

Wir und Die

Selbst- und Fremdbilder auf politischen Plakaten zwischen Identität, Ironie und Ohnmacht.
Magdalena Gerwien & Peter Schulz

Plakate können aus einer Vielzahl an Kombinationen von Text und Bild bestehen. Die zumeist gewählte Form des Aufbaus politischer Plakate sieht wie folgt aus: ein zentrales Bildelement wird mit einer Überschrift und einer Unterüberschrift kombiniert und mit weiteren Informationen und/oder Forderungen als Text ergänzt. Bei Plakaten, die zu Demonstrationen oder Aktionen aufrufen, benennen Überschrift und Unterüberschrift üblicherweise das Ereignis, auf das sich das Plakat bezieht, und geben eine Parole oder Losung aus, die die politische Richtung des Plakats bündelt. Das Bildelement schafft einen weiteren emotionalen oder kulturellen Bezugspunkt zum Aufruf – Ideen und Wünsche der eigenen politischen Praxis, der gesellschaftlichen Wirklichkeit oder der eigenen Identität. So bezieht sich das Bild oft auch auf das *Wir* der Angesprochenen, die zur Teilnahme bewegt werden sollen, und/oder auf das *Die* eines politischen Gegners, gegen die sich die eigene Aktivität richtet.¹

Dabei findet mit der gewählten Visualisierung oder Benennung des *Wir* und *Die* auch eine Zuschreibung bestimmter Eigenschaften statt, mit denen sich in den folgenden Seiten mit Texten zu einzelnen Plakaten auseinandergesetzt wird. Diese Zuschreibung kann mit verschiedenen Mitteln geschehen, etwa durch die Auswahl der Motive, den Stil, indem die Visualisierung erfolgt, die Farbwahl, oder

durch die Kombination verschiedener Elemente in Bildbearbeitungen und Kollagen.

Im Folgenden werden als Bilder für das *Wir* Frauen, Kinder, Monster, Außerirdische, militante Aktivist:innen, Baufahrzeuge und sowjetische Bomber auftauchen, als Bilder für das *Die* erscheinen Burschenschaftler mit Comic-Augen, PKWs, brutal ermordete Menschen, Plattenbauten, die Farben gelb-blau-orange und ein Denkmal. Um diese Vielfalt etwas zu ordnen, ist unser Beitrag zu *druckmachen* in einzelne Abschnitte gegliedert, in denen je ein bis vier Plakate analysiert werden, um ein Hauptthema herauszuarbeiten.

Ausgewählt wurden die folgenden Plakate von uns ohne planvolle Systematik, weshalb es auch nicht vornehmlich darum geht, verallgemeinerbare Aussagen über das Plakatdesign in der radikalen Linken in Thüringen zu treffen. Stattdessen werden einzelne Beobachtungen, die uns gleichsam beim Durchblättern auffielen, durchdacht und entfaltet. Dabei ergab es sich als roter Faden der meisten dieser Auseinandersetzungen, dass viele der Plakate in der Visualisierung des *Wir* und *Die* mit einem doppelten Spannungsverhältnis zu tun haben. Einerseits mit dem Spannungsverhältnis zwischen dem eigenen politischen Anspruch handlungsfähig zu sein (oder zu werden) und der in diesen Verhältnissen erfahrenen Ohn-

1 Einzelne Plakate, die zu antifaschistischen Aktionen mobilisieren, entziehen sich diesem Bildaufbau durch abstrakte **611** oder uneindeutige Bebilderungen **264**.

LEGENDE

xx Die Plakate sind auf der Website zu finden, indem Sie den jeweils unterlegten Link öffnen oder im Web-Browser die Zahl nach folgender Adresse ergänzen: <https://druckmachen.arranca.de/gallery/picture.php?/xx>

macht, sowie andererseits zwischen politischer Utopie und den eigenen Beschädigungen und Handlungszwängen unter den gegebenen Bedingungen. Unseres Erachtens ist das kein Zufall oder eine Thüringer Besonderheit, sondern hängt mit den Herausforderungen emanzipatorischer Praxis allgemein zusammen.²

»You take my self, you take my self control«

Die simpelste Form dieser Zuschreibung ist es dabei, den politischen Gegner durch die Auswahl der Motive oder ihre Bearbeitung negativ zu inszenieren – schwach, hässlich oder inkompetent –, die eigene Seite dagegen positiv – stark, schön oder mutig.

Als Beispiel für die erste Hälfte dieses Vorgehens kann ein Plakat ³ stehen, mit dem Antifaschist:innen gegen das jährliche Treffen der Deutschen Burschenschaft in Eisenach im Jahr 2000 mobilisierten. Auf dem Plakat findet sich die Titel-Parole »Kein Burschentreffen ohne uns!«, ein Untertitel, der auf den Anlass »Demonstration gegen den Burschentag der ›Deutschen Burschenschaft!« hinweist, die konkreten Informationen, wann und wo die Demonstration stattfindet, und ein kleines Antifa-Logo (als Markierung des Wir). Zentrale Bildelemente sind ein mittlerer Balken, auf dem ein schwarz-weißes Foto einer antifaschistischen Demonstration mit Fronttransparent und Demonstrant:innen mit Sonnenbrillen und Kapuzen abgebildet ist, sowie ein Burschenschaftler in typischer Garderobe, der die Aufmerksamkeit auf sich zieht.

Eine klare Gegenüberstellung, die durch das unterschiedliche Erscheinungsbild – der Burschenschaftler ist nicht nur durch ein Band erkennbar, sondern auch durch eine Trachtenjacke und die neben seinem Kopf montierte Mütze – das Wir vom Die klar trennt. Zumal als einzige Plakatfarbe

pink gewählt wurde, eine Farbe, die vermutlich die Distanz zum burschenschaftlichen Männlichkeitsideal ausdrücken soll.

