

Jenseits des kapitalistischen Realismus: Anders anders sein

Ulrich Bröckling

Die folgenden Überlegungen sind in hohem Maße tentativ, ein Denkexperiment nicht im Sinne einer kontrollierten Versuchsanordnung, sondern des Ausprobierens, so wie man mit Drogen experimentiert. Sie fallen zudem in zwei sehr unterschiedliche Teile auseinander, die sich komplementär zueinander verhalten: Der erste Abschnitt versucht an dem Punkt weiterzudenken, an dem meine Studie über das unternehmerische Selbst (Bröckling 2007) endet: bei der Suche nach Möglichkeiten der Kritik an einem Subjektivierungsregime, das die Abweichung von der Norm zur Norm erhebt. Wie ist der paradoxen Logik eines kybernetischen Kapitalismus zu entkommen, der Widerstände absorbiert, indem er sie als Steuerungssignal und Innovationskompass nutzt?, lautet hier die Frage. Der zweite Abschnitt ist einer Fallstudie gewidmet und versucht die dichte Beschreibung einer spektakulären Protestaktion aus der Anti-Prekariatsbewegung. Kreist der erste Teil um die Schwierigkeit, ein Jenseits des kapitalistischen Realismus zu denken, so rekonstruiert der zweite einen Versuch, an der Fraglosigkeit seiner Geltung zu kratzen.

1.

Die Sozialfigur des »unternehmerischen Selbst« bezeichnet einen zeitgenössischen Modus der Subjektivierung – Subjektivierung verstanden als das Ensemble der Kräfte, die auf die einzelnen einwirken und ihnen nahelegen, sich in einer spezifischen Weise selbst zu begreifen, ein spezifisches Verhältnis zu sich selbst zu pflegen und sich in spezifischer Weise selbst zu modellieren. Es handelt sich bei dieser Figur also weder um einen Idealtypus im Sinne Max Webers noch um das, was in der empirischen Sozialforschung Modalpersönlichkeit genannt wird, das statistische Konstrukt eines Otto-Normal-Sub-

jekts, das die in einer Gesellschaft am häufigsten vorkommenden Persönlichkeitsmerkmale in sich vereint. Der Topos beschreibt weniger eine vorfindbare Entität als ein Kraftfeld, einen Sog: ein *telos*, nach dem die Individuen streben, einen *Maßstab*, an dem sie ihr Tun und Lassen beurteilen, ein tägliches *Exerzitium*, mit dem sie an sich arbeiten, und einen *Wahrheitsgenerator*, in dem sie sich selbst erkennen sollen. Das unternehmerische Selbst ist der Fluchtpunkt all jener Deutungsschemata, institutionellen Arrangements, Sozial- und Selbsttechnologien, welche die Menschen heute anhalten, ihre Lebensführung am Verhaltensmodell der Entrepreneurship auszurichten. Anders ausgedrückt: Ein unternehmerisches Selbst ist man nicht, man soll es werden. Dieser Ruf ergeht keineswegs nur an angehende Firmengründer, sondern richtet sich unabhängig vom wirtschaftlichen Status an alle und jeden einzelnen. In dem Maße, in dem der Markt als privilegierter Ort gesellschaftlicher Integration und oberste Rechtfertigungsinstanz fungiert, beziehungsweise in dem Maße, wie dies postuliert wird und eine fraglose Plausibilität beanspruchen kann, ist das unternehmerische Selbst zu einer hegemonialen Subjektivierungsfigur aufgestiegen. Jeder ist gehalten, sich die Maximen unternehmerischen Handelns zu eigen zu machen und sein Handeln marktförmig auszurichten. Der Markt erscheint in dieser Perspektive nicht als Ort des friedlichen Interessenausgleichs mittels Tausch, sondern als unübersichtliche, endlose Abfolge sich auftuender und wieder schließender Lücken. Sie zu erkennen und auszunutzen, zeichnet den Unternehmer aus.

Unternehmerisch zu handeln, geht deshalb keineswegs auf in der Orientierung am Prinzip der Nutzenmaximierung, wie es den *Homo oeconomicus* des klassisch liberalen Zeitalters kennzeichnete und die *Rational choice*-Theorie bis heute axiomatisch unterstellt. Unternehmerisch handelt gerade nicht, wer lediglich sorgsam Kosten und Nutzen kalkuliert und mit dem geringstmöglichen Einsatz den größtmöglichen Ertrag zu erzielen versucht. Entrepreneurere verlassen vielmehr *erstens* die ausgetretenen Pfade und gehen neue Wege; sie agieren, um Schumpeters berühmte Formel zu zitieren, als »schöpferische Zerstörer«. Sie zeichnen sich *zweitens* durch ihre Findigkeit aus, das heißt sie besitzen ein Gespür für Gewinnchancen, für jene Gelegenheiten, wo sich etwas billig kaufen und teuer verkaufen lässt. Unternehmer sind *drittens* dezisionistische *risk taker*, die ihre Entscheidungen unter Bedingungen der Unentscheidbarkeit treffen. Jede unternehmerische Investition stellt eine Wette auf die Zukunft dar, die sich nicht in mathematische Risikokalküle übersetzen lässt. Schließlich sind Entrepreneurere *viertens* für ihre Unternehmen das, was der Souverän für den Staat ist. Sie mobilisieren und

koordinieren die Kräfte, disponieren die Ressourcen, setzen die Regeln, schließen die Verträge – und sie entscheiden wenn schon nicht über den, so doch im Ausnahmezustand, das heißt, sie bewähren sich in Situationen der Krise.

Weil unternehmerisches Handeln Handeln auf Märkten und damit Handeln im Wettbewerb ist, steht es unter dem Diktat des Komparativs: Unternehmer müssen nicht nur innovativ, findig, risikobereit und führungsstark sein, sondern innovativer, findiger, risikobereiter und führungsstärker als die anderen. Dafür gibt es keine Regel außer der, immer wieder die Regeln zu durchbrechen, um sich Alleinstellungsmerkmale zu verschaffen. Es existiert kein *one best way* zum unternehmerischen Erfolg, keine Blaupause, die bloß zu kopieren wäre. Die Paradoxie des unternehmerischen Selbst besteht darin, dass dieses Rollenmodell gleichermaßen mit dem Prinzip des Modells wie mit dem der sozialen Rolle bricht. Nicht Nachahmung und mimetische Anpassung, sondern Einzigartigkeit ist gefragt. Die unternehmerische Anrufung radikalisiert damit das Paradox der Individualisierung: Wenn jeder besonders sein soll, gleichen sich alle darin, sich von den anderen unterscheiden zu müssen. Und obendrein von sich selbst. Rimbauds »Ich ist ein anderer« – die Urformel des modernen, dezentrierten Subjekts – ist längst zum kategorischen Imperativ *be different* mutiert, Selbstentfremdung zur Schlüsselqualifikation geworden.

Sich von anderen und von sich selbst zu unterscheiden, heißt Selbstinszenierung; das unternehmerische Selbst ist auch ein sich fortwährend inszenierendes und re-inszenierendes Selbst. Das Distinktionsspiel der modernen Individuen, das Georg Simmel (1919: 38) am Beispiel der Mode beschrieb, die »einen sozialen Gehorsam ermöglicht, der zugleich individuelle Differenzierung ist«, hat sich in die Tyrannei der Alterität verwandelt. Nicht der Narzissmus eines gesteigerten Egos, sondern die blanke Angst, sich von den Konkurrenten auf den Arbeits-, Beziehungs- und Aufmerksamkeitsmärkten nicht genügend abzuheben, treibt sie an. Gefordert ist ein Konformismus des Andersseins (vgl. Bolz 1999) – eine Forderung, der zugleich eine Drohung eingeschrieben ist: Glaubt man Tom Peters, Managementbestsellerautor und charismatischer Prophet des *spirit of enterprise*, so entgeht man dem Gebot, unternehmerisch zu handeln, nur um den Preis des eigenen Untergangs. »Distinct ... or extinct« (Peters 2004: 95), »Seien Sie besonders ... oder Sie werden ausgesondert!« (Peters 2001: 8), heißt es in seinen Bauanleitungen für Ich-AGs.

