

PR 4. Kapazitätsaufbau durch Multiplikations- und Vernetzungsstrategien



**Leitfaden für Netzwerkarbeit und
Kampagnen zur Prävention und zur
Vermeidung geschlechtsspezifischer Gewalt**



INHALT

EINFÜHRUNG. Was ist GSG?	4
<u>KAPITEL 1: Sich gemeinsam der Netzwerkarbeit gegen geschlechtsspezifische Gewalt anschließen.</u>	5
1. Engagieren Sie sich! Strategien zur individuellen Mobilisierung gegen GSG.	5
• Denken, bevor Sie handeln	
• Handeln Sie!	10
2. Mit vereinten Kräften. Vernetzungsstrategien für kleine Organisationen	13
• Warum ist es wichtig, ein Netzwerk aufzubauen?	13
1. <i>Organisatorische Selbstbeurteilung</i>	13
2. <i>Zuordnung</i>	15
3. <i>Kontaktaufnahme</i>	15
4. <i>Koalitionen und Synergien schaffen</i>	16
<u>KAPITEL 2: Verstärken Sie Ihre Stimme. Wie man eine Sensibilisierungskampagne zum Thema GSG durchführt</u>	17
• Warum ist es wichtig, das Bewusstsein für GSG zu schärfen?	17
• Lernen Sie sich selbst kennen	18
1. <i>Was wollen Sie mit dieser Kampagne erreichen?</i>	18
2. <i>Wen wollen Sie mit der Kampagne erreichen?</i>	20
3. <i>Auf welche Ressourcen können Sie zurückgreifen?</i>	21
4. <i>Wen wollen Sie an der Kampagne beteiligen?</i>	22
5. <i>Was wollen Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln?</i>	23
6. <i>Wie wollen Sie Ihre Botschaft an die Zielgruppe vermitteln?</i>	25
• Von der Idee zur Umsetzung: Erstellung eines Aktionsplans	27
• Bewertung und Follow-up	30
ANHANG A. INFORMATIONSQUELLEN	33
ANHANG.B. BEWÄHRTE VERFAHREN FÜR KAMPAGNEN UM BEWUSSTEIN GEGEN GSG ZU SCHAFFEN	49



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Leitfaden für Netzwerkarbeit und Kampagnen zur Prävention und Beseitigung von geschlechtsspezifischer Gewalt



Das Projekt MARIPOSA zielt ab auf die Bereitstellung von Tools und Ansätzen zur Unterstützung von Frauen, die von geschlechtsspezifischer Gewalt (GSG) betroffen sind. Zudem setzt das Projekt auf die Entwicklung neuer Perspektiven zur Vermeidung des Risikos von sozialer Ausgrenzung und Armut. Die MARIPOSA-Tools unterstützen betroffene Frauen dabei, sich ungesunder Beziehungen und Situationen bewusst zu werden, bevor und nachdem sie professionelle Hilfe in Anspruch nehmen. Weitere Informationen finden Sie unter <https://mariposaproject.eu/>.

Die Tools sind so konzipiert, dass sie von den Betroffenen selbst genutzt werden können. Sie sollen den Frauen helfen, mehr Klarheit über ihre Emotionen und Gedanken sowie über ihre künftigen Ziele zu gewinnen, um sie in ihren künftigen Entscheidungen zu stärken. Diese Tools sollen auch dabei helfen, vorbeugende Maßnahmen zu ergreifen.

Wenn Sie mit dem Thema arbeiten möchten ist es wichtig, dass Sie sich in einer emotional und sozial sicheren Situation befinden und sich bewusst sind, dass Sie, falls Sie zusätzliche Unterstützung benötigen, professionelle Hilfe in Anspruch nehmen können.

Dieser Leitfaden richtet sich an Menschen, die sich aktiv(er) an der Veränderung des anhaltenden Problems der geschlechtsspezifischen Gewalt beteiligen und das Bewusstsein für dieses Phänomen schärfen wollen.

Zielsetzung dieses Leitfadens?

- Anleitung von Unterstützer:innen bei der Förderung des Empowerments von Frauen, die von GSG betroffen sind.
- Wie man seine Stimme erhebt, stabile Netzwerke aufbaut und Botschaften gegen GSG verbreitet.
- Wie plant man eine Sensibilisierungskampagne zur Prävention und Bekämpfung von GSG?

Für wen ist dieser Leitfaden geeignet?

Für alle, die eine Kampagne gegen geschlechtsspezifische Gewalt durchführen oder das Bewusstsein dafür schärfen möchten.

Ob Sie nun als Einzelperson aktiv werden wollen oder einer kleinen Organisation angehören, hier finden Sie alles, was Sie brauchen, um sich gemeinsam für die Beendigung von GSG einzusetzen!

EINFÜHRUNG. Was ist GSG?

Geschlechtsspezifische Gewalt wird definiert als: Gewalt, die sich gegen eine Person aufgrund ihres Geschlechts richtet, oder Gewalt, die Personen eines bestimmten Geschlechts unverhältnismäßig stark betrifft*.

Geschlechtsspezifische Gewalt und Gewalt gegen Frauen stellen eine Menschenrechtsverletzung und eine Form der Diskriminierung dar. Sie umfasst alle Handlungen, die zu körperlichen, sexuellen und psychischen Schäden und Leiden von Frauen führen oder führen können.

Geschlechtsspezifische Gewalt kann viele Formen annehmen:

- Häusliche Gewalt
- Sexuelle Gewalt
- Wirtschaftliche Gewalt
- Gewalt im Internet
- Stalking
- Zwangsehe
- Physische Gewalt
- Weibliche Genitalverstümmelung
- Geschlechtsspezifische Belästigung

Geschlechtsspezifische Gewalt kann Personen aller Altersgruppen und Geschlechter betreffen, steht jedoch häufig in Zusammenhang mit ungleichen Positionen und toxischen Beziehungen.

Viele Menschen, insbesondere Frauen, leiden unter struktureller Gewalt, die sich in Armut, schwachen Unterstützungsnetzen und geringen sozialen Ressourcen äußert. Dies macht es für sie wahrscheinlicher, häuslicher und sexueller Gewalt ausgesetzt zu sein, und schwieriger, sich von ihr zu befreien.

Das Geschlechtssystem, die emotionale Abhängigkeit und die Normalisierung von Gewalt erschweren es, die Machtdynamiken zu erkennen und den Kreislauf der Gewalt zu durchbrechen.

*Was ist geschlechtsspezifische Gewalt? Europäische Kommission (2023).



KAPITEL 1: Sich gemeinsam der Netzwerkarbeit gegen geschlechtsspezifische Gewalt anschließen.

1. Engagieren Sie sich! Strategien zur individuellen Mobilisierung gegen GSG.

..... Denken, bevor Sie handeln

1. Warum wollen Sie sich engagieren?

Wenn Sie sich über Ihre Motivation im Klaren sind und wissen, warum Sie Ihre Zeit und Ihre Ressourcen dem Kampf gegen geschlechtsspezifische Gewalt - in welcher Form auch immer - widmen wollen, werden Sie sich bei allen Ihren Bemühungen davon leiten lassen und bessere Entscheidungen treffen können, indem Sie mit Empathie handeln und kreativer werden.

2. Was wissen Sie über GSG?

Sie müssen kein Experte, keine Expertin auf dem Gebiet sein, aber Sie müssen die Komplexität des Themas verstehen, um eine gut informierte Position zu haben, die es Ihnen ermöglicht, einen Beitrag zu leisten und sich dabei wohlfühlen.

Wir empfehlen Ihnen, sich zunächst über die Realität von GSG zu informieren, insbesondere in Ihrem lokalen Umfeld. Sie können dies ganz einfach tun, indem Sie beispielsweise im Internet danach suchen.

Am Ende dieses Leitfadens haben wir einige vorgeschlagene Ressourcen hinzugefügt, die Ihnen helfen können, aber es gibt noch viele weitere Ressourcen im Internet, auf die Sie zählen können. Schauen Sie doch einfach mal rein!

3. Auf welchem Niveau wollen/können Sie sich engagieren?

Nun, da Sie sich über den Umfang des Problems im Klaren sind, wo sollen Sie anfangen? Kein Grund zur Panik.

Aktivismus muss nicht Ihr Leben bestimmen, und er muss auch nicht Ihre Priorität sein. Sich in irgendeiner Form zu engagieren, hilft, sinnvolle Anliegen zu unterstützen und zu fördern.

Der Grad des Engagements, den Sie erreichen können, hängt von Ihren Ressourcen ab und davon, wie Sie sie einsetzen wollen.



Denken Sie darüber nach:

- **Welche Mittel stehen Ihnen zur Verfügung?**

Zeit und Geld sind die wichtigsten Ressourcen, an die Sie denken müssen. Wenn Sie viel freie Zeit haben, sollten Sie sich stärker engagieren und präsent sein. Wenn Sie nicht mit dieser Möglichkeit rechnen, sollten Sie vielleicht für einige Initiativen spenden, was ebenfalls eine wichtige Möglichkeit ist, die Bemühungen gegen GSG zu unterstützen.

.....

.....

- **Was möchten Sie dazu beitragen?**

Sobald Sie eine klare Vorstellung von Ihren Ressourcen haben, sollten Sie sich überlegen, wie Sie diese einsetzen wollen. Sie sollten auch überlegen, ob Sie ein langfristiges Engagement anstreben oder ob Sie nur für einen bestimmten Moment helfen wollen.

.....

.....



Wenn Sie Zeit haben:

Überlegen Sie, ob Sie lieber persönlich teilnehmen möchten, indem Sie an Demonstrationen teilnehmen, einer lokalen Selbsthilfegruppe angehören oder sogar ehrenamtlich in einem Verein mitarbeiten, oder ob Sie lieber online teilnehmen möchten. In den letzten Jahren haben sich viele Kollektive und Organisationen an die neuen Technologien angepasst und begonnen, Seminare, Veranstaltungen und Konferenzen online zu organisieren, so dass auch dies eine Option sein könnte.



Wenn Sie Geld haben:

- Wenn Sie sich trotzdem engagieren wollen, aber Ihre Freizeit begrenzt ist, können Sie an einen Verein, ein Kollektiv oder eine Initiative spenden, die sich gegen GSG einsetzt.

- Wir empfehlen Ihnen, sich vor einer Spende darüber zu informieren, was diese Organisation tut, welche Position sie zu den verschiedenen Aspekten der geschlechtsspezifischen Gewalt vertritt und mit wem sie zusammenarbeitet. Geschlechtsspezifische Gewalt ist in letzter Zeit ein sehr beliebtes und relevantes Thema geworden, und das Internet birgt einige Betrugsrisiken. Vergewissern Sie sich also, dass die Quellen, die Sie konsultieren, zuverlässig sind und wissen an wen Sie Ihr Geld schicken.

Wenn Sie weder Zeit noch Geld haben, können Sie sich trotzdem engagieren:

Persönlich ist politisch. Unsere persönlichen Entscheidungen beeinflussen uns und andere. Sie können versuchen, Ihre Bemühungen gegen GSG in Ihr tägliches Leben einzubinden, indem Sie:

- *Sich und Ihr Umfeld **weiterbilden**.*
- Sexismus, Frauenfeindlichkeit, Homophobie, Transphobie, Rassismus, Klassendenken, Behindertenfeindlichkeit und andere Formen der Unterdrückung und Diskriminierung **ansprechen**, wann immer Sie ihnen begegnen. Sie können sich zu Wort **melden, eingreifen, berichten** oder die Betroffenen von geschlechtsspezifischer Gewalt dadurch **unterstützen**.
- Die Vielfalt der Erfahrungen und Identitäten von Frauen **respektieren** und **würdigen**. Sie können Frauen zuhören und von jenen lernen, die einen anderen Hintergrund und andere Erfahrungen haben, und Annahmen oder Urteile aufgrund von Stereotypen vermeiden.
- **Selbstfürsorge und Selbstliebe betreiben**, als eine Form des Widerstands gegen die patriarchalischen Normen, die den Körper, den Verstand und die Gefühle von Frauen abwerten. Sie können sich um Ihre körperliche und geistige Gesundheit kümmern, Ihre Gefühle und Bedürfnisse ausdrücken, Grenzen setzen und Ihren Leidenschaften und Träumen nachgehen.

