

Design-Wettbewerb

Entwurf einer Plakatserie und Aktionslogo zum Thema
„Menschenhandel und Sklaverei im 21. Jahrhundert“

Start: 6. Oktober 2011

Abgabe: 10. November 2011

Worum geht es?

Menschenhandel als Wegbereiter für eine moderne Sklaverei kommt auch in unserer Zeit und vor allem auch in Deutschland vor! Es gibt mehrere Formen von Sklaverei, die Zwangsprostitution von Frauen und Kindern sowie die Arbeitsausbeutung gelten als die verbreitetsten Formen, doch auch Zwangsheirat, Zwangsadoption und Organhandel gehören dazu. Die meisten Menschen werden unfreiwillig und aus einer grossen Not (Armut, Verschuldung, fehlende Bildung) über Menschenhändler weltweit in die Sklaverei „akquiriert“. Dabei geht es nicht nur um Länder in Asien oder Afrika, sondern vermehrt auch in Europa oder sogar Deutschland. Die Betroffenen sind entwurzelt, extrem traumatisiert, stigmatisiert und bedroht. Ein Ausweg erscheint hoffnungslos. Man geht davon aus, dass Menschenhandel neben Waffen- und Drogenhandel weltweit eine der profitabelsten Einnahmequellen in der organisierten Kriminalität ist.

Das Thema Menschenhandel/Sklaverei im 21. Jahrhundert betrifft auch Hamburg. Man geht davon aus, dass Hamburg ein Zielort ist. Die Dunkelziffer ist hoch, die tatsächliche Zahl der ermittelten Fälle in Deutschland mit rund 300 Fällen pro Jahr dagegen sehr gering. Ein Grund liegt in der Verborgenheit dieses Verbrechens, die eine Aufdeckung erschwert. Hinzu kommt die extreme Traumatisierung der Betroffenen und der Perfektion von global organisierter Kriminalität, wodurch es kaum zu formalen Straf-Verfahren oder aussagefähiger Beweisaufnahme kommt. Dieses Thema betrifft uns als Zivilgesellschaft, der Staat kann hier keine Lösungen im Alleingang finden. Daher soll dieser Wettbewerb das Thema aus verschiedenen Perspektiven aufgreifen und sinnvolle Botschaften mittels Plakaten präsentieren.

Durch den Wettbewerb soll mit Hilfe der Kreativität junger, qualifizierter StudentInnen eine Öffentlichkeit für dieses Thema in Hamburg erreicht werden. Das Thema ist komplex. Kommunikation muss einige Besonderheiten in der Ansprache der verschiedenen Zielgruppen berücksichtigen. Je einfacher und prägnanter die Botschaft auf den Plakaten, umso wahrscheinlicher wird ein Aufwachen. Dabei geht es jedoch nicht um Moralisierung, sondern um Mutmachen.

Aufgabe

- In 3er Teams werden zu einem der vier Unterthemen (siehe nächster Punkt) eine Plakatserie, ein Aktionslogo und ein aussagekräftiger Claim entwickelt.
- Die Plakatserie besteht aus mindestens 4 Plakaten jeweils eines für jede Zielgruppe. Weitere Plakatmotive sind auf freiwilliger Basis willkommen.
- Das Aktionslogo soll eine zeitgemässe, aufmerksamkeitsstarke Wort-/Bildmarke sein, die den Zweck erklärt. Dafür ist jede eigene Idee sehr willkommen.
- Die Plakate/Aktionslogo sollen eine konkrete Handlungsbotschaft an den Leser beinhalten. Dabei ist das Team aufgefordert, den Schwerpunkt und Inhalt der Botschaft selbst zu bestimmen.
- Grundsätzlich sollen die Plakate aufklären und motivieren, sich für das Thema zu engagieren. Das Plakat darf aber auch subtil und/oder abschreckend sein.

Themenwahl

Folgende Themen stehen zur Auswahl (es gibt zu den jedem Thema 4 unterschiedliche Zielgruppen und demzufolgend variierende Botschaften):

Thema 1: Zwangsprostitution

Junge Frauen und Kinder (auch Männer) werden unter Vortäuschung falscher Perspektiven in die Zwangsprostitution geschleust/ gelockt. Meist auswegslose Lage für Opfer, da hohe Armut, finanzielle und emotionale Abhängigkeit und Bedrohung, parallel schwerste Traumatisierung und Vergewaltigung. Die Opfer werden in verborgenen Plätzen zu hohen Preisen an die Konsumenten (Freier) verkauft. Über das Ausmass gibt es nur Spekulationen, doch wird von Fachexperten erwartet, dass es ein enormes Dunkelfeld in Deutschland gibt. Neuerdings sorgten sogenannte Loverboys in den deutschen Medien für Aufmerksamkeit. Vereinzelte Razzien der Polizei bringen manche Fälle ans Tageslicht, doch der grosse Teil bleibt verborgen.

