, 23.09.1994. »[...] die Überlegungen eines als ›autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe‹ firmierenden Teams von Kulturwissenschaftlern aus dem Tübinger und Stuttgarter Raum, [...]« URL: <http://www.infodrom.north.de/-joey/Rundfunk/RadioWueste.Welle/szene.html> (Stand: 06.01.2010)
- ◁ 55 So wird der Tortenwurf auf den damaligen Microsoft-Chef Bill Gates als symbolischer Triumph gegen die Monopolbestrebungen des Konzerns gesehen. Dabei entstandene Fotos und Videos des Anschlags können tausendfach im Internet abgerufen werden.
- ◁ 56 vgl. Homepage der ›Subversiv Messe«. URL: <http://subversivmesse.net> (Stand: 22.01.2010)
- ◁ 57 vgl. Homepage des Paraflows-Festival. URL: <http://www.paraflows.at> (Stand: 22.01.2010)
- ◁ 58 ›republicart‹ ist ein transnationales Projekt, das versucht, das »Wieder-Öffentlich-Werden von Kunst im Kontext politischer Bewegungen [...] diskursiv zu begleiten«. vgl. Raunig, Gerald: Zwischen den Punkten hindurch in eine neue Richtung. URL: http://www.akweb.de/ak_s/ak473/24.htm (Stand: 10.01.2010)
- ◁ 59 vgl. Schlingensiefs Dokumentation des Projekts. URL: <http://www.schlingensief.com/backup/wienaktion/html/archiv00.html> (Stand: 10.01.2010)
- ◁ 60 vgl. Hardt, Michael/Negri, Antonio: Multitude: Krieg und Demokratie im Empire. Frankfurt: Campus, 2004. S. 123

Kommunikationsguerilla theoretisch

- ◁ 61 vgl. hierzu auch: Wittgenstein, Ludwig: Philosophische Untersuchungen. (Erstveröffentlichung 1953) In: ders., Werkausgabe Band 1. Frankfurt: Suhrkamp, 1984. S. 225-618
- ◁ 62 vgl. autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S. 14
- ◁ 63 Barthes, Roland: Mythen des Alltags. Frankfurt: Suhrkamp, 1964
- ◁ 64 vgl. Barthes, Roland: Mythen des Alltags. Frankfurt: Suhrkamp, 1964

- ◁ 65 vgl. Foucault, Michel: Mikrophysik der Macht. Über Strafjustiz, Psychiatrie und Medizin. Berlin: Merve, 1976. Und: Foucault, Michel: Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Berlin: Merve, 1978. S. 132ff.
- ◁ 66 vgl. Haug, Wolfgang-Fritz: Historisch-kritisches Wörterbuch des Marxismus. Band 6/1. Hegemonie bis Imperialismus. Hamburg: Argument, 2004, S. 2-30
- ◁ 67 Buci-Glucksmann, Christine: Gramsci und der Staat. Für eine materialistische Theorie der Philosophie. Köln: Pahl-Rugenstein, 1981. S. 86
- ◁ 68 Der Begriff ›Zivilgesellschaft‹ wird im heutigen Gebrauch eher positiv gewertet, zum Beispiel als Ursprung von Zivilcourage.
- ◁ 69 Pitschmann, Barbara: Hegemonie heute. URL: <http://subversivmesse.net/about/thematik-1/hegemonie-heute> (Stand: 12.01.2010)
- ◁ 70 De Certeau, Michel: Kunst des Handelns. Berlin: Merve, 1988, S. 16
- ◁ 71 Als ›Frankfurter Schule‹ wird die Gruppe neomarxistischer Wissenschaftler bezeichnet, die um das in Frankfurt am Main angesiedelte Institut für Sozialforschung versammelt und Vertreter der dort begründeten Kritischen Theorie sind.
- ◁ 72 Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Lorenz Engell u.a. (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, 4. Auflage, Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 2002, S. 271
- ◁ 73 Eco, Umberto: Für eine semiologische Guerilla. In: ders.: Über Gott und die Welt. Essays und Glossen. 5. Auflage, München: dtv, 1996, S. 152
- ◁ 74 ebd., S. 149
- ◁ 75 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S. 181
- ◁ 76 Auch der amerikanische Kommunikationswissenschaftler Marshall McLuhan hat mit seiner Theorie »The medium is the message.« (»Das Medium ist die Botschaft.«) festgestellt, dass das Medium als Teil der Kommunikationssituation wesentlich ist.
- ◁ 77 vgl. Gramsci, Antonio: Gefängnishefte. Kritische Gesamtausgabe. hrsg. von Haug, Wolfgang-Fritz. Hamburg: Argument, 1991. S. 1375-1397

