

Zwischen treffsicherer Kritik und dumpfen Parolen



Berlin Busters Social Club

Unerhört! Adbusting gegen die Gesamtscheiße
Veränderte Werbung als Gesellschaftskritik?

*Werbung nervt. Aktivist*innen treten der Reklame-Allmacht im öffentlichen Raum mit Adbusting entgegen und reflektieren ihre Aktionsform in einem erfrischenden Werk.*

Rezensiert von [Sabrina Pohlmann](#)

Adbusting ist das Verändern von Werbung im öffentlichen Raum. Meistens werden große Plakate gering manipuliert, sodass eine Verfremdung der Botschaft stattfindet. Welche Potentiale hat diese Aktionsform? Kann sie wirksame Gesellschaftskritik sein? Diesen Fragen stellen sich einige Aktivist*innen, die gemeinsam die Broschüre „Unerhört! Adbusting gegen die Gesamtscheiße“ herausgegeben haben. Die Antwort lautet ausgesprochen reflektiert „Jein“. Gleichzeitig liefern sie mit ihrer Broschüre einen interessanten Beitrag, der zeigt, wie andere Aktivist*innen ihre Aktionen zusammenfassen und hinterfragen könnten: Zugänglich für alle Interessierten, offen für Kritik, dabei aber doch mit dem Selbstbewusstsein, dass die eigene Arbeit wertvoll ist.

Durch dieses Buch zu blättern, ist wie ein Gespräch mit einer altgedienten Aktivistin, die einiges zum Thema gelesen hat und ihr eigenes Tun seit Jahren reflektiert: Leicht unstrukturiert, aber immer anregend, ohne sich zu sehr auf eine Theorielinie zu versteifen und offen für Anregungen wird hier durch das Thema geführt. Gut so! Das Kollektiv spielt den Charme des linken Kleinverlags voll aus: Innovatives Format, ein kleiner fotokopierter Zusatzguide, der per Hand eingeklebt wurde und in dem erklärt wird, wie man Werbevitruinen öffnet. Dazu kommt ein angenehm unakademischer Sprachgebrauch.

Es sollte mehr solcher Bücher geben, die irgendwo zwischen praktisch orientierter Theorie und theoretisch orientierter Praxis verortet sind und so neue Gesprächsräume eröffnen. Die Herangehensweise, zwischen praktischen Beispielen und deren Erklärung hin- und herzuwandern, ist produktiv, gerade weil sie keine abgeschlossenen Thesen präsentiert und die Autor*innen auf starre Textstrukturen verzichten.

Ein verlorener Kampf?

Die Diskussion ist ausgesprochen komplex, ohne dabei abgehoben zu werden: Seitenhiebe auf Adorno treffen Gesetzestexte, treffen Verweise auf Blogs, treffen eigene Überlegungen. Insgesamt ergeben sich viele spannende Ansätze, die vielleicht an der einen oder anderen Stelle noch weiter ausreifen und begründet werden müssten. Dass es sich hier niemand einfach macht, ist natürlich begrüßenswert, aber eben auch: unbefriedigend, weil die aufgeworfene Frage, ob Adbusting denn nun gegen die Gesamtscheiße hilft oder nicht, letztlich offen bleibt und wahrscheinlich nie endgültig beantwortet werden kann.

Im Vergleich zu den Texten sind die vorgestellten Praxisbeispiele jedoch ein wenig zu simpel und konterkarieren teilweise die selbstkritische Reflexion auf Textebene. Die Adbustings sind bisweilen gefährlich nah an der Verkürzung, die im Anfangsteil des Buches noch treffend kritisiert wird. Einige der Slogans klingen eher nach Punks aus den 1970ern als nach 2019. „Lieber um Bier battlen als Kriege anzetteln“, heißt es da an einer Stelle. Das ist zwar nicht falsch, aber auch keine

überzeugende Kritik an der Bundeswehr, die vorübergehende Passant*innen vielleicht überzeugen könnte. Müsste da nicht noch viel mehr gehen, als neue Parolen über die alten Parolen zu schreiben? Spielt man damit nicht letztlich das Spiel auch nur mit und setzt dem Diskurs eine weitere Ebene an Bedeutungslosigkeit hinzu? Geht es nicht genau darum, diese bestechend einfachen Aussagen nicht mehr in die Welt zu setzen? Im Text wird dann aber genau dieses Spannungsverhältnis wieder aufgegriffen und beschrieben, und der dialektische Kreis dreht sich weiter.

Aktionsform von gestern?

Letztlich wird die mögliche Wirksamkeit natürlich auch durch die geringen Mittel begrenzt: Es ist für eine kleine Gruppe schwer, den Budgets großer Marketingabteilungen etwas entgegenzusetzen. Auch die kreativsten Adbuster*innen dürften da manchmal eben nicht weiterkommen und scheinen sich dieses Zwiespalts ununterbrochen bewusst zu sein. Bei so viel Zweifeln trotzdem weiterzumachen und die eigenen wunden Punkte öffentlich zu machen, ist widerständige Praxis im besten Sinne, die Diskussionen führt, ohne sich davon lähmen zu lassen.

Zum Schluss bleibt vor allem eine Frage offen: Ist Werbung auf Plakaten überhaupt noch relevant oder ist sie nicht längst in die sozialen Netzwerke weitergezogen? Was ist mit den Algorithmen, dem Suchmaschinenmarketing, den gesponserten Posts im halbprivaten Raum der sozialen Netzwerke? Der Kapitalismus und die Gesamtscheiße sind längst auch digital geworden, da scheint es angemessen, digitale(re) Aktionsformen zu entwickeln.

**

Beziehbar im Buchladen Schwarze Risse in Berlin, auf Veranstaltungen des Berlin Busters Social Club oder online [hier](#).

Berlin Busters Social Club 2019:

Unerhört! Adbusting gegen die Gesamtscheiße. Veränderte Werbung als Gesellschaftskritik? Selbstverlag Berlin Busters Social Club, Berlin.

Zitathinweis: Sabrina Pohlmann: Zwischen treffsicherer Kritik und dumpfen Parolen. Erschienen in: DDR - Innenansichten in der Literatur. 53/ 2019. URL: <https://kritisch-lesen.de/c/1575>. Abgerufen am: 09. 10. 2019 15:59.

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.