Teilen bedeutet Fürsorge. Auch wenn Sie sich den Initiativen anderer Kollektive nicht anschließen möchten, können Sie deren Bemühungen dennoch wertschätzen und auf Ihren Social Media Profilen teilen. Auf diese Weise tragen wir alle dazu bei, die Arbeit gegen GSG sichtbar zu machen.

Unterschreiben Sie Petitionen. Die Unterzeichnung von Petitionen ist eine nützliche Möglichkeit, Ihre Meinung zu äußern und eine Sache zu unterstützen, die Ihnen am Herzen liegt. Es hilft Organisationen auch dabei, ihre Aktionen zu verbreiten und Netzwerke von Unterstützer:innen aufzubauen, die für weitere Aktionen, wie Spenden, Freiwilligenarbeit, Kampagnen oder Proteste, mobilisiert werden können.

- **Wie fühlen Sie sich dabei?**

Wie Sie zu dieser Bewegung etwas beitragen können, hängt auch davon ab, was Sie gerne tun möchten.

GSG ist etwas, das alle Menschen in einer Gesellschaft betrifft, insbesondere Frauen, und das sehr komplizierte Realitäten haben kann. Es ist nicht immer leicht, sich des Ausmaßes und der Formen der Gewalt bewusst zu werden.

Wenn Sie sich selbst nicht helfen können, werden Sie auch nicht in der Lage sein, anderen zu helfen. Unser Rat lautet also: Kümmern Sie sich um sich selbst, sorgen Sie dafür, dass Sie sich in einer stabilen und sicheren Position befinden, setzen Sie sich Ihre eigenen Grenzen und entscheiden Sie, was Sie gerne tun möchten und in welchen Bereichen.

Wenn Sie sich anderen Initiativen oder Organisationen anschließen, ist es wichtig, dass Sie sich dort wohlfühlen und mit deren Werten und Art zu handeln übereinstimmen.

Es gibt einige Organisationen, die Räume nur für Frauen schaffen, um jenen Frauen Sicherheit zu bieten, die sich mit der Beteiligung von Männern an diesen Themen nicht wohl fühlen. Wir empfehlen Ihnen, über dieses Thema nachzudenken und die Position einzunehmen, mit der Sie sich am wohlsten fühlen.



A series of eight horizontal dotted lines, spaced evenly down the page, providing a guide for handwriting practice.



..... HANDELN SIE

Nachdem Sie nun über Ihre Situation nachgedacht haben und darüber, wie Sie zur Unterstützung von Frauen, die von geschlechtsspezifischer Gewalt betroffen sind, beitragen wollen, können Sie sich nach Vereinen oder Initiativen umsehen, denen Sie beitreten können.

1. Die lokale Suche

Der erste Ratschlag ist, in Ihrem lokalen Umfeld zu suchen. Sie können damit beginnen, Leute in Ihrer Umgebung zu fragen, im Internet zu suchen (*) oder in örtlichen Zentren nachzufragen.

Wenn Sie in Ihrem lokalen Umfeld handeln, können Sie mehr bewirken und Ihre lokale Realität verändern, wo Ihre Bemühungen wirklich notwendig sind. Die Fokussierung auf die internationale Dimension von GSG kann überwältigend sein, auch wenn sie förderlich ist und dazu beiträgt, die globale Realität von Frauen auf der ganzen Welt kennenzulernen. Hinzu kommt, dass GSG viele Formen hat, die je nach Umfeld kulturell und sozial unterschiedlich sind.

Wo beginnen?

- In jedem Land gibt es einige **öffentliche** und **private Akteur:innen auf lokaler Ebene** (Centri Antiviolenza in Italien, Centros de atención a las mujeres in Spanien usw.), an die Sie sich wenden können, um sich über die von ihnen angestrebten Aktivitäten zu informieren.
- Viele nationale und internationale Organisationen haben auch lokale Sektionen (z.B. Amnesty International), in denen Sie einen Beitrag leisten können.
- An den Universitäten einiger Länder gibt es auch spezielle Vereinigungen, die sich mit GSG oder feministischen Initiativen befassen.

Tipps:

- In den letzten Jahren haben Organisationen und Kollektive verstärkt Veranstaltungen, insbesondere Demonstrationen, zu besonderen Daten wie dem 8. März (Internationaler Frauentag) oder dem 25. November (Internationaler Tag zur Beseitigung von Gewalt gegen Frauen) geplant. Wahrscheinlich werden Sie an diesen Terminen zahlreiche Informationen zu diesem Thema finden.

* Sehen Sie sich beiliegende Länderliste dazu an..



HANDELN SIE

- Wenn Sie keine spezifische Initiative oder Organisation finden können, die in Ihrem lokalen Umfeld gegen GSG arbeitet, und Sie Lust dazu haben, können Sie auch Ihre eigene Initiative gründen. Dieser Prozess erfordert jedoch einen Mehraufwand. Außerdem hat es viele Vorteile, sich einer bestehenden Initiative anzuschließen.

Erstellen Sie eine Liste der relevanten Akteure:

2. Engagieren Sie sich.

Jetzt haben Sie alles, was Sie brauchen, um aktiv zu werden.

Rufen Sie bei einer Initiative an oder schicken Sie ihnen eine Nachricht, treffen Sie sich mit Akteur:innen, machen Sie sich mit ihrer Arbeit vertraut und überlegen Sie, wie Sie ihre Bemühungen zur Vermeidung geschlechtsspezifischer Gewalt unterstützen können.

Jede Anstrengung, die Sie unternehmen, egal wie groß oder klein, wird ein weiterer Schritt in die richtige Richtung sein!

Tipp:

·Achten Sie darauf, dass Sie die Initiative/Organisation auswählen, die am besten zu Ihnen, Ihrer Haltung, Ihren Ressourcen und Ihren Absichten passt. Deshalb ist es so wichtig, vorher darüber nachzudenken.

3. Halten Sie sich auf dem Laufenden.

Wir lernen nie aus. Wir empfehlen Ihnen, die neuesten Entwicklungen zu diesem Thema zu verfolgen: Lesen Sie Artikel, folgen Sie Instagram/Facebook-Seiten, die das Bewusstsein für dieses Thema schärfen. So können Sie immer wieder lernen, wie Sie zu dieser Realität beitragen können, und über das Thema und Ihre Position dazu nachdenken.





2. Mit vereinten Kräften. Vernetzungsstrategien für kleine Organisationen

..... WARUM IST ES WICHTIG, EIN NETZWERK AUFZUBAUEN?

Der Beitritt zu einer bereits bestehenden Initiative oder einem Netzwerk kann sehr hilfreich sein, wenn Sie alleine handeln oder einer kleinen Organisation angehören:

- Lernen Sie von den Erfahrungen und dem Fachwissen anderer, die sich seit langem mit dem Thema befassen.
- Schließen Sie sich anderen Menschen an, die Ihre Leidenschaft und Ihr Engagement für die Beendigung der Gewalt gegen Frauen teilen.
- Verstärken Sie Ihre Stimme und Ihren Einfluss, indem Sie sich mit einer größeren und vielfältigeren Gruppe von Menschen zusammentun.
- Sie haben Zugang zu mehr Ressourcen und Unterstützung (Finanzierung, Schulung, Informationen und Daten), die Ihnen helfen können, Ihre Ziele zu erreichen.
- Seien Sie Teil einer globalen Bewegung, die alle Anstrengungen zur Beendigung aller Formen geschlechtsspezifischer Gewalt verstärkt.

1. Organisatorische Selbstbeurteilung

Genau wie bei der individuellen Mobilisierung besteht einer der ersten Schritte darin, sich der Werte Ihrer Organisation bewusst zu werden.

- *Wofür stehen Sie?*
- *Was sind Ihre Ziele und Grundsätze?*
- *Wie stehen sie im Einklang mit den globalen und nationalen Rahmenbedingungen und Standards zur geschlechtsspezifischen Gewalt?*

Ein weiterer wichtiger Schritt besteht darin, gemeinsam zu überlegen, welche Ressourcen Sie als Organisation haben, wie und in welchem Umfang Sie sich mit anderen Organisationen engagieren wollen, was Sie einbringen können und was Sie von dieser Zusammenarbeit erwarten. Zu den Ressourcen können personelle, finanzielle, technische oder materielle Mittel gehören, die Ihnen helfen können, Ihre Ziele zu erreichen.

Sie können Tools wie zum Beispiel die SWOT-Analyse verwenden, um all diese Informationen zu sammeln.

Auch die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen erfordert Zeit, Energie und Engagement. Sie müssen abwägen, wie viel Sie realistischerweise beitragen können und welche Art von Unterstützung oder Partnerschaft Sie sich wünschen.

Stärken



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Schwächen



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Möglichkeiten



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bedrohungen



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



2. Zuordnung

Um die Akteur:innen und Interessengruppen zu erfassen, die bereits im Bereich GSG aktiv sind, schlagen wir folgende Schritte vor:

- Ermitteln Sie die Hauptakteur:innen, die in der Region an der Prävention und Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen arbeiten, z. B. staatliche Akteur:innen, Organisationen der Zivilgesellschaft, Gemeinschaftsgruppen sowie Frauenrechtsbewegungen und -organisationen. Wie? Wir haben für jedes Partnerland einige Ressourcen zum lokalen Umfeld zusammengestellt (siehe Anhang A), aber auch eine schnelle Online-Suche kann Ihnen helfen, die relevanten Akteur:innen zu identifizieren.
- Bewertung ihrer Rollen, Kapazitäten, Bedürfnisse, Interessen und Beziehungen zu anderen Akteur:innen.
- Analysieren Sie ihre Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT-Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats) im Umgang mit GSG-Themen. An diesem Punkt ist es auch nützlich, sich der eigenen Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der eigenen Organisation bewusst zu sein. Daraus ergibt sich die Bedeutung der organisatorischen Selbsteinschätzung.
- Setzen Sie Prioritäten bei den für Ihr Unternehmen wichtigsten Interessengruppen/Akteuren.

Tipps:

- Versuchen Sie, die bereits bestehenden Beziehungen zu anderen Organisationen und Kollektiven, mit denen Sie bereits zusammengearbeitet haben, zu nutzen, auch wenn die Beziehung zu ihnen nicht formell ist. Dies wird Ihnen helfen, ein stärkeres Netzwerk für Ihre Organisation zu schaffen.

3. Kontaktaufnahme

Hier sollten Sie darüber nachdenken, wie Sie die Organisationen, die Sie interessieren, erreichen wollen.

- Sie können zunächst per E-Mail oder Telefon Kontakt aufnehmen, Ihr Unternehmen vorstellen und um ein persönliches Treffen mit der Bezugsperson bitten.
- Bei diesem Treffen müssen Sie klare Ziele festlegen, was Sie von der Zusammenarbeit erwarten und was Ihre Organisationen in der Koalition leisten können.

Tipps:

- Sie müssen Vertrauen und gegenseitigen Respekt aufbauen, um mit Ihren potenziellen Kooperationspartner:innen in einen Dialog zu treten, zu lernen und Feedback zu geben und zu erhalten.
- Vergewissern Sie sich, dass Sie dieselben Werte und Vorstellungen über GSG haben.

4. Koalitionen und Synergien schaffen

Sie können mit anderen Akteur:innen bei der Bekämpfung von GSG auf vielfältige Weise zusammenarbeiten:

Ihre Organisation kann sich einem bereits bestehenden Netzwerk von Organisationen der Zivilgesellschaft anschließen, die sich mit Fragen der geschlechtsspezifischen Gewalt befassen und bei Kampagnen, Veranstaltungen oder politischen Empfehlungen zusammenarbeiten.

Alternativ oder zusätzlich können Sie sich für bestimmte Veranstaltungen und Kampagnen entscheiden, wie z. B. für den 8. März und den 25. November.



KAPITEL 2: Verstärken Sie Ihre Stimme. Wie man eine Sensibilisierungskampagne zum Thema GSG durchführt

Warum ist es wichtig, das Bewusstsein für GSG zu schärfen?

- Bewusstseinsbildung ist der Schlüssel zur Verbreitung der klaren Botschaft der Nulltoleranz gegenüber allen Formen von Gewalt gegen Frauen und Mädchen.
- Sie trägt auch dazu bei, die allgemeine Sensibilität, das Verständnis und das Wissen über die Ungleichheit der Geschlechter in unserer Gesellschaft zu verbessern.
- Es ist von entscheidender Bedeutung, Gemeinschaften und die Gesellschaft als Ganzes zu mobilisieren, um die notwendigen Veränderungen in den Einstellungen, Verhaltensweisen und Überzeugungen herbeizuführen.
- Sie kann auch dazu beitragen, einschlägige Gesetze und politische Maßnahmen bekannt zu machen und den öffentlichen politischen Akteur:innen ein Bedürfnis der Gesellschaft zu vermitteln.

