

LEBEN RETTEN – AUCH NACH DEM TOD

„Kampagne für Organ- spende“ – ein Semester- projekt in der Fakultät für Gestaltung

>> von Sebastian Hackelsperger >

In Deutschland warten 12.000 Menschen auf ein Spenderorgan. Täglich kommen 14 neue Patienten hinzu und täglich sterben drei Menschen, weil das lebensrettende Spenderorgan fehlt. Statistiken bilden nüchterne Zahlen ab, doch dahinter stehen tragische Schicksale; Schicksale, die seit einiger Zeit immer häufiger in die Medien gelangen und so das Thema auch der Politik und der breiteren Öffentlichkeit nahe bringen. Aufgrund der Aktualität und um noch mehr Menschen auf die Problematik aufmerksam zu machen, wurde das Thema zur Aufgabe im 4. Semester Werbung/Text im Studiengang Visuelle Kommunikation bei Professor Sebastian Hackelsperger.

Im Zentrum stand die Entwicklung einer fiktiven Imagekampagne und deren kommunikative Umsetzung in zwei relevanten Medienkanälen (Film, Print, Funk oder Online) für die Deutsche Stiftung Organtransplantationen (DSO) als fiktiven Auftraggeber. Die DSO ist laut Transplantationsgesetz mit der Koordination der Organspende beauftragt. Die Kampagnen-Ansätze wurden jedoch von der Hochschule Pforzheim unabhängig von der DSO geplant und realisiert. Hierbei ging es in erster Linie um die Entwicklung von kreativen Ideen, die das Thema stärker in den Fokus der breiten Öffentlichkeit rücken sollten. Ziel der Kampagne war es, die Gesellschaft zum Denken anzuregen und letztendlich mehr Menschen dazu zu bewegen, einen Organspendeausweis bei sich zu tragen, um so mehr Leben zu retten.

Nach anfänglichen Schwierigkeiten näherten sich die Studierenden auf ganz unterschiedliche Weise ihrer Semesteraufgabe:

Julia Bürckel machte das „Fehlen“ zum zentralen Punkt ihres Kampagnenansatzes. Es fehlen Organe, es fehlen



Organspender. Jährlich warten 12.000 Menschen in Deutschland auf ein Spenderorgan. Mit der Kampagne „Fehlen“ sollte dieser Zustand auf ungewöhnliche Weise dramatisiert werden – denn die Kampagne fehlt auch einfach! Im übertragenen Sinn fehlen die Anzeigen, es fehlen die Plakate, es fehlen die Funkspots, es fehlt der TV-Spot.

Mayan Shay fragte dagegen: „Was passiert nach dem Tod“? Mit ihrer Kampagne will sie möglichst vielen Menschen die Angst vor einer Organspende nehmen. Unter die typografische Visualisierung verschiedener Nah-Tod-Erleb-


nisse setzte sie jeweils den prägnanten Satz: „What ever happens after death, your body is not needed there“.

Der Kampagnen-Ansatz von Mareike Bärenholz lautete: „Man muss kein Engel sein“. Ein Organ spenden und damit ein Menschenleben retten kann jeder. Dieser Grundgedanke wurde durch spontane Momentaufnahmen visualisiert, in denen „normale“ Menschen durch den jeweiligen Hintergrund zufällig „Engelsflügel“ erhielten. Diese Zufälligkeit sollte verdeutlichen, dass jeder durch eine postmortale Organspende Leben retten kann.

is
DEATH
 only
 the
BEGINNING?

In several studies, nearly ALL near-death
 experiencers report a *strong decrease*
 or *complete loss* of the *fear* of
DEATH as the result of their near death experience .
 At least **98%** of surveyed experiencers now
 believe that there is *life after death*.
 Spiritual growth, a loving attitude,
 knowing a Higher Power/God, inner peace
 and a sense of purpose in life characterize
 the changes most meaningful to the experiencers.

Whatever Happens - Your Body is not needed there.
 Sign up Organ Donation Card TODAY www.dso.de



Teresa Zajac setzte auf die „Personifizierung der Organe“. Ihre Kampagne versucht durch eine Personifizierung der menschlichen Organe dem Rezipienten einen emotionaleren Zugang zum Thema postmortale Organspende zu vermitteln. Grafisch reduziert kommen die wichtigsten Spenderorgane wie Herz, Niere und Lunge selbst zu Wort und erzählten ihre ganz persönliche Geschichte.

Dass Kampagnen etwas bewirken können, zeigte sich auf der Werkschau: Landrat Karl Röckinger sah die Arbeiten der Studierenden und regte spontan eine Beteiligung an der Ausstellung „By

Heart – Dein Herz entscheidet“ im Landratsamt Enzkreis in Pforzheim an.

Nur wenige Monate später eröffnete die Sozialministerin des Landes Baden-Württemberg, Karin Altpeter MdL, mit Landrat Karl Röckinger und weiteren geladenen Gästen die Kunstausstellung, die auch die Arbeiten der Studentinnen und Studenten der Fakultät Gestaltung zeigte.

Das Thema Organspende ist und bleibt ein schwieriges Thema, da man sich zu Lebzeiten mit seinem Tod beschäftigen muss. Die Entscheidung, einen Organspendeausweis zu tragen



oben:
 Ausstellung „By Heart – Dein Herz entscheidet“
 im Landratsamt Enzkreis in Pforzheim.
 Fotograf: Stefan Schleifer

links:
 Entwurf „Was passiert nach dem Tod“
 von Mayan Shay.

linke Seite:
 Entwurf „Man muss kein Engel sein“
 von Mareike Bärenholz.

oder nicht, muss jeder individuell für sich selbst treffen. Wichtig ist nur, dass man sich mit dem Thema auseinandersetzt – denn wer sich für das Organspenden entscheidet, entscheidet sich für das Leben!

Sebastian Hackelsperger

ist Professor im Studiengang Visuelle Kommunikation und lehrt Werbung/Text.