Samstag, 06. Juni 2026, 14:00 Uhr
~12 Minuten Lesezeit

Mediale Mästung

Der Protest gegen Springer-Inhalte und NIUS-Werbung in und an Fahrzeugen der BVG ist im Kern richtig — besser wäre es jedoch, den ÖPNV radikal von visueller Berieselung zu befreien.

von Nicolas Riedl
Bild: Collage mit Foto von Shutterstock.com (Achim Wagner, Michael Derrer Fuchs)

Eine ganze Straßenbahn im militärischen Tarnanzug. Fortlaufende Belehrungen im Inneren von U-Bahnen mit Hilfe infantiler Zeichentrickfiguren, die auf kleinen

Bildschirmen flimmern. Bekenntnisse zur Ukraine, zu Israel oder zur „queeren Community“ sowie performative Abgrenzung „gegen rechts“ bei jeder passenden oder auch unpassenden Gelegenheit … Diese übergriffigen Botschaften nerven und verwandeln öffentliche Plätze von neutralen Orten für alle in Räume dienstbeflissener Bekenntnisse. Ein öffentlicher Aufschrei gegen derartige Zwangsbekehrungsversuche flammte aber erst auf, als das rechtspopulistische Portal NIUS Bahnhöfe und einen Bus mit dem Spruch „Morgens um 6 schon wissen, was einem abends um 8 verschwiegen wird“ verunzierte. Fotos der Gesichter von Julian Reichelt, Pauline Voss und anderen inbegriffen. Man mag zur politischen Richtung von NIUS stehen, wie man will. Den meisten Menschen wäre es aber sicher lieber, vom Bekenntniswahn aller weltanschaulichen Lager verschont zu bleiben. Es ist richtig, dass sich jetzt Widerstand dagegen regt. Heuchelei ist es jedoch, einzig „rechte“ Werbung zu verdammen, während man früher die in Endlosschleifen laufenden, nervigen Botschaften der Art „Ich lasse mich impfen – Sie etwa nicht?“ durchgewunken hat.

Stellen Sie sich vor, Sie gehören zu „den Guten“ (Trademark). Sie leben in Berlin, nahe der Buslinie 282. Morgens möchten oder müssen Sie den Bus zur Arbeit, zur Uni oder zu irgendeinem anderen Ziel nehmen. Doch an diesem Morgen erscheint ein ganz und gar andersartiger Linienbus. Er ist nicht gelb, wie die übrigen Busse der BVG-Flotte. Der Lack ist in Dunkelblau gehalten und von

der Seitenfront blickt Ihnen Julian Reichelt samt Redaktionsentourage entgegen. Der Buslänge nach steht geschrieben: „Morgens um 6 schon wissen, was einem abends um 8 verschwiegen wird.“ Da wird Ihnen als Guter, mit Ihrer „Haltung“, direkt schwindelig.

Für zahlreiche Berliner ist seit Ende Mai die Fahrt mit den Berliner Verkehrsbetrieben (BVG) und der dort omnipräsenten NIUS-Werbung zu einem weltanschaulichen Spießrutenlauf geworden. Man gelangt nicht mehr von A nach B, ohne mit Perspektiven konfrontiert zu werden, die nicht die eigenen sind. Gegen diese plakatierten Weltbildrisse bildete sich schon im Jahr 2025 das „linke“ Kollektiv **springer_raus** (https://www.instagram.com/springer_raus/), welches sich dem Kampf gegen die mediale „Merz-Mafia“ verschrieben hatte. Im Speziellen ging und geht es darum, die Public Screens in den Fahrzeugen, sowie die Werbeflächen von Inhalten zu befreien, die aus dem Hause Springer entstammen. Aber auch systemkritische Feigenblätter wie die B.Z. stehen im Fadenkreuz der Gruppierung. Springers *WELT* wurde bereits erfolgreich von den Screens vertrieben. Zimperlich ging das Kollektiv dabei keineswegs vor und überklebte im vergangenen Winter die digitalen Anzeigetafeln an den Fahrzeugdecken mit passgenau zugeschnittenen, gelben Tafeln, auf denen fett gedruckt der Hashtag #Hetzefrei prangte. Darunter stand geschrieben: „Heute ist Axel-Springer-freier Tag.“ Die BVG erstattete daraufhin Anzeige.

