

A ANMELDUNG DESIGNWETTBEWERB „Melde Menschenhandel“

bitte ausfüllen/unterschreiben & als Scan/Mail an wettbewerb@brokenhearts.eu

Teilnehmer 1

Name, Vorname Nationalität (optional)

Designschule, Studienrichtung, Semester

Email Tel.-Nr.

Teilnehmer 2

Name, Vorname Nationalität (optional)

Designschule, Studienrichtung, Semester

Email Tel.-Nr.

Teilnehmer 3

Name, Vorname Nationalität (optional)

Designschule, Studienrichtung, Semester

Email Tel.-Nr.

Wir erklären uns mit den Bedingungen des Wettbewerbs inkl. der kostenfreien und unbeschränkten Übertragung der Nutzungsrechte der abgegebenen Beiträge auf die broken hearts stiftung einverstanden. (inkl. Verwendung im Internet und für die Pressearbeit)

Ort, Datum

Teilnehmer 1 Teilnehmer 2 Teilnehmer 3

Ich stimme der Verwendung meines Beitrags, Namens und Angaben zu Designschule, Semester, Mail, Studienrichtung und Nationalität in der Broschüre zu:

Teilnehmer 1 Teilnehmer 2 Teilnehmer 3

H HINTERGRUND

Die broken hearts stiftung wurde Ende 2011 gegründet mit dem Ziel, mehr und kreative Aufklärungsarbeit gegen Menschenhandel und moderne Sklaverei in Deutschland zu leisten. Aus der eigenen Erkenntnis, dass dieses Thema auch heute noch relevant ist, aber von wenigen Menschen überhaupt wahrgenommen wird, engagiert sich die Stiftung auf verschiedenen Ebenen, um zu sensibilisieren und wahrzunehmen. Eine Form der Aufklärung ist ein wachrüttelndes Plakat. Seit einigen Jahren führt sie daher gemeinsam mit Designschulen Posterwettbewerbe mit jungen Studierenden durch und hat dafür schon Preise und eine hohe Aufmerksamkeit gewonnen. Die bisher eingereichten 120 Poster werden seither in Ausstellungen in ganz Deutschland gezeigt.

Menschenhandel und moderne Sklaverei kommen auch in Deutschland vor, doch das Dunkelfeld ist immens. Die Opfer wussten vielleicht, dass sie einfache Arbeit verrichten müssen, doch sie wurden erheblich und ganz gezielt über die wahren Arbeitsverhältnisse und Ausbeutung getäuscht. In der Regel wollten sie ins Ausland für eine bessere Lebensperspektive, doch dann müssen sie ihre Freiheit und einen Großteil ihres Lohns abgeben. Und es gibt auch deutsche Opfer von Menschenhandel. Sie werden bedroht, mit Gewalt gefügig gemacht und können sich in der Regel selber nicht aus ihrer Lage befreien. Die Täter verdienen ein Vermögen mit der „Ware Mensch“, die Nachfrage wird angetrieben auch durch unseren Konsum.

Die aussichtslose Lage, der Zwang unter miserablen Konditionen zu arbeiten, die Bedrohung und Traumatisierung durch die Täter usw. stellen schlimmste Formen von seelischer und physischer Verletzung dar. Die Opfer werden jeglicher persönlicher Würde und Menschenrechte beraubt und verlieren die Chance auf ein selbstbestimmtes Leben. Die Stiftung möchte durch den Wettbewerb ein Fürsprecher für diese Stimmlosen werden.

M MELDE MENSCHENHANDEL

Die broken hearts stiftung möchte mit dem diesjährigen Designwettbewerb die Kommunikation für eine Hinweis-Webseite (www.melde-menschenhandel.de) verstärken. Diese Seite ist ein Pilotprojekt und Experiment, um Hinweise aus der Bevölkerung zu realen Vorfällen bzw. dem Aufenthaltsort von Opfern von Menschenhandel in Deutschland zu bekommen. Diese Seite soll unseren Mitbürgern auch helfen, Vorfälle besser zu erkennen und zu identifizieren. Bei allen Schwachstellen, die mit solch einem System verbunden sind, versucht die Stiftung somit mehr Licht in das Dunkelfeld zu bringen. Denn jeder Hinweis kann helfen, die Qualität der laufenden Ermittlungsarbeit zu verbessern und Transparenz zu schaffen.

