



STATUS

Archived

ASPECTS

migration, human-rights

TEAM

Lorenz Bohlmann, Katja Ulbrich, Luka Vonderau, Johanna Wendel

PARTNERS

Leave No One Behind

YEAR

2022-23

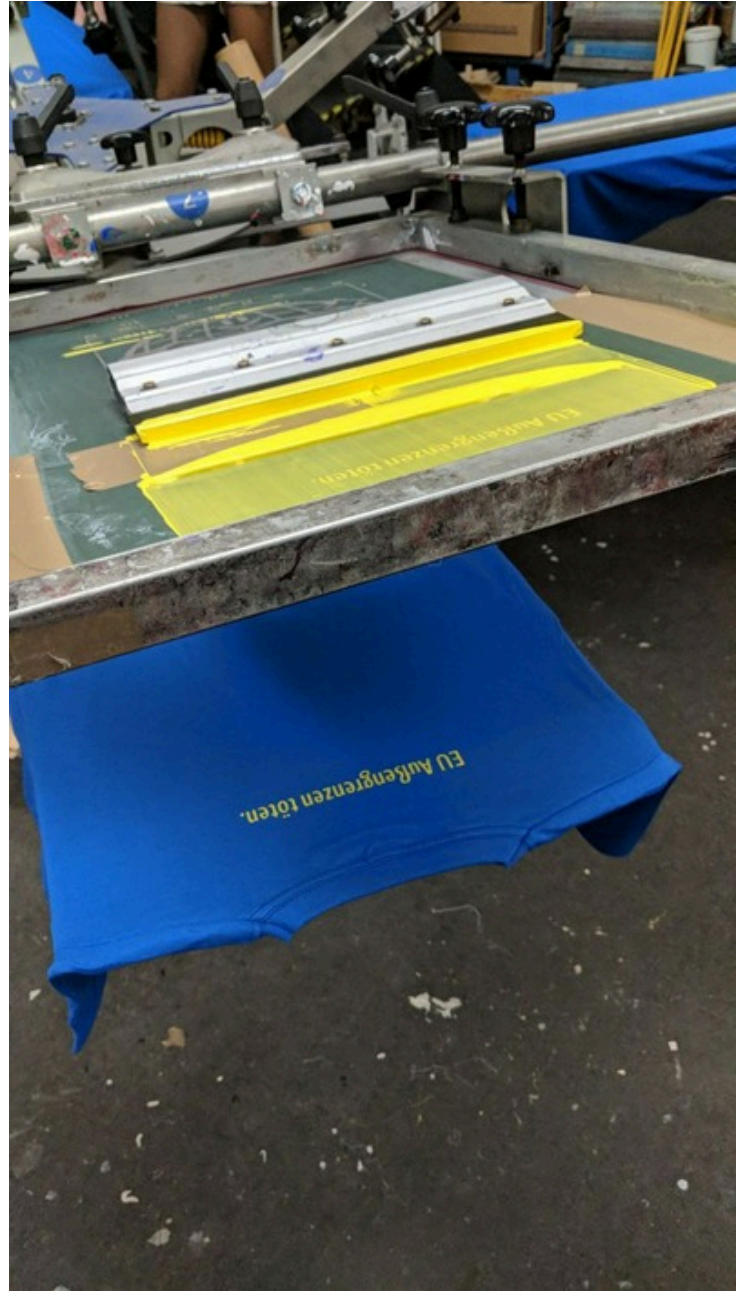
ABSTRACT

The requested cooperation was relatively open. Due to time and capacity constraints, we decided to design merchandise for LNOB's online store in a two-day workshop. It seemed to make sense to us to design T-shirts, as these make up the majority of the online store and, from experience, generate more attention. Based on the demands #LNOB formulates, motifs were created during the workshop that also address our cooperation with Sea-Watch. After we made a selection in exchange with LNOB, we decided to produce the shirts ourselves in a small edition of 36 pieces using screen printing and to sell them during the presentation.

