

Konzept für die „Was ist wirklich?“ Kampagne

Inhaltliche Einleitung

Die ersten demokratischen Versuche der griechischen Antike liegen 2.600 Jahre zurück. Die ersten Finanzspekulationen an venezianischen Börsen, und somit die Anfänge der Geldwirtschaft jähren sich zum über 800. Mal.

Die Bundesrepublik Deutschland feiert ihr 65. Jubiläum, die Europäische Union ihr 62. Jahr des Bestehens.

Alternative Gesellschaftsmodelle gibt es zumindest auf dem europäischen Kontinent nicht. Alles scheint seinen Gang zu gehen und scheint eine logische Konsequenz der Natur zu sein. Es wirkt gar so, als habe der Mensch nie etwas mit gesellschaftlichen Veränderungen zu tun gehabt und ein einzelner Mensch könne nichts verändern.

Zufriedenheit oder Unzufriedenheit mit den Umständen wird losgelöst von den Grundpfeilern unserer Gesellschaft betrachtet.

Durch mediale Überflutung der Menschen macht sich eine gewisse Gleichgültigkeit gegenüber den politisch relevanten Themen breit, viele hören auf zu fragen. Problemfragen scheinen ihre Antworten schon gefunden zu haben. Die Unzufriedenheit bleibt.

Und gerade in dieser Zeit der Stagnation des Hinterfragens ist es Zeit, Anregungen zu geben, zu politisieren, Meinungsbildung zu fördern – einmal nicht Antworten zu konsumieren, sondern gefragt zu werden!

Es reicht nicht zu existieren und „die Anderen“ entscheiden zu lassen.

Jegliche Formen der Demokratie leben von der aktiven Beteiligung aller Kräfte.

Das Ziel der Kampagne ist es, die Betrachter dazu zu bringen, all das selbstverständlich Geglaubte, sowie als utopisch Verschrjene neu zu überdenken, zu hinterfragen.

Die Fragen sollen die Menschen da abholen, wo sie sind. Deshalb hinterfragen sie das Gegebene, die bestehende Ordnung ohne jedoch, im Gegensatz zu den meisten Alltagseinflüssen, Antworten vorzugeben.

Richtig und Falsch soll es nicht geben, Konventionen sollen wenigstens für diesen Gedankengang abgelegt und hinterfragt werden.

Das Ziel ist es Bewusstsein zu schaffen, mit dem Zweck einen Beitrag zu einer pluralistischen Gesellschaft voll von bewusst zufriedenen, als auch bewusst kritisierenden Menschen zu leisten

Umsetzung

In wie oben beschriebenen Zeiten der medialen Überflutung ist die Aufmerksamkeit der Zielgruppe vor allem durch Einfachheit und Klarheit zu bekommen.

Einfachheit und Klarheit bedeutet, neutraler Hintergrund ohne Ablenkungen verknüpft mit kurzen, in unverschnörkelten bzw. einfach lesbaren Buchstaben, gefasste Fragen.

Ergebnis

Die Sticker wurden an Privatpersonen verteilt und an öffentlichen Plätzen ausgelegt.

Mit dem Stiftungsgeld wurden 8.000 Sticker im A6 Format gedruckt.

