

DESIGN, DAS SICH AUF MENSCHEN BESINNT

Sinnvolle Gestaltung zielt ab auf einen kommunikativen Mehrwert. Wenn Werbung nicht überredet, dann leistet sie Aufklärung. Und wenn sie etwas in uns berührt, dann spricht sie unsere Gefühle an. Sie kann begeistern und uns in Bewegung setzen. Im Idealfall vermittelt sie eine Botschaft und bildet Bewusstsein. Unter dem Titel MACHT SINN erhalten meine Studenten die Gelegenheit, sich mit sozialen Fragen auseinanderzusetzen. Als Grundlage dient eine Ausschreibung des Papierproduzenten Sappi. Der Wettbewerb IDEAS THAT MATTER wendet sich an engagierte Gestalter in aller Welt. Die Aufgabe lautet: gute Konzepte für gute Zwecke entwickeln.

WERBUNG, DIE WIRKLICH ETWAS BEWIRKT

Die Preisgelder für die besten Ideen werden allerdings nicht an die siegreichen Kreativen ausgezahlt. Stattdessen werden sie zur Kostendeckung für die Produktion der Printmedien verwendet. So können Entwürfe realisiert werden, die sonst nie das Licht der Welt erblickt hätten. Bereits siebenmal setzten sich Beiträge meiner Studenten in den letzten Jahren gegen professionelle internationale Konkurrenz durch. D-SIGN-Studenten waren öfter Preisträger als alle anderen Teilnehmer. Über 300.000 Euro flossen so in Werbeprojekte gemeinnütziger Organisationen: für Multiple Sklerose, Alzheimer und Organspende, für Karo, Kinderträume und die Kölner Tafel.

Auch fiftyfifty zählte bereits zu den glücklichen Gewinnern. Doch weil sich Bruder Matthäus und Hubert Ostendorf nicht allein auf das Glück des Tüchtigen verlassen, fassten sie schon manche andere gute Gelegenheit beim Schopf und realisierten weitere kreative Konzepte aus eigener Kraft. Im Laufe der Zeit sind auf diese Weise eine ganze Reihe aufmerksamkeitsstarker Plakatkampagnen mit dem Kennzeichen D entstanden: D für Düsseldorf und für Design.

KOMMUNIKATION, DIE GEMEINSCHAFT BEGRÜNDET

Es gehört mittlerweile zur lieben Gewohnheit, dass wir die Ergebnisse unseres Seminars zum ersten Mal in der fiftyfifty-Galerie vorstellen. Und wenn wir sie hier im Düsseldorfer Straßenmagazin veröffentlichen, dann begründet auch das jetzt eine Tradition. Großes Kompliment an den gesamten Kurs – wir können sämtliche Arbeiten mit Stolz präsentieren.

Eine Premiere feiern konnten wir mit der spontanen Veröffentlichung von Jan Fileks Aktion zur Fußballweltmeisterschaft in Südafrika. Das war eine echt sportliche Leistung des gesamten Teams im Fachbereich Design und in der fiftyfifty-Redaktion. Ganz herzlichen Dank an alle Beteiligten – und allen Lesern viel Vergnügen bei der Lektüre.

Prof. Wilfried Korfmacher
Dipl.-Des. Dipl.-Psych.

PROBLEME LASSEN SICH LÖSEN, WENN SIE PUBLIK WERDEN.



ALZHEIMER-FORSCHUNG

Immer mehr Menschen werden immer älter. Mit dem steigenden Lebensalter wachsen aber auch die Leiden. Mit stillen Bildern der alltäglichen Verzweiflung wirbt Kai Weissenfeld für die Erforschung der Alzheimer-Erkrankungen. www.alzheimer-stiftung.de

fiftyfifty fordert:



**Heimspiel
für alle!**

Ein Dach über dem Kopf hat jeder verdient. In diesem Sinne wünschen wir all unseren VerkäuferInnen und LeserInnen eine faire Fußballweltmeisterschaft 2010 in Südafrika

fiftyfifty fordert:



**Obdachlosigkeit
kicken!**

Menschen ohne Heim gehören zurück ins Spiel. In diesem Sinne wünschen wir all unseren VerkäuferInnen und LeserInnen eine faire Fußballweltmeisterschaft 2010 in Südafrika

FIFTYFIFTY

Alle Welt will Fußball sehen. Kurz vor der WM 2010 kommt Jan Filek die entscheidende Idee: einen Anstoß zu geben, um die kollektive Begeisterung auszunutzen und darauf aufmerksam zu machen, dass auch manche Menschen mit Füßen getreten werden. Die Anzeigen kamen im fiftyfifty-Team so gut an, dass sie spontan in den beiden WM-Ausgaben geschaltet wurden. Außerdem wurde noch ein drittes Motiv für den Kampf gegen Obdachlosigkeit realisiert (siehe Rückseite). www.fiftyfifty-galerie.de

PLAKATE SIND DAS BESTE MITTEL, UM AUFKLÄRUNG ZU LEISTEN.