K KONTAKT

Dr. Cinderella von Dungern
(Wettbewerbsleitung und Organisation)
broken hearts stiftung
c/o concave consulting, Postfach 10 01 20, D-30891 Wedemark

Facebook-Gruppe: Designwettbewerb (www.bit.ly/wettbewerb2014)
Mail: wettbewerb@brokenhearts.eu

B BROKEN HEARTS STIFTUNG, WEDEMARK

Die broken hearts stiftung will den Stimmlosen, die von Menschenhandel und Sklaverei im 21. Jahrhundert betroffen sind, eine Stimme geben. Zu diesem Zweck betreibt die Stiftung Aufklärungs- und Öffentlichkeitsarbeit und unterstützt bestehende Hilfsorganisationen in ihrer Arbeit. Ziel der Stiftungsarbeit ist es, mehr Aufmerksamkeit für das Thema Sklaverei und Menschenhandel im 21. Jahrhundert zu wecken und eine erhöhte Sensibilität insbesondere im deutschsprachigen Raum zu schaffen.
www.brokenhearts.eu

J JURY

Die Bewertung der Beiträge erfolgt durch eine Fachjury: Vertreter aus Werbung, Kreativwirtschaft, Medien, Wirtschaft, Polizei und Hilfsorganisationen entscheiden über die Auswahl der Beiträge in die Top-30-Liste und küren die drei Gewinner.

Gudrun Angelis (stv. Vorsitzende Solwodi Deutschland), *Uwe Berger* (B&B. Werbeagentur), *Katharina Dumrath* (StA a.D.), *Thomas Frankenfeld* (Hamburger Abendblatt), *Eva Jung* (gobasil), *Jürgen Klimke* (MdB-CDU), *Hartmut Kozok* (grabbarz&Partner), *Rolf Leger* (Kolle Rebbe), *Peter Lunckshausen* (Polizei Hamburg a.D./Weisser Ring), *Jörg Makel* (Polizei Hannover), *Andreas Schiemenz* (Philantropie und Stiftungswesen HSH Nordbank), *Mechthild Schütte* (LKA Niedersachsen), *Christa Stolle* (GF Terre des Femmes), *Dr. Katarzyna Zenter* (Arbeit und Leben Hannover)

WWW.DESIGNWETTBEWERB.ORG



ZIEL DES WETTBEWERBS

Durch den Designwettbewerb sollen mit Hilfe der Kreativität junger Menschen neue Ideen für die aufmerksamkeitsstarke Kommunikation in Form eines Plakats für die Meldeseite (www.melde-menschenhandel.de) entwickelt werden. Die Kampagne soll die Zielgruppe motivieren, Verdachtsfälle von Sklaverei und Menschenhandel in Deutschland zu erkennen und zu melden, auch wenn das eigene Konsumverhalten nicht geändert wird. Das individuelle Verhalten soll wenn möglich durch die Kampagne nicht bloß gestellt oder moralisiert werden. Wir Mitmenschen sollen wieder an unsere Zivilcourage appelliert werden. Je einfacher und prägnanter die Botschaft auf den Plakaten, umso wahrscheinlicher wird ein Aufwachen.

WAS BRINGT DIR DER WETTBEWERB?

- Auseinandersetzung mit sozial-kritischem Thema fördert eigene Persönlichkeit und Fachlichkeit
- Ergebnis für spätere Bewerbungen/Portfolio von Vorteil/zu empfehlen
- Stiftung betreibt umfangreiche PR- und Presse-Arbeit
- Veröffentlichung auf allen Kanälen der Stiftung
- Veröffentlichung der Top-30-Beiträge in einer Broschüre DIN A5 (Auflage 2.500 Stk.)
- feierliche Preisverleihung in Hamburg
- Preisgeld für Plakat-Kampagne (1. Platz 400 €; 2. Platz 200 €; 3. Platz 100 €)
- Sonderpreis für Sonderkategorie
- Siegermotiv wird von Stroer 2015 in Hamburg und Hannover als City-Light Poster veröffentlicht (ca. 1 Woche)
- Ausstellungen in ganz Deutschland (über die Auswahl entscheidet die Stiftung)
- keine Kosten für Studenten, da Abgabe elektronisch erfolgt



