

WHITE RIBBON ÖSTERREICH

Verein von Männern zur Prävention männlicher Gewalt

Jahresbericht 2001

Plakataktion in Wien: im Wiener Raum konnte mit der Unterstützung des BMI eine Plakataktion auf breiter Ebene durchgeführt werden. Dabei wurden vier Sujets entworfen, auf denen Männer Gedanken zur Gewalt von Männern in Beziehungen äußern. Diese Plakate wurden in 20 U-Bahn Stationen (bis Juni 2002) angebracht, weiters auf 1.124 Werbeflächen auf Männertoiletten, sowie auf den Umschlägen des Lesezirkels in der ersten Juli Woche („Alles Auto“) und in der dritten September Woche („News“). Die Reaktionen waren zahlreich und sehr positiv, die Anzahl der Anrufe und Ribbon Bestellungen (v.a. aus dem Raum Wien) erhöhte sich deutlich.

Ribbon Versand: wie oben schon erwähnt, erfolgte insbesondere durch die Plakataktion ein starker Andrang auf die Ribbons. Bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt wurden im Jahr 2001 etwa 2700 Ribbons versendet. Dabei erfolgten 85% der Bestellungen durch Männer. Es ergaben sich weiters Kooperationen mit ÄrztInnen, einem Zeitschriftenladen, Sportcentern, Schulen, Hotels, Modelagenturen, diversen privaten Firmen u.v.m. die Folder auflegen und so für eine weitere Verbreitung der Kampagne sorgen. Weiters wurden auch bei Infotischen und Veranstaltungen Ribbons und Informationsmaterial an den Mann gebracht. In regelmäßigen Abständen ergeht ein Informationsmail an die Ribbon BestellerInnen, um sie über die Aktivitäten der Kampagne am laufenden zu halten.

Pressearbeit: Die Zusammenarbeit mit der Presse stellt ein kontinuierliches Arbeitsfeld für die Kampagne dar, um im öffentlichen Raum vorhanden zu sein. Besonders anlässlich der Plakataktion und der Enquete wurde dies intensiviert. Im Oktober bekam White Ribbon im Online Magazin „DieStandard“ eine besondere Auszeichnung für die Plakate (sog. ‚Zuckerl‘). Daneben war es uns auch möglich etwa in der Barbara Karlich Show die Kampagne zur Sprache zu bringen, ein Mitarbeiter von White Ribbon Österreich überreichte einem Diskussionsteilnehmer ‚live‘ eine weiße Schleife.

Enquete ‚Wege aus der Gewalt‘: Am 6. Dezember 2001 fand die Enquete ‚Wege aus der Gewalt‘ im Wiener Rathaus statt. Hier wurden mit Vorträgen von internationalen Fachleuten Ansätze gewaltpräventiver Arbeit mit Männern reflektiert um Impulse für weitere Möglichkeiten und Strategien zu gewinnen. Die mit ca 150 Personen gut besuchte Veranstaltung brachte interessante Diskussionen, und leistete insbesondere im Bereich der Vernetzung verschiedener Institutionen und Personen gute Arbeit. Impulse für weitere Aktivitäten gab es vor allem in den Bereichen Jungenarbeit und Plakataktionen in anderen Bundesländern.

‚Education Kit‘: mit Unterstützung des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur hat eine Arbeitsgruppe eine Adaption bzw. Weiterentwicklung einer kanadischen White Ribbon Unterlage zur gewaltpräventiven Jungenarbeit abgeschlossen. Diese Unterlage soll in weitere Folge zur Anregung jungenspezifischer Gewaltprävention im Fort- und Ausbildungsbereich von LehrerInnen, PädagogInnen, JugendarbeiterInnen etc. dienen, und in den entsprechenden Institutionen in Workshops vermittelt werden.

