



POSTERS FOR THE PLANET

A COMPETITION FOR A BETTER WORLD

Uit onderzoek blijkt dat bijna 80 procent van de Nederlanders zich weliswaar veel zorgen maakt over stijgende temperaturen en afnemende biodiversiteit, maar dat het in praktijk nog lastig blijkt om die zorg om te zetten in actie.

Posters for the Planet – a competition for a better world wil het verschil maken tussen goede voornemens en daadwerkelijke verandering. Daarom organiseert de Turing Foundation een posterwedstrijd over het klimaat die een verandering in gang zet en een nieuw perspectief biedt.

De Turing Foundation roept ontwerpers, kunstenaars en creatieve Nederlanders op een uniek posterbeeld in te sturen dat grote urgentie uitstraalt en een duidelijke *call to action* heeft. In deze wedstrijd is elke maker vrij zijn eigen focus te kiezen in het klimaatdebat: wat moet anders, welke thema's zijn cruciaal, wat zorgt er voor dat mensen het gevoel krijgen dat ze meer kunnen bijdragen? De winnende ontwerpen uit de open call ontvangen een genereuze geldprijs, worden geëxposeerd in diverse Nederlandse musea en in de publieke ruimte en zijn de basis voor een klimaatcampagne die de Turing Foundation samen met partners ontwikkelt.

De kracht van beeld

Natuur vormt met kunst en lepra de pijlers waarop de Turing Foundation sinds 2006 actief is. De stichting draagt bij aan een betere samenleving en steunt daarom duurzame maatschappelijke initiatieven die een significant verschil willen maken. De combinatie van een ontwerpwedstrijd met een postercampagne past daar naadloos in. Een sterke poster kan de katalysator vormen in een milieudebat waarin veel Nederlanders worstelen met een stortvloed aan informatie en meningen. Een krachtig beeld kan immers iets daar waar woorden en opinies soms niet in slagen: de complexiteit van oorzaak en gevolg samenballen in één sterk beeld. Het zijn deze posterbeelden die in de wedstrijd *Posters for the Planet* centraal worden gesteld in een oproep om Nederland mee te nemen naar een nieuw, milieubewust leven waar bedrijven, overheid en burgers volop aan bijdragen.

Doelgroep van de open call, de klimaatcampagne en vakjury

De posterwedstrijd richt zich op een breed veld van makers – kunstenaars, ontwerpers en creatieven van alle leeftijden. Gevraagd wordt voor 31 augustus een posterbeeld aan te leveren dat bewustzijn creëert en tot actie aanzet. Het moet een nieuw gemaakt beeld zijn, geschikt om in te zetten voor een klimaatcampagne. Een vakjury met onder anderen Marjan Minnesma (directeur Urgenda), Reint Jan Renes (gedragswetenschapper) en Thomas Castro (Conservator Stedelijk Museum Amsterdam) kiest de winnaars. Na de zomer wordt de klimaatcampagne rondom *Posters for the Planet* verder uitgewerkt. De winnende inzendingen worden op 16 oktober in het Artis-Groote Museum te Amsterdam bekend gemaakt. Het winnende beeld zal vervolgens tijdens de klimaatcampagne breed en effectief worden verspreid tijdens de klimaatcampagne.

De wedstrijd en campagne in fases

1

Posters for the Planet Open Call

1 juni – 31 augustus 2024

De oproep om in te sturen wordt in een zeer breed netwerk verspreid, met als doel rijk, divers en impactvolle posten te ontvangen, van een groep talentvolle kunstenaars, ontwerpers en creatieven. Dit willen we realiseren door onder meer gebruik te maken van sociale netwerken, eigen relaties, musea, kunstacademies, beroepsverenigingen, vakpers en mogelijk gezichts-bepalende ontwerpers die als 'ambassadeur' willen optreden via hun socials.

2

Posters for the Planet Short List

September 2024

Een mediamoment rondom de publicatie van de shortlist die al een tip van de sluier oplicht over wat er komen gaat. De inhoud van de klimaatcampagne wordt verder duidelijk. Brede zichtbaarheid in publieksmedia.

3

Posters for the Planet Awards, start reizende tentoonstelling

16 oktober, Artis-Groote Museum, Amsterdam

Een live event waarop de winnaars bekend worden gemaakt, met de jury, de makers, tromgeroffel, onthulling en de opening van een expo van de werken uit de shortlist. De focus zal liggen het pr-momentum dat rondom de bekendmaking van de winnende beelden wordt opgebouwd. De posters worden op een krachtige kortdurende tentoonstelling getoond.

4

Posters for the Planet Campaign

Eind 2024/begin 2025, landelijk

De afsluiting van deze posterwedstrijd wordt gevormd door een klimaatcampagne. Het doel is landelijke zichtbaarheid, met een focus op straatbeeld in de openbare ruimte. Daarnaast wordt een aantal innovatieve en creatieve campagne elementen gezocht om het beeld op zo veel mogelijk plekken op te laten duiken. De winnende beelden worden gepresenteerd in verschillende musea tijdens een reizende expositie, in publieke ruimten en tijdens een fysieke en online mediacampagne.