



Unabhängiger Beauftragter
für Fragen des sexuellen
Kindesmissbrauchs

Bundeskoordinierung
Spezialisierte Fachberatung

BKSfF 
gegen sexualisierte Gewalt
in Kindheit und Jugend

GEMEINSAM GEGEN MISSBRAUCH

PRAXISLEITFADEN

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Für spezialisierte
Fachberatungsstellen gegen
sexualisierte Gewalt in
Kindheit und Jugend

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für spezialisierte Fachberatungs- stellen gegen sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend

Ein Praxisleitfaden

- I Unser Anliegen
- II Grundausstattung
- III Aktive Ansprache von Medien
- IV Ressourcen, Arbeitshilfen
und Materialien

Unterstützung für Ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Dieser Praxisleitfaden richtet sich an alle, die in spezialisierten Fachberatungsstellen gegen sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend arbeiten und mit Presse- und Öffentlichkeitsarbeit* zu tun haben. Er kann aber auch für Mitarbeiter*innen in Präventionsfachstellen und anderen Fachberatungsstellen mit spezialisiertem Angebot hilfreich sein.

Im Zentrum Ihrer täglichen Arbeit steht die Beratung von Betroffenen, Angehörigen und Fachkräften. Zusätzlich ist es vielen Beratungsstellen ein Anliegen, die weitverbreitete sexualisierte Gewalt gegen Kinder und Jugendliche öffentlich zu machen und damit auch über die eigene Arbeit zu sprechen.

Einige von Ihnen haben mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit schon langjährige Erfahrung, andere sind – aus unterschiedlichen Gründen – weniger aktiv. Aber auch Sie werden von Zeit zu Zeit von Journalist*innen kontaktiert und müssen damit umgehen. Dieser Leitfaden soll Sie dabei unterstützen.

Ihre Erfahrungen, Wünsche und Tipps

2018 hat die TU Ilmenau im Auftrag des Unabhängigen Beauftragten für Fragen des sexuellen Kindesmissbrauchs (UBSKM) eine Studie über die Qualität der medialen Berichterstattung über sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend durchgeführt und dafür auch die spezialisierten Fachberatungsstellen um ihre Einschätzung gebeten. Im Zuge der Auswertung haben die Forscher*innen auch konkrete Empfehlungen für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ausgesprochen. Es entstand die Idee, aus diesen Empfehlungen einen Leitfaden für Fachberatungsstellen zu entwickeln.

Damit der Leitfaden für Sie möglichst hilfreich ist, hat die Bundeskoordination Spezialisierter Fachberatung gegen sexualisierte Gewalt

in Kindheit und Jugend (BKSF) im Vorfeld eine Abfrage durchgeführt. Uns war wichtig zu hören, mit welchen Fragen sich Journalist*innen an Sie wenden, welche Erfahrungen Sie im Umgang mit Medien gemacht haben und was Sie sich für einen solchen Leitfaden wünschen. 22 Fachberatungsstellen haben geantwortet.

Auf Basis dieser Antworten ist ein erster Entwurf des Praxisleitfadens entstanden. Dieser wurde im Rahmen eines Workshops am 27. September 2019 in Berlin mit verschiedenen Fachstellenvertreter*innen diskutiert und um wichtige inhaltliche Punkte ergänzt.

So ist aus erster Hand eingefflossen, welche Hürden und Herausforderungen zu meistern sind, wenn spezialisierte Fachberatungsstellen mit Presse- und Medienvertreter*innen zusammenarbeiten. Aber auch positive Erfahrungen geben wir weiter: Sie finden sie unter anderem als Tipps aus der Praxis. Allen Beteiligten an diesem produktiven Entstehungsprozess gilt unser herzlicher Dank!

* Dieser Praxisleitfaden nimmt neben der Pressearbeit auch Aspekte der Öffentlichkeitsarbeit, wie z. B. die Kommunikation in den sozialen Netzwerken, in den Blick, ohne das Thema vollumfänglich zu bearbeiten.

Eine angemessene Medienberichterstattung fördern

Die Berichterstattung über sexualisierte Gewalt gegen Kinder und Jugendliche ist nach wie vor geprägt von spektakulären Einzelfällen und einem verengten Blick auf die Täter*innen. Gerade reißerische Boulevardberichte reproduzieren viele Mythen und Stereotypisierungen (»kranke Sexmonster«) und sorgen für Ängste und Abwehrhaltungen (»Damit will ich mich nicht befassen«, »Das kann ich nicht hören«). Das ist nicht hilfreich, um Präventions- und Interventionsmaßnahmen in Deutschland voranzubringen.

