



Stellungnahme zum Antrag Nr. AT/0075/2017

Vorlage: ST/0083/2017		Datum: 16.10.2017	
Oberbürgermeister			
Verfasser:	07-Gleichstellungsstelle	Az.:	
Betreff:			
Antrag der CDU-Ratsfraktion: Kneipennotruf "Ist Luisa da"			
Gremienweg:			
02.11.2017	Stadtrat	<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mehrheitl.
		<input type="checkbox"/> abgelehnt	<input type="checkbox"/> kenntnis
		<input type="checkbox"/> verwiesen	<input type="checkbox"/> vertagt
		<input type="checkbox"/> Enthaltungen	<input type="checkbox"/> Gegenstimmen
	TOP	öffentlich	
		<input type="checkbox"/> ohne BE	<input type="checkbox"/> abgesetzt
		<input type="checkbox"/> geändert	

Stellungnahme:

Sachverhalt

Die Kampagne »Ist Luisa hier? « wurde Ende 2016 vom Frauennotruf Münster ins Leben gerufen und wird seither in Münster ausschließlich vom Notruf personell und finanziell getragen. Vorbild war eine ähnliche Kampagne in England.

Eine Reihe von Münsteraner Klubs und Kneipen haben sich bereits der Kampagne angeschlossen, um Frauen eine angst- und belästigungsfreie Atmosphäre in der Partyszene bieten zu können. Die Kampagne in Münster richtet sich ausschließlich an Frauen und nicht auch an Männer, die sich belästigt fühlen, und wird auch nur mit dieser Zielrichtung beworben und weitergegeben.

Die gesamte Öffentlichkeitsarbeit und die notwendigen Schulungen des Personals der beteiligten Klubs und Kneipen übernehmen in Münster die drei hauptamtlichen Mitarbeiterinnen des Frauennotrufs mit Unterstützung Ehrenamtlicher. Dabei gehen sie in die Teambesprechungen der einzelnen kooperierenden Betriebe oder verfassen - ergänzend zu dem ausgehändigten Handlungsleitfaden - ausführliche Informationsschreiben.

Das Projekt erfährt weit über Münster hinaus eine große Medienresonanz. Dazu, wie das Projekt von der Zielgruppe angenommen wird, liegen noch keine Erfahrungen vor: Der Frauennotruf Münster hat bisher kein Feedback von Betroffenen.

Zwischenzeitlich beteiligen sich in zwanzig Städten Klubs und Kneipen an der Kampagne. Projektträgerinnen sind überwiegend Frauennotrufe und Frauenberatungsstellen. In einem Fall hat ein Gastronomieverband die Trägerschaft übernommen.

- ✓ Die Stadt Münster, insbesondere das dortige Frauenbüro, begrüßt die Kampagne, stellt aber über die jährliche institutionelle Förderung des Notrufs hinaus keine personellen oder finanziellen Ressourcen zur Verfügung und ist somit nicht in die laufenden Tätigkeiten zur Kampagne eingebunden.

Voraussetzungen für eine örtliche Übernahme der Kampagne

Für die Kampagne entwickelte der Frauennotruf Münster ein **eigenes Corporate Design**, das **zwingend** von Einrichtungen in anderen Städten, die sich der Kampagne anschließen wollen, übernommen werden muss.

Die Übernahme wird durch einen mit dem Frauennotruf Münster abzuschließenden Vertrag geregelt.

Gegen Zahlung einer Schutz- und Bearbeitungsgebühr von

- 100 Euro für Nicht-Regierungs-Organisationen, bzw. kleine Projekte und Vereine
 - einem jeweils auszuhandelnden höheren Betrag für Kommunen oder größere Institutionen
- werden die entsprechenden Druckvorgaben für Plakate und Faltblätter sowie den Handlungsleitfaden für das Thekenpersonal übermittelt.

Es besteht keine Möglichkeit, die Kampagne »Ist Luisa hier?« in bereits vorhandene städtische Gestaltungsvorschriften einzubetten. Die Druckvorlagen bieten nur Felder zum Eindruck des Namens der jeweiligen Institution, die die Kampagne übernommen hat.

Neben der Zahlung der Schutzgebühr müssen als »Gesamtpaket« Plakate, Faltblätter und Visitenkarten nach den Designvorgaben des Frauennotrufs Münster produziert und finanziert werden.

Dazu kommen:

- Schulung des Personals der sich beteiligenden Lokalitäten
- Verteilung von Visitenkarten und Flyern der Kampagnenträgerin an die Lokale
- Das Personal zur Weitergabe der Flyer und Visitenkarten anhalten, wenn sich Frauen mit der Frage »Ist Luisa hier?« an sie wenden
- Sicherstellen, dass alle MitarbeiterInnen in den beteiligten Lokalen informiert sind
- Sicherstellen, dass die Plakate sichtbar aufgehängt und ständig nachgelegt werden
- kontinuierliche örtliche Öffentlichkeitsarbeit zur Kampagne

Argumente für und wider »Luisa«

Das Projekt wird kontrovers diskutiert. So hat etwa die Landesarbeitsgemeinschaft der Frauennotrufe in Rheinland-Pfalz beispielhaft Plus- und Minuspunkte gegenübergestellt, die das Frauenbüro im Wesentlichen teilt.