Exkurs 1: Internet

- ◁ 78 Negroponte, Nicholas: Total Digital. Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation, München: Bertelsmann, 1997. S. 223-224
- ◁ 79 vgl. Rheingold, Howard: Smart Mobs: The Next Social Revolution. Cambridge, MA: Basic Books, 2003
- ◁ 80 vgl. Internetpräsenz der ›Yes Men«. URL: <http://theyesmen.org> (Stand: 10.01.2010)

Exkurs 3: Verfremdung

- ◀ 81 Hegel, Georg Wilhelm Friedrich: Phänomenologie des Geistes. Frankfurt: Suhrkamp, 1986. S.35 (Hervorhebung im Original)
- ◀ 82 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S.48
- ◀ 83 vgl. Brock, Bazon: Eulenspiegel als Philosoph. Affirmation als Vermittlungssache. In: Ders.: Ästhetik als Vermittlung. Köln: DuMont, 1977. S.134ff.
- ◀ 84 vgl. Pitschmann, Barbara: Methoden der Subversion. URL: <http://subversivmesse.net/about/thematik-1/1-2-methoden-der-subversion> (Stand: 12.01.2010)
- ◀ 85 Marx, Karl: Zur Kritik der Hegelschen Rechtsphilosophie. Einleitung. In: Marx, Karl/Engels, Friedrich: Werke 1: 1839: 1844. Band 1. Berlin: Dietz, 2007. S.381 (Hervorhebungen im Original)

Kommunikationsguerilla angewandt

- ◀ 86 vgl. auch: Radke, Johannes: Neonazis plündern linke Subkultur. Hardcore-Begriff ist jetzt rechte Marke. URL: <http://www.taz.de/1/leben/alltag/artikel/1/hardcore-begriff-ist-jetzt-rechte-marke> (Stand: 10.01.2010)
- ◀ 87 vgl. Wikipedia: Kufiya in deutschsprachigen Ländern. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Kufiya#Kufiya_in_deutschsprachigen_L.C3.A4ndern (Stand: 10.01.2010)
- ◀ 88 vgl. Lederer, Karin: Plädoyer für eine konstruktive Dekonstruktion. URL: http://www.sinn-haft.at/nr6_kundtun/lederer_plaedoyer_nr6.html (Stand: 18.01.2010)
- ◀ 89 vgl. Lorber, Judith: Gender-Paradoxien. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag, 2003, S.55ff.
- ◀ 90 vgl. Film: »Hinter der Leinwand« (USA 1916). Regie: Charlie Chaplin. Bezeichnenderweise heißt der tyrannische Oberbühnenbildner »Goliath«, der Chaplin, als seinen Assistenten »David«, schikaniert.
- ◀ 91 Wikipedia: Kommunikationsguerilla. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Kommunikationsguerilla> (Stand: 10.01.2010)
- ◀ 92 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S.81
- ◀ 93 ebd., S.59
- ◀ 94 Als Balkanisierung bezeichnet man die Zersplitterung von Vielvölkerstaaten zu vielen kleinen, einander oft feindlich gegenüberstehenden Nationalstaaten. Die APPD fordert eine Zone »für die Pogo-Rasse der Leistungswilligen«, eine Zone »für die Arbeitsscheuen« und den »Gewalterlebnispark für die Gewalttäter und die Rechtsextremen«. vgl. Flugblatt der APPD: Balkanisierung jetzt! Jedem das Seine! URL: http://www.appd.de/pdf/kultflyer-balkanisierung_jetzt.pdf (Stand: 25.01.2010)