Wünschenswert hingegen ist eine Berichterstattung, die die weitverbreitete, gravierende sexualisierte Gewalt gegen Kinder und Jugendliche als gesamtgesellschaftliches Problem darstellt. Und zwar sachlich und faktenbasiert. Mit Berichten, die angemessene Begrifflichkeiten enthalten und den Perspektiven der Betroffenen Raum geben. Thematisiert werden sollten in diesem Kontext immer auch das professionelle Hilfs- und Beratungsangebot sowie Möglichkeiten zur Prävention.

Als Mitarbeiter*innen der Fachberatungsstellen sind Sie genau die Expert*innen, die eine solche Berichterstattung mit wertvollen Informationen und Einblicken aufwerten können. Sie können die Perspektiven und Bedarfe der Betroffenen vermitteln, verfügen über umfassende Kenntnis über sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend als gesamtgesellschaftliches Phänomen und haben klare Vorstellungen davon, was im Einzelfall, aber auch gesamtgesellschaftlich getan werden muss: eine wertvolle Quelle für Journalist*innen.

Erheblicher Anspruch bei geringen Ressourcen

Die meisten Fachberatungsstellen haben keine ausgewiesenen eigenen Ressourcen für eine kontinuierliche, professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Deshalb ist es wichtig, genau zu überlegen, welche Aktivitäten wirklich sinnvoll und machbar sind.

Folgende Fragen können dabei hilfreich sein:

Welche Ziele verfolgen Sie vorrangig mit Ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?

- Haben Sie konkrete Angebote, Termine, Publikationen, die Sie bekannt machen wollen?
- Geht es Ihnen darum, die Arbeit Ihrer Beratungsstelle bekannt zu machen, eventuell auch zur Sicherstellung der Finanzierung?

- Wollen Sie über das Ausmaß und die Folgen von sexualisierter Gewalt in Kindheit und Jugend aufklären?

→ Etc.

Was können Sie leisten?

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist aufwendig. Darum ist es wichtig, sich zu verdeutlichen, was Sie dafür benötigen, und diese Entscheidung sollte idealerweise von allen Mitarbeiter*innen mitgetragen werden.

- Haben Sie Kolleg*innen, die Ressourcen und Bereitschaft für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit haben und, wenn ja, in welchem Umfang?
- Welche anderen Personen – etwa Ehrenamtliche oder ein Förderverein – können ansonsten gefragt werden?

Von Ihren Zielen und den konkreten Ressourcen hängt ab, ob Sie nur ausgewählt auf Anfragen eingehen oder darüber hinaus eine aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betreiben wollen.

Unser Leitfaden ist deshalb entsprechend unterteilt: Wir starten mit Empfehlungen für eine **Grundausstattung** zur Beantwortung von Anfragen und gehen dann weiter mit Anregungen für eine **aktive Ansprache von Medien**.

Im Anhang haben wir für Sie weitere **Ressourcen**, **Arbeitshilfen** und **Materialien** zusammengestellt.

Wenn Sie als Fachberatungsstelle in Sachen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aktiv sein wollen, empfiehlt es sich, die folgenden Punkte zu durchdenken und festzulegen.

Sie haben viel zu sagen!

Sie können Position beziehen

Im Vorfeld von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist zentral, sich die eigene Position in Bezug auf das Thema »Sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend« bewusst zu machen. Als Fachberater*innen sind Sie Expert*innen in diesem Feld. Damit Ihr Gegenüber auf Medien- seite klar erkennen kann, wofür Sie genau stehen und was Ihnen wichtig ist, lohnt sich zur Vorbereitung eine Klärung der eigenen Position.

Dies muss gar nicht ausführlich sein. Eine gute Basis kann die Ausformulierung folgender Aussage sein: »Wir sind XY und wir wollen Z.«

Mit welcher Haltung wollen Sie sprechen?

Überlegen Sie auch, wie Sie auftreten wollen und für welche Anfragen und Themen Sie zur Verfügung stehen.