Thema 2: Arbeitsausbeutung

Junge Menschen (auch minderjährig) werden aus dem Ausland angelockt mit der Perspektive einer gut bezahlten Arbeitsstelle. Die Realität sieht aber anders aus. Jüngste Beispiele: Gaststättengewerbe, Haushaltsangestellte (Aupair/ im diplomatischen Dienst), Landwirtschaft. Seit 2005 ist Menschenhandel zum Zwecke der Arbeitsausbeutung auch in Deutschland strafbar. Über das Ausmaß gibt es keine aussagefähigen Zahlen. Eine Studie aus dem Jahr 2005 vermutet ca. 15.000 Betroffene in Deutschland jährlich (Cyrus 2005).

Thema 3: Organhandel

Unter Organhandel versteht man im allgemeinen Sprachgebrauch den Handel mit menschlichen Organen zum Zweck der Transplantation. Im Gegensatz zu der erlaubten Organspende an Verwandte oder andere nahestehende Personen ist es in den Ländern der Europäischen Union und in den USA illegal, Lebendspenden gegen Belohnung anzubieten, zu organisieren oder durchzuführen. Grundlage der dennoch seit etwa 1980 aufgetretenen mafiösen Strukturen ist der weltweite erhebliche Mangel an Organspendern, insbesondere für Nieren. Etwa 40.000 Menschen warten in Europa auf eine neue Niere, im Durchschnitt etwa fünf Jahre lang. Organe von lebenden Spendern sind in der Regel besser funktionsfähig als solche von Verstorbenen. Problematisch ist die mit dem wachsenden illegalen Organhandel verbundene Kriminalität, insbesondere in Ländern der sogenannten „Dritten Welt“.

Thema 4: Zwangsadoption

Zwangsadoptionen sind Mittel des staatlichen Eingriffs in das Familienleben. Aus verschiedenen politischen Gründen agiert der Staatsapparat mit der Herausnahme von Kindern aus den Herkunftsfamilien und der Fremdplatzierung in Pflegefamilien. Bei der Durchführung von Zwangsadoptionen handelt es sich um den Missbrauch von staatlicher Gewalt gegenüber dem Bürger. Kennzeichnend für Zwangsadoptionen sind der gezielte Einsatz seelischer Grausamkeiten und psychischer Gewalt gegenüber betroffenen Kindern und Eltern mit der Trennung der bestehenden familiären Bindungen und der anschließenden Ungewissheit über das Schicksal der Familienangehörigen. Auch hier gibt es kriminelle Strukturen: Kinder werden über nebulöse Organisationen zu horrenden Preisen an junge Eltern in Deutschland/weltweit verkauft. Jüngste Beispiele: Kinder aus Haiti und Äthiopien, aber auch über deutsche Babyklappen gab es in der Vergangenheit Gerüchte zu Vorkommnissen.

Zielgruppen und mögliche Botschaften (für jede Zielgruppe mindestens ein Plakat)

- **Zivilgesellschaft:** Schau nicht weg! Ja, es gibt so was auch hier! Auch Dein Kind kann empfänglich sein! Spende, damit geholfen wird!
- **Geschädigte/Opfer:** Vorher: Frauen und Mädchen sollen sich zuerst informieren, bevor sie sich entscheiden einen Job o.ä. aufzunehmen und wenn sie Zweifel haben, an Beratungsstelle wenden; Während/Nachher: Mut machen, sich zu melden und eine Aussage bei der Polizei/ im Strafprozess zu machen und den Prozessverlauf durchzuhalten trotz Trauma und Bedrohung, Aufklärung über das wahre Gesicht von verlockenden Angeboten
- **Firmen:** Menschenhandel ist kein Problem im Ausland, sondern auch hier. Kein Tabu, sondern gute PR, Firmen als Botschafter vor Ort und weltweit, Get involved (Spende)!
- **Konsument/Täter:** egal wie gross Deine Not/Bedürfnis, denke an die Folgen für die Geschädigten, Hilf mit bei der Aufklärung! Melde die Fälle, damit Licht ins Dunkelfeld kommt, damit die Polizei ermitteln kann, damit Opfer eine Chance haben, aus der Situation befreit zu werden

Teilnahmebedingungen

- Die Teilnehmer sind Studenten der Design Factory International (Hauptstudium)
- Die Arbeitsergebnisse und das Bewerberformular müssen in digitaler Form an die Adresse info@concave-consulting.de bis **spätestens 10. November 2011 um 24h** eingereicht sein. Alternativ steht die persönliche Abgabe als Ausdruck bei den Dozenten Yves Nowak/Torsten Weisheit zur Verfügung.
- Die Ergebnisse und die Nutzungsrechte daran gehen vollumfänglich auf concave über. Sofern eine Verwendung erfolgt, wird der Ersteller namentlich erwähnt, doch erhält keine finanzielle Entschädigung ausser dem Preisgeld.