Die Schritte zu einer erfolgreichen Kampagne zur Prävention und Vermeidung geschlechtsspezifischer Gewalt.

Ebenso wie bei der Vernetzung ist eine klare organisatorische Identität von grundlegender Bedeutung für die erfolgreiche Durchführung einer Sensibilisierungskampagne, die mit Ihren Werten und Überzeugungen in Bezug auf GSG, Menschenrechte und andere Aspekte im Einklang steht.

Um diese Überlegungen anzustellen, können Sie die im vorigen Abschnitt gegebenen Ratschläge nutzen, und auch dieses vom Europarat entwickelte Material.

[https://www.coe.int/en/web/gender-matters/gender-in-youth-work-and-youth-organisations#%7B%2263837055%22:\[0\]%7D](https://www.coe.int/en/web/gender-matters/gender-in-youth-work-and-youth-organisations#%7B%2263837055%22:[0]%7D)



1. Was wollen Sie mit dieser Kampagne erreichen?

Es ist wichtig, dass Sie SMART-Ziele festlegen: Spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitgebunden.

Um Ihr(e) Ziel(e) zu definieren, sollten Sie zunächst darüber nachdenken, welche Probleme von GSG Sie angehen wollen. Dazu können Sie einige Hilfsmittel verwenden, wie z.B. Der Problembaum, der Ihnen helfen wird, eine klare und gründliche Vorstellung von der Problematik zu bekommen und den "Zweig" auszuwählen, von dem Sie glauben, dass Sie ihn angehen können, unter Berücksichtigung Ihres Schwerpunkts, Ihrer Fachkenntnisse und Ihres Interesses sowie des Aspekts/der Aspekte der Problematik, auf den/die Sie Ihrer Meinung nach am ehesten einwirken können.

VERMEIDEN SIE SOLCHE FORMULIERUNGEN: "Unser Ziel ist es, GSG in unserer Nachbarschaft zu beenden".

BEISPIEL DER KONKRETISIERUNG EINES ZIELES:

- "Die Frauen in unserer Nachbarschaft sind sich ihrer gesetzlichen Rechte bewusst, wenn es um die Meldung von geschlechtsspezifischer Gewalt geht."

Hier finden Sie einige Schlüsselfragen, die Ihnen bei der Festlegung der Ziele helfen können:

Link zur Ressource des Europarats.

<https://www.coe.int/en/web/gender-matters/developing-an-initiative-or-a-strategy-addressing-gender-based-violence#50>

Hier finden Sie einige **Schlüsselfragen**, die Ihnen bei der Festlegung der Ziele helfen können:

- *Was ist unser allgemeines Ziel? Welches ist das gewünschte Ergebnis, zu dem unsere Kampagne beitragen wird?*



- *Was ist/sind unser(e) spezifisches(n) Ziel(e)? Was wollen wir mit dieser Kampagne erreichen?*



TIPP:

- Es ist von grundlegender Bedeutung, dass Ihre Organisation zuvor eine interne Diskussion führt, um diese Ziele festzulegen und sicherzustellen, dass sie von allen Teilnehmer:innen der Kampagne geteilt und verstanden werden.
- Wenn Sie das/die Ziel(e) festgelegt haben, können Sie sich einen Titel, einen Slogan oder eine kurze Beschreibung für die Kampagne überlegen, die Ihnen auch bei der Gestaltung des Inhalts helfen wird. Wenn Sie möchten, können Sie diese Aufgabe auch auf einen späteren Zeitpunkt verschieben.
- Es ist möglich, dass Ihre Kampagne mehrere Ziele hat. In diesem Fall ist es wichtig, Prioritäten zu setzen und sie in allgemeine oder spezifische sowie in kurzfristige oder langfristige Ziele zu unterteilen.

2. Wen wollen Sie mit der Kampagne erreichen?

Die Festlegung einer klaren Zielgruppe ist für Ihre Kampagne ebenso wichtig. Einige **Schlüsselfragen**, um sie zu identifizieren, können sein:

- *Wen wollen Sie erreichen?*



- *Wessen Bewusstsein möchten Sie schärfen?*



- *Wer sollte Ihrer Meinung nach angesprochen werden, um Veränderungen durchzusetzen?*



Beispiel: : *"Unsere Zielgruppe sind heterosexuelle Frauen, die in der Region leben und zwischen 30 und 50 Jahre alt sind".*

TIPPS: Ein breiteres Publikum bedeutet nicht zwangsläufig ein größeres Bewusstsein oder einen größeren Erfolg. Je nach Zielsetzung möchten Sie vielleicht bestimmte Gruppen mit spezifischen Bedürfnissen oder die allgemeine Bevölkerung ansprechen. Beides ist zulässig, aber stellen Sie sicher, dass Ihre Zielgruppe mit Ihrem Ziel übereinstimmt, damit Ihr ursprüngliches Ziel nicht verloren geht.





3. Auf welche Ressourcen können Sie zurückgreifen?

Sie müssen realistisch einschätzen, welche Ressourcen Sie für die Kampagne einsetzen können. Wenn Sie der Meinung sind, dass es Ihnen an grundlegenden Ressourcen fehlt oder dass die vorhandenen Ressourcen nicht ausreichen, um Ihr Ziel zu erreichen, können Sie jederzeit die Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen in Betracht ziehen (siehe Abschnitt 2 in KAPITEL 1) oder das Ziel überdenken und entsprechend Ihren Möglichkeiten ändern.

Art der Ressourcen:

- **Finanzielle Mittel:** Dies ist im Wesentlichen das Geld, das Sie in Ihre Kampagne investieren können. Dazu gehören die Gehälter des Personals, das an der Kampagne beteiligt sein wird (falls es bezahlt wird) und/oder von professionellen und externen Berater:innen, die Ausgaben für Kampagnenmaterial (Plakate, Flyer) und Veranstaltungen, die Gebühren für Werbung in verschiedenen Medien (wie Anzeigen in Zeitungen oder lokalen Fernsehsendern) und vieles mehr.

Tipp: Wir empfehlen Ihnen, ein erstes Budget zu erstellen, indem Sie einfach eine Liste der finanziellen und logistischen Erfordernisse erstellen, die für die Kampagne als notwendig erachtet werden, zusammen mit den Quellen und dem Geldbetrag, den Sie dafür bereitstellen können.

- **Humanressourcen:** Die Personen, die an der Erstellung der Kampagne beteiligt sein werden. Sie sollten sich überlegen, wie viele Personen Sie benötigen und welche Aufgaben diese haben, und ob Sie bereits auf diese Unterstützung zählen oder ob Sie sie erst noch einstellen müssen.
- **Zeit:** Sie müssen sich darüber im Klaren sein, wie viel Zeit die beteiligten Personen für die Kampagne aufwenden können, und dementsprechend einen Zeit- und Aktionsplan erstellen.

Tipp: Es kann sinnvoll sein, darüber nachzudenken, wie viel Zeit Sie für die Umsetzung all Ihrer Aktivitäten auf täglicher oder wöchentlicher Basis benötigen und ob es einige Schritte der Kampagne gibt, bei denen Sie mehr personelle oder finanzielle Unterstützung benötigen.

4. Wen wollen Sie an der Kampagne beteiligen?

Um den Erfolg Ihrer Kampagne zu gewährleisten, sollten Sie sicherstellen, dass Sie die **relevanten Akteur:innen und Interessengruppen** einbeziehen.

Um sie zu identifizieren, schlagen wir die folgenden **Schritte** vor:

1. Erstellen Sie eine Liste der Akteur:innen/Stakeholder:innen, die möglicherweise an einer Beteiligung interessiert sind. Sie müssen nicht unbedingt an allen Phasen der Kampagne beteiligt sein; sie können an der Planung, Entwicklung, Umsetzung und/oder Verbreitung der Kampagne mitwirken.

Tipp: Vergessen Sie bei der Suche nach Stakeholder:innen nicht, die Organisationen, Kollektive oder Akteur:innen hinzuzufügen, mit denen Sie bereits zusammengearbeitet haben. Dies wird Ihnen nicht nur bei einer bestimmten Kampagne helfen, sondern auch beim Aufbau eines breiteren Netzwerks von Mitarbeitern, das Ihre Organisation für andere Aktivitäten oder Verbreitungszwecke nutzen kann.

2. Legen Sie fest, welche Akteur:innen je nach ihrer Relevanz für das Thema und Ihren Ressourcen erreicht werden können und sollen.

Diese Akteur:innen könnten sein:

- Verwaltungsstellen und/oder Entscheidungstragende, die für soziale Entwicklung, Frauenrechte, Justiz, Gesundheit und Bildung zuständig sind;
- Organisationen der Zivilgesellschaft und Nichtregierungsorganisationen, die sich mit der Prävention von und dem Umgang mit Gewalt gegen Frauen befassen und dafür eintreten;
- Medien- und Kommunikationsfachleute, die zur Sensibilisierung beitragen und über GSG-Themen berichten können;
- Spender:innen und Sponsor:innen, die finanzielle und technische Unterstützung für die Kampagne leisten können;
- Führungspersönlichkeiten und Einflussnehmende, die das Zielpublikum mobilisieren und einbinden können.

Wie bereits erwähnt, hängen Anzahl und Art der Stakeholder:innen von den Details Ihrer Kampagne und den Ressourcen ab, die Sie zur Verfügung haben, um sie zu erreichen.

3. Bildung von Koalitionen/Synergien/Zusammenarbeit, um die Kampagne gemeinsam mit ihnen zu entwickeln und/oder zu verbreiten.

In diesem Schritt ist es wichtig, eine klare Aufteilung der Zuständigkeiten und Rollen zwischen allen an der Kampagne beteiligten Personen vorzunehmen.

Vergewissern Sie sich, dass die Organisationen, Einrichtungen und Akteur:innen, mit denen Sie zusammenarbeiten, sowie die Mitglieder Ihrer Organisation eine klare Vorstellung von ihren Verantwortlichkeiten und den von ihnen erwarteten Leistungen haben.

5. Was wollen Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln?

Jetzt ist es an der Zeit, Ihre Botschaften zu entwickeln, die auf den Zielen Ihrer Kampagne basieren.

Einige Fragen, die Ihnen dabei helfen können:

- *Welche Geschichte möchten Sie erzählen?*



- *Was möchten Sie kommunizieren, um das Bewusstsein zu schärfen und eine Aktion/Reaktion bei der Zielgruppe auszulösen?*



Tipps:

- Verwechseln Sie nicht das Ziel/die Ziele der Kampagne mit dem Inhalt, den Sie vermitteln wollen. Seien Sie sich des Unterschieds bewusst.
- Versuchen Sie, die Botschaften in einem positiven Ton zu verfassen, indem Sie sich auf alles konzentrieren, was getan werden kann, und nicht so sehr auf die negativen Aspekte der Situation, auch wenn das ebenfalls Dinge sind, die sichtbar gemacht werden müssen.
- Verwenden Sie eine integrative und respektvolle Sprache, die die Erfahrungen der Betroffenen von GSG berücksichtigt.
- Denken Sie intersektional: Stellen Sie sicher, dass die Botschaften kultursensibel sind und die verschiedenen kulturellen Perspektiven und Erfahrungen respektieren, wobei die Achtung der Menschenrechte stets im Mittelpunkt steht.
- Konzentration auf die Stärkung der von GSG betroffenen Frauen und Vermeidung ihrer Viktimisierung.
- Ermutigen Sie die Menschen, ihre Geschichten zu erzählen (immer unter Wahrung ihrer Zustimmung und ihrer Privatsphäre), damit Sie authentische und echte Botschaften erhalten.
- Lassen Sie diese Stimmen ihren eigenen Stil und Ton wählen, schließlich ist es ihre eigene Geschichte, und sie sollten selbst entscheiden, wie sie es erzählen wollen. Achten Sie jedoch immer darauf, dass sie zu der/den zuvor ermittelten Zielgruppe/n und dem/den Ziel/en der Kampagne passen.



