

DIE DNA DER DEMOKRATIE



AUFGABENSTELLUNG

23. Mai 1949: Mit Stift und Tinte besiegelt Konrad Adenauer das Grundgesetz. Das ikonische Foto der Unterzeichnung ging um die Welt – als Momentaufnahme der Entstehung unserer heutigen Demokratie. Zum 75. Jubiläum gab es jedoch nicht nur Grund zum Feiern.

Deutschland im Jahr 2024: Die freiheitliche Demokratie ist bedroht und verliert durch Populismus, Krisen und Desinformation an Rückhalt. Die Angriffe auf die Demokratie von außen und innen und den politischen Rändern werden durch die Funktionsweisen von Sozialen Medien und medialer Aufmerksamkeitsökonomie verstärkt. Die Mitte der Gesellschaft ist besonders unzufrieden mit der Demokratie. 59% der Deutschen sehen heute die Demokratie in Gefahr.

Als neu gegründetes, durch demokratische Überzeugungen geeintes Kollektiv, bestehend aus Personen aus der Medien- und Kreativ-Wirtschaft, Journalismus, Kunst und Wirtschaft wollten wir Demokratie und Grundgesetz mehr Sichtbarkeit verleihen, ihre unverändert zentrale Bedeutung hervorheben und öffentlichen Diskurs anregen.

DIE MARKETING- UND WERBEZIELE

- Breite Sichtbarkeit für das Grundgesetz und seine Bedeutung für Demokratie und Gesellschaft erzeugen.
- Die Menschen involvieren und Engagement im Sozialen Netz generieren.
- Die Identifikation mit dem Grundgesetz und seinen Werten stärken.

- Unterstützung für die Anliegen der Initiative gewinnen.

ZIELSETZUNG

DIE AMBITION: KOMMUNIKATION, DIE NICHT ZURÜCKSCHAUT, SONDERN IM HIER UND JETZT WIRKT.

Übergeordnetes Ziel der Initiative ist es, Aufmerksamkeit und Diskussion rund um Grundgesetz und Demokratie zu schaffen. Weder durch eine erwartbare 75-Jahre Kampagne mit viel Erinnerungskultur, Adenauer und metaphorisch erhobenem „Wehret den Anfängen“-Zeigefinger, der viele nicht mehr erreicht. Noch durch gutgelaunte Konsenskommunikation ohne Ecken und Kanten, die in Zeiten von Algorithmen und Content-Overload einfach nicht durchdringt. Sondern durch außergewöhnliche Kommunikation, die Aufmerksamkeit schafft, Diskussionen anstößt, die Menschen involviert und dem Grundgesetz die Bühne gibt, die es verdient – zum Jubiläum und weit darüber hinaus.

STRATEGIE

Die große Mehrheit der Menschen nimmt das Grundgesetz im alltäglichen Leben nicht wahr; Demokratie wird als gegeben und selbstverständlich hingenommen. Das Problem: Während die Verfassungsfeinde die freiheitliche Gesellschaftsordnung sehr lautstark untergraben, sind Grundgesetz und Demokratie selbst kaum hör- und sichtbar. Neue gesellschaftliche Herausforderungen erfordern deshalb neue Wege politischer Kommunikation.

CASE SUMMARY

Zum 75. Jubiläum des Grundgesetzes initiierten wir eine Kampagne, um die bedrohte Demokratie in Deutschland zu stärken. Durch DNA-Tinte, die das Grundgesetz kodiert, und umfangreiche Medienkooperation wurden 297 Mio. Presse- und 54 Mio. Social-Media-Kontakte erzielt, Diskussionen gefördert und breite Unterstützung mobilisiert.

DER HEBEL: EIN NEUES VERSTÄNDNIS DES GRUNDGESETZES – ALS DNA UNSERER DEMOKRATIE.

Denn so wie DNA als biologisches Speichermedium unsere individuelle Identität kodiert, definiert das Grundgesetz unsere kollektive Identität als demokratische Nation. Es ist der fundamentale Bauplan für unser Zusammenleben – und ist dabei so essenziell und so unsichtbar wie DNA.

UMSETZUNG

EIN NEUES MEDIUM: DAS GRUNDGESETZ WIRD ZU DNA – UND IN TINTE GESPEICHERT.

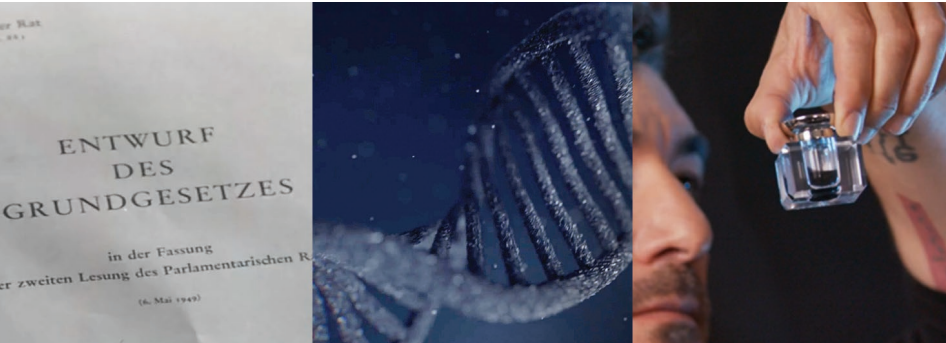
Zum 75. Jubiläum der Unterzeichnung machen wir die Tinte selbst zum Instrument der Demokratie. Die Idee: Wir machen Demokratie sichtbar – in Zusammenarbeit mit führenden Wissenschaftlern entwickeln wir Tinte, die in jedem Tropfen das gesamte deutsche Grundgesetz, kodiert in synthetischen DNA-Strängen, enthält.