- ◀ 95 alle: KPD/RZ: Aktuell: Wahlkampf '99. URL: <http://www.kpd-rz.de/aktuell.html> (Stand: 20.12.2009)
- ◀ 96 vgl. Thornhill, R.O./DeCoverly, Blank: »The Art & Science of Billboard Improvement« San Francisco 1990/2008. URL: <http://www.billboardliberation.com/ArtAndScience-BLF.pdf> (Stand: 15.12.2009)
- ◀ 97 Negt, Oskar/Kluge, Alexander: Öffentlichkeit und Erfahrung. Frankfurt: Suhrkamp, 1972
- ◀ 98 vgl. autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S.101
- ◀ 99 Zimmer, Dieter E.: Was tun mit Lenin? URL: <http://www.zeit.de/1991/43/Was-tun-mit-Lenin?page=2> (Stand: 17.12.2009)
- ◀ 100 Thévoz, Michel: Die Mauer als erogene Zone. in: Bianchi, Paolo (Hrsg.): Graffiti. Wandkunst und wilde Bilder. Birkhäuser, 1993
- ◀ 101 vgl. Foucault, Michel: Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt: Suhrkamp, 1977
- ◀ 102 »Dick« bezeichnet die englische Kurz- und Koseform des Vornamens »Richard«. Bzgl. der Aktion vgl. autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S.155
- ◀ 103 vgl. Agentur Bilwet: Bewegungslehre. Botschaften aus einer autonomen Wirklichkeit. Berlin: ID, 1991. Zitiert nach: AOK Leipzig: Das Konzept Imagebeschmutzung. URL: <http://www.left-action.de/aok/html/texte/text4.htm> (Stand: 10.01.2010)

Extro

- ◀ 104 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. zitiert nach: Niedermayr, Susanna: die »autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe« oder wie werde ich kommunikationsguerillero. URL: <http://www.contrast.org/KG/orf.htm> (Stand: 20.01.2010)
- ◀ 105 Schneider, Frank/Friesinger, Günther: URBAN HACKING als praktische und als theoretische Kritik der öffentlichen Räume. URL: <http://www.paraflo.ws.at/index.php?id=123> (Stand: 15.01.2010)
- ◀ 106 autonome a.f.r.i.k.a. gruppe: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin: Assoziation A, 2001. S.196
- ◀ 107 Hartmann, Frank: Die Produktion von Präsenz. Artikel über die Bücher »Ökonomie der Aufmerksamkeit« und »Mentaler Kapitalismus« von Georg Franck. URL: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/21/21431/1.html> (Stand: 20.01.2010)
- ◀ 108 Das hat natürlich auch damit zu tun, dass die Reklamearbeiter oft selbst biografisch mit Gegenkultur verbunden sind.
- ◀ 109 Fend, Franz: Subversiver Zeitgeist? URL: <http://www.servus.at/VERSORGER/68/fend.html> (Stand: 20.10.2010)

- ◁ 110 Seibert, Thomas: Widerstand ist machbar. In: Jungle World, Nr.44, Oktober 2000.
Zitiert nach: URL: http://209.85.229.132/search?q=cache:BxcUNrEyqMJ:www.nadir.org/nadir/periodika/jungle_world/_2000/44/05a.htm (Stand: 08.01.2010)
- ◁ 111 Schneider, Frank/Friesinger, Günther: URBAN HACKING als praktische und als theoretische Kritik der öffentlichen Räume. URL: <http://www.paraflo.ws.at/index.php?id=123> (Stand: 20.01.2010)
- ◁ 112 vgl. Machiavelli, Niccolò: Der Fürst. Frankfurt: Insel, 2009. S. 88ff.
- ◁ 113 Interview mit Katja Diefenbach. URL: <http://haftgrund.twoday.net/stories/2712469> (Stand: 20.10.2010)

Quellenverzeichnis

Agnoli, Johannes/Hühne, Christoph (Hrsg.): Subversive Theorie. ›Die Sache selbst‹ und ihre Geschichte. Freiburg: ça ira, 1996