6. Wie wollen Sie Ihre Botschaft an die Zielgruppe vermitteln?

Um zu entscheiden, wie Sie mit Ihrer Zielgruppe kommunizieren, müssen Sie zunächst wissen:

- *Was sind die Werte, Interessen und die Sprache Ihrer Zielgruppe?*



- *Was bewegt Ihre Zielgruppe?*



- *Was würde die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe erregen und es zum Handeln bewegen?*



- *Wo ist Ihre Zielgruppe?*



- *Wie können Sie sie erreichen? Online, von Angesicht zu Angesicht?*



Tipps:

- **Wenn Sie sich dafür entscheiden, soziale Medien für die Kampagne zu nutzen...**

müssen Sie die Plattform und die Kanäle, auf denen Sie Ihre Botschaften platzieren wollen, sorgfältig auswählen. Hier ist es wichtig, dass Sie Ihre Zielgruppe kennen. Je nach soziodemografischen Variablen wie Alter, Geschlecht, Einkommen, Beruf, Religion usw. sind bestimmte Kanäle besser geeignet, eine bestimmte Zielgruppe zu erreichen. Ein Beispiel: Wenn Ihre Kampagne darauf abzielt, ältere Frauen zu erreichen, die möglicherweise unter häuslicher Gewalt leiden, wäre die Nutzung bestimmter sozialer Netzwerke nicht empfehlenswert, da sie selbst diese nicht nutzen.

- Wählen Sie einen Ton für die Kampagne und halten Sie ihn konsistent.
- **Legen Sie fest, welche Art von Inhalt entwickelt werden soll. Auch dies hängt von der Zielgruppe und dem Ziel ab.**

Es gibt viele mögliche Inhalte:

- Berichte, Studien und Veröffentlichungen;
 - Pressemeldungen und Artikel;
 - Öffentliche Treffen und Veranstaltungen;
 - Konferenzen und Workshops;
 - Aufklärungsmaterial wie Broschüren, Plakate, Rundschreiben;
 - Audiovisuelles und künstlerisches Material wie Lehrvideos und Dokumentarfilme, Kunstwerke, usw.;
 - Inhalte für soziale Medien wie Posts, Reels, Videos, Live-Sitzungen usw.
- **Sorgen Sie für die Zugänglichkeit der Materialien.** Erwägen Sie die Möglichkeit, Ihre Materialien in verschiedene Sprachen zu übersetzen, um Ihre Zielgruppe zu erreichen, und stellen Sie sicher, dass sowohl die Materialien als auch die Veranstaltungen, die Sie im Rahmen der Kampagne organisieren, für Menschen mit Mobilitäts-, Seh-, Hör- und/oder anderen Behinderungen zugänglich sind.
 - **Nutzen Sie Multichannel-Marketingstrategien.** Wenn Sie verschiedene Plattformen und Kanäle nutzen, haben Sie mehr Möglichkeiten, Ihre Zielgruppe zu erreichen und mit ihm in Kontakt zu treten, vorausgesetzt, Sie haben es zuvor analysiert.



Von der Idee zur Umsetzung: Erstellung eines Aktionsplans

Nun, da Sie und die übrigen Mitglieder Ihrer Organisation über die einzelnen Komponenten der Kampagne nachgedacht haben, müssen Sie alles in einem Aktionsplan zusammenfassen.

Ein Aktionsplan ist einfach ein Dokument, das auflistet, welche Schritte unternommen werden müssen, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen*.

Die Erstellung eines Aktionsplans hilft Ihnen dabei, Ihren Fokus beizubehalten, den Erfolg Ihrer Kampagne zu messen und gleichzeitig notwendige Anpassungen des Plans vorzunehmen, um sicherzustellen, dass Sie Ihr Ziel erreichen, mit Ihren Interessenvertreter:innen zu kommunizieren und ihnen zu zeigen, wie Sie Ihr Ziel erreichen wollen, und zu klären, welche Ressourcen Sie benötigen und welche Schritte Sie unternehmen müssen, um es zu erreichen.

In diesem Aktionsplan sollten Sie folgende Angaben machen:



- **Ziele und Zielsetzungen:**

.....

.....

- **Zielgruppe:**

.....

.....

- **Ressourcen und Budget:**

.....

.....

- **Relevante Akteur:innen und Interessengruppen:**



- **Kommunikationsstrategie, die die wichtigsten Botschaften, Aktivitäten sowie die Kommunikationskanäle und -plattformen umfasst:**

- **Definition und Aufteilung von Aufgaben und Rollen:**

- **Zeitraumen und Zeitplan:**

- **Sowie Bewertungs- und Follow-up-Tools:**

Tipps:

- Um das Potenzial Ihrer Kampagne voll auszuschöpfen, ist es von grundlegender Bedeutung, das Team, das die Inhalte entwickelt, sowie die Zuständigkeiten und Aufgaben der einzelnen Teammitglieder festzulegen.
- Gleichzeitig ist es wichtig, Fristen für die Verteilung und/oder Verbreitung der erstellten Inhalte festzulegen, um sicherzustellen, dass Sie den vereinbarten Zeitplan einhalten.
- Einer der Schlüsselfaktoren für erfolgreiches Content Marketing ist das Timing. Sie wollen Ihre Zielgruppe dann erreichen, wenn es sich am ehesten mit Ihren Inhalten auseinandersetzt und aktiv wird. Dazu müssen Sie die Nachrichten verfolgen und die besten Zeitpunkte für die Verbreitung Ihrer Inhalte ermitteln. Speziell in Bezug auf GSG gibt es bestimmte Daten wie den 8. März oder den 25. November, an denen Ihre Aktionen eine größere Zielgruppe erreichen können. Sie können auch darüber nachdenken, Inhalte zu veröffentlichen oder Aktivitäten zu organisieren, nachdem ein wichtiges Ereignis in Ihrem lokalen Kontext stattgefunden hat, z. B. nach der Verabschiedung oder Ablehnung eines Gesetzes in Bezug auf GSG oder als Antwort auf einen Fall von Gewalt.

*[What is an action plan? – TechTarget Definition:](https://www.techtarget.com/whatis/definition/action-plan)
<https://www.techtarget.com/whatis/definition/action-plan>



Bewertung und Follow-up

Die Bewertung einer Sensibilisierungskampagne ist wichtig, um ihre Wirksamkeit und Auswirkungen auf die Veränderung von Einstellungen, Verhaltensweisen und Überzeugungen zu messen, die die Existenz von GSG verstärken. Darüber hinaus kann sie Ihnen helfen, bewährte Verfahren für künftige Bemühungen oder Kampagnen zu ermitteln.

Um eine Kampagne zu bewerten, müssen Indikatoren und Zielwerte festgelegt werden, die die spezifischen Ziele und erwarteten Ergebnisse der Kampagne widerspiegeln.

Indikatoren sind messbare Variablen, die den Fortschritt und die Erfolge der Kampagne aufzeigen, während die Zielwerte die gewünschten Leistungsniveaus für jeden Indikator darstellen.

Ein Indikator könnte zum Beispiel der Prozentsatz der Personen sein, die nach der Kampagne verschiedene Formen geschlechtsspezifischer Gewalt erkennen, und ein Zielwert könnte 80 % sein.

Überlassen Sie nicht alles der letzten Minute! Die Bewertung sollte in verschiedenen Phasen der Kampagne durchgeführt werden: vor, während und nach der Kampagne. So haben Sie immer noch Zeit, daran zu arbeiten, falls etwas nicht richtig läuft.

Um eine Kampagne effektiv zu planen und zu bewerten, sind drei Schritte erforderlich.

1. **Zunächst** sollte vor Beginn der Kampagne eine **Bestandsaufnahme** durchgeführt werden. Dazu gehört die Erhebung von Daten über die aktuelle Situation und die Bedürfnisse der Zielgruppe, z. B. ihr Wissen, ihre Einstellungen und ihr Verhalten in Bezug auf das Thema der Kampagne.
2. **Zweitens** sollte während der Kampagne ein **regelmäßiges Monitoring** eingerichtet werden. Dabei geht es darum, die Durchführung und das Feedback der Kampagnenaktivitäten zu verfolgen, z. B. ihre Reichweite, Qualität und Zufriedenheit bei der Zielgruppe.

3. Drittens sollte nach Abschluss der Kampagne eine **Folgenabschätzung** durchgeführt werden. Dabei werden die Veränderungen und Ergebnisse der Kampagne für die Zielgruppe und die Gesellschaft gemessen, z. B. ihr Bewusstsein, ihre Meinungen und ihr Handeln in Bezug auf das Thema der Kampagne.

Mit all diesen Elementen kann Ihre Organisation eine abschließende Bewertung der Kampagne vornehmen.

Dazu können Sie **einige der folgenden Fragen verwenden:**



- Was sind Ihre Gefühle nach dem Aktionstag? (Dies kann im Rahmen einer kurzen Feedback Runde innerhalb der Gruppe geschehen)

- Was ist Ihrer Meinung nach gut gelaufen?

- War irgendetwas schwieriger, als Sie es sich vorgestellt haben?

- Gab es etwas Unerwartetes?

- Gibt es Ihrer Meinung nach Lektionen, die wir für das nächste Mal lernen können?

- Haben wir erreicht, was wir uns vorgenommen haben?



- Haben wir noch etwas erreicht, was wir vielleicht nicht vorhergesehen hatten?

- Sind Sie mit sich selbst zufrieden und würden Sie so etwas gerne noch einmal versuchen?

- Was sollen wir als nächstes tun?



ANHANG A.

INFORMATIONSQUELLEN

Hier finden Sie eine Liste von Social-Media-Seiten/Profilen/Webseiten und anderen nützlichen Informationsquellen aus den Partnerländern von MARIPOSA. Sie ist für alle, die sich auf individueller Ebene mit dem Thema der geschlechtsspezifischen Gewalt (GSG) engagieren wollen, und speziell auch für kleine Gruppen/Verbände gedacht, die ihre Vernetzung mit anderen Organisationen ausbauen wollen.

- Name** 016
- Service** Telefonservice; WhatsApp; online chat; email
- Kurzbeschreibung** Dienst, der Informationen, Rechtsberatung und sofortige psychosoziale Unterstützung bietet. Eingeführt vom Ministerium für Gleichberechtigung
- Link** <https://violenciagenero.igualdad.gob.es/informacionUtil/recursos/telefono016/home.html>
-
- Name** ATENPRO
- Service** Telefonservice zum Schutz von geschlechts-spezifischer Gewalt
- Kurzbeschreibung** Es basiert auf der Nutzung von Mobilfunkkommunikation und Telelokalisierungstechnologien. Eingeführt vom Ministerium für Gleichberechtigung
- Link** <https://violenciagenero.igualdad.gob.es/informacionUtil/recursos/servicioTecnico/home.htm>
-
- Name** Guía práctica para el asesoramiento legal a víctimas de violencia de género
- Service** Praktischer Leitfaden
- Kurzbeschreibung** Praktischer Leitfaden für die Rechtsberatung von Betroffenen geschlechtsspezifischer Gewalt. Eingeführt von der Fundación Fernando Pombo
- Link** https://violenciagenero.igualdad.gob.es/informacionUtil/recursos/Otros_Re cursos/docs/Guia_Fund_Pombo.pdf
-
- Name** Centros Municipales de Información a la Mujer
- Service** Lokale Frauenberatungsstellen
- Kurzbeschreibung** Diese Zentren, von denen aus eine globale, auf Frauen ausgerichtete Intervention erfolgt, bieten Informationen, Betreuung und Beratung zu Gleichstellungsmaßnahmen und zur Förderung der Teilnahme. Sie stützen sich auf das Andalusische Fraueninstitut in Zusammenarbeit mit den Gemeinderäten
- Link** <https://www.juntadeandalucia.es/iam/index.php/iam/centros-municipales>
-
- Name** Servicio de asesoramiento jurídico online
- Service** Online-Rechtsberatung
- Kurzbeschreibung** Online-Rechtsberatung zum Thema Gewalt gegen Frauen, eingerichtet von der andalusischen Regierung.
- Link** https://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/online/asesoramiento_online/faq/pregunta.jsp