Dennoch wurde die Abbildung des Burschenschaftlers zusätzlich in mehrfacher Hinsicht destruiert: Der Fotobalken mit der Antifa-Demonstration trennt das Bild auf und separiert den Kopf vom Torso – der Kopf ist auf dem Plakat seitlich versetzt abgebildet. Zusätzlich sind auf das Gesicht des Burschenschaftlers Augen und eine Zunge im Comic-Stil montiert. Die Augen – unterschiedlich groß und stark schielend – und die aus dem Mund hängende Zunge inszenieren einen Schönheits- und Anstandsnormen widersprechenden Kontrollverlust und lassen den

Burschenschaftler insgesamt lächerlich wirken. Diese Inszenierung zielt auf das Ideal des ›selbstkontrollierten Mannes‹, dessen Selbstkontrolle bei Burschenschaftlern durch rituelle Besäufnisse und rituelle Verletzungen im Rahmen des akademischen Fechtens brutal eingeübt wird. Diese Darstellung des politischen Gegners, gegen den mobilisiert wird, zielt einerseits darauf, ein realistisches und zugleich starkes Bild des eigenen Wir zu vermitteln: Das Foto mit Fronttransparent, Sonnenbrillen tragenden Teilnehmer:innen, aber ohne Vermummung verortet die Demonstration durch den entsprechenden Hintergrund in der Innenstadt einer Kleinstadt. Es gibt, ebenso wie die wenig weitreichende Forderung »Kein Burschentreffen ohne uns!«, die bloß störende Anwesenheit androht, ein für die Adressat:innen des Plakats realistisches Bild antifaschistischer Praxis. Die vom Kopf fliegende Mütze deutet darüber hinaus an, dass im Rahmen der Demonstration vielleicht auch ein klein wenig mehr ›Action‹ möglich wäre, ohne den realistischen Rahmen zu verlassen.

² Unseres Erachtens ist die Herausforderung, die aus diesem doppelten Spannungsverhältnis resultiert, nicht einfach in die eine oder andere Richtung auflösbar. Daher wollen wir mit diesem Beitrag auch keinen Ratgeber oder gar eine Checkliste für richtiges oder falsches Plakatdesign abgeben, sondern idealerweise einen kleinen, anregenden Beitrag für die Arbeit an zukünftigen Plakaten leisten.

³  628 Eisenach 2000



Andererseits zielt das Plakat darauf ab, den Burschenschaftler auf eine Weise lächerlich zu machen, die auch für ihn selbst erkennbar wäre: Die Lächerlichkeit, die Couleur⁴ und antiquiert inszenierte Männlichkeit selbst haben, scheint dafür nicht hinreichend. Debilität anzeigende Comic-Augen und -Zunge sowie verlorene Mütze zielen darauf, dass das Plakat selbst, und nicht erst die Demonstration, schon stört.

In seinen Bestandteilen sehr ähnlich funktioniert das Plakat »es gibt keine alternative zur sozialen revolution«⁵ aus dem Jahre 2001 in Erfurt. Ebenfalls vor farblich stark reduziertem, gelb-orangem Hintergrund gibt es einen Fotobalken mit realistischen Aktionsbildern und ein zentrales, schwarz-weißes Bild.

Auf diesem Plakat wird allerdings kein *Die* inszeniert (einzig auf den kleinen Fotos verschiedener Aktionen tauchen Verweise auf verschiedene *Die* schriftlich auf), sondern ein *Wir*: Abgebildet sind drei junge Frauen – die Bilder stammen vermutlich aus einem oder mehreren historischen Fotos – die aufgrund ihrer Arm- und Handhaltungen als politische Aktivistinnen erscheinen und so das Motto der Demonstration »gemeinsam solidarisch« widerspiegeln. Sie sind nicht weiter verfremdet, wirken positiv gelaunt, selbstbewusst und gelassen, insofern stark, als dass sie selbstkontrolliert sind – also genau das Gegenteil zu der Darstellung des Burschenschaftlers repräsentieren. Es ist nicht klar erkennbar, wer sie sind, wo das Foto aufgenommen wurde oder wofür sie politisch kämpfen. Diese Uneindeutigkeit wiederholt die diffus allgemeinpolitische Ausrichtung der Parole der Demonstration und erlaubt so eine Offenheit für die Identifikation mit den Frauen für eine Vielzahl an Aktivist:innen. Einzig die Mistgabel, die eine der Frauen hält, und die Nutzung des *victory signs*, dass in politischen Kontexten in Deutschland eher unüblich ist, erlauben die Vermutung, dass es sich bei den Frauen um Aktivistinnen aus anderen Weltregionen handelt.

Das Bild stellt so eine zweiteilige Identifikationsfläche her: Einerseits strahlen die Frauen gelassene Stärke, gut gelauntes Selbstbewusstsein und – mit Mistgabel und politischen Handgesten – Kampfbereitschaft aus⁶, andererseits erlaubt ihre Verortung in anderen Weltregionen ebenso wie die verschiedenen Aktionsbilder die Konstruktion eines *Wir*, dass über die konkrete Demonstration in Erfurt weit hinausragt. Sie zeigen an, dass *Wir* nicht alleine sind und es Gründe gibt, selbstbewusst und jedenfalls nicht verbissen oder depressiv zu sein.



4 *Couleur* ist der Eigenbegriff in Studentenverbindungen für die Kleidungsstücke, die Zugehörigkeit zu einer Gruppe anzeigen. Üblicherweise umfasst sie neben der Mütze auch eine Schärpe in den Farben der Verbindung.

5 ▲ 114 Erfurt 2001

6 Das Motiv der ›gelassene Frau‹ wiederholt sich auf Plakaten mehrfach, etwa indem das »We can do it«-US-Kriegsplakat von 1943 596 639, oder die rufende Lilya Brik aus einer sowjetischen Kollage von 1924 748 zitiert wird – beides seit den 1980er Jahren häufig auftauchende Bilder in emanzipatorischen Kontexten.

»We don't need no education«

Politische Utopien sind etwas, die als Quelle eigener Kraft sehr wertvoll sein, aber zugleich auch viele Probleme mit sich bringen können, wenn versucht wird, sie unmittelbar und konkret umzusetzen. Utopien sind Ausdruck konkreter Sehnsüchte, die häufig aus aktueller Not und/oder gesellschaftlichen wie persönlichen Missständen entstehen, und als solche sind sie als Gegenbild zu dieser Not und diesen Missständen oft von diesen geprägt. Das kann etwa bedeuten, dass dem eigenen Beschädigtsein durch das ›Erwachsen-Werden und -Sein‹, im utopischen Entwurf – das damit gleichsam als Negativ zur Wirklichkeit funktioniert – mit einem unbeschädigten Wunschbild begegnet wird. Beim Beschädigtsein geht es nicht nur (aber auch) um während des Aufwachsens (unfreiwillig) erworbenen Ideale von Schönheit oder geschlechtlicher Identität, die uns prägen, sondern auch allgemein darum, dass das Leben im Kapitalismus den meisten Menschen die Möglichkeit verstellt, ihre eigenen Träume zu leben und

häufig sogar verhindert, dass man sie träumt. Menschen sind also in diesem Sinne durch das Leben im Kapitalismus beschädigt, also auch in den Möglichkeiten ihrer Selbstentfaltung innerlich eingeschränkt. Darauf, diesen Zustand zu überwinden, zielt politische Praxis zwar, sich selbst als diejenigen vorzustellen, die die Utopie tatsächlich verwirklichen, erscheint aber im Angesicht dieses Beschädigtseins schwierig, sofern man nicht die politische Praxis selbst als ein ›wieder heil werden‹ verstehen und inszenieren kann.