Damit verschieben sich auch die Möglichkeiten von Kritik und die Formen des Widerstands, ist dieses Regime der Subjektivierung doch in seinem Kern selbst ein kritisches Unterfangen. Es nötigt dazu, alle Normen und Normalitätsfelder in Frage zu stellen, postuliert eine permanente Umwertung aller Werte, verwirft jedwede Gewissheit und entthront alle Autoritäten. An dieser Stelle tut sich ein weiteres Paradox auf: Unternehmerische Eigeninitiative, Selbstverantwortung, Kreativität zu postulieren heißt, die Instanzen in Frage zu stellen, die über das Subjekt verfügen wollen. Das unternehmerische Selbst ist gerade als Sklave des Marktes eine souveräne Gestalt. Wie aber soll man ein Dispositiv des Regierens und Sich-selbst-Regierens kritisieren, das seinerseits vom Grundverdacht angetrieben wird, es werde zuviel regiert? Wovon soll man sich befreien, wenn doch das Verlangen nach Freiheit eine elementare Triebkraft unternehmerischen Handelns darstellt? Wie lässt sich dem Paradox einer Anrufung entgehen, die vereinheitlicht, indem sie Unterschiede stark macht?

Die Programme der Mobilisierung des unternehmerischen Selbst fordern Überschreitung statt Regelbefolgung, kurzum: sie fordern, anders zu sein. Kritik steht damit vor der nicht minder paradoxen Aufgabe, anders anders zu sein. Paradox ist die Formel vom Anders-anders-Sein, weil sie formallogisch gesehen in einen Zirkel mündet: Schon das Anders-Sein markiert keinen Zustand, sondern eine Relation. Der Forderung, anders zu sein, kann man daher nur folgen, indem man sich fortwährend absetzt. Das unternehmerische Selbst ist ein getriebenes Selbst. Alleinstellungsmerkmale besitzt man stets nur für den Augenblick, bevor die Konkurrenz nachgezogen hat, und muss ihr folglich unentwegt einen Schritt voraus sein, um neue Alleinstellungsmerkmale zu kreieren. Anders anders zu sein würde demnach bedeuten, sich davon abzusetzen, sich abzusetzen. Doch wie sich vom allgemeinen Distinktionszwang distanzieren, ohne damit wiederum zum schlichten Nachahmer zu werden? Dem Konformismus des Anders-Seins entkommt man nicht mit nonkonformistischer Selbstgleichschaltung. Auch dies hat Simmel (1919: 40) wiederum am Phänomen der Mode präzise beobachtet: »Wer sich bewusst unmodern trägt oder benimmt, erreicht das damit verbundene Individualisierungsgefühl nicht eigentlich durch eigene individuelle Qualifikation, sondern durch bloße Negation des sozialen Beispiels: wenn Modernität Nachahmung dieses letzteren ist, so ist die absichtliche Unmodernität seine Nachahmung mit umgekehrtem Vorzeichen, die aber darum nicht weniger Zeugnis von der Macht der sozialen Tendenz ablegt, die uns in irgendeiner positiven oder negativen Weise von sich abhängig

macht. Der absichtlich Unmoderne nimmt genau den Inhalt wie der Modernarr auf, nur dass er ihn in eine andere Kategorie formt, jener in die der Steigerung, dieser in die der Verneinung«. – Negative Fixierung bleibt eine Fixierung.

Weder logisch noch praktisch scheint also ein Weg aus diesem Zirkel herauszuführen. Die Macht von Paradoxa beruht darauf, dass sie Unauflösbarkeit suggerieren und deshalb als Probleme prozessieren. Weil man paradoxen Anforderungen weder genügen noch ihnen entkommen kann, bleibt man in Bewegung. So wie jener sprichwörtliche Hund, der rennt und rennt, um die Wurst zu erwischen, die ihm vor der Nase baumelt, ohne sie je zu erreichen, weil die Angel, an der sie hängt, auf seinem eigenen Rücken befestigt ist. Auch die Menschen dazu zu bringen, immer weiter zu rennen, genau das soll die Anrufung des unternehmerischen Selbst leisten. Nicht trotz, sondern gerade wegen ihrer Unmöglichkeit sind Paradoxa deshalb ein wirksames Regierungsinstrument, an dem die herkömmlichen Waffen der Kritik stumpf werden. Paradoxa installieren eine Diskursfalle und immunisieren sich gegen Widerspruch, indem sie die Widersprüchlichkeit selbst zum Prinzip erheben. Wer sich nicht im Spiegelspiel der Imperative des Andersseins verfangen will, muss daher den Rahmen verlassen, der die Negation des Status quo zur Bedingung seines Fortbestehens macht und Kritik immer schon als höhere Form der Affirmation einbaut. Die Paradoxa des unternehmerischen Distinktionszwangs zu entparadoxieren, bedeutet zunächst eine *deconstruction of frames*, und das heißt vor allem eine Dekonstruktion des Markts als Motor »schöpferischer Zerstörung«.

Welche Wege könnte eine solche Bewegung der Dekonstruktion einschlagen? Der Markt »verarbeitet« unentwegt Alteritäten, indem er sie entweder als Alleinstellungsmerkmale privilegiert oder sie als unverwertbar aus dem gesellschaftlichen Verkehr ausschließt. Kritik als die Kunst, anders anders zu sein, wäre der Versuch, immer wieder die Unausweichlichkeit dieser Alternative in Frage zu stellen und Wege jenseits von Einverleibung und Aussonderung aufzutun. Sie verlangt deshalb ebenfalls immer neue Absatzbewegungen, ein geschicktes Ausnutzen von Chancen, den Mut zur Zerstörung, Beweglichkeit, Eigensinn – das heißt, sie verlangt selbst durchaus unternehmerische Tugenden. Ohne Mimesis an ihren Gegenstand kommt sie nicht aus, aber sie geht darin nicht auf, sondern bleibt in der Anverwandlung unterscheidbar. Die Künstler des Anders-anders-Seins beschleunigen nicht einfach nur den Wettbewerb der Alteritäten und präsentieren sich keineswegs bloß als geschicktere Unternehmer in eigener Sache. Beharrlich setzen

sie vielmehr dem Distinktionszwang ihre Indifferenz entgegen, dem Imperativ der Nutzenmaximierung die Spiele der Nutzlosigkeit und bestehen darauf, dass es jenseits der Nötigung zu wählen und der Unfreiheit, nicht wählen zu dürfen, noch etwas Drittes gibt: die Freiheit, nicht wählen zu müssen. Doch auch den passiven Widerstand erheben sie keineswegs zum alleinigen Handlungsprinzip, des traurigen Schicksals Bartlebys eingedenk, jener literarischen Ikone intensivierter Passivität (Melville 1853/1980), der schlussendlich im Gefängnis verhungert. Anders anders zu sein, schließt Verweigerung ebenso ein wie Verweigerung der Verweigerung.

