

Corporate Identity der Identitären Bewegung



Die politisch rechte Seite sollte man ganz grundsätzlich nie unterschätzen. Dies gilt nicht nur für Deutschland – in vielen europäischen Ländern gibt es eine nationalistische Szene. Assoziiert man mit Neonazis den Aufmarsch Glatzköpfiger, in Springerstiefeln und Bomberjacken Gekleideter, gibt es eigentlich kaum eine über die unmittelbare und körperliche Bedrohung hinausgehende Wirkung. Man traut ihnen mangels verschiedener Defizite weder eine »Machtübernahme« zu noch die Überzeugung einer größeren Menge. Die Gegendemonstrationen sind glücklicherweise größer.

Schlimm freilich ist, wenn sich Brutalität und Intelligenz verbinden. Letztere findet sich im braunen Milieu ja eher selten. Dabei allerdings sollte man eine Gruppe nicht ignorieren: »Die Identitären«. Sie besteht aus lose verbundenen Gruppen, die eine nationale und/oder europäische Identität behaupten wollen (»Für ein Europa der Vaterländer«). Europäisch dann, wenn die nationalen Ziele übergreifend gelten – insbesondere die Verhinderung einer »Islamisierung« Europas. Das zur Not auch im Kampfe, soweit also die »Harmlosigkeit«, und um nichts besser als selbsternannte Gotteskrieger. Dieser transnationale, europäische Aspekt aber gibt dem Ganzen etwas ungewohnt Liberales und eben Nicht-Nationalistisches, ist insofern ein durchaus intelligenterer Ansatz, wie auch ihr Claim »100% identitär 0% Rassismus«. Doch bleiben es die alten Inhalte und Vorurteile in neuem Gewand – und unter Europa verstehen sie explizit nicht die »EU«.

Im Sinne einer visuellen Forschung interessant sind zwei Aspekte: Der Name selbst ist ja das Thema »Identität« – ein zentrales im Kommunikationsdesign – und ihr Zeichen. Eines, das jede rechte Verwandtschaft vermutlich vermeiden sollte – und irgendwie auch nicht. Ökologische, bürgerliche, konservative Parteien jedenfalls zeigen sich anders. Ihr Emblem ist der griechische Buchstabe Lambda, integriert in einen Kreis. Das Ganze in verschiedenen

Kombinationen mit Schwarz und Gelb. Bei der Farbe kann man spekulieren, insbesondere ex negativo, was nicht ging: Rot war zu nah am NS-Design, Grün mit Ökologie konnotiert. Blicke Orange (Piraten), Blau (unglücklich mit Schwarz) und Gelb. Letzteres könnte durch die Verwendung der Liberalen passende Assoziationen bieten. Das Zeichen, die Bildmarke, hat etwas Hartes und Klares – was zur vereinfachten Deutung der Welt paßt. Bei den Schriften kommen praktisch nur serifenlose zum Einsatz, Univers, Helvetica und deren schlechte Kopien, meist versal gesetzt, oft condensed, was durchaus paßt, diese pragmatischverdichtete und ahistorische Typografie – die junge Bewegung blickt nach vorn!

Bei den Sujets im Internet und auf Plakaten erscheinen verschiedenste Gestaltungsmittel: Fotos, Collagen, Illustrationen, meist in schwacher Qualität, mit kurzen textlichen Aussagen auf Blöcken. Durchgängig dabei ist vor allem das Farbklima. Doch nochmals zurück zu diesem Zeichen, das nach eigenem Anspruch bekannter werden soll als Coca-Cola und ein »Symbol der Verteidigung des Eigenen«¹ ist. Ein griechischer Buchstabe, mehr aber als geometrisches Zeichen in Verbindung mit einem Kreis. Gestaltet oder »optimiert« scheint das Emblem für Fahnen zu sein – auf solchen wird es oft gezeigt, was ungut an die Entstehung des Parteizeichens der NSDAP erinnert. Es hat etwas Beliebigen, dieses Zeichen, die ganze visuelle Identität der »Identitären«, wobei man den Kreis als etwas Geschlossenes betrachten kann, in den nichts von außen hineinkommt und der Winkel, den man ebenso als Pfeil sehen könnte, das nicht Passende im Rund nach oben herausdrängt. Vielleicht ist das aber auch zu viel interpretiert. Je nach Darstellung kann das Emblem wie ein militärisches Rangabzeichen wirken, etwas Pfandfinderhaftes haben, wie auch etwas beinahe Sakrales. Vielleicht ist es ja beruhigend, daß es gleichermaßen wie ein Gefahrgut-Zeichen aussieht, nach dem Motto »bei Berührung mit der Haut gründlich mit viel Wasser abwaschen«.



ANDREAS KOOP

ist Grafikdesigner und führt seit 15 Jahren ein renommiertes Designbüro im Allgäu. Unter dem Begriff »oekoop« werden dort zudem ökologisch sinnvolle Gestaltungslösungen entwickelt. Nebenbei engagiert sich Andreas Koop als Dozent, Autor und in einer sich derzeit konstituierenden Designforschung.

www.designgruppe-koop.de

Ob vielleicht die Zeichen und Darstellungsweisen ehrlicher sind als die Worte? Interessant ist jedenfalls schon, wie sich bestimmte visuelle Mittel wiederholen (Bild links: Auftritt der »Identitären«). Bewußt oder nicht, »aus Versehen« oder mit Vorsatz ...

QUELLENHINWEIS:

¹ Dieses Zitat sowie die vorangegangene Aussage: <http://www.identitaere-bewegung.de/>

Bild Mao: <http://www.geschichteinchronologie.ch/as/china/China-06/044-plakat-personenkult-1968-Mao-als-rote-sonne.jpg>
Bild NSDAP: http://schularena.com/geschichte/themen/fotos/zweiter_wk/propaganda/plakat001-weim-rep-deutschlands-befreiung-m-swastika-sonne-1924ca.jpg
Bild Identitäre: http://www.sezession.de/wp-content/uploads/2013/02/13687_445130962209572_1836393611_n.jpg