



»ICH WOLLTE, DASS DIE MENSCHEN ÜBER DIE FRAGE DER SCHULD NACHDENKEN.«



NILS HONNE TUT ES AUS ÜBERZEUGUNG: ER IST FORSCHER UND AUTOR – IM AUDIMAX-INTERVIEW VERRÄT ER, WAS ER VON RADIKALER GESELLSCHAFTSKRITIK HÄLT UND WARUM ER DER WERBEBRANCHE DEN RÜCKEN KEHRTE

Interview: Eva Ixmeier



PROTEST

Herr Honne, Sie sind Forscher und Schriftsteller. Wie kam es zu dieser Kombination? Ich war zehn Jahre als Werbetexter tätig – bei internationalen Werbeagenturen und auch selbstständig. Dann habe ich beschlossen, der Werbung den Rücken zu kehren und noch mal das Studieren anzufangen. So kam es, dass ich jetzt in der Forschung tätig bin. Aktuell beschäftige ich mich mit der Suche nach neuen Wegen der nachhaltigen Pflanzenproduktion. Nebenher habe ich mir einen jahrelangen Wunsch erfüllt und schreibe Bücher.

Ihr Debütroman »Corporate Anarchy« beschreibt Protagonist Marvins Entwicklung vom Durchschnittsbürger zum Terroristen. Wie kamen Sie auf diese Idee? Das war im Zuge der Finanzkrise. Ich habe mich intensiv damit beschäftigt, wie es zu dieser Krise gekommen ist und welche Verstrickungen es in der Finanzwelt gibt. Die Idee kam mir dann beim Lesen der Posts in den Social Media-Kanälen, in denen die Menschen ihre Wut auf die Manager und Banker und ihren Frust zum Ausdruck gebracht haben – sie haben ihnen die schlimmsten Dinge gewünscht. Ich fand den Gedanken

interessant, was passieren würde, wenn diese Wünsche in die Tat umgesetzt werden würden – im Stil der RAF.

Was war die Grundintention hinter Ihrem Roman? Ich sehe das Buch als Gedankenexperiment. Ich wollte, dass der Leser am eigenen Leib erfährt, wie dünn die Grenze zwischen Recht und Unrecht ist und wie erschreckend einfach es sein kann, das Falsche aus den vermeintlich richtigen Gründen zu tun.

»JEDER MUSS SICH ETWAS MEHR ANSTRENGEN.«

Die Hauptfigur Ihres Romans ist Werbetexter. Basieren die Inhalte auf realen Begebenheiten? Es lassen sich auf jeden Fall Erlebnisse aus meinem eigenen Leben wiederfinden. Die Situation als Marvin verloren im Supermarkt steht und nicht weiß, was er kaufen soll, weil er die ganze Konsumwelt infrage stellt, habe ich zum Beispiel selbst auch erlebt. Auch die Begebenheiten

in der Werbeagentur entsprechen mehr oder weniger der Realität. Zudem sind alle Taten der Manager und Wirtschaftsbosse realen Geschehnissen nachempfunden.

Die Protagonisten Ihres Romans schlagen einen sehr radikalen Weg ein: Sie wollen das System mit Gewalt lösen. Inwiefern würden Sie dies in der Realität unterstützen? Gar nicht. Ich denke nicht, dass Gewalt auf irgendeiner Ebene zu einer nachhaltigen Lösung führen wird.

Wie könnte ein gewaltfreier Weg zu einer besseren Welt aussehen? Wir müssten politisch viel aktiver werden – Demos und Protestaktionen reichen hierbei nicht aus. Außerdem sollten Manager auf persönlicher Ebene für ihre Entscheidungen verantwortlich gemacht werden. Ich fände es zudem gut, wenn es endlich eine Frauenquote auf Vorstandsebene geben würde. Weibliche Führungskompetenz könnte durchaus helfen. Es liegt im Grunde an uns allen: Jeder muss sich etwas mehr anstrengen.

