

WAKE UP

The Children Of Today Are Our Leaders Of Tomorrow

**Informationskampagne für
Jugendliche und Erwachsene zu
sexueller, physischer und
psychischer Gewalt
gegen Kinder und Jugendliche**

Inhaltsverzeichnis

Was	Seite
Projekt-Strukturplan	3
Projektkonzept	
<i>Metainformationen</i>	4
- Projekttitel	4
- Verantwortliche Personen	4
- Initiant und Gesamtprojektleiter	4
- Trägerschaft und Projektleiterin	4
- Grundzüge des Projektes	4-5
<i>Projektbegründung</i>	5-7
<i>Intendierte Wirkung</i>	8
- Vision	8
- Ziele	8
<i>Produkte und Aktionen</i>	8
- Settings, wo Wirkung erzeugt werden soll, Zielgruppen, Ziele, Nutzen, Wirkung	8-9
- Geplante Folgeprojekte als Information jedoch nicht Teil dieses Konzeptes	10
- Wunsch-Institutionen, die die Informationskampagne ideell unterstützen	10
<i>Vorgehensweise (Ansätze, Methoden):</i>	10
- Strategien	10
- Zeitlicher Rahmen	10
- Kostenschätzung	10
Planungs- und Evaluationstabelle	11
Projektbudget	12-13
Projektleitung/Projektmitwirkende: Inhalt derFunktionen, Qualifikationen	14
Rolf Trächslin (RJM Records Basel)	14
Sylvia C. Trächslin (AHA! Präventionsprojekte & Quantencoaching® Basel)	15
El Barrio GmbH	16
Arbel GmbH, Film- und Fernsehproduktionen	17
Webways AG Basel	18
Anhang	
Geschichte Videoclip	19
CD mit Videoclipsong	

Finanzielle Unterstützung

Finanzierungsgesuche werden adressiert an:

- Lotteriefonds Basel-Stadt
- Crédit Suisse
- Raiffeisenbank
- Manor

Andere materielle und immaterielle Unterstützung

- Kostüme
- Martin Huschke, Partner intext ag (Kommunikationsberatung, Lektorat)

Ideelle und fachliche Unterstützung

- Abt. Jugend, Familie & Prävention Jürg Caflisch*
- Abt. Kinder- und Jugendschutz, Stefan Blülle, Leiter*
- Dr. Franz Ziegler, Schweiz. Kinderschutzbund, Leiter Fachbereich Kindesmisshandlung und -vernachlässigung*
- Kinderschutz Schweiz, Dr. Andrea Burgener Woeffrau, Präsidentin*
- Unicef Schweiz, Alexandra Rosetti*
- Kinderlobby Schweiz, Felix Wettstein*
- Schweiz. Stiftung Pro Juventute*
- Kinderrechte Schweiz*
- Schweiz. Gesellschaft für Pädiatrie PALLAS
- Opferhilfestellen für Kinder*
- Opferhilfestelle bei sexueller Gewalt LANTANA*
- Avina Stiftung*
- Berner Gesundheit (BEGES)*
- Triangel www.triangel-basel.ch*
- Limita Zürich, Fachstelle zur Prävention sexueller Ausbeutung von Mädchen und Jungen*
- MARCHE BLANCHE*
- Kindernachrichtenagentur Kinag*

*werden noch angefragt

Unterstützung durch prominente Personen

- Aus den Medien z.B. Christoph Schwegler, DRS 3*
- Aus der Politik*
- Aus dem Sport*

*werden noch abgeklärt

Projektleitung

Rolf Trächslin, Geschäftsleiter RJM Records

Initiant
Gesamtprojektleiter
Künstlerische Leitung
Künstlerische Konzeption
Produktion Song, Videoclip, CD
Vernetzungsarbeit
Zusammenarbeit und Einberufung sowie Leitung von Meetings mit Projektmitwirkenden
PR & Kick off
Coaching von El Barrio

AHA! Sylvia C. Trächslin Präventionsprojekte & Quantencoaching®

Projekträgerschaft
Fachliche und Organisatorische Projektleitung
Projektkonzept, Budget, Gesuche, Controlling, Vernetzungsarbeit, Website (Aufschaltung Adresse, Was, Texte, Gestaltung), Text CD Info-Booklet, PR & Kick off, Evaluation, Projektbericht
Coaching von El Barrio
Zusammenarbeit mit Rolf Trächslin

Produkt Videoclip zum Thema sexuelle und psychische Gewalt in Familien und Auswirkungen mit Hinweis auf www.ourchildren-info.net

Setting Fernsehen
www.myspace.com
Zielgruppen Jugendliche und Erwachsene

Produkt CD mit Videoclip, 6 Songs junger Basler Bands zum Thema sowie einem Booklet

Setting Detailhandel
Radio, www.myspace.com
Zielgruppen Jugendliche und Erwachsene

Produkt Informationswebsite
www.ourchildren-info.net
Inhalt:

- Videoclip. Die 10 wichtigsten Punkten der KRK für Jugendliche
- Vollumfängliche Grundsätze der Uno-KRK in 58 Sprachen mit Link auf Website der Unicef.
- Informationen über sexuellen Missbrauch und mögliche Folgen für ihre Entwicklung
- Informationen über Gewalt an Kindern und mögliche Folgen für ihre Entwicklung
- Angaben zu Hilfsangeboten
- Links (z.B. Kinderrechte Schweiz)
- NEWS

Setting Internet
Zielgruppen Jugendliche und Erwachsene

Aktionen Medienmitteilung, Kick off

Setting Öffentlichkeitsarbeit
Zielgruppen Jugendliche und Erwachsene

Im Projekt Mitwirkende

El Barrio GmbH

Junge Basler Bands

Arbel GmbH
Film- und
Fernsehproduktionen

www.webways.ch

Projektkonzept

Metainformation	
Projekttitel	WAKE UP The Children of Today are our Leaders of Tomorrow
Verantwortliche Personen	R. Trächslin (RJM Records Basel) Sylvia C. Trächslin (AHA! Sylvia C. Trächslin, Präventionsprojekte & Quantencoaching®)
Initiant, Gesamtprojektleitung Künstlerisches Konzept und künstlerische Projektleitung	R. Trächslin, Holbeinstrasse, 4051 Basel Handy 076 437 11 00, ralph.jones@rjm-records.com
Trägerschaft, Fachliche und Organisatorische Projektleitung Projektkonzept, Finanzen, Personal, Website	AHA! Sylvia C. Trächslin, Präventionsprojekte & Quantencoaching®, Initiantin und Leiterin des Überregionalen Präventionsprogramms Helden, Sündenböcke & Co© Thematik: (Un)Gleichgewicht und Rollen(Fixierungen) in sozialen Systemen und deren Folgen. Hirzbrunnenallee 37, 4058 Basel, Telefon 061 643 92 26, info@aha-bs.ch , www.aha-bs.ch
Datum/Versionsnummer	April 2007/6
Grundzüge des Projekts	Landesweite Informationskampagne für Jugendliche und Erwachsene zu physischer, psychischer und sexueller Gewalt gegen Kinder und Jugendliche und den möglichen Auswirkungen, wenn keine Beratung bzw. Unterstützung der Betroffenen erfolgt (in Anlehnung an Art. 34 zum Schutz vor sexueller Ausbeutung und Missbrauch der UN-KRK) Adressaten: Jugendliche und Erwachsene Ziel • Jugendliche und Erwachsene über Formen von Gewalt gegen Kinder und die Auswirkungen auf die persönliche Entwicklung von Kindern informieren. • Über eine Website auf Hilfsangebote und erste Bewältigungsstrategien für Jugendliche hinzuweisen und Jugendliche über niederschwellige Informationen dazu ermutigen, ihr Schweigen zu brechen und sich Hilfe zu holen. • Jugendliche über die 10 wichtigsten Punkte ihrer Rechte informieren bzw. Jugendliche und Erwachsene über die Grundsätze und Bestimmungen der UN-KRK (Art. 42 UN-KRK) mit einem Link auf die Unicef-Website und die in 58 Sprachen übersetzte UN KRK informieren. Dafür geplante Produkte und Aktionen • Videoclip Our Children mit Hinweis auf die Informations-Website www.ourchildren-info.net zur Ausstrahlung im Fernsehen und zum Aufschalten auf www.myspace.com • CD mit sechs Titel von jungen Basler Bands, mit dem Videoclip und einem Info-Booklet für den Verkauf im Detailhandel • Aufschaltung der niederschwelligen informativen Website www.ourchildren-info.net • Medienmitteilung • Kick off • Interviews und Fachartikel Die Projektmitwirkenden sind in Basel und der Region zu Hause El Barrio GmbH setzt sich als Jungunternehmen auf sozialen Ebenen dafür ein, Jugendlichen aus Basel in ihrem Alter oder jünger weg von ihrem destruktiven Handeln (Gewalt, übermässiger Alkohol und Drogenkonsum) hin zu neuen Lebensperspektiven zu begleiten und ihnen während einem dreimonatigem Praktikum verschiedene Arbeitsgebiete näher zu bringen. Jugendliche und erwachsene Laiendarsteller aus Basel wirken im geplanten Videoclip mit Junge Basler Bands Auf der CD sind nebst dem Videoclip sechs musikalische und themenspezifische Beiträge von jungen Basler Bands enthalten. Die jugendlichen Projektmitwirkenden werden prozessorientiert und ehrenamtlich begleitet und gecoacht von: • R. Trächslin in den Bereichen Musikproduktion und Tontechnik • Sylvia C. Trächslin in den Bereichen Teamcoaching und Projektmanagement.

