

# OUT OF HOME



# PLAKATPROTEST

**fiftyfifty** 20 jahre gegen obdachlosigkeit



TITELMOTIV DER PLAKATKAMPAGNE DES SOCIAL-DESIGN-SEMINARS VON PROFESSOR WILFRIED KORFMACHER IM FIFTYFIFTY-JUBILÄUMSJAHR

20 JAHRE GEGEN OBdachLOSIGKEIT +++ 32  
 PROTESTPLAKATE +++ WELCOME OUT OF  
 HOME +++ ZUR STREET-ART-POSTER-SHOW  
 IM DÜSSELDORFER UNDERGROUND +++ IN 4  
 U-BAHNHÖFEN +++ VOM 1. BIS 8. JULI 2015 +++  
 VERNISSAGE: 1.7., 13 UHR, IM U-BF OSTSTRASSE



MOTIV 1 HSD RONJA BREITKOPF



MOTIV 2 HSD CHRISTIN MÜLLER



MOTIV 3 HSD KATHARINA BULLERDIECK



MOTIV 4 HSD SASKIA DUFHUES



MOTIV 5 HSD KATHARINA BULLERDIECK



MOTIV 6 HSD JULIA GÉRARD



MOTIV 7 HSD KATHARINA BULLERDIECK



MOTIV 8 HSD KONRAD HERMANN

**OUT OF HOME IST EIN FACHBEGRIFF AUS DEM BEREICH DER MARKETINGKOMMUNIKATION.** Tatsächlich bezeichnet die Werbewirtschaft mit diesem Terminus all die Medien, die nicht daheim rezipiert werden, sondern im öffentlichen Raum. Einen besseren Titel für die Plakatkampagne zum 20jährigen Jubiläum des Straßenmagazins fiftyfifty kann man gar nicht selbst erfinden.

**DAS PLAKAT IST DAS ÄLTESTE UND LETZTE MASSE-MEDIUM DER MENSCHHEIT.** Wo es große Straßen gibt und viel Verkehr, da gibt's auch „Traffic“. Wieder so eine Vokabel aus dem Wörterbuch der Reklameprofis. Und wo sich Menschen in Mengen bewegen, da wird seit jeher auch geworben: um Aufmerksamkeit, um Interesse, um Sympathie – und um Vertrauen.



MOTIV 9 HSD LONGFEI NIE



MOTIV 10 HSD MELANIE HARTMANN & SARAH STÜHMER



MOTIV 11 HSD MELANIE HARTMANN & SARAH STÜHMER



MOTIV 12 HSD KESTUTIS URBONAS



MOTIV 13 HSD KEN-STEVEN DAHM-VAN OPBERGEN & JULIA GOLINSKI



MOTIV 14 HSD MIRIAM SLOWIK

**WER „SOCIAL MEDIA“ SAGT, MEINT DAMIT HEUTZUTAGE EIGENTLICH KEINE PLAKATE.** Im Gegensatz zu den ziemlich asozialen Attacken in den „sozialen Medien“ des World Wide Web dienten real-existierende Plakatanschläge im wirklichen Leben früher aber oftmals als Maßnahmen für kommunikatives Streetwork und ästhetische Sozialarbeit – und tun es auch heute noch.

**NICHT NUR DAS KOMMERZIELLE PLAKAT, DAS FÜR DEN KONSUM WIRBT, HAT EINE GROSSE TRADITION.** Auch die Gegenpropaganda blickt zurück auf eine lange Geschichte. Das klassische Protestplakat wendet sich gegen Ungerechtigkeit aller Art in der Welt: Nie wieder Krieg! Atomkraft, nein danke! Keine Tierversuche! **GEGEN OBdachlosigkeit!**



MOTIV 15 H&S THOMAS STRALEK



MOTIV 16 H&S ALADIN CABART



MOTIV 17 H&S THOMAS STRALEK



MOTIV 18 H&S ROBERT RIESENBERG



MOTIV 19 H&S THOMAS STRALEK



MOTIV 20 H&S JAN FLORIAN JACOB

**WERBUNG FÜR FIFTYFIFTY MUSS BEIDES SEIN: PRODUCT PLACEMENT UND SOZIALE SEELSORGE.** Als kommerzielle Kommunikation dient sie zur Absatzförderung der Kaufzeitschrift, des monatlichen Straßenmagazins für 1,90 Euro. Und im Sinne des Social Marketing leistet sie Opposition gegen die Ursachen und Folgen der Obdachlosigkeit: Armut, Elend, Sucht und Not.

