



AV-Materialinformation zum Lernmodul: **Migration – Migrationsgeschichte und Einwanderungs- politik in Österreich und im europäischen Kontext.**

Film: Vorurteile bekommt man so schnell übergezogen wie ein T-Shirt.

TV/Kino-Spot im Rahmen einer Kampagne des Vereins Black Austria, Kampagne 2008



Quelle: http://www.blackaustria.at/08_tvspot.php (Okt. 2008)

Inhalt:

Der TV/Kino-Spot ist Teil der Kommunikationskampagne von blackaustria 2008, die einen Beitrag zum Abbau von Vorurteilen leistet. Ziel der Kampagne ist, dass Menschen nicht aufgrund ihrer Hautfarbe diskriminiert oder gar kriminalisiert werden.

Über blackaustria:

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

Nährboden von Vorurteilen und Diskriminierung ist Unwissenheit.

Viele der in Österreich lebenden schwarzen Menschen sind als Intellektuelle, KünstlerInnen und UnternehmerInnen eine wichtige Säule der Gesellschaft.

Aus diesem Anlass beschlossen M-Media und AFRA sowie einige Kreative Ende 2006, eine Kommunikations- kampagne zu lancieren, die einen Beitrag zum Abbau von Vorurteilen leistet. Ziel ist es letztlich, dass Menschen nicht aufgrund ihrer Hautfarbe diskriminiert oder gar kriminalisiert werden.

Quelle: Filmarchiv Austria

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."

Quelle: <http://www.blackaustria.at/about.php>

Vorurteile bekommt man so schnell übergezogen wie ein T-Shirt. (Kampagne 2008)

blackaustria tritt gegen Vorurteile gegenüber in Österreich lebenden Schwarzen Menschen auf. Die Plakat- und Anzeigenkampagne wurde Anfang 2007 lanciert und mit der Sozialmarie 2007 ausgezeichnet. Die Fortsetzung der Kampagne macht jetzt die Menschen selbst zu den Trägerinnen und Trägern der Botschaft. Auf T-Shirts werden klassische Vorverurteilungen wie Drogendealer, Sozialschmarotzer, Scheinasylant und Taschendieb transportiert. Damit soll gezeigt werden: Ein Vorurteil übergestülpt zu bekommen ist so einfach, wie ein T-Shirt anzuziehen.

Es ist also Zeit für einen „Leiberltausch“ als Zeichen der Verbundenheit. Wer ein blackaustria-T-Shirt trägt, zeigt einerseits öffentlich auf, dass jede/r ganz leicht Opfer von Vorverurteilungen werden kann. Und demonstriert andererseits ihre/seine Solidarität mit all jenen, die täglich Repressalien ausgesetzt sind.

Anzeigen- und Plakatkampagne 2007

In Anzeigen und Plakat-Sujets werden schwarze Menschen, die in Österreich leben und als Radio-Moderatorin, Musiker, Filmemacher, 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: Ein junger Mann sagt "Ich dreh ständig ein Ding" – klar, er ist nämlich Filmemacher ...). Dadurch entsteht ein Aha-Effekt, der die Erinnerung an die Sujets und damit deren Wirkung stützt.