Amann, Marc: go.stop.act!: Die Kunst des kreativen Strassenprotestes. Frankfurt: Trotzdem, 2005

Anonymus/›AG Spaß muß sein!‹ (Hrsg.): Spaßguerilla. Münster: Unrast, 2001 (Erstveröffentlichung 1984)

autonome a.f.r.i.k.a. gruppe/Blisset, Luther/Brünzels, Sonja: Handbuch der Kommunikationsguerilla. 4. Auflage, Berlin/Hamburg/Göttingen: Assoziation A, 2001 (Erstveröffentlichung 1994)

Barthes, Roland: Mythen des Alltags. Frankfurt: Suhrkamp, 1964

Baudrillard, Jean: Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen. Berlin: Merve, 1978

Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt: Suhrkamp, 1999 (dt. Erstveröffentlichung 1982)

Brock, Bazon: Eulenspiegel als Philosoph – Affirmation als Vermittlungsstrategie. In: ders.: Ästhetik als Vermittlung. Arbeitsbiographie eines Generalisten. Köln: DuMont Kunstverlag, 1977

Certeau, Michel de: Kunst des Handelns. Berlin: Merve, 1988

Debord, Guy: Die Gesellschaft des Spektakels. Berlin: Edition Tiamat, 1996

Dressen, Wolfgang/Kunzelmann, Dieter/Siepmann, Eckhard (Hrsg.): Nilpferd des höllischen Urwalds. Situationisten – Gruppe Spur – Kommune I. Ausstellungskatalog. Gießen: Anabas-Verlag 1991

Eco, Umberto: Für eine semiologische Guerilla. In: ders.: Über Gott und die Welt. Essays und Glossen. 5. Auflage, München: dtv, 1996, S.146-156

Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Lorenz Engell u.a. (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur: die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. 4.

Auflage, Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 2002

Foucault, Michel: Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt: Suhrkamp, 1977

Foucault, Michel: Folter ist Vernunft. In: ders.: Dits et Ecrits. Schriften. Band 3. Frankfurt: Suhrkamp, 2003.

Foucault, Michel: Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. Frankfurt: Suhrkamp, 1994 (französische Erstausgabe 1975)

Foucault, Michel: Wahnsinn und Gesellschaft. Eine Geschichte des Wahns im Zeitalter der Vernunft. Frankfurt: Suhrkamp, 2001 (französische Erstausgabe 1961)

Gramsci, Antonio/Haug, Wolfgang-Fritz (Hrsg.): Gefängnishefte. Kritische Gesamtausgabe. Hamburg: Argument, 1991

Gruber, Klemens: Die zerstreute Avantgarde. Strategische Kommunikation im Italien der 70er Jahre. Wien: Böhlau, 2006

Hardt, Michael/Negri, Antonio: Multitude: Krieg und Demokratie im Empire. Frankfurt: Campus, 2004

Haug, Wolfgang-Fritz: Historisch-kritisches Wörterbuch des Marxismus. Band 6/I. Hegemonie bis Imperialismus. Hamburg: Argument, 2004

Horkheimer, Max/Adorno, Theodor: Dialektik der Aufklärung. 18. Auflage. Frankfurt: Fischer, 1988

Jung, Franz: Der Weg nach unten: Aufzeichnungen aus einer großen Zeit, 3. Auflage. Hamburg: Edition Nautilus, 2000

Kleiner, Marcus S.: Medien-Heterotypien: Diskursräume einer gesellschaftskritischen Medientheorie. Bielefeld: transcript, 2006

Lasn, Kalle: Culture Jamming. Das Manifest der Anti-Werbung. Freiburg: Orange Press, 2005

Lasn, Kalle: Design anarchy. Freiburg: Orange Press, 2006

Liebl, Franz (Hrsg.)/Düllo, Thomas (Hrsg.): Cultural Hacking: Die Kunst des Strategischen Handelns. Wien: Springer, 2005

Lorber, Judith: Gender-Paradoxien. 2. Auflage. Wiesbaden: VS, 2003

Machiavelli, Niccolò: Der Fürst. Frankfurt: Insel, 2009

Marcus, Greil: Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – Eine geheime Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts. Reinbek: Rowohlt, 1996