In den schlimmsten Albträumen hätte sich „springer_frei“ wohl nicht erträumen lassen, welch massives Werbegeschütz das alternative Mainstream-Krawallmedium *NIUS* auffahren würde: Werbung auf den Reklameflächen im Fahrgastinnenraum und eben die überlebensgroße Werbeanzeige auf der Bus-Außenfläche. Erwartungsgemäß eruptierte die Empörung. Die BVG, die sonst für jede politische Korrektheit und unzulässige **Politeinmischung** (https://www.rnd.de/panorama/bvg-gonnen-wahlsieg-beiden-

twitter-user-kritisieren-einmischung-bei-us-wahl-BHMDIOQIQ5EL3KF5V77K4AOUS4.html) zu haben ist, wird auf Social-Media mit Entrüstung überschüttet und ihr Slogan umgedreht: „BVG — Weil wir dich hassen“.

> ***Der Zeitpunkt der Kampagne gießt obendrein weitere Öltropfen ins Feuer, denn es ist Juni — der kulturkämpferisch umfochtene Monat, in dem das progressiv-woke Lager seinen Pride-Month seit 2023 gegen die Kaperung durch den konservativen, als „rechtsradikal“ deklarierten #Stolzmonat in einer Symbolschlacht verteidigt.***

In vielen Städten werden die Fahrzeuge des ÖPNV mit Regenbogenflaggen bestückt — eine unzulässige Politisierung der öffentlichen Sphäre, die zwecks des gesellschaftlichen Friedens zwingend neutral bleiben *müsste*, wie ich bereits an anderer Stelle **hier** (https://odysee.com/@RadioMuenchen.net:9/Mit-der-Panzer-Tram-gegen-rechts_-von-Nicolas-Riedl:3) und ganz ausführlich **hier** (https://www.manova.news/artikel/der-konformismus-der-bunten) ausgeführt habe. Entsprechend schwer wiegt der Konter durch das systemische Enfant terrible der Medienlandschaft.

Diese Werbekampagne und das Aufsehen, das darum gemacht wird, sind zugleich — das als kurzer Fußnotenabsatz — ein bemerkenswerter Gradmesser, wie die Klassen der Besitzenden um die Diskurshegemonie im analogen wie im virtuellen Raum kämpfen. Wie und mit welchen Mitteln der virtuelle Raum reglementiert und von *wirklich* (!) herrschaftskritischen Inhalten desinfiziert wird, hat kürzlich erst Norbert Häring in seinem Werk „Der Wahrheitskomplex“ (1) ausführlich dargelegt. Stichwortartig seien hier nur Begriffe genannt wie der Digital Services Act der EU, Faktenchecker, Algorithmen-Kontrolle, Social-Media-Verbot für Jugendliche mit einhergehender Ausweispflicht im Netz, eID und so weiter und so fort. Eine neue Stilblüte ist das von verschiedenen

Landesmedienanstalten initiierte **Vorhaben** (https://norberthaering.de/propaganda-zensur/public-value-angebote/), „verbreitungsfähige“, „gemeinnützige“ Inhalte mit einem digitalen Stempel zu versehen und Social-Media-Plattformen entsprechend dazu anzuhalten, Inhalte mit ebendiesem Stempel signifikant bevorzugt auf den Startseiten anzuzeigen.

Inhalte ohne diesen Stempel verschwinden nahezu ungesehen und ungeklickt in der Plattformperipherie. Die zu erwartende Ausflucht in den analogen Raum wird wiederum von systemischen Gatekeepern in oppositionellem Gewand besetzt. Vielen erscheint *NIUS* als rebellischer, gegen den Mainstream gerichteter Underdog, der im Sinne der einfachen Menschen schreibt und sendet. Dabei hat dieses von Großunternehmer Frank Gotthardt finanzierte Alternativ-Mainstream-Medium einen „einäugigen Scharfblick“, wie Roland Rottenfußer erst kürzlich sehr zutreffend **befand** (https://www.manova.news/artikel/einaugiger-scharfblick).