A AUFGABE

1.) Plakat-Kampagne

- Entwurf Plakat-Kampagne mit mind. 3 Motiven
- Konzept zu Auswahl geeigneter Medienkanäle und Begründung der Idee
- Auswahl aus folgenden Erscheinungsformen von moderner Sklaverei (ein oder mehrere Motive möglich):
 - a) Baustelle
 - b) Fleischindustrie
 - c) Prostitution
 - d) Pflegeberufe
 - e) Landwirtschaft
 - f) Textil/Modeindustrie

2.) Sonderpreis für anderes Format

- Wenn sich jemand ein besonderes Format ausdenkt, welches von der Jury als gut beurteilt wird, vergibt die broken hearts stiftung einen Sonderpreis z. B. für:
- Gegenstand für Kommunikation im Raum/am Ort des Geschehens (Entwurf und Umsetzung eines Prototypen) z. B. give-aways, Guerilla-Artikel, Straßenkampagne
 - Social Media Kampagne, Notruf-App
 - Film

W WEN SOLLEN DIE PLAKATE ERREICHEN?

„Normale“ Menschen in Deutschland, die durch ihren Konsum von Waren (z. B. von Billigfleisch, Textilien, Organen) oder von illegalen Arbeitskräften (z. B. für Bauarbeiten, Pflegepersonal, Landwirtschaft, Prostitution) bewusst oder unbewusst Nutznießer von Erscheinungsformen moderner Sklaverei geworden sind. Somit könnten Verbraucher bei verbesserter Wahrnehmung durchaus Zeuge für reale Fälle von Menschenhandel und moderner Sklaverei in Deutschland sein.

Beispiel-Botschaften:

- Melde Fälle von Menschenhandel.
- Mach eine Meldung. Dir passiert nichts, doch den Opfern wird geholfen.
- Opfer haben keine Chance zu entkommen, Du bist der einzige Kontakt zur Außenwelt!
- Schau nicht weg, sondern hin! Jede Meldung hilft!
- Zeige Zivilcourage und stell Dich hinter die Opfer von Menschenhandel!
- Gib den Stimmlosen Deine Stimme!

A ABGABE (FORM UND FRISTEN)

MO, 15.12.2014 BIS 15 UHR

Formales:

- frist- und formgerechte Abgabe als Einzel- oder Gruppenarbeit (bis max. 3 Studenten)
- Fokus liegt auf Kategorie „Plakat-Kampagne“; Sonderkategorie möglich
- Bewerbung für beides oder nur eine Kategorie möglich
- mehrere Beiträge pro Teilnehmer sind zulässig
- Absender-Logo: Logo der broken hearts stiftung
- Absender-Webseite: www.melde-menschenhandel.de
- die Studierenden verwenden nur Bild-/Textmaterial, über das die Rechte zur Nutzung geklärt sind; sie übertragen die Nutzungs-/Bildrechte auf die broken hearts stiftung

Bild-Dateien jeweils:

- in DIN A4 und DIN A0
- als PDF (X-3:2002) oder TIFF (LZW-Komprimierung)
- 300dpi

Format für Sonderpreis:

- Prototyp als Original oder Konzeptdatei inkl. Bilder/Skizzen als PDF (X-3:2002)
- Film als Datei

Schriftlich:

- Kurzkonzept als PDF (max. 1 Seite), in dem Auswahl und Motiv begründet wird
- Anmeldeformular mit Übertragung der Nutzungs-/Bildrechte unterschrieben zurück

Beitrag abgeben via:

- Mail an wettbewerb@brokenhearts.eu (mit Anhang, Dropbox-Link oder WE-Transfer) oder
- Daten-CD im Sekretariat der Schule oder
- Post an broken hearts stiftung

A ABLAUF

- 01.10.–30.11.2014: Coaching an den Unis/Schulen (Termine n. V.)
- **15.12.2014 bis 15 Uhr: Abgabe aller Beiträge**
- 15.12.2014–15.01.2015: Erstbewertung durch Vorjury und Auswahl der Short-List
- 15.01.2015: Bekanntgabe und Feedback an Top-30-Liste. Für die anderen Studenten ist der Wettbewerb hier zu Ende.
- **30.01.2015 bis 15 Uhr: Abgabe** der finalen, überarbeiteten Beiträge (nur Top 30)
- bis Februar 2015: Bewertung und Ermittlung der Sieger
- Februar/März 2015: Preisverleihung in Hamburg

S SIEGERMOTIVE 2011, 2012 UND 2013

