

Black Austria

Kontaktpersonen: Simon INOU/Beatrice ACHALEKE

simon@blackaustria.at und beatrice@blackaustria.at

Projektidee

Die Kommunikationskampagne Black Austria zum Abbau von Vorurteilen über in Österreich lebende schwarze Menschen: Weil das Leben nicht schwarz – weiß ist.

In Österreich lebende schwarze Menschen sind nach wie vor mit erheblichen Problemen konfrontiert. Probleme, die in erster Linie durch Vorurteile entstehen.

Die Initiatoren der Kampagne sind überzeugt, dass der Nährboden von Vorurteilen und Diskriminierung Unwissenheit ist.

So ist weitgehend unbekannt, dass 75 % der in Wien lebenden AfrikanerInnen Matura und 33 % einen Universitätsabschluss haben. Viele der in Österreich lebenden schwarzen Menschen sind als Intellektuelle, KünstlerInnen und UnternehmerInnen eine wichtige Säule der Gesellschaft.

Aus diesem Anlass beschlossen M-Media - Verein für Interkulturelle Medienarbeit und AFRA - International Center for Black Women's Perspectives (www.blackwomenscenter.org) sowie einige Kreative, eine Kommunikationskampagne zu lancieren, die einen Beitrag zum Abbau von Vorurteilen leisten soll.

Zusammenfassend geht es in diesem Projekt um den Abbau von Vorurteilen und Diskriminierungen gegenüber schwarzen Menschen in Österreich.

Zielsetzung der Kommunikationskampagne

Ziel ist es letztlich, dass Menschen nicht aufgrund ihrer Hautfarbe diskriminiert oder gar kriminalisiert werden.

Darüber hinaus soll die Kampagne die in Österreich lebenden schwarzen Menschen unterstützen, sich aus der Opfer- und Täterrolle heraus zu bewegen.

Wenn diese Kampagne nur einen kleinen Beitrag zu mehr Offenheit und Arglosigkeit im Umgang miteinander leistet, hat sich der Aufwand gelohnt.

Projektumsetzung bzw. Schwerpunkte

In 5 Anzeigen und 3 Plakat-Sujets werden schwarze Menschen, die in Österreich leben und als Radio-Moderatorin, Musiker, Filmmacher, Tagesmutter und Studentin tätig sind, porträtiert und in Kontrast zu bestehenden Vorurteilen gesetzt:

Die Headline bedient jeweils ein gängiges Klischee, erlangt jedoch durch den Beruf der abgebildeten Person eine andere, nämlich positive Bedeutung (Beispiel: Eine junger Mann sagt „Ich dreh ständig ein Ding“ – klar, er ist nämlich Filmmacher...). Dadurch entsteht ein Aha-Effekt, der die Erinnerung und damit die Wirkung der Sujets stützt.

Die Sujets sind in Wien und Umgebung in Öffentlichenraum seit Dezember 28 06 bis heute plakatiert worden. Gleichzeitig in Online- und Below-the-Line-Medien begleitet.