Wenn Sie auf Ihre Zeit in der Werbebranche zurückblicken – wie haben Sie das Arbeiten als Werbetexter empfunden? Zu Beginn bin ich so reingestolpert und fand es recht interessant irgendetwas mit Medien zu machen. Aber



davon leben zu können. Es gibt viele Dinge zu beachten im Bereich Steuern, finanzieller Abgaben und Kundenakquise. Mit der Zeit lief es zwar ganz gut, aber ich habe gemerkt, dass es mich ganz einfach nicht glücklich macht.

Sie haben sich bewusst für einen Umbruch in Ihrem Werdegang entschieden. Welchen Rat haben Sie für alle, die diesen Schritt noch nicht gewagt haben? Es ist natürlich immer abhängig von den äußeren und finanziellen Umständen. Aber wer die Möglichkeit hat, sollte immer das machen, was ihm Freude bereitet und alles andere hinter sich lassen. Ich habe auch lange gezögert, doch jeder sollte den Schritt wagen. Denn es ist immer besser, etwas aus Überzeugung zu tun – auch wenn es vielleicht weniger Geld einbringt.

Haben Sie nun das gefunden, was Sie mit Überzeugung tun? Ja, aber ich bin sehr sprunghaft. Ich brauche alle paar Jahre etwas Neues. Doch ich möchte auf jeden Fall bis an mein Lebensende Bücher schreiben und Forschen. ■

Nils Honne war zehn Jahre Werbetexter und arbeitet nun als Forscher und Autor. In seinem Debütroman »Corporate Anarchy – Gier ist tödlich« beschreibt er Marvin, der sich vom Durchschnittsbürger zum radikalen Anhänger einer geheimen Bewegung wandelt. Doch das System lässt sich nicht mit Gewalt ändern.

In der Mensa aß Nils Honne am liebsten alles, was nicht verkocht oder versalzen war.



die Arbeit ist anspruchsvoll, anstrengend und kraftraubend – jedoch selbstverständlich auch sehr abwechslungsreich. Im Laufe der Jahre habe ich begonnen, mich immer mehr mit den Produkten zu beschäftigen, für die ich Werbung gemacht habe. Dadurch wurde es für mich immer schwieriger im Auftrag bestimmter Produkte zu werben. Für Zigaretten und Waffen habe ich von Anfang an keine Werbung gemacht, aber zum Schluss fiel es mir schon schwer für Alltagsprodukte Texte zu schreiben, wenn ich erfahren habe, unter welchen Bedingungen sie teilweise hergestellt wurden.

Es hält sich das Vorurteil, dass die Werbebranche von jungen Menschen lebt, die sich ausbeuten lassen ... Wer bis Mitte Dreißig nicht zu dem einen Prozent gehört, die es zum Kreativdirektor geschafft haben, der kehrt der Branche meistens den Rücken. Es ist sicher ein harter Job, aber das ist nicht nur auf die Werbebranche beschränkt. In der Forschung ist das auch ähnlich. Ich arbeite auch auf Projektbasis oder habe unbezahlte Praktika gemacht. Das ist auf eine generelle Verrohung der Wirtschaftswelt zurückzuführen.

Welchen Tipp können Sie Studierenden geben, die in der Werbebranche Fuß fassen möchten? Ich würde den Weg in die Werbung tatsächlich

niemandem raten. Es kann sicherlich für ein paar Jahre interessant sein, aber die meisten machen das nicht lange. Das heißt, jeder sollte einen Plan B haben. Denn der Druck ist gerade in großen Agenturen sehr hoch.

Es war aber doch nicht alles schlecht, was Sie in der Werbebranche erlebt haben, oder? Nein. Ich habe gelernt, dass Kreativität erlernbar ist. Manche der Kniffe haben mir beim Bücherschreiben geholfen. Zum Beispiel, dass man ein Problem immer von neuem betrachten sollte.

»WIR MÜSSTEN POLITISCH VIEL AKTIVER WERDEN – DEMOS UND PROTESTAKTIONEN REICHEN HIERBEI NICHT AUS.«

Sie haben sich nach einigen Jahren selbstständig gemacht. Warum haben Sie diesen Schritt gewagt? Mein Ziel war es, selbst auswählen zu können, wofür ich Werbung mache. Der Start war eher holprig. Denn es ist durchaus schwierig, sich als Werbetexter selbstständig zu machen und