

concepto

#RKFF – se internacionaliza



Contenido

La campaña.....	2
Las imágenes dicen más que mil palabras.....	2
Objetivos de la campaña	3
Destinatarios de la campaña	4
Reacción que se busca con la campaña	5
Soportes publicitarios de la campaña.....	5
Identidad corporativa #RoteKartefürFreier	5
Parte delantera	6
Reverso	6
Adhesivo.....	7
Posavasos de cartón.....	8
Globos	8
Bandera	8
Carteles de diferentes tamaños.....	9
Impresión bajo demanda	9

Concepto de marketing.....	10
Concepto de marketing.....	10
Concepto de comunicación	10
Difusión de la campaña.....	10
Utilizar y contactar con las redes existentes.....	10
A nivel local.....	10
Crear una página web	11
Formular reclamaciones y preguntas frecuentes.....	11
Redes sociales.....	11
Prensa/Medios	11
Lista de distribución de prensa	11
Consultas de prensa	11
Cálculo (finanzas).....	12
Recaudación de fondos/crowdfunding	12

La campaña

Con motivo de la Eurocopa 2024 de fútbol que se celebrará en Alemania, la asociación federal *Bundesverband Nordisches Modell e.V.* ha lanzado la campaña nacional **#RoteKartefürFreier** (**tarjeta roja para los puteros**).

Las imágenes dicen más que mil palabras

[Para inspirarse](#), echen un vistazo al informe de de la campaña, ya que una imagen vale más que mil palabras y las numerosas imágenes hablan por sí solas.



La fiesta popular Oktoberfest y la BAUMA (la feria más grande del mundo dedicada a la maquinaria de construcción) en Múnich también ofrecieron buenas oportunidades para seguir ampliando la campaña.

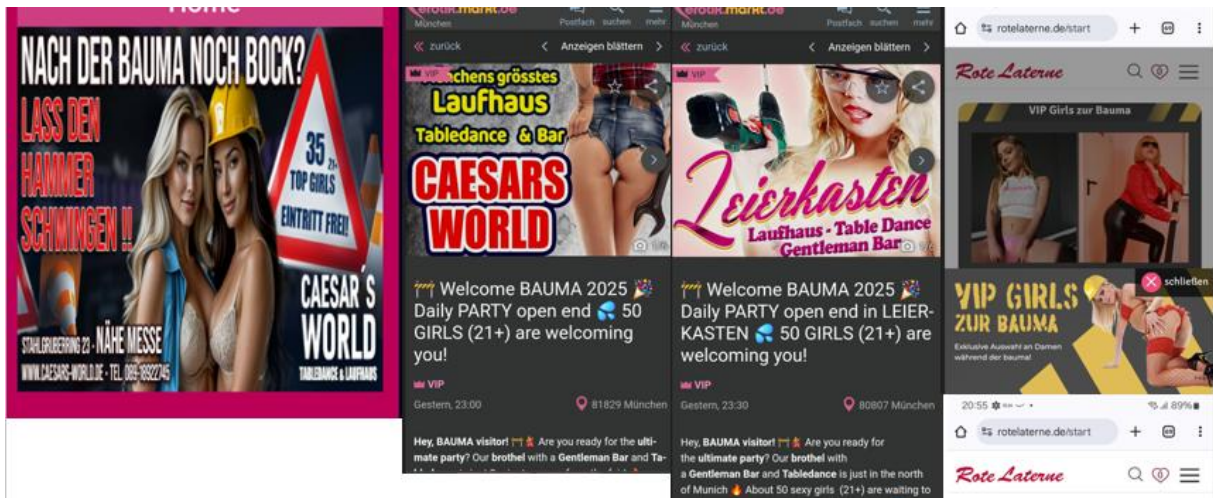


En todo el mundo podemos mostrar la **#RoteKartefürFreier** (tarjeta roja para los puteros) a los clientes prostíbulos. ¡Únete y difúndela! Para que puedas formar parte del movimiento, hemos creado este concepto.

Objetivos de la campaña

Los puteros, como compradores de sexo, fomentan con su demanda la prostitución y la trata de personas con fines de explotación sexual. El objetivo de la campaña es llegar a los hombres (jóvenes) y a los puteros potenciales con información y apelar a su sentido de la responsabilidad. La campaña deja claro que las acciones y la demanda de los puteros tienen un impacto directo en el sistema de la prostitución.

Durante los grandes eventos, la prostitución florece en todas las ciudades. Con las acciones con la tarjeta **#RoteKartefürFreier (tarjeta roja para los puteros)**, se sensibiliza a los visitantes de ferias, eventos deportivos, fiestas populares, etc. sobre las catastróficas violaciones de los derechos humanos cometidas por los clientes, los propietarios de burdeles, los proxenetas y otros beneficiarios.



La campaña tiene como objetivo:

- centrar la atención en los puteros
- llamar la atención sobre las conductas punibles (legislación del país en cuestión)
- informar sobre el enjuiciamiento de los puteros/delincuentes
- informar sobre el sistema de la prostitución y la trata de personas
- promover la prohibición de la compra de servicios sexuales o reforzar la prohibición existente

¡Tolerancia cero contra la violencia de por razón de sexo!

