

2. Platz

Mit Plakaten, die in Zusammenarbeit mit dem Frauennotruf Hamburg entwickelt wurden und ab März vier Wochen lang Hamburg weit u.a. an U- und S-Bahnhöfen zu sehen waren, wurde öffentlich unübersehbar ein klares Statement gegen sexualisierte Gewalt an Frauen und Mädchen abgegeben.

Zielsetzung war es, ein öffentlich sichtbares Statement gegen sexualisierte Gewalt gegenüber Frauen und Mädchen abzugeben und die sexuelle Selbstbestimmung und das Selbstbewusstsein von Frauen und Mädchen zu stärken. Darüber hinaus sollten die Hilfsangebote der Fachberatungsstellen bekannt gemacht werden.

Drei Fragen an den Verein:

Ihre Plakate hingen 4 Wochen in ganz Hamburg, z.B. an S- und U-Bahnhöfen. Wie fielen die Reaktionen darauf aus?

Die Reaktionen auf die Plakatkampagne fielen insgesamt sehr positiv aus. So positiv, dass wir noch einmal Plakate nachdrucken wollten. Sowohl der Frauennotruf als auch wir haben viele tolle Rückmeldungen aus verschiedenen Richtungen erhalten, sei es von Organisationen, anderen Sportvereinen und -abteilungen oder Einzelpersonen, die uns bereits kennen oder erst durch die Plakate auf uns aufmerksam geworden sind. Tatsächlich haben wir sogar einige Anfragen von Leuten bekommen, die gerne eins der Plakate für Zuhause haben wollten. Die Mischung aus Ästhetik und selbstbewusstem Standing schien sehr gut anzukommen.

Wie kam es eigentlich zu der Kooperation zwischen Rollschuhsportclub und Frauennotruf?

Der Frauennotruf plante damals sein 35-jähriges Jubiläum und wollte dazu auch eine große Plakatkampagne starten. Die Kampagne sollte anders sein als vorherige: weniger düster und traurig, dafür auf toughe Frauen bauen, um auf das Thema sexualisierte Gewalt an Frauen und Mädchen aufmerksam zu machen und gleichzeitig sexuelles Selbstbewusstsein und Selbstbestimmung zu stärken.

Bei der Recherche nach einem passenden Partner ist der Frauennotruf dann auf uns aufmerksam geworden und hat ganz unverbindlich angefragt, ob wir Interesse an so einer Kooperation hätten. Wir waren sofort Feuer und Flamme und haben uns dann recht zeitnah das erste Mal getroffen und gemeinsam überlegt, wie wir die Kampagne gestalten können. Bei der Suche nach Motiven kam dann auch Fotograf Stefan Groenveld dazu, der bei fast jedem unserer Spiele dabei ist und schließlich auch die Ideen der Kampagne fotografisch festgehalten hat. Auch Texte und Gestaltung sind in Eigenregie entstanden.

Was haben Sie mit dem Preisgeld in Angriff genommen?

Einen Teil des Preisgeldes haben wir genutzt, um die Plakate noch einmal in der Stadt zu aufzuhängen, den anderen Teil investieren wir fortan in unsere Jugendarbeit, zu der unsere neugegründete Junior Derby Abteilung sowie weitere geplante Aktionen gehören.

Mehr Informationen finden Sie hier:

<http://www.frauennotruf-hamburg.de/pressemitteilung.html>

<https://www.stefangroenveld.de/2016/das-ist-mein-arsch-keine-einladung/>