

ConfektRat Kollektiv



Inhaltsverzeichnis

Fakten & Leistung	4
Image	5
Wettbewerb	6
Alleinstellungsmerkmal	6
Zielgruppe & Ziele der Werbung	7
Planung der Vermarktung	7
Corporate Design: Logo	9
Corporate Design: Hausfarben	11
Corporate Design: Hausschrift	13
Corporate Design: Bildkonzept	15
Anwendung 1 : Postkarte	17
Anwendung 2 : Visitenkarte	19
Anwendung 3 : Folder	21
Anwendung 4 : Flyer	23

Fakten & Leistung

Die ConfektRat e.V. hat sich im Frühjahr 2020 gegründet mit dem Ziel, materiellen und abstrakten Räumen neue Gesichter, neue Bedeutungen und Inhalte zu geben, ja ihre eintönige Organisation mit bunten Alternativen zu bereichern.

So ist die Stadt als materieller Raum beispielsweise durch klar eingegrenztes Nutzungsverhalten und institutionengesteuerte Interaktion gekennzeichnet. Die ConfektRat e.V. bricht dieses Erscheinungsbild durch Aktionen des Fühlens, Schmeckens, Lachens und Zusammenseins. Dazu gehören: Straßenessen auf Spendenbasis, offene Tanzveranstaltungen und Performances auf öffentlichen Plätzen.

Abstraktere Räume, wie die der Bedeutungsproduktion in Wissenschaft, Literatur, Film oder Theater sind ebenfalls durch klare Codes, Konventionen und Zugehörigkeiten geprägt. Die ConfektRat e.V. spielt hier mit grenzüberschreitenden Verknüpfungen, vielschichtigen Überlagerungen von Bild-Ton-Wort, Körper-Gefühl-Wissenschaft in experimentellen Videoarbeiten, performativer Wissenschaft und Improvisationstheater.

Es geht darum, die Wirklichkeit herauszufordern und scheinbar manifeste Bedeutungen zu erschüttern. In welcher Welt wollen wir leben, welche Welt wollen wir sehen, auf welche Welt wollen wir reagieren?

Die Impulse der ConfektRat e.V. werden zu symbolhaften Schaltstellen, um festgefahrene Bedeutungskomplexe der Neuinterpretation zu öffnen - die Wirtschaft herunterzubrechen auf ihren Kern eines individuell ausgehandelten Gebens und Nehmens, den Körper zu personalisieren durch nach Außen getragene Gefühle im öffentlichen Raum und damit die Trennung zum privaten Raum aufzuheben. Es geht darum, neue Räume zu kreieren, ja neue Bedeutungen zu schaffen.

Image

Ihr Name ist ihr Konzept:

Die Ratte, als die symbolhafte Akteursfigur, ist vom allgemeinen Standard als unerwünschte Störenfriedin gesehen, die sich Dinge aneignet und zweckentfremdet. Entfernen wir uns von der hegemonialen Normalperspektive wird die Ratte zu einer Akteurin, die Dingen weitere Bedeutungen und Nutzungseigenschaften gibt, die neben anderen koexistieren. Dass sie sich damit Genuss- und Lebensmittel aneignet aus einem Raum, der genug bereitstellt, sonst aber eindimensional genutzt/ behandelt wird, macht sie zu einer visionären, produktiven Akteursfigur. Die ConfektRat, ergattert nämlich nicht nur den Müll des Raums, sondern lebt ihn zum Genussmittel im Sinne des Konfekts auf, ja ergattert, belebt und genießt verborgene Schätze, versteckte Bedeutungen.

Wettbewerb

Alternativen bzw. inhaltliche Mitstreiter der ConfektRat e.V. bewegen sich im linken Nachbarschaftsaktivismus, Festival-, Theater-, Musik- und Kunstkollektiven und dem poststrukturalistischen, performativen und partizipativen Wissenschaftsbetrieb.