Ein solches Insistieren auf Indifferenz, Nutzlosigkeit und die Souveränität der Entscheidung, sich zu entscheiden oder nicht zu entscheiden, wäre *erstens* eine Kritik ohne Standpunkt, *zweitens* eine Kritik ohne Avantgardeanspruch und *drittens* eine Kritik ohne Feier des Uneindeutigen. Auf eine feste Position, von dem aus sie ihr Nein formulieren könnte, muss sie verzichten; auf die Frage, »auf welcher Seite stehst du?«, weiß sie schon deshalb keine Antwort, weil die Absorptionskraft des Marktes die Semantik des Barrikadenkampfes lächerlich erscheinen lässt. Es gibt kein Begehren und kein Aufbegehren, die nicht kommodifiziert werden könnten. Jeder Trendscout lebt davon, gegenkulturelle Impulse in neue Produktlinien zu überführen. Dem Widerspruch einer zur Norm erhobenen Abweichung entkommt man allerdings ebenso wenig mit einem Gestus der Überbietung, steht doch das *plus ultra*, der Ruf nach dem Immer-weiter selbst im Zentrum der unternehmerischen Anrufung. Schließlich führen auch die Verflüssigung von Positionen oder das Hin- und Herspringen zwischen pluralen Identitäten nicht aus der Tyrannei des Anders-Seins heraus: Die nomadischen, queeren oder hybriden Subjekte, wie sie als emphatisch aufgeladene Gegenanrufungen poststrukturalistische Theorien – von Gilles Deleuze und Félix Guattari über Judith Butler bis Homi Bhabha – bevölkern, mögen zwar den auch in einer nachdisziplinären Gesellschaft noch wirksamen Homogenisierungsdruck mit einem Vexierspiel unscharfer, offener oder wechselnder Identitätskonstruktionen unterlaufen, dem Flexibilisierungsimperativ einer radikalisierten Marktökonomie haben sie wenig entgegenzusetzen.

Kritik als die Kunst anders anders zu sein verteidigt also weder eine feste Stellung (die Logik der Opposition), noch überschreitet sie konsequent alle Grenzen (die Logik der Radikalisierung), noch findet sie ihren Platz am Nicht-Ort eines changierenden Dazwischen (die Logik der performativen Vermischung). Sie installiert kein Alternativprogramm zur unternehmerischen Selbstoptimierung, sondern realisiert sich als kontinuierliche An-

streuung, sich dem Zugriff gleich welcher Programme wenigstens zeitweise zu entziehen. Nicht Gegenkraft, sondern ein Außerkraftsetzen; Unterbrechung statt Umpolen des Energieflusses; eine immer wieder neu ansetzende Distanzierung statt der Suche nach dem einen *point de résistance*. Anschließen könnte das Unterlaufen des Differenzpostulats ohne Rückzug auf Identitätsunterstellungen an die Denkfigur der *differance*, diesem »Verstoß gegen die Orthographie«, mit dem Jacques Derrida das Spielespiel von Identität und Differenz in eine Bewegung des Aufschiebens, des Umwegs, des Nicht-Feststellens überführt. Wie die *differance* »ist« auch die Kunst des Andersanders-Seins nicht: »Sie ist kein gegenwärtig Seiendes, so hervorragend einmalig, grundsätzlich oder transzendent man es wünschen mag. Sie beherrscht nichts, waltet über nichts, übt nirgends eine Autorität aus«. Sie besitzt kein eigenes Reich, sondern »stiftet zur Subversion eines jeden Reiches an« (Derrida 2004: 138).

Insofern operiert sie taktisch, und nicht strategisch, um eine Unterscheidung Michel de Certeaus aufzunehmen. Der Taktiker hat keinen Feldherrnhügel, von dem er herabblicken könnte, sondern steht mitten im Getümmel. »Die Taktik hat nur den Ort des Anderen«, schreibt de Certeau (1988: 91, 89). »Sie muß mit dem Terrain fertigwerden, das ihr so vorgegeben wird, wie es das Gesetz einer fremden Gewalt organisiert. Sie ist nicht in der Lage, sich bei sich selbst aufzuhalten, also auf Distanz, in einer Rückzugsposition, wo sie Vorausschau üben und sich sammeln kann. [...] Sie muß wachsam die Lücken nutzen, die sich in besonderen Situationen der Überwachung durch die Eigentümer auftun. Sie wildert darin und sorgt für Überraschungen«. So unsicher wie ihr Ort ist auch ihr Zeithorizont. Nicht auf Beständigkeit, sondern auf den richtigen Augenblick kommt es ihr an. Der Taktiker folgt keinem Schlachtplan, sondern vertraut auf den Kairos. Selbst wenn er die Initiative ergreift, sind seine Aktionen Reaktionen.

Die Unterscheidung von Strategie und Taktik kann allerdings nur heuristische Qualität beanspruchen. Sie bezeichnet zwei entgegen gesetzte Handlungsmodi, doch lässt sich kein reales Handeln tatsächlich ganz einem der beiden Pole zuordnen: Jede Strategie braucht, soll sie gelingen, Raum für situative Anpassung; umgekehrt steckt in jeder taktischen Intervention ein Moment antizipierender Planung. Gänzlich verfehlt wäre es jedenfalls, das Plädoyer für eine als Taktik verstandene »Kunst des Handelns« – so der Titel von de Certeaus Theorie des Alltagslebens – mit einem blanken Spontaneismus gleichzusetzen. Genauer als die militärische beschreibt deshalb vielleicht eine musikalische Analogie die Praxis einer anders anderen Kritik: Gefordert

ist Improvisation statt Komposition, und jeder Jazzmusiker weiß, wie viel Übung, Erfahrung und kollektive Abstimmung es braucht, um zu jammen (vgl. Becker 2000). Auch Improvisieren ist eine Kunst, und ein munter-naives Draufflos ergibt noch keinen Groove. Der Kult der Unmittelbarkeit liegt den Künstlern des Anders-anders-Seins jedenfalls so fern wie der Glaube an die Große Partitur. Responsivität, die Fähigkeit blitzartig Kräftekonstellationen zu erkennen und zu verschieben, ist vielleicht ihre wichtigste Tugend.

Wie das unternehmerische Selbst darf sich auch der Einspruch gegen seine Anrufung nicht auf dem einmal Erreichten ausruhen. Gelingen kann das Außerkräftsetzen des unternehmerischen Kraftfelds stets nur für den Moment, und nichts feilt den kritischen Impuls davor, im nächsten Augenblick als Feedbackschleife eingespeist zu werden und das Kraftfeld zu stabilisieren. Doch es sind diese Momente der Irritation, die schlagartig erkennen lassen, dass der Sog nicht unausweichlich ist.

Programme und Widerstände, Strategien und Taktiken gehören unterschiedlichen Wissens- und Handlungsordnungen an: Anders anders zu sein ist keine Technik, sondern ein Störfall; es gehört eher der Sphäre des Ereignisses an als jener des *social engineering*. Der Sog der unternehmerischen (Selbst-)Mobilisierung lässt sich planvoll erzeugen, die Widerstände dagegen nicht. Man muss mit ihnen rechnen, und die Mobilmacher rechnen mit ihnen, doch sie sind nicht berechenbar. Es gibt eine Wissenschaft des Regierens, aber keine des Nicht-regiert-werden-Wollens. Das nötigt zu gegensätzlichen Formen der Darstellung und Reflexion: Während die Sozial- und Selbsttechnologien des unternehmerischen Selbst einen theoriegeleiteten und empirischer Überprüfung zugänglichen Methodenkanon versammeln und sich folglich systematisch rekonstruieren lassen, bleiben Beschreibungen der Kunst, anders anders zu sein, stets anekdotisch. Man kann Geschichten des Nichtfunktionierens oder des Umfunktionierens erzählen, Theorien daraus ableiten kann man nicht. Zum Glück. Denn ließe sich exakt bestimmen, wo und warum die entrepreneuriale Zurichtung der Menschen *nicht* funktionierte oder wie die Menschen sie umfunktionierten, so würde dieses Wissen längst jene Technologien verfeinern helfen, deren Grenzen es aufzeigte. Die Wissenschaft, so ließe sich eine elementare Unterscheidung Jacques Rancières (2002) aufnehmend sagen, gehört wie die gouvernementalen Regime zur Ordnung der Polizei: Sie vollzieht eine Aufteilung des Sinnlichen, weist Dingen wie Menschen einen festen Platz zu. Die Widerstände dagegen sind politisch: Sie markieren eine Unterbrechung, eine Störung

auch der Ordnung sozialwissenschaftlicher Klassifizierungen und Erklärungsmodelle.