**DREI JAHRE NACH DER GRÜNDUNG VON FIFTYFIFTY ERSCHIEN DIE ERSTE GROSSE PLAKATKAMPAGNE.** Die Diplomarbeit zum Abschluss des Designstudiums von Dörte Dosse und Daniel Stoffels an der Fachhochschule Düsseldorf, eine kluge Kombination aus sozialem Engagement und Provokation, machte das Straßenmagazin schnell stadtbekannt.



MOTIV 21 HSD MELISSA KAPPEL



MOTIV 22 HSD KATHARINA BULLERDIECK



MOTIV 23 HSD CHRISTIN MÜLLER



MOTIV 24 HSD KATHARINA BULLERDIECK



MOTIV 25 HSD CHRISTIN MÜLLER



MOTIV 26 HSD KATHARINA BULLERDIECK

IM LAUFE DER ZEIT WURDEN NOCH VIELE WEITERE KREATIVE KAMPAGNEN ENTWICKELT. So machte fiftyfifty Furore und sorgte in der Fachwelt immer wieder für Aufsehen. Gute Ideen kamen von Top-Kreativen aus großen Agenturen. Doch die meisten Konzepte und Entwürfe stammen von jungen Talenten, den Studierenden im Fachbereich Design der HSD, Hochschule Düsseldorf.

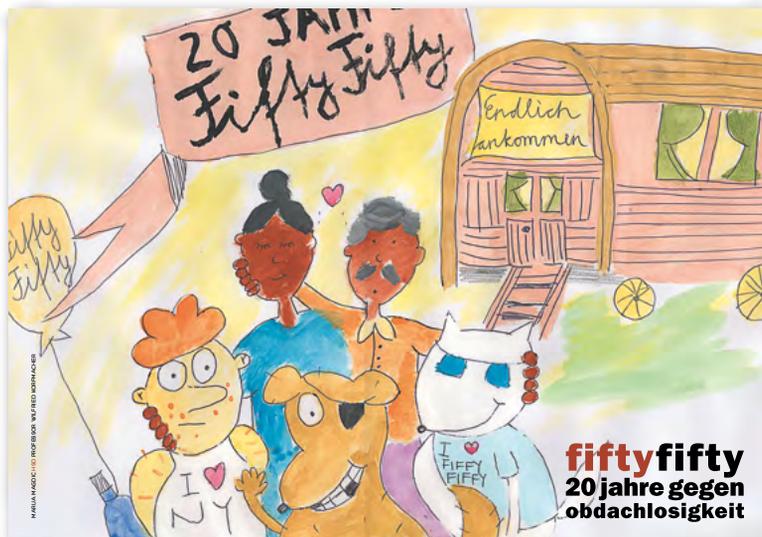
MACHT SINN! DAS IST DER APPELL MEINER SEMINARE FÜR SOCIAL-DESIGN. Die doppelte Bedeutung der Parole ist pädagogisches Programm. Denn der Einsatz für eine gute Sache ermuntert die Kursteilnehmer zu besseren Studienleistungen. Diese intrinsische Motivation ist das Mittel der Wahl für viel Erfolg in Forschung und Lehre: eine perfekte Win-Win-Situation für alle Beteiligten.

