

WELT ONLINE

27. Mai 2007, 12:12 Uhr
 VON ANETTE DOWIDEIT, NEW YORK
KONSUMVERWEIGERER

Lobet den Herrn, hört mit dem Einkaufen auf

In den USA gibt es viele seltsame Glaubensgemeinschaften. Über die merkwürdigste hat nun "Super Size me"-Regisseur Morgan Spurlock einen Dokumentarfilm gedreht: Die Church of Stop Shopping will die Amerikaner von ihrem Konsumwahn abbringen.



REVEREND BILLY and the Church of Stop Shopping

Ein Film von Dietmar Post
 (Das ausgefallene und beste politische Theater in New York)
 (Jonathan Kell, New York Times)

Foto: play loud!

Bereits 2002 drehte der deutsche Regisseur Dietmar Post einen Film über die Konsumverweigerer

Reverend Billy hechtet mit großen Schritten die Treppe zur U-Bahn-Station in der New Yorker Innenstadt hinunter. Seine blondierte Haartolle wippt im Takt. Genervt guckende New Yorker drängeln sich ihm entgegen. „Hört auf zu Shoppen und lobet den Herrn. Hallelujah!“ ruft er ihnen entgegen. Eine Frau mit Einkaufstüten weicht zurück und murmelt: „Schon wieder so ein Irrer.“ Billy hat es eilig. Vor lauter Nervosität zittern seine Finger, während

press clippings / documentary film “reverend billy & the church of stop shopping”

er seine Fahrkarte aus einer abgewetzten Lederumhängetasche zieht. „Heute ist ein großer Tag für uns“, sagt er und strahlt.

Denn Billys Lieblingsfeind, der Kaffeehauskonzern Starbucks, ist gerade eingeknickt. Der US-Konzern will künftig der äthiopischen Regierung Lizenzgebühren für bestimmte Kaffeesorten zahlen. Bisher hatte Starbucks sich gewehrt – zulasten der Kaffeebauern. Reverend Billy hatte dagegen schon seit Monaten bei Auftritten protestiert. „Wir haben Starbucks kleinbekriegt. Amen“, sagt er mit seiner lauten Predigerstimme und drängelt sich in den U-Bahn-Waggon.

Priester der Konsumverweigerer

SCHLAGWORTE

Reverend Billy Church of Stop Shopping Morgan Spurlock

Reverend Billy heißt mit richtigem Namen Bill Talen. Er ist der selbst ernannte Priester der Church of Stop Shopping. Einer New Yorker Vereinigung mit rund 40 Mitgliedern, die gleichzeitig Protestgruppe, Comedians und Musiker sind. Es geht ihnen darum, eine simple Botschaft zu verbreiten: Verbringt weniger Zeit mit überflüssigem Konsumstreben und dafür mehr Zeit mit der Familie, Freunden und anderen wesentlichen Dingen des Lebens.

Billy und seine Freunde artikulieren, was viele Menschen in der westlichen Welt umtreibt: die wachsende Unzufriedenheit mit einer Konsumgesellschaft – in der die Werbung suggeriert, man könne nur glücklich sein, wenn man kauft, kauft, kauft. Weil das Thema immer wichtiger wird, hat der US-Filmemacher Morgan Spurlock, der mit dem McDonald's-kritischen Film „Super Size Me“ bekannt wurde, einen Kinofilm über Reverend Billy gemacht. Er heißt „What Would Jesus Buy?“ und soll in ein paar Wochen in den US-Kinos anlaufen. Ein Starttermin für Deutschland steht noch nicht fest.

„Die Menschheit steckt in einem tiefen Loch“, sagt Billy. „Konzerne suggerieren ständig, wir müssten noch mehr zu noch billigeren Preisen einkaufen. Wir shoppen uns zugrunde.“ Konzerne wie Wal-Mart erzielten ihre niedrigen Preise dadurch, dass viele Waren aus China kommen – und beim Transport tonnenweise schädliche Klimagase anfielen. „Durch unsere Konsumgläubigkeit zerstören wir unsere Erde“, sagt Billy. Er hat auch einen Namen für diesen Trend: die Shopokalypse.

„Exorzismus“ an den Ladenkassen endet oft mit U-Haft

Billy und seine Anhänger fallen regelmäßig in Ladenlokale von

Konsumtempeln wie Victoria's Secrets, Disney oder Wal-Mart ein und zelebrieren dort vor Fernsehkameras einen „Exorzismus“ an den Ladenkassen: Der Reverend legt die Hand auf und betet ekstatisch, seine Anhänger singen dazu.