	Geplante Folgeprojekte (Nicht Teil dieses Konzepts) Adressaten Jugendliche und Erwachsene, Breite Öffentlichkeit Ziel Unterstützung und Förderung von öffentliche Diskussionen (gemäss Art. 13 betr. Informationsfreiheit und Art. 17 betr. Medienangebot und Verantwortung von Massenmedien zum Schutz der Kinder vor Gewalt, Misshandlung, Ausbeutung in der Familie und von Betreuungsinstitutionen der UN-KRK). Bekanntmachung von themenspezifischen Präventionsprogrammen und Hilfsangeboten Bekanntmachung, für das Ausmass, die Schwere und Auswirkungen von familiärer Gewalt zu sensibilisieren und um die oben erwähnten Formen von Gewalt gegen Kinder öffentlich zur Diskussion zu stellen und auch die subtilen Formen von Gewalt gegen Kinder aufzuzeigen. Geplante Aktionen • Plakataktion als Information über die für den September 2008 geplante Benefizveranstaltung mit Musikern und engagierten Institutionen, das Thema und die Website • Benefizveranstaltung mit Konzert bzw. themenspezifisch engagierten Musikern, Beratungsstellen und Institutionen
Projektbegründung	
<i>Ausgangslage (soziale, kulturelle und politische Rahmenbedingungen)</i>	<i>Physische und psychische Gewalt</i> Gewalt in allen Formen gegen Kinder existiert. Es fehlen aber aussagekräftige Studien. Das Netzwerk Kinderrechte Schweiz fordert mehr Forschung und Sensibilisierung sowie neue Massnahmen zum Schutz der Kinder, zum Beispiel das explizite Recht der Kinder auf gewaltfreie Erziehung zu Hause, in Schule und Freizeit. (Quelle: www.netzwerk-kinderrechte.ch) Schläge, auch die Ohrfeigen, die noch keinem Kind geschadet haben sollen, vermitteln Kindern, dass sie nicht gut sind, so wie sie sind. Sie können kein Vertrauen in andere und kein Selbstvertrauen aufbauen. Ihre psychischen Schwächen müssen sie mit physischer Stärke wett zu machen versuchen. Gewalt ist auch bei schlagenden oder anderweitig gewalttätigen Kindern Ausdruck für Unsicherheit, Schwäche und ein geringes Selbstwertgefühl. Innerfamiliäre Gewalterfahrungen erhöhen das Risiko für Kinder und Jugendliche, selber gewalttätig zu werden. Gewaltbereitschaft wird von Generation zu Generation weitergegeben. Wenn Kinder und Jugendliche in der Familie regelmässig Gewalt erfahren, wird dies für sie „Normalität“ und sie lernen, Gewalt als Mittel zur Konfliktlösung einzusetzen. (Quelle: Kinderschutz Schweiz, Medienmitteilung vom 26.4.2006, Franz Ziegler, Leiter Fachbereich Kindesmisshandlung und -vernachlässigung, Telefon: 079 745 56 01, franz.ziegler@kinderschutz.ch) Allein 2002 wurden weltweit 53 000 Kinder und Jugendliche ermordet. Dies geht aus der ersten UNO-Studie zu Gewalt gegen Kinder hervor, die das Kinderhilfswerk UNICEF in Berlin im November 2006 vorstellte. Jährlich werden demnach mehr als 220 Millionen Mädchen und Jungen unter 18 Jahre sexuell missbraucht oder zum Geschlechtsverkehr gezwungen. Die meisten Gewalttaten finden im Verborgenen statt, beispielsweise in Familie, Schule und Heimen. Als Reaktion auf die Zahlen wird in der UNO-Studie unter anderem ein gesetzliches Verbot jeglicher Gewalt gegen Kinder und eine bessere Überwachung entsprechender Vorschriften gefordert. (Quelle: sda / Freitag, 3. November 2006) <i>Sexuelle Gewalt</i> ExpertInnen gehen heute davon aus, dass jedes dritte bis vierte Mädchen und jeder siebte bis achte Knabe zwischen dem 1. und dem 16. Lebensjahr Opfer von sexueller Gewalt wird. Für die Schweiz liegen keine umfänglichen Zahlen vor. Eine 1997 von Dr. D. Halpérin erarbeitete Studie, die auf den Angaben von 1'130 Jugendlichen zwischen 13 und 17 Jahren beruht, kommt allerdings zum Schluss, dass knapp 34 Prozent der Mädchen und 11 Prozent der Jungen vor ihrem 16. Lebensjahr missbraucht werden. (Quelle: Gewalt gegen Kinder, Konzept für eine umfassende Prävention, Familie und Gesellschaft, Sonderreihe des Bulletins Familienfragen des Bundesamtes für Sozialversicherung, 5/September 2005, www.bsv.admin.ch/publikat/familien/d/familien_gesellschaft_0505.pdf) Durchschnittlich muss jedes Opfer 9 bis sogar 13 Mal um Hilfe bitten, bis es einen Menschen findet, der ihm glaubt und hilft. (Quelle: Kinag, Schweizerische Kindernachrichtenagentur) <i>Die Folgen</i> Die kurz- und mittelfristigen Folgen sind im Allgemeinen bekannt und werden in der Literatur zum Thema Kindesmissbrauch ausführlich erläutert. Demgegenüber werden die langfristigen Folgen eher in Büchern aus den Bereichen Soziologie oder Psychopathologie behandelt, die sich mit verschiedenen psychosozialen, psychosomatischen und mentalen Störungen von Jugendlichen