Jede Untersuchung von Phänomenen des Eigensinns, der Widerständigkeit oder Subversion steht somit in einer dreifachen Gefahr: Entweder spürt sie Regeln und Regelmäßigkeiten gerade dort auf, wo es um ihre Verletzung geht – die kriminologische Perspektive; oder sie reiht heterogene Geschichten aneinander, ohne viel mehr über sie aussagen zu können, als dass es sie eben gab – das Forschungsprogramm einer phänomenologischen Kulturwissenschaft und in weiten Teilen auch der *Cultural Studies*; oder sie argumentiert selbst von der Höhe des Feldherrnhügels aus und verspricht oppositionelles Regierungswissen, um die Kräfte des Widerstands geeint in die Schlacht zu führen – die leninistische Position, die netzwerktheoretisch nachgerüstet auch noch in den postoperaistischen Beschwörungen der »Multitude« nachhallt (Hardt/Negri 2002; 2004).

Bleibt dann nur die aporetische Alternative, entweder von den Widerständen zu schweigen, weil über sie zu sprechen hieße, sie dem Zugriff der Regierungsmächte auszuliefern; oder aber über sie zu sprechen, weil zu schweigen hieße, jenen in die Hände zu arbeiten, die das Widerständige unsichtbar halten wollen? Selbstverständlich nicht. Wie aber ließe sich den Fallstricken des kriminologischen Blicks, des anekdotischen Erzählens oder revolutionstheoretischer – schon das Wort ist ein hölzernes Eisen! – Sandkastenspiele entkommen? Sicher nicht mit einer Kritik als Kriegswissenschaft, die sich einerseits darin erschöpft, den Feind zu identifizieren, seine Listen aufzudecken und seine verkappten Agenten zu entlarven, die andererseits die eigenen Bataillone in Position zu bringen und ihnen Marschroute wie Einsatzplan vorzugeben versucht. Ebenso wenig mit einer Kritik als pathetischer Feier des Eigensinns oder der Revolte, als Hohes Lied der »Großen Weigerung« Herbert Marcuses (1967) oder des kleinen »I prefer not to« von Herman Melvilles Bartleby. Solche Kritiken wissen immer schon, was sie herausfinden werden und suchen dafür lediglich weitere Belege. Anders gesagt, sie sind konstitutionell dumm. Weil sie nur Antagonismen (oder nur den einen großen Antagonismus) kennen, bleiben sie blind für Ambivalenzen. Ihre Protagonisten sind sich sicher, dass Subjekt und Objekt der Kritik fein säuberlich zu trennen sind, dass sie selbst jedenfalls in keiner Weise von dem kontaminiert sind, was sie perhorreszieren. Kritik als Externalisierung: Die Hölle, welche Teufel dort auch herrschen mögen, das sind immer die anderen.

Demgegenüber wäre ein Verständnis von Kritik als Problematisierung stark zu machen. Statt *eine* Geschichte der Anrufung des unternehmerischen Selbst zu konstruieren oder *viele* Geschichten ihres Scheiterns zu dokumentieren, wären die Konstellationen sichtbar zu machen, in denen jeweils bestimmte Strategien des Zugriffs, bestimmte Muster von Resistenz und bestimmte Formen, über beides zu sprechen, aufeinandertreffen. Nicht nur die entrepreneurialen Programme, sondern auch die widerständigen Praktiken wären daraufhin zu befragen, wie sie die Probleme bestimmen, auf die sie antworten, mit welchen Subjektpositionen und Subjektivierungsmodi sie operieren, welcher Interventionsformen sie sich bedienen und welche Plausibilisierungsstrategien sie einsetzen, um diese zu begründen, schließlich welche Verheißungen sie daran knüpfen und welche Ziele sie damit zu erreichen hoffen.

2.

Eine solche Problematisierung unternimmt die folgende dichte Beschreibung einer spektakulären Aktion, in der sich die Protestkultur der Anti-Prekariatsbewegung exemplarisch verdichtet. Es handelt sich um die Aneignungsaktion einer Gruppe von »prekären Superhelden«, die am 28. April 2006 in Comicfiguren nachempfundenen Kostümen in einen Hamburger Feinkost-Supermarkt eindringen, Luxus-Lebensmittel im Wert von 1.500 Euro einpackten und ohne zu zahlen wieder verschwanden, nicht ohne zuvor den Verkäuferinnen einen Blumenstrauß mit einer schriftlichen Erklärung zu hinterlassen. Bevor sie abtauchten und ihre Beute an ErzieherInnen, PraktikantInnen, Putzfrauen und Ein-Euro-JobberInnen verteilten, posierten sie noch für einige Fotos, die sofort ins Netz gestellt und dann auch in zahlreichen Presseberichten – von der *Bild*-Zeitung bis zur *Washington Post* – abgedruckt wurden.

In ihrem Bekennerschreiben stellten die Superhelden sich vor und begründeten ihre Aktion:

»Falls ihr uns noch nicht kennt: Wir sind Santa Guevara, Spider Mum, Operaistorix und Superflex. Wir sind prekäre Superhelden. Superflex ist mit jeder Art von Arbeitsvertrag vertraut: Teilzeit, Vollzeit, Praktikum. Der ganze Stress führte zu einer erfreulichen Mutation seiner Moleküle. Operaistorix überlebte die letzten Jahre mit Hilfe des Arbeitslosigkeitsmoduls. Dank seiner unerhörten Beweglichkeit gelang es ihm

bis jetzt Hausbesuchen der ARGE und Ein-Euro-Jobs auszuweichen. Spider Mums Mutantenkörper entstand irgendwo zwischen Kita, unbezahltem und bezahltem Putzen. In ihren Händen verwandeln sich Ajax und Wischmopp in gnadenlose Waffen. Santa Guevara entzieht sich den Kontrollen und verschwindet ohne eine Spur zu hinterlassen. Mit dieser Fähigkeit gelingt es ihm immer wieder der Langeweile von Callcentern und Uni-Seminaren zu entkommen.

Spider Mum, Operaistorix, Superflex und Santa Guevara sind nicht allein. Ob als vollvernetzte Dauerpraktikantin, Callcenterangel, aufenthaltslose Putzfrau oder ausbildungsplatzloser Ein-Euro-Jobber: Ohne die Fähigkeiten von Superhelden ist ein Überleben in der Stadt der Millionäre nicht möglich. Obwohl wir den Reichtum von Hamburg City produzieren, haben wir kaum etwas davon. Das muss nicht so bleiben. [...] Die Orte des Reichtums sind so zahlreich wie die Möglichkeiten sich diesen Reichtum zu nehmen. Bleibt nur noch eine Frage offen: Wo setzt du deine Superheldenkräfte ein? Komm doch einfach zur Euromaydayparade am 1. Mai um 13 Uhr an der Wiese am Michel.«¹

Trotz sofort eingeleiteter Großfahndung, bei der sogar ein Hubschrauber zum Einsatz kam, konnten die Superhelden nicht gefasst werden. Bei der erwähnten Hamburger Euromayday-Demonstration tauchte eine große Zahl ähnlich kostümierter Superhelden auf, und Buttons mit den Konterfeis von Santa Guevara und Co. fanden reißenden Absatz. Nach umfangreichen Ermittlungen der Staatsschutzabteilung des Landeskriminalamts wurde ein Jahr später eine 30jährige Studentin und Euromayday-Aktivistin aufgrund vermeintlicher Ähnlichkeit mit der auf den Fotos abgelichteten Spider Mum angeklagt und zu einer Geldstrafe verurteilt. Aufgrund der fragwürdigen Beweisführung verwarf die Berufungsinstanz im Oktober letzten Jahres dieses Urteil und sprach die Angeklagte frei.² Das Medienecho auf die Aktion war enorm, die Aktivistinnen gaben Interviews unter anderem für den *Stern* und die *Frankfurter Rundschau*, und auch in Webforen und Online-Journalen wurde ausgiebig über die Superhelden diskutiert.