- Name** **Servicio de asistencia a las víctimas**
- Service** Zentrum für Rechtsberatung
- Kurzbeschreibung** Opferhilfsdienst zur Bereitstellung von Rechtsinformationen und -beratung, abhängig von der andalusischen Regierung
- Link** <https://wrap.igualdad.gob.es/recursos-vdg/search/SearchDetail.action?resourceId=15690&previousPage=/recursos-vdg/search/SearchResult.action>
-
- Name** **Punto Violeta**
- Service** Guides und Materialien
- Kurzbeschreibung** Ein vom Gleichstellungsministerium gefördertes Tool zur Einbeziehung der gesamten Gesellschaft zur Aufklärung und Vernetzung gegen geschlechtsspezifische Gewalt. Zusätzlich steht die Verbreitung der notwendigen Informationen im Vordergrund, um zu wissen, wie man sich im Falle von Gewalt gegen Frauen verhalten soll
- Link** <https://violenciagenero.igualdad.gob.es/informacionUtil/PuntoVioleta/home.htm>
-
- Name** **Delegación del Gobierno contra la violencia de género**
- Service** Öffentliche Einrichtung: Regierungsdelegation gegen geschlechtsspezifische Gewalt
- Kurzbeschreibung** Leitungsgremium des Ministeriums für Gleichstellung, das dem Staatssekretär für Gleichstellung und gegen geschlechtsspezifische Gewalt unterstellt ist und die Aufgabe hat, die Politik der Regierung des Landes gegen die verschiedenen Formen von Gewalt gegen Frauen zu informieren. Alle in diesem Bereich durchgeführten Maßnahmen sollten gefördert, koordiniert und beraten werden
- Link** <https://violenciagenero.igualdad.gob.es/home.html>
-
- Name** **Instituto Andaluz de la Mujer**
- Service** Öffentliche Einrichtung: Institut der andalusischen Frauen
- Kurzbeschreibung** Regionales Ministerium für Gleichberechtigung, Sozialpolitik und Förderung der Gleichstellung der Geschlechter. Sie entwickelt umfassende Maßnahmen zur Prävention von geschlechtsspezifischer Gewalt und zur Betreuung der Betroffenen. Das Institut bietet einen Betreuungs- und Informationsdienst für Frauen und entwickelt Programme zur Förderung der Gleichstellung von Männern und Frauen.
- Link** <https://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/>

Name Teléfono 900

Service Frauennotruf 900 200 999

Kurzbeschreibung Ein kostenloser Dienst, der 24 Stunden am Tag, ganzjährig, Tag und Nacht verfügbar ist. Er ist in ganz Andalusien verfügbar. Es ist anonym und ermöglicht die sofortige Lösung verschiedener Probleme

Link <https://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/index.php/2013-08-08-10-31-21/servicios-especializados-en-violencia-de-genero/telefono-900-atencion>

Name Asociación Mujeres Juristas Themis

Service Verband von Juristinnen

Kurzbeschreibung Nichtstaatliche, gemeinnützige, landesweite Organisation von Anwältinnen, Rechtsanwältinnen, Richterinnen und Gerichtsbediensteten in Spanien, die Vorschläge zur Änderung von Rechtsnormen, die die Rechte von Frauen verletzen, fördert

Link <https://www.mujeresjuristasthemis.org/>

Name Federación Mujeres Progresistas

Service Föderation progressiver Frauen

Kurzbeschreibung Eine nichtstaatliche, gemeinnützige Organisation, die sich aus Vereinen, regionalen und provinziellen Verbänden und anderen fortschrittlichen Frauengruppen auf nationaler und regionaler Ebene zusammensetzt und rund 23.000 Mitglieder zählt. Ihre Aufgabe ist es, den Wandel sozialer, wirtschaftlicher und kultureller Strukturen zu fördern, um die Gleichstellung der Geschlechter und die Gleichberechtigung von Frauen und Männern durch feministisches und politisches Empowerment zu erreichen.

Link <https://fmujeresprogresistas.org/>

Name Fundación Mujeres

Service Frauenstiftung

Kurzbeschreibung Eine nichtstaatliche, gemeinnützige Organisation, die an der Umsetzung von Interventionsprojekten in sozialen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Bereichen arbeitet, mit dem Ziel, Chancengleichheit zu verwirklichen

Link <https://fundacionmujeres.es/>

Name **Mujeres en Igualdad**

Service Vereinigung: Frauen in der Gleichstellung

Kurzbeschreibung Ein Raum für diejenigen, die der Meinung sind, dass Chancengleichheit eine Angelegenheit für alle ist, ohne jemanden auszuschließen, wobei Gewalt gegen Frauen einen besonderen Platz einnimmt

Link <http://www.mujiresenigualdad.com/>

Name **Asociación Clara Campoamor**

Service Verein

Kurzbeschreibung Die Vereinigung Clara Campoamor wurde gegründet, weil es dringend notwendig ist, die Rechte der Frauen zu verteidigen, die ständig verletzt werden, sei es in der Arbeitswelt, im Gesundheitswesen oder in der Familie. Frauen, die Opfer von Sexualverbrechen und Übergriffen werden, sind schutzlos und brauchen Unterstützung.

Link <https://claracampoamor.eu/>

Name **Comisión para la investigación de malos tratos a mujeres**

Service Status einer beratenden NGO der Vereinten Nationen.

Kurzbeschreibung Die Organisation ist das Ergebnis der Erfahrung von berufstätigen Frauen, Psychologen, Sozialarbeitern, Ärzten, Soziologen und Anwälten, die mit misshandelten Frauen zu tun haben. Ihr oberstes Ziel ist es, die Gewalt gegen Frauen zu beseitigen. Von Anfang an lag der Schwerpunkt ihrer Arbeit auf geschlechtsspezifischer Gewalt und sexueller Ausbeutung

Link <https://malostratos.org/>

Name **Fundación Ana Bella**

Service Netzwerk für überlebende Frauen

Kurzbeschreibung Sie bieten wirksame Lösungen, indem sie betroffene Frauen, die Medien, die öffentliche Verwaltung, soziale Einrichtungen und Unternehmen einbeziehen, um systemische Veränderungen zu bewirken

Link <https://www.fundacionanabella.org/>

Name **Proyectos Luz Casanova**

Service Non-profit organisation

Kurzbeschreibung Sie setzen sich für eine fürsorgliche Gesellschaft und der Eingliederung von Menschen ein, die sich in einer Situation schwerwiegender Schutzlosigkeit und Ausgrenzung befinden, mit besonderem Augenmerk auf Obdachlose sowie Frauen und Kinder, die Opfer von geschlechtsspezifischer Gewalt sind

Link <https://proyectosluzcasanova.org/>

Name **Fundación ASPACIA**

Service Nichtstaatliche Organisation

Kurzbeschreibung Sie ist eine Nichtregierungsorganisation, die sich für die Beseitigung von Gewalt in all ihren Erscheinungsformen, den Schutz der Opfer und die Förderung der Gleichstellung aller Menschen einsetzt. Sie kümmert sich um die Betroffenen, bildet Fachleute aus, untersucht die Gründe für Gewalt, sensibilisiert gegen deren Anwendung und sorgt dafür, dass diejenigen, die Gewalt ausgeübt haben, dies nicht wieder tun.

Link <https://fundacion-aspacia.org/>

Name **Asociación MUM**

Service Netzwerk von Frauen, die gemeinsam gegen Missbrauch vorgehen

Kurzbeschreibung Ein gemeinnütziger Verein, der sich zum Ziel gesetzt hat, Frauen zu helfen, die Betroffene von körperlichem, psychologischem, sexuellem, wirtschaftlichem Missbrauch usw. geworden sind, damit sie sich von Opfern zu Überlebenden entwickeln können, immer begleitet und geschützt.

Link <https://asociacionmum.org/>

Name **Servicio al ciudadano de la Guardia Civil**

Service Bürgerservice der Guardia Civil (Guardia Civil)

Kurzbeschreibung Hier finden Sie Antworten auf die Fragen, wann und wie Sie sich bei geschlechtsspezifischer Gewalt verhalten sollen, wie die Betroffenen betreut werden und welche Unterstützung sie erhalten. Außerdem finden Sie hier Informationen darüber, wie Sie eine Schutzanordnung beantragen können

Link <https://www.guardiacivil.es/es/servicios/violenciadegeneroyabusoamenores/violenciagenero/index.html>

Name **Ágora**

Service Frauenverbände auf lokaler Ebene

Kurzbeschreibung Ziel von Ágora ist es, sich für die Chancengleichheit von Frauen und Männern einzusetzen, alle Formen der Diskriminierung von Frauen zu beseitigen, ihre Rechte einzufordern, gegen geschlechtsspezifische Gewalt zu handeln, sich für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie einzusetzen und die Frauenverbände zu unterstützen und zu beraten.

Link <https://federacionagora.org/>

Name **Plataforma Violencia Cero**

Service Plattform gegen den Missbrauch von Frauen

Kurzbeschreibung Es handelt sich um eine gemeinnützige Organisation, die sich aus Frauenverbänden und anderen Gruppen in der Provinz Málaga zusammensetzt. Das Ziel ihrer Arbeit ist die Vermeidung aller Arten von Gewalt gegen Frauen und die Förderung der Chancengleichheit von Männern und Frauen

Link <https://plataformaviolenciacero.es/>

Name **Espacio Violeta**

Service Feministische Lektüre und Gender Studies Blog

Kurzbeschreibung Es handelt sich um einen auf Feminismus und Geschlechterstudien spezialisierten Fonds und darüber hinaus um einen Raum für Beratung, einen Treffpunkt und einen Ort für den Austausch von Wissen über Frauen, egalitäre Männlichkeiten und die LGTBIQ+ Community

Link <https://espaciovioleta.biblioteca.ulpgc.es/2020/11/19/la-violencia-contra-la-mujer-en-la-literatura-20-libros-escritos-por-mujeres/>

Name **Asociación AMUVI**

Service Gemeinnützige Frauenorganisation

Kurzbeschreibung AMUVI will eine Referenz in der Aufarbeitung gegen Gewalt aus der Geschlechterperspektive sein. Sie setzt sich gegen sexuelle und geschlechtsspezifische Gewalt ein und ist für den Schutz von Minderjährigen, die sowohl direkt als auch indirekt durch die Gewalt ihrer Mütter missbraucht werden.

Link <https://amuvi.org/>



ANHANG A GSG INFORMATIONSQUELLEN

Name Win hellas

Service Website und Social Media

Kurzbeschreibung Lokale Organisation, die sich für Frauen einsetzt und sie stärkt; spezialisiert auf den Missbrauch durch Bildungsprogramme

Link <https://www.winhellas.gr/>
<https://www.instagram.com/winhellas/>

Name Diotima

Service Website und Social Media

Kurzbeschreibung Lokale Organisation, die sich auf Fragen der Gewalt gegen Frauen und der Diskriminierung spezialisiert hat. Seit mehr als 30 Jahren steht sie den Betroffenen von Gewalt gegen Frauen zur Seite und bietet rechtliche und psychosoziale Unterstützung an.

Link <https://diotima.org.gr/>
<https://www.linkedin.com/company/crwidiotima/>
<https://www.facebook.com/NGOdiotima/>

Name Diotima Help Desk Chat Line & email

Service Website

Kurzbeschreibung Helpdesk-Chat-Line für Frauen, die geschlechtsspezifische Gewalt erfahren, bereitgestellt von Diotima

Link <https://diotima.org.gr/en/chat-helpdesk/>
<https://diotima.org.gr/en/email-helpdesk/>

Name Diotima Help Desk FAQ

Service Website

Kurzbeschreibung Häufig gestellte Fragen und Antworten (FAQs) für Frauen, die geschlechtsspezifische Gewalt erleben, bereitgestellt von Diotima

Link <https://diotima.org.gr/en/faq-helpdesk/>

Name metoogreece.gr

Service Website

Kurzbeschreibung Eine staatliche Plattform zur Sammlung von Informationen über sexuelle Belästigung, Missbrauch und Gewalt. Die Website enthält alle Notrufnummern für sofortige Hilfe und Unterstützung sowie Informationen über die verschiedenen Formen von GSG.

Link <https://metoogreece.gr/>

ANHANG A GSG INFORMATIONSQUELLEN

Name **WomenSOS.gr**

Service Website & facebook

Kurzbeschreibung Eine vom Generalsekretariat für Bevölkerungspolitik, Familienpolitik und Gleichstellung der Geschlechter Social-Network, die in den Sprachen EN und GR, AR, Farsi (einige Informationen) verfügbar ist und Informationen über die Formen der Gewalt gegen Frauen, die Erkennung von Gewalt und die Möglichkeiten, Unterstützung zu suchen, sowie Zugang zu institutionellen Dokumenten bietet, die Fachleuten, Betroffenen und/oder der von Gewalt bedrohten Person helfen können, sich im System zurechtzufinden.