Preisgeld, Jury und Preisverleihung

- Aus den eingesandten Beiträgen werden die Preisträger pro Themenkategorie ermittelt. Darüber hinaus gibt es einen Gesamtsieger.
- Der Gesamtsieger erhält ein Preisgeld von 300 Euro. Dafür gehen die Nutzungsrechte auf concave über.
- Die Sieger der vier Themenbereiche erhalten ein Preisgeld von jeweils 200 Euro. Dafür gehen die Nutzungsrechte auf concave über.
- Zudem besteht die Möglichkeit, bei der weiteren Arbeit von concave und deren befreundeten Organisationen als Designer mitzuwirken (gegen Honorar).
- Die Jury setzt sich zusammen aus Vertretern der Kreativwirtschaft und Fachexperten rund um das Thema Menschenhandel.
- Die Preisverleihung findet als Veranstaltung mit geladenen Gästen aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik im Dezember in der Innenstadt von Hamburg statt.
- Sämtliche eingereichten Beiträge werden während der Veranstaltung ausgestellt, danach ist die Ausstellung der Werke bis Jahresende geplant (Ort noch offen).
- Der Wettbewerb bzw. die Ergebnisse werden im Internet/in den Medien präsentiert.

Medienpartner

Dieser Wettbewerb wird durch das Magazin xyz medial begleitet. Der Medienpartner bemüht sich, die Ergebnisse medial vorzustellen.

Schirmherrschaft

Der Wettbewerb steht unter Schirmherrschaft von xyz.

Sponsoring

Der Wettbewerb und die Preisverleihung wird unterstützt durch die Firmen xyz.

Ansprechpartner und Informationsveranstaltung

- Für diesen Wettbewerb wird es zu Beginn des Semesters im Rahmen der Vorlesung Brands und Branding am 6.10.2011 um 15 Uhr in Raum F eine Information geben, um Einblick in die Hintergründe und Besonderheiten zu geben.
- Für den Wettbewerb stehen von der DFI die Dozenten Yves Nowak und Torsten Weisheit zur Verfügung. Die Zwischenergebnisse für den Wettbewerb können im Rahmen der Vorlesung Brands und Branding mit den Dozenten besprochen werden.
- Die Initiatorin für diesen Wettbewerb ist Dr. Cinderella v. Dungern, Gründerin von concave, die ebenfalls für Fragen kontaktiert werden kann.
- Als Fachexperten wurden Frau Dr. Kasia Zentner von der Beratungsstelle Kobra in Hannover und Frau Barbara Eritt von der Beratungsstelle In Via in Berlin gewonnen, die aus der Praxis im Umgang mit Geschädigten wertvollen Input liefern.

Info zu concave

concave wird derzeit als gemeinnützige GmbH mit Sitz in Seevetal bei Hamburg gegründet. concave vernetzt Wirtschaftsakteure und gemeinnützige NGOs, die sich gegen Menschenhandel in Deutschland engagieren. Hauptzweck ist Aufklärungsarbeit und Fundraising als Hilfe für NGOs. Es soll zunächst eine allgemeine Awareness für das Thema Sklaverei im 21.Jhd geschaffen werden, um danach konkrete Projekte in Norddeutschland zu unterstützen.

Ansprechpartner: Dr. Cinderella v. Dungern, concave consulting, Postfach 3144, 21209 Seevetal, Tel. 04105-676584, Fax 04105-676553, info@concave-consulting.de
Homepage: www.concave-consulting.de

Info zu Design Factory International (DFI)

Die DFI sitzt in der Kastanienallee in der Nähe zur Reeperbahn und bildet seit 1992 in der Medienstadt Hamburg Grafik- und Kommunikationsdesigner aus. Sie ist als Berufsfachschule (Ergänzungsschule) durch den Hamburger Senat staatlich anerkannt und durch die Hamburger Kulturbehörde BAföG genehmigt. Mit zurzeit etwa 250 Studierenden zählt die DFI zu den größten und renommiertesten privaten Design Colleges in Norddeutschland. Alle Dozenten der DFI arbeiten für namhafte nationale oder internationale Agenturen oder Verlage. Durch ihre Erfahrungen aus der täglichen Berufspraxis wird der Unterricht zukunftsorientiert und nah am Markt gestaltet. Die DFI-Studenten haben an zahlreichen renommierten Wettbewerben mit Erfolg teilgenommen.

Ansprechpartner für Wettbewerb: Yves Nowak, hello@idesignyourbrand.com
Homepage: www.design-factory.de

Bewerberformular

(ausgefüllt bis 10.11.2011 an info@concave-consulting.de oder Fax 04105-67 65 53)

Wir wählen folgendes Thema aus

- Zwangsprostitution
- Arbeitsausbeutung
- Organhandel
- Zwangsadoption

Teilnehmer 1

Name, Vorname

Studienrichtung, Semester

Email

Tel.-Nr.

Teilnehmer 2

Name, Vorname

Studienrichtung, Semester

Email

Tel.-Nr.

Teilnehmer 3

Name, Vorname

Studienrichtung, Semester

Email

Tel.-Nr.

Wir erklären uns mit den Bedingungen des Wettbewerbs inkl. der kostenfreien und unbeschränkten Übertragung der Nutzungsrechte auf concave einverstanden.

Ort, Datum:

Unterschriften Teilnehmer 1

Teilnehmer 2

Teilnehmer 3