**Ist der Mensch
schlecht *oder* sind
es die Umstände?**

**Kannst du
besitzen ohne
Anderen zu
nehmen?**

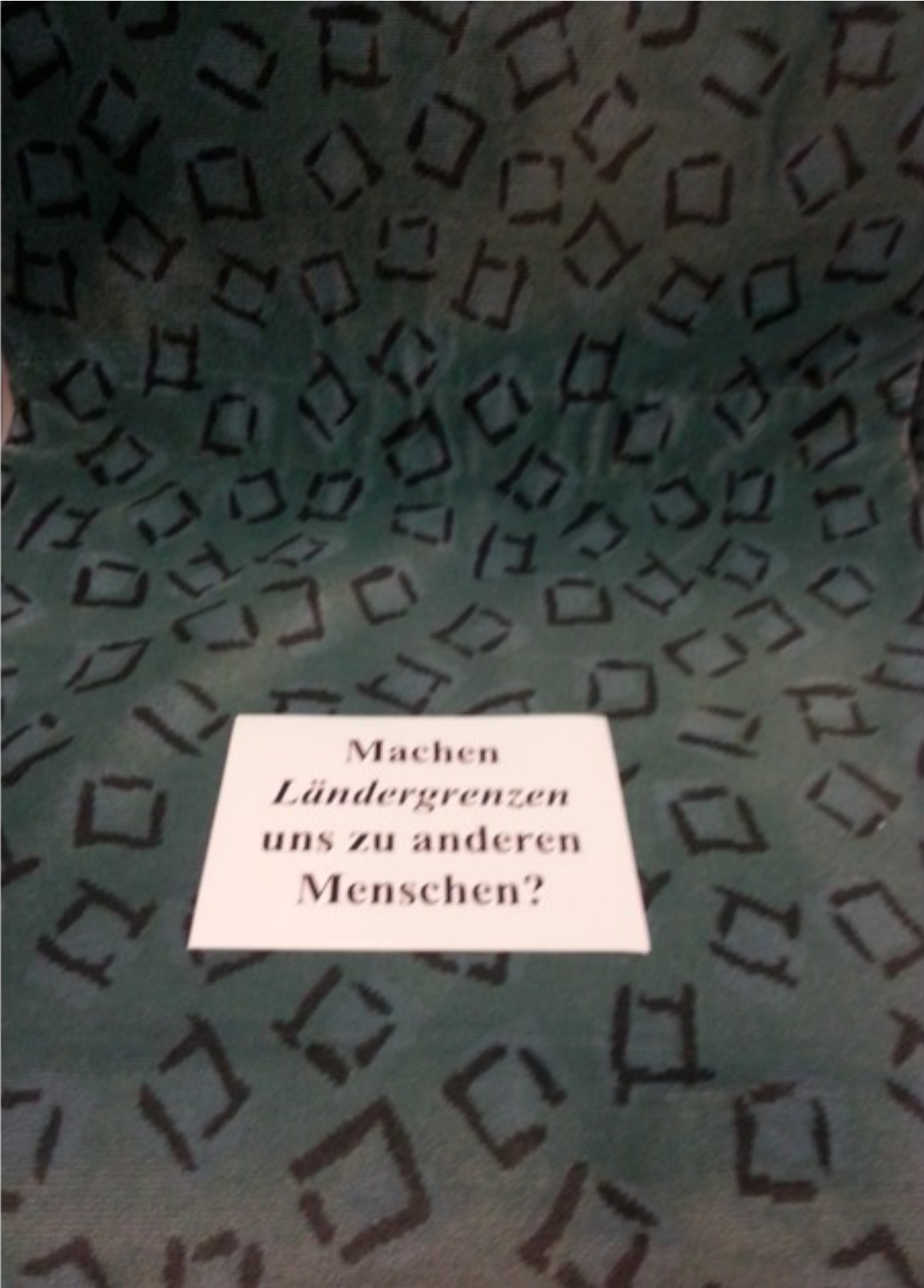
Machen
Ländergrenzen
uns zu anderen
Menschen?

Bestimmen wir
die Politik *oder*
bestimmt die
Politik über uns?

**Nehmen wir
Arbeit *oder*
geben wir unsere
Arbeitskraft?**

**Gibt es nicht
genug Arbeit
oder will sie
niemand
bezahlen?**

Dokumentation



Machen
Ländergrenzen
uns zu anderen
Menschen?







