

MAKE LINKS SEXY AGAIN



*Een simpel handboek voor
een sexy beweging*

Pinopotato



Dit ben ik, Pinopotato

MAKE LINKS SEXY AGAIN

ONTWERPEN OP LINKS

Als maatschappelijk kunstenaar
'Pinopotato' werk ik voor een
heleboel progressieve clubs.

Mijn hart gaat sneller kloppen
van 'mooie plaatjes', die je binnen
vijf seconden begrepen hebt.

WAAROM IS DIT NODIG?

Het fascisme zit in de lift. We moeten álles uit de kast trekken om het tij te keren. Daarvoor geldt: ***'Make Links Sexy Again'.***

Want met een 'muffige beweging' kunnen we het wel vergeten. Ik wil dus pakkende slogans zien, **beelden die je doen kwijlen** & protesten waar je FOMO van krijgt.



Zeefdruk 'Make Nederland Gezellig Again'

MAAR WAT IS DIT DAN?

Met dit **gratis handboek*** kun jij zelf je eigen acties, posters en politieke strategie vormgeven.

Het is gebaseerd op mijn eigen ervaring als kunstenaar. Hou je van directe, ironische en kleurrijke campagnes? *Keep reading...*

*ja, deze gids is gratis. Studio Pinopotato heeft echter wèl het copyright. Tekst & beeld dus niet zomaar kopiëren, zonder mijn expliciete toestemming. Dankjewel!



Grote bon tegen de BTW-verhoging

WE STAAN AL 1-0 VOOR, WANT...

**NIKS ZO 'HOT' ALS
EEN LEEFBARE
AARDE, SCHONE
LUCHT, BETAALBARE
WONINGEN, VRIJ
ONDERWIJS EN
EEN BEETJE MEER
WERELDVREDE.**



Protest tegen fascisme & racisme, 2025

DIT STAAT ER

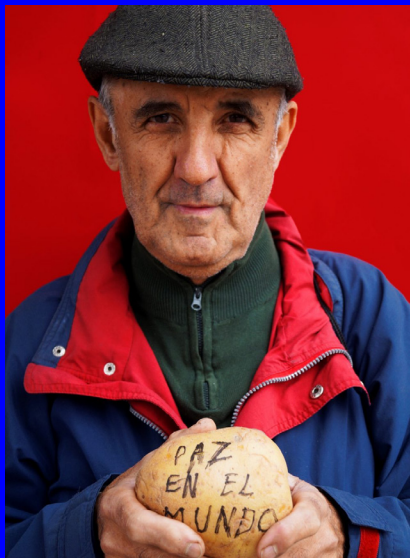
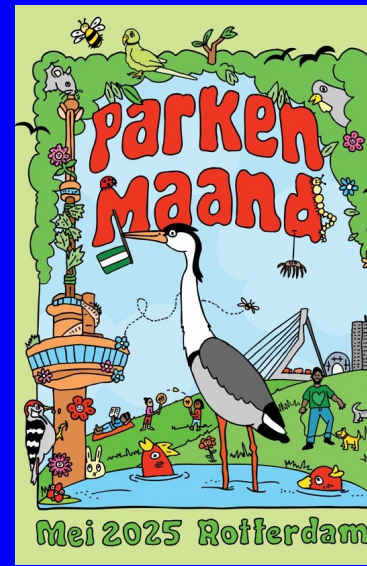
DESIGN

- 1 Zeg waar het op staat
- 2 De 'paar seconden' regel
- 3 Alle ruis eruit!
- 4 Fuck je huisstijl
- 5 Doe iets radicaal anders
- 6 *Go big or go home*

IN DEZE GIDS

STRATEGIE

- 7 Neem je platform serieus
- 8 Maak een grapje ofzo
- 9 Ga toch framen!
- 10 Lobby als een echte pro
- 11 Leve de onderbuik
- 12 Je maakt het niet voor jezelf



1



Anti-VVD campagne, 2023

ZEG WAAR HET OP STAAT

Waar ben je voor? Waar ben je tegen? Zet dit in zo weinig mogelijk woorden op je poster(s). Pontificaal. **Overduidelijk.** Leesbaar.

Gebruik directe en feitelijke taal. Sluit af met je '*call to action*'.



