

## Plakatkampagne:

# Wann Sex gemacht wird, bestimmt er

Medienarbeit ist ein effektives Mittel, um Einstellungen zu hinterfragen und öffentliche Diskussionen anzuregen. Mit Unterstützung der Werbeagentur Young&Rubicam und der Stadt Frankfurt konnten wir im Frühjahr 2006 eine vierwöchige Plakatkampagne starten. Die Motive zeigen: Vergewaltigung, sexuelle Belästigung, Einschüchterung sind keine Randgruppen-phänomene, sondern alltägliche Erfahrung von vielen Frauen. Die breite Resonanz auf die Kampagne unterstreicht, wie wichtig aufklärende Öffentlichkeitsarbeit für Tabuthemen ist. Gleichzeitig wurde die Telefonnummer des Frauennotrufs Frankfurt noch bekannter.

Immer wieder blieben Passanten stehen und stutzten. „Wann Sex gemacht wird, bestimmt er“, ist der Gedanke einer jungen Frau beim romantischen Picknick zu zweit; „Wenn ich ihn nicht ranlasse, bin ich die nächste, die fliegt“, sagt sich eine Businessfrau in einem Meeting; „Ich bin ein Stück Dreck. Er hat Recht“, denkt eine Mutter, die mit ihrer Tochter beim Frühstück sitzt. Harmlose Momentaufnahmen werden knallharten Texten gegenübergestellt, typische Gedanken vergewaltigter und sexuell belästigter Frauen offen angesprochen.



## Zum Dialog anregen

Mehr als einen Monat lang waren im Frühjahr 2006 die vier Plakatmotive auf rund 140 Stellwänden in Frankfurt am Main zu sehen. Nicht nur an zentralen Stellen in der Innenstadt, sondern auch an Ausfallstraßen und in U- und S-Bahnstationen. Die Frankfurter Werbeagentur Young & Rubicam Germany entwickelte die Plakatkampagne aus sozialem und persönlichem Engagement heraus kostenlos für den Frauennotruf Frankfurt. Ein Zuschuss der Stadt Frankfurt am Main ermöglichte es, die Motive großflächig im Frankfurter Stadtgebiet zu plakatieren.

„Die Plakate enthalten genau die Botschaften, die wir vermitteln wollen“, sagt Angela Wagner von der Beratungsstelle Frauennotruf Frankfurt. Mithilfe der Werbeprofis konnte die Aufmerksamkeit erregt werden, ohne zu schockieren oder zu diskriminieren.

Das Konzept ging auf, wie die Reaktionen von Passanten zeigen.

## Lob von Passanten und Fachleuten

Fachleute lobten, dass die Motive deutlich machen, wie „vielfältig Gewalt gegen Frauen ist“. Diverse Einrichtungen haben den Wunsch geäußert, die Motive für ihre weitere Öffentlichkeitsarbeit zu übernehmen.

Breite Zustimmung erhielt die Kampagne auch im Internet. Dort konnten auf der Webseite des Frauennotrufs die vier Plakatmotive angesehen und direkt kommentiert werden. Immer wieder hervorgehoben wurde in den Kommentaren die Tatsache, dass „ganz ‚normale‘ Frauen“ gezeigt werden und damit auch „mit dem Bild aufgeräumt wird, mir kann so etwas nicht passieren“ (siehe auch nebenstehenden Kasten).

Positiv überrascht hat – und auch dies ist ein Erfolg – , dass es nicht zu den befürchteten Schmierereien oder Zerstörungen an den Plakatwänden kam, obwohl sexualisierte Gewalt gegen Frauen ein stark polarisierendes Thema ist. „Es ist schade, dass die Gelder nur für einen Monat Plakatierung ausreichen, gerne würden wir die Plakate erneut zeigen“; bedauert Judith Müller von der Beratungsstelle Frauennotruf Frankfurt.