



Erfahren Sie mehr über das Regionalprogramm ComVoMujer und dessen Arbeit zur Verhinderung von Gewalt gegen Frauen

Drehen wir der Gewalt gegen Frauen den Hahn zu!

► Counterparts

Die wichtigsten Counterparts dieser Kampagne waren die Wasser- und Abwasserversorgungsunternehmen in Bolivien, Ecuador, Paraguay und Peru, die sich aktiv in der Prävention von Gewalt gegen Frauen engagierten.

In Peru wurde die erste Auflage der Kampagne „Dreh der Gewalt gegen Frauen den Hahn zu!“ 2011 von 21 Wasserversorgungsunternehmen (Mitglieder von ANEPSSA) aus 17 Regionen des Landes durchgeführt. 2012 erhöhte sich die Zahl auf 37 teilnehmende Unternehmen aus 21 Regionen des Landes.

In Bolivien, wo die Kampagne ebenfalls seit 2011 durchgeführt wird, wurde zunächst mit 23 Wasserversorgungsunternehmen von FEDECAAS Santa Cruz zusammengearbeitet. Dadurch, dass die Behörde für die Kontrolle von Trink- und Abwasser (AAPS) mit einbezogen wurde, erreichte die Kampagne schließlich nationale Verbreitung.

In Paraguay setzte das staatliche Unternehmen für Wasser- und Abwasserversorgung die Kampagne, auf Anregung der Frauenministerin, in 21 Städten des Landes um.

In Ecuador begann 2013 die Zusammenarbeit für die Kampagne mit den städtischen Unternehmen für Trink- und Abwasser in Tungurahua (EMAPA) und Quito (EPMAPS).

Die Kampagne „Dreh der Gewalt gegen Frauen den Hahn zu!“ hat von Anfang an verschiedene Akteure der Entwicklungszusammenarbeit zusammen gebracht. In Peru wurde sie gemeinsam von den GIZ-Programmen

ComVoMujer und PROAGUA unterstützt. Während in Bolivien mit den GIZ-Programmen PROAPAC und PERIAGUA zusammengearbeitet wurde, unterstützte in Ecuador PROCAMBIO die Kampagne.

Darüber hinaus engagierten sich Akteure staatlicher und nicht staatlicher Institutionen sowie Privatunternehmen im Rahmen der Kampagne. Konkret verpflichteten sich das paraguayische sowie das peruanische Ministerium für Frauen; die Polizei von Santa Cruz und die Ombudsbehörde in Bolivien; die ecuadorianische Provinzregierung gemeinsam mit dem Regionalen Frauenkomitee von Tungurahua (Ecuador) sowie das bolivianische Telefonunternehmen *Telefónica VIVA* und das ecuadorianische Schuhunternehmen *Plasticaucho*.

► Zusammenarbeit

Das Ziel der Kampagne ist es, über Gewalt an Frauen sowie vorhandene Informations- und Notdienste zu informieren. Ebenso soll die Bevölkerung der vier Länder für das Thema sensibilisiert werden. Um dies zu erreichen, wurden Botschaften verbreitet, die Gewalt an Frauen in Zusammenhang mit dem Kerngeschäft der Unternehmen, dem Wasserverbrauch, bringen. Deshalb: „Dreh der Gewalt gegen Frauen den Hahn zu!“.

Dank der Unterstützung der Wasserprogramme der GIZ, die in ständigem Kontakt mit diesen Unternehmen standen, entwickelte sich eine direkte Verbindung zum Führungspersonal, das sich von Maßnahmen zur Prävention von Gewalt gegen Frauen überzeugen ließ. Durch die vielen Kund/innen und Mitarbeiter/innen der Wasserversorgungsunternehmen war die Verbreitung der Kampagne einfach.





Paraguay: Junge mit Wasserflaschen in Caacupé wo ESSAP insgesamt 2.000 Wasserflaschen mit Aufklebern der Kampagne verteilte.