Campagne voor de straatduif, met Mediamatic

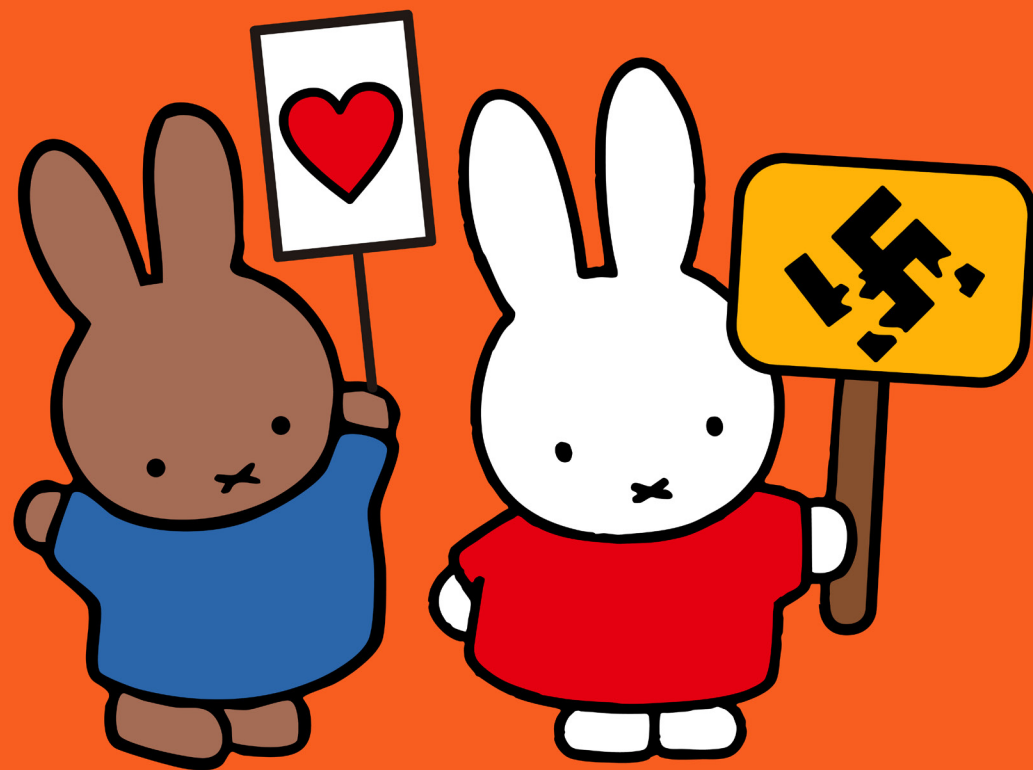
DE 'PAAR SECONDEN' REGEL

De meeste mensen kijken maar **vijf seconden** naar jouw ontwerp. Zorg dat je boodschap binnen dat tijdsframe te begrijpen is.

Als dat is gelukt, kijken ze misschien nog 5 à 10 seconden. Dan moet alle 'secundaire' info helder zijn.

Less = écht more.

22 maart 14:00 uur
demonstratie tegen fascisme



de Dam, Amsterdam

Nijntje tegen de nazi's

ALLE RUIS ERUIT!

Extra objecten, tientallen logo's
enorm in beeld, dat éne zinnetje
dat het 'net wat beter uitlegt'?

Waarschijnlijk leidt het gewoon tot
een **information overkill**. En dan
ben je je publiek sowieso kwijt.
MAND!!

Dit is de eeuwige strijd van ontwerper vs. klant...
De klant wil er extra informatie op, de ontwerper denkt:
“NEEEE, JE VERPEST HET PERFECTE PLAATJE.”



Pinopotato vs. huisstijl Milieudefensie: 0-1

FUCK JE HUISSTIJL

Durf je huisstijl op gezette tijden **uit het raam te kieperen.** Herkenbaarheid is belangrijk, maar als je jezelf daarmee een fantastisch concept door de neus boort, ben je dom bezig.

Een huisstijl moet je organisatie versterken, niet vleugellam maken.



Het 'tering-regering' t-shirt is inmiddels vintage verklaard

DOE IETS RADICAAL ANDERS

Hoe genereer je aandacht? Met iets **origineels en onverwachts.** Bedenk een uniek icoon, een fantastische woordgrap of ga voor een unieke, *cringy* stijl.

Geen inspiratie? Het overgrote deel van de kunstenaars & ontwerpers is knijterlinks. Bel ze gewoon.



Een 'hele berg bewijs' in de klimaatzaak tegen ING

GO BIG OR GO HOME

Size matters: soms mag best je **een groot gebaar** maken, om te laten zien waar je voor staat. Dit kan veel media-aandacht opleveren. Handig!

