

10. Mai 2010

Pressemitteilung

BASS DU MEGA?

Eine junge Kampagne zum Mitmachen

Die Medienkampagne „BASS DU MEGA?“ des Ministeriums für Chancengleichheit hat als Ziel, Jugendliche an das Thema Gleichheit von Frau und Mann heranzuführen und anzuspornen, im Sinne der Gleichberechtigung zu handeln. Die Kampagne setzt voll auf die Sprache und Kommunikationskanäle der jungen Generation.

Es ist nicht leicht, Jugendliche zwischen 12 und 20 Jahren dazu zu bringen, sich für Chancengleichheit zu interessieren oder sich gar dafür einzusetzen. Das Misstrauen gegenüber der Kommunikation von Ministerien und eine Fülle andersartiger Interessen gehören zu den vielen Hindernissen, die überwunden werden müssen, um diese Bevölkerungsschicht zu erreichen. Umso schwieriger wird dies, da Jugendliche heutzutage immer mehr personalisierte digitale Medien den traditionellen Massenmedien vorziehen.

Folglich lag es nahe, für diese Kampagne die klassischen Kommunikationsmethoden durch alternative Medien zu ersetzen, und dabei eine den Jugendlichen angepasste Sprache zu benutzen. In der Vorlaufphase, die am 3. Mai 2010 begann, setzte man deshalb nicht auf klassische Anzeigen oder Plakatwerbung, sondern auf die Schaffung eines „Buzz“: Mit mysteriösen Kreidemarkierungen und Postern in der Umgegend von Schulen, Gymnasien und anderen von Jugendlichen stark frequentierten Orten, sowie mit der Verteilung von Tausenden von Aufklebern machte man während einer Woche die Aktion zum Gesprächsthema unter Schülern und Lehrern, und lotste dabei die Zielgruppe auf die Internetseite www.echsimega.lu, die das zentrale Element der Kampagne darstellt.

Der Besucher dieser Internetadresse wird mit einem Quiz begrüßt, in dem er spielerisch an das Thema herangeführt wird und dabei auch noch ein T-Shirt gewinnen kann. Dann wird er auf die eigentliche Webseite geleitet, wo ihn ein Newsfeed erwartet, der täglich aufgefrischt wird, sowie vier Rubriken mit Texten, Fotos und Videos. Diese enthalten zahlreiche Informationen, Meinungen und konkrete Ratschläge zur Chancengleichheit im Beruf, in der Familie, in Gesellschaft und Politik, und natürlich auch im konkreten Lebensbereich der Jugendlichen.

Diese Webpage ist als Anregung zum Mitmachen konzipiert. Die Besucherinnen und Besucher können die verschiedenen Beiträge kommentieren, auf ihr Facebook-Profil posten oder ihr eigenes Material durch die Shoutbox einreichen.

„BASS DU MEGA?“ ist somit eine hochgradig interaktive Kampagne, die Jugendliche dazu anregt, sich die Bedeutung der Chancengleichheit bewusst zu machen und damit direkt oder indirekt eine positive Wirkung auf ihr heutiges oder späteres Verhalten ausübt. Zur Unterstützung der Kampagne werden auch die sozialen Netzwerke Facebook und Twitter eingesetzt. Hinzu kommt ein origineller Wettbewerb, der am 10. Mai gestartet wird. Es geht darum, Song-Texte zu schreiben, die von den Luxemburger Bands Metro und DeLäb zu neuen Songs verarbeitet und veröffentlicht werden.

Ein globales Kommunikationskonzept

„BASS DU MEGA?“ ist die erste Phase eines Gesamtkonzepts, das von der Agentur COMED strategies & communication entwickelt wurde, und das sich in den nationalen Aktionsplan zur Gleichstellung von Mann und Frau der Regierung einordnet.

Ziel ist es, die Chancengleichheit zu fördern, indem man weiter und tiefer geht als die klassischen Sensibilisierungskampagnen. Dies geschieht, indem man versucht, durch positive Argumentation und konkrete Ratschläge, die den Alltag der Zielgruppen direkt betreffen, auf das Verhalten und die Denkweisen einzuwirken.

Vier Themenkreise werden dabei über die Dauer von mehreren Jahren in den Mittelpunkt gestellt: nach der Chancengleichheit bei Jugendlichen wird es um die Gleichheit in Politik und Gesellschaft gehen, dann um das familiäre Umfeld und zuletzt um die Arbeitswelt.

Kontakte für zusätzliche Informationen:

Ministère de l'Égalité des chances
Isabelle Wickler
Tel.: 24 78-58 20
Email: isabelle.wickler@mega.etat.lu

COMED stratégies & communication
Vincent Wilwers
Tel. : 44 31 24-26
Email: vincent@comed.lu

„Schluss mit den stereotypen Rollenbildern!“

Auch wenn die Gleichheit von Frauen und Männern rechtlich gesehen seit zahlreichen Jahren vollzogen ist, bleibt die Gleichstellung im wirklichen Leben ein noch zu erreichendes Ziel in unserer Gesellschaft.