Marx, Karl: Zur Kritik der Hegelschen Rechtsphilosophie. Einleitung. In Marx, Karl/Engels, Friedrich: Werke 1: 1839 – 1844: Band 1. Berlin: Dietz, 2007

Negt, Oskar/Kluge, Alexander: Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt: Suhrkamp, 1972

Pias, Klaus (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur: Die massgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999

Rheingold, Howard: Smart Mobs: The Next Social Revolution. Cambridge, MA: Basic Books, 2003

Steffen, Alex (Hrsg.): WorldChanging: Das Handbuch der Ideen für eine bessere Zukunft. München: Knesebeck, 2008

Teufel, Fritz/ Jarowoy, Robert: Märchen aus der Spassgerilja. Hamburg/Bremen: Roter Funke/Libertäre Assoziation, 1980

Zeitungen/Zeitschriften

greenpeace-magazin: Widerstand! Ausgabe 1.10, Januar/Februar 2010

informationszentrum 3. welt: Spektakulär! Kunst, Politik und Subversion. Nr. 301, Juli/August 2007

Internetseiten

Anonymus: Aufstand der Zeichen? Zum Verhältnis von Street Art und Avantgarde.
URL: <http://www.conne-island.de/nf/159/13.html> (Stand: 12.12.2009)

Anonymus: Einführung in die Mediensoziologie. Hyperrealitäten und Medienspektakel
URL: <https://blogfarm.uni-bielefeld.de/300150/2008/11/23/hyperrealiten-und-medienspektakel-postmoderne> (Stand: 15.11.2009)

Anonymus: haftgrund: Diefenbach-Interview.
URL: <http://haftgrund.twoday.net/stories/2712469> (Stand: 20.01.2010)

Anonymus: Spiegel Online: Klapperndes Gebiß. 44./1976.
URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-41124987.html> (Stand:)

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: »Symbolischer versus »richtiger« Politik?
URL: <http://www.copyriot.com/unefarce/no0/2symbol.htm> (Stand: 03.01.2010)

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: Bewegungsle(e/h)re?
URL: <http://www.contrast.org/KG/beweg2.htm> (Stand: 20.01.2010)

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: Das Subversive suchen.
URL: http://www.akweb.de/ak_s/ak520/19.htm (Stand: 15.12.2009)

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: Laßt 1000 Torten fliegen. Kommunikationsguerilla schlägt Aufklärung.
URL: <http://www.contrast.org/KG/ivbeute.htm> (Stand: 19.01.2010)

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: Stolpersteine auf der Datenautobahn?
URL: http://www.akweb.de/ak_s/ak490/06.htm (Stand: 17.01.2010)

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: Subkultur, Subversion, Supervision.
URL: <http://www.contrast.org/KG/subkul.htm> (Stand: 02.01.2010)

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: Transversalität im Alltag.
URL: http://www.republicart.net/disc/artsabotage/afrikagruppe01_de.htm (Stand: 22.11.2009)

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: Vorsprung durch Technik?
URL: <http://www.contrast.org/KG/vortech.htm> (Stand: 27.12.2009)

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe: Was ist Kommunikationsguerilla?
URL: <http://www.contrast.org/KG> (Stand: 22.01.2010)

Baumann, Claus: Referat über die Geschichte und Theorie der Lettristen und Situationisten.
URL: <http://www.linke-buecher.de/texte/situationisten/situhier/REFERAT-UEBER-DIE-GESCHICHTE-UND-THEORIE-DER-LETRISTISCHEN-INTERNATIONALE-UND-DER-SITUATIONISTISCHEN-INTERNATIONALE-2.htm> (Stand: 19.01.2010)

Fend, Franz: Subversiver Zeitgeist? URL: <http://www.servus.at/VERSORGER/68/fend.html> (Stand: 20.10.2010)

Hartmann, Frank: Die Produktion von Präsenz.
URL: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/21/21431/1.html> (Stand: 20.01.2010)