	und Erwachsenen befassen. Denn ein Grossteil der Personen, die medizinische, psychologische und psychiatrische Hilfe in Anspruch nehmen, und insbesondere zahlreiche asoziale und randständige Personen berichten über eine Vergangenheit mit schwerwiegenden Misshandlungen, Inzesthandlungen oder sexuellen Übergriffen, die zum Zeitpunkt des Geschehens nicht ernst genommen und behandelt wurden. Sexueller Missbrauch an einem Kind wird deshalb, wenn er nicht sofort nach der Aufdeckung gestoppt und unverzüglich behandelt wird, auf lange Sicht schmerzhaft und kostspielige Folgen sowohl für das Opfer und seine Nachkommen als auch für die Gesellschaft nach sich ziehen. Fachpersonen sind sich darin einig, dass sexueller Missbrauch kurz-, mittel- und langfristig verheerende Folgen hat, gerade auch wenn die Aussagen des Opfers angezweifelt und ihm eine minimale Betreuung vorenthalten wird. <i>Studien und Zahlen</i> Studien bzw. Zahlen über die durch Gewalt gegen Kinder entstehenden Kosten sind nicht bekannt. (Quelle: Gewalt gegen Kinder – Konzept für eine umfassende Prävention“, Sonderreihe des Bulletins Familienfragen, BSV 5/September 2005). <i>Es gibt schon zahlreiche, ausgezeichnete Präventionsprogramme</i> Zahlreiche präventive Programme, Projekte z.B. von Limita Zürich, Kinderrechte Schweiz, Kinderschutz Schweiz u.v.m. helfen, physischer, sexueller und psychischer Gewalt gegen Kinder und Jugendliche vorzubeugen. Diese Programme werden erfolgreich auf der Unter- und Mittelstufe eingesetzt. Der Einsatz der Programme ist aber erfahrungsgemäss vom Engagement der Lehrkräfte bzw. der Schule abhängig. Lehrkräfte könnten aufgrund eigener Betroffenheit, bewusst und unbewusst vermeiden, themenspezifische Präventionsprogramme zum Einsatz zu bringen. <i>In der Beratung und in Kursen von Sylvia C. Trächslin zeigt sich immer wieder:</i> • Dass Kinder und Jugendliche, die ihr Schweigen im Zusammenhang mit der erlebten Gewalt in der Familie brechen möchten, dabei wenig bis gar keine Unterstützung erhalten. • Dass Kinder und Jugendliche häufig nicht darüber informiert sind, wo sie sich Hilfe holen können bzw. welche Stellen zielgruppen- und themenspezifische Beratung anbieten. • Häufig finden Erwachsene den Weg in die Beratung, die nach wie vor unter den Auswirkungen von sexueller Gewalt/Ausbeutung sowie physischer und psychischer Gewalt in der Kindheit bzw. Jugend und daraus resultierende Konsequenzen auf ihre psychosoziale Entwicklung leiden. Schwierig ist es manchmal auch, diese Menschen, wenn sie unter Abhängigkeiten, Depressionen, Borderline, Verhaltensstörungen, Multipler Persönlichkeit leiden, dazu zu motivieren sich psychiatrisch behandeln zu lassen. • Sylvia C. Trächslin ist mit zahlreichen betroffenen Menschen (Kinder und Erwachsene) konfrontiert, die in ihrer Kindheit und Jugend eine der Gewaltformen oder Kombinationen erlebt haben. Die Scham und Angst, die Täter oder sogar die eigene Familie zu verraten und damit in Gefahr zu bringen oder wegen dem Brechen des Schweigens von der eigenen Familie ausgegrenzt zu werden, hinderten sie oft jahrelang, ihr Schweigen zu brechen. Viele flüchteten sich in Alkohol, Drogen oder inneren Rückzug oder brachen aus ihrem inneren Gefängnis aus und kompensierten ihre unterdrückten Gefühle und psychische Verfassung mit Gewalt oder delinquenten Handlungen. Heute zeigt sich immer wieder, dass Jugendliche gewalttätig werden oder andere sexuell ausbeuten und dabei selber Opfer wurden oder es noch sind und das, was sie als „normal“ kennen gelernt haben weiter leben bzw. geben.
<i>Projektbegründung (Bedarf/Bedürfnis)</i>	R. Trächslin, Initiant und Gesamtprojektleiter sowie Sylvia C. Trächslin, Projektleiterin und Trägerschaft, sind von sexueller, physischer und psychischer Gewalt betroffene „Erwachsene Kinder“ aus Basel. Jahrzehntelanges Schweigen und Kompensationen mit ungesundem Verhalten wie Drogen- und Alkoholkonsum, Gewalt oder co-abhängige Beziehungen bzw. massives Co-Verhalten waren u.a. und zum Teil Folgen, des in der Kindheit und Jugendzeit Erlebten. Der Glaube, dass das Erlebte „normal“ gewesen sei, hielt sich bis in das junge Erwachsenenalter von ca. 25 Jahren. Beim Entdecken der Anormalität des Erlebten war die Scham über das Erlebte sowie über den „persönlichen Defekt“ enorm. Unter anderem führten diese Schamgefühle dazu, sich innerlich zurück zu ziehen, noch mehr zu schweigen und zu Tendenzen des Sich selbst Auslösens. Heute beziehen die ProjektleiterIn zum Erlebten offen und klar Stellung, auch in der Öffentlichkeit. Sie möchten mit ihren Ressourcen und derer anderer betroffenen Profis einen Beitrag dazu leisten, dass Jugendliche und Erwachsene erfahren, dass jede Form von Gewalt ein Unrecht ist und, dass Betroffene ihr Schweigen brechen und sich Hilfe holen dürfen, ja sogar müssen, um die Gewaltspirale bzw. Generationen überschreitende Gewaltspiralen zu unterbrechen. <i>Fragen, die sich die Projektleitung in diesem Zusammenhang stellt</i> • Wie erfahren von sexueller, physischer und psychischer Gewalt betroffene Jugendliche, die nicht über die Schule in einem Präventionsprojekt involviert sind, dass es wichtig ist, ihr

	Schweigen zu brechen und dass dieses Schweigen brechen eine grosse Entlastung bedeuten und die Gewaltspirale sowie ihr Opferdasein unterbrechen sogar beenden kann? • Wie und wo erfahren von Gewalt betroffene Jugendliche, die nicht über die Schule in einem Präventionsprogramm involviert sind, wo sie sich diese Hilfe holen können? • Wie und über welche Kanäle können Jugendliche und Erwachsene auf einfache und attraktive Art über das Thema, ihre Rechte und Hilfsangebote informiert werden? • Wie kann darauf aufmerksam gemacht werden, dass das Wegschauen, Bagatellisieren und Entschuldigen aller Formen von Gewalt die Gewaltbereitschaft oder gelebte Gewalt nicht reduziert oder zum Verschwinden bringt, sondern erhöht und verschärft? Die Wahrnehmung und Anerkennung von innerfamiliärer physischer Gewalt (Schläge mit der Hand, den Füßen, Gegenständen oder Verbrennungen, Würgen, Schütteln, Stiche, auf den Boden werfen, Vergiftungen), psychischer Gewalt (Ablehnen, Alleinlassen, Demütigen, Isolieren, Terrorisieren, Ignorieren, Erwachsenenrollen aufzwingen) und sexueller Gewalt (jede sexuelle Handlung inklusive Worte und Blicke sowie Exhibitionismus und Voyeurismus, Berührungen, sich berühren und befriedigen lassen, anale, orale und vaginale Penetration) gegen Kinder und Jugendliche ist in der breiten Öffentlichkeit und speziell bei Jugendlichen nach wie vor ein zu wenig diskutiertes Thema. Einerseits ist dies wohl so, weil es sich um sogenannte Tabuthemen handelt und andererseits haben die ProjektleiterIn festgestellt, dass einer Mehrheit von Jugendlichen und Erwachsenen nach wie vor nicht bekannt ist, was alles unter den verschiedenen Gewaltbegriffen verstanden wird und dass sich jeder betroffene Mensch Hilfe holen darf. Dem soll mit der Informationskampagne WAKE UP – The Children of Today are our Leaders of Tomorrow“, welche in Basel entwickelt und mit Unternehmen und Projektmitwirkenden, die im Raum Basel ihren Sitz haben bzw. wohnhaft sind verwirklicht und abgeholfen werden. <i>Antworten bzw. geplante Produkte und Aktionen</i> Die oben gestellten Fragen können mit einfachen und hoch im Kurs stehen Produkten beantwortet werden. Mit Produkten, die Jugendliche wie Erwachsene über folgende Kanäle erreichen: • Audiovisuell mit einem Videoclip, der im Fernsehen ausgestrahlt wird bzw. audio-virtuell über www.myspace.com und auf welchem immer wieder die Adresse der Website www.ourchildren-info.net eingeblendet wird. • Auditiv mit einer CD, die den Videoclip und sechs themenspezifischen Songs von jungen Basler Bands beinhaltet und auch auf Radiosendern gespielt werden. • Virtuell über die Website www.ourchildren-info.net Visuell mit dem Info-Booklet in der CD Box. Beide Kanäle vermitteln einfach formulierte Informationen und weisen auf regionale und nationale Hilfsangebote hin. • Öffentlichkeitsarbeit mit folgenden Aktionen: Medienmitteilung, Kick off, Interviews, Artikel • Geplante Folgeprojekte (nicht Bestandteil dieses Konzepts): Plakataktion, Benefizveranstaltung in Basel mit Charity-Konzert und themenspezifischem Infoständen sowie Folge-Videoclip THINK. <i>Die Ressourcen dieses Projekt liegen in</i> • Der Bündelung von fachlichen und professionellen Kompetenzen von Unternehmen und Personen aus Basel und dem gemeinsamen Gang aller Projektmitwirkenden (fachliche Qualifikationen und Funktionen innerhalb der Kampagne werden auf den Seiten 14 bis 18 beschrieben) • den Synergien aller Projektmitwirkenden, die in der Kampagne zum Tragen kommen, sich ergänzen und eine weiterführende, nachhaltige Zusammenarbeit (z.B. Benefizveranstaltungen u.a.) ermöglichen können. • Der selbstsicheren und aktiven Mitwirkung (CD mit sechs Songs, Schauspielerei, Statisterei) und Partizipation (El Barrio mit ihren Aufgabenbereichen) in dieser Kampagne von von jeglicher Form von Gewalt betroffener aber auch nicht betroffener Jugendlicher und jungen Erwachsenen (gemäss Art. 12 UN-KRK). <i>Die Projektleitung ist überzeugt, mit den geplanten und auf die Zielgruppen zugeschnittenen</i> • Produktionen (Videoclip, CD inkl. Info-Booklet und Website) • Aktionen (Medienmitteilung, Kick off) sowie den oben erwähnten Ressourcen einen wichtigen Beitrag zur Information von Jugendlichen und Erwachsenen bzw. der breiten Öffentlichkeit betreffend den verschiedenen Formen von Gewalt, deren Folgen und bestehenden Hilfsangeboten zu leisten.
Intendierte Wirkungen	
Vision (längerfristige)	Audiovisuell, visuell, auditiv und virtuell transportierte Hinweise, niederschwellige Informationen