Eine Form, sich trotzdem mit den Menschen zu identifizieren, die das Erhoffte umsetzen, ist die Identifikation mit Kindern – sowohl dem eigenen kindlichen Selbst, das ›unschuldiger‹, freier oder auch sorgloser scheint, als auch mit dem Kindlichen als Prinzip. Das Kindliche enthält das problematische Versprechen, sich selbst und die beschädigende Geschichte einfach auf (fast) Null zurückzustellen.⁷

Vor diesem Hintergrund ist es nachvollziehbar, dass die positiv belegten Identifikationsfiguren auf Plakaten immer wieder präpubertär wirken oder sind. Ein Beispiel aus näherer Vergangenheit kann das Plakat zu einem Vortragsabend mit zwei Referent:innen mit dem Titel »Verkehrswende selber machen«⁸ sein. Klimaaktivist:innen (die Veranstaltung wurde u.a. von *Fridays for Future* und der *Grünen Jugend* organisiert) bekommen als junge Erwachsene von ihren politischen Gegner:innen oft mehr Jugendlichkeit und vor allem mehr Naivität zugeschrieben, als es ihrer Selbstwahrnehmung entspricht, um ihre Forderungen so zu delegitimieren. Politische Forderungen werden zwar faktisch nicht durch das physische Alter der Fordernden delegitimiert, dies wird aber immer wieder versucht. Dadurch wird der Glaube sichtbar, dass Wissen, Erfahrung und Beschädigungen, die im Laufe des Lebens angesammelt werden, miteinander identisch sind und deswegen ein größeres, gesellschaftliches Rederecht

geben. Diese Perspektive auf Alter ist so letztendlich die Schattenseite der Erzählung von Kindheit als unbelastet und sorglos.

Die Farbgebung des Plakates ist einfach und heiter im Grundton, zu schwarz und weiß kommen ein gelber Hintergrund, und rote Bildelemente. Eine Inszenierung, wie sie aus Kinderbüchern bekannt ist. Die Schriftart für den Titel der Veranstaltung ist sehr reduziert, der Untertitel, indem die Veranstaltung als »bunter Vortragsabend« bezeichnet und die Referent:innen genannt werden, ist in einer leicht schief-handschriftlichen, aber gut lesbaren Schrift gestaltet. In derselben klaren händischen Weise, aber in zwei verschiedenen Stilen, ist auch das Motiv des Plakats gemalt: Im Vordergrund, auf einem Fahrrad, ist nur eine einzige menschliche Figur zu sehen, die sich entsprechend als Identifikationsfigur für die Betrachter:innen anbietet.

Die Figur, der lange Pferdeschwanz legt eher eine weibliche Identität nahe, ist in einer spielerischen, eher nicht an realen Erfahrungen aus der politischen Praxis

7 Zum Motiv des Kindes auf Plakaten siehe auch den Beitrag von Anna Ebert im Buch auf S. 222.



angelegten, Situation: Das Fahrrad hat einen Pferdekopf aufgesetzt, die Figur ist mit Pfeil und Bogen bewaffnet und lächelt zufrieden, als sie ein entferntes Auto mit einem Pfeil in den Reifen abschießt. Anders als die technisch detaillose Figur im Vordergrund, ist das Auto ansatzweise dreidimensional gezeichnet, wenn auch ebenfalls schattenlos. Spielender Mensch und der einzelne, aber unpersönliche Gegner ›Auto‹ stammen schon auf dieser Ebene aus zwei verschiedenen Wirklichkeiten. Schöner und erfolgreicher erscheint der naive Moment in der menschlichen Figur – in einer Pose, die Ost- wie Westkinder aus den heldenhaften Figuren nord-amerikanischer Indigener aus Comics und Serien kennen. ›Wild‹, frei (von ernstlicher Konsequenz, weil es ja ein Kind ist), und trotzdem technisch versiert und erfolgreich. Dass auf ein Auto geschossen wird, ruft damit zugleich zumindest die potenzielle Assoziation wach, dass das Auto sich bewegt (so wie in den Comics und Serien mit Pfeil und Bogen auf sich bewegende Ziele, Cowboys und Wildtiere geschossen wird), die Intransparenz der Fenster des gezeichneten Autos erlaubt aber zugleich, sich nicht die Frage stellen zu müssen, was mit den Insassen des Autos in einem damit implizierten Auto-unfall passiert. Die spielerische Ästhetik erlaubt dem Plakat also, Fragen nach den Grenzen legitimer politischer Gewalt auszuklammern – in der so dargestellten Welt gibt es so oder so keine schlimmen Konsequenzen.

Das Plakat zielt darauf, die Verkehrswende (wohl nicht zufällig in einer technischeren, erwachseneren Schriftart geschrieben) als eine kollektive, gesellschaftliche Praxis, die nicht an den Staat delegiert, sondern ›selber‹ gemacht werden muss, zu thematisieren. Zugleich tritt auf dem Plakat aber eine Aktivistin als einzelne auf, und an die Stelle von Infrastrukturumbau treten mit dem Fahrradfahren und der Sachbeschädigung an PKWs Praktiken auf, die eher symbolische Teilpraktiken des Kampfes für eine ganz andere Form der

Mobilität sind. Schlechtestenfalls kann das Plakat so die Vorlage einer Ohnmachtsfantasie eines Menschen werden, der sich mit seiner Wut vereinzelt fühlt und sich nach einer entlastenden, simplen und nicht von anderen abhängigen Praxis sehnt.

