



Eidgenössische Kommission gegen Rassismus
Commission fédérale contre le racisme
Commissione federale contro il razzismo
Cumissiun federala cunter il rassissem



Pressekonferenz, 12. Oktober 2005

**Ansprache von Doris Angst
Projektleiterin der Kampagne, Leiterin Sekretariat EKR**

Kampagne der EKR «Ohne Ausgrenzung»

Im Herbst 2003 **beschloss die EKR**, zum zehnjährigen Jubiläum der EKR eine **Neuaufgabe der Kampagne «Der Schöne Schein»** von 1997, die national und von der UNO mit Gold prämiert worden war, in Erwägung zu ziehen. Wie bei grösseren Projekten der EKR üblich, wird das Sekretariat von spezialisierten Mitgliedern der EKR begleitet. Von der EKR-Begleitgruppe ist heute Thomas Lyssy hier anwesend.

Die Kampagne «Der schöne Schein» hat in ihrer Nachhaltigkeit unsere damaligen Erwartungen weit übertroffen, denn das Material wird ununterbrochen bei der EKR angefordert. Eine Fortführung der Kampagne 1997 im Auge, wandte ich mich Anfang 2004 an die damaligen Macher Alberto Venzago, Filmemacher und Fotograf, und an Frank Bienenfeld und Mark Soldini, Creative und Art Direktoren. Meine Bitte war zu prüfen, ob man **ein** Sujet zu den damals entworfenen zusätzlich entwerfen und so eine Art Reminder erzeugen könne.

Heute präsentieren wir Ihnen eine **Kampagne «Ohne Ausgrenzung» mit 15 Sujets**, welche aus der Kampagne von 1997 entwickelt wurden. Bald zeigte sich, dass wir – auch aus Kostengründen – eine **Textkampagne** fahren würden. Die EKR überlegte sich, ausgehend von den sieben damaligen Sujets, welche **Situationen** möglicher Ausgrenzung und welche **Gruppen** von Betroffenen genannt werden müssten: die jüdische Minderheit, die Fahrenden, Ausgrenzung von Muslimen und Menschen dunkler Hautfarbe, aber auch Alltagssituationen wie vor einem Schalter müssten vorkommen – so die Vorgabe. Und etwas Weiteres schien uns essentiell: klar und selbstbewusst sollten die Sprechenden auftreten, wie das letzte Mal, vielleicht noch ein klein bisschen mehr sogar. Dies ist sicher gelungen.

Die 15 von der Agentur Soldini, Bienenfeld und ihrem Texter Michael Barney **gehämmerten Aussagen** sind äusserst prägnant. Die optische Wirkung liegt in dem satten **Schwarz mit weisser Schrift**. Die Auflösung der Headline – was das denn soll? – liegt allein im Namen und im Beruf der Person, welche spricht. Dahinter stehen 15 **authentische Personen**, die ihren Namen für die Kampagne gaben, weil sie spontan zustimmten: So haben wir das schon erlebt! Wir waren auch bereit, mit



EKR, GS-EDI, Inselgasse 1, CH-3003 Bern
Tel. +41 31 324 12 93, Fax +41 31 322 44 37, ekr-cfr@gs-edi.admin.ch, www.ekr-cfr.ch

den Mitwirkenden noch Textadaptionen zu diskutieren und ihre Empfindlichkeiten zu beachten. Ihnen allen sei hiermit ein besonderer Dank ausgesprochen. Im hier aufliegenden Bulletin TANGRAM Nr. 17 sehen Sie einige der Personen von Franziska Winter portraitiert; einige weilen heute unter uns.

Schliesslich wurde die ganze Kampagne in den **Sprachen** Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch produziert – elegant von den Übersetzungsdiensten mit einem Wettbewerb für die besten Adaptionen gelöst. Und weil wir in Bussen in Graubünden präsent und uns sehr wohl der stiefmütterlichen Rolle des Romanischen bewusst sind, gibt es auch drei Sujets in Rumantsch grischun.

Wie Sie aus der Dokumentation ersehen, hat die EKR diesmal eine sehr **breite Mitwirkung erreicht**. Das Engagement kam sowohl von der Werbeagentur als auch von Produzenten, Zulieferern, Distributoren wie der Schweizer Post, von Zeitungen, Magazinen, Websitebetreibern, NGOs und nicht zuletzt von den Kantonen und Städten. Auch haben sich Institutionen zu einem **Cash Sponsoring** überzeugen lassen, so dass das Distributionsbudget nun doch nicht so knapp war wie zuerst befürchtet.

Anders als noch 1997 war während des ganzen Entstehungsprozesses spürbar: **Man kennt die EKR** und weiss um das Anliegen der Rassismusbekämpfung. **«Was viele betrifft, geht alle an»** war das Motto der letzten Kampagne – es hat sich in der neuen Kampagne bewahrheitet. In den Kantonen und Städten sind heute die Integrationsbeauftragten unsere Partner – diese gab es 1997 noch gar nicht. So stehen wir heute recht eigentlich schon mitten in der Sensibilisierung durch die Kampagne «Ohne Ausgrenzung» und nicht erst am Anfang.

Mit einem **kleinen Budget und viel, viel Goodwill** ist die Kampagne «Ohne Ausgrenzung» mit beachtlicher Ausstrahlung entstanden. Die **Produktepalette** reicht von Bannern auf Internetsites über Postkarten, Plakate, Busaushängen bis hin zum Booklet «Anti-Racism», das an englischsprachigen Schulen verwendet werden soll und von Arlene Licher gestaltet worden ist.

Zusammen mit der Agentur und all den Mitwirkenden haben wir eine Kampagne kreiert, die sich – auch im europäischen Vergleich – **abhebt von vielen anderen** Kampagnen gegen Rassismus: durch ihre Authentizität, der Nähe zur gesellschaftlichen Realität und dadurch, dass potentielle Opfer von Ausgrenzung selbst in den Mittelpunkt gestellt werden. Damit wird eine **Betroffenheit** ausgelöst, mit der wohl grosse Teile der Mehrheitsbevölkerung erreicht werden können: ja, das stimmt, oder: Was sagt die Person da? So habe ich das noch nie gesehen!

Wo die Kampagne zu sehen sein wird und alle weiteren Informationen entnehmen Sie dem Factsheet. Wir erwarten mit der Lancierung einen **Schnellballeffekt** – dass es *in* sein wird, die Kampagne zu verbreiten. Über die **Website** der EKR erreichen wir ja sogar die weite Welt, sie wurde äusserst reichhaltig von der TANGRAM-Redaktorin und Webmasterin Gioia Weber zusammengestellt. **Bestellungen** des Materials erwarten wir aus dem In- und Ausland!