

Konzeption Mixed Kampagne

„Gewalt an Männern“ und „Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung“

Konzeption

Mixed Kampagne

SKM Köln – Sozialdienst Katholischer Männer
Große Telegraphenstraße 31
50676 Köln

www.skm-koeln.de

Ansprechpartner*in

Michael Zeihen
Leiter
Tel. 0221 2074-344
michael.zeihen@skm-koeln.de

Konzeption Mixed Kampagne

„Gewalt an Männern“ und „Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung“

1 Ausgangslage	3
1.1 Gewalt an Männern	3
1.2 Aufklärung für Jungen in den Bereichen Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung	3
2 Träger und Arbeitsgruppe	4
3 Zielgruppen und Ziele	5
3.1 Zielgruppen	5
3.2 Ziele	6
4 Arbeitsansatz	7
5 Angebote und Maßnahmen	7
5.1 Gewalt an Männern	7
5.2 Aufklärung für Jungen in den Bereichen Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung	8
6 Qualitätssicherung und -management	9
7 Kostenplan	9

Konzeption Mixed Kampagne

„Gewalt an Männern“ und „Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung“

1 Ausgangslage

1.1 Gewalt an Männern

Gewalt an Männern im öffentlichen Raum ist ein hinlänglich bekanntes Thema. Sie sind Opfer und Täter gleichermaßen. Gewalt - vereinfacht dargestellt - taucht immer dann auf, wenn Verhinderungsmechanismen versagen und dadurch Grenzen überschritten werden. Dabei ist es unerheblich, ob die Grenzüberschreitungen physischer oder/und psychischer Natur sind. Etwas anderes ist die Situation im privaten Bereich gelagert.

Im Bereich der häuslichen Gewalt gibt es zunehmend mehr männliche Betroffene. Laut Zahlen des Polizeipräsidiums Köln gingen im Jahr 2021 33,5 Prozent aller Meldungen/Anzeigen in häuslichem Kontext von Männern aus. Dieser Wert ist deutlich höher als der bundesweite Wert, der laut den Statistiken des Bundeskriminalamts bei knapp 20 Prozent liegt. (Quelle: file:///U:/Dokumente/M%C3%A4nnerarbeit/M%C3%A4nner%20Opfer%20H%C3%A4uslicher%20Gewalt/Kripo_Partnerschaftsgewalt_2020.pdf)

In diesen bundesweiten Erhebungen werden jedoch nur die Taten aufgeführt, die angezeigt oder gemeldet werden. Sowohl der SKM Köln als auch das Experten-Netzwerk der Männerberatungsstellen in NRW gehen von einem hohen Dunkelfeld aus. Scham und Angst sind die Hauptgründe, warum nur ca. jeder 10. Ratsuchende seinen Fall zur Anzeige bringt. Dass die Zahl in Köln höher ist, mag auch als erster Erfolg der bestehenden Beratungsinfrastruktur für Männer gewertet werden.

Aber immer noch wenden sich in Köln und Umgebung zu viele Männer mit ihren Gewalterfahrungen – unabhängig davon ob sie aus hetero- oder homosexuellen Beziehungen hervorrühren - nicht an Beratungsstellen, holen sich keine professionelle Hilfe. Teils aus Scham, teils aber sicher auch aus Unwissenheit über bestehende und auf sie zugeschnittene Beratungs- und Hilfesysteme.

So erreichen die Männerberatung des SKM Köln so gut wie keine Anfragen von Männern, die sich bei Behörden oder Interventionszentren gemeldet haben.

1.2 Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung

Fragt man in Schulklassen bei den verantwortlichen Lehrern nach „auffälligen“ und damit den Lehrbetrieb störenden Schülern, werden in allererster Linie Jungen genannt. Sie sind lauter, leichter ablenkbar, physisch aktiver, gehen schneller körperliche Auseinandersetzungen ein, sind unordentlicher und gehen auch mit Lehrkräften eher in Konflikte. Grenzen werden allzu oft überschritten. Dementsprechend erfolgen häufiger Sanktionen gegen diese Jungen. Dass Jungen aber auch (in der Schule und anderen Einrichtungen) Opfer werden können, ist nur selten im Fokus.

Konzeption Mixed Kampagne

„Gewalt an Männern“ und „Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung“

Eine Beschäftigung mit dem Wesen der Jungen wird in der Regel nicht vorgenommen. Es ist nicht Bestandteil des Lehrplans, genauso wenig wie Verhaltensweisen in den Bereichen Konfliktbewältigung und Umgang mit eigenen/fremden Grenzen.

