

Abschlussbericht des Projekts Kampagne „Wir gemeinsam“ (ID 1622) auf www.respekt.net

Start Projektumsetzung: 25.04.2018

Ende Projektumsetzung: 31.10.2018

Projekträger: Die Armutskonferenz - www.armutskonferenz.at

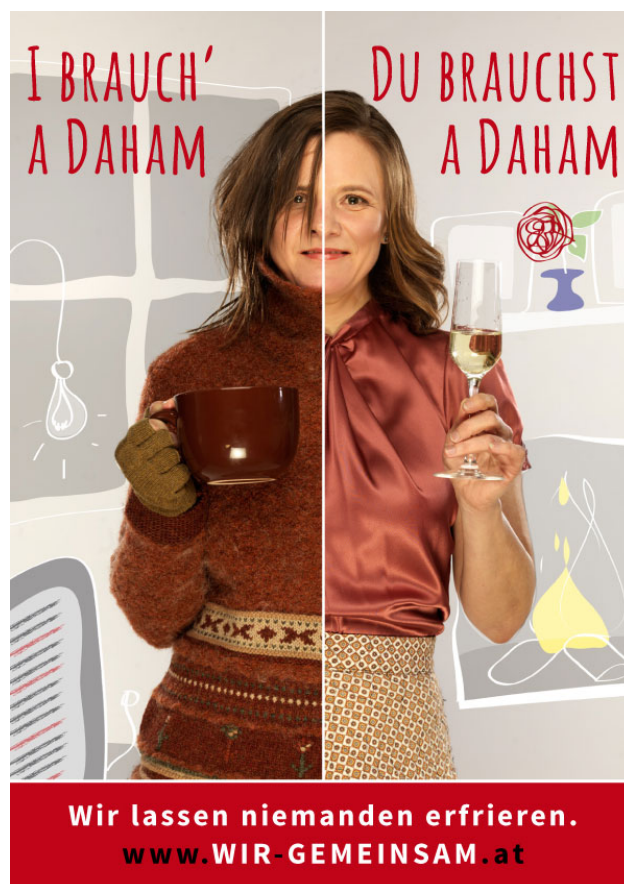
1. Abschlussbericht allgemein

Mit der Bewusstseins-Kampagne „Wir gemeinsam“ machen wir uns stark für den Wert eines guten Netzes sozialer Sicherung und die Notwendigkeit gesellschaftlichen Zusammenhalts statt Spaltung. Getragen wird die Kampagne vom Netzwerk der österreichischen Armutskonferenz mit 43 Mitgliedsorganisationen - siehe: www.armutskonferenz.at/ueber-uns/die-armutskonferenz.html

Wir möchten mit der Kampagne in erster Linie Menschen erreichen, die sich sonst nur wenig oder gar nicht in positiver Weise mit sozialstaatlichen Leistungen beschäftigen. Aber gleichzeitig auch selbst oftmals stark auf den Sozialstaat angewiesen sind. Das heißt traditionelle, bürgerliche und konsumorientierte untere bis mittlere Einkommenschichten. Insbesondere auch KlientInnen von sozialen NGOs. Dementsprechend haben wir die Texte, Botschaften und Sujets möglichst einfach gestaltet.

Nach vielen Vorbereitungsarbeiten 2017 starteten wir im Frühjahr 2018: Gemeinsam mit dem Photographen Lukas Beck und Kampagnen-ExpertInnen haben wir Bilder und Slogans entwickelt, die Menschen zum Nachdenken anregen sollen über die große Bedeutung sozialstaatlicher Absicherung. Die Sujets drücken auch aus, wie schnell man selbst in die Situation kommen kann, eine Unterstützung zu benötigen. In Sozialen Medien, über persönliche Gespräche und Aktionen im öffentlichen Raum, auf Plakaten und Postkarten haben wir diese Bilder verbreitet und sind in Diskussion mit den Menschen getreten.

Die Kampagne mit konkreten Maßnahmen (s.u.) war zunächst bis Ende 2018 geplant. Nachdem die Sujets sehr gut ankamen, genug Material finanziert werden konnte und wir weiterhin großen Bedarf für mehr Bewusstsein sehen, haben wir beschlossen die Aktivitäten bis zumindest Frühjahr 2019 fortzusetzen.