Pluspunkte:

- Schnelle unkomplizierte Hilfe und Schutz (& Flucht) aus heikler/unangenehmer Situation
- »Ist Luisa hier?« zu sagen fällt vielen leichter als: »Ich werde betatscht und brauche Hilfe«
- Hilfe durch geschultes Personal in Schocksituationen
- Problem (sexuelle Belästigung beim Feiern) wird in der Öffentlichkeit wahrgenommen
- Präventiver Charakter durch Mundpropaganda »In dieser Kneipe wird auf die Sicherheit geachtet«
- Verbreitung des Beratungsangebots von Frauennotrufen

Minuspunkte:

- Fokus auf: Frau soll gehen, Täter kann bleiben und erfährt keine Konsequenzen (wie z.B. Hausverbot)
- Besser wäre: Frauen bestärken und Männer als Täter fokussieren z.B. Plakate in Männertoiletten oder Kampagnen wie »Grenzen achten« in Worms (grenzenachten.de)
- Kneipenpersonal wechselt häufig und muss daher regelmäßig neu geschult werden
- Bei viel Betrieb und hoher Lautstärke in den Bars kann die praktische Umsetzung sehr schwierig werden
- Frauen gehen in Städten ohne diese Aktion zum Thekenpersonal von Klubs und Kneipen und bekommen keine Hilfe

Konzeptlücke Feste

Im Mittelpunkt der Münsteraner Kampagne steht die Partyszene in Klubs und Kneipen. Leicht abgewandelt wurde das Konzept für Festivals. Dies ist jedoch nicht 1:1 auf die vielen in Koblenz stattfindenden Feste, Märkte und sonstige Events zu übertragen. Diese große »Schutzlücke« lässt sich durch die Übernahme der Kampagne nicht schließen.

Fazit

Die Übernahme des Konzeptes »Luisa« ist an folgende Voraussetzungen gebunden:

- Anbindung an den Frauennotruf als entsprechender Fachstelle für sexualisierte Gewalt. Auch in den anderen Städten, in denen die Kampagne läuft, liegt die Expertise ausschließlich bei den Frauennotrufen und Frauenberatungsstellen. In keiner Kommune liegt die Trägerschaft und alleinige Verantwortung bei den Frauenbüros.
- Die Kampagnenkosten (Schutzgebühr, Druckkosten, Schulungskosten, Overheadkosten) können zum jetzigen Zeitpunkt nicht beziffert werden. Sollte vom Stadtrat eine Übernahme für Koblenz empfohlen werden, muss ebenso durch den Rat die Finanzierung sichergestellt werden, beispielsweise durch eine Erhöhung des Zuschusses an den Frauennotruf.
- Die in Aussicht gestellte Hilfe und Unterstützung für belästigte Frauen durch das Personal in Lokalen muss in jedem Fall gewährleistet sein. Hier wäre ein regelmäßiges Prozedere – auch aufgrund der hohen Personalfuktuation – notwendig. Ohne wiederholte jährliche Nachschulung, Anschreiben etc. wäre das Projekt nach Einschätzung der Frauennotrufe wenig nachhaltig und würde den Ressourcenaufwand nicht rechtfertigen.

Stellungnahme/ Empfehlung des Koblenzer Frauennotrufes im Oktober 2017

Die Kampagne „Ist Luisa hier“ mache dann Sinn, wenn sie eingebettet sei in ein größeres umfassendes Präventionsprojekt (Konsensprinzip), in dem auch die nachgehende Beratung Betroffener mitgedacht werde. Dazu bedürfe es personeller und finanzieller Ressourcen, die dem Koblenzer Frauennotruf nicht zur Verfügung stünden.

Zu der Frage, wie das Gesamtkonzept genau aussehen sollte und welche Ressourcen hierfür zur Verfügung gestellt werden müssten, solle die Expertise des Notrufes eingeholt werden.

Hierbei muss beachtet werden, dass es sich um eine freiwillige Leistung handelt und die Auflagen der Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion Anwendung finden.

Beschlussempfehlung:

Die Übernahme der Kampagne „Ist Luisa hier“ setzt voraus, dass diese an den Koblenzer Frauennotruf als Fachstelle für sexualisierte Gewalt angebunden werden kann.

Die Verwaltung empfiehlt deshalb, verwaltungsseitig in einem ersten Schritt im Gespräch mit dem Koblenzer Frauennotruf die Voraussetzungen für eine Übernahmemöglichkeit zu eruieren und hierüber in der nächsten Sitzung des Fachausschusses Frauen zu berichten.