Fernab und doch irgendwie zusammenhängend mit diesen Punkten ist der Bereich der Sexualität zu beachten. Zwar gibt es im Schulunterricht in den Klassen 6 und 9 als Inhalt des Lehrplans Sexuallehre, doch orientiert sich diese an der Theorie des Lehrplans und hat eher selten die Lebenswirklichkeit der Jungen zum Inhalt. Ein Großteil der Jungen bezieht sein Wissen über Sexualität aus pornografischen Medien. Es fehlen männliche Ansprechpartner, die eine neutrale Position zu den Jungen einnehmen. Männliche Lehrer sind weiterhin in der Unterzahl; zudem sind Lehrer – u.a. durch Notengebung – keine neutralen Personen für Schüler. Sofern bei den Jungen in ihren Familien Väter als potenzielle Ansprechpartner zur Verfügung stehen, gelten diese ebenfalls nicht als neutrale Informationsquelle. Hier liegt zudem noch das Moment der Peinlichkeit, der Scham vor, das einen Austausch zum Thema Sexualität verhindert.

Für Mädchen werden in diesem Bereich in vielen Schulen Expertinnen von schulfremden Trägern „eingekauft“; für Jungen wird ebenso oft auf männliche Lehrer zurückgegriffen, hier erfolgt der Einsatz von schulfremdem Personal nicht.

2 Träger und Arbeitsgruppe

Der SKM Köln - Sozialdienst Katholischer Männer e.V. ist ein katholischer Fachverband im Deutschen Caritasverband und Träger von über 70 ambulanten und stationären Einrichtungen/Diensten auf den Gebieten der Kinder-, Jugend- und Familienhilfe sowie der Gesundheits- und Integrationshilfe.

Er erbringt Hilfen für Menschen, die Armut, soziale Nachteile und Ausgrenzung erfahren, deren gesellschaftliche Teilhabe behindert oder gefährdet ist, unabhängig von ihrer Herkunft, Religion und ihrer sexuellen Orientierung. Der Verein drückt sein Selbstverständnis und Handeln in seinem Leitsatz „Der Mensch am Rande ist unsere Mitte“ aus und beruft sich dabei auf das christliche Menschenbild, die katholische Soziallehre und sein Leitbild.

Er engagiert sich für soziale Gerechtigkeit, ein soziales wie demokratisches Zusammenleben in der Stadt Köln. Mit rund 750 beruflich und 450 ehrenamtlich tätigen Mitarbeitenden setzt sich der SKM Köln für die individuellen Bedürfnisse und Bedarfslagen unterschiedlicher Zielgruppen ein. Für alle Lebensbereiche werden umfassende Beratungs- und Unterstützungsangebote sowie komplexe Hilfeleistungen angeboten. Dazu zählen auch die Tochtergesellschaften Gemeinnützige SKM Köln - DE FLO GmbH und die SKM Köln Reha gGmbH.

Konzeption Mixed Kampagne

„Gewalt an Männern“ und „Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung“

Der SKM Köln verfügt über ein institutionelles Schutzkonzept zur Prävention von Belästigungen und Übergriffen sowie einem Qualitätsmanagementsystem und ist seit 2021 als Gesamtverband nach ISO 9001:2015 und QRReha zertifiziert und besitzt die Trägeranerkennung nach AZAV. Das Datenschutzmanagementsystem des Vereins basiert auf den Anforderungen des KDG in Verbindung mit der DSGVO.

Die Arbeitsgruppe der Männer-, Väter- und Jungenarbeit besteht in der operativen Arbeit aus ausschließlich männlichen Mitarbeitern; Unterstützung in der Verwaltung wird durch eine Kollegin gewährleistet.

Die vier Mitarbeiter der Männerarbeit sind Diplom-Sozialpädagogen/-arbeiter und Erzieher. Zwei der Mitarbeiter verfügen über eine mehrjährige Zusatzausbildung zum zertifizierten Berater für Männer in Krisensituationen, Schwerpunkt Gewalt. Einer dieser beiden Mitarbeiter ist zudem als zertifizierter Trauerberater qualifiziert; der andere Mitarbeiter ist als Erlebnispädagoge weitergebildet. Ein weiterer Mitarbeiter wird die Ausbildung zum männerfokussierten Berater Anfang 2023 abschließen, dieser Mitarbeiter hat zudem eine Ausbildung zum Sexualpädagogen abgeschlossen.

Hauptstandort der Männerarbeit ist das Haus der Sozialen Dienste, die Geschäftsstelle des SKM Köln in der Große Telegraphenstraße 31 in (50676) Köln. Zudem verfügt die Männerarbeit noch über ein Wohnobjekt zum Schutzwohnen für Männer, die von Partnerschaftlicher Gewalt betroffen sind, kurz hinter der Stadtgrenze von Köln.

Jungenarbeit wird in Familienzentren, Schulen und anderen Einrichtungen im Kölner Stadtgebiet durchgeführt.

