

ASYL BRAUCHT INFORMATION

Muttersprachliche Informationsvideos für Geflüchtete

Projektname: Asyl braucht Information – Muttersprachliche Informationsvideos für Geflüchtete

URL: <http://asyl.at/de/information/infovideos/> bzw.

https://www.youtube.com/playlist?list=PLAun2a-bDmeQtNg8_2J32QfkmmiYlfsQx

Beschreibung: Die Videos bieten niederschwellige und leicht zugängliche muttersprachliche Informationen über das Leben in Österreich

Finanzierung: Raiffeisenbank, Erste Bank, Fonds Gesundes Österreich

Zielgruppe: neuankommende Flüchtlinge mit den Muttersprachen Dari, Arabisch und Somali

Organisation: asylkoordination österreich in Zusammenarbeit mit dem Startquartier Baden, dem Fonds Gesundes Österreich, der österreichischen Gesellschaft für Gesundheitskompetenz

In den letzten Monaten wurde von einem Teil der Politik und der Medien – begünstigt durch einzelne Delikte – eine Gruppe als besonders problematisch konstruiert: Junge männliche afghanische Flüchtlinge. Immer wieder sind daher junge Männer aus Afghanistan mit pauschalen Vorurteilen und persönlichen Angriffen konfrontiert. Betroffen sind auch solche, die schon längere Zeit in Österreich leben und es geschafft haben sich eine relativ gesicherte Position in der österreichischen Gesellschaft zu erarbeiten.

Diese Jugendlichen wissen sehr wohl über die Schwierigkeiten des Ankommens in einem Land, das zur neuen Heimat werden soll Bescheid, und möchten diese Erfahrungen an Neuankömmlinge weitergeben. Die asylkoordination österreich unterstützt solche Bestrebungen aus den Flüchtlingscommunitys seit Jahren.

Das Projekt Asyl braucht Information beschreitet hier neue Wege. In Zusammenarbeit mit einer Gruppe junger afghanischer Schauspieler und dem Filmproduzenten Erich C. Schlager wurden fünf Infovideos produziert.

Zielgruppe des ersten Schrittes des Projektes sind junge Menschen aus Afghanistan, da über 60 % der unbegleiteten minderjährigen Flüchtlinge (UMF) aus Afghanistan kommen. Die Videos sind in deren Muttersprache Dari, deutsche Untertitel ermöglichen es, dass Betreuer_innen sich die Videos gemeinsam mit den Jugendlichen anschauen und nachbesprechen können.

Die Infovideos behandeln fünf unterschiedliche Themen, die den neuankommenden Flüchtlingen den Start in Österreich erleichtern sollen. In den acht- bis 15-minütigen Filmclips werden die Themen „Rechte in Österreich“ (Kinderrechte, Frauenrechte, Rechte von Homosexuellen), „Zusammenleben“, „Liebe & Familie“, „Die Zeit während des Asylverfahrens nutzen“ und „Wege zu Arbeit und Bildung“ behandelt.

Die Videos wurden partizipativ mit jungen (ehemaligen) UMF aus Afghanistan entwickelt. Die Inhalte wurden anhand von Interviews und Workshops von der asylkoordination erarbeitet. Die Dialoge von den Schauspielern selbst entwickelt.

Dieses Projekt soll nicht nur Starthilfe für junge Afghanen in Österreich sein, sondern auch Gegenpol zu negativen Schlagzeilen und pauschalen Verdächtigungen.

Produziert wurde der erste Schritt mit finanzieller Unterstützung der Raiffeisenbank.

Da diese Videos derart positiv von der Zielgruppe aufgenommen wurden, suchte die Asylkoordination Österreich weitere Partner_innen um zusätzlich weitere Videos zu produzieren. In Zusammenarbeit mit dem Startquartier und der Ersten Bank wurde somit beschlossen, diese Videos auch für Arabisch- und Somali sprechende Zielgruppe zu erweitern und so weitere 12 Videos zu produzieren. Mit dem entstandenen Videomaterial soll auch weiter gearbeitet werden. In verkürzten Fassungen sollen eigene Konzepte für Schulworkshops entstehen.

In Zusammenarbeit mit dem Startquartier, dem Fonds Gesundes Österreich und der österreichischen Gesellschaft für Gesundheitskompetenz wurden 2017 weitere Videos auf Dari, Somali und Arabisch zum Gesundheitssystem in Österreich produziert. Diese Videos werden im Februar 2018 veröffentlicht.

Ergebnis ist somit eine Informationsweitergabe, die mittels soziale Medien leicht zur Zielgruppe kommt. Die Zielgruppe verfügt Großteils über Smartphones und bekommt so leicht Zugang zu den bereitgestellten Informationen. Die Videos wurden speziell auch für eine junge Zielgruppe entwickelt, welche besonders auf Videos im Internet anspricht. Die Informationsweitergabe geschieht mittels Dialogen und so auf Augenhöhe mit den Geflüchteten.

Da es sich um gesprochene Inhalte handelt, sind die Informationen auch für Analphabet_innen zugänglich.

SozialMarie - Kriterien für soziale Innovation

Innovation in der Projektidee – Neuheit

- Beschäftigt sich das Projekt mit neuen sozialen Lösungsansätzen?

Infoblätter oder andere Informationsweitergabe werden von der Zielgruppe erfahrungsgemäß wenig angenommen oder ignoriert. Hürden wie das Verstehen von geschriebenen Text sind groß. Smartphones sind ein zentrales Element für Geflüchtete und die Informationsweitergabe mittels Videos, die in den sozialen Medien frei zugänglich sind, ein neuer Weg, wichtige Informationen niederschwellig an die Zielgruppe zu bekommen.

