

Die Aktion «Mir langets» und ihre KritikerInnen

Ein ganzseitiges Wahl-Inserat einer schweizerischen Partei auf der Titelseite der Pendlerzeitung "20 Minuten" war für Donat Kaufmann, einen 26 jährigen Studenten, Anstoss, mittels Crowdfunding ein Projekt zu lancieren. Sein Intention war, mittels unzähliger Mikro-Spenden die Titelseite von "20 Minuten" zu kaufen, um eine Zeichen gegen undurchsichtige Parteifinanzierung und Inhaltslosigkeit im Wahlkampf zu setzen.