



die Liste eintragen, quasi eine Sogwirkung auf andere.

Drittens war die Kampagne konkret und anschaulich konzipiert, wodurch sie zum „Selbstläufer“ wurde, da sie relativ umstandslos in das operative Geschäft der peruanischen Wasserversorgungsunternehmen integrierbar war.

Wie gesagt verpflichteten sich insgesamt 21 Unternehmen zur Durchführung der o.g. Aktionen, die die Gewalt an Frauen in ihren Unternehmen und Versorgungsgebieten eindämmen sollen.

Die Kampagne wurde in 17 Regionen Perus durchgeführt und erreichte damit 2,5 Mio. Haushalte, das sind 12,5 Mio. Personen (40% der Bevölkerung). Um nicht nur ein Problembewusstsein zu schaffen, sondern auch Hilfe anzubieten, wurde auf die Kalender neben der besagten Botschaft noch die Notrufnummer der staatlichen Beratungsstelle, die jederzeit kostenlos in Anspruch genommen werden kann, gedruckt.

Außerdem entschieden sich die Wasserversorgungsunternehmen, am 25. November 2011 den Internationalen Tag gegen Gewalt an Frauen zu begehen, indem ihr Personal eine weiße Schleife trug und Frauen aus unterschiedlichen Organisationen wie SEDALIB eine weiße Rose als Symbol gegen diese Geißel überreicht wurden. (Siehe hierzu auch das Informationsblatt zur Kampagne FlorEc.)

Durch die Teilnahme an der Kampagne konnten sich die Wasserunternehmen als führende Unternehmen des öffentlichen Dienstleistungssektors im Bereich Corporate Social Responsibility positionieren.

In Bolivien wurde durch die Zusammenarbeit der GIZ-Programme PROAPAC und ComVoMujer im Departamento Santa Cruz der Verband der Trink- und Abwassergenossenschaften FEDECAAS dabei unterstützt, eine analoge Kampagne durchzuführen, die mittlerweile 300.000 Menschen erreicht hat. (Siehe hierzu auch das Informationsblatt zur Kampagne in Bolivien.)

Darüber hinaus wurde die Wirkung der Kampagne erhöht, indem ihre Botschaft an mehr als 5.000 Personen aus dem GIZ-Umfeld übermittelt wurde. Die entstandenen Synergien wurden u.a. am 25. November 2011 genutzt, indem 4.000 Personen aus GIZ, Counterparts und andere Verbündeten gemeinsam in ihrem Arbeitsumfeld den Internationalen Tag gegen Gewalt an Frauen begingen.

Der Erfolg der Zusammenarbeit fand zudem durch den 7. Platz im weltweit ausgeschriebenen GIZ-Genderwettbewerb 2012 Anerkennung.



Regionalprogramm ComVoMujer –
Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen in Lateinamerika
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Bernardo Alcedo 150, Piso 4
San Isidro, Lima 27
Peru
Tel: +51 - 1 - 442 1101
christine.brendel@giz.de
www.giz.de

ComVoMujer Peru
Nationale Koordinatorin:
Maria del Carmen Panizzo
maria.panizzo@giz.de
Bernardo Alcedo 150, Piso 4
San Isidro, Lima 27, Peru
Tel: +51 - 1 - 442 1101

ANEPSSA PERU
Sociedad Nacional de Entidades Prestadoras de Servicios de Saneamiento del Perú
Tel: +51 - 1 - 441 5062
Mariano de los Santos 197, Piso 2,
Lima - Peru
cdirectivo@anepssaperu.com.pe
www.anepssa.tripod.com

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Im Auftrag des

BMZ



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung



**ANEPSSA
PERU**
Asociación Nacional
de Entidades Prestadoras
de Servicios de
Saneamiento del Perú

► Gewalt gegen Frauen in Lateinamerika



„Dreh‘ der Gewalt gegen Frauen den Hahn zu“

► Counterpart

Hinter dem Kürzel ANEPSSA steht der Verband der peruanischen Wasserversorgungsunternehmen. Sein Ziel ist, die Leistungen der Wasserwirtschaft im Sinne einer erhöhten Lebensqualität der Bevölkerung nachhaltig zu verbessern. Schulungen, Kooperationen, koordinierte Maßnahmen der Verbandsmitglieder wie auch ein Erfahrungs- und Wissensaustausch dienen diesem Ziel. Das GIZ-Programm PROAGUA kooperiert deshalb mit ANEPSSA und einzelnen seiner Mitglieder im Rahmen einer strategischen Partnerschaft.

► Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit zwischen ANEPSSA, PROAGUA und ComVoMujer erwuchs aus einer Studie, die ergab, dass das Phänomen Gewalt gegen Frauen nicht vor den Toren der Wasserversorger (Abk. span. EPS) Halt macht. Diese bekundeten daher, auch weil sie sich den Maximen der Corporate Social Responsibility (CSR) verpflichtet fühlen, Interesse an der Durchführung gemeinsamer Schritte zur Bekämpfung von Gewalt an Frauen, welche auch sie als ein gesamtgesellschaftliches Phänomen ansehen.

Die GIZ-Programme PROAGUA und ComVoMujer haben deshalb 2011 auf der Jahreshauptversammlung von ANEPSSA den beteiligten Unternehmen diesbezüglich ein Konzept vorgestellt. Es firmierte unter dem doppel-sinnigen Motto „Dreh‘ der Gewalt gegen Frauen den Hahn zu“ und schlug den Unternehmen drei mögliche, auch kombinierbare Aktionen vor:

- die Wasserrechnungen der Monate November und Dezember mit dem Kampagnenmotto „Dreh‘ der Gewalt gegen Frauen den Hahn zu“ zu versehen,

- Taschenkalender mit demselben Slogan und der Nummer der Notruf-Hotline zu verschicken,
- zusätzlich das Personal der Wasserversorgungsunternehmen zum Thema zu schulen.

Die Unternehmen konnten wählen, ob sie eine, zwei, oder alle drei Aktionen durchführen wollen. Insgesamt schlossen sich 21 EPS der Kampagne an.

Für die Kampagne wurden also Taschenkalender gedruckt sowie Poster bzw. Web-Banner produziert und die Botschaften auf die Wasserrechnungen gedruckt. Begleitet wurde die Kampagne von Initiativen in sozialen Netzwerken sowie durch Artikel und Diskussionen auf den Webseiten der verschiedenen GIZ-Programme und ihrer Counterparts.

► Lessons Learned und Wirkungen

Der Erfolg der Kampagne ist insbesondere auf drei Faktoren zurückzuführen: Erstens die gelungene Überzeugungsarbeit auf der ANEPSSA-Jahresversammlung. Waren erst einmal die Geschäftsführer/-innen der einzelnen Wasserversorgungsunternehmen für die Kampagne gewonnen, gestalteten sich die Aushandlungen mit den nachgeordneten administrativen Bereichen relativ einfach.

Zweitens erzeugte die Tatsache, dass sich auf der Jahresversammlung sofort mehrere Unternehmen in

