

Projektthema:

Werbung – zwischen Kunst und Kommerz, Nachhaltigkeit und sozialer Transformation

Wir sind gerade dabei den Planeten zu ruinieren. Die Menschheit geht immer weiter auf einen ökologischen, sozialen und spirituellen Abgrund zu. Angesichts dieser Entwicklung verspüren viele das Bedürfnis nach einer sinnvollen Tätigkeit, welche über das bloße Geld verdienen hinaus geht, um eine lebenswerte Zukunft mit zu gestalten.

Designer kommen meistens aus ihrer Leidenschaft zum künstlerischen Gestalten zum Beruf. Viele wollen ihre Kreativität für Projekte einsetzen, auf die sie stolz sein können, die zukunftsorientiert sind und eine bessere Welt ermöglichen. Ein Konfliktpunkt ist dabei das Thema Werbung, weil sie oft nur als Antrieb des finanzkapitalistischen Systems gesehen wird, welches den Konsum befeuert, als Kompensation für unsere Selbstentfremdung. Dabei sind die eingesetzten Gestaltungsmittel der Kunst entnommen und es kommen künstlerische Gesichtspunkte zur Anwendung. Das künstlerische Kalkül steht somit im Dienst des Wirtschaftlichen und die künstlerischen Ambitionen des Designers kommen oft in Konflikt mit Ethik und Moral. Wir erleben die Verquickung von Kunst und Werbung auf der einen Seite, als auch die Kollision dieser Begriffe. Joseph Beuys hat dieses Spannungsfeld zwischen Kunst und Werbung provokativ aufgeladen, indem er kommerzielle Werbung als Einnahmequelle für seine gesellschaftstransformierenden Kunstprojekte betrieben hat und die Werbung zur Kunst erklärt hat. Er sagt: »Ob Werbung Kunst ist, hängt davon ab, wofür man wirbt«, und »mein ganzes Leben war Werbung, doch die Menschen sollten sich dafür interessieren, wofür ich geworben habe. Damit deutet Beuys an, dass sowohl der Kunstbegriff als auch der Wirtschaftsbegriff neu gedacht werden muss.

Dieses Spannungsfeld zwischen Werbung und Kunst und deren Verbindungen wollen wir im Projekt genauer betrachten. ➡

Werbung kann in Zukunft eine große Bedeutung für die Kommunikation eines ökologischen und sozialen Wandels bekommen. Wir Designer können dazu beitragen den Wandel zu einer lebenswerten Zukunft zu gestalten. Wir stehen an einem globalen Wendepunkt, das alte mechanische, industrielle Weltbild bestimmt noch die Gesellschaft, doch eine neue holistische, organische Sichtweise manifestiert sich gerade.

Dem tragen wir im Projekt Rechnung, indem wir neben einer theoretischen Auseinandersetzung eine Werbekampagne professionell in Kooperation mit der größten Agentur Münchens Werbekampagnen praktisch entwickeln. Es steht ein soziales Thema, SOS Kinderdörfer, zur Auswahl und ein Lifestyle-Thema, DMAX. Ausgehend von einem realen Briefing durch Heye (www.hey.de) erarbeiten wir den ganzen Designprozess bis hin zur Kundenpräsentation. Dabei bekommt das Studierenden-Team in den einzelnen Phasen wertvolles Feedback durch Kreativdirektoren und Texter der größten Münchner Werbeagentur, sowie Einblick in das Agenturleben durch Exkursionen.

Parallel zur klassischen großen Agentur Heye und als Beispiel für einen stattfindenden Wandel wird sich die Agentur Bioculture im Projektkurs vorstellen, welche fast nur nachhaltig ökologische Themen bearbeitet.

Im Projekt wird sowohl praktisches professionelle Werbe-Handwerk vermittelt, als auch der Zusammenhang von Kunst und Werbung und die Wichtigkeit von holistischem Denken für die Mitgestaltung einer lebenswerten Zukunft.

Die Projektzeiten sind Mittwoch, 9 - 12.15 Uhr und Donnerstag, 14.45 - 18 Uhr. Beginn ist Mittwoch, der 11. Oktober. Ob wir an diesem Termin bei Heye sind, oder Heye zu uns kommt, gebe ich per E-Mail-Verteiler bekannt.

Fragen bitte an r.buchner@hm.edu