Zorg ervoor dat je concept goed past bij je locatie, doelgroep en context. Inspiratie nodig? XR is Koning der Originele Acties...

DE FASCISTEN SONT ARRIVÉS...

DUS HOP, HANDJES
UIT DE MOUWEN! LAAT
MAAR EENS ZIEN
WAAR 'LINKS' VOOR
STAAT, DOOR HET
GEWOON TE DOEN.



Een poging het imago van de meeuw te beschermen



Met de bakshow 'Heel Holland F#cked' mochten los voor de FNV

NEEM JE PLATFORM SERIEUS

Plaats geen 'boomer-content' op Instagram, of TikTok-achtige video's op LinkedIn. Dat slaat dood. **Pas je content aan** op het platform dat je gebruikt.

Anders kom je over als een ouwemensenclub die achter de feiten aanloopt.

Ter inspiratie, dit zijn clubs die het snappen: WNF, Greenpeace, Ben & Jerry's USA, RyanAir, Duolingo, Hema, FNV YoungUnited, Oxfam Novib, Jos D'Haese (PvdA België), Leftlaser.



Laat een duif voor je kiezen.

MAAK EEN GRAPJE OFZO

Humor is een **strategisch wapen** dat je slim kan inzetten om veel mensen te bereiken en het debat naar je hand te zetten.

Ja, dat geldt ook voor ‘serieuze organisaties’. Twijfel je of je grapje wel kan? Leg het gewoon even aan wat mensen voor.



GA TOCH FRAMEN

De fluwelen handschoentjes mogen uit; we staan tegenover **oligarchen en fascisten.** Ook jouw doelgroep vindt dit doodeng.

We mogen er dus best wat harder ingaan, in plaats van die eeuwig zalvende, optimistische toon. Tijd om rechts creatief 'terug te framen', zoals ze dat bij ons doen.

Proefballonnetje: laten we extreemrechts gaan framen als stinkerig, muf en lelijk. Daar wil je toch niet bijhoren?!



Onderzoeksproject over lobbyen bij de EU, in samenwerking met Myrthe Krepel

LOBBY ALS EEN ECHE PRO

We moeten álle vormen van actie ondernemen. 'Alleen protesteren' **slaat volledig dood** als we er geen strategische lobby aan verbinden.

Volg de politieke agenda voor momentum, schrijf *position papers* voor commissies, ga met (lokale) politici praten, bestorm *social media* én bel de kranten.

Vette aanrader: volg ook eens een 'saaie' cursus lobbyisme. Leer de macht kennen - en zet 'm naar je hand.

protest



tegen extreemrechts
zaterdag 10 mei @ utrecht

LEVE DE ONDERBUIK

We zijn geen puur rationele wezens. We handelen vaak vanuit intuïtie - het 'onderbuikgevoel'. Als je therapeut je leert dat je je **emoties niet mag negeren**, doe dat dan ook niet in je (politieke) strategie. 😊

Wat wil je dat mensen vóelen als ze naar jouw beeld kijken? En wat moet die emotie in gang zetten?



Ben je progressief? Wees dan ook eens progressief (creatief!) in je methoden

JE MAAKT HET NIET VOOR JEZELF

Als je krampachtig vasthoudt aan 'hoe je het altijd doet', dan saboteer je jezelf. Laat de teugels van je stokpaardje soms ook een beetje vieren.

Je maakt het namelijk niet voor jezelf, **je maakt het voor een ander.** Bedenk dus altijd: hoe ziet dit eruit door de ogen van een vreemde? En werkt het dan wel?

**BEN JE BOOS? PLUK
GÉÉN ROOS. BEGIN
EEN PROJECT. ZET JE
WOEDE OM IN IETS
MOOIS DAT BIJ JE
PAST. LOS DAARMEE
JE EIGEN GEVOEL VAN
MACHTELOOSHEID OP.**



Rotterdams kunstwerk voor het kindermuseum Villa Zebra @ Rotterdam

KOM JE ER NIET HELEMAAL UIT?



WIL JE MEER LEREN?

NEEM DAN CONTACT MET MIJ OP!

Ik ben te boeken voor al
uw ~~feesten en partijen~~,
ontwerp- en kunstklussen,
conceptontwikkeling,
brainstorms, 3D-installaties,
workshops en praatjes.

info@pinopotato.com
instagram: @pinopotato
pinopotato.com