Perspektive)	und Angaben zu sexueller, physischer und psychischer Gewalt, zu den Rechten von Kindern gemäss UNO Kinderrechtskonvention (KRK) und zu Hilfsangeboten für betroffene Kinder und Jugendliche sowie die ideelle Kooperation mit anderen Institutionen (siehe Projektstrukturplan) führen dazu, dass • mehr Menschen die von der Schweiz im Jahr 1997 ratifizierte KRK mit deren darin verankerten Rechte von Kindern und Jugendlichen kennen und respektieren, • Jugendliche vermehrt ihr Schweigen brechen und sich Hilfe bei Fachstellen holen, • das Umfeld von von jeglicher Form von Gewalt betroffenen Kindern und Jugendlichen diesen bei entsprechenden Aussagen und Erzählungen Glauben schenkt. • die Generationen überschreitende Formen der Gewalt an Kindern abnehmen. • Menschen sich dazu motiviert fühlen, hinzuschauen, sich verstärkt für Betroffene zu engagieren und ressourcenorientierte Kontakte zu Lösungen schaffen sowie eine gewaltfreie Erziehung unterstützen. • für betroffene Kinder und Jugendliche wie auch deren mitbetroffenes Umfeld eine höhere Chance resultiert, traumatische Erfahrungen früh zu verarbeiten und die Verantwortlichen zur Rechenschaft zu ziehen. • Die soziale Kosten gesenkt werden können, die der Gesellschaft auf Grund von defizitären, nicht behandelten Folgen, die aus sexueller, physischer und psychischer Gewalt an Kindern und Jugendlichen sowie einer erhöhten Gewaltbereitschaft entstehen. Der Reinerlös aus dem Verkauf von CD's im Detailhandel (CHF 9.90/Verkaufte CD) sowie aus Videoclip Downloads (CHF 0.50/Download) auf www.myspace.com soll wie folgt verteilt werden: • 10% für El Barrio GmbH • 10% für an zum Thema Gewalt gegen Kinder engagierte Institutionen • 30% für Benefizveranstaltung: Finanzierung • 50% für die Rückstellung für die Produktion 2. Teil CD THINK
Ziele (intendierte Wirkungen bis Projektende)	• Ende Dezember 2007 sind mit den gesprochenen finanziellen und materiellen Mitteln die Entwicklung sowie die Produktion des Videoclips, der CD inklusive Info-Booklet und der Website erfolgreich und im Zeitplan abgeschlossen und die Kampagne wird mit einem Kick off und einer Medienmitteilung und wenn möglich bereits mit dem Ausstrahlen im Fernsehen, veröffentlichen auf www.myspace.com und CD Verkauf im Detailhandel) gestartet. • Jugendliche und junge Erwachsene wurden während der Produktionsphase miteinbezogen und von Fachpersonen aus den Bereichen Prävention, Musik, Film, Schauspielerei in ihrem eigenverantwortlichen Arbeiten mit Tipps unterstützt und mit Coaching begleitet. • Ein Projektbericht informiert über den Einsatz der gesprochenen finanziellen Mittel, den Einfluss der ideellen Unterstützung auf das Projekt sowie den allgemeinen Projektverlauf, das Erreichte und Erfahrungen.
Produkte und Aktionen	
	Produkt Videoclip Setting Fernsehen, www.myspace.com, evt. Kino Zielgruppe Jugendliche und Erwachsene Ziel Jugendliche und Erwachsene werden über innerfamiliäre, physische, psychische und sexuelle Gewalt informiert. Jugendliche und Erwachsene werden vom Thema berührt, sehen den Hinweis auf die Website und erfahren mehr zum Thema, über Adressen zu Hilfsangeboten und holen sich bei Bedarf Hilfe und verändern damit ihre Situation. Nutzen Von sexuellem Missbrauch oder Gewalt in der Familie betroffene Jugendliche aber auch Erwachsene erkennen sich über die Videoclip-Szenen wieder, identifizieren sich mit dem von den Filmfiguren Erlebten. Mit dem Einblenden von „STOPPS“ im Videoclip und der Website-Adresse www.ourchildren-info.net sowie Hinweisen im CD Info-Booklet werden die Aufmerksamkeit der Konsumenten und Konsumentinnen geweckt und Hinweise auf mehr Informationen im Internet gegeben. Wirkung Menschen werden dazu ermutigt, sich Hilfe zu holen, erleben Respekt, Aufmerksamkeit, erfahren Hilfe und Wertschätzung, was sie später wiederum der Natur, Gesellschaft bzw. dem einzelnen Lebewesen entgegenbringen bzw. weitergeben – ganz nach dem Projektmotto: The Children of Today are our Leaders of Tomorrow. Umsetzung Der Videoclip wird mit Laien produziert und ab dem Kick off Ende 2007 auf Fernsehsendern ausgestrahlt und auf www.myspace.com zum Downloaden (CHF 0.50/Download) aufs Netz gestellt. Die Erlös wird nach dem unter Punkt Vision beschriebenen Schlüssel verteilt. Produkt CD mit Videoclip und sechs Songs von jungen Basler Bands inkl. Info-Booklet Setting Verkauf auf der Strasse direkt an Jugendliche und im Detailhandel, Preis CHF 9.90

Zielgruppe Jugendliche und Erwachsene**Ziel**

Jugendliche und Erwachsene werden über innerfamiliäre, physische, psychische und sexuelle Gewalt informiert und sensibilisiert und werden vom Thema berührt, sehen den Hinweis auf die Website mit weiteren Informationen und Adressen zu Hilfsangeboten, holen sich Hilfe und verändern damit ihre Situation.

Nutzen

Von sexuellem Missbrauch oder Gewalt in der Familie betroffene Jugendliche aber auch Erwachsene erkennen sich über die Songs der jungen Musiker und Musikerinnen sowie über die Bilder im Videoclip wieder. Mit dem Einblenden von „STOPPS“ im Videoclip und der Website-Adresse sowie Hinweisen im Info-Booklet werden die Aufmerksamkeit der Konsumenten und Konsumentinnen geweckt und auf mehr Informationen unter www.ourchildren-info.net gegeben.

Wirkung

Junge Menschen werden dazu bewegt, sich Hilfe zu holen, erleben Respekt, Aufmerksamkeit, erfahren Hilfe und Wertschätzung, was sie später wiederum als Erwachsene der Gesellschaft bzw. dem einzelnen Individuum entgegenbringen bzw. weitergeben– nach dem Projektmotto: The Children of Today are our Leaders of Tomorrow.

Umsetzung

Der Videoclip, die sechs Songs von jungen Basler Bands sowie das Info-Booklet werden produziert und ab dem Kick off im Dezember 2007 auf der Strasse und im Handel verkauft. Der Erlös aus dem CD-Verkauf gemäss unter dem Punkt Visionen beschriebenen Schlüssel verteilt.

Das Besondere Junge Basler Bands äussern sich zum Thema und werden kostenlos von RJM Records Basel editiert und produziert.

Vorgang. Die Bands geben ihre Songs als Datei ab. Diese Dateien werden auf der CD integriert. Gelangen die CD's in den Verkauf, haben jugendliche Konsumenten ihre Bands mit einem Song oder mehreren Songs zum Hören und die Bands gelangen zu mehr Bekanntheit.

Produkt Website www.ourchildren-info.net

Setting Internet

Zielgruppe Jugendliche und Erwachsene

Ziel

Die Website ist eine Informationsplattform für betroffene Jugendliche, mitbetroffene Eltern und Angehörige. Einfach formulierte Informationen zu Formen der Gewalt, Hilfsangeboten und Bewältigungsstrategien können abgerufen werden. Öffentliche Beratungsstellen und Unterstützungsstellen werden der breiten Öffentlichkeit bekannter gemacht.

Nutzen

Jugendliche, mitbetroffene Eltern und Angehörige informieren sich anonym und finden Kontaktadressen sowie weiterführende Links zu Hilfsangeboten.

Wirkung

Erweiterung und Förderung der Handlungsfähigkeit von Kindern bzw. Jugendlichen und des mitbetroffenen Umfeldes, niederschwellige Hilfestellung mit einfachen Informationen und Adressen. Von sexueller, psychischer und physischer Gewalt betroffene Jugendliche oder ihre mitbetroffenen Angehörigen holen sich Hilfe. So kann der Kompensation traumatischer Erlebnisse in Form von Missbrauch von Schwächeren, von Gewalt oder Missbrauch von Substanzen, innerem Rückzug bis hin zu Depressionen zuvor gekommen werden.

Umsetzung

www.ourchildren-info.net anmelden, Seitentexte formulieren, auf deutsch, französisch, italienisch, englisch und spanisch übersetzen und aufschalten. Inhalt der Website:

1. Videoclip (nur englischer Songtext)
2. Die 10 wichtigsten Punkten der Kinderrechtskonvention für Jugendliche
3. Die vollumfänglichen Grundsätze der Uno-Kinderrechtskonvention in 58 Sprachen mit einem Link auf die Website der Unicef.
4. Informationen über sexuellen Missbrauch und mögliche Folgen für ihre Entwicklung
5. Informationen über Gewalt an Kindern und mögliche Folgen für ihre Entwicklung
6. Angaben zu Hilfsangeboten
7. Links (z.B. Kinderrechte Schweiz, Pro Juventute, Kinderschutz Schweiz, Limita ZH u.a.m.)
8. NEWS

Aktionen Medienmitteilung, Kick off für WAKE UP Ende Oktober 2007 mit Statement

Zielgruppen Breite Öffentlichkeit

Setting Medien, Medienveranstaltung

Geplante Folgeprojekte (nicht Bestandteil des vorliegenden Konzepts)

Plakataktion Möglichst viele Jugendliche und Erwachsene werden mit einer Plakataktion unter Angabe von Datum, Ort, Musiker, Thema, Websiteadresse, Sponsoren, Veranstalter auf die Benefizveranstaltung und auf die dahinter stehenden Themen aufmerksam gemacht.