3 Zielgruppen und Ziele

3.1 Zielgruppen

Die Zielgruppen sind unterteilt, weisen aber auch Schnittstellen auf.

„**Gewalt an Männer**“ richtet sich an Männer jeglicher Herkunft, Glaubensausrichtung, Identität, sexueller Orientierung und jeglichen Alters.

„**Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten und Grenzwahrnehmung**“ wendet sich an Jungen ab der Jahrgangsstufe 6 (ca. 12 Jahre), da in dieser Altersklasse Sexuallehre im Lehrplan enthalten ist und dieses Thema somit auch offiziell präsent ist. Unserer Erfahrung nach starten viele Jungen in diesem Alter, unter anderem wegen des Beginns der Pubertät, ihre „Karriere“ des Pornokonsums und der Beschäftigung mit dem eigenen Körper.

Ebenfalls unserer Erfahrung nach ist es sehr wichtig, sich Jungen mit einem muslimischen Hintergrund zu widmen, da das Thema „Sexualität“ dort oftmals lange

Konzeption Mixed Kampagne

„Gewalt an Männern“ und „Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten, Grenz Wahrnehmung“

tabuisiert und damit auch ignoriert wird. Insbesondere Homosexualität oder eine queere Identität ist in diesem Umfeld ein Tabu-Thema und mit Schande behaftet.

Ebenfalls mit Beginn der Pubertät steigen oft Anzahl und Intensität von konflikthaftem und grenzüberschreitendem Verhalten bei Jungen oder sie empfinden selbst das Verhalten anderer Menschen ihnen gegenüber als konflikthafter und grenzüberschreitender.

3.2 Ziele

Bei „**Gewalt an Männern**“ ist das vorrangige Ziel, Männer für das Thema zu sensibilisieren und zugleich auf die Existenz einer Beratungsstruktur, die in diesen Fällen aufgesucht werden kann, hinzuweisen.

Mit der Kampagne soll im Stadt-Gebiet das Thema breit gestreut werden, so dass nicht nur eine Diskussionskultur ins Leben gerufen wird, sondern zugleich auch die Beratungsstellen, die in kritischen Fällen Hilfe leisten, in den Blickpunkt gesetzt werden.

Männer sollen ermuntert und gestärkt werden, sich an Beratungsstellen wie den SKM Köln zu wenden, der in Köln, was diesen Themenkomplex angeht, ein Alleinstellungsmerkmal aufweist. Männer sollen zudem Grenzverletzungen und Übergriffe als solche auch identifizieren und benennen.

Durch die Werbung für diese Kampagne soll das Thema in der Öffentlichkeit mehr wahrgenommen werden

„**Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten und Grenz Wahrnehmung**“ hat als Zielsetzung, dass Jungen lernen,

- ihre eigenen Grenzen im Umgang mit Sexualität kennenzulernen und diese auch im „Ernstfall“ zu behaupten
- die Grenzen anderer Menschen im Umgang mit Sexualität erkennen und diese dann zu beachten
- bei entstehenden Konflikten gewaltfrei zu agieren
- eigene Grenzen (Risiko, Leistung, ...) zu erkennen und zu beachten: Grenzen anderer Menschen zu erkennen und zu respektieren

Konzeption Mixed Kampagne

„Gewalt an Männern“ und „Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung“

4 Arbeitsansatz

In der Beratung von Männern, die sich mit dem Thema „Gewalt“ beschäftigen oder in der Kontaktaufnahme mit Männern zu diesem Thema bedarf es einer empathischen Vorgehensweise. Männer begegnen diesem Thema fast immer mit großer Scham und Scheu.

Wenn eine Kontaktaufnahme mit dem Thema „Gewalt“ nicht durch persönliche Kontakte an „Männerorten“ (siehe Punkt 5), sondern durch Werbemittel erfolgen soll, so müssen diese Werbemittel einen hohen Aufforderungscharakter entwickeln. „Gewalt“ muss derart dargestellt sein, dass sie nicht abschreckend wirkt, sondern einen zumindest neutralen Erkennungswert innehat, der zum Handeln motiviert.

Die Beratung von Jungen in den Bereichen „Sexualität, Konfliktverhalten und Grenzwahrnehmung“ verläuft nach einem ähnlichen Schema. Allerdings kann man bei Jungen mit spielerischen Elementen Scham und Scheu minimieren und durch Neugierde ersetzen, was die Behandlung der Themen deutlich erleichtert.

Auch die Betonung des Beraters zur eigenen Rolle als „neutraler Erwachsener“ der jedoch selbst in seiner Jugend mit diesen Themen zu tun hatte, kann helfen, einen Zugang zu den Jungen zu entwickeln.