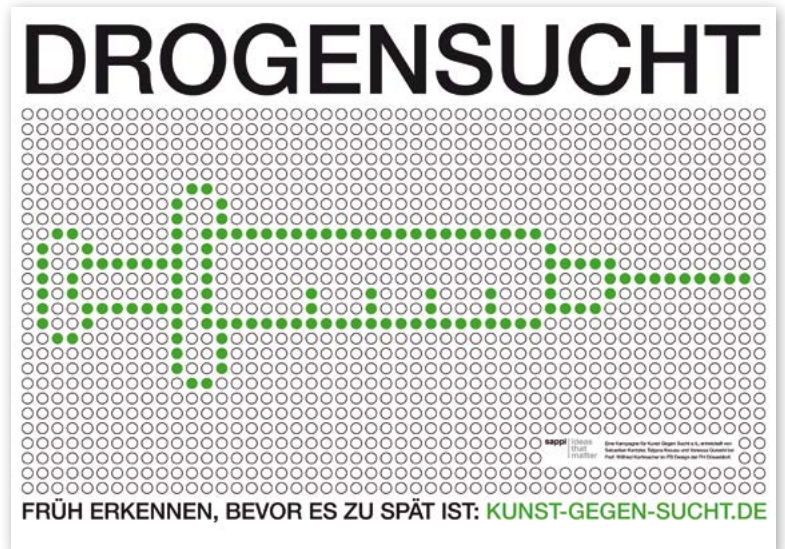


FRAUENBERATUNG

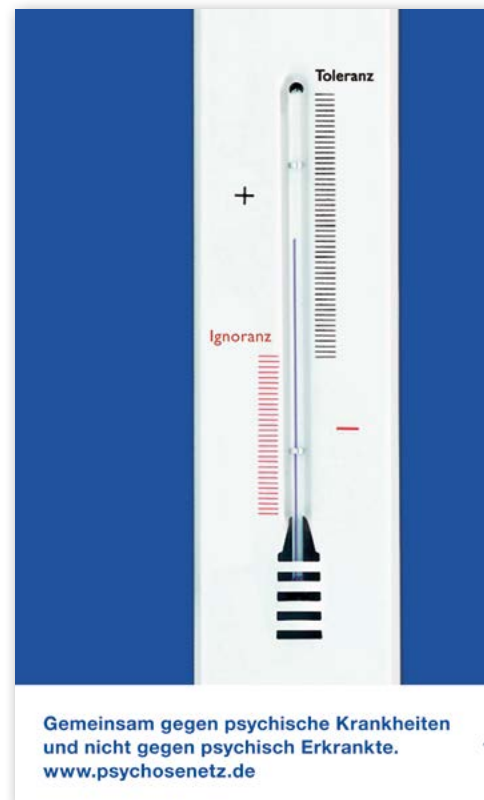
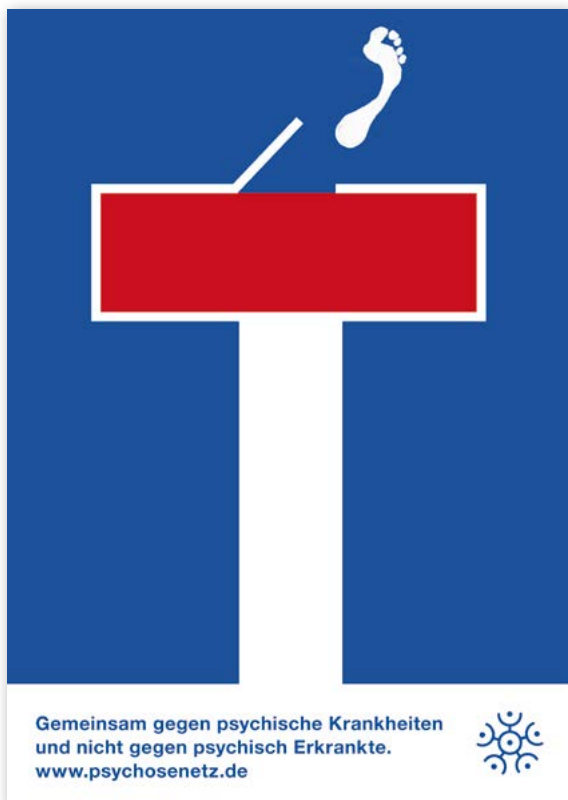
Die Gleichstellung hat große Fortschritte gemacht seit der sexuellen Revolution. Trotzdem stößt die gleichgeschlechtliche Liebe immer noch auf Vorurteile. Mit sensibler Bildsprache zeigt Alina Möllmann, wie Lesben von Lesben auf Augenhöhe beraten werden. www.frauenberatungsstelle.de

