

Revolution zu verkaufen!



Friedrich von Borries

RLF

Das richtige Leben im falschen. Roman

Verkauft wird dieser Roman als das Accessoire für eine Revolution, aber er ist nur ein schnöder Konsumgegenstand.

Rezensiert von [Johannes C. Reinhardt](#)

„Es gibt kein richtiges Leben im falschen“ – Dieser Satz von Theodor W. Adorno diente Friedrich von Borries als Inspiration für den Roman „RLF“ und sein gleichnamiges Kunstprojekt. Allerdings gibt es für von Borries das richtige Leben sehr wohl. Alle können es erreichen und erleben. Sie müssen nur sein Buch und die dazugehörigen Luxusaccessoires kaufen. Und schon werden sie „Shareholder der Revolution“ (S. 146). Diese Revolution soll nach von Borries nämlich mit den Waffen des Kapitalismus vorangetrieben werden; die Revoluzzer sollen konsumieren. Die Idee scheint verrückt zu sein. Und genau das ist sie auch.

Als Hauptfigur fungiert ein gewisser Jan, der als Kreativdirektor bei einer Werbeagentur arbeitet. „Er weiß vor allen anderen darüber Bescheid, was morgen ‚in‘ sein wird. Und für dieses Morgen entwickelt er die passenden Produkte“ (S. 26). Von Borries lässt seinen Helden, der häufig eher wie sein Alter Ego erscheint, bei den Straßenschlachten in London 2011 und beim Occupy-Wall-Street-Camp mitmachen. Wodurch dieser die Revolution als das nächste Morgen identifiziert. Also beginnt er damit, sich um Produkte für die Revolution zu kümmern. Er trifft Künstler und Berufsrevolutionäre, verbündet sich mit diesen und entwirft eine Werbekampagne, die die Revolution zum Mitmachen verkauft. Das ist „RLF“.

Das Episodenwerk, das aus einigen Handlungserzählungen und vielen Einschüben und Zeitsprüngen besteht, wird langweilig erzählt: Von Borries arbeitet die Punkte, die er in dem Roman unterbringen wollte, einfach ab. Hinzu kommen die aus Lexikoneinträgen und Interviews bestehenden Einschübe, die deutlich machen, dass für ihn nicht die Geschichte im Vordergrund stand. Alles, was auch nur beiläufig erwähnt wird, erhält einen Lexikoneintrag. Diese und die Interviews haben eine ähnliche Funktion: Vermeintliche Autoritäten (unter anderem Judith Butler, Harald Welzer und Femen-Aktivistin Inna Schewtschenko) bestätigen den Leserinnen und Lesern genau das, was von Borries ihnen schon mitgeteilt hat: Das richtige Leben im falschen ist möglich. Dabei werden die Einführungen zu diesen Interviews von Kritik an den Interviewten freigehalten. So versucht von Borries, seine LeserInnenschaft zu erziehen. Denn wenn sie ihm alles glauben, dann kaufen sie ihm auch alles ab. Und zu kaufen gibt es nicht nur das Buch.

Die These von „RLF“ ist: „Wenn du etwas verändern willst, musst du aus der Idee ein attraktives Produkt machen, und dann verbreitet sie sich wie von selbst“ (S. 135). Genau das glauben Jan im Buch und Friedrich von Borries in der Realität getan zu haben. Wenn im Roman die Waren beschrieben werden, die für die Revolution verkauft werden sollen, hält man es für Ironie – eine Überspitzung der realen Konsumwelt. Aber besucht man die Website des zugehörigen Kunstprojekts (www.rlf-propaganda.com), dann muss man feststellen, dass diese Waren dort tatsächlich zum Verkauf stehen. So kann zum Beispiel ein Ikea-Beistelltisch, der mit Gold

überzogen wurde, für 6.000 Euro gekauft werden. Und auch einen RLF-Schuh von Adidas gibt es. Alles wie im Roman beschrieben. Von Borries macht Ernst. Und die Gefahr besteht darin, dass die Menschen ihm seinen Mist wirklich abkaufen. Genau wie im Buch, wo alle begeistert sind vom Revolutions-Chic. Wenn sich auch in der Realität viele Käuferinnen und Käufer für diese unnötigen Waren finden, dann hat von Borries sein Ziel wohl erreicht. Den Kapitalismus mit seinen eigenen Waffen zu schlagen, ist die offizielle Zielsetzung im Buch. Allerdings ist im realen Kunstprojekt davon wenig übrig geblieben. Was noch da ist, ist die Aufforderung an die Konsumenten: „Werde Shareholder der Revolution!“ (S. 251). Das klingt fetzig, aber es bleibt ein Widerspruch in sich. Wie auch der Roman und das ganze Projekt ein Widerspruch in sich ist. Nur weil jemand ein Produkt kauft, ist er oder sie noch lange nicht Teil der Prozesse, die hinter dem Produkt stehen. Zunächst ist ein Produkt immer schlicht und einfach ein Produkt.

Die Charaktere des Romans sind wie die Hauptfigur Jan teilweise fiktiv und andere Charaktere entstammen der Realität wie der Künstler Mikael Mikael, der im Buch wie im wirklichen Leben für die Produktkette des Projekts verantwortlich ist. Auch hat Friedrich von Borries seine eigene Autorenschaft in die Legende von „RLF“ hineingeschrieben. So sei Mikael Mikael an ihn herangetreten, damit von Borries die Geschichte von Jan und RLF erzähle. Die nötigen Hintergrundinformationen dafür soll er aus einem Mobiltelefon, das mit einer Überwachungssoftware abgehört wurde, haben. Was bleibt ist die Frage, warum dieses Buch überhaupt geschaffen werden musste. Und diese Frage versucht von Borries, im Epilog zu beantworten: „Weil wir RLF der Wirklichkeit entziehen wollen, damit es in der Wirklichkeit mehr Macht entfalten kann“ (S. 251). Genau so nichtssagend und doppeldeutig wie dieser Satz ist der ganze Roman.

Friedrich von Borries 2013:

RLF. Das richtige Leben im falschen. Roman.

Suhrkamp Verlag, Berlin.

ISBN: 978-3-518-46443-4.

252 Seiten. 13,99 Euro.

Zitathinweis: Johannes C. Reinhardt: Revolution zu verkaufen! Erschienen in: Kunst in Ketten. 31/ 2014. URL: <https://www.kritisch-lesen.de/c/1189>. Abgerufen am: 15. 01. 2019 09:56.

Lizenzhinweise

Copyright © 2010 - 2019 kritisch-lesen.de Redaktion - Einige Rechte vorbehalten

Die Inhalte dieser Website bzw. Dokuments stehen unter der [Creative Commons Namensnennung-NichtKommerziell-KeineBearbeitung 3.0 Deutschland Lizenz](#). Über diese Lizenz hinausgehende Erlaubnisse können Sie über unsere [Kontaktseite](#) erhalten.

Sämtliche Bilder sind, soweit nicht anders angegeben, von dieser Lizenzierung ausgeschlossen! Dies betrifft insbesondere die Abbildungen der Bücher und die Ausgabenbilder.