Vernetzungsarbeit in den Bundesländern: Zur Vernetzung, die der Österreichweiten Öffentlichkeitsarbeit dienen soll, erfolgten Informations- und Vernetzungstreffen in Linz, Salzburg und Klagenfurt. Die daraus resultierenden Kooperationen beziehen sich z.Zt. vor allem auf die Plakatkampagne, die auf die erwähnten Städte bzw. auch Bundesländer ausgedehnt werden sollen. Als Kooperationspartner traten neben den jeweiligen Männerberatungsstellen etwa die VHS Linz (Einladung zu VHS Fortbildungsvortrag im Jänner 2002), die Katholische Männerbewegung (etwa teilweiser Ribbon Versand in Oberösterreich, Vortrag in Kärnten), oder auch das Frauenhaus Wels (Einladung zu einer öffentlichen Veranstaltung / Vorstellung der Kampagne) an uns heran.

Internationale Vernetzung: international gab es einerseits die Zusammenarbeit mit der europäischen Koordinationsstelle in Brüssel („City&Shelter“), wobei die österreichische Kampagne auf der aktuellen CD-Rom des „European Profeminist Men’s Network“ vertreten ist. Weiters wurde mit der kanadischen Kampagne Kontakt gehalten, um Termine und Aktionen zeitlich zu koordinieren.

Workshop/Informationsveranstaltungen: Workshops und Informationsveranstaltungen erfolgten einerseits im Rahmen der Vernetzung mit den Bundesländern. Weiters war die Kampagne bei verschiedenen Fortbildungen im Sozialbereich eingeladen, vor allem in Kooperation mit der Männerberatung Wien, aber auch darüber hinaus (z.B. Schulabschluss-Event im 23. Bezirk u.ä.). Weiters wurde ein Informationstisch anlässlich der Präsentation der Plakatkampagne am Wiener Westbahnhof abgehalten (in Kooperation mit der AÖF), wo direkt mit Männern Kontakt aufgenommen wurde. Im September nahm die Kampagne auch an der „Visionale“ (eine Messe und Plattform für zivilgesellschaftliche Vereine und Initiativen) mit einem Informationsstand teil.

Benefizveranstaltungen zugunsten von Opferschutzeinrichtungen: am 8. März, dem internationalen Frauentag, wurde der Anlauf unternommen eine Benefizveranstaltung durchzuführen. So erfolgte in Zusammenarbeit mit dem österreichischen Musiker und Liedermacher Thomas Raab ein Informationstisch, bei welchem für Opferschutzeinrichtungen gesammelt wurde. Weiters wurden Ribbons für Frauen- bzw. Opferschutzeinrichtungen kostenlos zur Verfügung gestellt, die Einnahmen aus diesen Spenden kommen diesen direkt zu.

Prominente Männer: die Kampagne bemühte sich neben der Einbindung bisheriger Prominenter (etwa Frank Hoffmann), weitere Männer zu gewinnen, die in der Öffentlichkeit die Kampagne unterstützen. Mit Andreas Jäger konnte dafür ein prominenter Radio-/ ORF Moderator gewonnen werden, weiters auch Bernhard Baumgarnter (alias „Alois“ in der Ö3 Sendung „Mahlzeit“).

Homepage: die Homepage wurde im Laufe des Jahres immer weiter ausgebaut, und wurde sehr zahlreich besucht, es gab knapp 50.000 Zugriffe. Die Homepage dient als Anlaufstelle und Kommunikationspunkt, auf der auch z.B. die Plakate zum Download bereitstehen. Ebenso gab es einen regen Besuch des Diskussionsforums und des Gästebuches (hier gab es z.B. seit Einrichtung über 2.800 Zugriffe).

Sponsoring Partner: es wurde versucht Sponsoring-Partnerschaften aufzubauen. Neben den staatlichen/öffentlichen Institutionen (MA 57, BMI, BMWUK) gibt es Kooperationen mit Tack-Training, mit M-Line, sowie One.

Vergrößerung der White Ribbon Arbeitsgruppe: auch hier gelang es das angestrebte Ziel, mehr Männer für die konkrete Mitarbeit zu gewinnen umzusetzen. Neben einmaligen Besuchen aus Interesse, kristallisierten sich auch einige weitere dauerhafte Mitarbeiter heraus.

Projektplanung für 2002

Die im letzten Jahr aufgebauten Projekte zur Bewusstseins- und Öffentlichkeitsarbeit sollen noch weiter ausgebaut werden, um langfristig eine Österreichweite Breitenwirkung zu erreichen.

