

## Die Unterstützerinnen und Unterstützer der Plakataktion „Sexuelle Gewalt im Blick“

Art Director **Michael Hoinkes**, der u.a. *amnesty international* im Jahr 2006 mit einer Plakataktion unterstützte, konnte für die Idee einer Aufklärungskampagne gewonnen werden. Er entwickelte hierzu unentgeltlich für den NOTRUF ein umfangreiches Kampagnenkonzept.

Am Anfang dieser mehrstufigen Kampagne „Sexuelle Gewalt im Blick“ steht die von ihm konzipierte Plakataktion.

Auch der Fotograf **Justin Winz** ([www.justinwinz.com](http://www.justinwinz.com)), der zusammen mit Michael Hoinkes bereits einige soziale Kampagnen realisierte, stellte dem NOTRUF seine Kreativität, sein professionelles Know-how, sein Organisationstalent und seine Arbeitszeit für die Plakataktion honorarfrei zur Verfügung.

Dann passierte sehr schnell etwas sehr Entscheidendes: Die **Bezirksversammlung Nord** half durch eine großzügige Anschubfinanzierung. Damit war gesichert, dass Material-, Sach- und Druckkosten für den Start der Kampagne mit einer Plakataktion finanziert werden konnten.

Die Schauspielerinnen **Maria Ketikidou, Nina Petri und Katja Studt** konnten als Unterstützerinnen für die Ziele der Kampagne gewonnen werden. Darüber hinaus brachten sie den erforderlichen Mut mit, sich als Fotomodelle für die provokanten Plakatmotive zur Verfügung zu stellen: Sie verkörpern auf den Plakaten die Frauen, die in den Spiegel sexueller Gewalt blicken.

Die Visagistinnen **Karin Gade** und **Nina Pach** sowie die Stylistin **Ulrike Schlüter** sorgten an den Shooting-Terminen für ein perfektes Make up und Styling der prominenten Models.

Der Journalist **Matthias Greulich** sowie **Sebastian Joos** und **Lars Büscher** von der Film- und Medienakademie hielten das Shooting und Interviews mit *Ketikidou, Petri* und *Studt* in Bild und Ton fest.

Das Bildbearbeitungsstudio **ELEKTRONISCHESCHÖNHEIT.DE** ermöglichte durch mühselige Arbeit, dass die Spiegelbilder der Schauspielerinnen, die die Fotografien von ihnen zeigten, durch Fotografien von drei Masken sexueller Objekte (sogenannter Sexpuppen) ersetzt wurden.

**Claudia Berg** von der Internetagentur [www.bergdesign.de](http://www.bergdesign.de) organisierte und kreierte kostenlos für den NOTRUF und pünktlich zum Start am 4. Juli 08 unter [www.sexuelle-gewalt-im-blick.de](http://www.sexuelle-gewalt-im-blick.de) für JournalistInnen einen geschützten Zugang zu den Text-, Ton-, Bild- und Filmmaterialien der Kampagne und einen Weblog als Möglichkeit für die Öffentlichkeit, sich ebenfalls zu der Kampagne zu äußern.

Die Texterin **Birgit Heintz** ([www.heintz-text.de](http://www.heintz-text.de)) lernten wir leider etwas zu spät kennen. Dennoch half sie uns mit schnellen Rückmeldungen, mit Kritik, Bestätigung und Ermutigung zu neuen Blickwinkeln auf das bereits „Vollbrachte“.

Beim Druck der Plakate kam uns **drucktechnik.de** mit einem großzügigen Rabatt entgegen. Auch **United Ambient Media** half uns mit viel Geduld, Rabatt und **Edgar SocialCards** als die drei Motive schließlich noch für wenig Geld, aber in möglichst großem Umfang als Karten produziert und in Hamburg verteilt werden sollten.

Anerkennen möchten wir last but not least die Unterstützung durch Menschen, die aus dem einen oder anderen Grund nicht genannt werden können, weil sie z.B. („lediglich“) im Rahmen

ihrer bezahlten Arbeit ihr Allerbestes für den NOTRUF taten oder weil die Unterstützung des einen sozialen Projekts die Anfragen von anderen nach sich zieht oder, oder, oder...  
Mit ihrer Geduld, ihrer Ausdauer und ihrem Engagement verhalfen sie alle der Plakataktion zum entscheidenden Sprung in die Öffentlichkeit.

**Wir – das NOTRUF-Team - danken allen Unterstützerinnen und Unterstützern durch deren Engagement diese Kampagne möglich wurde.**