Eine weniger spielerisch wirkende Waffe als Pfeil und Bogen, die eher ein klassisches Emblem des Straßenkampfes ist, die Zwillie, trägt hingegen die zentrale Figur auf einem antifaschistischen Plakat aus dem Jahr 2000 ⁹. Sie ist in der Mitte eines Aufrufs (mit sehr modernen, teils ornamentalen Schriftarten) für eine Demo in »Solidarität mit den Flüchtlingen!« in Gera abgebildet. Durch das wie einkopiert wirkende, schattenrissartige Bild können wir viele Charakteristika der Figur nicht erkennen, aber wir sehen, dass sie vom Körperbau jung (vielleicht früh in der Pubertät) sein muss, ihre Kleidung eher altmodisch wirkt und sie in aktiver Haltung mit der Zwillie drohend steht. Der zentrale Gegner wird im Text eindeutig als »Nazis« identifiziert, aber es werden auch staatliche Organe benannt, die die negativen Lebensbedingungen für Geflüchtete zu verantworten haben. Die Benennung mehrerer Gegner:innen taucht auf antifaschistischen Plakaten häufiger auf und erzeugt ein Spannungsfeld, weil sie zugleich auf unterschiedliche Praxis verweisen. Gegenüber dem Staat benennt das Plakat schriftlich konkrete, Reformforderungen nach individueller Unterbringung, gegen die Nazis bietet das Bild des *Wir* die Handlungsperspektive der Gegengewalt (die zudem leichter als die Reform des Unterbringungssystems für Asylsuchende in einem einzelnen Bild auszudrücken ist). Zugleich wird den Aktivist:innen angeboten, Gefühle von Vereinzelung durch die Identifikation mit einem historischen Foto zu überwinden,



9 ▲ 655 Gera 2000

das sie durch seine Geschichte in eine geteilte Tradition der Praxis stellt.

Die Überwindung von Ohnmacht wird hier aber auch ganz konkret durch eine relativ realistische Waffe angeboten. Das lässt fragen, ob die ›erwachsene‹ Ernsthaftigkeit bei den hier adressierten Antifaschist:innen weniger belastend als bei Klimaaktivist:innen wahrgenommen wird, da es für sie leichter ist, eine erwachsene, nicht nur erträumte, Praxis anzunehmen: Erwachsen-Werden hieße dann, sich selbst als wirksam und sein Handeln (als Anwendung von realistischer Gewalt) als sinnvoll zu romantisieren.¹⁰

Das Spannungsfeld der spielerischen Praxis einerseits als Symbol für die konkrete, politische Praxis, aber andererseits auch als Entlastung und kreativer Selbstausdruck, sieht man so auch auf einem ein Aufruf zu einem Antiatomprotest 2011 in Erfurt. Auf ihm wurde unter dem Motto »Wir strahlen schon!«  zu einem Laternenumzug aufgerufen. Das Kind darauf, wieder durch Fotokopie recht abstrakt gehalten, trägt dabei eine Gasmasken, die mehr auf die ökologische Problematik als auf die wahrgenommene Notwendigkeit zur Vermummung hindeutet. Hier verweist das Kind nicht nur auf die spielerische Praxis, die der Protest als Laternenumzug enthält, sondern deutet ein weiteres Motiv an, das mit Kindermotiven insbesondere in der Ökologiebewegung (zu der auch das erste Plakat gehört) aufkommt: Die Frage, ob jene, denen die Zukunft gehört, sie auch angemessen mitgestalten können. Damit wird das Identifikationsangebot auf den Plakaten eben nicht nur als unschuldig oder naiv, sondern auch als Anwältin legitimer Interessen kommender Generationen inszeniert. Eine Idee, die einen spezifisch pessimistischen Charakter bekommt, wenn man an die übersichtlichen und zähen Erfolge der Klimabewegung denkt – ein Pessimismus, der in dem verstörenden Bild des Kindes mit Gasmasken ebenfalls eingefangen wird. Darüber hinaus ist in

der Inszenierung mit Kindern und Jugendlichen als Aktivist:innen die in gesellschaftlicher Anpassung implizierte Vorstellung enthalten, dass Lebensqualität und eigene Bedürfnisse, Spiel und Kreativität, aber eben auch Rebellion, ein ›Glück der Jugend‹ sind, auf das später kaum mehr zugegriffen werden kann – oder nicht mehr zugegriffen werden darf, wobei offen bleibt, ob dieses Verbot das herrschende Verbot des kapitalistischen Alltags meint oder eine Erfahrung anspricht, die sich auf die emanzipatorische Praxis ausdehnt, die in diesen Verhältnissen handlungsfähig bleiben will.

Die Ansprache auf politischen Plakaten über Motive von Kindern und jungen Jugendlichen, mit denen sich die Betrachter:innen identifizieren sollen, funktioniert so letztlich darüber, dass sie eine entlastende Haltung in Bezug auf die eigenen, beschädigenden Erfahrungen und Grenzen der eigenen politischen Praxis anbietet.

»We are the weirdos, Mister!«

Die eigene politische Praxis lässt viele nicht nur mit erschreckenden und düsteren Erfahrungen, Erinnerungen und Angst zurück, die einen als Person verändern, sondern fordert auch durch bewusstes, strategisches Handeln eine Form von Selbstzurichtung, die in Notfällen in die Lage versetzt, körperliche oder emotionale Gewalt sowie emotionale und intellektuelle Berechnung zu ertragen und anzuwenden. Dazu kommt die Erfahrung einer Marginalisierung, die gesellschaftlich ›zum Monster‹ stilisiert und Menschen mit ihren Erfahrungen und Prägungen im Alltag vereinzelt zurücklassen kann. All das führt dazu, dass, wer politische Praxis ernsthaft über Jahre lebt, allein deshalb danach ›nicht mehr der oder die Selbe‹ sein wird. Politische Aktivist:innen können sich daher als Fremde:r in der Wirklichkeit

10 Etwas Ähnliches passiert auf einem Plakat der Jenaer Ortsgruppe der Initiative NIKA 767, auf dem ein kleines Kind mit einem pyrotechnischen Rauchstab zu sehen ist. Das Kind dient einerseits dazu, das »Alle zusammen« überspitzt zu unterstreichen, indem selbst Kinder als Aktivist:innen inszeniert werden, andererseits auch dazu, eine Identität der erwachsenen Aktivist:innen mit dem Kind – das in seiner Pose und Handlungsfähigkeit wiederum entkindlicht wird – herzustellen.

11  Erfurt 2010





vieler anderer Menschen in ihrem (unpolitisch-alltäglichen) Umfeld fühlen; eine Erfahrung, die sich auch in der Darstellung des *Wir* in einigen politischen Plakaten findet, in denen die eigene Fremdheit und ›Entstellung‹ aus Perspektive der herrschenden Normalität Thema der Bildarbeit wird.

