

Abstract

Friedrich von Borries / Lübecker Stadtdiskurs / 19. November 2014

Was ist heute Protest? Wer macht die Revolution von morgen? Wie gehen wir mit den Widersprüchlichkeiten unserer Gesellschaft um? Und welche Rolle spielt dabei die Kunst?

Das sind die Fragen, mit denen sich das Transmedia-Projekt „RLF“ beschäftigt. An der Grenze von Realität und Fiktion untersucht es, was ein „richtiges Leben im falschen“ sein könnte – wenn es ein solches denn gibt.

Am Anfang steht eine Geschichte. Ein Werber gerät im Sommer 2011 per Zufall in die Londoner Riots. Wie im Rausch beteiligt er sich an den Gewaltausbrüchen und fühlt sich zum ersten Mal in seinem Leben frei. Zurück in seiner Agentur will er dieses Lebensgefühl in ein Produkt übersetzen. Er gründet ein Unternehmen, das den Kapitalismus mit seinen eigenen Mitteln schlagen will. Mit Luxusprodukten soll Geld für die Revolution verdient werden. Und er, der erfolgreiche Werber, will dafür die perfekte Kampagne entwickeln. Denn für seine neue Protestbewegung sucht er „Shareholder der Revolution“, die gleichzeitig Konsumenten und Aktivisten sind.

Er begibt sich auf die Suche nach Partner, Experten, Testimonials. Er spricht mit dem französischen Intellektuellen Stéphane Hessel, dem Occupy-Initiator Kalle Lasn, dem Fotografen der Benetton Kampagnen Oliviero Toscani und natürlich auch mit einer Gründerin der ukrainischen Nackt-Brust-Aktivistengruppe Femen. Er gewinnt den Künstler Mikael Mikael als gestalterischen Kopf von RLF und die serbische Aktivistin Slavia als geistige Anführerin. Später kommt der Designtheoretiker Friedrich von Borries als Geschäftsführer hinzu. Diese Gründungsgeschichte von RLF wird in einem Roman erzählt, der bei Suhrkamp, einem der renommiertesten deutschen Verlage, erscheint. Dabei verschwimmen die Grenzen von Realität und Fiktion. Welche Figuren und Handlungen im Roman sind fiktiv, welche real?

Doch RLF lebt nicht nur im Roman, sondern interveniert in die Realität. Mit einem Block von 20 Mann, ausgerüstet mit Banner und Tafeln, nimmt RLF an der revolutionären 1. Mai-Demonstration in Berlin teil. Und die im Roman beschriebenen Design-Items gibt es auch in echt. Sie reichen von einem von Adidas hergestellten Sneaker zu einem Teeservice, das von der traditionsreichen Königlich Preußischen Porzellanmanufaktur produziert wird. Die Produktpalette bezieht sich dabei auf einen Text des Philosophen Theodor W. Adorno, der in einem Text über das bürgerliche Wohnen behauptete, dass es kein richtiges Leben im falschen gäbe.

Die vom Künstler Mikael Mikael für RLF entwickelten Produkte zeichnen sich durch zwei Merkmale aus. Zum einen beziehen sie sich auf das von ihm entwickelte CI von RLF, das Effekte der Op- Art nutzt, um den Zustand von Irritation und Täuschung zu beschwören. Zum anderen integrieren sie absurde Strategien der Wertsteigerung. Dieses Surplus rechtfertigt den hohen Preis und symbolisiert gleichzeitig den erwarteten Zusammenbruch des Kapitalismus. So sind Teetasse und -kanne mit Vergoldungen an Stellen versehen, die sich abnutzen. Der Mehrwert geht irgendwann verloren. Die Nägel, mit dem Esstisch und -stuhl zusammengebaut werden, sind vergoldet, genauso wie die Oberfläche Wohnzimmertisch. Doch da die Vergoldung nicht versiegelt ist, reibt sich das Blattgold beim anfassen ab.