	Benefizveranstaltung im September 2008 Das Konzept und die Finanzierung hierfür sind nicht Bestandteil des vorliegenden Konzepts • Bands und MusikerInnen treten ohne Gageauszahlung und mit Engagement für die Informationskampagne auf. So werden Musikfreunde angelockt, die dadurch wiederum näher über die Kampagnethematik informiert werden. • Prominente Personen aus Film und Sport, die mit ihrer Präsenz der Kampagnethematik Gewicht geben und auch Fan's an die Veranstaltung „locken“. • Informationsstände von Institutionen wie Pallas, Limita ZH, Kinderschutz Schweiz, Kinderrechte Schweiz, Unicef u.v.a., damit ihre Angebote, Projekte und Programme noch bekannter werden Fortsetzung von WAKE UP mit dem Videoclip THINK mit Einblendung von Websiteadresse Das Konzept und die Finanzierung hierfür sind nicht Bestandteil des vorliegenden Konzepts. Inhalt Videoclip THINK: Charly (Schläger) kommt nach 15 Jahren aus dem Gefängnis. Er hat einen U-Turn vollzogen und lässt sich zum Sozialarbeiter ausbilden. Kim (Freundin von Andrew, verstorbener Junkie), verheiratet, Alkoholprobleme, Mutter von zwei Kindern. Ehemann missbraucht eines der Kinder. Meldung an Vormundschaftsbehörde. Charly wird mit dem Fall beauftragt.
Wunsch-Institutionen, die die Informationskampagne ideell unterstützen	Dr. Franz Ziegler, Schweiz. Kinderschutzbund, Leiter Fachbereich Kindesmisshandlung und – vernachlässigung; Unicef Schweiz, Alexandra Rosetti; Kinderlobby Schweiz, Felix Wettstein; Schweiz. Stiftung Pro Juventute; Kinderrechte Schweiz; Schweiz. Gesellschaft für Pädiatrie; PALLAS; Opferhilfestellen für Kinder; Triangel www.triangel-basel.ch; Limita Zürich, Fachstelle zur Prävention sexueller Ausbeutung von Mädchen und Jungen; MARCHE BLANCHE Christine Bussat Präsidentin; Kindernachrichtenagentur Kinag Die ideelle Unterstützung durch die erwähnten Institutionen und Personen wird noch abgeklärt.
Vorgehensweise	
Strategien (Ansätze, Methoden)	• Das Projektmanagement orientiert sich an den Strategien bzw. Tools, welche von der Gesundheitsförderung Schweiz (siehe www.quint-essenz.ch) empfohlen werden und sich in der Projektleitung des „Überregionalen Präventionsprogramm Helden, Sündenböcke & Co©“ bewährt haben. Die Projektplanungs-, Steuerungs-, Evaluations- und Projektabschlussstrategien der Gesundheitsförderung Schweiz gelten als gründliche sowie als wirkungs- und erfolgsorientierte Strategien. • Die Zusammenarbeit und die Unterstützung von jungen Erwachsenen wie Haito Zimmermann und Alex Bollag, Gründer und Inhaber der El Barrio GmbH oder auch engagierten Jugendlichen, die nicht immer nur auf der Sonnenseite des Lebens standen oder stehen aber aktiv Veränderungen in ihrem Leben bewirken wollen, wird von RJM Records Basel und AHA! Sylvia C. Trächslin und stv. Geschäftsleiter von AHA! Heinz Augsburgsberger seit Jahren engagiert gepflegt. • Das Coaching von El Barrio GmbH, die wiederum jugendliche Praktikanten und Praktikantinnen projektbezogen begleitet ist systemisch-, ziel- und lösungsorientiert ausgerichtet.
Zeitlicher Rahmen	November 2006 bis Ende Dezember 2007 Je nach Zeitpunkt der Finanzierungszusagen bzw. Auszahlungen von Geldern verschieben sich die Termine bis ins 2008.
Kostenschätzung	Budgetierte Projektgesamtkosten: CHF 275'209.50 Investition mit ‚Eigenleistung‘. CHF 141'835.00 Zusätzlich benötigte finanzielle Mittel: CHF 133'374.50

Projektplanung, Evaluation

Nr.	Dauer in Monaten	Meilensteine Termine				
1.	3 Monate	Januar 2007 bis Ende April 2007 (Konzept- und Planungsphase)				
2.	2 Monate	November 2006 bis Ende Dezember 2007 (Produktionsphase inkl. Feinkonzeption und Produktion/Entwicklung Videoclip; CD mit Info-Booklet, Songs und Videoclip; Website)				
3.	4 Monate	September 2007 bis Ende Dezember 2007 (PR- und Lancierungsphase)				
4.	1 Monat	Dezember 2007 (Projektabschlussbericht und Schlussrechnung)				
	Projektziele	Verantwortlich	Indikatoren	Sollwerte und Termine	Evaluation S=Selbstevaluation	Strategien
Nr. 1	Planungsphase					
1.1	Konzeptentwicklung	S. Trächslin	Vision, Projektkonzept inkl. Budget, Timetable bereit	Gesamtkonzept bildet Basis für Finanzbeschaffung, Feinplanung	S	Vision definieren, Idee, besprechen, Projektteam bilden Projekt skizzieren, Budget erstellen, Terminierung vornehmen
1.2	Finanzbeschaffung	S. Trächslin	Anträge sind geschrieben	Benötigte Gelder zugesichert	S	Mögliche Investoren kontaktieren, Treffen mit möglichen Investoren, Finanzierungsanträge formulieren
1.3	Feinplanung	S. Trächslin	Zeitplan stimmt, Projektsteuerung ist klar, initiiert.	Weiteres Vorgehen orientiert sich an einer klaren Projektstruktur	S	Zwischenziele definieren, evt. weitere Verantwortliche bestimmen, Strategien definieren, Planung konkreter Schritte
Nr. 2	Produktionsphase					
2.1.	Videoclip					
2.1.1	Song für Videoclip	R. Trächslin	Song ist getextet, komponiert, recorded, editiert	Song fertig gestellt (Ende Juli 2007)	S Controlling	Melodie komponieren, Text schreiben, Aufnahmen, mischen SUISA Anmeldung
2.1.2.	Videoclip	El Barrio GmbH Arbel GmbH R. Trächslin	Script, Storyboard vorhanden, Filmarbeiten abgeschlossen, geschnitten	Videoclip fertig gestellt (Ende November 2007)	S Controlling	Schreiben von Script und Storyboard, Rekrutieren von SchauspielernInnen, StatistInnen; Proben; Organisieren von Requisiten, Kostüme, Maske, Drehorte, filmen, schneiden, editieren
2.1.3.	CD	El Barrio GmbH Junge Musiker Musikerinnen R. Trächslin	Songs von den jungen Musikern als Datei fertig gestellt werden in die CD integriert, CD Master erstellt	Songs fertig Videoclip fertig CD fertig gestellt (Ende November 2007)	S Controlling	Rekrutieren von jungen Musikern bzw. deren Songs; SUISA für Verkauf der CD's; editieren, CD Audit; Presswerk
2.1.4.	Info-Booklet	S. Trächslin El Barrio GmbH	Text geschrieben Booklet gestaltet	Info-Booklet in der CD-Box enthalten (Ende November 2007)	S Controlling	Schreiben von Text, Gestaltung von Text und Bildern Druck durch Presswerk
2.2.	Website					
2.2.1.	Website Name	R. Trächslin S. Trächslin	Name definiert Adresse reserviert	Website hat einen Namen und dieser ist reserviert (Januar 2007)	S Controlling	Recherchen betreffend Namen, Adresse über AHA! Sylvia C. Trächslin anmelden
2.2.2.	Web Design	El Barrio GmbH Webways AG	Brand Web Design	Brand erstellt (Januar 2007) Website Design gestaltet (Ende November 2007)	S Controlling	Vorschläge für Brand erarbeiten und der Gesamtprojektleitung vorlegen, Gesamtprojektleitung bestimmt den Brand Vorschläge für Web Design unterbreiten, Projektleitung wählt passenden Auftritt, Design wird fertig ausgearbeitet
2.2.3.	Website Inhalt	S. Trächslin	Texte geschrieben	Texte sind in der Site eingebaut (Ende November 2007)	S Controlling	Recherchieren und Kontakte aufnehmen, Website Inhalte texten und Web Designer zum Gestalten zukommen lassen
Nr. 3	Öffentlichkeitsarbeit					
3.1.	PR	S. Trächslin M. Huschke	Medienmitteilung geschrieben Medienmitteilung lektorieren	Projekt mit seinen Produkten ist bekannt (Ende Dezember 2007)	S Controlling	Werbekonzept erarbeiten, Inhalt gestalten, Versandkonzept und Adressdatei erstellen, Versand
3.2.	Kick off - Lancierung	S. Trächslin	Einladungen für Kick off sind verschickt	Kick off in Basel mit integrierter Medienkonferenz findet statt (Ende Dezember 2007)	S Statistik Anzahl TN, Controlling	Inhalt, Zeitpunkt, Dauer, Ort Medienkonferenz festlegen, Referenten bestimmen, einladen, Medienleute einladen, Pressemappe erstellen, Kick Off, Medienkonferenz organisieren durchführen.
3.3.	Öffentlichkeitsarbeit	S. Trächslin R. Trächslin	Fachartikel schreiben, Auftritte in Radio und TV	Radio- & Fernsehauftritte (Ab November 2007) Fachartikel veröffentlicht (Ab Ende Dezember 2007)	S: Statistik Anzahl Auftritte Controlling	Kontakte zu Schlüsselpersonen im Medienbereich, Fachartikel schreiben, veröffentlichen, Auftritte in Radio und Fernsehen ermöglichen
Nr. 4	Evaluation					
	Projektbericht	S. Trächslin	Projektbericht wird veröffentlicht	Projektbericht Geldgeber zugestellt und veröffentlicht (Dezember 2007)	S Controlling	Projektverlauf wird festgehalten, Controlling werden vorgenommen und ein Bericht inklusive Schlussrechnung erstellt.

