

Stadt Nürnberg

Amt für Kommunikation
und Stadtmarketing

Leitung:

Andreas Franke

Fünferplatz 2

90403 Nürnberg

presse.nuernberg.de

Plakatwettbewerb „Werbung für die Demokratie“: Gewinnerinnen und Gewinner stehen fest

Am Sonntag, 23. Februar 2025, zählte die Stimme der Nürnbergerinnen und Nürnberger nicht nur bei der Wahl des Deutschen Bundestags. Auch während des Festivals der Demokratie am Samstag und Sonntag, 22. und 23. Februar, im ehemaligen Kaufhof konnten sie das Plakat wählen, das für sie am überzeugendsten für demokratische Werte wirbt. Die von Fons Hickmann, Philip Ciliox und Kasia Prusik-Lutz gestalteten Plakate standen in der Gunst der Besucherinnen und Besucher ganz oben. Sie werden in einem Themenabend zur Medienkunst am Donnerstag, 13. März, um 18.30 Uhr im ehemaligen Kaufhof vorgestellt.

„Wir wollten einen Prozess anstoßen, der über Bilder die Werte unserer Gesellschaft und der Demokratie bewusstmacht und gleichsam vermittelt, welche wichtige Rolle Kunst und Design dabei spielen“, erläutert Dr. Elisabeth Hartung, die Leiterin des Projektbüros Kultur. Das Projektbüro hatte im Rahmen des Projekts „Zukunftsmusik“ einen Aufruf an alle Gestalterinnen und Gestalter aus Kunst, Kultur und Design veröffentlicht. 130 Plakate, die aus diesem Aufruf hervorgegangen sind, wurden während des Festivals der Demokratie in den Schaufenstern des denkmalgeschützten Konsumtempels der 1950er-Jahre in der Königstraße präsentiert und zur „Wahl“ gestellt: Weit mehr als 2 000 Bürgerinnen und Bürger haben per Wahlzettel ihre Erst- und Zweitstimme für zwei Entwürfe abgegeben. Auch Oberbürgermeister Marcus König und Bürgermeisterin Prof. Dr. Julia Lehner wählten aus der beeindruckenden Vielfalt der Plakate ihre zwei Favoriten. Die Siegerplakate erhalten ein Preisgeld von 500, 300 und 200 Euro.

Mit seinem Siegerplakat „Demokratie verschwindet“ vermittelt Fons Hickmann, Professor für Grafikdesign an der Universität der Künste in Berlin sowie vielfach ausgezeichneter Typograf und Autor, eine eindringliche Botschaft: Demokratie ist die beste aller möglichen Gesellschaftsformen, doch sie gerät zunehmend in Gefahr. Gleichzeitig drückt das Plakat die Hoffnung aus, dass sie gerettet werden kann – wenn alle aktiv handeln.

Philip Ciliox aus Landshut greift mit seinem Plakat „Schutt & Asche“ die tragische Geschichte Nürnbergs im Zweiten Weltkrieg auf. Der Student der Neuen Medien und interkulturelle Kommunikation in Landshut bringt seine Botschaft auf den Punkt: Die Vergangenheit darf sich nicht wiederholen. Mit der Aufforderung „Dein Kreuz kann Geschichte schreiben“ ruft er dazu auf, Verantwortung zu übernehmen und wählen zu gehen.

Die Künstlerin und Gestalterin Kasia Prusik-Lutz, ausgebildet an der Akademie der Bildenden Künste Nürnberg und Kuratorin des Krakauer Hauses, setzt mit ihrem Plakat „Friends“ ein Zeichen für Vielfalt und Gleichberechtigung. Durch die geschlechtsneutralen Figuren auf ihrem Plakat wird nicht nur zur Wahlteilnahme ermutigt, sondern auch dazu angeregt, gesellschaftliche Themen wie gleichgeschlechtliche Partnerschaften, Frauenrechte und den fortwährenden Kampf um Gleichstellung innerhalb der Demokratie sichtbar zu machen.

Eine Auswahl der beliebtesten Plakate wird weiterhin in den Schaufenstern des ehemaligen Kaufhofs ausgestellt und zudem auf der Webseite zukunftsmusik.nuernberg.de veröffentlicht. Seit Montag, 24. Februar, können Passantinnen und Passanten in den Schaufenstern der Königstraße in die virtuellen und interaktiven Welten der Medienkünstlerin Tamiko Thiel eintauchen. boe

