

geheimagentur: prekäre Komplizin.¹

Prolog: «Arbeit in der Kreativwirtschaft und Prekariat werden häufig zusammen gedacht.»² Und das stimmt ja auch: Die freie Theater und Performance-Szene, zu der auch die *geheimagentur* gehört, hangelt sich von Projekt zu Projekt, schreibt neue Anträge, bevor das vorherige Projekt überhaupt über die Bühne gegangen ist, wartet ständig auf irgendwelche Fristen und Gelder und hat insofern nur sehr bedingt die Kontrolle über ihre eigene Zukunft. Der Kontrollverlust wird zu einem entscheidenden Parameter ihrer Arbeit. Damit kann man selbstverständlich auf verschiedene Weise umgehen – auf Unabhängigkeit hinarbeiten, mit Professionalisierung kontern, seine Netzwerke stärken, sich selbst als die Zukunft definieren. Eher exzentrisch mag es scheinen, sich dem Kontrollverlust hinzugeben, diesen in die eigene Arbeit zu integrieren und vielleicht sogar zu benutzen. Irgendwie aber scheint dies genau das zu sein, was die *geheimagentur* betreibt: im Folgenden wollen wir mal sehen, wie das funktioniert – und vielleicht auch, wie nicht.

01. geheimagentur: korrodierte Charaktere.

Richard Sennett hat, vor inzwischen auch schon fast zehn Jahren, den <flexiblen Menschen> beschrieben und auf dessen <korrodierten Charakter> hingewiesen: Unter den Bedingungen der Prekarität entwickle sich eine Form der sozialen und räumlichen Ungebundenheit, die mit <Nomadentum> nur reichlich romantisierend zu beschreiben ist, eine Ungebundenheit, die Verbindlichkeit und Dauerhaftigkeit auch hinsichtlich der so genannten Werte und Standpunkte, also in moralischer und politischer Hinsicht, erodiere. So will natürlich niemand beschrieben werden – niemand, außer der *geheimagentur* vielleicht.

Die *geheimagentur* unterscheidet sich von den meisten anderen Protagonisten in der Kultur- und Wissensproduktion: Sie will wirklich geheim sein, wirklich klandestine Operationen ermöglichen. Die *geheimagentur* hat jedes Copyright an ihren Arbeiten und an ihrem Namen aufgegeben. Die Arbeiten der *geheimagentur* werden nicht mit den Identitäten irgendwelcher Künstlerinnen oder Künstler verknüpft, im Gegenzug stehen Namen und Prestige der *geheimagentur* allen Interessierten zur Verfügung. Immer interessiert an den Ökonomien des Geldes, der Zeit und der Aufmerksamkeit, schien es der *geheimagentur* ein viel versprechender Schachzug zu sein, diese gerade im Theaterbetrieb so virulenten Ökonomien durch die Ablehnung des Copyrights noch einmal neu zu verketteten. Tatsächlich führt gerade die Weigerung, die eigene Arbeit auch mit dem eigenen Namen zu verknüpfen, sich also einen Namen als Künstlerin oder Künstler machen zu wollen, seitens der Produktionspartner der *geheimagentur* zu einiger Verwirrung – vor allem bei den Medien: einmal, in den Tagesthemen, wird der schöne Halbsatz formuliert: «Die Geheimagenten, im wirklichen Leben Künstler aus Hamburg, ...» Im wirklichen Leben? In welchem jetzt?

1 Text erscheint in der abschließenden Broschüre des Forschungsprojektes „Komplizenschaft: Arbeit in Zukunft“ des Instituts für Theorie der Kunst und Gestaltung an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK), Projektleitung: Gesa Ziemer.

2 Nicht weiter markierte Zitate sind dem Beitrag von Gertraud Koch in diesem Band entnommen.

Die geheimagentur ist keine Gruppe oder Gruppierung, die sich über ein Manifest organisiert, strukturiert und definiert. Die geheimagentur sucht nicht den Konsens mit sich selbst, sie verzichtet auf eine Selbstverständigung im Modus der Standpunkte und Werte. Die geheimagentur definiert sich nicht über den Ausschluss, nicht darüber, dass jemand oder etwas nicht die geheimagentur wäre. Niemand, und schon gar nicht die geheimagentur, weiss, wer zur geheimagentur gehört und wer nicht. Das klingt, wir wissen es, zugleich unpraktikabel, etwas präventiv und wenig glaubhaft. Als solchermaßen korrodierter Charakter eröffnet die *geheimagentur* sich aber zugleich allen möglichen Kooperationen und Konstellationen. Die *geheimagentur* ist Komplizin, eben weil das Einverständnis über die Absichten gerade nicht die Bedingung der Möglichkeit zur Zusammenarbeit darstellt. Die *geheimagentur* ist ein Versuchslabor zur Erforschung offener Komplizenschaft: Wie das praktisch funktioniert, dazu kommen wir jetzt. Wir beginnen mit einem gewissen Scheitern.