Ribbon Versand: Der Versand soll aufrecht erhalten werden, wobei auch der Aufbau lokaler Versandstandorte in den Bundesländern geplant ist. Weiter sollen auch die Plakate der Kampagne für den Kleinversand zugänglich gemacht werden.

Plakataktion: Die Plakate sollen für Schulen, UnterstützerInnen, Institutionen etc. zugänglich gemacht werden, sowie in Kooperation mit z.B. Männerberatungsstellen /Opferschutz-Einrichtungen in den Bundesländern die Schaltung der Sujets in anderen Städten erreicht werden.

Homepage: Es ist ein optischer Relaunch der Homepage vorgesehen, sowie einige Neuerungen bezüglich Diskussionsforum und Gästebuch. Lang- und mittelfristig soll die internationale Version der White Ribbon Schleife sichtbar werden und als optische Trademark in den Vordergrund rücken.

Video-Spot: von White Ribbon Kanada liegt ein Video-Spot vor, der das Engagement von Männern gegen Männer-Gewalt und die White Ribbon Kampagne zum Inhalt hat. Dieser soll eine deutsche Synchronisation erfahren, und im öffentlichen Raum gezeigt werden (TV, U-Bahn Spots, Mind-It Spots usw.).

Education Kit Workshops: das von White Ribbon Österreich erarbeitete Education Kit (eine Arbeitsunterlage für gewaltpräventive Jungenarbeit) soll in Workshops für Männer die mit Jungen arbeiten (Lehrer, Jugendzentren etc.) vorgestellt und zugänglich gemacht werden. Außerdem wird eine englische Übersetzung angestrebt, um eine weitere Verbreitung der Materialien zu ermöglichen.

Infotische: die Möglichkeit der Infotischen, die im laufenden Jahr mehrfach und unter guten Zuspruch genutzt wurde, soll weitergeführt werden. Hier wird wie schon zuvor eine Kooperation mit Opferschutzeinrichtungen angestrebt.

Benefizveranstaltungen zugunsten von Opferschutzeinrichtungen: es sollen weitere Benefizveranstaltungen durchgeführt werden, insbesondere zum 8. März. Dies soll auch als Anlass genommen werden, die vielen Unterstützer der Kampagne auch öffentlich sichtbar zu machen.

Vortragstätigkeit: Vorträge in interessierten privaten, wie öffentlichen Einrichtungen sollen wie gewohnt auch 2002 stattfinden. Gerade aus diesen Vorträgen ergeben sich häufig wichtige Kooperationen bzw. auch Fördermittel.

Prominente Männer: es sollen weitere prominente Männer gefunden werden, die sich für die Kampagne zur Verfügung stellen. Insbesondere Männer aus den Bereichen Sport und Musik wären ideale Multiplikatoren für ein gewaltfreies und zugleich attraktives männliches ‚Leitbild‘.

Projektidee ‚freiwillige Gewalttäterarbeit‘: aus den Erfahrungen und Rückmeldungen auf die Plakatkampagne ergibt sich, dass auch Männer erreicht werden, die freiwillig an ihrer Täter-Problematik arbeiten wollen. Es wurde die Idee angedacht, dies mit eigenen Sujets im öffentlichen Raum zu thematisieren, und dies an die Maßnahmen der Gewalttäterarbeit in der Männerberatung Wien anzubinden.

Vernetzung: es gilt die Vernetzungen auf nationaler wie internationaler Ebene weiter auszubauen, und hier weitere gemeinsame Aktionen durchzuführen. Dies ist auch für die weitere Sponsoring-Arbeit von großer Bedeutung.

Anstellung Projektkoordinator: wie aus obiger Planung ersichtlich wird, ist zur Umsetzung und Weiterführung der Kampagnenziele, die Anstellung einer koordinierenden Person unbedingt notwendig. Da diese Arbeit im vergangenen Jahr weitaus mehr als die 20 Wochenstunden an Zeit beanspruchte wird die Koordinationsstelle dieses Jahr mit 30 Wochenstunden beantragt.