

derStandard.at | Panorama | Integration | Rassismus

12. April 2007
19:53 MESZ

Links

ZARA - Zivilcourage
und
Antirassismus-Arbeit

filmproduktion.org



Für seine Diplomarbeit an der Fachhochschule Salzburg hat Jochen Graf die Werbespottrilogie "3x45 Sekunden Zivilcourage" für den Antirassismus-Verein ZARA erstellt. Bereits vor dem offiziellen Release-Termin prämierte eine unabhängige Fachjury der Salzburger Werbebranche die Werbefilme mit dem ersten Preis des Filmpreises URSTY in der Kategorie "bester Werbepot".

Businessclass gegen Rassismus

Mit seiner Werbespot-Trilogie für ZARA will der junge Filmemacher Jochen Graf nicht nur auf Rassismus aufmerksam machen, sondern auch Lösungen anbieten

In einem Flugzeug. Eine weiße Frau ruft nach dem Steward: "Ich kann hier nicht sitzen, das ist eine Zumutung", erklärt sie ihm und deutet auf den Schwarzen, der neben ihr sitzt. Nach einer Besprechung mit seiner Kollegin kehrt der Steward - gespielt von Alexander Pschill, bekannt aus der Serie "Kommissar Rex" und zugleich Sprecher des Antirassismus-Vereins ZARA - zurück. An den Schwarzen gewandt meint er: "Es ist wirklich eine Zumutung, dass Sie hier sitzen müssen. Deshalb haben wir für Sie einen Platz in der Businessclass."



So sieht einer von drei Werbespots für ZARA aus, den Jochen Graf im Rahmen seiner Diplomarbeit im Studiengang "Multimedia-Art" an der Fachhochschule Salzburg erstellt hat. Erfunden? Mitnichten: "Alle Geschichten beruhen auf wahren Begebenheiten, die für die Spots nur ein bisschen adaptiert wurden", erzählt Graf im Gespräch mit derStandard.at.

Betreten wegschauen

"Tu des Tiachl owe, des schaut g´schissn aus!" Eine junge Frau mit Kopftuch sitzt in einem öffentlichen Autobus und wird von zwei Männern mit Bierdose in der Hand belästigt. Die Szene ist im ganzen Bus laut und deutlich zu hören, doch die Menschen blicken betreten weg, tun so, als ginge sie das alles nichts an.



Nur eine junge Frau sieht hin - und verzieht auf einmal das Gesicht, zittert am ganzen Körper, es sieht so aus, als hätte sie einen Anfall. Und siehe da, auf einmal ändert sich die Lage: die Mitfahrenden schauen hin, ja, sie stehen sogar auf und eilen ihr zu Hilfe. Auch die beiden Männer lassen von ihrem Opfer ab und steigen bei der nächsten Station aus. Daraufhin geht es der jungen Frau schlagartig besser und sie schüttelt ihre Helfer ab.

Lösung statt nur anprangern

"Es war mir wichtig, nicht nur auf das Phänomen Rassismus aufmerksam zu machen und mit erhobenem Zeigefinger zu sagen 'Das ist schlecht!', sondern ich wollte dem Zuseher oder der Zuseherin auch gleich eine Lösung anzubieten", betont der junge Filmemacher. Bis die Werbespots in ihrer jetzigen Form fertig waren, war es ein langer Weg, erzählt er. Bereits im Januar vor einem Jahr war Graf an ZARA herangetreten, den Verein hatte er in der Schule bei einem Seminar über Rassismus und Diskriminierungen kennengelernt.

Schau' nicht weg
Zeig' Zivilcourage



ZARA habe ihn dann vor allem inhaltlich unterstützt. Bis die Themen für die Spots endgültig feststanden, seien sieben bis acht Monate vergangen, während denen er gemeinsam mit ZARA an der Konzeption gearbeitet, mehrere Vorschläge gemacht, diese wieder verworfen und eifrig diskutiert habe. "Es war für mich ein Prozess der Sensibilisierungsarbeit", gesteht er. Schließlich sei Rassismus ein heikles Thema und nicht leicht zu bearbeiten, zumal wenn man sich nicht tagtäglich damit befasse.

Ausgang oftmals unbekannt

"Man muss eine Situation erst einmal erkennen, denn sonst würde ich auch nicht auf die Idee kommen einzugreifen", schildert Graf seine Überlegungen zu dem Thema. Dazu komme ein psychologisches Element: "Das Problem ist, dass man den Ausgang nicht kennt." Schließlich habe man von zivilcouragiertem Handeln nicht unbedingt etwas: "Man ist danach nicht der Held."



Natürlich sei es auch nicht immer leicht einzugreifen. Bei der Situation im Bus etwa sei die Frau in Wahrheit von viel mehr Männern belästigt worden, erzählt Graf. Aber sie ersetzte körperlicher Stärke durch Kreativität: "Einen Anfall vorzutäuschen war für sie die einzige Möglichkeit, eine Situation in dem Bus zu erzeugen, wo die Männer sich komisch fühlen und dann aussteigen", erklärt er.

Oft aber braucht es nur eine kleine Geste, wie im dritten Spot zu sehen ist. Darin putzt eine alte Dame den aufgesprühten Spruch "Ausländer raus" von einer Mauer. "Ich habe den Eindruck, dass Diskriminierungen und Rassismus mittlerweile vielen gleichgültig geworden sind", kritisiert Graf. Verantwortlich dafür sind aus seiner Sicht unter anderem Plakatkampagnen von Parteien, die vor ein paar Jahren noch empörte Reaktionen hervorgerufen hätten, während man heute darüber hinweg sehe. Vieles sei inzwischen "ganz einfach in den Alltag integriert", auch Situationen wie jene im Bus. Mit den Spots wolle er zeigen, dass es dennoch wichtig ist anderen zu helfen und einzugreifen. Denn, so Graf: "Das darf uns nicht gleichgültig werden." (Sonja Fercher, derStandard.at, 12.4.2007)

© 2007 derStandard.at - Alle Rechte vorbehalten.

Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf. Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.