Um die Produkte mit der Aura des Kunstwerks zu versehen, wird RLF bei Johann König, einer Größe der Berliner Kunstszene, ausgestellt. Zur Eröffnung in einer ehemaligen Kirche kommen über 400 Leute, die Schlange am Eingang reicht bis zur Straße. Aber nicht nur die Kunstszene ist Zielgruppe von RLF, sondern auch die Welt von Fashion und Design. Es folgen Events im angesagten Solebox-Sneakershop und im Concept Store von Andreas Murkudis. Dabei kommt ein Konflikt zum Ausbruch, der sich zwischen Slavia und Friedrich angebahnt hat. Friedrich setzt voll auf die kommerzielle Ebene von RLF, Slavia sucht nach mehr revolutionärem Gehalt. Während Friedrich von Borries mit 150 Gästen einem Konzert von Revolutionsliedern aus der Allende-Zeit lauscht, stürmt seine über die Kommerzialisierung von RLF verärgerte Slavia mit 10 verumm-

ten Mitkämpfer den Shop.

Alle Ereignisse werden durch verschiedene Online-Aktivitäten begleitet. Auf der Webseite rlf-propaganda.com informiert der Resistance-Ticker über aktuelle Protestbewegungen aus der ganzen Welt. Die RLF-Redaktion initiiert Debatten über Facebook und beteiligt sich an Diskussionen auf anderen Plattformen, z.B. von Der Freitag, um Aktivisten für RLF zu gewinnen. Auf Facebook werden kritische Grafiken zum aktuellen politischen Geschehen verbreitet, und auf Twitter setzt Slavia den Roman fort und erzählt die Geschehnisse rund um RLF aus ihrer Perspektive.

Wichtigstes Element der Social-Media-Aktivitäten von RLF ist das Start-a-Revolution-Game. Hier können Interessierte spielerischen von passiven Kritikern zu kreativen Aktivisten entwickeln. Dabei generieren sie ihren eigenen Content, werden eine Community, die sich gegenseitig motiviert, aber – ganz den Prinzipien des Kapitalismus folgend – auch in Konkurrenz zueinander stehen. Denn nur der Gewinner des Spiels bekommt den RLF-Sneaker. Das Feedback der Spieler ist enorm. Sie entwickeln die Geschichte weiter, führen eigenständig Protestaktionen durch oder betreiben Poster-Jamming von Wahlplakaten.

In der Kombination von Ausstellung und Roman, durch die Verschiebung von Realität und Fiktion bekommt RLF großes Mediales Echo. Tages- und Wochenzeitungen berichten ausführlich, auf Blogs und in Online-Magazinen ist RLF ein intensiv diskutiertes Topic, und die Kulturjournale des Fernsehens berichten. Immer geht es um die gleiche Frage. Was ist heute Protest? Kann man den Kapitalismus mit seinen eigenen Waffen schlagen?

Alles, was um RLF passiert, wird parallel von einem Filmteam begleitet. Denn im Auftrag von Arte entsteht eine Dokumentation, die RLF kritisch in andere Protestbewegungen wie Occupy und Co einordnen soll. Sie verfolgt den wachsenden Konflikt zwischen Friedrich und Slavia, der schließlich darin mündet, dass Slavia einen frisch eingetroffenen Container mit 10.000 neuen RLF-Turnschuhen anzündet und damit die ökonomische Grundlage von RLF zerstört. Dem Vorbild von Slavia folgen auch die Shareholder von RLF. Claus, Gewinner des Start-a-Revolution-Games und damit stolzer Besitzer der RLF-Sneaker, verbrennt seine Turnschuhe und stellt das zugehörige Video online.

Doch damit ist RLF noch nicht am Ende. Denn auch wenn in den Abspann des RLF-Films eine Sequenz geschnitten aus dem Casting-Video von Slavia geschnitten ist, womit klar wird, dass Slavia keine Aktivistin ist, sondern eine Schauspielerin, bleibt Friedrich von Borries eine real existierende Person. Er hat nun zum Shareholder-Treffen geladen, um mit allen Beteiligten zu besprechen, wie es mit RLF weitergeht. Denn Grenzen von Realität und Fiktion existieren nur in unserer Einbildung, aber nicht in Wirklichkeit.

FvB