Einige Beispiele:

- Wie stellen Sie Ihre Arbeit, Ihr Wissen und Ihre Fachberatungsstelle dar?
- Wollen Sie sich parteilich für die Betroffenen äußern? Oder möchten Sie lieber als neutrale*r Expert*in wahrgenommen werden?
- Wie uninformiert darf Ihr Gegenüber sein? Stehen Sie auch für ganz einfache Anfragen von Journalist*innen zur Verfügung? Oder wollen Sie sich auf »informierte Gesprächspartner*innen« auf Medienseite konzentrieren?
- Wie gehen Sie damit um, wenn Gespräche mit Betroffenen gewünscht sind? (Hierzu mehr auf Seite 7.)

Legen Sie fest, wie Sie dazu stehen und wie Sie diese Haltung begründen.

Welche Botschaften sind Ihnen wichtig?

Selbstverständlich unterliegt es immer der Freiheit der Journalist*innen, über die Inhalte ihrer Berichterstattung zu entscheiden. Jedoch formt es Ihren Auftritt, wenn Sie sich im Vorfeld überlegen, was Sie in den Beiträgen, an denen Sie mitwirken, lesen, hören oder sehen möchten. Definieren Sie dafür im Vorhinein Ihre Kernbotschaften. Es sollten klare, prägnante Aussagen sein, idealerweise in einem Satz formuliert.

Selbst wenn Sie nicht dazu gefragt werden oder der Beitrag um andere Fragen kreist, stellen Sie immer wieder Bezug zu Ihren Kernbotschaften her:

»Ich möchte an dieser Stelle noch mal betonen, dass ...«

»Ja, das ist ein wichtiger Punkt. Viel wichtiger ist aber ...«

»Unser Anliegen als spezialisierte Fachberatungsstelle ist ...«

»Viele Menschen wissen gar nicht, dass ...«

PRAXISTIPP

Textbausteine

Damit Ihre Kernbotschaften auch bei schriftlichen Anfragen durchdringen, können Sie dafür Textbausteine anlegen, die Sie bei aktuellen Anfragen nur noch anpassen müssen. Zum Beispiel: Informationen zu Ihrer Beratungsstelle oder Präventionsbotschaften, die Ihnen wichtig sind.

Es ist auch zulässig – z.B. in einem Interview –, diese Botschaften mehrfach zu wiederholen, um ihnen mehr Gewicht oder Nachdruck zu verleihen. Erlauben Sie sich ruhig, selbstbewusst Ihre Positionen zu verdeutlichen – auch wenn Sie denken, dass Ihr Gegenüber eventuell etwas ganz anderes hören möchte.

Wer spricht?

Falls Sie es noch nicht getan haben, benennen Sie eine feste Ansprechperson für Medienanfragen. Die oder der benannte Kolleg*in sollte vor allem Lust und Interesse an der Zusammenarbeit mit Medienvertreter*innen haben. Sie oder er sollte keine Scheu haben, mit Journalist*innen zu sprechen, und sich zutrauen, Anfragen im Zweifelsfall auch abzulehnen.

Die klare Zuständigkeit hat zwei Vorteile: Zum einen erleichtern Sie Journalist*innen die Arbeit, denn diese müssen nicht lange fragen, mit wem sie reden können. Zum anderen kann eine feste Ansprechperson kontinuierlich Erfahrungen in der Medienarbeit sammeln und über die Zeit wertvolle persönliche Kontakte zu Medienvertreter*innen aufbauen.

PRAXISTIPP

Kommunizieren Sie den Pressekontakt

Eine Ansprechperson sollte feste und direkte Kontaktdaten haben, die auch bei allen Gelegenheiten kommuniziert werden. Dazu gehören eine direkte Telefonnummer und E-Mail-Adresse, deren Posteingang regelmäßig gesichtet wird. Wenn Ihre Fachberatung eine Webseite hat, integrieren Sie den Menüpunkt »Presse« auf der obersten Ebene. Die E-Mail-Adresse könnte auch presse@beratungsstelle.de lauten.

Zuständigkeiten regeln

Klären Sie eindeutig die Zuständigkeit der Presseverantwortlichen. Darf er oder sie auch Interviews geben oder zitiert werden? Oder ist das ggf. der Leitung der Beratungsstelle vorbehalten? Das Team sollte genau wissen, wer die Ansprechperson für Medienanfragen ist, für den Fall, dass Journalist*innen an anderer Stelle nachfragen.

Welche Sprachregelungen haben Sie getroffen?