Projektbudget						
	Eigenleistung	Eigenleistung	Eigeneleistung	Aufwand	Aufwand	Aufwand
	Stunden	CHF/Stunde	Soll in CHF	Stunden	CHF/Stunde	Soll in CHF
Planungs- und Konzeptionsphase						
Sitzungen, Konzept Musik & Videoclip, Kunst, RJM Records	200	100.00	20'000.00			
Projekt- & Homepagekonzept, Projektfleinplanung, AHA! S. Trächslin	90	100.00	9'000.00			
Budget erarbeiten, zusammenstellen, AHA! S. Trächslin	20	100.00	2'000.00			
Finanzierungsgesuche formulieren, Sitzungen, AHA! S. Trächslin	20	100.00	2'000.00			
Reisespesen an Sitzungen, RJM Records & AHA! S. Trächslin	2	500.00	1'000.00			
Coaching für RJM Records & AHA! S. Trächslin	5	200.00	1'000.00			
Produktionsphase						
Videoclip zur Ausstrahlung am Fernsehen						
Film-Geschichte, RJM Records	25	100.00	2'500.00			
Song: Komponieren, texten, aufnehmen, produzieren, editieren, schneiden, mischen und mastern, RJM Records	250	100.00	25'000.00	350	100.00	35'000.00
Miete Tonstudio für Songproduktion, RJM Records	60 Tage	300.00	18'000.00			
Miete PC bei El Barrio				Monat	500.00	500.00
Miete Tonstudio für Gesang, RJM Records, 2 Tage				Tag	1'000.00	2'000.00
Hilfe & Beratung f. El Barrio Mitarbeiter, Haito Zimmermann				23	57.00	1'311.00
Hilfe & Beratung f. El Barrio Mitarbeiter, Alex Bollag				57	21.00	1'197.00
Drehbuch: El Barrio GmbH				24.5	75.00	1'837.50
Storyboard: Arbel				Tag	900.00	1'800.00
Regie: Arbel				Tag	700.00	2'800.00
Koordination und Planung, Arbel				Tag	600.00	1'200.00
Dreharbeiten Kamery Sony IMX, Arbel				Tag	2'400.00	9'600.00
Drehtage Aufnahmeleitung: Arbel				Tag	700.00	2'800.00
Drehtage Techniker: Arbel				Tag	650.00	2'600.00
Drehtage Steadicam-Miete: Arbel				Tag	900.00	1'800.00
Maske: Arbel				Tag	800.00	3'200.00
Miete Lichtausrüstung, Arbel				Tag	800.00	3'200.00
Miete Kamerakran und Dolly, Arbel				Tag	150.00	600.00
Schnittarbeiten Media 100HD, Arbel				Tag	1'200.00	6'000.00
Compositing und Effekte: Arbel				Tag	1'200.00	1'200.00
Material und Spesen inkl. Master u. Backup: Arbel				Tag	1'500.00	1'500.00
Requisiten, Kostüme						1'000.00
Verpflegung während der Drehtage						1'000.00
Schauspieler-, Statisten- und Schulklassengagen						10'100.00
Tontechnik Videoclip: Haito, El Barrio GmbH				11	75.00	825.00
Schnitt, Edition, CD-Master, RJM Records, 3 Tage	30	100.00	3'000.00			
Strichcode gestellt durch RJM Records			35.00			
SUISA Bewilligung: RJM Records			300.00			
	Eigenleistung	Eigenleistung	Eigeneleistung	Aufwand	Aufwand	Aufwand
	Stunden	CHF/Stunde	Soll in CHF	Stunden	CHF/Stunde	Soll in CHF
CD mit Info-Booklet						

Brennwerk inkl. Hülle: 3'000 St. Inkl. Info-Booklet, ausgerüstet						5'000.00
Gestaltung Brand: El Barrio GmbH				29	85.00	2'465.00
Texten Booklet, AHA! S. Trächslin	50	100.00	5'000.00	20	100.00	2'000.00
Gestaltung Info-Booklet, El Barrio GmbH				12	85.00	1'020.00
Website (Entwicklung, Aufschaltung)						
Registrierung Name www.ourchildren-info.net/Jahr ab 25.1.07				Jahr		39.00
Server: www.webways.ch				Jahr		500.00
Websitegestaltung mit sytesystem, www.webways.ch				pauschal		6'000.00
Texte Website inkl. Fachliche Abklärungen, AHA! S. Trächslin	40	100.00	4'000.00	40	100.00	4'000.00
Website Übersetzungen, Hosting, AHA! S. Trächslin	60	100.00	6'000.00			
Soziales Engagement: Coaching von El Barrio GmbH						
RJM Records, Musikproduktion und Tontechnik	75	100.00	7'500.00			
AHA! S. Trächslin, Konzept, Projektmanagement, Finanzen	20	150.00	3'000.00			
AHA! S. Trächslin: Abklärungen mit Webdesigner, diverse Sitzungen	20	150.00	3'000.00			
Administration						
Finanzen, Verträge, Schlussrechnung, AHA! S. Trächslin	40	100.00	4'000.00	20	100.00	2'000.00
Aufwand Administration alle Phasen						
Büro-Mieten & Infrastruktur: AHA! S. Trächslin	pauschal		1'000.00			
Büromaterial (Toner, Papier)				pauschal		300.00
Telefongebühren für Inland, AHA! S. Trächslin						150.00
Telefongebühren für In- und Ausland, RJM Records						1'000.00
Postcheckkonto-Spesen				pauschal		30.00
Kick off, PR- und Lancierungsphase, Öffentlichkeitsarbeit						
Kontakt zu ideellen Unterstützer, prominenten Personen, RJM Records	150	100.00	15'000.00	pauschal		3'000.00
Hinweise in Zeitungen, Zeitschriften						2'000.00
Porti				pauschal		500.00
Medienmitteilung verfassen, AHA! S. Trächslin	10	100.00	1'000.00	5	100.00	500.00
Lektorat Medienmitteilung, Kommunikationsberatung, M. Huschke				2	150.00	300.00
Kick off Organisation, AHA! S. Trächslin	20	100.00	2'000.00	30	100.00	3'000.00
Kick-Off: Miete Atlantis Basel Tontechnik El Barrio, Catering				pauschal		3'000.00
Evaluation (Veröffentlichung auf www.ourchildren-info.net)						
Evaluation Projektverlauf und Echo, AHA! S. Trächslin	30	100.00	3'000.00	10	100.00	1'000.00
Projektbericht zu Handen der Geldgeber AHA! S. Trächslin	25	100.00	2'500.00	25	100.00	2'500.00
			Total Investition			
			Eigenleistung	141'835.00	Total benötigte	finanzielle Mittel
					133'374.50	
Projektgesamtkosten CHF 275'209.50						

Projektleitung/Projektmitwirkende Inhalte der Funktionen - Fachliche Qualifikationen

Rolf Trächslin: RJM Records Basel

Inhalte der Funktion

Initiant und Gesamtprojektleitung, Fachliche und künstlerische Leitung, Künstlerische Konzeption
Komplette Songproduktion (Komposition, Arrangement, Produktion, Einspielen, Editieren, Schneiden, Mischen, Mastering), Videoclipproduktion, Zusammenarbeit mit Bettina Dieterle und El Barrio GmbH, Vernetzung mit Schlüsselpersonen, Einberufung von Meetings, Coaching für El Barrio GmbH im Bereich Tontechnik, Videoclipproduktionen allgemein

