

Projekt Zukunft



650 Plakate mit prägnanten Ideen, Wünschen und Fragen laden derzeit in der Stadt Salzburg dazu ein, sich Gedanken über die Zukunft zu machen. Entstanden sind diese Utopien im Rahmen von Salzburg 20.16 am Christian-Doppler-Gymnasium. 23 Klassen aller Stufen lieferten rund 2.000 Einreichungen, 30 davon machen als Essenz dessen nun die Gedanken einer meist ungehörten Gesellschaftsschicht auf Plakaten sichtbar.

„Uns geht es darum, Kindern und Jugendlichen Gehör zu verschaffen. Denn bei Diskussionen über die Zukunft kommen alle möglichen Experten zu Wort, nur nicht jene, die es am meisten betrifft“, sagt Richard Ruhm, Lehrer am Christian-Doppler-Gymnasium und Initiator des Projekts. Diese Idee kam sofort gut an: Salzburg 20.16 machte die Aktion mit dem Utopien-Förderprogramm möglich und die Außenwerbungsprofis von Progress Salzburg sorgten für breite Aufmerksamkeit mit insgesamt 650 Plakaten. Im Gymnasium erklärten sich Dutzende Lehrkräfte bereit, sich mit ihren Klassen an der Aktion zu beteiligen.

Ohne Scheuklappen in die Zukunft blicken

Nicht weniger als 2.000 Einreichungen beweisen, dass die Kinder und Jugendlichen

eine solche Chance unbedingt nutzen wollten. „Solche Projekte sind das Salz in der Suppe, es passt sehr gut zu unserem Zugang als AHS, den Fokus nicht nur aufs Geldverdienen zu richten, sondern auf Ideen – also ohne Scheuklappen in die Zukunft zu blicken“, so Direktorin Claudia Dörrich. Ihr persönliches Lieblingsplakat ist „Man müsste endlich verstehen, dass man nicht auf die Unterschiede sondern auf die Gemeinsamkeiten achten muss.“

Erwachsene sollen sich mit jungen Gedanken beschäftigen

Die Schülerinnen und Schüler sind stolz, dass ihre Ideen nun in der Stadt sichtbar sind, auch wenn die Sprüche streng anonym veröffentlicht werden: „Wir haben auch gute Ideen, mit den Plakaten bringen wir die Erwachsenen dazu, sich damit zu beschäftigen“, sagt Philip Messner, ein Viertklässler, der seine Einreichung dem Thema Wirtschaft gewidmet hat. Lehrer Richard Ruhm hält die Einreichungen für einen Blick in die Zukunft: „Es hat sich etwa herauskristallisiert, dass Benzin und Diesel bei den späteren Autos unserer Schüler kaum mehr eine Rolle spielen werden, die Sorge um die Umwelt ist einfach zu tief verankert.“

Utopien weisen den Weg

Weitere Schwerpunkte unter den Einreichungen waren Fairness zwischen Mann und Frau oder Homo- und Heterosexuellen sowie die Ablehnung von Krieg und Gewalt. Exemplarisch dafür steht etwa der Spruch: „Wenn niemand Gewalt will, warum gibt es sie dann?“ Richard Ruhm hält einen solch arglosen Blick auf die Welt für wichtig, genau deswegen wollte er den Kindern und Jugendlichen Gehör schenken: „Eine Utopie ist natürlich nicht verwirklichtbar, aber sie funktioniert wie ein Leuchtturm – sie weist uns den Weg.“

Information, nicht Emotion

Die 30 veröffentlichten Utopien sollen Denkanstöße und Diskussionsstoff liefern, um Passanten dazu zu bringen, sich auf grundlegende Wertvorstellungen zu besinnen. Dabei sollen Inhalte im Mittelpunkt stehen. Daher wurden die Plakate bewusst reduziert gestaltet, mit schwarzer Schrift auf weißem Grund. „Wir unterstützen kreative Aktivitäten von Schulen und Jugendlichen besonders gerne, die Sichtbarkeit im öffentlichen Raum ist Anerkennung für Schule, Lehrkräfte und Jugendliche“, sagt Fred Kendlbacher von Progress Werbung. Auch Gerhard Spitz von Salzburg 20.16 ist überzeugt von der Aktion: „Genau solche Ideen wollten wir mit unserer Utopie-Schiene fördern, denn ‚zu schön um wahr zu sein‘ sollte grundsätzlich gar nichts sein.“



out of home media