



# „Kein Kompliment“ Kampagne gegen sexuelle Belästigung



Grafik: Stadt Leipzig

## Projektziel

Die Print- und Digitalmedienkampagne geht auf einen Antrag des Jugendparlaments Leipzig aus dem Frühjahr 2022 zurück, welcher im Herbst 2022 geändert durch die Ratsversammlung bestätigt wurde.

Ziel der Kampagne ist es, das zunehmend öffentlich diskutierte Thema sexualisierter Gewalt im öffentlichen Raum, in ihrem breiten Spektrum alltäglicher Erscheinungsformen darzustellen.

Die Kampagne verfolgt weiterhin das Ziel, die Stadtgesellschaft für entsprechende Verhaltensweisen zu sensibilisieren und über das Phänomen „Catcalling“ aufzuklären. Die Enttabuisierung des Themas macht Betroffene sichtbar und kann dabei unterstützen, Unrecht als solches zu erkennen, Präventionsmaßnahmen zu ergreifen bzw. Maßnahmen der Strafverfolgung einzuleiten.

## Handlungskonzept

Nach einer umfassenden Recherche und Informationssammlung begann die Erarbeitung der Kampagnen-Inhalte im Rahmen regelmäßiger Beratungen, organisiert durch den Kommunalen Präventionsrat Leipzig sowie Partnerinnen und Partner des lokalen Präventionsnetzwerkes.

Dieses Beratungsgremium legte dabei Leitlinien fest, welche es bei der Konzeption und Umsetzung der Medienkampagne durch eine Agentur umgesetzt sehen wollte. So sollte bei der Konzeption der Kampagnen-Motive bewusst auf eine möglichst genderneutrale Darstellung geachtet werden. Zugleich wurde darauf Wert gelegt, möglichst sachlich über das Phänomen aufzuklären. Betroffene sollten sich zudem nicht durch „gute Ratschläge“ bevormundet, sondern in ihrer Lage gesehen fühlen.

Zusätzlich betreute ein Team die Organisation des gesamten Prozesses. In dem sich anschließenden Ausschreibungs- und Vergabeprozess wurde eine Agentur ermittelt und ausgewählt. Gemeinsam mit dem Beratungsgremium wurden die Bildmarke sowie der Slogan „Kein Raum für Catcalling“ entwickelt.

Die Konzeption und Umsetzung der gesamten Kampagne erstreckte sich über den Zeitraum September 2022 bis Dezember 2023. Von November bis Dezember 2023 war die Kampagne in Form von Postern in Verkehrsmitteln der LVB, als City Light Poster von RBL Media in der Innenstadt und am Hauptbahnhof zu sehen.

## Fazit/Hinweise

Die Umsetzung war mit Herausforderungen verbunden. Inhaltlich bezogen sich diese auf die Definition des Catcalling-Begriffs sowie die Verwendung einer sensiblen, aber nicht verharmlosenden Sprache.

Die Überführung der Inhalte in eine detaillierte Leistungsbeschreibung stellte ebenfalls eine schwierige Aufgabe dar. Darüber hinaus ergaben sich Hürden, aufgrund von Vorgaben des Corporate Designs der Stadt Leipzig.

## Kontakt

Theresa Brandt  
Technisches Rathaus  
Prager Straße 118 - 136  
04317 Leipzig  
kpr@leipzig.de  
www.leipzig.de/kein-kompliment