CONTEXT

Leave No One Behind is an organisation and a movement. They see themselves as a community for solidarity projects, provide a platform and generate attention through social media and high-profile projects.

FILES



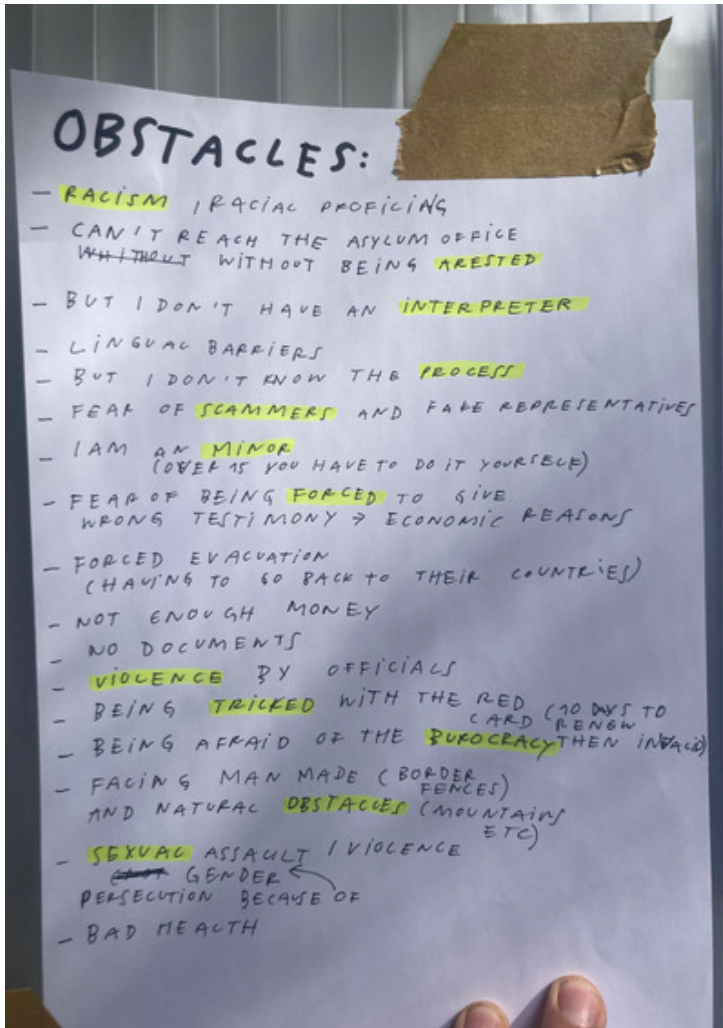


Studiengruppe Informationsdesign

X

Leave No One Behind

Merch- Entwurfsammlung



Titel	<ul style="list-style-type: none"> • Greek Ministry of Migration and Asylum vs. Reality
Team	<ul style="list-style-type: none"> • Maja Nacke, Lena Konz, Gregor Simon
Fragestellung	<ul style="list-style-type: none"> • Wie kann die brutale Praktik der Pushbacks verständlich gemacht werden? • Wie kann die verlogene Website der griechischen Regierung mit Berichten der Realität kommentiert werden? • Wie können die Unwahrheiten der gr. Regierung sichtbar gemacht werden?
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • NGOs, die ihre Berichte von Pushbacks (Text/Bild) der "legalen" Grundlage von Institutionen gegenüberstellen können. • deutsche Öffentlichkeit
Zeitlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> • In Begleitung/Unterstützung zum Prozess von Parvin vs. Greece
Medium	<ul style="list-style-type: none"> • Plakate • sehr lange Papierrolle mit ausgedruckter Dublin III Verordnung • zwei Prototypen für Websites
Aussage	<ul style="list-style-type: none"> • Die Darstellungen des Asyprozesses und vorallem des First Instance Interviews wird auf der Website der gr. Regierung beschönigt, einfach. Allerdings ist die Realität das genaue Gegenteil: Interviews in Polizeistationen, ohne Übersetzer*innen, zu wenig Zeit und Zwang falsche Angaben über den Fluchtgrund zu machen.
Chancen	<ul style="list-style-type: none"> • schnelle Verständlichkeit durch direkte Gegenüberstellung • einfache Grafik/ Sprache, niederschwellig und klar in der Aussage • lässt sich auf andere Fälle ausweiten • vielschichtigkeit der Pushbacks kann gezeigt werden
Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Website wird nicht benutzt weil der Weg dorthin zu kompliziert ist. • Interesse an Pushbacks ist leider gering • Fotos/ Berichte müssen vorsichtig und sorgsam ausgewählt werden um keine Klischees zu reproduzieren.
Skizzen	<ul style="list-style-type: none"> • (idealerweise auf weiteren Seiten, vollseitig)