- Beschäftigt sich das Projekt mit neuen sozialen Problemstellungen?

In den Videos wurden vorerst die aktuellen Problemstellungen bei der Zielgruppe mittels Interviews und Workshop abgefragt und somit auf aktuelle Problemstellungen behandelt. Expert_innen ließen ihre Ansichten und Erfahrungen zu den Themen einfließen.

- Beschäftigt sich das Projekt mit bisher wenig beachteten Zielgruppen?

(junge) Geflüchtete sind eine besonders vulnerable Zielgruppe, Informationen für diese über das Leben in Österreich jedenfalls wichtig. Durch gesprochene Dialoge können besonders auch Analphabet_innen zu Informationen gelangen, eine Interaktion mit Betreuer_innen oder Berater_innen ist nicht notwendig.

Innovation im Zugang zur Zielgruppe - Beteiligung

- Welchen konkreten und nachhaltigen Nutzen hat das Projekt für die Zielgruppe?

Eine primäre Informationsquelle von Geflüchteten sind andere Geflüchtete. Diese Informationen sind oftmals nicht ganz richtig. Durch die Informationen aus den Videos bekommen sie richtige Informationen, die für ihr weiteres Leben in Österreich essentiell sein können.

- Werden die Potentiale der Zielgruppe durch das Projekt gefördert?

Bei der Erstellung der Videos wurde mit jungen Geflüchteten gearbeitet und diese wurden in allen Arbeitsschritten partizipativ miteinbezogen. Jugendliche engagierten sich etwa als Schauspieler_innen oder Dolmetscher_innen und konnten so wertvolle Erfahrungen sammeln.

- Wie wird die Zielgruppe in das Projekt einbezogen?

Bei der Erstellung der Videos wurde mit jungen Geflüchteten gearbeitet und diese wurden in allen Arbeitsschritten partizipativ miteinbezogen.

- Leistet das Projekt einen Beitrag zur gesellschaftlichen Wertschätzung der Zielgruppe?

Dieses Projekt soll nicht nur Starthilfe für junge Afghanen in Österreich sein, sondern auch Gegenpol zu negativen Schlagzeilen und pauschalen Verdächtigungen.

Innovation in der Umsetzung - Wirksamkeit

- Ist die Umsetzung der Projektidee einfallsreich, schöpferisch, kreativ und mutig?

Die Videos wurden kreativ, einfallsreich und schöpferisch umgesetzt. Jugendliche selbst entwickelten die Dialoge und dem Filmemacher gelang es, diese in besonders sehenswerte Videos zu verwandeln. Es bedarf auch viel Mut von den Jugendlichen vor der Kamera öffentlich etwa über das Thema Liebe und Sexualität zu sprechen.

- Welche Wirkungen können durch die soziale Innovation für wen beobachtet werden?

Geflüchtete sehen sich die Videos an und bekommen so wichtige Informationen über das Leben in Österreich.

- Reagiert das Projekt auf geänderte Anforderungen zum Beispiel bei der Zielgruppe, der Problemstellung, den Rahmenbedingungen?

Soziale Medien sind ein zentrales Element bei der eher jungen Zielgruppe. Geflüchtete verbringen verhältnismäßig viel Zeit mit ihren Smartphones und so sahen wir die Informationsweitergabe mit frei zugänglichen Videos als besonders zeitgemäß.

- Gibt es eine Zusammenarbeit verschiedener Disziplinen / Kompetenzen / Berufsgruppen?

Problemfelder wurden von jugendlichen abgefragt und dann mit Expert_innen unterschiedlichen Bereich abgesprochen (Medizin, Recht, Sexualität, Arbeit, Bildung, etc.). Durch die Zusammenarbeit mit dem Startquartier, dem Fonds Gesundes Österreich und der österreichischen Gesellschaft für Gesundheitskompetenz gab es ebenfalls eine besondere Zusammenarbeit verschiedener Disziplinen, Kompetenzen und Berufsgruppen

Innovation in der Außenwirkung - Beispielwirkung

- Wie ist das Projekt in lokale und regionale Umwelten integriert?

Die Problemstellungen sprechen die Lebensrealitäten Geflüchteter an. Die Information ist allerdings für alle Geflüchtete mit den jeweiligen Sprachkenntnissen gleich relevant

- Pfl egt das Projekt den Dialog / die Kooperation mit anderen Institutionen / Organisationen?

Die Weiterentwicklung des Projektes wurde mit unterschiedlichen Kooperationspartner_innen durchgeführt und somit ist die Verbreitung auch auf unterschiedlichen Ebenen möglich

- Werden andere Organisationen, Medien, FördergeberInnen, PolitikerInnen neugierig gemacht?

Die ersten Videos wurden durch eine Pressekonferenz veröffentlicht. Diese wurden medial gut angenommen, unzählige Radio, Fernseh- und Zeitungsbeiträge sind entstanden. Politische Entscheidungsträger_innen und andere Organisationen waren beeindruckt. Eine Pressekonferenz ist auch bei neuen Videos geplant.

- Werden neue Wege im Umgang mit der „Außenwelt“ gegangen?

Mit online Videos wurden bisher neue Wege bestritten, die es so bisher nicht zur Informationsweitergabe in Österreich gab. Auch Organisationen anderer EU Ländern zeigten Interesse an dem Projekt.

Projektverantwortliche:
 Lisa Wolfsegger
 asylkoordination österreich
 T: 01 532 1 91-16
 wolfsegger@asyl.at