Gerade in der Zusammenarbeit mit Medien spielt Sprache eine zentrale Rolle. Sie werden als Expert*in sicherlich auch zitiert. Mit Sprache prägen Sie auch die Wahrnehmung Ihres Themas.

Darum legen Sie am besten klare Sprachregelungen fest: Sprechen Sie in Ihrer Beratungsstelle von »Betroffenen« oder »Überlebenden« von »Kindesmissbrauch« und/oder von »sexualisierter Gewalt in Kindheit und Jugend« etc.? Im Anhang dieses Praxisleitfadens haben wir für Sie zu diesem Punkt auch einige Anregungen und Empfehlungen zusammengestellt.

Besprechen Sie diese Sprachregelungen auch mit Ihren Kolleg*innen. Wenn Sie in diesem Punkt unsicher sind, lassen Sie sich beraten. Zum Beispiel beim UBSKM oder bei der BKSF. Hilfreich ist sicherlich auch der Austausch mit Kolleg*innen anderer Fachberatungsstellen.

Von Anfragen und Anlässen

Beratungsstellen werden in der Regel von Medien kontaktiert, wenn es überregional oder vor Ort einen aktuellen Fall (oder einen Gerichtstermin) gibt. Meistens möchten Journalist*innen eine Auskunft oder Einschätzung von einer Expertin oder einem Experten. Oft ist dies verbunden mit der Frage nach Kontakten zu Betroffenen (siehe »Anfragen nach Betroffenen« ab Seite 7).

Wenn Sie eine solche Anfrage erreicht, müssen Sie entscheiden, ob diese Anfrage für Sie interessant und sinnvoll ist.

Radio, Fernsehen, Zeitung oder Online-Magazin?

Bei der Entscheidung, ob Sie eine Medienanfrage bearbeiten oder nicht, sollten Sie auch Medienart und -format mit bedenken. Ist das Thema des Beitrags geeignet für Fernsehbilder? Entspricht die Herangehensweise der Redaktion Ihren Vorstellungen?

Bei Beiträgen für Radio oder Zeitungen reduzieren sich die Inhalte auf geschriebene oder gesprochene Sprache und die Anzahl der in diesem Kontext verwendeten Bilder ist überschaubar. Aber auch hier lohnt es sich, im Einzelfall zu prüfen, was für ein Sendungs- oder Beitragsformat es ist. Am besten ist eine kurze Recherche, welche Beiträge die/der Journalist*in bereits gemacht hat.

Damit Sie sich ein Bild machen können, worum es bei einer Anfrage genau geht, ist es wichtig, bereits beim Erstkontakt genauer nachzuhaken. Dafür einige Tipps:

Checkliste: Fragen für einen Erstkontakt

- Wie lauten Vor- und Nachname der Journalistin bzw. des Journalisten, für welches Medium und ggf. auch welches Ressort arbeitet sie/er?
- Was möchte sie/er genau? Wie lautet das Thema des Beitrags?
- Um welche Art von Beitrag handelt es sich? Bericht, Interview, Reportage? Oder geht es erst einmal nur um eine Hintergrundrecherche?
- Wann und in welchen Medien wird der Bericht erscheinen?
- Wie viel Umfang nimmt der Beitrag / die Information unserer Beratungsstelle im Beitrag ein?

- Bis wann wird die Information, Rückmeldung etc. benötigt? Wenn es sehr eilig ist, fragen Sie ruhig warum?
- Wie ist das weitere Vorgehen, bis wann meldet sich wer zurück?
- Wenn Sie sich für ein Interview verabreden: Ist es möglich, vorab die Fragen zu erhalten?
- Wer wird noch für den Beitrag kontaktiert und / oder interviewt?
- Wie lauten die Kontaktdaten (E-Mail, Telefon- und ggf. auch Handynummer)?
- Besteht die Möglichkeit, den Beitrag / die Zitate zu autorisieren?
- Informieren Sie Ihren Medienkontakt, dass Sie sich ggf. Aussagen gemäß § 16 der Satzung der Bundespressekonferenz vorbehalten:
 - > »Unter eins«: Die Information darf bei direkter Nennung des Urhebers wörtlich wiedergegeben werden.
 - > »Unter zwei«: Die Information und das Umfeld der Quelle dürfen wiedergegeben, aber nicht direkt zitiert werden, z. B. »Wie aus Fachkreisen zu erfahren war ...«.
 - > »Unter drei«: Die Information darf nicht öffentlich verwertet werden und nur indirekt in die Berichterstattung einfließen.

