

# Wolfgang Tillmanns: Der Künstler als politischer Aktivist

von Leo Wedepohl

„Für ein Deutschland, in dem wir gut und gerne leben.“ (1) Mit diesem Slogan warb Angela Merkel 2017 für die Bundestagswahl. Mit wenig Erfolg. Die CDU verzeichnet ein Minus von 8.6 % im Vergleich zu 2013. Rechte Parteien und andere Populisten können deutlich positiveren Anklang in der Gesellschaft und politische Erfolge verzeichnen. Die AfD zog mit 12.6 % als dritt stärkste Partei 2017 in den Bundestag ein. Als Grundmechanismus nutzt diese, das bewusste Entfesseln und Steigern von Ängsten und lenkt damit den politischen und sozialen Diskurs von den real existierenden Problemen ab. Wie kann es sein, dass „heute mehr als vor zehn, zwanzig, dreißig oder vierzig Jahren die Grundfeste der Gesellschaft und ihre Institutionen angegriffen werden?“ (2) Mit dieser Frage beschäftigt sich der in London und Berlin lebende Wolfgang Tillmanns (\*1968). Zum einen, in dem von ihm in der Funktion als Gastredakteur veröffentlichten *Jahresring 64*, als auch aktiv durch das Erschaffen von Wahlplakaten, mit denen er versucht, gegen eben genannte populistische Mechanismen anzukämpfen.

Die sieben Plakate, die Tillmanns und sein Team gestaltet haben, verbinden sowohl gegenständliche als auch abstrakte Fotografien des Künstlers mit Texten und Slogans. Im Vorfeld der Bundestagswahl 2017 richtete sich Tillmanns in einem offenen Brief und der gleichzeitigen Veröffentlichung der Plakate an die Öffentlichkeit, machte seine Beweggründe zum politischen Handeln deutlich und ruft zur Verbreitung der Plakate auf. Der Fotograf selber betont jedoch in dem Brief, dass er die AfD Wähler vermutlich nicht umstimmen könne, es jedoch gerade deswegen wichtig sei, alle anderen Parteien zu unterstützen, damit der prozentuale Anteil der AfD möglichst klein bleibt. Außerdem spricht er deutlich die Jugend und unter ihnen, besonders die potentiellen Nichtwähler an. Eines dieser Plakat zeigt diverse Jugendliche in mattem, warmen Licht vor einem großen Spiegel sitzen und kommunizieren. In Verbindung mit dem Slogan *Sonntag ist super. Zum Feiern und zum Wählen* ist der Kontext eines Clubs und die damit verbundene Offenheit und Toleranz sowie die Generation der Jugendlichen als

Adressaten deutlich zu erkennen.

Ein weiteres Plakat nutzt eine abstrakte Fotografie Tillmanns aus der Serie *Freischwimmer*, die ohne Kamera direkt in der Dunkelkammer entstanden ist. Die fluiden Formen die durch einen undefinierten grünen Raum zu schweben scheinen, sind mit dem Slogan *Nicht Wählen ist nicht neutral* und einem kurzen Text, der die Konsequenzen des Nichtwählens darstellt, kombiniert. Die abstrakte Darstellungsart wirkt als kreative, offene Formvielfalt, die sich gegen Konventionen stellt und die sinnbildlich für ein tolerantes, freies und offenes Deutschland bzw. Europa steht. In *Jahresring 64 Was ist anders?* untersucht Tillmanns mithilfe von Wissenschaftlern und Politikern die Hintergründe der heutigen gesellschaftlichen Probleme und Entwicklungen.

Grundlage war für ihn der 2006 von Brandon Nyhan und Jason Reifler beschriebene „Backfire-Effekt“. Dieser besagt, dass Menschen, die von einer Aussage überzeugt sind, auch wenn sie falsch ist, von Fakten nicht umgestimmt werden. Es ist sogar ein gegenteiliger Effekt zu beobachten: Die Beweise bestärken die Menschen nur noch in ihrer ursprünglichen Meinung. Dieser Effekt beschreibt den gefährlichen Nährboden, durch den populistische Akteure zu politischer Macht gelangen können.

Wirft man einen Blick auf den Wahlkampf und die Gestaltung der Plakate der AfD für die Bundestagswahl 2017, so erkennt man diese gestalterischen Methoden, um die Adressaten zu beeinflussen. So zeigt ein Plakat die Silhouette eines Bootes, auf dem viele Menschen stehen. (3) Die Gesichter sind nicht zu erkennen, so dass den Protagonisten keine Identität gegeben wurde und sich die BetrachterInnen leicht von ihnen distanzieren können. Umgeben ist das Schiff von einer abendlichen, fast schon malerisch anmutenden Meereszenerie, dessen Wasser komplett sanft und flach ist.

Durch den Text *In Seenot? Eher die nächste Verbrechenswelle!* erkennt man, dass die AfD ganz deutlich auf die höchst gefährliche Flucht vieler Menschen über das Mittelmeer anspielt und es ihre Intention ist, die Situation extrem zu verharmlosen und ein falsches Bild der Flucht zu vermitteln. Ergänzt wird das Plakat mit dem Slogan *52% mehr Einwanderungskriminalität in 2017*. Es ist weder klar worauf sich der angebliche Zuwachs von 52% beziehen soll, noch wird eine fundierte Quelle angegeben, aus der diese Information stammt. Die AfD nutzt keine belastbaren Informationen und verharmlost durch bildliche Darstellung, ohne die Gefahr der

Flucht zu vermitteln, der viele Menschen ausgesetzt sind.

Wolfgang Tillmanns tritt in die Rolle des politischen Aktivisten, der sich frei von Ironie, mit voller Ernsthaftigkeit der aktuellen politischen Lage widmet und diese versucht zu verbessern bzw. zu beeinflussen. Ob die politischen Projekte Tillmanns (*Anti Brexit Campaign 2016*) eine große Effektivität oder Wirksamkeit erlangt haben, ist eine berechnete Frage. Sicher ist, dass man mit großer Spannung auf weitere zukünftige politische Arbeiten des Künstlers (*Imagekampagne für die EU mit Rem Koolhaas*) hoffen darf.

Literatur:

(1) URL: [https://www.cdu.de/sites/default/files/styles/large/public/media/images/btw-2017/170219-](https://www.cdu.de/sites/default/files/styles/large/public/media/images/btw-2017/170219-merkel-780.jpg?itok=NHUQ7zz3)

[merkel-780.jpg?itok=NHUQ7zz3](https://www.cdu.de/sites/default/files/styles/large/public/media/images/btw-2017/170219-merkel-780.jpg?itok=NHUQ7zz3) (Zugriff: 05.06.2018).

(2) Tillmanns, Wolfgang (Hg.): Oetker, Brigitte. Jahresring 64. Was ist anders? Berlin 2017, S. 8.

(3) URL: <https://www.designtagebuch.de/wp-content/uploads/mediathek//2018/06/afd-plakat-seenot.jpg> (Zugriff: 05.06.2018).

Dieser Text wurde im Juni 2018 publiziert und entstand im Rahmen einer Kooperation des Instituts für Kunstgeschichte der Universität Leipzig mit dem 8. Festival für Fotografie f/stop Leipzig.