Link <https://womensos.gr/>
<https://www.facebook.com/WomenSOSgr-242892059153851/>

Name **GBV Pocket Guide**

Service App

Kurzbeschreibung Der "GBV Pocket Guide" ist eine App, die auf der Grundlage internationaler Standards in mehr als 12 Sprachen entwickelt wurde, um den Umgang mit Vorfällen geschlechtsspezifischer Gewalt durch Fachkräfte und die Öffentlichkeit zu erleichtern.

Link <https://isotita.gr/gbv-guidelines/>
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gbvpoCKETguide&hl=el&gl=US>
<https://apps.apple.com/gr/app/gbv-pocket-guide/id1366576273?l=el>



Name **D.i.Re. – Donne in rete contro la violenza**
Service Website
Kurzbeschreibung Nationales Netzwerk zu geschlechtsspezifischen Gewalt
Link <https://www.direcontrolaviolenza.it/>

Name **Differenza Donna**
Type of resource Website
Kurzbeschreibung Führende NGO zu geschlechtsspezifischen Gewalt
Link <https://www.differenzadonna.org/>

Name **Nonunadimeno**
Service Website, Instagram profil, Facebook Seite
Kurzbeschreibung Nationale politische Organisation und Netzwerk
Link <https://nonunadimeno.wordpress.com/>
https://www.facebook.com/nonunadimeno/?locale=it_IT
<https://www.instagram.com/nonunadimeno/>

Name **Robadadone**
Service Instagram Profil
Kurzbeschreibung Feminismus account
Link <https://instagram.com/robadadonne?igshid=YmMyMTA2M2Y>

Name **Collecttivo SCUM**
Service Instagram Profil
Kurzbeschreibung Lokale politische Organisation
Link https://instagram.com/collettivo_scum?igshid=YmMyMTA2M2Y

Name **Casa Mediterranea delle Donne - Palermo**
Service Facebook Seite
Kurzbeschreibung Frauenhaus
Link <https://www.facebook.com/CasaMediterraneadelleDonnePalermo>

- Name** **Associazione Le Onde - Onlus**
- Service** Facebook Seite
- Kurzbeschreibung** NGO für GSG Betroffene
- Link** <https://www.facebook.com/profile.php?id=100080369562016>
-
- Name** **Casa Internazionale delle Donne**
- Type of resource** Website
- Kurzbeschreibung** Webradio der Casa Internazionale delle Donne
- Link** <https://radiosa.casainternazionedelledonne.org/chi-siamo/>
-
- Name** **Arcigay**
- Service** Instagram Profil
- Kurzbeschreibung** LGBTQ+ lokale Organisation
- Link** <https://instagram.com/arcigaypalermo?igshid=MmJiY2I4NDBkZg==>
-
- Name** **The Gender Talk**
- Service** Website
- Kurzbeschreibung** Ein von Erasmus+ finanziertes Projekt mit Bildungsressourcen für Jugendliche, Erzieher, Fachleute und Erwachsene zu Geschlechterrollen und -stereotypen, psychischem Wohlbefinden, Affektivität und Sexualität
- Link** <https://thegendertalk.eu/>
-
- Name** **Asociacione Millecolori onlus**
- Service** Website
- Kurzbeschreibung** Lokale Vereinigung gegen geschlechtsspezifische Gewalt, die ein Zentrum gegen Gewalt und ein Frauenhaus betreibt
- Link** <http://www.millecolorionlus.org/>
-
- Name** **Noi uomini a Palermo Contro la Violenza sulle Donne**
- Service** Website
- Kurzbeschreibung** Lokaler Verein für Männer gegen GSG
- Link** <http://www.noiuominiapalermo.it/chi-siamo/>

Name Supporting survivors of gender-based violence (GBV) in cases where there is no GBV actor in your region

Service PDF Dokument

Kurzbeschreibung GSG-Leitlinien-Team Organisation

Link <https://gbvguidelines.org/wp/wp-content/uploads/2022/07/Final-GBV-Pocket-Guide-Romanian.pdf>

Name Free phone line for specialized help 0800 500 333

Service HELPLINE

Kurzbeschreibung Nationale Agentur für Chancengleichheit von Frauen und Männern

Link <https://anes.gov.ro/call-center/>

Name BRIGHT SKY RO App

Service Smartphone App

Kurzbeschreibung Das Institut für Forschung und Kriminalitätsbekämpfung, die Vodafone-Stiftung, der Verein Necuvinte und Code for Romania.

Link <https://www.politiaromana.ro/ro/prevenire/violenta-domestica/bright-sky-ro-prevenirea-violentei-domestice>

Name A.L.E.G

Service Counselling/Psychological support

Kurzbeschreibung Verein für Freiheit und Gleichberechtigung

Link <https://aleg-romania.eu/despre-noi/>

Name FOR SPECIALIZED ASSISTANCE SERVICES IN SITUATIONS OF DOMESTIC AND GENDER VIOLENCE

Service Telefonnummer und Whatsapp

Kurzbeschreibung Gloria - Integrierte Hilfe für Betroffene von geschlechtsspezifischer und häuslicher Gewalt.

Link <https://proiectulgloria.ro/contact/>

Name THE TRUST PHONE FOR WOMEN

Service Telefonnummer

Kurzbeschreibung Internationales Zentrum für den Schutz und die Förderung der Rechte der Frauen 'La Strada'

Link https://lastrada.md/files/resources/4/2012_RO_Telefon_de_incredere.pdf

Name	Fédération France Victimes
Service	Website
Kurzbeschreibung	<p>Organisation, die Betroffene von sexueller Gewalt hilft. Hauptziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • direkte Hilfe für die Betroffenen • Hilfe und Unterstützung anderer Organisationen • Aufklärung und Sensibilisierung von Menschen, die mit Opfern von sexueller und sexistischer Gewalt arbeiten
Link	https://www.france-victimes.fr/index.php/nous-connaitre/2015-06-16-21-30-20/organisation
Name	Declic Violence
Service	Website
Kurzbeschreibung	Website mit Informationen über geschlechtsspezifische Gewalt sowie mit Adressen und Links, die nützlich sein könnten (Namen von Organisationen, die Betroffenen helfen).
Link	https://decliviolence.fr/la-carte-interactive-liste?type=2&region=10&department=
Name	Solidarité Femmes
Service	Website
Kurzbeschreibung	Website mit Informationen darüber, wie und wo man Organisationen findet, die den Betroffenen von geschlechtsspezifischer Gewalt helfen
Link	https://www.solidaritefemmes.org/nous-trouver
Name	Planning Familial
Service	Website
Kurzbeschreibung	Organisation, die Betroffenen von geschlechtsspezifischer Gewalt hilft und über Diskriminierung, Abtreibung und Geburtenkontrolle informiert
Link	https://www.planning-familial.org/fr#
Name	Elles Imaginen't
Service	Webiste
Kurzbeschreibung	Organisation, die Unterstützung leistet (Erste Hilfe, Rechtsbeistand, Bildung)
Link	https://ellesimaginent.fr/nos-actions/accompagnements/

Name	Arrêtons les violences
Service	Website
Kurzbeschreibung	Staatliche Website mit Informationen darüber, wie man eine Organisation für Betroffene von geschlechtsspezifischer Gewalt findet, je nach Region/Gebiet, Art des Bedarfs (Überfall, Vergewaltigung, Zwangsheirat...), Tätigkeit der Organisation (psychologische Unterstützung, Bildung...) und Behinderung (um eine Organisation zu finden, die mit Menschen mit besonderen Bedürfnissen arbeiten kann).
Link	https://arretonslesviolences.gouv.fr/associations-de-lutte-contre-les-violences-sexistes-et-sexuelles/associations
<hr/>	
Name	Libre terre des femmes
Service	Website
Kurzbeschreibung	Organisation, die Betroffenen von geschlechtsspezifischer Gewalt praktische (Unterkunft usw.), juristische, psychologische und professionelle Unterstützung bietet.
Link	http://www.ltdf.fr/
<hr/>	
Name	Maison des femmes
Service	Website
Kurzbeschreibung	Website mit Informationen über eine Struktur, die Betroffenen von geschlechtsspezifischer Gewalt hilft (psychologische Unterstützung, erste Hilfe, juristische Unterstützung).
Link	https://www.aphp.fr/maison-des-femmes#:~:text=Un%20lieu%20unique%20au%20nordL%27accompagnement%20est%20pluridisciplinaire
<hr/>	
Name	CIDFF Paris (Centre d'information sur les droits des femmes et des familles)
Service	Website
Kurzbeschreibung	Organisation, die Rechtsbeistand, Bildung und professionelle Unterstützung anbietet
Link	https://paris.cidff.info/
<hr/>	
Name	Centre Aubertine Auclert
Service	Website
Kurzbeschreibung	Website mit einer Liste von Kontakten und Adressen von Organisationen, die Betroffene von geschlechtsspezifischer Gewalt in der Region Ile-de-France unterstützen
Link	https://orientationviolences.hubertine.fr/liste-des-dispositifs-accueil

Name	Frauenhelpline
Service	Helpline
Kurzbeschreibung	<p>Kostenlose telefonische Erst- und Krisenberatung für Frauen*, Kinder und Jugendliche, die von Gewalt betroffen sind</p> <ul style="list-style-type: none"> • Frauen* jeder Herkunft, sexueller Orientierung, Religion und in allen Lebenssituationen • Anonyme und vertrauliche Beratung • Muttersprachliche Beratung in Arabisch, Bosnisch-Kroatisch-Serbisch, Englisch, Rumänisch, Spanisch, Türkisch und Dari-Farsi • Erreichbarkeit von 0 – 24 Uhr an 365 Tagen im Jahr, kostenlos • Rasche Hilfe in Akutsituationen • Klärung der aktuellen Situation, Entlastung und Orientierungshilfe • Psychosoziale Krisenberatung • Information über rechtliche und soziale Fragen in Zusammenhang mit Gewalt an Frauen* und Kindern • Gezielte Weitervermittlung an regionale Frauenschutzeinrichtungen und Beratungsstellen • Information über weiterführende Beratungs- und Unterstützungsangebote in ganz Österreich
Link	https://www.frauenhelpline.at/ number: 0800 / 222 555

Name	Vienna Intervention Centre against Violence in the Family
Service	NGO website
Kurzbeschreibung	<p>Seit 1999 führte die Wiener Interventionsstelle gemeinsam mit der Männerberatung Wien das Anti-Gewalt-Training durch. Es handelte sich dabei um das einzige Täterprogramm in Österreich, das nach internationalen Standards konzipiert war.</p> <p>Ziel dieses Trainings war, in meist offenen, aber strukturierten Gruppen eine Veränderung des Verhaltens gewalttätiger Männer herbeizuführen und partnerschaftliches Verhalten zu erlernen. Gleichzeitig wurden jene Familienmitglieder, die von Gewalt betroffen sind, unterstützt und gestärkt, was langfristig zu einer Verbesserung der Lebensqualität aller beteiligten Personen führt.</p>
Link	https://www.interventionsstelle-wien.at/anti-gewalt-training

Name	MARACs - Protection of Particularly Vulnerable Victims of Family Violence
Service	Website
Kurzbeschreibung	MARAC steht für Multi-Agency Risk Assessment Conference und ist eine Methode, die 2003 von der Polizei und der Women's Safety Unit in Cardiff/Wales in Großbritannien entwickelt wurde.
Link	https://www.interventionsstelle-wien.at/maracs-schutz-von-besonders-gefaehrdeten-opfern-von-gewalt-in-der-familie

Name	MA 57 - Frauenservice Wien
Service	Netzwerk
Kurzbeschreibung	<p>Der Frauenservice fördert Frauenverbände und Genderprojekte, um der Benachteiligung von Frauen und Mädchen gezielt entgegenzuwirken. Studien, Publikationen und Veranstaltungen greifen frauenpolitisch relevante Themen auf und vermitteln sie der Öffentlichkeit. Frauen und Mädchen erhalten konkrete Unterstützung durch die Beratungsangebote des Frauenservice.</p> <p>Hilft Frauen und Mädchen sofort und rund um die Uhr nach Gewalterfahrungen durch die Kriseneinrichtung 24-Stunden-Frauennotruf: + 43 1 71 71 9</p>
Link	Phone: +43 1 4000 83515 / E-mail: frauen@ma57.wien.gv.at

Name	Women of Vienna*
Service	Facebook Gruppe
Kurzbeschreibung	<p>Diese Gruppe ist für Frauen (einschließlich trans- und intersexuelle Frauen) und nicht-binäre Menschen!</p> <p>Dies ist die größte englischsprachige Community und Ressource für Frauen, die in oder in der Nähe von Wien, Österreich, leben. Sie veranstaltet verschiedene Events.</p>
Link	https://www.facebook.com/groups/594392847326870

Name	Women in Graz
Service	Facebook community
Kurzbeschreibung	<p>Women in Graz ist eine Gemeinschaft für englischsprachige Frauen in Graz. Das Ziel ist es, jedem zu helfen und zu unterstützen, das Beste aus dem Leben in Graz zu machen, sowohl für Auswanderer als auch für Einheimische. Speziell für Neuankömmlinge in Graz, um sich einzuleben, und unterstützt alle Kulturen, Religionen und Traditionen</p>
Link	https://www.facebook.com/groups/645277812524971/

Name	Autonomous Austrian Women's Shelters
Service	website / network
Kurzbeschreibung	<p>Dachorganisation der autonomen Frauenhäuser in Österreich: Wir sind feministisch-kritisch-aktivistisch-präventiv-informativ-überparteilich, aber parteilich für gewaltbetroffene Frauen und Kinder</p>
Link	https://www.a oef.at/index.php



**ANHANG.B.
BEWÄHRTE VERFAHREN
FÜR KAMPAGNEN UM
BEWUSSTEIN GEGEN
GSG ZU SCHAFFEN**



¿Entonces quién? (Wer dann?)