Holmig, Alexander: »Wenn's der Wahrheits(er)findung dient ... «, S. 1f.
URL: <http://www.isioma.net/Holmig-K1.pdf> (Stand: 17.01.2010)

Klein, Thomas: Zürrü brännt! URL: http://www.akweb.de/ak_s/ak437/16.htm (Stand: 17.01.2010)

Lederer, Karin: Plädoyer für eine konstruktive Dekonstruktion.
URL: http://www.sinn-haft.at/nr6_kundtun/lederer_plaedoyer_nr6.html (Stand: 18.01.2010)

Lehnartz, Sascha: Schlauer schwärmen.
URL: <http://www.faz.net/s/RubCD175863466D41BB9A6A93D460B81174/Doc-EDEC9E2A1C5504452AC169AC6CC7CB6FC-Atpl-Ecommon-Scontent.html> (Stand: 02.12.2009)

Möller, Kolja: Inspiration durch Gramsci: Hegemoniepolitik und Die Linke heute.
URL: <http://www.linksnet.de/de/artikel/21124> (Stand: 08.01.2010)

Nedo, Kito: Künstler auf der Flucht. URL: <http://www.art-magazin.de/div/heftsuche/banksy/1979/2007/0/OGO-WTEGWPPCPRPOGSCRTTGRHAESGRPCACERE/K%FCnstler-auf-der-Flucht> (Stand: 05.11.2009)

Psaar, Hans-Christian: Radikale Spektakelkritik oder spektakuläre Farbattacken?
URL: <http://www.conne-island.de/nf/159/nf/150/19.html> (Stand: 06.01.2010)

Rucht, Dieter: Zwischen Strukturlosigkeit und Strategiefähigkeit. Herausforderungen für die globalisierungskritischen Bewegungen.
URL: <http://www.inwent.org/E+z/zeitschr/ez1201-6.htm> (Stand: 15.12.2009)

Schneider, Frank/Friesinger, Günther: URBAN HACKING als praktische und als theoretische Kritik der öffentlichen Räume. URL: <http://www.parafloes.at/index.php?id=123> (Stand: 15.01.2010)

Schneider, Oliver: Wege aus dem Spektakel. Eine Untersuchung von Methoden von Situationisten und Culture Jammern. Diplomarbeit. Leipzig: Hochschule für Grafik und Buchkunst, 2003. Zitiert nach der Online-Version.
URL: http://www.randomat.org/spektakel/wege_aus_dem_spektakel_72.pdf (Stand: 26.01.2010)

Teune, Simon: Kommunikationsguerilla. Ursprünge und Theorie einer subversiven Protesttaktik. Diplomarbeit FU Berlin 2004.

URL: http://www.wzb.eu/zkd/zcm/pdf/teune04_kommunikationsguerilla.pdf (Stand: 02.01.2010)

Thévoz, Michel: Graffiti. Die Mauer als erogene Zone.

URL: http://www.g26.ch/texte_graffiti_02.html (Stand: 09.01.2010)

Thornhill, R.O./DeCoverly, Blank: The Art & Science of Billboard Improvement. San Francisco 1990/2008. URL: <http://www.billboardliberation.com/ArtAndScience-BLF.pdf> (Stand: 22.10.2009)

Internetpräsenz ›Adbusters Media Foundation‹. URL: <http://www.adbusters.org> (Stand: 28.01.2010)

Internetpräsenz ›copyriot‹. URL: <http://www.copyriot.com> (Stand: 28.01.2010)

Internetpräsenz ›Improv Everywhere‹. URL: <http://improveverywhere.com> (Stand: 28.01.2010)

Internetpräsenz ›paraflows – Festival für Digitale Kunst und Kulturen‹.