02. geheimagentur: hochfliegende Pläne.

Vor einigen Jahren hat die geheimagentur ihre Selbstaflösung bekannt gegeben: Fortan sei die geheimagentur als sozialisiert zu betrachten, das von ihr erwirtschaftete kulturelle und symbolische Kapital stehe also allen Interessierten zur Verfügung, das Copyright sei aufgehoben, etc. pp. wie oben beschrieben. Die vierzig oder fünfzig anwesenden Künstlerinnen, Politaktivistinnen und Kulturwissenschaftlerinnen zeigten sich allerdings keineswegs begeistert: Das sei ja wohl nichts Neues, so die Künstler; man könne die Ausbeutungsverhältnisse nicht in einem blossen Willensakt aufheben, meinen die dialektischen Materialisten; und die Medientheoretiker weisen darauf hin, dass die Entgrenzung des Urheberrechtes die Verhandlungsposition der Produzierenden nicht notwendig verbessere. Im weiteren Verlauf des Abends zeigt sich dann vor allem eine gewisse Besorgnis: Was man denn zu tun gedenke, wenn im Namen der geheimagentur irgendwelche Aktionen oder Produktionen liefen, die wirklich inakzeptabel seien? Wie denn die geheimagentur als geheimagentur kenntlich bliebe, wenn sie kein Programm habe und sich nicht abgrenzen wolle? Kurzum: wie man sich denn in der Verantwortung zu halten vorhabe, wenn man den Kontrollverlust auf diese Weise forcieren?

Das sind alles wichtige Fragen, Fragen allerdings, die, wie sich in der Rückschau zeigt, etwas voreilig scheinen: Es ist nämlich keineswegs so, dass inzwischen Dutzende von geheimagenturen mit ihren jeweils eigenen Projekten in Erscheinung getreten wären. Es ist auch nicht gelungen, die geheimagentur wirklich geheim zu halten, weil man nämlich den entscheidenden Stellen, also denen, wo das Geld und die Beziehungen sich treffen, durchaus mal ein oder zwei Namen und Gesichter geben muss. Es ist, und das ist ja auch nicht ganz unwichtig, schlussendlich auch nicht so, dass das Label <geheimagentur> Tür und Tor öffnet und die Fördergelder nur so fließen lässt. Das senkt natürlich die Attraktivität des Angebots.

Es hat etwas Beruhigendes, auch irgendwie Stimmiges an sich, dass dieses ja durchaus von einer gewissen Hybris gezeichnete Programm gescheitert ist. Tatsächlich erweist sich das Scheitern hier als Chance: Dieses Angebot, das sich anfangs an die Produzierenden richtete, hat in seiner praktischen Ausformung, als Arbeitsweise und Verfahren, nämlich vor allem ein anderes Verhältnis von Produktion und Konsumtion, von AkteurInnen und ZuschauerInnen eröffnet: Komplizenschaft.

03. geheimagentur: komplizierte Ökonomien.

Die geheimagentur ist, wenn es gut läuft, ein Katalysator, ein Medium, ein Durchlauferhitzer. Nehmen wir asche zu asche: eine show zu theorie und praxis des geldverbrennens: Wir müssen das Setting hier nicht noch einmal in allen Details ausführen, es reicht zu sagen, dass zu Beginn der Show jede Person im Publikum einen 10 Euro-Schein in die Hand gedrückt bekommt, dass im weiteren Verlauf sieben Thesen zum Geldverbrennen in Religion, Wirtschaft, Politik und Kunst vorgestellt werden und dass das Publikum sieben Mal Gelegenheit erhält, seine Geldscheine eigenhändig zu verbrennen. Die Show macht Spass, weil sie genau so oft wütende Ablehnung wie anarchische Begeisterung weckt, aber das ist hier nicht der Punkt: Entscheidend ist, dass die Leute im Publikum ihr Geld zwar verbrennen können, aber nicht müssen.