Austausch Burg Giebichenstein Kommunikationsdesign, Studiengruppe Informationsdesign (SI), 2. Studienjahr, Eva-Maria Bertschy, Abou Bakar Sidibé, Leave No One Behind, Semesterwoche 9, 23. - 27. Mai, Sommersemester 2022, Migration und Menschenrechte 2 - Push Backs

Titel	• CEO AT FRONTEX
Team	• Anni Bilhardt, Emma Loesekraut, Marie Ehrentraut, Daphne Croissier
Fragestellung	• Wie können wir ein Zeichen vor dem Europäischen Gerichtshof setzen, dass gegen die stille Einsetzung eines neuen Chefs bei Frontex geht? Mit welchem Mittel machen wir darauf aufmerksam und mobilisieren eine breite Gruppe der Gesellschaft für eine Aktion?
Zielgruppe	• Menschen, die Kritik an Frontex kennen und solche, die sich noch nicht damit auskennen • Der Europäische Gerichtshof
Zeitlichkeit	• Aktion 1-2 Wochen vor dem Beschluss bzw. bis dahin Anschreiben sammeln
Medium	• Petition in künstlerischer Form -> Aktion, Mobilisierung, Information, Awareness
Aussage	• Wir wollen, dass die Entscheidung, den früheren Frontex Chef abzusetzen, nicht ohne Folgen für die Struktur und Handlungen von Frontex bleibt • Das Manifest von Abolish Frontex verbreiten, bestärken, an den EU-Gerichtshof bringen
Chancen	• im Zuge des Prozesses, Einfluss auf das Urteil -> Frontex grundlegend reformiert oder beendet wird
Risiken	• zu wenig Reichweite, keine Möglichkeit um Anschreiben vor Ort zu bringen
Skizzen	• (idealerweise auf weiteren Seiten, vollseitig)

Austausch Burg Gleibichenstein Kommunikationsdesign, Studiengruppe Informationsdesign (SI), 2. Studienjahr, Eva-Maria Bertschy, Abou Bakar Sidibé, Leave No One Behind, Semesterwoche 9, 23. - 27. Mai, Sommersemester 2022, Migration und Menschenrechte 2 - Push Backs