Schaut man sich etwa eine dreiteilige, schwarz-weiße Plakatreihe aus den 90ern an ¹², die als zentrale Aussage das einfache »Keinen Fussbreit den Faschisten« ohne konkreten Anlass ausruft, muss es einen sehr unterschiedlichen Eindruck hinterlassen haben, je nachdem, welches der drei Plakate man zuerst sah. Alle drei bestehen aus einem einzelnen Ausschnitt aus einem Comic, der die Filmreihe *Alien* thematisiert. Auf allen drei sieht man das im Horrorgenre ikonisch gewordene *Alien* (ein gruselig-schleimiges Wesen mit mehreren ineinander gelegten Mäulern, entworfen von H. R. Giger), wie es einen Menschen attackiert. Auf einem der Bilder ruft dieser Mensch »Nein, nein, nein«. Dieses Plakat hat die höchste Ambivalenz, da nicht klar wird, wer von beiden Identifikationsfigur für Antifaschist:innen sein kann. Betrachtet man die anderen beiden Plakate, in denen das Monster auf recht explizit dargestellte, gewalttätige Art mordet (es durchschlägt etwa den Kopf des Opfers), wird klar, dass sich Antifaschis-

t:innen mit dem missverstandenen, aber eben brutalen Alien identifizieren sollen. Die Identifikation mit dem Monster ist hier vielleicht deswegen attraktiv, weil es sich ungebremst und erfolgreich durchsetzen kann. Der Preis, den es haben kann von anderen als das eben unästhetisch empfundene Monster gesehen zu werden, wird nicht thematisiert oder schlicht hingenommen; und die Frage, inwiefern das Alien im gleichnamigen Film als Identifikationsfläche taugt, da es zumindest im Film alle Menschen tötet oder töten würde, wenn es nicht gestoppt wird, scheint keine Rolle zu spielen.

Die Erfahrung von anderen als monströs oder impulsiv wahrgenommen zu werden, ohne sich selbst notwendig so zu entwerfen, bearbeiten auch spätere Plakate. Etwa auf einem Plakat für eine Demo »Für ein selbstverwaltetes Zentrum in Erfurt«¹³, auf dem ein Plüschtier auf einer Kollage auftritt. Die gelbe Schrift vor pinken Himmel droht zwar klar nach außen »Hände hoch, Haus her«, die poppig-leichte Heiterkeit der Farbgestaltung setzt sich aber im Motiv fort. Neben einem Plattenbau¹⁴, der auf die soziale Uniformität und Distanz, die Neubauten und Neubauviertel schaffen (und die der typischen Inszenierung der Vielfalt auf Bildern von Wagenplätzen oder Autonomen Zentren entgegensteht) verweist, schwebt das Foto eines T-Rex

12 [▲] 575 576 577
Erfurt, Ende 1990er

13 240

14 Zum Motiv der Plattenbauten auf Plakaten siehe auch die Einleitung und den Text von Anna Ebert im Buch.

oder auch Godzillas aus Plüsch. Zwar ist Godzilla, der in Filmen häufig Gebäude in Innenstädten zerstört, eigentlich eine bedrohliche Figur, abgebildet ist aber ein Kuschtier, das ob seiner kurzen Arme die vermutlich ungeeignetste Kandidatin ist, wenn es darum geht, die im Titel angesprochene Situation des Raubüberfalls mit vorgehaltener Waffe umzusetzen.

Die Zitation eines Klassikers urbaner Zerstörung in der Filmgeschichte nimmt gerade durch diesen Charakter als Kinderspielzeug und die Farbgebung eine Kommunikation sowohl nach innen wie nach außen auf: die aufgerufenen Aktivist:innen sind zugleich deutlich freundlicher, harmloser und eben plüschiger als ihnen unterstellt wird, die schwarz-weiße Plattenbauumgebung aber dafür umso unwirtlicher und in ihrer Normalität im Widerspruch zu dem, was einem niedlichen Plüschtier angemessen wäre.¹⁵ Das implizierte *Die* sind diejenigen, die mit dieser Normalität einverstanden sind, während am *Wir* die eigene Ohnmacht gleich mehrfach thematisiert und seine Wehrhaftigkeit ironisiert wird, durch den Spruch ebenso wie durch das naiv gehaltene Design.

Urbaner Raum wird auch wichtig bei einem Plakat zu einer »*Thüringer Mietparade*«¹⁶, einer Demo 2018 in Erfurt, die mit dem Wohnraumthema ein sehr breites Publikum als potentiell *Wir* an Aktivist:innen ansprach. Die Bildarbeit des Plakats bleibt relativ abstrakt, arbeitet mit nur wenigen Farben. Die Schrift mit dem Namen der Aktion ist hier scheinbar gepinselt und steht auf einem angedeuteten Schild, das von einem roten Wesen gehalten wird. Sein Mund mit dreieckigen Zähnen ruft klein »*A steht für Alle!*«: ein:e »monströse:r« Demonstrant:in. Mit großen Augen und hoher Stirn entspricht die Figur vielen Niedlichkeitskriterien, zugleich hat sie neben den scharfen Zähnen zwei unterschiedlich große Augen und Pupillen, die sie etwas »schief im Kopf« wirken lassen. Die Augen könnten sowohl das aufgeregte

Rufen wie auch einen länger andauernden, mentalen Zustand ausdrücken – im Rahmen der angebotenen Identifikationsfläche für die Demonstrierenden verweisen sie aber darauf, dass *Wir* nicht den Logiken einer bestimmten Rationalität unterworfen sein müssen und mindestens emotional anders sein dürfen. Zugleich bleibt das Monster Sympathieträger als bunter Fleck vor grau-urbanem Hintergrund, dass (entgegen der gesellschaftlichen Unterstellung gegenüber Monstern) zu einer allgemein akzeptierten, legalen Aktionsform greift, deren »freundlicher« Charakter durch die Wortwahl der »*Parade*« für eine Demonstration (im Gegensatz etwa zu einem militärisch klingenden »Aufmarsch«) unterstrichen wird.

Das eigene *Wir* als andersartig und fremd in dieser Welt zu inszenieren, wird aber nicht zwingend mit Wut, Aggression oder Irrationalität verknüpft. So wird auf einem Plakat mit klarer, serifenloser Schrift und schwarz-weißem Design dazu aufgerufen »*Den nationalen Konsens brechen – antifaschistische Strukturen aufbauen!*«¹⁷ Star im Bild ist dabei Mr. Spock, Halbvulkanier und Wissenschaftsoffizier in der TV-Serie *Raumschiff Enterprise* aus den 1960er-Jahren. Als einziger Außerirdischer der Schiffscrew erfährt Spock auf dem Raumschiff *Enterprise* seine Sonderstellung und Fremdheit zu anderen Crewmitgliedern vor allem durch sein hohes Maß an Rationalität und Reflexionsfähigkeit. Auf dem Plakat fungiert er insofern als Identifikationsfigur für diejenigen, die sich zwar als anders und fremd erfahren, diese Fremdheit aber genau darin erleben, dass sie sich von der herrschenden Irrationalität abgrenzen. Das Plakat hat hier weniger die Funktion einer Außenkommunikation als vielmehr eine nach innen gerichteten: Spock spricht mit »*Gemeinsam zeigen wir es den Nazis!*« jene an, die er nicht mehr politisch überzeugen muss, sondern nur noch für die konkrete Aktion ermuntern will. Mr. Spock steht hier für Denkweisen und Erfahrungen, die als ein wichtiger Teil des *Wir* verstanden werden.