Soweit wir wissen, beschliesst knapp die Hälfte des Publikums, den frischen Zehner nicht zu verbrennen, sondern anderweitig einzusetzen: um mit dem Taxi nach Hause fahren zu können, um ihre Begleitung auf ein Bier einladen zu können, wofür auch immer. Interessant ist für die geheimagentur nicht so sehr, was die Leute damit tun, sondern dass sie damit etwas tun können: eine Erweiterung der Handlungsmöglichkeiten. Die geheimagentur gibt keinen Verwendungszweck vor; in der Show wird kein Konsens entwickelt, wie man jetzt mit dem gesamten zur Verfügung stehenden Geld umzugehen habe und wem man es gegebenenfalls spendet: Mit dem Geld in der Hand kann jeder seiner eigenen Agenda folgen, seinen eigenen Wünschen und Begierden. Die geheimagentur macht dabei ihr Ding - eine politische Performance initiieren, Dramaturgen beeindrucken, kurzum: arbeiten - und die einzelnen Leute im Publikum machen ebenfalls ihr Ding: kein Konsens, keine Kooperation, aber Komplizenschaft: ein temporärer, taktischer Kurzschluss von verschiedenen Vorhaben ohne Ziel oder Absicht über den Moment des Zusammenschlusses hinaus.

Dabei verketteten Akteure und Zuschauer sich auf eine ganz spezifische Weise: Die geheimagentur verbrennt das Geld nicht selber, sondern lässt es vom Publikum verbrennen, wofür dieses wiederum seinen Anteil von den Produktionsgeldern und der Gage der geheimagentur einstreicht. Produktion und Konsumtion tauschen mehrfach ihre Positionen, und zwar gerade nicht im bigotten Sinne des so genannten <Mitmach-Theaters>, der <Partizipation>, sondern in Form eines handfesten, konkreten und geldwerten Austauschverhältnisses.

So auch im neuesten Projekt der Geheimagentur - dem casino of tricks, das sein Kapital in die Tricks konvertiert, die die Casino-Gäste verraten, performen, erzählen, teilen. So wird das Casino im Laufe einiger Tage zu einer Assoziation von Trickstern, die sich an der Bar mit Taschenspielerien überbieten oder über das Schwarzfahren und Blaumachen diskutieren. Komplizenschaft ist hier Programm geworden und ersetzt dabei in einem entscheidenden programmatischen Schritt ein anderes heute höchst verbreitetes Programm, nämlich das der so genannten Partizipation. Partizipative Kunstprojekte machen den Zuschauer zum Mitakteur, doch der im Zuge dieser Verschleifung von Produktion und Konsumtion entstandene Mehrwert an Aufmerksamkeit, Zeit und schließlich Geld wird von den Künstlern meist einbehalten. Den anderen bleibt die Erfahrung. Partizipation durch Komplizenschaft abzulösen, heisst: das entstehende Verhältnis als Verkettung von Interessen ernst zu nehmen und den Mehrwert zu teilen. Komplizenschaft, so liesse sich formulieren, funktioniert also gerade nicht als Bündnis unter Produzierenden, wie das die Rede von der Selbstbestimmung im Prekariat nahe legt. Komplizenschaft ist vielmehr ein Konzept, das die Verschleifung von Produktion und Konsumtion in bestimmter Weise verhandelt, und zwar im

Unterschied zur <Partizipation> und der ihr eingeschriebenen Asymmetrie als eine Interaktion von radikal differenten Gleichen.

04. geheimagentur: temporäre Situationen.

Die *geheimagentur* bemüht sich, ein möglichst merkwürdiges Verhältnis zur Arbeit kultivieren: In *asche zu asche* ging es ja nicht zuletzt darum, dafür bezahlt zu werden, dass man das Geld anderen Leuten gibt; und damit und zugleich auch darum, möglichst viele Dinge nicht selber zu tun – das Geld nicht selber zu verbrennen, nicht selber in Aktion zu treten. Das lässt sich natürlich noch ausbauen: Eines der Ziele der *geheimagentur* besteht vielleicht überhaupt darin, immer weniger selber zu tun. Reden wir also über *alibi: wir sind nicht da*, gezeigt in Zürich bei der *Zweiten Kurzen Nacht der Komplizen*.

Alibi: zwei Leute auf einer Bühne, die behaupten, die *geheimagentur* zu sein oder auch nur in ihrem Namen zu sprechen; ein sehr skizzenhafter Vortrag zum Alibi, seinem Gebrauchswert und den durch das Alibi erzeugten räumlichen und zeitlichen Paradoxien; und ein Telefon: ein Telefon, mit dem ein Mitglied des Publikums aus der Show heraus Leute – Komplizen – anruft, die den beiden Geheimagenten auf der Bühne ein Alibi für die Zeit ihres Auftrittes geben. Wäre es, anstatt auf einer Bühne herumzutoben und irgendetwas zu repräsentieren, nicht viel schöner, die Gage in einem illegalen Spielsalon zu verjubeln, im Restaurant *Kronenhalle* die Zeche zu prellen und auf einer Demonstration gegen Bildungsabbau Maximalforderungen aufzustellen? Eben.