Konkrete Maßnahmen zur Verbreitung:

- **Website:** Auf der Kampagnen-Seite www.wir-gemeinsam.at sind alle Sujets zu finden, Hintergrund-Informationen, Facts und Figures, zu allen Themen, die in der Kampagne angesprochen werden. Die Seite bietet zudem Infos und Materialien, um selbst aktiv zu werden (z.B. Download der Sujets, Anmeldung für Newsletter, Ideen für Orte zur Verbreitung).
- **Karten und Poster:** 37.500 Postkarten und 5.900 Poster wurden gedruckt und in den zahllosen Beratungsstellen der 43 Mitgliedsorganisationen aufgehängt und verteilt.
- **Freecards:** 90.000 Freecards lagen von 14.06.2018 bis 04.07.2018 in Lokalen, Kinos und Kultureinrichtungen in ganz Wien auf und waren am Ende vergriffen – es gab keine Rücklieferungen aus den Lokalen.
Diese flächendeckende Verbreitung der Message mittels Freecards war für die Bewusstseins-Kampagne besonders wichtig. Die Finanzierung wurde durch das Crowdfunding über respekt.net möglich.
- **Medienarbeit:** Viele Mitgliedsorganisationen der Armutskonferenz bzw. ihre ProjektpartnerInnen betreiben eigene Magazine für MitareiterInnen und KlientInnen, in denen die Kampagne einen Platz bekam. Zudem gab es am 10. April 2018 eine **Pressekonferenz**, von der in der ORF-Sendung „Mittag in Österreich“ berichtet wurde (siehe: <https://videopress.com/v/6YnmLV3h>)
- **Aktionen im Öffentlichen Raum:** Sowohl um Medien zu erreichen, als auch PassantInnen für das Thema zu sensibilisieren (Verteilung von Kampagnen-Material). Zum Beispiel:
Im Rahmen des Projekts EMIN (European Minimum Income Network), ein Bus tourte durch Europa um für adäquate Mindestsicherungs-Systeme zu werben:
<http://www.armutskonferenz.at/news/news-2018/fuer-ein-soziales-europa-emin-bus.html>
Aktion „I brauch an Doktor – Du brauchst an Doktor“ - Erste österreichische Krankenstraße:
<http://www.armutskonferenz.at/news/news-2018/eroeffnung-der-ersten-oesterreichischen-krankenstrasse.html>
und einige mehr.



- **Soziale Medien:** Die Sujets wurden breit und wiederholt in den sozialen Medien gestreut, von den accounts der Armutskonferenz wie auch von den Mitgliedsorganisationen und deren MitarbeiterInnen.
- **Prominente Testimonials:** Seit Oktober 2018 sprechen wir mit prominenten Persönlichkeiten über eine Zusammenarbeit für die Kampagne. Einige haben ihre Zusage gegeben und im Februar 2019 soll es einen weiteren Schwung in den Sozialen Medien geben mit prominenten Gesichtern, eventuell auch eine gemeinsame Pressekonferenz.

- **Kampagnen-Song:** Es wurde ein eigenes Lied zur Kampagne aufgenommen und ein vorläufiges Video produziert. Danke an Verena Doublier von Wiener Blond, Patrick Tilg von Vormärz, Lena & Michael Fink von Buntfink, Dima Braune von GRANT und Lukas Meschik von Moll und allen die bei Organisation, Aufnahme und Videoproduktion unterstützt haben!
Zum Song: <https://youtu.be/ICYNpWhvCnA>

Wir danken außerdem...

... den SpenderInnen für die finanziellen Mittel, um die Kampagne auf breite Beine zu stellen

... den Mitgliedsorganisationen, ihren MitarbeiterInnen und PartnerInnen für die Mithilfe bei der Verbreitung

... speziell den VertreterInnen der Mitgliedsorganisationen, die im „Kampagnen-Team“ unzählige Arbeitsstunden investiert haben zur Entwicklung und Durchführung der Kampagne.

... all jenen, die uns weiterhin unterstützen.

2. Welchen gesellschaftspolitischen Zweck hat das Projekt erfüllt?

Wenn Kindern das Notwendigste, das sie brauchen, genommen wird, wenn die Notstandshilfe abgeschafft werden soll, wenn im Gesundheitsbereich Leistungskürzungen drohen, dann ist es umso wichtiger zusammenzuhalten. Und zu zeigen wie wichtig ein gutes soziales Netz für uns alle ist.