5 Angebote und Maßnahmen

5.1 Gewalt an Männern

5.1.1 Bewerbung der Maßnahme

Um Männer verstärkt auf die Thematik und das Beratungsangebot des SKM Köln aufmerksam zu machen, werden unterschiedliche Öffentlichkeitsmaßnahmen durchgeführt:

- Entwurf von 3 verschiedenen Postkartenmotiven zum Thema
- Verteilung der Karten an typischen „Männerorten“ wie Barbershops, Bauhäusern, Kneipen, Szenelokalen, Sportstätten, Urologen, Hausärzten, ...
- Besuch mit einem Infostand an Orten wie dem Stadion des 1. FC Köln oder anderen Sportstätten; an in diesem Zeitraum bis Ende 2022 noch stattfindenden Veranstaltungen.
- Präsentation der Maßnahme auf Social Media-Kanälen

Konzeption Mixed Kampagne

„Gewalt an Männern“ und „Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung“

5.1.2 Angebote

- Angebote von Offenen Sprechstunden zum Thema in verschiedenen Stadtteilen
- Aufnahme von sich meldenden Männern in die Beratung oder Vermittlung an andere Beratungsstellen
- Präsenz an mindestens fünf Orten in Köln, an denen sich Männer aufhalten, darunter auch Orte, die bevorzugt von der homosexuellen Community aufgesucht werden
- Durchführung einer Gruppenveranstaltung

5.2 Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten und Grenzwahrnehmung

5.2.1 Bewerbung der Maßnahme

Der SKM Köln stellt sein Programm für Jungen mittels Flyer/Kurzpräsentationen an Schulen und Jugendeinrichtungen vor. Zu Institutionen im Kölner Stadtgebiet, zu denen bereits Kontakte bestehen, werden die Informationen zur Kampagne gesondert weitergegeben.

Zudem wird die Kampagne auf Social Media-Kanälen vorgestellt.

5.2.2 Angebote

Die Jungenberater des SKM Köln führen Workshops/Unterrichtseinheiten an Schulen durch, abgestimmt auf das jeweilige Alter sowie auf die Interessen der Jungen. Die Interessen der Jungen werden vorab durch die zu besuchenden Institutionen abgefragt, sodass die Jungenberater ihre Einheiten auch darauf abstimmen können.

Die Einheiten können folgende Inhalte umfassen:

- Sexualität
- Grenzwahrnehmung
- Konfliktverhalten.

Konzeption Mixed Kampagne

„Gewalt an Männern“ und „Aufklärung für Jungen im Bereich Sexualität, Konfliktverhalten, Grenzwahrnehmung“

Inhaltlich gibt zwischen allen drei Themen Schnittpunkte, so dass in der Regel alle drei Themen in Workshops behandelt werden können, auch wenn der Schwerpunkt eines Workshops/einer Unterrichtseinheit bei einem Thema liegt.

Die Angebote werden überwiegend in interaktiver und auch spielerischer Weise durchgeführt, um die Jungen aktiv an der Gestaltung teilhaben zu lassen. So setzt sich das zu Lernende erfolgreicher; ist die Teilnahme der Jungen reger.

6 Qualitätssicherung und Dokumentation

Die berufsbegleitende Anpassung der Fachlichkeit der Mitarbeiter an neue Entwicklungen erfolgt durch interne und externe Fortbildung. Jeder der Männerberater hat eine berufsbegleitende Ausbildung zum zertifizierten Krisen- und Anti-Gewaltberater für Männer absolviert bzw. absolviert derzeit diese Ausbildung. Die Jungenberater haben jeweils verschiedene Fortbildungen zu Jungenthemen absolviert und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Umgang mit Jungen in verschiedenen Altersklassen.

Die Arbeit mit und die Beratung von Männern (in Krisen) sowie die Arbeit mit Jungen setzt ein hohes Maß an persönlicher Auseinandersetzung mit der Rolle des Mannes/des Jungen und dem Handeln in der helfenden Beziehung voraus. Professionelles, autonomes Handeln ist nur möglich, wenn die Reflexion der Erfahrungen des Beraters zugelassen wird. Die Möglichkeit zur Reflexion ist durch regelmäßige kollegiale Besprechungen gegeben. Auch werden die einzelnen Maßnahmen der Kampagne im Anschluss an Workshops, Informationsveranstaltungen, Werbemaßnahmen, Unterrichtseinheiten, ..., gemeinsam reflektiert, um mögliche Modifizierungen oder Verbesserungen vornehmen zu können,

Die Arbeit der Mixed Kampagne des SKM Köln wird dokumentiert. Diese Dokumentation wird nach Abschluss der Kampagne dem Auftraggeber übergeben.

7 Kostenplan

Personalkosten	22.000 € Arbeitgeberbrutto incl. Sozialabgaben
Sachkosten für Öffentlk.-Arbeit, Fahrtkosten (Flyer, Postkarten, Rollups, Plakate,...)	8.000 € brutto