15 Ähnlich funktioniert ein Plakat des Wasserturm-festivals von 2013 ⁵²¹, auf dem ein großer, brüllender Affe den zentralen Wasserturm des Festivals in Händen hält. Verbindet man diese handgezeichnete Figur in grün aber mit den in den meisten Fällen recht lauten Punk- und Hardcore-Künstler:innen der Veranstaltung, wird eher ein selbstironischer Umgang mit dem eigenen Musikgeschmack deutlich, als etwa die Affirmation der destruktiven Gewalt durch King Kong.

16 ⁹¹

17 ⁴²⁴ Gera 2002



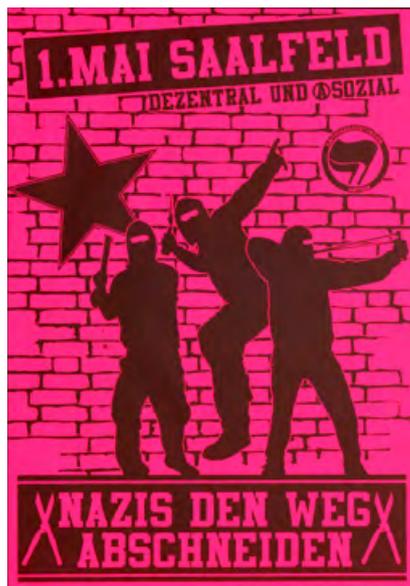
»Give a cheer for all the broken«

Das Wissen um das eigene Beschädigtsein durch das Leben in den herrschenden Verhältnissen produziert ein Spannungsverhältnis: Einerseits das Anders-Leben-Wollen, indem man es besser macht, als es die Normalität ist, und andererseits die Notwendigkeit, mit der politischen Praxis in den bestehenden Verhältnissen wirksam sein zu können. Für linksradikalen Antifaschismus, der nicht nur abstrakten gesellschaftlichen Verhältnissen, sondern konkreten Nazis entgegentreten will, ist dieses Spannungsverhältnis besonders deutlich, denn zu den Handlungsoptionen der Nazis gehört die Durchsetzung ihrer Ziele durch körperliche Gewalt. Antifaschist:innen müssen also mit unmittelbarer Gewalt (gegen sich selbst und andere) umgehen, die – in der Erfahrung, sich auf das staatliche Gewaltmonopol nicht verlassen zu können – Gegen-Praxis erfordert. Diese widerspricht sowohl der eigenen Utopie, wirkt sich aber darüber hinaus auch beschädigend auf die Antifaschist:innen selbst aus, etwa indem körperliche Gewaltausübung und Gewalterfahrung normalisiert werden. Das erfordert einen Umgang mit dem Selbstbild und dem eigenen Praxisanspruch, die klärt und sichert, was einen noch vom politischen Gegner unterscheidet.

Betrachtet man etwa zwei Plakate, die zur Verhinderung eines Naziaufmarschs am 1. Mai in Saalfeld aufrufen, werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Herangehensweise deutlich.

Ein Plakat ruft dazu auf, »dezentral und asozial«¹⁸ »Nazis den Weg abzuschneiden«. Auf pinken Grund und in DIY-Ästhetik sind vor einer Wand drei vermummte Figuren in schwarz zu erkennen, die unterschiedlich bewaffnet sind: Eine Figur wirft einen Molotowcocktail, eine andere hat einen Stock in der Hand, die dritte zielt

grade mit einer Zwillie, wie sie bereits auf dem Plakat mit Kindheitsmotiv zu sehen war. Hier ist die Gewalt allerdings kein individueller Akt, sondern durch die Gruppeninszenierung Teil einer gemeinsamen Praxis. Die Mauern verweisen dabei auf eine urbane Umgebung, die das Mittelzentrum Saalfeld mit seiner historischen Bebauung nicht unbedingt nahelegt, aber die die Differenz zum ländlichen Raum deutlich machen soll, in dem die nötige Unübersichtlichkeit für dezentrale Aktionen fehlt. Ansonsten wird, mit etwas kernigen Humor mit Heckenscheren neben der Parole des Wegabschneidens, Handlungsfähigkeit und Kompetenzen der Dezentralität und die trotz der verteilten Handlungsorte vorhandene soziale Bezugnahme aufeinander betont: Man kann, weil man zusammenhält und sich nicht erwischen lässt.



Das zweite Plakat für den 1. Mai 2015¹⁹ verzichtet auf diese Seite der mackerigen Angebergeste, aber trägt im Kern eine ähnliche Botschaft. Wie auch beim vorherigen Plakat steht eine Gruppe im Mittelpunkt (an einer kleinen, teils brennenden Barrikade), nicht der:die Einzelne. Die Figuren sind (diesmal in verschiedenen Farben) maskiert und ihre Waffen, die sie grade nur zum Drohen nutzen, referieren weniger auf realistische Bewaffnung als in fast ironischer Weise mit Nudelholz und Bratpfanne auf im Kern eher erzieherische als zerstörende Gewalt. Die Ästhetik

18 ▶ 259 Saalfeld 2015

19 ▶ 258 Saalfeld 2015

des Plakats ist jedoch eine deutlich wärmere, die durch den heiter-niedlichen Strichmännchen-Zeichenstil und die händische Schriftart stärker an das Kinderbuchthema anschließt, was die Frage erlaubt, ob die politisch erfolgreiche militante Aktion, die dargestellt wird, dadurch verharmlost oder als Bestandteil einer Utopie stilisiert werden soll.

»Naziaufmarsch« in braun, »Verhindern« in Regenbogenfarben koloriert, hat der Aufruf eine fast bürgerlich-zivilgesellschaftliche Ästhetik. Nicht nur die Vermummung und die Bewaffnung der Figuren, sondern auch ihr Ausruf »Alerta, Alerta, Antifascista«, der mindestens ebenso viel Platz wie das Bild einnimmt, zeigen aber, dass der Kern der angesprochenen linksradikale Antifa-Aktivist:innen sind. Hier zeigt sich bereits eine Differenz zum pinken Plakat, bei dem das Verbunden-Sein als Identität bereits vorausgesetzt ist, als Drohgebärde nach außen funktioniert und sie nicht in der Bildgestaltung des Plakats erst hergestellt wird.