Wir haben Informationen und Fakten so aufbereitet, dass sie leicht konsumierbar und begreifbar werden. Die kürzeste Form sind die Postkarten und Poster, weitere Informationen gibt es dann auf der Kampagnen-Seite.

Ziel der Kampagne ist es, Bewusstsein zu erreichen, unsere Botschaft über möglichst viele Kanäle an so viele Menschen wie möglich zu bringen (mit sehr geringen finanziellen Mitteln). Mit den uns zur Verfügung stehenden Möglichkeiten haben wir beachtliche Reichweiten erzielt (siehe weiter unten) und die persönlichen Gespräche haben gezeigt, dass Fakten durchaus ein Umdenken bewirken können.



Die Botschaft - die Themen:

I brauch' an Doktor Du brauchst an Doktor Wir lassen niemanden krepieren.

Wir alle brauchen gute Medizin, wenn wir krank sind. Egal ob arm oder reich. Ein ausgebautenes Gesundheitssystem macht das möglich. Machen wir uns gemeinsam stark dafür.

Krank sein kostet – Medikamente, Behandlungen, auf lange Sicht den Job und mehr. Viele Krankheiten sind nicht sichtbar. Doch alle Krankheiten benötigen eine schnelle und frei zugängliche Behandlung. Zum Glück leben wir in einem Land mit guter medizinischer Versorgung für alle. Machen wir uns gemeinsam stark um unser Gesundheitssystem zu erhalten und zu verbessern.



Ich brauch' Freunde Du brauchst Freunde Wir lassen niemanden allein

Wir alle brauchen Freunde und soziales Miteinander. Das kostet Geld. Egal ob für arm oder reich. Ein starkes Netz sozialer Sicherung verhindert Ausgrenzung. Machen wir uns gemeinsam stark dafür.

Mensch sein heißt auch mit anderen sein. Soziale Teilhabe kostet Geld: Sei es das Bier mit Freundinnen im Gastgarten oder die Einladung der Nachbarn auf Kaffee und Kuchen im eigenen Wohnzimmer. Existenzsicherung muss auch die Chance beinhalten, Freundschaften pflegen und leben zu können. Gemeinsam sein muss für alle möglich sein, dafür machen wir uns gemeinsam stark.



I brauch a Arbeit Du brauchst a Arbeit Wir lassen niemanden ohne Perspektive

Wir alle brauchen einen passenden Job. Ein Arbeitsmarkt, auf dem alle Platz haben, macht das möglich. Machen wir uns gemeinsam stark dafür.

Wir wünschen uns einen Job, in dem wir unsere Talente einbringen können. Eine Arbeit, die uns fordert, aber nicht überfordert und mit der wir finanziell gut über die Runden kommen. Nicht alle haben so einen Job. Und: Arbeitslosigkeit kann jede und jeden treffen. Durch eine Krankheit oder weil die Firma Stellen streicht. Dann brauchen wir ein soziales Netz, das uns auffängt und passende Angebote, die uns beim Wiedereinstieg unterstützen. Eine engagierte Sozial- und Arbeitsmarktpolitik macht dies möglich. Machen wir uns gemeinsam dafür stark.



**Ich will tanzen
Du willst tanzen
Wir drehen niemanden die Musik ab**

Wir alle brauchen Erholung und Zeit für das, was wir gerne tun. Das kostet Geld. Egal ob für arm oder reich. Ein starkes Netz sozialer Sicherung macht das möglich. Machen wir uns gemeinsam stark dafür.

Tanzen, Musik hören, einen Film ansehen, eine Wanderung im Grünen – was Menschen als erholsam empfinden ist unterschiedlich. Uns allen gleich ist, dass wir Freizeit brauchen, die Möglichkeit „abzuschalten“. Gibt es diese Lücken im Alltagsstress nicht, führt das erwiesenermaßen zu Problemen. Stress macht krank. Selbst die Kinder-Rechte-Konvention schreibt fest, dass jedes Kind das Recht auf „Freizeit, Spiel und altersgemäße aktive Erholung“ hat. Machen wir uns gemeinsam stark dafür.



**I brauch was zum Essen
Du brauchst was zum Essen
Wir lassen niemanden verhungern.**

Wir alle brauchen gute Lebensmittel. Egal ob arm oder reich. Ein starkes Netz sozialer Sicherung macht das möglich. Machen wir uns gemeinsam stark dafür.