Antworten in angemessener Zeit

Prüfen Sie, ob die Anfrage für Sie von Interesse ist, und schätzen Sie realistisch ein, ob Sie diese in der gewünschten Zeit überhaupt beantworten können. Selbstverständlich ist es auch völlig in Ordnung, Anfragen abzulehnen. Wenn Sie sich dafür entschieden haben, nehmen Sie sich die nötige Zeit für die Vorbereitung. Und weisen Sie auf die Autorisierung des Gesagten vor der Veröffentlichung hin.

Wenn um ein Statement gebeten wird, muss dies nicht sofort und direkt am Telefon abge-

geben werden. Es ist durchaus üblich, dieses zunächst zu entwerfen, intern abzustimmen und dann zeitnah schriftlich zu antworten. Für dieses Vorgehen sollten alle Medienvertreter*innen Verständnis haben. Zugleich ist es förderlich, wenn Sie signalisieren, dass Sie sich im Rahmen des Ihnen Möglichen zügig melden.

Nicht zu viel erwarten

Journalist*innen arbeiten unter enormem Zeitdruck und müssen mit wenig Ressourcen auskommen. Außerdem müssen sich Medien, vor allem im Online-Bereich, auf eine immer kürzere Aufmerksamkeitsspanne der Nutzer*innen einrichten. Eine längere und tiefer gehende Berichterstattung ist deshalb oft nicht möglich. Stellen Sie sich darauf ein, dass von einem Interview eventuell nur ein Satz verwendet wird oder dass Ihre Aussagen verkürzt dargestellt werden.

Vereinbaren Sie die Autorisierung von Zitaten

Im Alltag hat sich bewährt, Journalist*innen anzubieten, den geplanten Beitrag vor Veröffentlichung noch einmal auf fachliche Richtigkeit zu überprüfen. Dies wird in der Regel gut angenommen, um die Publikation falscher Tatsachen zu vermeiden. Dabei ist es wichtig, dass Sie auch wirklich nur sachliche Fehler monieren und nicht andere Korrekturen einfordern, die ggf. für die Darstellung der eigenen Position vorteilhafter sind.

Ein Recht auf die Vorlage des kompletten Beitrags haben Sie nicht, aber Sie haben ein Recht auf Vorlage und Autorisierung (ggf. Korrektur) Ihrer Zitate. Jede*r Journalist*in darf das von Ihnen Gesagte, sofern Sie nicht direkt zitiert werden, in indirekte Rede umschreiben, anders interpretieren und veröffentlichen. Darum ist es ratsam, im Vorfeld zu vereinbaren (idealerweise schriftlich, in Form einer E-Mail), dass Ihnen entweder im obigen Modus der gesamte Beitrag oder zumindest die von Ihnen verwendeten Zitate vor Veröffentlichung vorgelegt werden.

Bei Veröffentlichung in Printmedien können Sie übrigens auch um ein Belegexemplar bitten.

Zustimmung zu Tonaufnahmen erforderlich

Vor einem Interview – persönlich oder telefonisch – sollten Sie klären, ob der oder die Journalist*in es aufzeichnet. Dafür müssen Sie Ihre ausdrückliche Erlaubnis geben. Eine Aufzeichnung ohne Ihr Einverständnis ist nicht rechtens. Wenn Sie eine Aufzeichnung ggf. nur für eine einmalige Nutzung erlauben, sollten Sie darauf ausdrücklich hinweisen. Auch hier ist die mündliche Absprache für die Journalist*innen bindend. Um Missverständnissen vorzubeugen, empfiehlt es sich jedoch, solche Einschränkungen der Nutzung in einer E-Mail zu formulieren.

Was tun bei Anfragen nach Betroffenen?

Der Rat vieler Fachberatungsstellen lautet: grundsätzlich keine Kontakte zu Betroffenen vermitteln. Wenn Interviewpartner*innen zum Thema »Sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend« gesucht werden, kommen auch die Expert*innen aus der Fachberatung als Gesprächspartner*innen infrage. Oder Sie verweisen auf andere Organisationen auf Bundesebene, wie z. B. den UBSKM, die BKSF, die Unabhängige Kommission zur Aufarbeitung sexuellen Missbrauchs oder auch den Betroffenenrat beim UBSKM.