Diversität ist hier zudem ein wichtiges Thema: Sie existiert sichtbar, sowohl in sexuellen Begehren (eine Regenbogen-Vermummung verrät es), Geschlecht, Hautfarbe oder eben Wahl der Waffen, zugleich verhindert sie aber nicht das Miteinander-Kämpfen-Können. Die Differenz zum aufmarschierenden Gegner wird damit noch einmal unterstrichen: Militanz wird hier, trotz ihrer Affirmation, zumindest explizit statt als Identität als ein Mittel der Wehrhaften, deren Vielfalt über sie hinausragt, verstanden; implizit wird die Militanz durch ihre unterhaltend-verniedlichende Darstellung jedoch dennoch identitär wirksam.

Der Tag, der diesem Plakat in Saalfeld folgen sollte, bedeutete mit mehreren schweren Angriffen der demonstrierenden Nazis des *III. Weg* auf vermeintliche und tatsächliche Antifaschist:innen und spätestens mit dem gelungenen Durchbruch einer Polizeiblockade durch die

Nazis eine brutale Ohnmachtserfahrung für die Demonstrierenden, die das Plakat im Nachhinein als Imagination entlarvte. Deutlich wurde am 1. Mai 2015, dass Aufrufe, die sowohl als sinnvolle Drohgebärde gegen einen politischen Gegner funktionieren sollen, der an Uniformität, Männlichkeit und Härte glaubt, und zugleich Menschen aktivieren will, die diese düsteren Erfahrungen als Teil ihrer politischen Wirklichkeit begreifen müssen, sich in einem vielleicht unlösbaren Spannungsfeld befinden – zwischen mackerigem Stark-Tun, nach innen wie nach außen, und einem ›So wollen Wir nicht sein‹, das zwischen der Sehnsucht anders sein und handeln zu können und dem Zwang, sich wehren zu müssen eingespannt ist.

»Nobody wears black in here, so, who's the special one?«

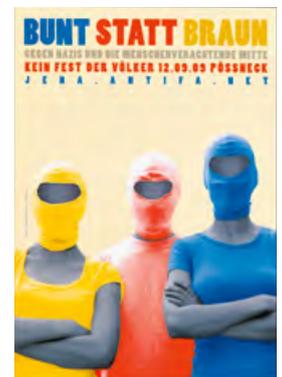
Eine Alternative, mit der Frage der Militanz umzugehen, die sich auf Plakaten ebenfalls findet, ist eine selbstironische Bezugnahme, entweder, indem die eigene Sehnsucht nach wirksamem Widerstand ironisch überspitzt entpolitisiert,²⁰ oder indem Gewalt- und Machtverhältnisse mit absurden Bildern inszeniert werden.²¹

Während diese Varianten relativ leicht zu verstehen sind, eröffnen andere Plakate komplexere Fragen. Bei dem Plakat »Bunt statt braun«²², das zu Gegenprotesten gegen eine Nazi-Veranstaltung in Pößneck mobilisierte, ist etwa nicht sofort klar, wer eigentlich das *Die* ist, gegen das sich abgegrenzt wird, und auch nicht, wer oder was eigentlich ironisiert wird. Auf dem Plakat zentral ist der Slogan »Bunt statt braun«, der in blau, orange und gelb (vermutlich auf einem Plakat der Antifa Jena nicht zufällig gewählte Farben, die in Jena auch von Stadtwerken, Nahverkehr und kommunaler Wohnungsgesellschaft genutzt werden) gehalten ist. Darunter

20 Beispielsweise im Slogan »Hauptsache's knallt!« auf einem Plakat gegen einen Nazi-Aufmarsch in Erfurt 2010 **233**

21 Beispielsweise in der Darstellung des antifaschistischen Wir als ein Nazi-Schaf scherend, um ihm den »Schafspelz aus[zuziehen« für eine Demonstration 2006 in Arnstadt **712**, also einer Region Thüringens, wo Nazis als Schafe zu inszenieren, die sich scheren lassen, reale Kräfteverhältnisse umkehrt.

22 **239** Jena, Pößneck 2009



stehen drei verummte Figuren ohne Gesichter, deren T-Shirts und Sturmhauben die gleichen Farben haben, die geschlechtlich unterschiedlich eingelesen werden können, und die aufgrund der Vermummung und entschlossenen Körperhaltung nahelegen lassen, dass es sich um antifaschistische Aktivist:innen handelt.

Im Text des Plakats taucht gegen sie ein doppeltes *Die* auf: »Gegen Nazis und die menschenverachtende Mitte«, eine doppelte Abgrenzung, wie sie auf Antifa-Plakaten häufiger auftaucht. Der Slogan und die Bildsprache markieren aber eine dritte und eigentliche Abgrenzung gegen das *Die* des bürgerlich-zivilgesellschaftlichen Antifaschismus, dem der Slogan »Bunt statt braun« zuzurechnen ist. In der Auseinandersetzung zwischen bürgerlich-zivilgesellschaftlichem und linksradikalem Antifaschismus gewinnt der Slogan als Abgrenzung nicht nur gegen das Braun der Nazis, sondern auch das Schwarz des *Black Blocks* den Charakter einer Chiffre in Bezug auf die Debatte um nicht-legalistische Aktionsformen. Für diese Debatte bzw. eine Position in dieser Debatte stehen auch die Sturmhauben als auf Demonstrationen verbotenes Instrument, sich der Strafverfolgung zu entziehen. Als *Wir* werden also militante Antifaschist:innen adressiert, ohne dass (wie etwa bei den Plakaten zu Saalfeld) eine Aktionsform benannt wird, für die sich zu verummten sinnvoll wäre. Zugleich wird diese Militanz aber ironisiert: Ein Aufruf gezielt in gleichförmig-schwarzer Kleidung zu erscheinen oder genau das zu unterlassen und lieber in zivilgesellschaftlichem Bunt zu erscheinen – oder eine Thematisierung der Praxis von Wechselkleidung – könnte einen aktivistischen Sinn haben. Bunt-verummmt zu sein dagegen verfehlt die Schutzwirkung bei gleichzeitigem Repressionsrisiko und wird entsprechend von wohl keiner:m Betrachter:in ernst genommen.