Die folgenden Überlegungen versuchen aus den schriftlichen und visuellen Äußerungen der Aktivistinnen wie auch aus den veröffentlichten Diskussionen über ihren Coup dessen explizite wie implizite Programmatik herauszupräparieren; das heißt, sie »lesen« diese Aktion als exemplarisches Szenario für widerständiges Handeln gegen prekäre Lebensbedingungen – und damit nicht zuletzt als einen Versuch, anders anders zu sein. Problematisch an diesem Zugang ist, das sei zumindest angemerkt, dass Selbstbeschreibungen der Aktivistinnen und mediale Darstellungen ihrer Aktion sich

¹ <http://de.indymedia.org/2006/04/145010.shtml>; vgl. auch Panagiotidis (2007).

² <http://www.nadir.org/nadir/kampagnen/euromayday-hh/de/2008/10/794.shtml>.

nicht immer auseinander halten lassen, dass also Intention und Interpretation verschwimmen. Die Aktivist:innen suchen und bedienen die mediale Öffentlichkeit, sie spielen virtuos mit den Symbolen der Massenkultur, aber die Medienöffentlichkeit bedient sich ebenso ihrer. Gerade dadurch laufen sie ständig Gefahr, die Deutungsmacht über ihren Protest zu verlieren. Welche Seite in dieser Ökonomie der Aufmerksamkeit mehr an der anderen parasitiert, das ist eine offene Frage.

Singulär war die Aktion der »prekären Superhelden« schon deshalb nicht, weil sie sich einreihete in eine Geschichte ähnlicher Aktionen, angefangen von der kollektiven Selbstbedienung im Supermarkt, die italienische Frauen im Rahmen der autonomen Arbeiter/innenkämpfe der 1970er Jahre praktizierten und die ihren literarischen Niederschlag in Dario Fos fulminanter Komödie *Bezahlt wird nicht* (Fo 1977) gefunden hat. Zu nennen sind ferner die zwischen künstlerischem und politischem Aktivismus schillernden Aneignungsaktionen der spanischen Gruppe *Yomango* (yo mango, ugs. span. = ich klaue), die den Ladendiebstahl als Label und Lebensstil zu etablieren versuchten. »*Yomango*«, heißt es in einem Artikel in der Berliner Zeitschrift *Arranca!*³, »setzt der Welt der Marken, in der unsere Wünsche, unsere Kreativität und unsere Rebellion enteignet werden, eine eigene Marke entgegen, die vor allem eine Botschaft hat: Klauen ist chic. *Yomango* greift die Strategie der Marken auf und wendet sie gegen die Langeweile des Konsums. In einer Fußgängerzone werden während einer Performance Kleidungsstücke aus einem Geschäft geklaut. In einem Supermarkt entwenden Tango tanzende Paare anlässlich des ersten Jahrestages des Aufstands in Argentinien Sektflaschen und lassen in einer für die Krise verantwortlichen Bank die Sektkorken knallen.«⁴ Bereits ein Jahr vor der Aktion im Delikatessen-Supermarkt hatte in Hamburg eine andere Gruppe in einem Nobelrestaurant ein Transparent mit der Parole »Die fetten Jahre sind vorbei« entrollt, vor den Augen der perplexen Gäste das Buffet abgeräumt, in Tragetaschen mit der Aufschrift »Fünf Sterne to go« verstaut und war vor Eintreffen der Polizei verschwunden. Die prekären Superhelden selbst stellten ihre Aktion in unmittelbarem Zusammenhang dazu, indem sie ihr Bekenntnisschreiben mit der Überschrift »Fünf Sterne to go II« versahen.

³ »Hamburg umsonst«, in: *Arranca!*, Nr. 29, April 2004, <http://arranca.nadir.org/arranca/article.do?id=267>, 23. Juli 2009

⁴ Manifeste von *Yomango* finden sich online unter: <http://kommunikationsguerilla.twoday.net/stories/161723/> und <http://kommunikationsguerilla.twoday.net/stories/215046/> <23.07.2009>. Von der Aktion in Buenos Aires existiert ein Video: <http://de.youtube.com/watch?v=rXBSAubWcIA> <23.07.2009>

Zur Genealogie der prekären Superhelden gehören indes nicht nur diese Vorbilder kollektiver Aneignungsaktionen, mit ihrer geradezu überbordenden Symbolik bedienen sie sich auch im Inventar popkultureller Mythen. Vergleiche mit Robin Hood oder dem Hamburger *local hero* Klaus Störtebeker, die in kaum einem Medienbericht über ihre Aktion fehlen (zum Beispiel Gärtner 2006), wiesen sie zwar zurück: »Uns ging es überhaupt nicht darum, uns als die Rächer der Armen darzustellen«, erklärte Spider Mum in einem Interview, »eigentlich ist genau das Gegenteil der Fall. Wir wollten sagen. Auch du bist ein Superheld und hast das Recht, dir ein schönes Leben zu machen. Guck, wenn man sich zusammenschließt, ist alles möglich« (Petersen 2006). In einem Interview mit dem *Stern*⁵ stilisierten sie sich jedoch exakt als die zeitgenössischen Wiedergänger des Outlaws aus dem Sherwood Forest: »Das sind symbolische Aktionen. Was wir erbeutet haben, haben wir in den armen Vierteln der Stadt verteilt. Die Leute haben sich irre gefreut! Wir haben nichts für uns genommen«.

Ein popkulturelles Zitat war auch die Verkleidung, mit der sie die Rolle der Comic-Heroen von Super- bis Spiderman appropriierten, die mit ihren übermenschlichen Kräften unentwegt die Menschheit vor allen möglichen Finsterlingen retten. Die Figur der Superhelden war in der Bilderpolitik der Prekariatsbewegung bereits fest etabliert, als die Hamburger Gruppe in ihre Ganzkörperkostüme schlüpfte. Auch hierzu eine Erklärung von Spider Mum:

»Die Idee der Superhelden ist im Zusammenhang mit dem Euromayday in Mailand entstanden. Dort wurden unterschiedliche Superhelden mit unterschiedlichen Charakteren entwickelt, die alle eins gemeinsam haben: Sie wehren sich gegen die Prekarisierung ihrer eigenen Arbeits- und Lebensverhältnisse. Aus den Figuren ist dort ein Sammelalbum entstanden und am 1. Mai konnten alle auf unterschiedlichen Paradewegen die Bilder bekommen. Außerdem gab es ein Videoprojekt, in dem Leute auf der Straße interviewt wurden. Die Eingangsfrage lautete: Bis Du ein Superheld?« (Willms 2006)

Die gleiche Frage beantworteten Hamburger TeilnehmerInnen der Euromayday-Demonstration bei einem Foto-Shooting und bekannten sich zu Schwarzfahren, Büromaterialklau und ähnlichen Helden- beziehungsweise Antiheldentaten. Der Demonstrationsauftritt enthielt einen Superhelden- »Psychotest«, mit dem die Teilnehmer/innen sich einem der vier Heldentypen zuordnen konnten. Das ironisierende Détournement der massenkulturellen Ikonen wurde in der Folge rekursiv: Die prekären Superhelden sind

⁵ »Wir suchen die Orte des Reichtums heim«, Interview, in: *Stern*, 25/2006, S. 74–76.

inzwischen selbst zu Titelfiguren eines Comics geworden (Schwieger 2007), und sie zierte eine Zeit lang als Murals ein Haus in der Hamburger Hafensstraße.