KUNST GEGEN SUCHT

Die gesundheitlichen Schäden von Drogenmißbrauch betreffen nicht nur die Abhängigen selbst. Auch immer mehr Kinder werden geboren, die schon im Mutterleib zu Suchtopfern werden. Sebastina Kentzler, Tatjana Krause und Vanessa Qureshi prangern die Problematik mit prozessualen Plakaten an. Tag für Tag verdichten sich die Punkte zu ikonischen Motiven. So leistet Design als angewandte Kunst einen weitreichenden Beitrag zur Kommunikation im Kampf gegen Sucht. www.kunst-gegen-sucht.de



ES FÄLLT NICHT LEICHT, SICH ZU OFFENBAREN.



PSYCHOSENETZ

Körperlichen Leiden wird allgemein immer noch ein höherer Krankheitswert zugeschrieben als psychischen Störungen. Mit solitären Motiven tragen Miriam Hugo, Jennifer Döpfer und Christina Torno zum Abbau von Vorurteilen bei. www.psychosenetz.de



ES IST ABER NICHT SCHWER, ÖFFENTLICHKEIT HERZUSTELLEN.



HUMOR HILFT HEILEN

Der Kabarettist Dr. Eckart von Hirschhausen weiß ganz genau, wie kranke Menschen noch besser über den Berg kommen. Schließlich ist er Arzt. Santosha Dinter nutzt eine OP-Maske mit Clownsmund als markantes Giveaway zur Bewerbung seiner Stiftung. www.humor-hilft-heilen.de



DEPRESSION

Die krankhafte Schwermut gehört zu den meistverbreiteten Leiden. Darüber reden mögen die wenigsten. Mit einfühlsamen Bleistiftzeichnungen verwandelt Martina Sophie Pankow Litfaßsäulen in Sinnbilder der stillen Trauer und Solidaritätssymbole der Depression. www.depression-duesseldorf.de



TANZANIA-NETWORK

Tanzania ist typisch Afrika: Großwild, Urwald, und mittendrin der Kilimandscharo. Zum zehnjährigen Jubiläum des Netzwerks der deutschen Tanzania-Hilfsorganisationen konterkariert Johannes Henseler das touristische Klischee mit harten Fakten. www.tanzania-network.de



VERMISSTE KINDER

Unfassbar, wie viele Kinder hier bei uns in Deutschland Jahr für Jahr verloren gehen. Im Wald, auf dem Spielplatz, auf dem Weg zur Schule, wo auch immer: Katrin Zellmer inszeniert die Namen von vermissten Kindern an den Orten, an denen sie zuletzt gesehen wurden. www.vermisste-kinder.de



EINE SACHE BEIM NAMEN ZU NENNEN, IST DAS EINE.



BLUTSPENDE

Blut ist ein ganz besonderer Saft. Und wer Blut spendet, tut damit etwas ganz Besonderes. Miriam Hugo, Jennifer Döpfer und Christina Torno dramatisieren die existenzielle Hilfsleistung mit einem intelligenten Wortspiel. Nicht minder kreativ ist die Wahl der Medien, mit denen sie die Botschaft transportieren. www.uni-blutspende.de



LACHEN HELFEN

Soldaten und Polizisten haben keinen leichten Job. Viele tun aber noch mehr, als der Auftrag verlangt. Muriel McCalla zeigt das mit künstlerisch veränderten Schulterklappen. Statt hierarchischer Symbole für Dienstgrade stellen illustrative Stickereien den ehrenamtlichen humanitären Einsatz dar. www.lachen-hilft-heilen.de

**DAS ANDERE IST, EIN THEMA
AUF DEN PUNKT ZU BRINGEN.**