Gute Gründe kann es geben

Dennoch gilt es, die einzelne Anfrage zu prüfen. So kann es z. B. sinnvoll sein, einer Anfrage zuzustimmen, wenn es für eine betroffene Person wichtig ist, dass ihr Leid wahrgenommen und anerkannt wird. Dies kann der Fall sein, wenn Zeug*innen vor Gericht nicht gehört werden, weil es z. B. ein Geständnis des Täters oder der Täterin gab, und sie dennoch gerne ihre Sicht der Dinge öffentlich darstellen möchten.

PRAXISTIPP

Aushang in Beratungsstelle

Wenn Sie eine konkrete Medienanfrage als sinnvoll und seriös einstufen und diese genug zeitlichen Vorlauf hat, können Sie diese (anstatt direkter Ansprache, die ggf. Druck erzeugt) über einen Aushang in Ihrer Beratungsstelle bekannt machen. Alternativ zum Aushang haben Sie eventuell auch einen Newsletter oder eine Facebook-Seite im Einsatz, über die ein Aufruf erfolgen kann. So melden sich nur Gesprächspartner*innen, die sich das zutrauen und ein Interesse an einem Interview haben.

Das kann eine Zusammenarbeit bringen

Bei einer positiven Zusammenarbeit birgt der Einsatz von Betroffenen in der Presse- und Medienarbeit die Chance, eine unterfütterte Berichterstattung mit der Geschichte von Betroffenen zu verstärken, der Betroffenenperspektive eine Stimme zu verleihen und damit z.B. auch zu zeigen, wie sich nach der Erfahrung von sexualisierter Gewalt in Kindheit und Jugend weiterleben lässt. Das macht Hoffnung, auch anderen Betroffenen, und arbeitet gegen das Stereotyp vom »lebenslang stigmatisierten Opfer«.

Wichtig: Die betroffene Person muss über 18 Jahre alt sein. Wenn Betroffene es wünschen, ist eine gute und fundierte Vor- und Nachbereitung ratsam. Sprechen Sie in jedem Fall vorher ab, was die Chancen eines solchen Beitrags sind, führen Sie aber auch die Risiken vor Augen. Viele Beiträge sind nach Veröffentlichung noch lange im Internet verfügbar, sodass auch Berichte, mit denen jemand nicht glücklich ist, leider Bestand haben.

Machen Sie sich klar: Wenn Sie einen solchen Kontakt herstellen, sind Sie als Fachberatungs-

stelle auch in der Verantwortung für die Gestaltung dieser Zusammenarbeit.

Tipps für die Zusammenarbeit

- Prüfen Sie genau, wer anfragt und welche Beiträge die oder der Journalist*in und das dazugehörige Medium ansonsten produzieren. Gerade bei Boulevardformaten sollten Sie besonders vorsichtig sein und ggf. ein längeres Vorgespräch führen.
- Wenn Sie nicht sicher sind, ob dieses Medium und die oder der Journalist*in geeignet sind, können Sie bei der Pressestelle des UBSKM Rat einholen.
- Bieten Sie ein Vorgespräch an, in dem mögliche Unsicherheiten geklärt und erforderliche Sensibilität im Umgang mit Betroffenen noch mal erläutert wird. Hilfreich ist ggf. auch ein erneuter Blick in den Pressekodex zum Thema Opferschutz (siehe Anhang).
- Klären Sie schriftlich den Modus von Freigaben und Autorisierungen.
- Sprechen Sie darüber, welche Bilder benötigt werden, und klären Sie im Vorfeld, ob diese passend und möglich sind. Machen Sie ggf. Alternativvorschläge (siehe Seite 10).
- Raten Sie Betroffenen dazu, ihren Namen von der Redaktion ändern zu lassen.
- Weisen Sie im Vorfeld darauf hin, dass Betroffene in Bildunterschriften, aber auch im Text, nicht als »Opfer« stigmatisiert werden sollten, sondern besser »Vorname / Name, Betroffene/r sexueller Gewalt«.

Natürlich gibt es auch Fälle, in denen Betroffene selbst an Medien herantreten. Auch dann ist das beschriebene Vorgehen hilfreich. Denn die Betroffenen können von Ihrer Unterstützung und Begleitung während der Zusammenarbeit mit Medien profitieren.