Bolivien: Zwei junge Männer bei der Demonstration gegen Gewalt an Frauen in Santa Cruz.



Ecuador: In öffentlichen Institutionen und Universitäten wurden „Tropfen“ mit Botschaften gegen Gewalt an Frauen verbreitet.



Peru: Teilnehmer/innen erarbeiten den Kreislauf der Gewalt an Frauen bei einem Workshop.

Das Regionalprogramm ComVoMujer unterstützte die Wasserversorgungsunternehmen und ihre Gremien stets bei der Konzeption, grafischen Gestaltung und Verbreitung der Kampagnen.

ComVoMujer bot den Unternehmen unterschiedliche Möglichkeiten zur Beteiligung:

1. Die Unternehmen konnten das Motto „Dreh der Gewalt gegen Frauen den Hahn zu“ auf ihre Wasserrechnungen drucken.
2. Sie konnten Taschenkalender mit der Botschaft der Kampagne und Notfallruffnummern im Fall von Gewalt gegen Frauen verteilen; und
3. das eigene Personal zum Thema weiterbilden.
4. Eine Kombination aus den Punkten eins bis drei.

Diese Möglichkeiten wurden im Laufe der Zeit, dank eigener Initiativen der Unternehmen und der Erfahrungen aus den anderen Ländern, weiterentwickelt. So entstanden neue Formen der Beteiligung:

- Es wurden Informationsplakate zur Gewalt gegen Frauen, in Verbindung mit sparsamen Wasserver-

brauch, erarbeitet. In Bolivien entstand das „Tropfenpaar“, das auch für die Kampagne in Paraguay und für die Region San Martín in Peru angepasst wurde. In Ecuador wurde die Idee aufgegriffen und „Tropfen“ mit Botschaften gegen Gewalt an Frauen entwickelt.

- In Ecuador wurde außerdem ein Werbespot über die Kampagne aufgelegt. Dieser Spot wurde in den staatlichen Wasser- und Abwasserunternehmen sowie in anderen staatlichen Institutionen ausgestrahlt.
- Die Kampagne wurde auf Events und Messen verbreitet: In Bolivien präsentierte FEDECAAS die Kampagne z.B. auf Umwelt- und „Wassermessen“. In Paraguay stellte ESSAP die Kampagne bei den Feierlichkeiten des 8. Dezember in Caacupé an fünf Mesständen vor und verteilte 2.000 Wasserflaschen mit den Aufklebern der Kampagne.
- Die Direktor/innen, Manager/innen und Mitarbeiter/innen der Organisationen der Wasserversorgungsunternehmen sowie der Zivilgesellschaft waren bei den Veranstaltungen zum Start der Kampagne präsent. In Bolivien wurden friedliche Demonstrationen in den Straßen von Santa Cruz

organisiert, an denen 23 Wasserunternehmen und mehr als 1.000 Bürgerinnen und Bürger jeden Alters teilnahmen.

- Über die Taschenkalender und Plakate hinaus wurde weiteres Marketingmaterial für die Kampagne entwickelt, wie z.B.: T-Shirts, Magnete, Armbänder, Kugelschreiber und Aufkleber.

► Lessons Learned und Wirkungen

Für den maximalen Erfolg der Kampagne gibt es drei wesentliche Voraussetzungen:

- Damit die Kampagne effektiv umgesetzt werden kann, ist die – vorzugsweise nach außen kommunizierte – Selbstverpflichtung der Führungsebene der Unternehmen notwendig.
- Es ist wichtig, die Botschaft der Kampagne mit dem Kerngeschäft der Unternehmen zu verknüpfen. Die Unternehmen können somit inner- und außerhalb der Organisation Werbung für sich selbst machen und gleichzeitig die Bevölkerung für Gewalt gegen Frauen sensibilisieren.
- Ebenso sollten andere öffentliche, private und zivilgesellschaftliche Organisationen mit einbezogen

und verpflichtet werden, um die Kampagne zu fördern und dadurch ihre Wirksamkeit zu steigern.