Nicht minder zirkulär sind die Bezugnahmen auf Hans Weingartners Film *Die fetten Jahre sind vorbei* aus dem Jahre 2004, den schon die Hamburger Vorläuferaktion mit ihrem Transparent zitiert hatte: »Was war zuerst da, der Film oder ihr?«, fragt ein Interviewer, und Superflex antwortet: »Der Film hat uns auf jeden Fall inspiriert und uns in unserer Meinung bestärkt, dass es mehr an Rebellion braucht, um den Alltag zu ändern. Meine Lieblingsszene im Film ist die, in der die Frau, nachdem sie von ihrem Chef entlassen worden ist, in der Tiefgarage den Schlüssel zückt und mit Genugtuung an der Seite der Nobelkarosse entlangschrammt. Wir haben uns sehr gefreut, dass sich der Regisseur Hans Weingartner begeistert zu unserer Aktion geäußert hat. Er freue sich, dass die Figuren seines Films in die Realität schlüpfen, so oder so ähnlich« (Willms 2006). Stellenweise verschwimmen die mediale Vorlage und die Deutung des eigenen Tuns in den Medien so weit, dass einzelne Interview-Passagen direkt aus dem Film herausgeschnitten sein könnten:

Interviewer des Stern: »Ihr Problem ist doch: Alles, was Sie tun, gab es schon mal. Ihre Aktionen sind Kopien, sind Zitat. Es gab schon einmal die Spaßguerilla, jede Provokation war schon mal da – immer mit großen Hoffnungen auf eine bessere, eine gerechtere Welt verbunden. Aber was ist dabei herausgekommen?

Peter: Wenn Sie es negativ sehen wollen: Agenda 2010 und weitere Sauereien. Aber nur weil die Grünen oder die Sozialdemokraten Verräter geworden sind, hört die Geschichte doch nicht auf.

Interviewer: Es ist doch viel schlimmer: Jede Utopie scheint diskreditiert.

Peter: Nein. Menschen kämpfen immer gegen Ungerechtigkeit. Sie haben das in der Vergangenheit getan und werden es in Zukunft tun. Es passiert in Madrid, in Mailand. Es passiert in Frankreich, dort kippen sie das Gesetz, das den Kündigungsschutz abschaffen sollte. Das macht doch Mut und schafft Freude«⁶

Und im Film:

Jan: »Ja, das Rebellieren ist halt schwieriger geworden. Früher brauchtest Du nur zu kiffen und lange Haare zu haben, und das Establishment war automatisch gegen Dich. Und was früher subversiv war, kannst Du heute im Laden kaufen. Che Guevara-T-Shirts oder Anarcho-Sticker.

⁶ »Wir suchen die Orte des Reichtums heim«, Interview, in: *Stern*, 25/2006, S. 74–76.

Jule: Ja, ja genau. Und deswegen gibt's auch überhaupt gar keine Jugendbewegung mehr. Weil alle haben das Gefühl, das war doch schon mal da. Das haben vor uns andere versucht, das hat nicht funktioniert, und warum soll es jetzt plötzlich bei uns klappen?

Jan: Ja, aber. Weißt Du bei den ganzen Revolutionen, die es gegeben hat. Klar, im Einzelnen hat's da ... im einzelnen, vielleicht hat's da nicht funktioniert, aber das wichtigste ist doch, dass die besten Ideen überlebt haben. Genauso ist es bei privaten Revolten auch. Das, was davon gut ist, das, was davon in Dir überlebt, das macht Dich stärker.«⁷

Fast beschwörend und sich zugleich dem Originalitätshunger der Medien andienend klingt es, wenn eine Superheldin mit dem Klarnamen Nina im *Stern*-Interview insistiert: »Wir sind nicht nur Zitat. Wir sind etwas Neues«. Der mediale Kreis schließt sich mit dem Dokumentarfilm *Die Superhelden*, der im Sommer letzten Jahres in Hamburg Premiere hatte und Superflex und ihre Kollegen nun selbst in den Rang von Leinwandhelden erhebt.⁸

Das zirkuläre Spiel mit den Medien – aber wer spielt hier eigentlich mit wem? – weist auf die mehrfache Adressierung des Protests. Es ist kaum zu vermeiden, dass die Adressierungen sich überschneiden, wechselseitig neutralisieren oder widersprechen, dass sie unscharf werden oder ganz andere Adressen erreicht werden als die intendierten. Adressierungen sind stets mehrdeutig, und vorab ist nicht präzise zu bestimmen, wen sie erreichen, welche Botschaft die Adressierten empfangen und welche Effekte das zeitigt. Kurzum: Diejenigen, die Protest artikulieren, sind niemals Souveräne ihrer Aktionen, weder im Hinblick auf die Adressaten noch auf die Botschaften. Gleichzeitig ist jede Protestartikulation ein Akt der Selbstermächtigung, und die Akteure sind bemüht, ihre Interventionen so zu adressieren und so zu codieren, dass Missverständnisse und nicht-intendierte Deutungen unwahrscheinlich werden. Protestartikulation mobilisiert und steuert Aufmerksamkeit und ist in diesem Sinne »Regieren«. Weil die Strategien kommunikativer Vereindeutigung aber in der Regel nur höchst unvollkommen und unvollständig gelingen – kaum eine Aktion spricht einfach für sich, kaum eine Erklärung vermag für sich genommen nennenswerte Aufmerksamkeit zu binden –, werden Protestaktionen häufig überadressiert und übercodiert: Die Akteure entfesseln einen Zeichensturm. Mit ihren Proklamationen kommentieren sie ihre Taten, mit ihren Taten kommentieren sie ihre Prokla-

⁷ *Die fetten Jahre sind vorbei* (2004), Regie: Hans Weingartner.

⁸ *Die Superhelden* (2008), Regie: Janek Romero.

mationen. Die entfesselten Zeichen verselbständigen sich jedoch, und je mehr der Protestdiskurs wuchert, desto weniger lässt er sich kontrollieren.

Das gilt insbesondere, wenn Protestaktionen Grenzen überschreiten – etwa die Grenze zwischen legalem und illegalem Handeln. »Wir wollen ja ins Gespräch kommen«, erläuterten Spider Mum und Co. ihre Bereitschaft, trotz der polizeilichen Fahndungsaktivitäten, die eine Kontaktaufnahme nur unter konspirativen Bedingungen erlaubten, diversen Zeitungen und Fernsehstationen Interviews zu geben (Petersen 2006). Adressiert sind also zweifellos die Massenmedien. In ihren Interviews lassen die Superhelden allerdings erkennen, dass sie diese nur als Medien im Wortsinn, als Vehikel begreifen, um die eigentlichen Adressaten zu erreichen. Immer wieder betonen sie den Zusammenhang zwischen ihrer Aktion und dem Alltagshandeln von Prekarisierten: »Die Idee war, dass eigentlich jeder von uns im Alltag ein Superheld ist und jede Menge Heldenkräfte entwickelt, um sich durchzuschlagen, indem er zum Beispiel auf der Arbeit Büromaterial, Müllbeutel und Klopapier mitnimmt, um den miesen Lohn aufzustocken, oder im Hallenbad über die Absperrung springt, weil die Ticketpreise ständig steigen – das hat uns fasziniert« (Willms 2006). In ihrem Bekennerschreiben wird diese Veralltäglichere zur konkreten Handlungsaufforderung: »Wo setzt du deine Superheldenkräfte ein? Komm doch einfach zur Euromaydayparade am 1. Mai um 13 Uhr an der Wiese am Michel«. Das Superhelden-Comic (Schwieger 2007) zieht das gleiche Register und offenbart – ob ironisch gebrochen oder nicht, darüber ließe sich streiten – den paternalistischen Subtext des Appells. In der bekannten *We-want-you*-Pose des Uncle Sam auf den Rekrutierungsplakaten der US-Army verkündet hier Superflex: »Und ob ihr öfter mal schwarz fährt, auf der Arbeit was mitgehen lasst oder dem Arbeitsamt falsche Angaben macht, auch in Euch schlummert ein Superheld.«