Die „New York Times“ bezeichnete das, was die Gruppe macht, als Guerilla-Theater. Sie haben dies bereits in vielen Ländern auf der Welt gemacht, auch schon in mehreren deutschen Städten. Meistens enden die „Exorzismen“ mit U-Haft. Billy und seine singende Protestgruppe, der Stop Shopping Chor, treten auch mit ihrer Show auf, die aus Predigten und Gospelmusik besteht. Im August sind sie im Berliner Haus der Kulturen der Welt.

Die New Yorker geben sich wie eine ausgeflippte Protestgruppe, haben aber eine ernste Botschaft. „Diese Überkommerzialisierung unserer westlichen Kultur ist eine ernsthafte Bedrohung für Demokratie und Zivilisation“, sagt der US-Politikwissenschaftler Benjamin Barber, der gerade ein Buch zu genau diesem Thema geschrieben hat. „Wir konsumieren 24 Stunden am Tag. Wenn die Geschäfte zu sind, kaufen wir über das Internet ein. Wenn wir gerade nicht konsumieren, fühlen wir uns schlecht.“

Doch es gebe immer mehr Menschen, die des ewigen Konsumierens überdrüssig seien. Die Ladenketten wie Wal-Mart und Starbucks boykottieren, nicht im Teleshopping bestellen und sogar das Telefon-Voting von „Deutschland sucht den Superstar“ oder dem amerikanischen Pendant „American Idol“ ignorieren. Und die lieber teurer beim Ökoladen ihr Essen kaufen als billig im Supermarkt.

Produkte mit dem schwarzen Punkt

Konsumkritische Gruppen haben weltweit Zulauf. So hat die kanadische Organisation „AdBusters“ schon 120000 Abonnenten für ihr Magazin und mittlerweile Ausgründungen in Frankreich, Japan, Schweden und Norwegen. Schon vor drei Jahren brachte sie ihre eigene Protest-Turnschuhmarke auf den Markt. Aus gebrauchten Autoreifen und Hanffasern. Anstatt eines Labels von Puma, Nike oder Adidas war ein schwarzer Punkt aufgedruckt – das Zeichen der Antikonsumenten.

Bill Talen ist allerdings keiner, der gerade erst auf den Zug aufgesprungen ist. Der über 1,90 Meter große Mann mit der sonnengegerbten Haut und den strahlend blauen Augen zog vor gut zehn Jahren aus dem ruhigeren San Francisco ins hektische New York. Er suchte sich eine kleine Wohnung nahe dem Times Square – der damals noch als gefährliche Gegend galt – und schlug sich als Kellner durch. Etwa zu dieser Zeit entschied der Unterhaltungskonzern Disney, den Times Square zum familienfreundlichen

Unterhaltungszentrum zu machen, eine Art Disneyworld am Broadway. Der Unterhaltungskonzern kaufte Theater auf und baute sie zu Konsumtempeln für seine Kitsch-Musicals um: „König der Löwen“, „Die Schöne und das Biest“, „Tarzan“. Billy hörte damals häufig von Fällen, in denen der Konzern alteingesessene Laden- oder Theaterbesitzer mit unlauteren Methoden weggeekelt haben soll.

Er begann zu protestieren. Erst mit einer einfachen Flüstertüte vor den Disney-Theatern. Doch als das nicht wirkte, legte er sich das Alter Ego Reverend Billy zu. Den singenden, ekstatischen Pfarrer im weißen Anzug, der gegen den „Antichrist Disney“ und später auch gegen andere Konzerne protestierte und für die Liebe predigt. Bei seinen Shows heute, zuletzt trat er im vergangenen Herbst in einem New Yorker Festzelt auf, gibt Billy alles: Er schwitzt bei seinen Predigten, er reckt die Arme gen Himmel, er rauft sich seine Haare und wälzt sich auf dem Boden. Nur während der Gesangseinlagen des Gospelchors gönnt er sich kurze Verschnaufpausen mit einer Flasche Wasser hinter der Bühne.