Destinatarios de la campaña

El grupo destinatario son principalmente los hombres y los hombres como puteros (potenciales). La campaña sensibiliza sobre la importancia de no convertirse en puteroni en serlo.

Destinatarios adicionales:

- Población civil
- Aficionados al fútbol
- Visitantes de ferias
- Visitantes de fiestas populares
- Turistas
- Autoridades policiales y del orden público
- Responsables de igualdad
- Personas que ocupan cargos públicos, como políticos, representantes eclesiásticos,
- Personas famosas
- etc.

Reacción que se busca con la campaña

Los puteros reconocen mejor los abusos y las situaciones precarias, así como el hecho de que las mujeres prostituidas son víctimas de violencia por parte de otros puteros o proxenetas. Sin embargo, insisten en el «servicio sexual» una vez pagado, sin tener en cuenta nada más. Ni siquiera la repugnancia, el asco y el dolor evidentes de las prostitutas les disuaden.

A través de la campaña

- informamos a hombres y mujeres, niños y niñas sobre el sistema de la prostitución
- apelamos a la responsabilidad de los clientes hacia las mujeres en situaciones de emergencia.
- Animamos a los hombres: ¡Di NO a la compra de sexo!

La campaña renuncia expresamente a representar a la mujer como víctima y objeto sexual.

Soportes publicitarios de la campaña

En principio, da igual dónde se imprima el hashtag **#RoteKartefürFreier**. Han dado buenos resultados las postales, los posavasos de cartón y los adhesivos. A la hora de desarrollar los soportes publicitarios, el presupuesto determinará la selección y la cantidad.

- Postales
- Adhesivos
- Cajas de cerillas
- Encendedores
- Carteles grandes
- Posavasos de cartón
- Vasos de cerveza
- etc.

Identidad corporativa **#RoteKartefürFreier**

La parte frontal de la postal rectangular es el elemento central. La parte posterior se puede diseñar libremente. Las esquinas son redondeadas.

La identidad corporativa de la campaña debe respetarse en todo el mundo.

Tipo de letra: Roboto

Colores	
Negro	#000000
rojo	#cd1719
blanco	#ffffff

Parte delantera



Reverso

El reverso se puede diseñar libremente.

Ejemplos:

SEXKAUF IST GEWALT.

75% der Männer sind **KEINE** Freier. Sie erkaufen sich den Zugriff auf den Körper einer Frau und üben Gewalt aus.

- ☒ Ich bin kein Freier.
- ☒ Ich fordere, die Freier in den Fokus der Debatte zu stellen.
- ☒ Ich fordere Männer auf, NEIN zum Sexkauf zu sagen.
- ☒ Ich setze mich für eine fortschrittliche menschenrechtsbasierte Prostitutionspolitik und für echte Gleichstellung ein.

V.i.S.d.P. Bundesverband Nordisches Modell e.V. | Prenzlauer Allee 186, 10405 Berlin



NO HOME GAME.

In Germany, where prostitution is legal, most prostituted women come from low income countries and do not enter prostitution voluntarily. Human traffickers and pimps take advantage of their vulnerable situations.

NOT AN EVENT.

Countless prostituted women are brought to the venues for major sport events such as the European Championship. Most of them against their will.

NO FAIR PLAY.

Women in prostitution experience severe physical and psychological violence. They are obliged to comply with the sex buyer's wishes because he has the money and therefore the power to decide.

BE A FAN - DON'T BE A SEX BUYER!

Say no to buying sex! Become our fan and share a photo of yourself with our Red Card using the hashtag #rotekartefuerfreier / #recardforsexbuyers on social media.



@rotekartefuerfreier

www.rotekarte.info



BUYING SEX IS VIOLENCE.	SEXKAUF IST GEWALT.
75% of men are NOT sexbuyers. Sexbuyers buy access to a woman's body and use violence.	75% der Männer sind KEINE Freier. Freier erkaufen sich den Zugriff auf den Körper einer Frau und üben Gewalt aus.
☒ I am not a sexbuyer.	☒ Ich bin kein Freier.
☒ I call for the focus of the debate to be placed on sexbuyers.	☒ Ich fordere, die Freier in den Fokus der Debatte zu stellen.
☒ I call on men to say NO to buying of sex.	☒ Ich fordere Männer auf, NEIN zum Sexkauf zu sagen.
☒ I am committed to a progressive, human rights-based prostitution policy and genuine equality.	☒ Ich setze mich für eine fortschrittliche menschenrechtsbasierte Prostitutionspolitik und für echte Gleichstellung ein.
Say no to buying sex! Become our fan and share a photo of yourself with our Red Card using the hashtag #Rotekartefuerfreier on social media.	Sag nein zu Sexkauf! Teile ein Foto von dir und der Roten Karte unter unserem Hashtag #RoteKarteFürFreier auf Social Media und markiere uns.
 @rotekartefuerfreier	 rotekarte.info
V.i.S.d.P.: Bundesverband Nordisches Modell e.V. // Prenzlauer Allee 186 // 10405 Berlin	

Adhesivo

Ejemplo de tamaño: DIN A7 (7,4 cm × 10,5 cm)



Posavasos de cartón



Globos



Bandera



Las mujeres no están en venta.