Fachliche Qualifikationen

Projekte

- **2004-2007** Komposition, Aufnahmen, Editieren, Schneiden, Mischen, Mastering und Produktion der CD „Chasing the Dragon“ von der Band WILD AT HEART. Der Sänger Daniel Flury ist heroinabhängig, macht aber als Gegenleistung (meine Gage) seit 2 Jahren in einem Programm mit.
- **2003-200...** Unterstützung junger Musiker mit Gratisaufnahmen, Produktionen und Miteinbeziehung in Projekte
HELDEN, SÜNDENBÖCKE & CO©
WAKE UP
THINK
- **2006** Komposition, Produktion der Musik und Tontechnik für das Überregionale Präventionsprogramm HELDEN, SÜNDENBÖCKE & CO©

Berufliche Stationen (Musik)

- **2005-2006** Ausbildung zum Tontechniker in der SAE, Zürich
- **2001** Konzerttournee in Portugal, Spanien, Frankreich und Italien
- **1999-2000** Komposition, Produktion der CD „Fake World“ von PURE'N'UNTAMED und anschliessende Tournee.
- **1983-1993** Tätig als Berufsmusiker in England und den USA mit
THE MAVERIX
THE CULT
FLESH FOR LULU
TWENTY FLIGHT ROCKERS
und diversen bekannter Musiker.
- **1980-1982** Als Sänger und Gitarrist unterwegs mit
CAT'S COMBO (1 Single)
CRAZY CATS
U-RATS (1 Single)
FIL ROUGE (1 Maxi-Single).
- **1972-1979** Diverse Konzerte (Atlantis Basel, Stadt-Casino Basel, Jassfestival Montreux, Bierhübeli Bern, Volkshaus Zürich etc.) mit Oscar und David Klein.

Berufliche Stationen (Andere)

- **2002-2004** Als Mitarbeiter in der Tankanlagen Auhafen AG.
- **1994-1998** Als Magaziner/Lagerist in der Kiosk AG.
- **1978-1980** Ausbildung zum Maurer (abgebrochen wegen Krankheit).

Soziale Stationen

- Ferien mit Heimkindern in Südengland
- Geldspenden aus Tournee in Spanien an Kinderheim in Spanien
- Konzerte in Kinderspitälern in England

AHA! Sylvia C. Trächslin, Präventionsprojekte & Quantencoaching®

Inhalte der Funktion

Projekträgerchaft, Fachliche und organisatorische Projektleitung, Projektkonzeption, Gesuche, Controlling, Vernetzung mit Wunschinstitutionen, Website (Aufschaltung, Texte, Gestaltung, Administration, Pflege), Informationsmaterial, Kick off, Evaluation, Projektbericht, Coaching für El Barrio GmbH im Bereich Teamentwicklung

Fachliche Qualifikationen

Erfolgreich durchgeführte Präventionsprojekte

Zielgruppen: Jugendliche, Schüler, Eltern, Lehrkräfte, Schulen, Unternehmensmanagement, Coaches, Berater

- **2007** WAKE UP The Children of Today are our Leaders of Tomorrow
- **2006** Fachtagung Jugend und Gewalt: Workshop Helden, Sündenböcke & Co® für Personen aus den Bereichen Polizei, Sozialarbeit, Schulen
- **2005** Fachtagung Jugend und Alkohol: Workshop Co-Abhängigkeit für Personen aus den Bereichen Polizei, Sozialarbeit, Schulen
- **2004-2006** Überregionales Präventionsprogramm Helden, Sündenböcke & Co© mit Lehrmittel inkl. DVD, Lehrerweiterbildung, Forumtheater, CREAMOBILE Konzept (coachingbasierte, themenspezifische Jugendtreffs)
- **2004-2005** Gymnasium Laufen: Entwicklung präventives Früherfassungs- und Frühinterventionskonzept
- **2005** Kurse und Weiterbildungen zu Handlungsspielräume bei Rollenfixierungen, Systemstörungen, Grenzüberschreitungen, Co-Abhängigkeit, „Helden, Sündenböcke & Co®“
- **MENTORING** BL/BS und LehrerInnenfortbildung (ULEF) BS/BL
- **Seit 2004** Vortrag/Workshop, „Helden, Sündenböcke & Co®“, Schule und Eltern, 4410 Liestal/BL
- **Seit 2005** Workshop „Coaching & Co-Abhängigkeit“, International Coach Federation, Chapter Basel
- **Seit 2003** Gesundheitsförderungs-Kurs „Tag für Tag geht es mir besser & besser ...“, AHA!
- **2004** Weiterbildung „Lösungen & Wege aus der Co-Abhängigkeit“ für die Gesundheitsförderung Basel-Land
- **2002-2006** SchülerInnen-Workshop „Co-Abhängigkeit & was nun?“ für "wie weiter?" Birsfelden/BL
- **2002** Seminar „Lösungsorientierte Gesprächsführung mit Mitarbeitenden“ für UBS AG, Management IT USC Basel
- **2001** Wahrnehmungstraining „Drogen, Sucht & Co-Abhängigkeit im Betrieb“ für UBS AG, Management IT USC Basel und Fribourg
- **1999** Beraterinnen-Workshop zu „Co-Abhängigkeit im Betrieb“ für Stiftung Frauenhaus beider Basel
- **1992-1994** Erarbeitung von entwicklungsfördernden Spielzonen in einer Genossenschaft, Riehen/BS
- **1989-1990** Beratung und Workshops zu Sexualität, Ernährung, Musik und Theater mit Kindern in E-Helguera

Sylvia C. Trächslin schrieb und produzierte das Lehrmittel Helden, Sündenböcke & Co. sowie verschiedene Beiträge zu Co-Abhängigkeit, Rollenfixierungen, systemische Zusammenhänge und Rollen sowie Suchtprozesse

Aus- und Weiterbildungen seit 1994

Professionelles Coaching und ziel-, lösungs- und systemorientierte Kurzzeitberatung nach St. Shazer; Brügge-Modell: lösungsorientierte Beratung bei Sucht und Co-Abhängigkeit; NLP(Neurolinguistische Prozessarbeit) für Kinder und Erwachsene; EFT-Energiepsychologie; Stellen sowie Imaginieren von Systemen und Strukturen; Professionelles Anwenden des Enneagramms; Prozess der gewaltfreien Kommunikation nach M. Rosenberg; Prozessbegleitungen bei schwerer Krankheit, Krise, Verlust, Trauer und Sterben; Fussreflex- und Psychozonenmassage; Ritualarbeit

Berufliche Stationen

- **1999- 20..** Coaching, Quantencoaching®, Zeremonien und Präventionsprojekte
- **1999** Gründung und Aufbau von AHA! Sylvia C. Trächslin, Präventionsprojekte & Quantencoaching®
- **1994-1999** Beratung von von Gewalt betroffenen Frauen, Stiftung Frauenhaus beider Basel
- **1994-2002**
 - Verwaltungsleitung, Betriebsführung, Fachfrau und DAO-Delegierte Finanzen und Personal für
 - Stiftung Frauenhaus beider Basel
 - Stationäre Suchttherapeutische Gemeinschaft Gatterweg, Riehen
 - PSAG Besuchsdienst Basel-Stadt
 - COMPAGNA Sektion Basel-Stadt (ehemals Freundinnen junger Mädchen)
- **1992-1994** Betagtenhelferin, Hauspflege-Verein, Riehen
- **1991** Freiberufliche Tätigkeit mit Fussreflex- und Psychozonenmassage, Basel
- **1986-1990** Administration in Sanitärbetrieb, Bio-Gemüseanbau und Kinder- und Jugendarbeit in E- Helguera
- **1983-1986** Administration, Finanzen, Personal, Verkauf im Schweizer. Museum für Papier, Schrift & Druck, Basel
- **1982** Landwirtschafts- u. Sprachaufenthalt, E-Barcelona & E-Helguera-Molledo/Portolin
- **1981** Abschluss als eidg. Dipl. Kauffrau und Notariatsassistentin, Anwaltskanzlei Dres. Boerlin & Cons, Basel

El Barrio GmbH die Gesellschaftliche Kulturplattform

Leitbild von El Barrio GmbH

El Barrio GmbH setzt sich als Jungunternehmen auf sozialen Ebenen dafür ein, Jugendlichen in ihrem Alter oder jünger weg von ihrem destruktiven Handeln (Gewalt, übermässiger Alkohol und Drogenkonsum) hin zu neuen Lebensperspektiven zu begleiten und ihnen während einem dreimonatigem Praktikum verschiedene Arbeitsgebiete näher zu bringen und ist kommerziell im vorliegenden Projekt für folgende Bereiche verantwortlich.