# Leser für Loser!

**fiftyfifty**  
20 Jahre gegen  
obdachlosigkeit

KONRAD HERMANN / HSD PROFESSOR WILFRIED KORNWACHER

MOTIV 27 HSD KONRAD HERMANN



**fiftyfifty**  
20 Jahre gegen  
obdachlosigkeit

MOTIV 28 HSD MARIA MAGDIC

# noteller

**fiftyfifty**  
20 Jahre gegen  
obdachlosigkeit

THOMAS STRALEK / HSD PROFESSOR WILFRIED KORNWACHER

MOTIV 29 HSD THOMAS STRALEK

# Bitte ein Bett

**fiftyfifty**  
20 Jahre gegen  
obdachlosigkeit

THOMAS STRALEK / HSD PROFESSOR WILFRIED KORNWACHER

MOTIV 30 HSD THOMAS STRALEK

**W O H N U N G**  
**A R B E I T**  
**G E L D**  
**F A M I L I E**  
**S I C H E R H E I T**  
**L A C H E N**

**fiftyfifty**  
20 Jahre gegen  
obdachlosigkeit

LONGFEI NIE / HSD PROFESSOR WILFRIED KORNWACHER

MOTIV 31 HSD LONGFEI NIE



**fiftyfifty**  
20 Jahre gegen  
obdachlosigkeit

RONJA BREITKOPF / HSD PROFESSOR WILFRIED KORNWACHER

MOTIV 32 HSD RONJA BREITKOPF

HUBERT OSTENDORF HAT MIT DEM GLEICHEN PRINZIP EIN ERFOLGSPRODUKT GESCHAFFEN. Und er hat seinem Kind einen Namen gegeben, der das Geschäftsmodell perfekt beschreibt: fiftyfifty. Eine Hälfte für den Verlag, eine Hälfte für die Verkäufer. Mit dem Ergebnis, das immer mehr dabei herauskommt als die arithmetische Summe wert ist. Man kann auch Teilhabe dazu sagen.

SEIT 2015 IST FIFTYFIFTY KEIN TEENIE MEHR – UND ZUR FEIER DES JAHRES GEHEN WIR IN DEN UNTERGRUND. In vier Düsseldorfer U-Bahnhöfen werden über 30 verschiedene Großflächenplakate wie in einer gigantischen Galerie präsentiert. Alle Motive der Kampagne erscheinen als Unikate. Nur jetzt, nur hier. Eine solche Ausstellung zur Kunst der Kommunikation im öffentlichen Raum gab es noch nie: **PLAKATPROTEST!**

# EINLADUNG ZUR LESERJURY +++ WÄHLEN UND GEWINNEN SIE IHR LIEBLINGSMOTIV IN DIN A1 +++ ODER KAUFEN SIE DAS POSTER IHRER WAHL ALS KUNSTDRUCK FÜR **FIFTY** EURO +++ PLAKATSCHAU MIT PROTESTPARTY AM 8.7. UM 18 UHR IN DER **FIFTYFIFTY**-GALERIE



DER KURS VON PROFESSOR WILFRIED KORFMACHER VOR DEM START ZUR STADTFÜHRUNG „STRASSENLEBEN“ MIT FIFTYFIFTY-VERKÄUFERN

Die Protestplakate hängen vom 1. bis zum 8. Juli 2015 in den U-Bahnhöfen Handelszentrum, Kettwiger, Klever und Oststraße öffentlich aus. Herzlich willkommen zur Vernissage am Mittwoch, dem 1.7.2015, um 13 Uhr im U-Bahnhof Oststraße. Wir laden ein zum geführten Rundgang im Düsseldorfer Underground mit einer prominenten Jury.

Herzlich willkommen auch zur Eröffnung der dokumentarischen Plakatschau mit Protestparty in der fiftyfifty-Galerie auf der Jägerstraße 15, 40231 Düsseldorf-Eller. Die jungen Plakatgestalter sind anwesend und präsentieren ihre Werke dem Publikum. Die Prämierung der kreativsten Motive erfolgt am Mittwoch, dem 8.7.2015, ab 18 Uhr.

Zum runden Geburtstag hat fiftyfifty noch ein ganz besonderes Geschenk parat. Wer bei der Leserjury mitmacht, kann einen Kunstdruck seines Lieblingsmotivs gewinnen. Wir verlosen unter allen Teilnehmern insgesamt drei Poster im Format DIN A1.

Senden Sie dazu bitte die Nummer des Plakats, das Ihnen am besten gefällt, bis zum 15. Juli 2015 per E-Mail an [info@fiftyfifty-galerie.de](mailto:info@fiftyfifty-galerie.de). Oder rufen Sie an unter 0211 9216284. Für Fans bietet fiftyfifty jedes Motiv auch als Digitaldruck aus dem Labor Grieger zum Preis von 50 Euro pro Stück inklusive Versand frei Haus an.

Auch im Namen aller Studentinnen und Studenten bedanke ich mich bei Mister fiftyfifty, Hubert Ostendorf, und seinem tollen Team sowie allen anderen Freunden und Überzeugungstätern für die wunderbare Zusammenarbeit. Den fiftyfifty-Verkäuferinnen und -Verkäufern wünschen wir alles Gute. Und den Käuferinnen und Käufern wünschen wir viel Vergnügen beim Betrachten der Bilder – sowie eine erbauliche Lektüre gegen Obdachlosigkeit.

**LESEN SIE WOHL!**

**Professor Wilfried Korfmacher**  
Diplom-Designer Diplom-Psychologe

**fiftyfifty**  
**20 Jahre gegen**  
**obdachlosigkeit**

Hochschule Düsseldorf  
University of Applied Sciences

**HSD**

Peter Behrens School of Arts  
Fachbereich Design