Letztendlich haben wir dann doch davon abgesehen, unseren Auftritt wirklich zu schwänzen, und vielleicht gerade deswegen konnte sich die der *geheimagentur* eigene Form des Immer-weniger-Tuns noch einmal anders zeigen. Die *geheimagentur* hat in Zürich Komplizen gefunden, denen sofort eingeleuchtet hat, inwiefern sich die Situation von ihnen benutzen lässt; Komplizen übrigens, von deren tatsächlichem Einsatz auch wir selbst erst nach der Show erfahren haben. Wie leicht einzusehen ist, kann deren Identität hier nicht preisgegeben werden, aber diese Leute haben dafür gesorgt, dass eine ihrer eigenen Komplizinnen die Alibi-Telephonate führt, sie haben einen Mitschnitt der Show besorgt und dessen Sendung im Freien Radio, und vor allem haben sie mit ihrem Alibi die entscheidenden Punkte des Abends zugespitzt: die Anwesenheit und die Abwesenheit, die Komplizinnen und die Genossinnen, die Subversion und die Kriminalisierung – das alles kommt vor in der Behauptung der Verhaftung einiger Geheimagenten, erzählt auf der Folie der tatsächlichen Inhaftierung mehrerer Schülerinnen bei den Demonstrationen gegen den Bildungsabbau. Und das entsprechende Telefonat wurde denn auch wie selbstverständlich in Schweizer Deutsch geführt, so dass wir, die wir nur des Hochdeutschen mächtig sind, immer weniger verstanden haben, was wir angeblich gerade tun, und weshalb. Diese Form von im Kontrollverlust sich entwickelnder Komplexität kann der *geheimagentur* natürlich nur recht sein.

Epilog: «Die Subversion liegt auch in der Umdeutung: „Wir sind cool!“». Wie oben schon einmal erwähnt: Ausbeutungsverhältnisse lassen sich nicht durch einen einfachen Willensakt oder eine diskursive Umdeutung aufheben. Die *geheimagentur* jedenfalls legt keinen Wert darauf, in diesem Sinne ‚cool‘ zu sein. Die *geheimagentur* interessiert sich dafür aber sehr für Ökonomien, für diejenigen Ökonomien nämlich, die die Bedingungen ihrer Produktion ausmachen und deshalb möglichst präzise bedacht werden wollen: Zeit, Geld, Aufmerksamkeit. Und da muss man sagen, dass Prekarität für die

Prekarisierten immer mit Kontrollverlust einhergeht. Eine künstlerische und politische Praxis, die selbstreflexiv mit ihren Produktionsbedingungen arbeiten will, ist deshalb gut beraten, sich Taktiken für den kontrollierten Kontrollverlust anzueignen - kein Urheberrecht, kein autonomer Künstler, kein Ort der Selbstbestimmung, stattdessen Open Source, Multiple Names, Corroded Characters. Dies ist, um es deutlich zu sagen, noch kein Mode of Survival, sondern notwendige Grundbedingung, um angesichts von sich erneuernden Ausbeutungsverhältnissen, (in denen man zum Beispiel unversehens für jemand anderen arbeitet, während man gerade flaniert), als Komplizin überhaupt in Frage zu kommen.

Und noch ein letzter Punkt: Zumindest in der Kreativwirtschaft scheint die neoliberale Prekarität ja auch jede Menge gute Seiten zu haben: Abschaffung der Lohnarbeit, Aufhebung der Trennung von Arbeit und Nicht-Arbeit, Abwesenheit des Staates - alles genuin kommunistische Forderungen. Vielleicht sollte man überhaupt über die Prekarität als den ‚Kommunismus des Kapitals‘ nachdenken; und noch einmal Paolo Virnos A Grammar of the Multitude lesen.

www.geheimagentur.net
post@geheimagentur.net

Werkzeuge:

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe, Luther Blissett, Sonja Brünzels (1997): Handbuch der Kommunikationsguerilla - wie helfe ich mir selbst. Hamburg/Berlin.

Bourdieu, Pierre (1998): «Prekarität ist überall», in: Gegenfeuer. Wortmeldungen im Dienste des Widerstands gegen die neoliberale Invasion. Konstanz, pp. 96-102.

Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München.

Sennett, Richard (1998): Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin.

Virno, Paolo (2004): A Grammar of the Multitude. Los Angeles/New York.