Was ist gutes Essen? Gutes Essen schmeckt nicht nur gut, sondern tut auch unserem Körper gut. Jeder Mensch braucht gesunde Lebensmittel, um gesund zu bleiben. Doch Qualität hat ihren Preis und den können Menschen mit niedrigem Einkommen nicht bezahlen. Ihnen bleibt nichts anderes übrig, als Billigprodukte zu kaufen, um satt zu werden. Trotzdem muss in unserem Land dank sozialer Leistungen wie der Mindestsicherung niemand hungern. Das war nicht immer so und wir können froh über das Erreichte sein. Lassen wir uns das nicht wegnehmen und machen wir uns gemeinsam stark für den Schutz und die weitere Verbesserung dieser Lebensqualität.



**I will was lernen
Du willst was lernen
Wir lassen niemanden deppert sterben.**

Wir alle brauchen gute Schulen, damit wir etwas G'scheites lernen. Egal ob arm oder reich. Ein Bildungssystem für alle macht das möglich. Machen wir uns gemeinsam stark dafür. Bildung ist wertvoll. Weil wir das wissen, zahlen wir mit unseren Steuern für öffentliche Schulen, die für alle Kinder zugänglich sind. Das Bildungssystem hat Lücken, die soziale Herkunft der Eltern hat starken Einfluss auf den Bildungsweg der Kinder. Das System der offenen und gemeinsamen Bildung ist aber der richtige Weg, die diesem Ziel entgegen stehen. Machen wir uns gemeinsam stark für gleiche Bildungschancen aller Kinder.



Hintergrund - die Fakten im Detail:

- Wer das soziale Netz zerschneidet, gefährdet die Mittelschicht!

Der Rückgang der Mittelschicht im Westen ist dort am stärksten, wo der Sozialstaat geschwächt und abgebaut wurde. Ersichtlich in den USA, Großbritannien oder Spanien. Bei einem genaueren Blick auf die Mitte werden unterschiedliche Teile dieser – oft fälschlicherweise als einheitlich dargestellten – Schicht sichtbar. Die Mitte gibt es nicht, wie aktuelle Daten der Österreichischen Nationalbank zeigen.

Bezieht man neben Einkommen auch Konsum und Vermögen in die Analyse ein, dann zerfällt die Mitte in einen Teil mit Rücklagen und in einen ohne. Die untere Hälfte hat kaum nennenswerten Besitz. Wobei „Unten“ und „Mitte“ einander näher sind als „Mitte“ und „Oben“. Und das macht einen Riesenunterschied. Die untere Mittelschicht lebt nämlich solange in relativem Wohlstand mit Mietwohnung, Auto, Urlaub, Hobbies und Zukunftschancen für die Kinder, solange Systeme des sozialen Ausgleichs existieren. Ihre Lebensqualität wird durch den Sozialstaat möglich gemacht. Pensionsversicherung, Kranken- und Arbeitslosenversicherung, geförderte Mietwohnungen und öffentliche Schulen sichern den Lebensstandard und verhindern gerade in unsicheren Zeiten ein Abrutschen nach unten.

- Die Mitte ist dort weniger gefährdet, wo es ein starkes Netz sozialer Sicherheit gibt.

Die untere Mitte hat kein Vermögen um Einschnitte wie Krankheit oder Arbeitslosigkeit einfach aufzufangen. Und wäre sie gezwungen Vermögen für Alter, Bildung, Krankheit oder Arbeitslosigkeit anzusparen, wäre ihr Lebensstandard und ihr Konsumniveau vernichtet. Die Mitte ist dort weniger gefährdet, wo es ein starkes Netz sozialer Sicherheit gibt.

All das weist auf die Stärken eines gut ausgebauten Sozialstaats hin:

- Sozialleistungen wirken als automatische Stabilisatoren: Während Industrieproduktionen, Exporte und Investitionen in Folge der Finanzkrise stark gesunken sind, ist der Konsum der privaten Haushalte stabil geblieben, teilweise sogar gestiegen.
- Ein stabiles Sozialsystem fördert stabile Erwartungen: Der Sozialstaat bedeutet eine Risikoabsicherung bei Arbeitslosigkeit, Krankheit und im Alter. Die Verlässlichkeit der sozialen Institutionen verhindert Angstsparen.
- Länder mit hohen Sozialstandards performen besser: Sämtliche wirtschaftlichen Indikatoren (Beschäftigung – insbesondere Arbeitslosigkeit, Wirtschaftswachstum, Armutsgefährdung, Staatsfinanzen) zeigen, dass die skandinavischen und kontinentaleuropäischen Länder die besten Ergebnisse vorweisen.
- Der Großteil wohlfahrtsstaatlicher Leistungen stellt eine Umverteilung im Lebenszyklus dar. Wir befinden uns im Laufe unseres Lebens auf verschiedenen Einkommensstufen. Die meisten wandern im Laufe des Lebens die Einkommensleiter hinauf und im Alter wieder eine gewisse Strecke zurück. Der kontinentaleuropäische Sozialstaat legt hohen Wert auf Versicherungsleistungen und Statuserhalt; daher profitiert die Mittelschicht stark von den Sozial- und wohlfahrtsstaatlichen Leistungen.
- Monetäre Transfers tragen entscheidend zum sozialen Ausgleich bei und wirken armutspräventiv. Sie reduzieren die Armutsgefährdung von 44% auf 13,9%. Am progressivsten wirken Arbeitslosengeld, Notstands- und Sozialhilfe sowie Wohnbeihilfe und Pflegegeld. Als „erheblich materiell depriviert“ gelten Personen in Haushalten, denen es am Notwendigsten mangelt, die Wohnen, Ernährung, Gesundheit, Wärme beraubt („deprivare“) sind. Europäische Länder, die weniger als 4% „erheblich deprivierte“ Personen aufweisen, sind Schweden, Niederlande, Finnland, Dänemark, Deutschland, Luxemburg und Österreich. Durch die sozialstaatlichen Leistungen wird die Armutsgefährdung gegenüber der Einkommenssituation, die über die Märkte zustande kommt, fast um die Hälfte verringert. Die Armutsgefährdungsquote lag 2015 bei 13,9%,

ohne Sozialleistungen beliefe sie sich auf 25,6%; schließt man auch die öffentlichen Pensionen aus, läge sie bei 44,4%.

Was sind die Stärken und was sind die Schwächen, fragt man sich, wenn man etwas verbessern will. Im besten Fall führt dies dazu, dass die Schwächen korrigiert und die Stärken optimiert werden. Das gilt auch für den Sozialstaat. Dort, wo soziale Probleme steigen, müssen wir gegensteuern, dort, wo soziale Probleme präventiv verhindert werden, müssen wir weiter investieren. Sonst werden die Schwächen verstärkt und die Stärken geschwächt.

3. Wie waren Reaktionen anderer zu diesem Projekt?

Die produzierten Materialien – 37.500 Postkarten, 5.900 Poster, 90.000 Freecards – wurden bereits zu einem großen Teil verbreitet und kamen damit wie geplant „unters Volk“.

Alleine durch die 90.000 Freecards in Wiener Lokalen ergab sich eine Reichweite von 738.000 Kontakten (siehe Beilage).

Die Reichweite über die Sozialen Medien ist nicht zu beziffern. Nachdem die Sujets über Dutzende accounts von Organisationen und Privatpersonen verbreitet wurden, dürfte die Message auch über diese Kanäle große Verbreitung gefunden haben.

Die Reaktionen auf die Pressekonferenz waren sehr positiv, die Medienpräsenz (ORF TV, Ö3, W24,...) gut. Auch das Ziel, mit der Kampagne in die Massenmedien zu kommen, wurde also erreicht.

Siehe Beispielsweise den ORF-Bericht vom 10.04.2018:

<https://videopress.com/v/6YnmLV3h>

Siehe zu den Maßnahmen außerdem Seite 2: „Konkrete Maßnahmen zur Verbreitung“

Nachdem die Verbreitung gut läuft, die Reaktionen durchwegs positiv sind und auch die Bereitschaft weiter an der Kampagne zu arbeiten, wurden die Aktivitäten bis zumindest Frühjahr 2019 ausgedehnt.

4. Wofür wurde das gespendete Geld konkret ausgegeben?

Wie im Budget vorgesehen (bei Erreichung der Finanzierungsschwelle), wurde das Geld für die Umsetzung der Freecards in Wien verwendet (ein großer Teil der Gesamtkosten von 4.086€ konnte damit gedeckt werden).

Die Freecards waren eine ganz wichtige Maßnahme um mit der Kampagne mehr in die Breite zu kommen und eine größere Zielgruppe zu erreichen.

Mit 90.000 Freecards in Wien konnten 738.000 Kontakte erreicht werden.