Alleinstellungsmerkmal

Was die ConfektRat e.V. einzigartig macht, ist, dass sie ihre Vision eines direkten, persönlichen, emotionalen und körperlichen Miteinanders und Wissenschaftsverständnisses konkret in Handlungen, Kunst- und Wissenschaftsbeiträge übersetzt, die mit konventionellen Formen und Methoden brechen. Es sind also nicht verneinende, mahnende oder theoretische Demonstrationen und Überlegungen, mit denen der Jetzt-Zustand erreicht zu werden versucht, sondern stattdessen das in das Hier und Jetzt eingebettete, kontrastherstellende, positive Leben der Utopie. Was heißt es, wie fühlt es sich an, wofür wir kämpfen?

Zielgruppe & Ziele der Werbung

Gerichtet an : offene, lebenslustige, visionäre StädterInnen, StudentInnen, KünstlerInnen, WissenschaftlerInnen

Erhöhen des Bewusstseins

- für den Unterschied zwischen gelebter Utopie und verneintem Jetzt
- Für die Wichtigkeit des konkreten Lebens der Utopie im Jetzt
- Für die Wichtigkeit des Mitmachens, Offenseins

Verdeutlichen der Relevanz der ConfektRat e.V. zum Erhalt von Projektfördermitteln für

- Straßenperformances
- Festivals
- Theaterzentrum
- Wissenschaftsrelevante und künstlerische Videoarbeiten

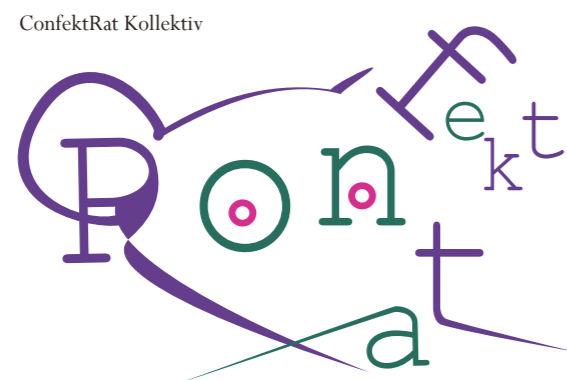
Planung der Vermarktung

- Als Flyer/ Broschüre im öffentlichen Raum der Stadt
- Öffentliche Verkehrsmittel
- Parkbänke
- Universitäten, Bibliotheken
- Broschüre als Teil eines Projektförderantrags

Logo I



Logo II



Corporate Design: Logo

Farbkonzept



Hauptfarbe: lila

Print: C91 M100Y0 K2

Online: R67 G45 B142

Web: R5BG2DB91



Hauptfarbe: grün

Print: C100 M31Y65 K23

Online: R0 G108 B96

Web: 006C60



Nebenfärb: pink

Print: C35 M84Y0 K0

Online: R217 G26 B229

Web: D91AE5

Corporate Design: Hausfarben

Typen

Perpetua Standard: Perform desire, be a Rat - make your world out of Confect

Perpetua Kursiv: Perform desire, be a Rat - make your world out of Confect

Perpetua Fett: Perform desire, be a Rat - make your world out of Confect

Perpetua Fett Kursiv: Perform desire, be a Rat - make your world out of Confect

Typen

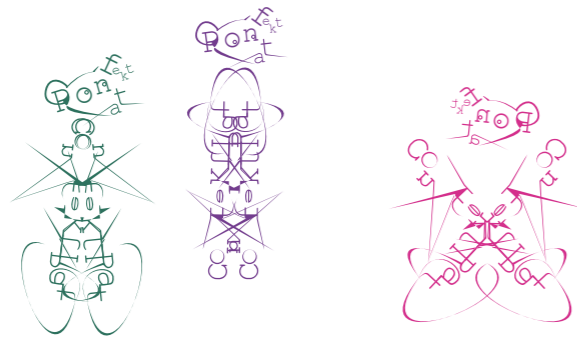
A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z
Ä Ö Ü
ß