Titel	• #GleichesRechtFürAlleGeflüchtete
Team	• Gregor Simon, Hannah Lentz, Laura Schnieber, Lukas Stuewe, Emilia Prescher
Fragestellung	• Inwiefern wird eine rassistische Differenzierung von Geflüchteten in der aktuellen Politik umgesetzt und im medialen Diskurs sichtbar?
Zielgruppe	• Schon politisierte Menschen
Zeitlichkeit	• Jetzt, Petition (ab jetzt fortlaufend bis Einreichung der Verbandsklage)
Medium	• Petition • Analoge (Bierdeckel, Flyer+QR-Code) und digitale (Instagram mit Aufruf durch Link) Kampagne • Website: https://www.figma.com/proto/YNCfWCDaHr6XBDOuJvFis/Untitled?node-id=1%3A3&scaling=scale-down&page-id=0%3A1
Aussage	• Rassistische Differenzierung von Geflüchteten mit unterschiedlichen Herkunftsländern beispielhaft aufzeigen • Aufmerksamkeit generieren • der Absurdität der medialen Statements etwas entgegensetzen • Aufruf zur Solidarisierung mit allen Geflüchteten • Forderung nach gesetzlich verankerter Gleichstellung aller Geflüchteten
Chancen	• Kräfte bündeln, Momentum in der Gesellschaft nutzen, Chancen, die ukrainische Geflüchtete bekommen, auf alle Menschen mit Fluchthintergrund ausweiten • Durch die Reichweite von LNOB (Instagram) TeilnehmerInnen für die Petition generieren • Utopisch: Migrationspolitik verändern, Gesetz wird auf alle Geflüchtete ausgeweitet
Risiken	• Die Kampagne darf nicht als Ukraine-feindlich gelesen werden • Geben wir den rechten Staternets eine Bühne? • Risiko des Protests gegen die rechtliche Verankerung des Bleiberechts für Ukrainer*innen? • Die Kampagne erlangt keine Aufmerksamkeit, die Petition hat keinen Rückhalt in der Gesellschaft • Auf Bierdeckeln kann man schwierig ein Triggerwarning geben
Skizzen	• Siehe nächste Seite

Austausch Burg Gleibichenstein Kommunikationsdesign, Studiengruppe Informationsdesign (SI), 2. Studienjahr, Eva-Maria Bertschy, Abou Bakar Sidibé, Leave No One Behind, Semesterwoche 9, 23. - 27. Mai, Sommersemester 2022, Migration und Menschenrechte 2 - Push Backs

Titel	The lawn is bright green. In the background there is a fence that appears to be just as high as the palm trees on the side.
Team	Mercedes Vitali, Laura Schnieber, Emma Loesekraut
Fragestellung	Wie gehen wir als Gestalter*innen mit Bildern um, die Gewalt und Leid darstellen? Welche Wechselwirkung haben diese Bilder und der sie begleitende Text aufeinander? Warum werden bestimmte Bilder in den Medien mehr benutzt als andere? Wie können wir Bilder benutzen, um z.B. die Vielschichtigkeit von Geschichten von Menschen auf der Flucht auf sensible Weise zu erzählen?
Zielgruppe	Alle Personen, die gestalterisch mit Bildmaterial umgehen und dabei ein Bedürfnis nach Selbstreflektion haben Breite Öffentlichkeit
Zeitlichkeit	Präsentation in einem Ausstellungskontext
Medium	Installation aus 5 lose zusammengeklammerten Papierstapeln mit verschiedenen Bildern, die Situationen rund um den Grenzzaun von Melilla darstellen. Über den Bildern sind jeweils mehrere Schichten aus Transparentpapier, auf die verschiedene Kurzbeschreibungen der Bilder aus verschiedenen Perspektiven gesetzt sind, beispielsweise: eine Schlagzeile aus einer Zeitung oder einer News-Plattform, eine möglichst sachliche Beschreibung der Bildinhalte durch eine weiße Europäerin, ein Kommentar einer Person, die selbst Fluchterfahrung hat und die dargestellte Situation sehr persönlich betrachtet. Beim Durchblättern werden so mehrere Layer aus Kommentaren zum Bild "durchgearbeitet", bevor man das Bild selbst betrachten kann.
Aussage	Im Umgang mit Bildern, die sich mit Flucht, Pushbacks, und der dabei passierenden Gewalt an flüchtenden Menschen beschäftigen, ist es uns wichtig, nicht nur den dramatischen Moment des Zaunüberquerens zu zeigen. Ebenso wenig wollen wir Flüchtlinge als anonyme, einschüchternde Gruppe oder verherrlichende Einzelschicksale darstellen. Vielmehr wollen wir einen Weg finden, Bilder zu benutzen, um facettenreiche Geschichten zu erzählen.
Chancen	The project opens a discussion about the value of visual communication and imaginary about social topics. Many chances are possible, thanks to the layering of different linguistic registers. The project gives the possibility to compare, confront and reflect about the value of verbal narrative, that can give many interpretations of images. The round table stimulates a collective analysis, offering the possibility to exchange thoughts about the topic portrayed.
Risiken	Some of the pictures in the project come from media, that use them to portray migrants as violent, a threat, something to fear. Consequently, the project could lead to some unexpected interpretations. Also, the possibility to interact could actually make the project vulnerable to changes made by the public.

