

## **Das Plakat als Zielscheibe (Profil, Nr.2, 11.01.1999)**

Aktion „Karussell“: Die Gruppe MEZ plakatiert kritische Fragen zur Plakatwerbung. Und läßt sich die Kritik von den Kritisierten bezahlen.

Nicht zuletzt, weil die Kunst in den engen Innenräumen der Kunstszene in ständiger Selbstreflexion manchmal schon an Atemnot leidet, tritt sie ab und zu gerne vor die Türen der Galerien und Museen. Ohnehin findet dort draußen, selbstverständlich und doch fast unbemerkt, die größte Bilderausstellung statt: auf Plakatwänden. Allein in Wien gibt es 40.000 davon. Und Österreichs PR-Wirtschaft verbucht den höchsten Anteil an Plakatwerbung Europas.

Otto Mittmannsgruber und Martin Strauß befassen sich als Gruppe MEZ seit Jahren mit der optischen Diktatur des Marketing und haben bislang österreichweit selbst einige Plakatserien realisiert, die das Medium nicht nur benützen, sondern auch kritisch reflektieren. Im „Monolog des Vertrauens“ 1995 wurden 20 Firmen wie Esso oder McDonald's auf die Buchstaben ihres Namens reduziert und in ein einheitliches schwarz-gelbes Layout „gesteckt“. In einer weiteren Serie überdruckten sie Werbesujets mit einem schwarzen Lochraster, durch das Bilder und Logos nur noch schemenhaft zu erkennen waren. Auf tausend Wiener Wänden affiziert, weisen zur Zeit große schwarze Pfeile auf das Nachbarplakat und stellen Fragen: Bestimmen Sie, was hier hängt? Stört Sie dieses Plakat? Beeinflußt dieses Plakat Ihre Kinder? Und irritieren Passanten, die - hofft MEZ - aus einer Trance, in der vor lauter Bäumen der Wald nicht mehr zu sehen ist, aufwachen.

Freilich lassen sich im Marketingraum Geld und Absicht so leicht nicht trennen. Die Unternehmen der „bepfeilten“ Werbung, die das Projekt mit dem Namen „Karussell“ finanzieren, profitieren genauso von der erhöhten Aufmerksamkeit, sei sie auch eine kritische. Aber um Sabotage geht es MEZ ohnehin nicht. Denn bei aller didaktischer Ambition setzt man darauf, daß jeder seine Antwort selbst findet. Eine Antwort, die Umfragen zufolge ohnehin zugunsten der Plakatwerbung ausfällt: Ein hoher Prozentsatz der Passanten findet den Kommerzraum schön und anregend.

Kristine Tornquist