URL: <http://www.paraflows.at> (Stand: 28.01.2010)

Internetpräsenz ›Subversiv Messe‹. URL: <http://www.subversivmesse.net> (Stand: 28.01.2010)

Internetpräsenz ›The Yes Men‹. URL: <http://theyesmen.org> (Stand: 10.01.2010)

Internetpräsenz Forschungsprojekt ›republicart‹. URL: <http://www.republicart.net> (Stand: 28.01.2010)

Weblog ›1 + 1 = 1‹ von ›sum1‹. URL: <http://sum1.onreact.com> (Stand: 28.01.2010)

Weblog ›autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe‹. URL: <http://kommunikationsguerilla.today.net> (Stand: 28.01.2010)

Weblog ›De-Branding‹. URL: <http://www.de-brand.net/blog> (Stand: 28.01.2010)

Weblog ›rebelart‹ von Alain Bieber. URL: <http://www.rebelart.net> (Stand: 28.01.2010)

Filme / Fernsehsendungen

Ceský sen (›Der tschechische Traum‹). Tschechien 2005. Regie: Vít Klusák / Filip Remunda

The Corporation. Canada 2004. Regie: Mark Achbar / Jennifer Abbott

The Yes Men. USA 2003. Regie: Dan Ollman / Sarah Price / Chris Smith

The Yes Men Fix the World. Frankreich / Großbritannien / USA 2009.

Regie: Andy Bichbaum / Mike Bonanno

3sat neues: Sendung vom 22.11.2009. Thema u.a.: Urban Hacking.

URL: <http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/904854/3sat-neues-Sendung-am-22.11.2009>

Direktlink URL: http://podfiles.zdf.de/podcast/3sat_podcasts/091122_sendung_neues_p.mp4

Us Now. Banyak Films 2009. URL: <http://www.vimeo.com/4489849>

Bildnachweis

- ◀ **S. 6:** Privatkontakt zu Beteiligten (Felix Grebenstein). Zur Verfügung gestellt via e-mail.
- ◀ **S. 20:** Website URL: <http://arthistory.about.com/od/dada/ig/Dada-at-MoMA---Berlin/A-Victim-of-Society-.htm>
Direktlink URL: http://z.about.com/d/arthistory/1/0/1/0/dada_berlin_03.jpg
- ◀ **S. 20:** Direktlink URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Fontaine-Duchamp.jpg>
- ◀ **S. 27:** Website URL: <http://squat.net/archiv/berlin/spassguerilla/spass17.html>
Direktlink URL: <http://squat.net/archiv/berlin/spassguerilla/GRO00022.gif>
- ◀ **S. 28:** Direktlink URL: <http://www.emergencemarketing.com/images/spoof%202.jpg>
Website URL: http://www.emergencemarketing.com/archives/2006/05/spoof_advertising.php
- ◀ **S. 62:** Direktlink URL: http://www.luxemburg.diplo.de/_Zentrale_20Komponenten/Themenpakete/20__Jahre__Mauerfall/Bilder/1991-05-10_20Eierwuerfe_20auf_20Bundeskanzler_20Kohl.property=Galeriebild__gross.jpg
- ◀ **S. 65:** Direktlink URL: http://appd.netzmuetze.de/flyer/appd_stimme.jpg
Website URL: <http://appd.netzmuetze.de/>
- ◀ **S. 72:** Direktlink URL: <http://robdamanii.com/macros/just-do-it-911.jpg>
- ◀ **S. 84:** Website URL: <http://www.ekosystem.org/photo/921912>
Direktlink URL: http://www.ekosystem.org/0_Images/Streets/spain/spy_food.jpg
- ◀ Website URL: <http://www.indymedia.ie/article/94525>
Direktlink URL: <http://www.indymedia.ie/attachments/oct2009/churchill.jpg>
- S. 85:** Website URL: <http://www.ekosystem.org/forum/viewtopic.php?p=43571>
- ◀ Direktlink URL: http://farm4.static.flickr.com/3527/3185612086_f1f6341803_o.jpg
- ◀ Direktlink URL: http://farm4.static.flickr.com/3493/3184767983_02208a5dda_o.jpg
- S. 86:** Website URL: http://www.flickr.com/photos/epoxy_one/sets/72157620491765381/
- ◀ Direktlink URL: http://farm4.static.flickr.com/3382/3664528221_5d84172437_b.jpg
- ◀ Direktlink URL: http://farm4.static.flickr.com/3606/3665334728_1ba2b06e32_b.jpg
- S. 87:** Website URL: <http://www.horizont.net/kreation/outofhome/pages/protected/show-2325.html>
- ◀ Direktlink URL: <http://www.horizont.net/kreation/pics/2182-org.jpg>
- ◀ Website URL: <http://www.greenpeace-magazin.de/index.php?id=1-10>
Direktlink URL: <http://www.greenpeace-magazin.de/typo3temp/pics/a67cd73d05.jpg>
- ◀ **S. 88:** Website URL: <http://www.de-brand.net/blog/falschung-auf-mulltonnen/>
Direktlink URL: <http://www.de-brand.net/blog/wp-content/uploads/2006/12/aufkleber.jpg>
- ◀ Website URL: http://www.ernstvolland.de/index.php?option=com_ice&Itemid=11&catid=7#IceGallery
Direktlink URL: http://www.ernstvolland.de/ice_media/KKSYOX/pp_1001.jpg
- ◀ **S. 89:** Website URL: <http://www.artasauthority.com/2007/02/>

