

Kerzen der Freiheit : wie eine Kampagne und ein Plakat auf die Erklärung der Menschenrechte aufmerksam machen

Autor(en): **Gantenbein, Köbi**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **11 (1998)**

Heft 12

PDF erstellt am: **26.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-120931>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Kerzen der Freiheit

Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte ist 50 Jahre alt. Sie wird seit ihrem Erlass mit Füßen getreten. Weltweit. Was vermag Design in diesem grossen Elend? Zwei Arbeiten antworten: Die Kampagne für Amnesty International von Jean-Benoît Levy aus Basel und ein grossformatiges Plakatheft für The Body Shop von Tino Sand aus Meilen.

Viele reden von Globalisierung und Weltmarkt, bei Lichte besehen geht es ihnen aber vorab ums Beutemachen. Die aber, die die einzig vernünftige Weltsprache reden – die Sprache der Menschenrechte –, befassen sich meist mit den Opfern der Beuteteilung: UNO, Rotes Kreuz, Terre des Hommes, Médecins sans Frontières und Amnesty International. Amnesty richtet denn auch den 10. Dezember jeweils als «Tag der Menschenrechte» aus, eine Kampagne also. Rund um eine anzuzündende «Kerze der Freiheit» hat Jean-Benoît Levy, Grafiker in Basel, diesen Auftritt gestaltet mit Kerze, Typografie auf der Kerze, Kerzenschachtel, Flugblatt, Prospekt und Plakat. Ohne Fehl und Tadel, modische Schriften in gewogener Mischung fehlen ebensowenig wie suggestive Fotografie. Sattes Blau steht für den Ernst der Sache, Kerzenlicht für die Hoffnung. Und auch ans soziale Ereignis wurde gedacht: Wer die Idee unterstützt – Barbar, wer es nicht tut –, zündete die Kerze an und stellte sie am 10. Dezember in sein Fenster. Der Gewinn der Aktion, eine Kerze kostet 8 Franken, geht an Amnesty. Und dennoch – so perfekt das Design der Kampagne ist, so unbeteiligt bleiben wir, abgebrüht vom täglich erfahrbaren Schrecken. Dem Appell fehlt die Kraft des Konkreten, welche die so wichtige, aber abstrakte universale Sprache der

Menschenrechte zu vermitteln verstände. Und die Kerze der Freiheit muss semantisch eindeutig besetzt werden, sonst stellen sie auch SVP und Auto-partei ins Fenster.

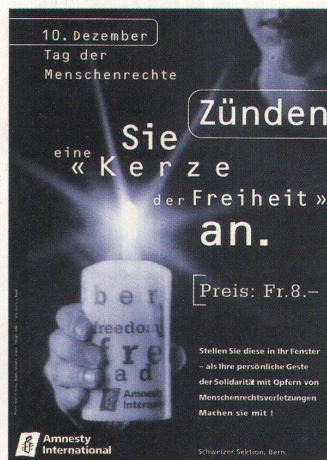
Die Kraft des Beispiels

Tino Sand, Grafiker in Meilen, hat für den weltweit tätigen Kosmetikladen The Body Shop, der immer wieder den Spagat zwischen Weltmarkt und Gerechtigkeit versucht, ebenfalls eine Kampagne zum Tag der Menschenrechte gestaltet. Auch hier ist Amnesty International mit von der Partie. Auch hier ist das soziale Ereignis Teil des Designs: Seit Mai sammelt der Laden Fingerabdrücke der Leute, die für die Erklärung der Menschenrechte eintreten wollen. Über zwei Millionen sind es weltweit und 22 037 in der Schweiz. Nur oder immerhin? Mit Gedichten der tibetischen Menschenrechtskämpferin, Ngawang Sangdrol hat Tino Sand ein paar dieser Fingerabdrücke zu einer Geschichte gestaltet, so geschickt montiert, dass sie ineinander gelegt ein spannendes Bilderbuch ergeben und auseinander genommen als Plakate funktionieren. Schwarzweiss in Handsiebdruck. Formal anregend und inhaltlich spannend. Abgebrüht vom täglich erfahrbaren Schrecken werden wir beteiligt – der alte Trick der Einzelperson, die für alle steht, funktioniert.

Wir fordern Freiheit für Ngawang Sangdrol, eine Nonne, die die Chinesen gegen die Artikel der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte verstossend eingesperrt halten. Und wir denken neben ihr an all die vielen anderen. Die Kerze der Freiheit ist semantisch eindeutig besetzt. Der Chinareisende Bundesrat Ogi muss, wenn auch er unter den Kerzenanzündern sein will, sich mehr für Ngawang Sangdrol einsetzen und weniger für den freien China-Überflug der Ballonfahrer.

Köbi Gantenbein

Plakat der Kampagne von Amnesty International Schweiz zum Tag der Menschenrechte. Design: Jean-Benoît Levy vom Atelier AND, Basel; Fotografie Martin Klotz, Basel



Zwei Bilder aus der Kampagne von The Body Shop zum Tag der Menschenrechte. Design und Druck: Tino Sand, Meilen