> ***Somit lässt sich die derzeitige Diskurshoheit auf eine vielleicht nicht allgemeingültige, aber vielfach zutreffende Formel bringen: „Oppositionsfreiheit im Netz, gesteuerte Opposition im analogen Raum.“***

Zurück zu den NIUS-Bussen. Der Protest gegen die *NIUS*-Werbeoffensive artikuliert sich insbesondere durch eine **Petition** (https://weact.campact.de/petitions/keine-rechte-angstmache-in-der-bvg) auf der GONGO-Gratismut-Plattform *Campact*, in welcher die über 130.000 Unterzeichner die BVG auffordern, ihre Werbeflächen nicht länger NIUS zur Verfügung zu stellen. Fahrgäste könnten, so die Aufforderung, mit dieser Werbung konfrontiert, per Bus und Bahn nicht mehr „diskriminierungsfrei“ an ihr Ziel gelangen.

Springer raus! … und alle anderen gleich mit!

Die Doppelmoral ist integraler Bestandteil in der DNA der politischen Korrektheit. Das ist hinlänglich bekannt. So löst es wohl kaum noch mehr als einen müden Seufzer aus, wenn Kampagnen-Plattformen wie *Campact* nach „Diskriminierungsfreiheit“ rufen und gleichzeitig die Diskriminierung unliebsamer Medienoutlets fordern, indem sie für eine Verbannung ebendieser Werbung eintreten.

> ***Der Empörungswelle ist jedoch zugutezuhalten, dass ihr Kernanliegen richtig ist, die Schwemme das Problemfeld allerdings nur selektiv und nicht vollständig bedeckt, das Ansinnen nicht radikal zu Ende gedacht wird.***

Radikal würde in diesem Zusammenhang das bedeuten, was das oben genannte Kollektiv ohnehin schon fordert: Springer raus! Aber eben nicht nur den Springer, sondern auch alle anderen Schachfiguren der Bewusstseinsindustrie gleich mit. Es genügt nicht, in den U-Bahnen, die Anzeigenmonitore mit einem gelben „#Hetzefrei“-Schild zu überkleben. Das Problem ist nicht *was* auf den Monitoren gezeigt wird, sondern, dass dort *überhaupt* Monitore angebracht sind. Der etwaige Gegeneinwurf „dann schau halt nicht hin, wenn es dich stört“, geht ins Leere. Denn es ist einem Menschen geradezu unmöglich, nicht hinzusehen. Wohl evolutionär bedingt, ist es eine im Menschen nicht zu dekonditionierende Eigenschaft, den Kopf dort hinzuwenden, wo sich etwas im peripheren Sichtfeld bewegt — es könnte Gefahr bedeuten.

Und im Kern ist es wirklich eine Gefahr, die ein Fahrgast aus den Augenwinkeln in den digitalen Screens wahrnimmt — eine Gefahr für die gegenwärtige Präsenz, die Aufmerksamkeitsspanne sowie die Hoheit über die eigenen Gedanken. Man wird aus dem — mit Eckhart Tolle gesprochen — „Jetzt“ herausgerissen, wenn einem die

Screens vermelden, dass Merz zum Staatsbesuch nach „Wichtigland E“ reist. Die Aufmerksamkeit geht dahin, wenn einem in Dauerschleife Informationsfragmente hingeworfen werden. Und letztlich wird eine Besinnung auf die eigenen Gedanken erschwert, wenn einem ungefragt Inhalte ins Sichtfeld geblendet werden.