Danke.

Mein herzlichster Dank geht an:

Prof. Dr. Matthias Götz und Prof. Uli Kühnle für die Freiheiten;

meine Eltern für die Bereitstellung der ökonomischen Ressourcen und für die routinierte Zusammenarbeit bei der Hilfe für den Sohnmann – insbesondere Tine für das nächtliche Korrekturlesen;

meine Freundin Melanie für die fachkompetente Unterstützung, den langen Atem und das (gemeinsame) Durchhalten in Zeiten großer Veränderungen;

die Leidensgenossen aus der Diplomanden-WG-Grotte für das Meistern der kollektiven Katharsis;

die Homies from tha Ostalb für die jahrelangen epischen Diskussionen im Vorfeld;

Pierre, Guy, Umberto, Antonio, Theo & Max, Karl, die Michels, und natürlich Luther & Sonja für die vielen ›So-habe-ich-das-ja-noch-nie-gesehen‹-Erlebnisse.

*»Wo kämen wir hin, wenn alle sagten,
wo kämen wir hin, und niemand ginge,
um einmal zu schauen, wohin man käme,
wenn man ginge.«*

—Kurt Marti, 1967

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich diese Arbeit unter Zuhilfenahme der genannten Quellen und Materialien eigenständig recherchiert, verfasst und gestaltet habe.

Julian Quitsch

Halle (Saale), im Februar 2010

Impressum

Kommunikationsguerilla — Angriff auf die Normalität

Offizieller Titel des schriftlichen Teils der Diplomarbeit: ›Täuschungsmanöver‹

Julian Quitsch

Schriftlicher Teil der Diplomarbeit

Fachbereich Design

Studiengang Multimedia | Virtual Reality - Design

Burg Giebichenstein Hochschule für Kunst und Design Halle

Gutachter des schriftlichen Teils:

Prof. Dr. Matthias Götz

Prof. Uli Kühnle

Gutachter des praktischen Teils:

Prof. Uli Kühnle

Dipl.-Des. Daniel Ackermann

Druck: IMPRESS Druckerei Halbritter KG, Halle (Saale)

Gesetzt in ›Whitney‹ von Tobias Frere-Jones auf ›silver digital‹, 115g / m²

Bindung: Buchbinderei Feige, Halle (Saale)



Der Text steht unter der Creative Commons-Lizenz BY-NC-SA 3.0 DE.

Es ist gestattet, den Text unter folgenden Bedingungen zu vervielfältigen, zu verbreiten und öffentlich zugänglich zu machen: 1. Sie müssen den Namen des Autors, Julian Quitsch nennen, 2. Sie dürfen die Texte nicht für kommerzielle Zwecke verwenden, 3. Wenn Sie den Text bearbeiten oder in anderer Weise erkennbar als Grundlage für eigenes Schaffen verwenden, dürfen Sie die daraufhin neu entstandenen Werke bzw. Inhalte nur unter Verwendung von Lizenzbedingungen weitergeben, die mit denen dieses Lizenzvertrages identisch oder vergleichbar sind.

Die Lizenzbedingungen finden Sie im Internet unter:

<http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/de/legalcode>