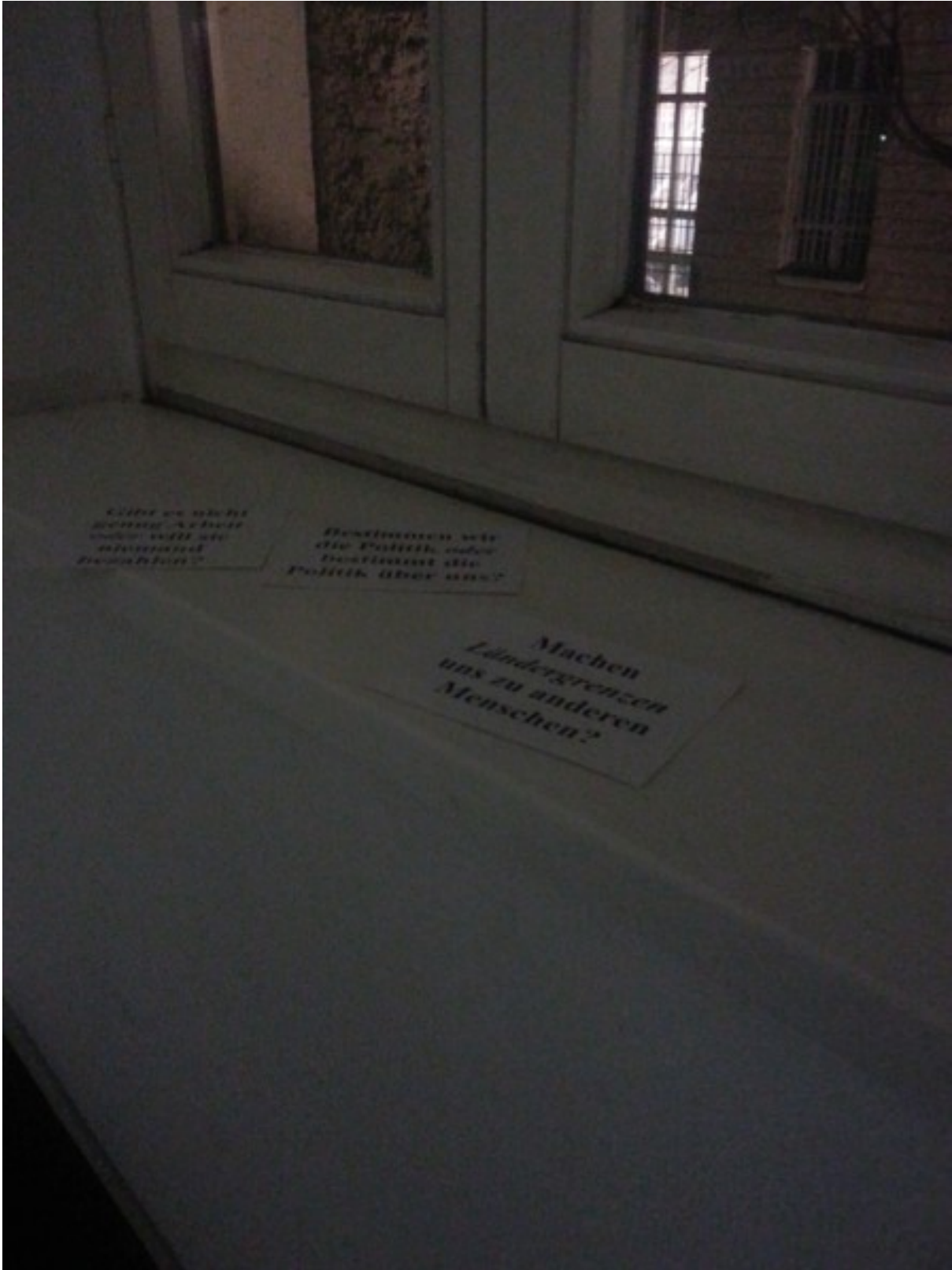


Kannst du
besitzen ohne
Anderen zu
nehmen?









*Gibt es nicht
genug Arbeit
oder soll sie
aufgehoben
werden?*

*Bestimmen wir
die Politik, oder
bestimmt die
Politik über uns?*

*Machen
Ländergrenzen
uns zu anderen
Menschen?*