Selbst wenn es einem gelungen ist, sich derart zu disziplinieren, dass man nur noch selten in den Zustand eines Smombys hinabgleitet, also kaum noch der Versuchung erliegt, auf das digitale Endgerät zu blicken — selbst dann ist es einem kaum noch möglich, sich der Einflusssphäre der digitalen Screens zu entziehen. Im öffentlichen Raum und ebenso in den Fahrzeugen, die sich durch genau diesen Raum bewegen, wurde in den letzten Jahren eine regelrechte Mattscheiben-Matrix errichtet, mit dem augenscheinlichen Ziel, selbst die letzten Winkel des analogen Raums — zumindest in urbanen Gebieten — zwangsweise zu „beunglücken“. Wie ich bereits **an anderer Stelle** (https://odysee.com/@RadioMuenchen.net:9/Die-Flimmer-Flut-%E2%80%94-von-Nicolas-Riedl:e) ausführte, haben sich digitale Bewegtbildanzeigen in den Schaufenstern von Spätis, Imbissbuden und Friseursalons im letzten Jahr pandemisch ausgebreitet, sodass sich die Zeltplane des flimmernden **Piccadilly Circus** (https://de.wikipedia.org/wiki/Piccadilly_Circus) inzwischen sogar über vormals reizarme Orte spannt.

> ***Die öffentliche Sphäre wurde und wird damit zu einem Raum, der sich ohne Reizüberflutung kaum noch durchqueren lässt. Es ist eine Form des visuellen Terrors, ein Zustand, der unhaltbar ist.***

„Unhaltbar“ — dieser Begriff ist in München sogar wortwörtlich zu verstehen. In den U-Bahnen wurden nämlich in Fahrzeugtypen, die vormals über keinen Public Screen an der Decke verfügten, stellenweise die Haltegriffe entfernt, damit der doppelte Monitor Platz hat. Bei diesem Beispiel wird manifest, was der

Medientheoretiker Lev Manovich trefflich **herausgearbeitet** (https://www.kunstforum.de/artikel/eine-archaologie-des-computerbildschirms/) hat: Der digitale Raum usurpiert den analogen Raum, in dem der digitale Screen angebracht ist. Ganz konkret: In den Münchner U-Bahnen wird der Dauerberieselung der Passagiere durch digitale Screens eine höhere Priorität eingeräumt als der Gewährleistung dessen, dass sich Fahrgäste während des Brems- oder Beschleunigungsvorgangs festhalten können.

> ***Der gesamte Aufreger-Diskurs um die NIUS-Werbung müsste sich im Grunde genommen nicht nur verschieben, sondern eine vielfach größere Spannweite entfalten, um das Problem in Gänze zu erfassen.***

Die „Diskriminierung" ist nicht in der Plakatierung einzelner, von manchen als unliebsam empfundenen Inhalten begründet, sondern in dem generellen Geentertwerden des öffentlichen Raums. Es geht nicht darum, dass man um 6 Uhr morgens schon mitgeteilt bekommt, was einem um 8 Uhr abends verschwiegen wird, sondern darum, dass *nicht geschwiegen* wird, dass einem unterschiedliche Bewusstseinsindustrie-Handpuppen — die denselben Interessen dienen — einen permanent anschreien und vorgeben, was man zu denken, zu hassen und zu lieben habe. Menschen, die sich ein reizarmes Bewegen und Verweilen im öffentlichen Raum wünschen — ich zähle mich dazu —, sind durch die bloße Anwesenheit dieser Screens — wenn man so möchte — „diskriminiert". Menschen wie mir ist es nicht möglich, mit dem ÖPNV aus der Innenstadt ins Grüne hinauszufahren, ohne auf Bildschirmen die Gesichter von Politmarionetten, Kriegspropaganda und PsyOp-Versatzstücke zu sehen. Wenn dann mal der Bildschirm ausfällt, erscheint — zumindest in der Münchner S-Bahn — dafür, dass man kein Infotainment anbieten könne, eine Entschuldigung — umgekehrt müsste es sein!