Die Kosten für die Kampagne sind gering, da sich die Maßnahmen sehr leicht in das tägliche Marketing der Unternehmen integrieren lassen. Die Reichweite und Ergebnisse der Kampagne sind, trotz der geringen Kosten, beträchtlich:

- Mehr als 16,5 Millionen Kund/innen der vier Länder wurden mit Hilfe der Botschaften auf ihren Rechnungen für das Thema sensibilisiert.
- Ca. 860 Mitarbeiter/innen der Partnerunternehmen in den vier Ländern nahmen an den Weiterbildungen und Sensibilisierungskursen teil.
- Die Kampagne schaffte neue und stärkte bestehende Allianzen: Das bolivianische Telekommunikationsunternehmen Telefónica Viva richtete z.B. zusätzlich zur Kampagne in Santa Cruz eine kostenlose Notfallrufnummer ein, die im Fall von Gewalt gegen Frauen angerufen werden kann. Im Anschluss an die Kampagne 2013 verstärkte Viva sein Engagement und arbeitete eng mit ComVoMujer zusammen, um die eigene Kampagne „Gegen jede Form von Gewalt“ innerhalb des Unternehmens zu entwickeln.





© FEDECAAS

Demonstration zur Sensibilisierung in Santa Cruz, Bolivien.

Das peruanische Frauenministerium erklärte sich 2013 schriftlich dazu bereit, die Kampagne „Dreh der Gewalt gegen Frauen den Hahn zu!“ zu fördern und zu koordinieren.

Beim Gender-Wettbewerb, der auf Initiativen, die sich mit der Förderung der Gleichberechtigung der Geschlechter beschäftigen, aufmerksam macht, gewann die Kampagne den 7. Platz. Das Landesbüro der GIZ in

Ecuador hat die Tropfen im gesamten deutschen Haus, sichtbar an Decken und Wänden, angebracht.

Die Kampagne ist mittlerweile auch außerhalb der Partnerländer ComVoMujers bekannt und wird seit 2015 von den Wasser- und Abwasserversorgungsunternehmen in den Regionen Juigalpa und Boaco in Nicaragua durchgeführt. Das Potential der Kampagne gibt Anlass zur Hoffnung, dass sie auch auf andere Kontinente expandieren könnte.

Herausgeber
Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Sitz der Gesellschaft
Bonn und Eschborn

**Regionalprogramm ComVoMujer –
Bekämpfung von Gewalt
gegen Frauen in Lateinamerika**
Bernardo Alcedo 150, Piso 4
San Isidro, Lima 27, Peru
Tel: +51 - 1 - 442 1101
comvomujer@giz.de

Nationale Koordinatorinnen

Bolivien
Irma Campos Garvizo
Calle Ecuador Nº 2523 y
Belisario Salinas (Sopocachi)
La Paz, Bolivia
Tel.: +591 - 2 - 2412127
irma.campos@giz.de
www.giz.de/bolivia

Paraguay
María Victoria Heikel
San Benigno 1315 c/Cnel. Torres,
Casilla: 1859
Asunción, Paraguay
Tel: +595 - 21 - 611943
maria.heikel@giz.de
www.giz.de/paraguay

Ecuador
Viviana Maldonado Posso
Calle Iñaquito E3-124 y Amazonas
Casilla 17-07-8721
Quito, Ecuador
Tel.: +593 - 2 - 2263816 ó 2439907
viviana.maldonado@giz.de
www.giz.de/ecuador

Peru
Mónica De las Casas Alegre
Pasaje Bernardo Alcedo 150,
Edificio Peruval, Piso 4,
San Isidro, Lima 27, Peru
Tel.: +51 - 1 - 4421101
monica.de@giz.de
www.giz.de/peru



Herausgegeben durch

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

www.mujereslibresdeviolencia.usmp.edu.pe | http://bloqueandolavcm.org



Canal Libre de Violencia



Canal Libre de Violencia



@ComVoMujer