Austausch Burg Giebichenstein Kommunikationsdesign, Studiengruppe Informationsdesign (SI), 2. Studienjahr, Eva-Maria Bertschy, Abou Bakar Sidibé, Leave No One Behind, Semesterwoche 9, 23. - 27.Mai, Sommersemester 2022, Migration und Menschenrechte 2 - Push Backs

Titel	• Push-back reports
Team	• Anni Billhardt, Aleksandra Ivanina, Sehee Park, Moritz Osterwold
Fragestellung	• Wie kann man ein komplexes, uneindeutiges und mehrseitiges Thema in einer Woche ohne einer gewissen Expertise, Erfahrung oder Recherche darstellen bzw. angehen?
Zielgruppe	• TeilnehmerInnen des Kurses
Zeitlichkeit	• Woche 1
Medium	• Installation (transparente Folien wurden mit unseren Entwürfen bedruckt und nebeneinander aufgehängt, so dass man durch sie schauen und eine Kombination von allen Schichten mitbekommen kann)
Aussage	• Jeder Mensch hat eine eigene Geschichte und bewegt sich durch das Leben. Zeit und Raum nach eigenem "Plan". Einige Geschichten überschneiden sich manchmal und führen zu Begegnungen. Dieses Prozess wollten wir in der Installation darstellen.
Chancen	• ?
Risiken	• ?
Skizzen	• (siehe unten)

Austausch Burg Giebichenstein Kommunikationsdesign, Studiengruppe Informationsdesign (SI), 2. Studienjahr, Eva-Maria Bertschy, Abou Bakar Sidibé, Leave No One Behind, Semesterwoche 9, 23. - 27.Mai, Sommersemester 2022, Migration und Menschenrechte 2 - Push Backs

Titel	• PUSHBACK REPORTS 2021–2022/04
Team	• Maria Neri, Tobias Strunk, Moritz Osterwold, Aya Boytzowa, Inseok Hwang
	•
	•
Fragestellung	• Was sind Pushback Reports und wo werden sie veröffentlicht? • Wie können die in den vielen verschiedenen Pushback Reports gesammelten Informationen zugänglicher gemacht werden? • Welches Medium ist für das Bündeln der Reports geeignet und unterstützt die Anzahl und Vielfalt dieser symbolisch?
Zielgruppe	• Studierende, Dozent:innen, Mitarbeiter:innen der Burg Halle • theoretisch ausweibar
Zeitlichkeit	• kann beliebig aktualisiert werden
Medium	• Buch und Plakatserie
Aussage	• In kurzer Zeit haben sich so viele Pushback Reports gesammelt um ein dickes Buch zu füllen aber dennoch vielen nicht bekannt sind.
Chancen	• Umfangreiche und leicht zugängliche Informationsvermittlung • stärkeres Bewusstsein für das Geschehen an den europäischen Außengrenzen
Risiken	• die Menge an Informationen schreckt vielleicht ab sich mit dem Buch auseinanderzusetzen • täglich neue Vorkommnisse die (noch) nicht im Buch erfasst sind
Skizzen:	s. unten

Austausch Burg Giebichenstein Kommunikationsdesign, Studiengruppe Informationsdesign (SI),
2. Studienjahr, Eva-Maria Bertschy, Abou Bakar Sidibé, Leave No One Behind, Semesterwoche 9,
23. - 27. Mai, Sommersemester 2022, Migration und Menschenrechte 2 - Push Backs

All rights reserved. If you want to know more about this project or if you are interested in a collaboration, please let us know by sending an email info@truth.design.