Damit folgt das Plakat der klassischen Werbestrategie der Irritation, aber zugleich bricht es – ob absichtlich oder

nicht – mit der eigenen Militanzinszenierung und stellt grundsätzlich die Frage, welche Rolle militanter Antifaschismus auf Demonstrationen im ländlichen Raum Thüringens überhaupt haben kann. Die Gegenproteste in Pößneck blieben 2009 dann auch erwartungsgemäß friedlich, und 1000 zivilgesellschaftliche und linksradikale Antifaschist:innen auf Sitzblockaden und der *Meile der Demokratie* legen die Frage nahe, ob das Plakat nicht auch eine selbstkritische Reflexion darauf war, dass die Differenz zwischen Zivilgesellschaft und Antifa in Thüringen letztlich geringer ist, als es die symbolische Debatte um Aktionsformen und Militanz erwarten lässt.²³

»You will never find peace with these fascists«

Ironie kann so – ebenso wie Verkindlichung und Militanz-Stilisierung – ein Mittel sein, um die Thematisierung der eigenen Schwäche zu umgehen, von der vermutlich eine hemmende Wirkung auf die Mobilisierung des mittels *Wir* adressierten Zielpublikums erwartet wird. Ironie kann aber auch – ohne formal den Bezug auf ein starkes *Wir* aufzugeben – diese eigene Schwäche thematisieren, und darin dann eine spezifische Form des »Trotzdem« bildlich sichtbar machen.²⁴ Ein »Trotzdem« des weiter geführten, antifaschistischen Engagements unter gegebenen Bedingungen, trotz dessen man die Verhältnisse in Thüringen nicht grundsätzlich umwerfen kann.

Dieser Modus der Ironie findet sich etwa bei den Plakaten der Kampagne »Volks-trauertag abschaffen«, die über Jahre in Südthüringen lief und sich zentral gegen eine nationalsozialistische Gedenkveranstaltung in Friedrichroda richtete.²⁵ Während sich die ersten Plakate 2009 noch klassische Inszenierungstechniken aufgriffen, bildeten die Plakate ab 2013 eine ästhetische Einheit, die sich wieder-

23 Eine Reflexion auf die Notwendigkeit des »Zusammens« von Zivilgesellschaft und linksradikalem Antifaschismus findet sich vermutlich im Plakat »Gemeinsam sind wir unausstehtlich«¹²³ aus dem Jahr 2006 aus Jena, in dem wohl auf die gelungenen, von einem breiten Spektrum getragenen Blockaden gegen das erste »Fest der Völker« in Jena 2005 referiert wird.

24 Mit Ironie auf Thüringer Plakaten befasst sich auch der Text von Anna Ebert in dem Buch.

25 Mehr zur Kampagne in der Broschüre »Volkstrauertag abschaffen«, die 2015 erschien.



26 ▲ 714 & 433

kehrend auf das Soldatendenkmal in Friedrichroda bezieht. Allen Plakaten ist gemein, dass sie unter dem Slogan »Volkstrauertag abschaffen« das Denkmal als Anlaufpunkt für die Gedenkveranstaltung zentral stellen, die üblichen Informationen über das Wann und Wo der Kundgebung oder Aktionen in Textform aufweisen, und eine die eigene Ohnmacht ironisierende Aktionsform gegen das Denkmal bildlich darstellen. Das Denkmal selbst wird hier also als Chiffre für das *Die* genutzt, dass die Doppelausrichtung linksradikalen Antifaschismus gegen Nazis (die es als Kundgebungsort nutzen) wie gegen die deutsche Normalität (die es stehen lässt und die Denkmalpflege bemüht) in einem Bild zusammenzieht.

Das Bild für das *Wir* dagegen ist wechselnd: 2013 ◀²⁷ sind es sowjetische Tupolew SB-2 Bomber, die das Denkmal bombardieren – allerdings werfen sie statt Bomben violette und grüne Farbe ab, die das Denkmal nicht zerstört, sondern bloß einfärbt. Die Identifikation ist hier komplex: Einerseits ist die Aktionsform eine auch für Antifaschist:innen in Südthüringen denkbare, andererseits ist mit den sowjetischen Bombern die entlastende Fantasie der wiederholten Niederschlagung des Nationalsozialismus verbunden – aber ohne, dass damit zugleich ein rächender Gewaltexzess inszeniert wird.

Im folgenden Jahr ◀²⁸ wird das Denkmal stattdessen von einem Seilbagger mit Abrissbirne, auf der ein Antifa-Logo prangt, angegangen. Hier gibt es also doch die Hoffnung, dass Denkmal zu zerstören,

zugleich aber ist die Inszenierung mit gelbem Baustellenfahrzeug statt mit klandestiner Aktion klar unrealistisch. Im Jahr 2016 ▶²⁹ ist es schließlich der Abtransport des Denkmals mittels eines LKWs mit Kippbrücke eines ›antifaschistischen Abrissunternehmens‹, der als Bild für die Aktionsform dient – die in allen drei Jahren zentral eine Gegenkundgebung in Friedrichroda und darüber hinaus politische Bildungsveranstaltungen umfasste. 2017 schließlich ◀³⁰ ist es bloß das farblich markierte Denkmal, sodass das *Wir* nur im Antifa-Logo und in den Spuren der Aktion sichtbar ist.

Gemein ist den Plakaten, dass sie den begrenzten Aktionsradius bildlich nicht überhöhen – sie richten sich zunächst gegen das Denkmal, symbolisch für die Nazi-Gedenkveranstaltung, nicht gegen die Nazis und ihre Aktionsfähigkeit selbst. Im Plakat ist so die Feststellung enthalten, dass selbst wenn das Denkmal in Friedrichroda abgerissen oder abtransportiert wäre, die gleichen Nazis anderswo politisch aktiv wären. Und selbst der Abriss wird nur ironisch inszeniert, oder die Selbstidentifikation mit sowjetischen Bombern erfolgt gebrochen, durch den Abwurf von Farbe statt Bomben. So wird keine Überhöhung der eigenen Aktionsfähigkeit zur Mobilisierung genutzt, sondern die Plakate zeigen zugleich sowohl an, was nötig wäre, als auch, dass dieses Nötige nicht realisierbar ist. Als *Wir* werden hier – bei den Plakaten zu einer der längst ausdauerndsten und umfangreichsten Kampagnen des Antifaschismus in Thüringen – also implizit linksradikale Antifaschist:innen angesprochen, die einen realistischen Blick auf ihre Ohnmacht in Thüringen haben und diese mit einer gewissen Selbstironie ertragen. ◀

Magdalena Gerwien & Peter Schulz



27 ▲ 75

28 ▲ 89

29 ◀ 286

30 ▲ 87

