

Die Konzepte hinter den Kampagnen zur Europawahl.



Die Leitidee

Die Leitidee aller Kampagnen ist **Grenzenlos**. Die Ausgestaltung dieses Begriffes ist vielfältig. Deswegen haben wir 4 sehr unterschiedliche Ansätze gewählt, um diesen Begriff umzusetzen.

Bei allen Konzepten geht es um Kampagnenmechaniken – nicht um fertige Designs.

Die erste Idee – Der Strich

Schutzlos

Machtlos

Rechtlos

Dieser Ansatz ist der reduzierteste. Durch das Durchstreichen der Nachsilbe „los“ wird der Wandel von einer schutzlosen und zu einer geschützten Welt dargestellt. Die Begriffe sind hierbei nicht festgelegt. Die Kritik, dass bspw. der Begriff „Macht“ zu negativ besetzt ist, wurde verstanden. Es ging hier darum, die Forderungen der Piratenpartei mit dem reduziertesten Mittel auszudrücken, das zur Verfügung steht – indem one einen Strich zieht. Auch politisch.



Die zweite Idee – Die Weite



PIRATEN
Europa grenzenlos

Dieser Ansatz wurde inspiriert durch Urlaubsmagazine. Es geht darum grenzenlose Weite durch ein landschaftliches Bild zu symbolisieren, aber dennoch politisch dabei zu sein. Den Gegensatz darzustellen zwischen der Schönheit eines Urlaubs und dem Überleben im Mittelmeer. Dass hierbei die Kampagnenmechanik am wenigsten verstanden wurde, war sicher unser Fehler, weil die anderen Plakate bei der Vorstellung (noch nicht) darauf einzahltten. Auch das Grau müsste richtigerweise vermieden werden. Das Öffne steht für einen offenen Blick, aber auch für eine offene Asyl/Migrationspolitik, das durch die Auswahl des Bildes sicher noch stärker dargestellt werden muss.

Die dritte Idee – Grenzen überwinden



Dieser Ansatz wollte symbolträchtige Bilder aufnehmen, die zeigen, dass Grenzen schon einmal überwunden wurden, obwohl es für unmöglich gehalten wurde. Gerade deswegen ist es wichtig, eben keine Europakarte als Hintergrund zu nehmen, sondern auf Momente einzugehen, bei denen eine Überwindung von Grenzen schon funktioniert hat. Die Frage, die sich hier stellt, ist, ob diese Mechanik auf die Themen Demokratie und Grundrechte übertragen werden kann oder ob das Plakat allein das schon ausdrückt.

Die dritte Idee – Die Emoticons

Die Emoticon-Kampagne wirkt auf den ersten Blick albern, aber das ist sie nicht. Sie symbolisiert nur auf witzige Ebene die Frage, ob nicht der eigentliche Skandal ist, dass Menschen in Plakate noch vertrauen (müssen) und darauf ihre Wahl begründen.



Zudem konterkariert sie die Wahllosigkeit politischer Plakate. Hier ging es um kalkulierte Provokation, um Aufmerksamkeit zu generieren und die politischen Inhalte dann über PR zu kommunizieren. Wenn die Kampagne genommen würde, würden alle Nachrichtenmagazine für Interviews Schlange stehen. Und genau das ist der letzte wichtige Punkt: Plakate haben nicht die Aufgabe, politische Bewusstseinsbildung zu schaffen. Hier geht es darum, möglichst viel Interesse zu schaffen, um sich mit den Piraten auseinanderzusetzen. Politische Inhalte werden in Zeitungen und TV-Sendungen gemacht. Und mit langweiligen Plakaten kommen wir da nicht rein. Nichtsdestotrotz haben die Plakate eine klare politische Aussage und sind sehr positiv & sympathisch.

Vielen Dank