Carteles de diferentes tamaños

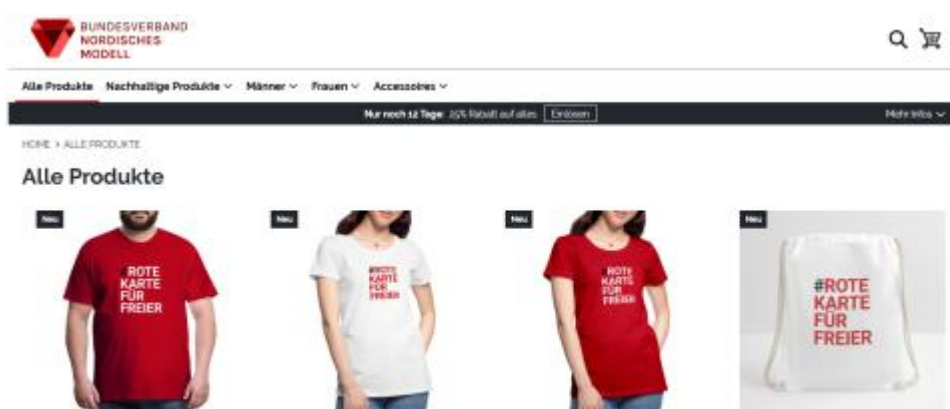
- Carteles grandes en lugares públicos
- Paneles informativos digitales o anuncios
- Columnas publicitarias
- en vallas publicitarias en estaciones de tren y metro
- etc.



Impresión bajo demanda

Tienda de merchandising:

[Spreadshop](#) (ejemplo)



Concepto de marketing

Para llevar a cabo la campaña con éxito, es importante tener en cuenta algunos aspectos durante la preparación.

Concepto de marketing

1. Crear perfiles/páginas en redes sociales
2. Crear una página web
3. Elaborar preguntas frecuentes
4. Buscar socios colaboradores

Concepto de comunicación

Es imprescindible respetar la terminología:

- Término habitual para referirse a los clientes en el idioma del país correspondiente (cliente, putero, comprador de sexo) en lugar de huésped o consumidor o cliente.
- Mujeres o personas prostituidas o mujeres en la prostitución en lugar de «trabajadoras sexuales (Sexarbeiterin)»

Difusión de la campaña

Utilizar y contactar con las redes existentes

- Asociaciones
- Organizaciones de mujeres
- Crear grupos de trabajo locales

A nivel local

Se pueden repartir tarjetas rojas delante de los estadios de fútbol, los recintos feriales, las fiestas populares y los conciertos, etc., con la propuesta de hacerse una foto con la tarjeta roja, publicar la foto con el hashtag y etiquetar la página (cuenta de la campaña).

- Espacios para visionado público
- En los alrededores de los estadios
- Cafeterías y bares
- Zonas peatonales
- En organismos oficiales y comisarías de policía
- En la calle y en diversos lugares públicos
- Taxis y Uber
- Empresas de transporte (carteles en autobuses y trenes)
- Centros de asesoramiento especializado para prostitutas
- Oficinas de igualdad
- Hoteles
- etc.

Crear una página web

Si es posible, crear una página web propia (ejemplo: [Tarjeta roja para los puteros](#))

Formular reclamaciones y preguntas frecuentes

- ¿Por qué la campaña?
- ¿Quién está detrás de la campaña?
- ¿Cómo se desarrolla la campaña?
- ¿Cuál es la situación de la prostitución en el país en cuestión?
- ¿Qué exigimos concretamente para mejorar la situación de las mujeres que se dedican a la prostitución?
 - Reforzar los derechos de las personas afectadas y ampliar las medidas de protección de las víctimas
 - Persecución penal consecuente y proactiva
 - Ampliar la labor de sensibilización de la opinión pública y prevención
- ¿Qué exigimos a largo plazo?
- ¿Qué posibilidades hay de cambiar el rumbo de la política en materia de prostitución?
- Cifras, datos y hechos del país en cuestión
- ¿Por qué la campaña se centra en los puteros?
- ¿Existen leyes contra los puteros? ¿Son eficaces?
- ¿Por qué se ven tan pocas víctimas de la trata de personas si se trata de un delito?
- Más información sobre el tema

Redes sociales

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Encontrar y establecer hashtags

#TarjetaRojaParaLosClientesdeProstíbulo

#tarjeta rojapara los compradores de sexo

#tarjetarojaparalosputeros

Por favor, etiquétanos si quieres que compartamos tus acciones en nuestros canales alemanes.

Prensa/Medios

Lista de distribución de prensa

Utilizar los distribuidores de prensa existentes.

Consultas de prensa

Redactar previamente las preguntas frecuentes y publicarlas en la página web.

Cálculo (finanzas)

Recaudación de fondos/crowdfunding

Crear y promocionar un proyecto de recaudación de fondos.

Ejemplo para Alemania:

[#RoteKartefürFreier – Asociación Federal Modelo Nórdico – betterplace.org](#)