Mit den Auftritten als Prediger nimmt Talen auch die strenggläubigen Christen in den USA und den dort beliebten Fernsehpfarrern auf die Schippe. „Nimm den nächsten Menschen, den du triffst, fest in den Arm“, sagt er in einer seiner Predigten. „Wenn diese Person deine Umarmung ablehnt, zum Beispiel, weil sie der Papst ist und man sich dem nicht näher als auf eine Meile nähern darf, dann ruf einfach: Ich lieb' dich, Mann, du hast ein schönes Kleid an!“

"Jesus war ein Entertainer"

Für viele ist es verwirrend, dass Billy Witze macht und ein lustiges Kostüm trägt, er zugleich aber über ernste Dinge redet. Er findet allerdings, das sei überhaupt kein Widerspruch. „Die Menschen hören dir nur zu, wenn du unterhaltsam bist, Schwester“, sagt Reverend Billy. Und referiert mit gehobenen Händen und lauter Predigerstimme weiter, so als wolle er den gesamten Waggon bekehren: „Elvis Presley war der König der Unterhaltung, aber er hat ernste Gospel gesungen. Jesus war ein Entertainer. Ich bin ganz sicher, dass sie die Witze aus seinen Predigten einfach herausgestrichen haben.“

Dann fängt er an, lauthals zu singen: „If I can dream of a better land where all my brothers walk ha-hand in hand.“ Diesen Elvis-Song probt er gerade für seine nächsten Auftritte. „Er kommt noch nicht überzeugend genug rüber“, sagt er gequält. „Ich muss noch viel mehr üben.“ Elvis hat den Gospel im Jahr 1968 als Erinnerung an den ermordeten Martin Luther King gesungen. Es geht in dem Lied um die Frage, warum die Welt nicht besser

sein kann, wenn es sich doch alle so sehr wünschen.

Die Church of Stop Shopping gibt dafür ihr Bestes. Sonntagnachmittag, in einem Tanzstudio im New Yorker Künstler-Stadtteil Chelsea. In einem Saal mit Parkettboden, Spiegelwand und Ballettstange trifft sich der Chor der Church of Stop Shopping zur wöchentlichen Probe. Zwei Dutzend Männer und Frauen sitzen auf Klappstühlen im Raum verteilt. Schon seit 20 Minuten proben sie mit ihrem Chorleiter, rhythmisch zu klatschen. Dreimal langsam, dreimal schnell. Alles muss perfekt sitzen, genau wie bei einem professionellen Ensemble.

Die meisten Chormitglieder sind zwischen 20 und 30 Jahre alt. Viele haben blondierte Haare, Vollbart oder Rastazöpfe, tragen Flip-Flops, Blümchenkleider und kurze Hosen. Sie sind im täglichen Leben Musiker, Hausfrauen, Verkäufer. Oder, wie Adetola Abiade, Bankangestellte an der Wall Street. „Für mich ist das Singen eine super Abwechslung zur Arbeit“, sagt sie während der Gesangspause. „Und dazu höre ich durch die Gruppe von Dingen, die man im ‚Wall Street Journal‘ nicht zu lesen bekommt. Nehmen Sie Starbucks. Wer weiß schon, dass der Konzern äthiopische Bauern um Einnahmen geprellt hat?“

An diesem Tag feiern Reverend Billy und die Chormitglieder nach der Probe die Entscheidung des Kaffeekonzerns. Mit Brühkaffee im Vorzimmer des Tanzstudios. „Mir ist schon klar, dass Starbucks nicht allein auf unseren Protest hin diese Entscheidung getroffen hat“, sagt Billy. „Aber vielleicht haben wir ein bisschen dazu beigetragen.“ Ob er glücklich ist mit seinem Leben, weil er etwas bewegt und Leute überdies zum Nachdenken bringt? „Ich muss einfach glücklich sein. Sonst bin ich nicht unterhaltsam, und mir hört niemand mehr zu.“

Filme über Reverend Billy und seine Kirche

Über die Church of Stop Shopping hat nun Morgan Spurlock, der Regisseur der Fast-Food-Kritik "Super Size Me", einen Film gedreht. Spurlock wohnt wie Reverend Billy im New Yorker Stadtteil Brooklyn. Dort sah er ein paar Shows der Gruppe. Schließlich begleitete er die Gruppe mehrere Monate mit der Kamera. Die Dokumentation "What Would Jesus Buy" lief bereits auf mehreren Festival, aber noch nicht regulär im Kino. Spurlocks Film ist aber nicht der erste über die New Yorker Konsumverweigerer. Bereits 2002 erschien der Film "Reverend Billy and the Church of Stop Shopping" des deutschen Dokumentarfilmers Dietmar Post.

Die offizielle Seite des Reverends: www.revbilly.com

Dokumentarfilm von Dietmar Post:

<http://www.playloud.org/revbilly.html>

press clippings / documentary film "reverend billy & the church of stop shopping"