Schwerpunkt: Eisberg der geschlechtsspezifischen Gewalt

Zielsetzungen:

1. Das Bewusstsein schaffen, dass Gewalt gegen Frauen nicht mit körperlicher Gewalt beginnt, sondern mit verbalen Äußerungen, die als Komplimente oder Witze getarnt sind;
2. Zu zeigen, dass Medien oder Personen mit einer großen Zahl von Followern andere beeinflussen können und eine große Verantwortung für Gewalt gegen Frauen tragen.
3. Das Bewusstsein der Männer schärfen, damit sie sich nicht in diese Gewaltspirale begeben.

Aktivitäten/Initiativen: Veröffentlichung eines Spots, der im Fernsehen und in den sozialen Medien gespielt wird. Die Sprachanzeigen werden im Radio gespielt. #EntoncesQuién ist das offizielle Hashtag der Kampagne, die sich aufgrund des Inhalts und der Bezüge zu realen Ereignissen, die in den letzten Jahren in Spanien stattgefunden haben, viral verbreitet hat.

An der Organisation/Durchführung beteiligte Akteure: Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género. Ministerio de Igualdad, Gobierno de España (Regierungsdelegation gegen Geschlechtsspezifische Gewalt. Ministerium für Gleichberechtigung, Regierung von Spanien).

Zielgruppen:

- **Hauptzielgruppen:** Männer, die sich nicht aktiv an der Bekämpfung geschlechtsspezifischer Gewalt beteiligen, sondern lieber schweigen. Männer, die sich der verschiedenen Arten von Gewalt gegen Frauen nicht bewusst sind.
- Medien und Menschen, die Einfluss auf andere haben, insbesondere auf junge Männer.
- **Sekundäre Zielgruppe:** Menschen, die sich der verschiedenen Arten von Gewalt gegen Frauen nicht bewusst sind.

Botschaft(en) und verwendete Sprache:

- **#EntoncesQuién (#WerDann)** ist die übliche Frage, die gestellt wird, wenn jemand leugnet, etwas getan zu haben (oder, im Fall dieses Videos, nichts gegen die Gewalt in diesen Situationen zu unternehmen). Die Kampagne will Menschen, vor allem Männer, bewusst machen, was Frauen in ihrem Alltag widerfährt, damit sie die Bedeutung hinter den Worten und Handlungen verstehen können. Wer, wenn nicht sie, wird sonst ihre Stimme gegen geschlechtsspezifische Gewalt erheben? Wenn Sie jemanden kennen, der geschlechtsspezifisch Gewalt ausübt, müssen Sie es melden und sich engagieren, um etwas dagegen zu tun
- Die Sprache im Video ist informell, verwendet Vokabeln aus dem täglichen Leben und keinerlei Fachbegriffe.

Materialien:

- Zwei Fernsehspots: ein längerer (1:08 Min.) und ein kürzerer (0:20 Min.).
- Radiowerbung in allen offiziellen Sprachen Spaniens: Spanisch, Katalanisch, Galicisch und Baskisch.
- Grafische Ressourcen wie Poster, Banner, digitale Schilder/Plakate, Gifs.

Vorteile und Nachteile:**Vorteile:**

- Der Spot ging viral, nachdem sich ein Fernsehmoderator durch das Video beleidigt fühlte und leugnete, dass er sich jemals auf diese Weise verhalten hat, obwohl sein Name nie genannt wird. Dies veranlasste Nutzer:innen sozialer Medien, Zusammenschnitte von Videos zu erstellen, die zeigen, wie dieser Fernsehmoderator weibliche Gäste in Verlegenheit bringt. In ähnlicher Weise fühlte sich ein Twitch-Streamer angegriffen und forderte die Regierung auf, verantwortungsvoll mit öffentlichen Geldern umzugehen.

- Außerdem zeigt der Spot, wie diese Verhaltensweisen schädlich sein und als Gewalt gegen Frauen gelten können, auch wenn sie nicht körperlich sind.

Es wurden keine Nachteile festgestellt

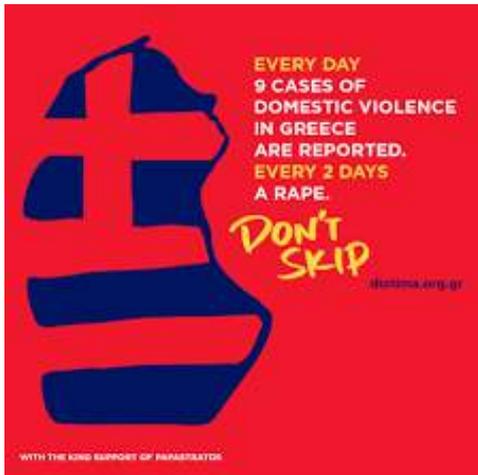
Links:

- Link zur Kampagnen Website:
<https://violenciagenero.igualdad.gob.es/sensibilizacionConcienciacion/campanas/violenciaGobierno/entoncesqui/vgenero.htm>
- Link zum Spot (sub. spanisch): <https://youtu.be/vxfR1-zqdwY>

Zusätzliche Informationen:

Dieser Spot ist die jüngste Kampagne der spanischen Regierung am 25. November. Das Video bezieht sich auf Gewalttaten gegen Frauen, die in den letzten Monaten und Jahren im Land stattgefunden haben.

- Ein Twitch-Streamer erzählte, dass ein Freund von ihm auf Partys keinen Alkohol getrunken hat, damit betrunkene Frauen eine Beziehung mit ihm eingingen.
- Der Moderator einer sehr beliebten Fernsehsendung wurde mehrfach beschuldigt, sexistische, intime und unangenehme Witze und Fragen an weibliche Gäste zu richten.
- Fußballspieler, die des sexuellen Missbrauchs oder der Aggression beschuldigt wurden und von den Fans verteidigt wurden.
- Junge Männer, die in einem männlichen Studentenwohnheim wohnten, wurden von der Universität verwiesen, weil sie aus ihren Fenstern frauenfeindliche und vulgäre Drohungen gegenüber den Frauen im gegenüberliegenden Frauenwohnheim geäußert hatten.



Don't Skip

Schwerpunkt: Geschlechtsspezifische Gewalt und Sexismus

Zielsetzung:

1. Bewusstsein in der Gesellschaft schaffen, insbesondere bei jungen Menschen, damit die täglichen Vorfälle von geschlechtsspezifischer Gewalt und Sexismus nicht übersehen werden.
2. Sichtbarkeit und Beitrag zur Bildung einer Kultur der Nulltoleranz, um geschlechtsspezifische Gewalt zu beseitigen.

Aktivitäten/Initiativen::

1. Die Kampagne "Don't Skip" wurde in Griechenland vom Diotima Centre for Research on Women's Issues im Rahmen des Projekts "SPEAK: Legal Support and Raising Awareness of Gender Based Violence" durchgeführt.
2. Ein Kurzfilmwettbewerb mit dem Titel "Young women and men artists, against women's violence: Don't Skip". Ziel war es, Künstlerinnen und Künstler (18 bis 30 Jahre alt) zur Teilnahme zu bewegen, ihre künstlerische Fähigkeit zu verwenden, um damit Bewusstsein zu schaffen. Elf Filme nahmen an dem Wettbewerb teil;
3. Videospot, mit dem das Phänomen der sexuellen Belästigung im öffentlichen Raum sichtbar gemacht wird;
4. Videospot, in dem die Stereotypen der verbalen Gewalt, in einem alltäglichen Fall von häuslicher Gewalt dargestellt werden;
5. Videospot, mit dem die Öffentlichkeit aufgefordert wird, die Anzeichen für geschlechtsspezifische Gewalt nicht zu ignorieren;
6. Kampagne, einschließlich abstrakter Gemälde, die die Folgen von häuslicher Gewalt und Vergewaltigung für Frauen aufzeigen;
7. Fotografische Darstellung aus dem Alltag, die die Schwierigkeiten und die Angst der Frauen dokumentieren und über die erlebte Gewalt zu sprechen.

An der Organisation/Durchführung beteiligte Akteure: Die Mitarbeiter:innen der Organisation, junge Künstler, die an dem Filmwettbewerb teilnehmen, berühmte Schauspielerinnen und Schauspieler, die in den Videospots mitspielen.

Zielgruppen: ·Allgemeine Öffentlichkeit, Junge Menschen, Betroffene Frauen von GBV.

Botschaft(en) und verwendete Sprache:

- „Don't Skip“, „Don't Skip Geschlechtsspezifische Gewalt“
- Sprachen: Griechisch und Englisch

Materialien:

- Videos,
- Beiträge in sozialen Medien und auf der Website.

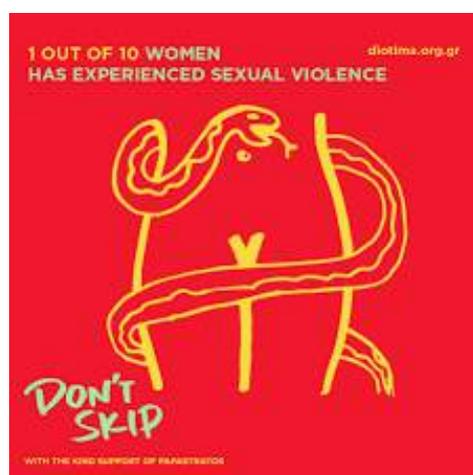
Vorteile und Nachteile:

Vorteile:

- Die Botschaft der Kampagne wurde weit verbreitet und von den meisten Medien in Griechenland unterstützt.
- Auch bei den Nutzer:innen der sozialen Medien war die Resonanz groß, insbesondere bei Frauen zwischen 25 und 45 Jahren.
- Einer der Spots, in dem der beliebte Schauspieler Errikos Litsis mitspielt, ging mit über 1 Million Aufrufen viral.
- **Es wurden keine Nachteile festgestellt**

Link:

Link zur Website: <https://diotima.org.gr/dontskip/en/index.html>





Call4Margherita: die teuerste Pizza der Welt.

Schwerpunkt: Die Kampagne konzentriert sich auf das unzureichende Unterstützungssystem. Frauen, die Opfer von Gewalt geworden sind, wird nicht die nötige Hilfe angeboten, da Gesundheits- und Sozialdienste, Strafverfolgungsbeamte und Justizbehörden nicht ausreichend geschult sind. Fälle von Gewalt gegen Frauen werden nicht schnell genug erkannt.