Mehr als eine Belästigung

Die Zwangsreizüberflutung ist ein Angriff auf den Menschen. Zwanghaft ist die Reizüberflutung ihrem Wesen nach deswegen, weil sich eine Vielzahl an Menschen ihr nicht entziehen kann. Millionen Menschen *müssen* tagtäglich Bus und Bahn nutzen und geraten dadurch in den Bannstrahl dieser Screens, für deren Berieselung sie — analog zum Rundfunkbeitrag — über den Fahrpreis auch noch bezahlen. Und einen Angriff stellt es insofern dar, als dass die Inhalte — egal ob von NIUS, *taz* oder von BUNTE — die Menschen tangieren, ihre Aufmerksamkeit fordern, sie überfordern und die geistige Immunabwehr unterlaufen.

Über das von dem Psychologen David Lewis geprägte Phänomen des „Information Fatigue Syndrom (IFS)“ (zu Deutsch: die Informationsmüdigkeit) und die Abstumpfung durch Schockbilder schrieb Byung-Chul Han:

„*Eine heftige Immunabwehr drosselt die Kommunikation. Je niedriger die Immunschwelle ist, desto schneller wird der Informationskreislauf. Eine hohe Immunschwelle verlangsamt den Austausch von Informationen. (…) (D)ie Immmunsuppression (sorgt so) dafür, dass Massen von Informationen in uns eindringen, ohne auf Immunabwehr zu stoßen. Die niedrige Immunschwelle verstärkt den Konsum von Informationen. Die ungefilterte Informationsmasse lässt aber die Wahrnehmung ganz abstumpfen. Sie ist verantwortlich für manche psychische Störungen. IFS (…), die Informationsmüdigkeit ist die psychische Erkrankung, die durch ein Übermaß an Informationen verursacht wird. Die Betroffenen klagen über zunehmende Lähmung analytischer Fähigkeiten, Aufmerksamkeitsstörungen, allgemeine Unruhe oder Unfähigkeit, Verantwortung zu tragen (…) IFS betraf (1996) zunächst jene Menschen, die im Beruf über längere Zeit eine große Menge an Informationen bearbeiten mussten. Heute ist von IFS jeder betroffen. Grund ist, dass wir alle mit rasant wachsenden*

Mengen an Informationen konfrontiert sind. (…) Das Übermaß an Informationen lässt das Denken verkümmern. Das analytische Vermögen besteht darin, vom Wahrnehmungsmaterial alles wegzulassen, was nicht wesentlich zur Sache gehört. Es ist letzten Endes die Fähigkeit, das Wesentliche vom Unwesentlichen zu unterscheiden. Die Informationsflut, der wir heute ausgeliefert sind, beeinträchtigt offenbar die Fähigkeit, die Dinge auf das Wesentliche zu reduzieren. Zum Denken gehört aber notwendig die Negativität der Unterscheidung und Selektion. (…) Mehr Informationen führt nicht notwendig zu besseren Entscheidungen. Durch die wachsende Informationsmenge verkümmert heute gerade das höhere Urteilsvermögen. Oft bewirkt ein Weniger an Informationen ein Mehr. Die Negativität des Auslassens und des Vergessens ist produktiv. Mehr Information und Kommunikation allein erhellt die Welt nicht. (…) Die Informationsmenge allein erzeugt keine Wahrheit. (…) Je mehr Informationen freigesetzt wird, desto unübersichtlicher, gespenstischer wird die Welt. Ab einem bestimmten Punkt ist Information nicht mehr informativ, sondern deformativ, die Kommunikation nicht mehr kommunikativ, sondern bloß kumulativ.“ (2)

> ***NIUS füllt mit seinem Versprechen eine Lücke, die es nicht — oder kaum noch — gibt: das zu schreiben, was verschwiegen wird. Das Problem ist nicht das Verschweigen, sondern das ungezügelte und impulsive Mediengeschnatter, die Überflutung mit Informationsfragmenten, die den Blick auf einen größeren Bildausschnitt — oder sogar das Gesamtbild — verstellen.***

Auch das ist eine Propagandamethode. (3) Die penetrante Zuschütten mit Informationsschnipseln ist ein Raub des Urteilsvermögens. In überspitzter Form sehen Menschen beispielsweise auf den digitalen Fenstern Springer-Inhalte über migrantische Gewalt, statt aus den Straßenbahnfenstern zu blicken und einen Abgleich vorzunehmen, ob sich die medialisierte

Darstellung der Realität mit der sinnlich erfassbaren Wirklichkeit deckt. Das Aufkommenlassen eigener Gedanken ist kaum mehr möglich, wenn innerhalb wie außerhalb der ÖPNV-Fahrzeuge Screens den Betrachtern Gedanken ungefragt aufdrücken.