Funktionen allgemein

Filmdrehbuch, Casting jugendlicher StatistInnen, Brand & Animation, Gestaltung CD-Booklet, Coaching von jugendlichen El Barrio PraktikantInnen

Haito Zimmermann

Inhalte Funktion Tontechniker

Projekte

- **2002-2004** Filmen, Schneiden, Animationen, Bildbearbeitung, Casting, Line-Coaching, Tontechnik und Sponsorensucher der all zweite Woche ausgestrahlten, ersten Sitcom der Schweiz BASELS GROOVY WORLD auf Telebasel.
- **2006-2007** Als Tontechniker tätig bei der Aufnahme und Bearbeitung der Band WILD AT HEART bei Ihrer CD-Produktion.
- **2006** Mitwirkung an der DVD Produktion für das Lehrmittel HELDEN, SÜNDENBÖCKE & CO für die Unter- und Oberstufe zum Thema „Gewalt“ (Modul des überregionalen Präventionsprogramms).
- **2006** Arbeiten an der öffentlichen Präsentation der Abschlussarbeiten der Studierenden am HYPERWERK, Basel.
- **2005-2007** Renovation eines Professionellen Musikaufnahme Studios

Berufliche Stationen

- **2002-2004** Stv. Produktionsleiter in der Soundgallery Productions, Basel
- **2004** Praktikum am GOETHEANUM Dornach in der Gärtnerei
- **2004-2005** Am GOETHEANUM Dornach in der Bühnentechnik tätig
- **2005-2006** Ausbildung als Audio Engineer an der SAE Zürich
- **2006-2007** Gründung der EL BARRIO GMBH

Alexander Carlos Bollag

Inhalte Funktion Unit Manager (Aufnahmeleiter), Catering (Verpflegung auf dem Set), Script Supervisor (Skriptgirl)

Projekte

- **2005-2007** Renovation eines Professionelle Musikaufnahme Studios
- **2006** Management des Sportkurses CAPOEIRA DEL BARRIO
- **2007** Verlagsarbeiten des ersten GENERATION PACK Musikalbums

Berufliche Stationen

- **2003-2004** Restaurations-Lehrling im Hotel Victoria
- **2006-2007** Junior-Produzent bei der Regie.TV GmbH
- **2006-2007** Gründung der EL BARRIO GMBH

Berufliche Stationen (Andere)

- **2001-2002** Logistic-Mitarbeiter in der Kiosk AG
- **2002** Handlanger in der Spaini GmbH
- **2006** Kamera-Assistent im Fussballstadion des FCB

Soziale Stationen

- Helfer bei den Aufräumarbeiten nach der Naturkatastrophe, Engelberg
- Betreuung einer älteren Dame (94 Jahre alt) seit 4 Jahren

Arbel Film- und Fernsehproduktion GmbH

Inhalte der Funktion

Storyboard, Filmregie, Koordination und Planung, Kamera Sony IMX, Aufnahmeleitung, Technik, Maske, Licht, Schnitt, Compositing und Effekte, Master erstellen

Rubriken, in denen Arbel tätig ist

- Auftragsproduktionen
- Dokumentarfilme
- Industriefilme
- PR-Videos
- Firmenportraits
- Imagefilme
- Schulungsfilme
- Produktpräsentation/-Werbung
- Film- und TV-Produktionen
- Produktion von kompletten Sendungen
- Kreation und Produktion Werbe-Spots
- Herstellung Trailer für Sendungen und Sponsoring
- Distribution
- Streaming-Video für's Internet
- DVD-Produktion
- CD-Rom
- Kopierarbeiten für alle Formate und Normen

Referenzen/Kunden

Autocenter Emil Frey

- Allreal Generalunternehmung AG
- AXA Winterthur Versicherungen
- Batigroup Strassenbau AG
- Basellandschaftliche Kantonalbank
- Basellandschaftliche Zeitung
- Bildungszentrum Wallierhof Riedholz
- BIZ Basel
- Bruno Manser Fonds
- Cocoon Vision AG
- Coop Schweiz
- Erziehungsdepartement Basel-Stadt
- Eotec Videotechnik AG
- Gaba AG (Elmex)
- Goetheanum Dornach
- Gruner & Brenneisen AG
- Heilpädagogische Schule Basel-Stadt
- Ideenfabrik
- Kantonsspital Bruderholz
- Martin Cleis Kunst & Grafik
- Novartis Pharma AG
- Schweizer Fernsehen DRS
- SEKEM Croup Cairo
- Stadtmarketing Langenthal
- Suisse Promotion AG Zug
- Superba
- Tele M1 Aarau
- Tele basel
- Ton ton
- TIC Beleuchtungen AG
- Wirtschaftskammer Baselland
- Würth AG Arlesheim

Webways AG Basel

webways verpackt die faszinierenden Möglichkeiten komplexer Applikationen in attraktive und benutzerfreundliche Designkonzepte für die erfolgreiche Integration des Internets in Ihre Businessprozesse. Seit seiner Gründung im Jahre 1998 hat sich das Basler Unternehmen auf datenbankgebundene, dynamische Internetlösungen fokussiert. Webdesigner arbeiten Hand in Hand mit Applikationsentwicklern und Programmierern und erstellen so ideal aufeinander abgestimmte Gesamtlösungen für Ihre Präsenz im Internet.

Das breit abgestützte Know-how in Technik, Design und Marketing sind klare Stärken von webways. Zusammen mit der Fähigkeit, sich vollumfänglich auf ihre individuellen Bedürfnisse auszurichten, sind sie ein Grund dafür, dass Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Grössen auf webways als Partner fürs Internet setzen. Der Einsatz modularer Content Management Systeme (CMS), auf deren Programmierung sich webways im Laufe der Jahre spezialisiert hat, garantiert ihnen dabei ein Maximum an Aktualität und ein Optimum an Wirtschaftlichkeit.

Inhalte der Funktion

Initialisierung der Website: Einrichten, Farbgestaltung, Schulung, Gestaltung Website mit Sytesystem

Referenzen/Kunden

- CURAVIVA Schweiz, Zürich
- Bürgerspital Basel, Basel
- Christoph Merian Stiftung, Basel
- Höhere Fachschule für Sozialpädagogik Luzern,
- Hildegard Hospiz
- Hauswirtschaft Schweiz
- Bethesda-Spital, Basel
- Jugendheim Erlenhof, Reinach
- Spitex Verband Schweiz, Bern
- SVS Region Nord-Ostschweiz
- Hotel Krafft, Basel
- Glanzmann Schöne Design, Lörrach
- Kino Royal, Basel
- Renner Stiftung, Basel
- Royal Hotel, Basel
- Domicil Baumgarten, Bern
- CURAVIVA-WEBWAYS-NETWORKS, Zürich
- Matisse AG, Basel
- U.v.m.

Anhang

Inhalt Videoclip

Handlung des Clips:

Die Geschichte beginnt mit zwei sehr guten Freunden im Kindesalter, die beide ein tragisches Familienverhältnis haben.

Der eine, Charly, wird zuhause von den Eltern für jede Kleinigkeit geschlagen.

Der andere, Andrew, wird von seinem Vater sexuell missbraucht.

Beide wachsen sie zusammen zu Jugendlichen heran, werden aber getrennt als Charly plötzlich in ein Kinderheim gebracht wird. Zum Abschied bekommt Andrew von Charly ein Freundschaftsband und sie umarmen sich ein letztes Mal.

Charly, der sich nur noch mit Gewalt konfrontiert sieht, wird mit der Zeit selber zum Schläger. Er kann mit seiner Vergangenheit nicht abschliessen und sucht Wege, um seine Wut zu entfesseln.

Andrew, dessen Mutter ihm nicht glaubt was sein Vater mit ihm treibt, verkommt zu einem drogenabhängigen Junkie, weil auch er nicht verarbeiten kann, was ihm angetan wurde.

Und da ist noch die Mitbetroffene, Kim, die alles sieht und spürt. Sie und Andrew werden sich später näher kommen und ein Paar sein.

Jahre später begegnen sich die beiden Freunde unter radikalen Umständen wieder.

Charly ist mit seiner Schlägergang unterwegs und trifft auf einen Haufen Junkies, die am Betteln und am herum Lungern sind. Als einer der Junkies bei ihnen um Geld bittet, eskaliert die ganze Situation. Charly schnappt sich einen der Junkies und prügelt auf ihn ein, bis dieser zu Boden geht und regungslos liegen bleibt.

Kim, die mitansehen musste was passiert ist, fällt schreiend und weinend über Andrew zusammen.

In dem Moment sieht Charly, am Arm des Junkies, das Freundschaftsband, dass er Andrew bei deren Abschied geschenkt hat. Charly erkennt nun seinen alten und besten Freund Andrew wieder, aber Andrew ist schon tot.

Am Schluss des Videoclips sehen wir eine Menschenreihe, beginnend mit Kindern über Jugendliche bis hin zum Erwachsenen, Verkommenen und Junkie.

Der Jüngste tritt vor, deutet auf die Generationen und fragt: „Ist das wirklich das, was wir wollen?“

© Copyright 2006 by Ralph Jones RJM RECORDS

RJM RECORDS Basel

Rolf Trächslin / Holbeinstrasse 89 / 4051 Basel

ralph.jones@rjm-records.com