Der Drang, die Aneignungsaktion im Supermarkt an Alltagspraktiken rückzubinden, hat ganz offensichtlich damit zu tun, dass die Aktion selbst alles andere als alltäglich war. Sie verlangte von den Akteuren ein hohes Maß an Risikobereitschaft und klandestiner Organisation und hob sie damit von den Allerweltsschwarzfahrern und Arbeitsamtschummelern deutlich ab. Sie agierten als Avantgarde, ohne doch Avantgarde sein zu wollen. Entsprechende Kritik blieb nicht aus. So heißt es in einem Artikel, der im übrigen den Superhelden-Coup feiert als »versuchte Anstiftung einer potenziellen gemeinsamen Freiheit, einer aufsässigen Position, durch die für kurze Zeit anstelle des Gesetzes eine andere Ethik errichtet wird«: »Während die Aktion konventionelle aktivistische Ebenen überschritt, um eher am Alltag orien-

tierte Taktiken des kollektiven Widerstands zu demonstrieren, tendierte der Rekurs auf popularisierte Bilder paradoxerweise dazu, Widerstand als etwas zu re-kodieren, das abseits einer alltäglichen, nicht-aktivistischen Identität oder Lebensform erscheint, und verminderte so die Pluralität von Identität und perpetuierte die Unterscheidung der Rolle einer AktivistIn von einer Nicht-AktivistIn« (Kanngieser 2007).

Intendiert war die kollektive Klau-Aktion als *Empowerment*-Maßnahme zur Beförderung von Alltagsresistenz, und sie schleppte denn auch die fundamentale Aporie aller Bemächtigungsprogramme mit sich: Der aktivierenden Ermutigung ist stets eine Demütigung eingeschrieben. Wer Ohnmachtsgefühle abbauen will, muss sie zunächst als gegeben unterstellen; *Empowerment* lässt man nur denjenigen zukommen, von denen man glaubt, dass sie es nötig haben. Die appellative Aussage »Auch Du bist ein Superheld!« macht nur dann Sinn, wenn man unterstellt, derjenige, an den sie sich richtet, sei erst einmal vom Gegenteil überzeugt. Jener Akt, der die Distanz zwischen den Superhelden im Edel-Supermarkt und den prekarierten Helden des Alltags überbrücken sollte, bestätigte sie noch einmal.

Von der Aktion in Hamburg geht eine unmittelbare Faszination aus. Es ist schwierig, die prekären Superhelden *nicht* sympathisch zu finden, auf ihren Coup *nicht* mit beifälligem Schmunzeln, wenn nicht mit begeisterter Zustimmung zu reagieren. Selbst die *Bild*-Zeitung eröffnete ihren Bericht mit dem Satz: »Einfach mal in den teuersten Laden im Viertel gehen und sich nach Herzenslust bedienen! Davon träumt jeder, aber eine kleine Gruppe von Menschen tut's auch tatsächlich«. – Darüber stand freilich in großen Lettern: »Klau-Chaoten stürmen Hamburger Geschäfte«.⁹

Psychoanalytisch gesehen agieren Helden stellvertretend aus, was man sich selbst gern traute, sich unter dem Druck des Realitätsprinzips aber versagt. Wenn sie die Regeln brechen, fällt es den übrigen leichter, sie einzuhalten. Das Einverständnis, das *Bild* suggeriert, um es mit der Headline zugleich zurückzuweisen, ist das ihrer Leser. Wenn die prekären Superhelden aus dem *Bild*-Artikel »klammheimliche Freude« herauslesen und auf die Frage, ob es Spaß mache, »in einem Schickimicki-Supermarkt die Waren einfach mitzunehmen«, stolz antworten: »Ja, sicher. Es ist irre. Sogar die *Bild*-Zeitung hat das erkannt«¹⁰, dann vergessen sie, dass die *Bild*-Leser ihren Traum, sich

9 »Klau-Chaoten stürmen Hamburger Geschäfte«, in: *Bild*-Zeitung, Ausgabe Hamburg, 08.05.2006.

10 »Wir suchen die Orte des Reichtums heim«, Interview, in: *Stern*, 25/2006, S. 74–76.

einmal »nach Herzenslust zu bedienen«, bei anderer Gelegenheit ebenso gut an irgendwelche Pogromisten delegieren.

Weder die Regelverletzung als solche noch der bloße Akt der Aneignung machen die Aktion a priori zu einer Protestartikulation oder zu einer emanzipatorischen Geste. Worin also liegt ihr politisches Moment? Die Praxis kollektiver Aneignung sei »von der Subversion einer kapitalorientierten Tauschlogik zugunsten eines Konzepts der Besitznahme gekennzeichnet«, schreibt die Bewegungsforscherin und künstlerische Aktivistin Anja Kann-gieser (2007) in dem bereits zitierten Artikel über »Gesten des Widerstands im Alltag« und fährt fort: Die »Anwendung von Techniken, die das Spiel, Irritation, Performance und Karneval einschließen, ermöglichen es für einen kurzen Moment, die Normalität des Konsums zu durchbrechen und das Undenkbare denkbar zu machen: Alles ist möglich«. Die »Hervorrufung von Begehren«, nicht zuletzt eines »Begehrens nach Teilnahme«, könne helfen, »eine spontane, wenn auch vielleicht vorübergehende Gemeinschaft zu kreieren«, und das Gefühl fördern, »dass jeder Handlung des Alltags das Potenzial für den revolutionären Aufstand zugrunde liegen kann«. – Große Worte. Die Superhelden selbst lassen die Wunschmaschinen im Schrank und geben sich bescheidener: »Wir wollen das Denken anregen, Fragen aufwerfen: Warum haben die einen so viel, die anderen so wenig? Wieso leben manche im Luxus, während so viele darben? Muss das sein? [...] Wir wollen zeigen, dass man sich wehren kann. Sich gemeinsam wehren gegen diese Zumutungen. Wir wollen Mut schaffen«.

Es ist nicht schwer, solchen Äußerungen politische Naivität vorzuhalten: Das deleuzianische Rasonnieren einer sympathisierenden Bewegungsforscherin über die alltägliche Potentialität des revolutionären Aufstands, der pathetische Kitsch der Superhelden selbst, die ihre Parolen aus Schlager- oder Punktexten abschreiben – Spider Mum begeistert sich für Gitte Haenings Schnulze »Ich will alles, ich will alles, und zwar sofort, eh' der letzte Traum zu Sand verdorrt«, Superflex zitiert die Gruppe Superpunk: »Ich habe keinen Hass auf die Reichen, ich will ihnen nur ein bisschen gleichen«¹¹ –, die Kurzschlüsse eines Antikapitalismus, der sich darin erschöpft, den Gegensatz zwischen Arm und Reich zu skandalisieren, die Inkonsistenz, einerseits nach mehr Regelverletzungen, nach kollektiven Verweigerungen, Massentreiks und Straßenblockaden zu rufen, andererseits ein bedingungsloses Grundeinkommen von eben jenem Staat einzufordern, dessen Regeln man nicht länger gehorchen will – all das hat den prekären Superhelden Kritik

11 »Wir suchen die Orte des Reichtums heim«, Interview, in: *Stern*, 25/2006, S. S. 74–76.

eingbracht, auch aus den Reihen der Prekariatsbewegung. Traditionelle Linke ereifern sich gar über den »unpolitischen Karneval« der Eventmanager von morgen (Petersen 2006).