Dabei sind es nicht nur die eigenen Gedanken, die in dieser durchvisualisierten Landschaft ins Hintertreffen gelangen — gleichermaßen sind es die inneren Bilder, die verblassen, wenn der Mensch sie nicht mehr selbst erschafft, sondern sie gewaltsam vorgesetzt bekommt. Hierzu fand die Astrologin Caroline Raasch in ihrem lesenswerten Werk „Wie aus Gott Google wurde“ sehr treffende Worte:

„*Sie (die Bilder) erreichen uns im Inneren viel mehr, als es mit unserem Intellekt je möglich wäre, auch wenn wir das gar nicht mehr wahrnehmen. Ein Bild berührt eine Ebene, die man nur empfinden kann. (…) Die Bilder aus unserer Zeit sind nahezu leer. Die wenigsten Menschen leben noch in gesunder Natur und verbringen stattdessen viel zu viel Zeit vor den gleichgeschalteten und sinnlos gewordenen (…) Medienbildern, die sie zunehmend weniger empfinden lassen. Die Mehrzahl der Menschen hat dem nichts mehr entgegenzusetzen. Sie sind in der Gefahr, davon regelrecht überschwemmt zu werden, weil ihre inneren Bilder schon so lange schweigen. (…) Aber wir brauchen Bilder. Sie sind die Sprache unserer Seele. (…) Die permanente Berieselung durch Bilder aus den verschiedensten Medienkanälen lässt uns immer weniger spüren, wie leer wir innerlich eigentlich geworden sind. (…) Konnte Fernsehen vielleicht überhaupt nur möglich werden in einer an inneren Bildern vollkommen verarmten Welt? Allerdings war Fernsehen noch relativ lange beinahe harmlos im Gegensatz zur Bilderflut, der wir heute, ohne dass wir uns wirklich noch davor schützen können, ständig ausgesetzt sind. Wenn man sich bewusst macht, dass ein Bild viel tiefer wirkt als das gesprochene Wort, dann ahnt man, wie es im Inneren vieler Menschen aussehen mag. Es wäre mehr als ratsam, die Dosis dieser Bilder erheblich zu begrenzen.*“ (4)

In Sonderheit ist dem letzten Satz beizupflichten: Die Dosis begrenzen — nicht selektieren. So gibt es bereits Initiativen in **Berlin** (https://berlin-werbefrei.de/) und **Hamburg** (https://www.hamburg-werbefrei.de/), die Innenstädte werbefrei zu halten. Bislang mit überschaubarem Erfolg. Doch ist das der richtige Weg: Statt darüber zu streiten, *wer* die Flächen nutzen darf, sollte es darum gehen, diese Flächen zu neutralisieren. Man möge sich in diesem Zusammenhang an Peter Lustigs Schlussworte seiner Kindersendung „Löwenzahn“ erinnern: „Jetzt kommt nichts mehr, ihr könnt also abschalten.“

Es wird Zeit, die Public Screens und Werbeflächen im öffentlichen Raum „abzuschalten“ — für alle.

Nicolas Riedl, Jahrgang 1993, geboren in München, ist Redakteur bei Manova und leitet hier die Videoredaktion. Er studierte Medien-, Theater- und Politikwissenschaften in Erlangen. Den immer abstruser werdenden Zeitgeist der westlichen Kultur dokumentiert und analysiert er in kritischen Texten. Darüber hinaus ist er Büchernarr, strikter Bargeldzahler und ein für seine Generation ungewöhnlicher Digitalisierungsmuffel. Entsprechend findet man ihn auf keiner Social-Media-Plattform.