a b c d e f g h i j
k l m n o p q r s t
u v w x y z
ä ö ü
ß

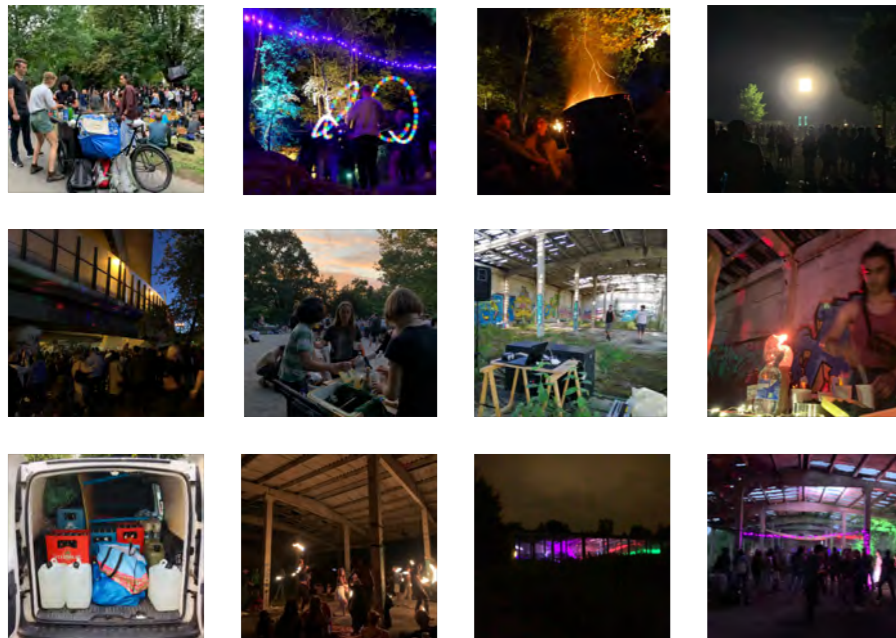
Corporate Design: Hausschrift

Corporate Design: Bildkonzept

Figuren

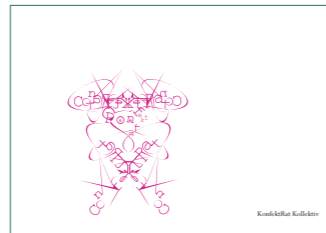


Fotos

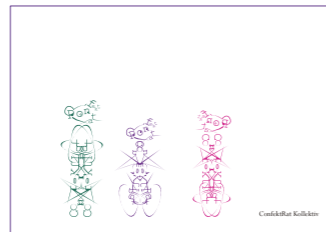


Anwendung 1 : Postkarte

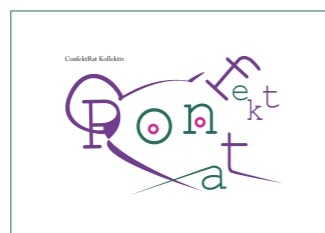
Postkarte 1



Postkarte 2



Postkarte 3



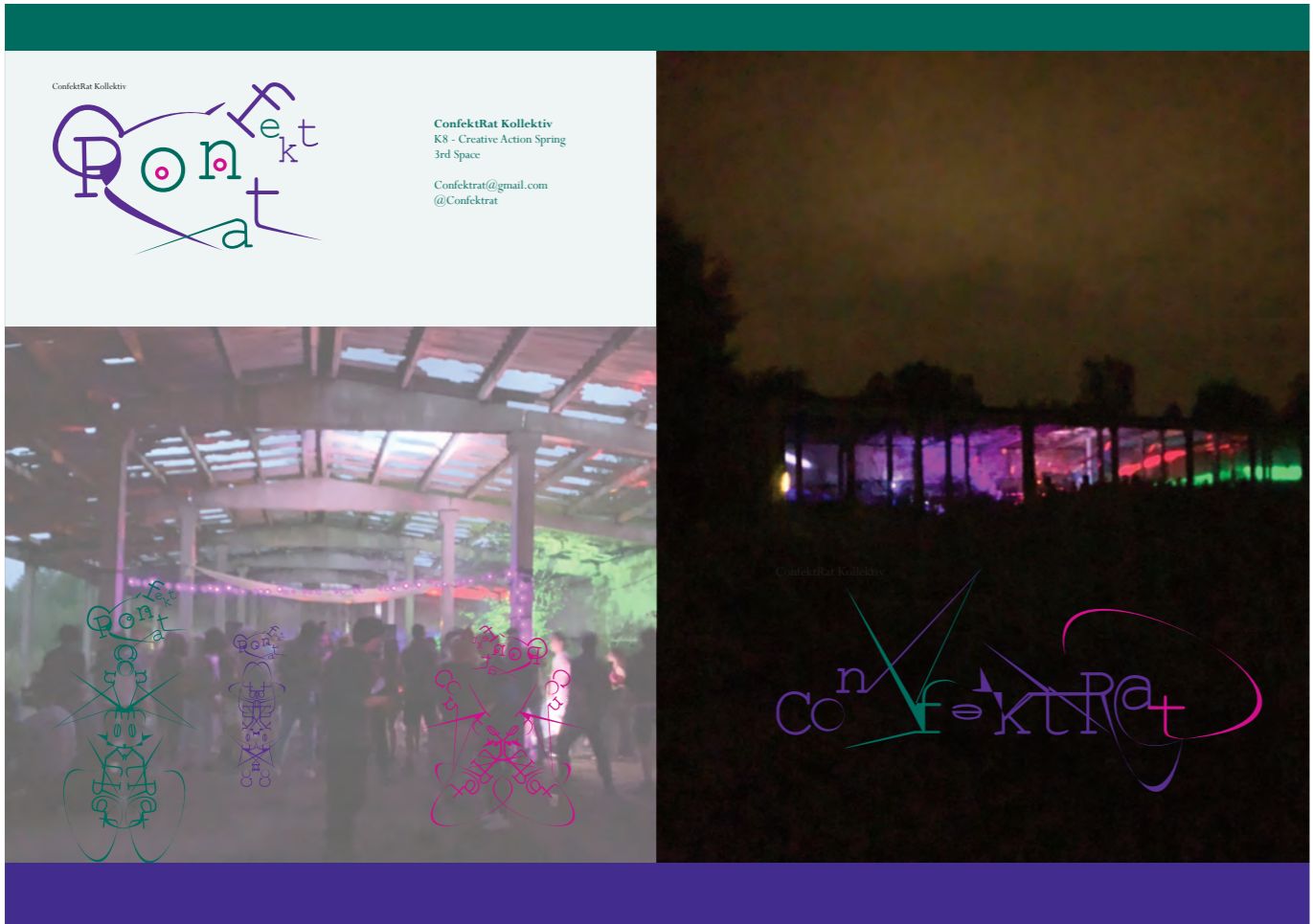
Vorderansicht



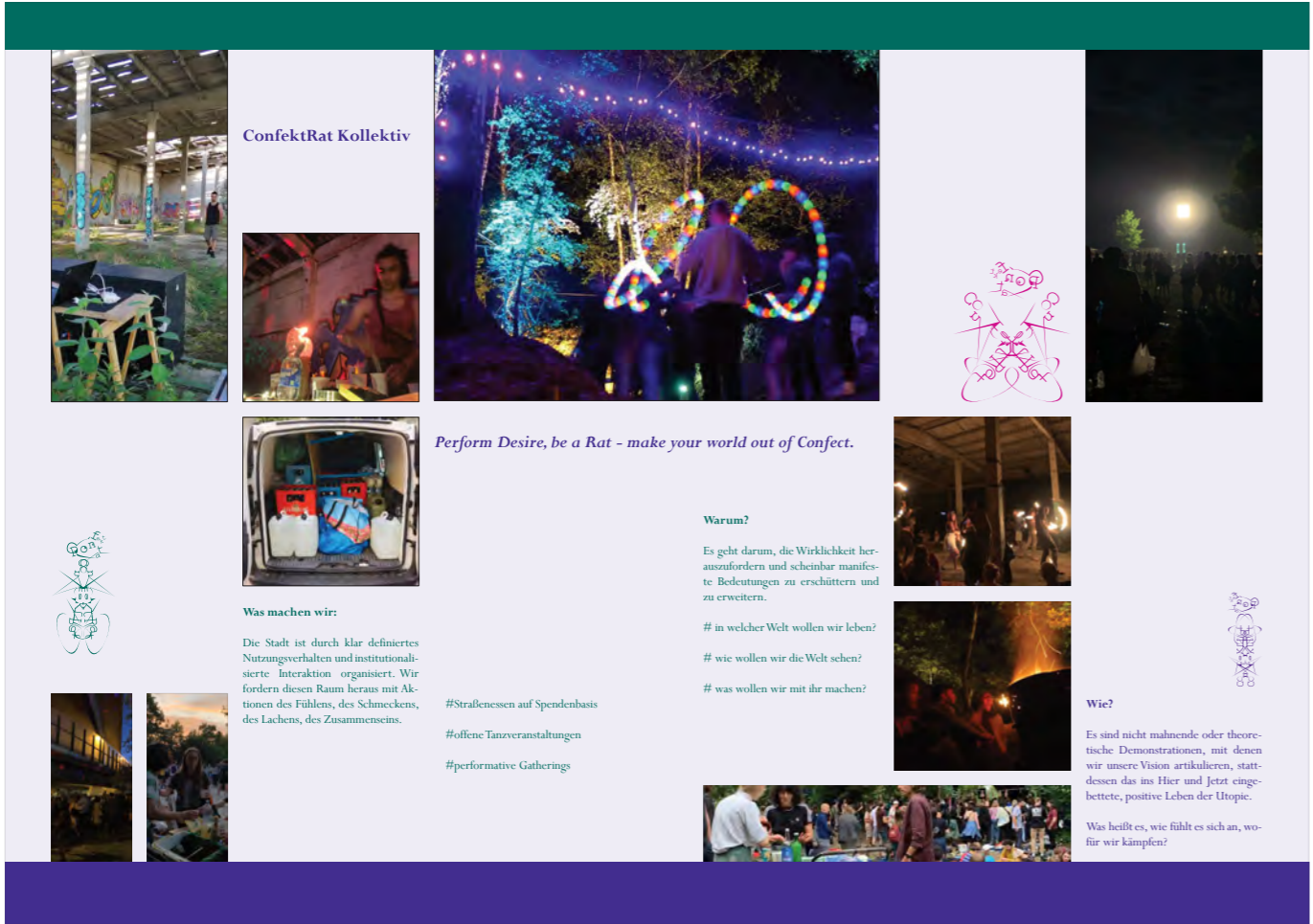
Hinteransicht



Anwendung 2 : Visitenkarte



Anwendung 3 : Folder



Anwendung 4 : Flyer

C o n f e k t R a t K o l l e k t i v



Perform desire, be a Rat - make your world out of Confect.

Was

Die Stadt ist durch klar definiertes Nutzungsverhalten und institutionalisierte Interaktion organisiert. Wir fordern diesen Raum heraus mit Straßenessen auf Spendenbasis, spontanen Tanzveranstaltungen und emotionale Performances.

Warum

Es geht darum, die Wirklichkeit herauszufordern und scheinbar manifeste Bedeutungen zu erschüttern und zu erweitern. In welcher Welt wollen wir leben, welche Welt wollen wir sehen, auf welche Welt wollen wir reagieren?

Wie

Es sind nicht mahnende oder theoretische Demonstrationen, mit denen der Jetzt-Zustand erreicht zu werden versucht, stattdessen das ins Hier und Jetzt eingebettete, positive Leben der Utopie. Was heißt es, wie fühlt es sich an, wofür wir kämpfen?