Zielsetzung:

1. Bewusstsein gegenüber der breiten Öffentlichkeit und der Institutionen schaffen, damit das Thema der Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen zu einem konkreten politischen Thema wird.
2. Spenden sammeln

Aktivitäten/Initiativen:

- Start einer Fundraising-Kampagne auf nationaler Ebene;
- Start einer Sensibilisierungskampagne über soziale Medien (Instagram), die die Bürgerinnen und Bürger dazu auffordert, ihre Inhalte und Botschaften zu teilen;
- Präsentation einer künstlerischen Installation im Zentrum von Rom, gefolgt von einem Flashmob und der landesweiten Veröffentlichung des Werbevideos der Kampagne.

An der Organisation/Durchführung beteiligte Akteure:

- **ActionAid Italia** (Internationale Aktivistenorganisation, Initiator der Initiative),
- **Caffeina** (Digitalagentur),
- **Prominente** wie Claudia Gerini, Michela Giraud, di Claudia Napolitano (Der Schakal), Filippo Tortu, Daniele Garozzo, Miriam Sylla und Sandro Campagna; und italienische Unternehmen wie PizziKotto, Gruppo Locauto, Italo, Levi's und Lovable (für die Verbreitung der Kampagne).

Zielgruppen: Allgemeine Bevölkerung

Botschaft(en) und verwendete Sprache:**Nachrichten:**

- "Wenn Frauen die Polizei anrufen und vorgeben, diese Pizza zu bestellen, um ihren gewalttätigen Partnern zu entkommen, dann ist diese Pizza ein Mittel, um ihr Leben zu retten. Dann ist diese Pizza es auch wert, dass sie von der Regierung zur Bekämpfung geschlechtsspezifischer Gewalt bereitgestellt werden sollte. Protestieren Sie, damit diese Pizza wieder eine normale Pizza wird, die man bestellen kann. Spenden Sie (qr code) #Call4Margherita."
- "Ein Leben ohne Gewalt kann kein Luxus sein".
- "#Call4Margherita"

Sprache:

- Die Kampagne greift die Art eines Luxus-Werbespots auf, um zu zeigen, dass manche Frauen aus Angst vor den Konsequenzen einer Anzeige gegen einen gewalttätigen Partner die Bestellung einer Pizza als Vorwand nehmen, um so ihrer Situation zu entkommen.

Materialien:

- Video <https://www.youtube.com/watch?v=JrChsR8TTak>
- Plakate

Vorteile und Nachteile

Vorteile:

- Die verwendeten Kanäle und die Kreativität bei der Verwendung der Sprache eines Luxuswerbespots sind sehr wirksame Mittel und Wege, um die öffentliche Meinung und die Institutionen zu sensibilisieren, um Gewalt als in der Bestellung einer Pizza darzustellen
- Das Miteinbeziehen von Unternehmen, insbesondere von Pizzerien, bietet einen direkten und wirkungsvollen Kommunikationskanal mit dem Publikum, da die Botschaft auf den Pizzakartons abgedruckt war, zusammen mit einem Link, über den man für die Kampagne spenden konnte.
- Die Präsentation der Kampagne im Rahmen einer persönlichen Veranstaltung schafft Erwartungen und bietet eine direktere Kommunikation mit den Medien.
- Durch das Miteinbeziehen von Prominenten mit unterschiedlichem Hintergrund können verschiedene Zielgruppen erreicht werden.

Nachteile:

- Die Materialisierung von geschlechtsspezifischer Gewalt auf einer "schicken Pizza" ist zwar kreativ, birgt aber die Gefahr, etwas oberflächlich zu wirken, und die Botschaft des Videos kann ein wenig verwirrend sein.
- Neben dem Fundraising und der Sensibilisierung gibt es keine direkte Aktion, bei der politische Institutionen oder Behörden aufgefordert werden, mehr Geld für Initiativen gegen GSG bereitzustellen.

Link:

- Link zur Website: <https://www.actionaid.it/call4margherita>
- Link zur Instagram Kampagne: [@Call4Margherita](https://www.instagram.com/Call4Margherita)





BROKEN WINGS

Scwerpunkt: Kampagne zur Prävention häuslicher Gewalt

Zielsetzung: Information der Öffentlichkeit über die schwerwiegenden Folgen von missbräuchlichem Verhalten in Paarbeziehungen.

Aktivitäten/Initiativen:

- **Dokumentarfilm "Broken Wings":** Er ist der zentrale Punkt der Kampagne und zeigt die Situation von Opfern häuslicher Gewalt in Rumänien, anhand mehrerer Fälle von Gefangenen im Frauengefängnis von Târgșor. Der Dokumentarfilm dreht sich um die Geschichten von Frauen, die ein Leben voller Missbrauch und Angst gelebt haben, was sie dazu motiviert hat, jahrelanges grausames Leid zu ertragen, niemanden um Hilfe zu bitten und irgendwann vom Opfer zur Angreiferin zu werden, die sich selbst „Gerechtigkeit verschafft“, so die Organisatoren.
- **Sicherheitsleitfaden für Betroffene von Gewalt in der Familie**, der erstellt und landesweit an alle Polizeidienststellen verteilt wurde. Dieser Leitfaden richtet sich an Personen, die wissen, dass sie sich in einer missbräuchlichen Situation befinden und die ersten Schritte unternehmen, um aus diesem Umfeld herauszukommen. Der Leitfaden wird von Plakaten begleitet, die in den Gegenden an den Anschlagtafeln angebracht werden. Die Plakate richten sich an die "Dunkelziffer" der Gewalt, an die Menschen, die in keiner Statistik auftauchen und die nie über ihr Leben gesprochen haben.
- **Die Veranstaltung** wird mit Unterstützung des Oradea City Hall organisiert.



An der Organisation/Durchführung beteiligte Akteure:

ASOCIAȚIA NECUVINTE

Zielgruppen:

- Menschen in Universitäten und High Schools,
- Allgemeine Öffentlichkeit (die Materialien wurden landesweit an stark frequentierten öffentlichen Orten und in allen Polizeistationen ausgelegt),
- Betroffene von Geschlechtsspezifischer Gewalt.

Botschaft(en) und verwendete Sprache: Sagen Sie "NEIN" zu Gewalt in der Familie

Materialien :

- TV-Spots;
- Dokumentarfilm ;
- Sicherheitsleitfaden;
- Plakate.

Vorteile und Nachteile:**Vorteile:**

- Im Rahmen der Kampagne entstand der Dokumentarfilm "BROKEN WINGS", der eine starke Botschaft über häusliche Gewalt vermittelt.

Nachteile:

- Die Kampagne hat keine offizielle Website, und der Name der Kampagne kann leicht mit einer türkischen Serie verwechselt werden, so dass es keine klare offizielle Identität der Initiative gibt..

Links:

- Link zur Website: <https://www.politiaromana.ro/ro/prevenire/campanii-proiecte/campania-de-prevenire-a-violentei-domestice-aripi-frante>
- Link zum TV spot: <https://www.youtube.com/watch?v=tMdlC2V2fEs>
- Link zur Dokumentation: <https://www.youtube.com/watch?v=MSlevNsnvtE>



Partir/ Verlassen

Schwerpunkt: Finanzielle Unterstützung von Maßnahmen gegen geschlechtsspezifische Gewalt

Zielsetzung: Spendenaufnahme von 1 Million Euro.

Aktivitäten/Initiativen:

- Support-Helplines und Chats;
- Unterstützung durch Schaffung eines Zufluchtsortes 17/05/2023;
- Sensibilisierung der jungen Generationen für die Gleichstellung der Geschlechter;
- Rechtliche Unterstützung für die Opfer;
- Entwicklung von Aktivitäten, die auf den psychologischen und physischen Wiederaufbau der Opfer ausgerichtet sind.

An der Organisation/Durchführung beteiligte Akteure: Maison des Femmes

Zielgruppen: Allgemeine Öffentlichkeit, jeder, der bereit ist zu spenden

Botschaft(en) und verwendete Sprache: Informativ: Es gibt Prozentsätze über geschlechtsspezifische Gewalt und Beratungsstellen

Materialien: Kurzes Video



Vorteile und Nachteile:

Vorteile:

Die Kampagne bedient sich einer informativen Sprache, setzt ein klares Ziel, ist umfassend orientiert und bezieht Transparenz in ihre Aktivitäten ein.

Es wurden keine Nachteile festgestellt.

Links:

- Link zur Website: <https://fondationdesfemmes.org/actualites/campagne-violences-conjugales/>
- Link zum Video: https://www.youtube.com/watch?v=EstaEbK5XpA&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Ffondationdesfemmes.org%2F&embeds_referring_origin=https%3A%2F%2Ffondationdesfemmes.org&source_ve_path=Mjg2NjY&feature=emb_logo



STOP - Stadtteile Ohne Partnergewalt

Schwerpunkt: Gewalt in Beziehungen

Zielsetzung: Aktivierung von Nachbarn, um gegen Gewalt in der Partnerschaft vorzugehen

Aktivitäten/Initiativen:

Die Kampagne ist in 8 Schritte unterteilt:

- 1) Die Initiierung kommt von einer Nachbarschaftseinrichtung;
- 2) Aktivierende Umfrage - durch die Befragung der Menschen vor Ort werden diese bereits aktiviert;
- 3) Einrichtung von Aktionsgruppen für die Nachbarschaft;
- 4) Von den Gruppen initiierte Diskussionen, Mobilisierung der lokalen Bevölkerung;
- 5) Einrichtung von Aktionsgruppen auf Bezirksebene;
- 6) Entwicklung eines individuellen Unterstützungsnetzes;
- 7) Aufrechterhalten von Kontakten und Netzwerken;
- 8) Politische Vernetzung;

An der Organisation/Durchführung beteiligte Akteure:

Eine Nachbarschaftseinrichtung (z.B. Nachbarschaftszentrum, Gemeindezentrum, Elternschule) trifft die Entscheidung, das Thema aufzugreifen und stellt dafür Personal, Räumlichkeiten und Mittel zur Verfügung.

Zielgruppen: Lokale Bürger:innen und Anwohner:innen der Region

Botschaft(en) und verwendete Sprache: Schauen Sie nicht weg, wenn Sie partnerschaftliche Gewalt in Ihrer Nachbarschaft bemerken.

Materialien : Videos, Poster



Vorteile und Nachteile:

Vorteile:

- Diese Initiative kann von den Sozialarbeiter:innen vor Ort und ihren jeweiligen Einrichtungen durchgeführt werden. Ihre Umsetzung geht daher über die Dauer der Finanzierung hinaus und hängt in hohem Maße, wie viel sie an Engagement investieren wollen.
- Ein wesentlicher Vorteil liegt in der Fähigkeit, direkte Verbindungen zu Einzelpersonen herzustellen, und zwar nicht nur über Medienplattformen wie Facebook, sondern auch über gemeinschaftsbezogene Sozialarbeit.
- Die Arbeit auf lokaler Ebene hilft bei der Mobilisierung der Nachbarn und hat eine sehr starke Botschaft.

Nachteile:

- Die Koordinierung der Einbeziehung der lokalen Gemeinschaft erfordert kontinuierliche Unterstützung, und sie scheint ausschließlich über Projektmittel finanziert zu werden, was ein Problem für ihre Nachhaltigkeit darstellen kann.
- Es handelt sich um eine Initiative, die ein hohes Maß an Engagement der teilnehmenden Organisationen erfordert.
- Das Kampagnenvideo kann tiefe emotionale Reaktionen hervorrufen, was hilfreich sein kann, um das Publikum zu fesseln. Allerdings kann es bei manchen Menschen auch eine negative Reaktion auslösen.

Links:

- Link zur Website: <https://stop-partnergewalt.at/>
- Link zum Video:

https://www.youtube.com/watch?v=Ut1GneqKGas&t=57s&ab_channel=A%C3%96F-VereinAutonome%C3%96sterreichischeFrauenh%C3%A4user

PARTNER

COORDINATOR. ASOCIACION CAMINOS
Spanien- www.asoccaminos.org

EDRA
Griechenland- www.edra-coop.gr/el

CESIE
Italien- www.cesie.org

**ASOCIATIA HABILITAS, CENTRU DE RESURSE
SI FORMARE PROFESIONALA BUCHAREST**
Rumänien- www.habilitas.ro

ELAN INTERCULTUREL
Frankreich- www.elaninterculturel.com

GESOB
Österreich- www.gesob.at

MARIPOSAPROJECT.EU



Co-funded by
the European Union

EACEA, Erasmus+, Key Action 2 - Cooperation partnerships in adult education

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

2021-1-ES01-KA220-ADU-000033400



This work is licensed under CC BY-NC-SA 4.0.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>