Vielleicht ist aber die Aktion klüger als ihre Rechtfertigung durch die Aktivisten – und erst recht als deren Kritiker. Vielleicht liegt das politische Moment der Superhelden-Aktion gerade in ihrer Uneindeutigkeit – trotz aller Vereindeutigungs-bemühungen der Superhelden, die sich dabei ohnehin in Widersprüchen verheddern. Sie schillert zwischen gemeinschaftlicher Gesetzesübertretung, künstlerischer Performance, karnevaleskem Mummen-schanz, sozialer Hilfsaktion und Propaganda der Tat und unterläuft so die Grenzziehungen zwischen Politischem und Außerpolitischem. Und sie unterläuft sie nicht, indem sie den Bereich des Politischen in den Alltag hinein ausdehnt, sondern indem sie einen Konflikt inszeniert, der sich den etablierten Mechanismen der Konfliktbearbeitung – Kriminalisierung, Pathologisierung, Marginalisierung, Musealisierung, Parlamentarisierung, ökonomische Pazifizierung und so weiter – entzieht. Von der Militanz Schwarzer Blocks hebt sie sich durch ihre ganz und gar unmartialische Buntheit ab, von harmloser Politclownerie durch ihre souveräne Missachtung des Privateigentums. Polizei und Justiz blamieren sich und setzen sich ins Unrecht, wenn sie das Spektakel als gewöhnliche Straftat verfolgen. Weil die Aktion offensichtlich gesetzeswidrig ist, müssen sie reagieren. Weil sie offensichtlich nicht in die vertrauten polizeilichen Kategorien passt, erscheinen die Reaktionen der Ordnungshüter unangemessen.

Regieren sei »die richtige Anordnung der Dinge«, schrieb Michel Foucault (2004: 145) in seiner Gouvernamentalitäts-Vorlesung, einen frühneuzeitlichen Autor zitierend. Die Kunst, nicht beziehungsweise nicht dermaßen regiert werden zu wollen, so seine Bestimmung des Ethos der Kritik, bestünde demnach darin, die fraglose Ordnung der Dinge zu irritieren, die Dinge in Unordnung zu bringen oder sie anders anzuordnen. Das tun Spider Mum und Co. in einem ganz wörtlichen Sinn: Sie verrücken Dinge, nehmen mit, was ihnen nicht gehört, und geben es denen, die es nie bekommen würden. Und vermutlich steckt auch die politische Utopie ihrer Aktion weniger in den blumigen Erklärungen als in den Objekten selbst – Bruno Latours »Politik der Dinge« lässt grüßen: Zu den Delikatessen, die sie entwendeten, gehörten auch einige Filetstücke vom Koberind. Über dieses Edelfleisch, für das »pro Kilogramm Preise erzielt werden, die dem Regelsatz eines Hartz-IV-Empfängers entsprechen können«, heißt es in einem *Spiegel*-Artikel zur Superhelden-Aktion: »Die japanischen Rindviecher sind etwas ganz Besonderes

für Kenner. Zur besonderen Kraftnahrung gibt es reichlich Bier, außerdem werden die Rinder täglich bis zu zwei Stunden per Hand massiert – angeblich wird das Fleisch so besonders zart und erhält seine feine Maserung« (Ulrich 2006). Vom Ende im Schlachthof einmal abgesehen – wenn das keine politische Utopie ist: Bier satt und jeden Tag zwei Stunden Streicheleinheiten.

Literatur

- Becker, Howard S. (2000), »The Etiquette of Improvisation«, in: *Mind, Culture, and Activity*, Nr. 7, S. 171–176, 197–200.
- Bolz, Norbert (1999), *Die Konformisten des Andersseins*, München.
- Bröckling, Ulrich (2007), *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*, Frankfurt/M.
- de Certeau, Michel (1988), *Kunst des Handelns*, Berlin.
- Derrida, Jacques (2004), »Die différance«, in: Ders.: *Die différance. Ausgewählte Texte*, Stuttgart, S. 110–149.
- Fo, Dario (1977), *Bezahlt wird nicht! Eine Farce*, Berlin.
- Foucault, Michel (2004), *Geschichte der Gouvernementalität I: Sicherheit, Territorium, Bevölkerung. Vorlesungen am Collège de France 1977–1978*, Frankfurt/M.
- Gärtner, Birgit (2006), »Störtebekers Erben«, in: *Telepolis*, 12. Mai 2006, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/22/22653/1.html>, 23. Juli 2009.
- Hardt, Michael/Negri, Antonio (2002), *Empire. Die neue Weltordnung*, Frankfurt/New York
- (2004), *Multitude. Krieg und Demokratie im Empire*, Frankfurt/New York
- Kanngieser, Anja (2007), *Gesten des Widerstands im Alltag*, <http://translate.eicpcp.net/transversal/0307/kanngieser/de>, 23. Juli 2009.
- Marcuse, Herbert (1967), *Der eindimensionale Mensch*, Neuwied/Darmstadt.
- Melville, Herman (1853/1980), *Bartleby, the Scrivener. A Story of Wall-Street*, München.
- Panagiotidis, Efthimia (2007), »Die »gute Botschaft« der Prekarisierung. Zur Symbolik von SuperheldInnen in Zeiten der postfordistischen Zeichenflut«, in: *transversal*, 2/2007, <http://eicpcp.net/transversal/0307/panagiotidis/de>, 23. Juli 2009.
- Peters, Tom (2001), *TOP 50 Selbstmanagement. Machen Sie aus sich die Ich-AG*, München.
- (2004), »Brand You Survival Kit«, in: *Fast Company*, Heft 83, June 2004, <http://pf.fastcompany.com/magazine/83/playbook.html>, 23. Juli 2009.

- Petersen, Tina (2006), »Die Medien rätseln: Wer sind die Männer und Frauen, die als Comic-Figuren kostümiert in einem Delikatessen-Supermarkt auf Raubzug gingen? Ein konspiratives Treffen in Hamburg«, in: *Frankfurter Rundschau*, 8. Juni 2006.
- Rancière, Jacques (2002), *Das Unvernehmen. Politik und Philosophie*, Frankfurt/M.
- Schwieger, Dirk (2007), »!Die prekären 4!«, in: *Mamba*, Juni 2007, <http://www.nadir.org/nadir/kampagnen/euromayday-hh/media/2007/06/724.pdf>, 23. Juli 2009.
- Simmel, Georg (1919), »Die Mode«, in: Ders.: *Philosophische Kultur*, Potsdam, S. 25–57.
- Ulrich, Andreas (2006), »Spaß mit Hintergrund«, in: *Der Spiegel*, 19/2006, S. 60.
- Willms, Olli (2006), »Prekäre Superhelden. Wenn Armut Breitensport wird«, in: *OX-Fanzine*, Nr. 68, <http://www.nadir.org/nadir/kampagnen/euromayday-hh/media/2007/05/704.pdf>, 23. Juli 2009.
- Yomango (2007), *What happened to Yomango?*, <http://translate.eipcp.net/transversal/0307/yomango/en>, 23. Juli 2009.