Zum Auftakt der Initiative druckt die Süddeutsche Zeitung anlässlich des 75. Jahrestages der Grundgesetz-Unterzeichnung mehr als 500.000 Sonderausgaben mit der DNA-Tinte.

Füllfederhalter mit der Tinte werden öffentlichkeitswirksam im Rahmen der Jubiläumsfeierlichkeiten an politische Entscheidungsträger*innen – darunter Bundesminister*innen und Ministerpräsident*innen – überreicht, die ab dann im Namen des Grundgesetzes signieren. Die Übergaben markieren den Startschuss einer längeren Kampagne.

In der Multiplikatorenkampagne werden über 100 prominente Unterstützer*innen – von Margot Friedländer über Tim Höttges, Tina Müller und Karl-Theodor zu Guttenberg bis Maja Göpel – zu aktiven Botschafter*innen des Grundgesetzes.

Durch Kooperationen mit Correctiv, verschiedenen Werbefläche zur Verfügung stellenden Medienhäusern und Unternehmen wurde die Initiative dann auch in Print, TV, Digital, Crowdfunding und im öffentlichen Raum bundesweit sichtbar. Die Kampagne inszenierte Demokratie als kollektive Aufgabe und übersetzte sie in aktuelle Forderungen („Demokratie muss ...“).



Gezielte PR-Wellen, orchestrierte Themen- und Highlight-Setzung und wiederkehrende Präsenz auf Konferenzen und öffentlichen Veranstaltungen machen DNA of Democracy zum Katalysator für die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit der Bedeutung des Grundgesetzes heute – über Wissenschaft, Politik, Medien und Öffentlichkeit hinweg.

ERGEBNISSE

Die DNA-Tinte wird zum Erfolg auf ganzer Linie. Die Tinte selbst und ihre einzigartige, Wissenschaft und Politik verbindende Innovationsgeschichte macht Presse und Öffentlichkeit aufmerksam. Ein 75 Jahre altes, zwar hochrelevantes, aber im Alltag wenig präsent und sperriges Thema erhält plötzlich eine völlig neue Beleuchtung und ist Aufhänger für journalistisches Storytelling.

Der neuartige Ansatz politischer Kommunikation schafft Sichtbarkeit für Grundgesetz und Demokratie: DNA of Democracy erreicht 297 Mio. Kontakte über Presseberichterstattung und 54 Mio. Kontakte im Social Web.

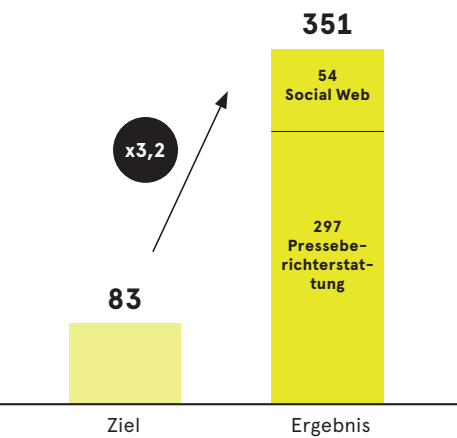
Die Kampagne aktiviert und involviert die Menschen, schafft hohes Engagement in den Sozialen Netzen und generiert knapp eine Viertelmillion Interaktionen – für ein schwieriges Thema. Die neuen Perspektiven und Denkanstöße leisten einen gesellschaftlichen Beitrag: Wer DNA of Democracy kennt, identifiziert sich stärker mit dem Grundgesetz und seinen Werten.

Die überwiegende Mehrheit der Menschen unterstützt die Kampagne mit ihrem Anliegen und wünscht sich

eine Weiterführung: 3 von 4 sagen, die Kampagne habe sie positiv auf die Bedeutung von Demokratie und Grundgesetz aufmerksam gemacht; 4 von 5 sind für eine Weiterführung der Initiative.

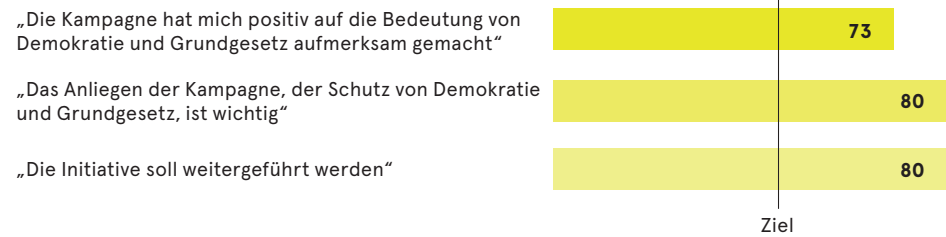
Die DNA-Tinte schafft eine Plattform, die dem alten Thema neue Aspekte, neues Momentum und neue Mitstreiter*innen beschert. Insbesondere die Vielfalt und Vielzahl der Unterstützer*innen aus Politik, Wirtschaft, Medien, Sport, Entertainment, Wissenschaft und Journalismus und öffentlichem Leben lassen sich nicht ohne weiteres quantifizieren – aber stellen den vielleicht größten Erfolg von DNA of Democracy dar.

HOHE SICHTBARKEIT UND REICHWEITE IN PRESSE UND SOZIALEN NETZ



Benchmark = Gesamtbevölkerung 82 Mio.
Quellen: Presse: IVW, AGOF, AGMA, AGF und Medien-Monitoring durch MSL Germany. Social Media: LinkedIn, Instagram und X.

GROSSER ZUSPRUCH FÜR INITIATIVE; FORTFÜHRUNG GEWÜNSCHT



Basis: Erwachsene 18–59 Jahre. Quellen: Seven.One Media / Payback, Online-Befragung, n=1.561 im Mai 2025