



Aufwühlend: Der unter der Regie von Jeff Thomas entstandene Spot über die moderne Frauenklaverei lässt niemanden kalt.

# Sklaverei in der Schweiz

**Prostitution** Walker drehte einen beklemmenden Spot gegen den Frauenhandel.

Mit einem aufrüttelnden Film will eine Kampagne «Euro 08 gegen Frauenhandel» das menschenverachtende Geschäft mit modernen Sklaven im Sex-Business anprangern. Die Aktion ist verbunden mit einer Petition «für einen besseren Schutz und mehr Rechte für die Opfer von Frauenhandel». Lanciert wurde das Volksbegehren von einer breit abgestützten Vereinigung – vom Frauen Informationszentrum (FIZ) über Amnesty International oder Unia bis zum Dachverband der Schweizer Männer- und Väterorganisationen.

Für die Kampagne konnten auch namhafte Sponsoren gewonnen werden. Diese ermöglichten einen spektakulären Film, den die Agentur Walker mit der Londoner Sonny Production in Prag realisieren konnte. 200 Frauen und 100 Männer standen als Statisten vor der Kamera. Die wie ein Trailer zu einem Kinofilm realisierte Geschichte setzt das moderne Schlepper-Handwerk einem historischen Sklavenhandel oder sogar Viehmarkt gleich. Regie führte der auch mit CSI-Serien erfahrene Jeff Thomas. Die Musik ist ein Geschenk von Jonny Greenwood. Die ein-

dringlichen Töne stammen aus dem Oscar-gekrönten Film «There Will be Blood». In Berlin wurde die Musik mit dem Silbernen Bären ausgezeichnet.

Pius Walker und die Auftraggeber sind gespannt, wie die Stimmung ihres rund 60 Sekunden langen Films das Publikum in der Schweiz berühren wird. Der Spot wird nämlich während der Euro 08 nicht nur im Fernsehen, sondern auch auf allen Grossleinwänden beim Public Viewing gezeigt. Dort soll der Spot kurz vor Spielbeginn aufrütteln und das Publikum auf das Schicksal der versklavten Frauen aufmerksam machen. Ein mutiger Steilpass für eine menschliche und politische Botschaft kurz vor dem sportlichen Spektakel.

Bekannte Zürcher Politiker zeigten sich bei einer Vision jedenfalls erschrocken: «Will man mit dieser Kampagne die gute Stimmung der Euro 08 zerstören? Wie wird dieser Film bei den Fans auf die Stimmung schlagen?» Die Uefa stellt aber die attraktive Werbezeit an zwölf Public Viewings gratis zur Verfügung. Die UBS gibt bei ihren Arenen wenigstens Rabatt.

Die Werbeagentur sieht mit ihrem Spot die Aufgabe erfüllt, die Menschen für den sich ausbreitenden Frauenhandel in der Schweiz zu sensibilisieren. «Wir wussten, dass sechzig Sekunden der Tragweite dieser Problematik niemals gerecht werden können. Aber wir

können es ziemlich schwieriger machen, diese zu ignorieren», erklärt Pius Walker das Konzept für seinen Film. An der Premiere im Rahmen eines Info-Abends in Bern ist der Stil auch mit «Schindlers Liste» von Steven Spielberg verglichen worden. Tatsächlich baut Walker bewusst auf grosses Kino. Dieses soll eine Stimmung erzeugen und keine konkreten Verhaltensregeln zum Umgang mit betroffenen Frauen geben.

Die «Liebesgewohnheiten» eines Freiers können nicht in 60 Sekunden geändert werden, sind sich auch die Initiantinnen der Petition bewusst. Diese wollen auch kein moralisches Statement zum allgemeinen Phänomen der Prostitution abgeben. Ebenso wichtig wie die Zielgruppe der Freier ist für alt Nationalrätin Ruth-Gaby Vermot, die Co-Präsidentin der Kampagne, deshalb die öffentliche Wahrnehmung. Auch Ärzte, Anwälte und Richter sollen aufrüttelt und für das Thema sensibilisiert werden, damit sie den versklavten Frauen eine Chance geben, aus ihrer Anonymität heraus zu treten. Solange bei der Prostitution erappte Frauen nämlich als Illegale keine Rechtshilfe erhalten, kann auch nicht gegen die Schlepper vorgegangen werden.

Die Medien haben die Kampagne bereits grossflächig aufgenommen. Kampagnenleiterin Yvonne Zimmermann verzeichnet denn

auch «einen sprunghaften Anstieg» von Petitions-Unterzeichnern auf [www.stopp-frauenhandel.ch](http://www.stopp-frauenhandel.ch).

Wie akut das Problem in der Schweiz ist, konnte in Bern Doro Winkler, die zweite Co-Präsidentin der Kampagne und Beauftragte der FIZ – Fachstelle gegen Frauenhandel, aufzeigen. Unter Einbezug des Heiratsmarktes, Tänzerinnen in Cabarets und Haushalthilfen schätzt die Koordinationsstelle im Bundesamt für Polizei aktuell 3000 Opfer von modernem Sklavenhandel in der Schweiz. Bei der Fachstelle wurden bisher 167 Frauen beraten. «Es werden aber jedes Jahr mehr», weiss Doro Winkler. Bei der Kriminalpolizei sind in der Schweiz zur Zeit 20 Ermittlungsverfahren wegen Verdacht auf Menschenhandel am Laufen. Vor allem kleine Dealer haben sich hier einen Markt erschlossen.

Nicht erhärtet sind die Schätzungen, dass diese Missbräuche rund um die Euro 08 zunehmen werden. Bei der Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland haben sich die Fans jedenfalls mehr über rote Karten als an roten Laternen aufge-regt. Für die Initiantinnen der Kampagne «Euro 08 gegen Frauenhandel» wäre eine solche Flaute im Puff kein Argument zur Minderung ihrer Anliegen. Der grosse Fussball-Event ist einfach «eine einmalige Chance, für den Kampf gegen Sklaverei möglichst viele Menschen zu erreichen». ANDREAS PANZERI