Die Hindernisse dazu sind bekannt: fest verankerte Mentalitäten, eine restriktive Sichtweise der Rollen von Frauen und Männern, beharrliche Stereotypen in den Bereichen der Arbeit, der Familie und der Gesellschaft. Die Blockaden der Gleichheit sind zahlreich und tief in unseren traditionellen Verhaltensweisen verwurzelt.

Auf positive Art auf das Verhalten einwirken, zum aktiven Handeln anspornen, um schneller in Richtung einer wirklichen Gleichstellung voranzukommen, das ist die Stossrichtung des Ministeriums für Chancengleichheit in dieser Kampagne, die, neben vielen anderen Maßnahmen, zum nationalen Aktionsplan zur Gleichstellung der Frauen und Männer 2009-2014 (PAN Egalité) gehört.

Um die Kampagne zu starten, hat das Ministerium bewusst die junge Generation (12 bis 20 Jahre) als Zielgruppe gewählt, sind es doch die zukünftigen Erwachsenen, die die Macht haben, die traditionellen Verhaltensmuster zu sprengen. Die partizipative Kampagne „BASS DU MEGA?“ bildet für sie eine wichtige Gelegenheit, sich für das Thema zu interessieren, sich einzumischen, mit Sachkenntnis einen positiven Blick auf ihre Zukunft und auf die Rolle, die sie darin spielen wollen, zu werfen.

Diese Kampagne wendet sich nicht nur an die Jugendlichen selbst, sondern indirekt auch an deren Lehrerinnen und Lehrer. Sie soll Anstoß und Anregung sein, das Thema der Chancengleichheit, das gleichermaßen Jungen und Mädchen allen Alters betrifft, im Unterricht zu behandeln und so zusätzliche Impulse für ein Umdenken in der Gesellschaft zu geben.

MEGA: die „Marke“ eines Ministeriums

Um den Zusammenhalt der gesamten Kampagne von 2009 bis 2014 zu gewährleisten, wird das Akronym des Ministeriums für Chancengleichheit („Ministère de l'Égalité des chances“) wie eine Marke eingesetzt: MEGA.

Das Wort „MEGA“, das in den Umgangsformen aller in Luxemburg gebräuchlichen Sprachen benutzt wird, hat in der Tat alle Eigenschaften, die gute und starke Marken auszeichnen. Es hat eine äußerst positive Bedeutung, drückt eine hohe Wertschätzung des Objekts aus, auf das es sich bezieht, ist einfach zu behalten und lässt sich sehr flexibel auf die verschiedensten Themen und Zielgruppen anwenden. Außerdem ist „MEGA“ ein „symmetrischer“ Begriff hinsichtlich der zwei Geschlechter, ein nicht unerheblicher Aspekt für das Ministerium, das die Vorgehensweise eines Frauenministeriums endgültig hinter sich gelassen hat.

Ausdruck dieser Sichtweise ist auch der neue Slogan, der mit der Marke MEGA verbunden ist: „Donnons une chance à l'égalité des femmes et des hommes“ - „Lasst uns der Gleichheit von Frauen und Männern eine Chance geben! »

Ein origineller Wettbewerb: „Write your song“

Am 10. Mai wird auf der Webseite www.echsimega.lu der Wettbewerb „write your song“ gestartet, der sich an Jugendlichen von 12 bis 20 Jahren wendet. Die Teilnehmer werden aufgefordert, den Text für einen Rock- oder Rap-Song zu verfassen, dessen Thema die Freiheit ist, sein Leben so einzurichten, wie man es wünscht, und das unabhängig davon ob man männlich oder weiblich ist.

Teilnehmen können die Jugendlichen als Einzelpersonen oder als Gruppe, die sich im Idealfall aus Jungen und Mädchen zusammensetzt. Auch ganze Klassen können mitmachen. Die Song-Texte müssen bis zum 2. Juni 2010 eingereicht werden. Anschließend bestimmt eine Jury zwei Gewinner-Texte, deren Autoren mit Konzertkarten ihrer Wahl im Gesamtwert von jeweils bis zu 1.000 Euro belohnt werden. Die Texte der Gewinner werden dann von den Luxemburger Bands DeLäb und Metro in Musik umgesetzt und professionell aufgenommen. Am Ende des Schuljahres werden die beiden Songs dann gratis als Download und auf CD in den Gymnasien verteilt und gehen auch bei Eldorado, dem Partner der Aktion, über den Sender.

Ausführliche Informationen sind auf www.echsimega.lu verfügbar.