Sie möchten absagen?

Dann sagen Sie ab. Das können Sie ohne Nennung von Gründen machen. Sie können aber auch persönliche oder terminliche Gründe nennen oder begründen: Sie haben keine passenden Fälle für die jeweilige Anfrage oder es steht zurzeit kein*e Mitarbeiter*in zur Verfügung.

Gute Materialien sind Gold wert

Journalist*innen sind meist dankbar für gut aufbereitete, kompakte Informationen, die sie bei ihrer Berichterstattung unterstützen und die sie leicht weiterverarbeiten können. Denn den meisten Medienvertreter*innen bleibt wenig Zeit für Recherche. Deshalb ist es empfehlenswert, unabhängig von konkreten Anlässen oder Anfragen Texte und andere Materialien vorzuhalten, die Sie an Medien weitergeben können. Eine gute Methode, um eine sachliche, dem Thema gerechte Berichterstattung zu fördern.

Mögliche Materialien:

- Informationen zu Ihrer Fachberatungsstelle (wer sind Sie, was bieten Sie an, seit wann gibt es Sie, wie viele Beratungen haben in Zeitraum X (z.B. im Vorjahr) stattgefunden, ggf. auch: worauf legen Sie Wert (Beratungsprinzipien, generelle Anliegen etc.), Übersicht über weiteres Material, das Sie als Fachberatungsstelle herausgeben.
- Basisinformationen zu sexualisierter Gewalt in Kindheit und Jugend (einige Textbausteine dafür finden Sie auf der Website des UBSKM und im Anhang FAQ)
- Zahlen, Fakten und Statistiken zum Thema (einige Textbausteine dafür finden Sie auf den Websites des UBSKM und der BKSF)
- Exemplarische Fallbeispiele
- Verbreitete Mythen rund um das Thema (einige Textbausteine dafür finden Sie im Anhang)

- Aktuelle Daten und Fakten in Bezug auf die Region, beispielsweise Therapeut*innenmangel, lange Wartezeiten etc.
- Häufig gestellte Fragen und Antworten (einige Textbausteine dafür finden Sie im Anhang)

Wenn Sie eine Website haben, können Sie diese Dokumente dort auch einstellen. Am besten auf einer Unterseite »Presse«. Der Vorteil: Sie müssen keine umfangreichen Anhänge versenden, sondern können einfach verlinken. Und: Recherchierende Journalist*innen haben rund um die Uhr die Möglichkeit, Ihre Materialien zu nutzen.

PRAXISTIPP

Qualität und Nutzbarkeit erhöht Abnahme

Die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Materialien in großen Teilen übernommen werden können, steigt mit der Qualität und der Nutzbarkeit der Texte. Sorgen Sie deshalb dafür, dass alle Informationen fehlerfrei geschrieben und übersichtlich formatiert sind. Die Inhalte sollten schnell zu erfassen sein, sodass Textteile gut via Copy-and-paste genutzt werden können.

Achten Sie bei der Auswahl darauf, dass die von Ihnen angebotenen Materialien zu Ihren Kernbotschaften und Ihren Anliegen in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit passen, sie stützen und unterfüttern. Anderes können Sie getrost weglassen. Es besteht keine Verpflichtung zur Vollständigkeit. Ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist freiwillig.

Wichtig: Denken Sie daran, diese Materialien regelmäßig auf Aktualität zu überprüfen.

Vorsicht bei Bildern

Gerade für Print- und Online-Medien ist der Einsatz von Bildern wichtig. Sie helfen, die Berichterstattung aufzulockern, einen Sachverhalt zu veranschaulichen oder ihm mehr Aufmerksamkeit zu verleihen. Darum könnten auch Sie um Fotos gebeten werden.

Es kommt häufig vor, dass ungeeignete Bilder im Kontext von sexualisierter Gewalt gegen Kinder und Jugendliche verwendet werden und offensichtlich wenig Sensibilität bei der Auswahl von Bildern vorhanden ist.

Verwendet werden sollten auf keinen Fall identifizierende Bilder (z. B. Gesichtsdarstellungen Betroffener). Wenig hilfreich sind dramatisierende und klischeehafte Motive. Abzuraten ist aber auch von verharmlosenden Bildern von fröhlichen, starken Kindern in Beratungssituationen oder der Abbildung von Gesprächen oder Ähnlichem. Kurzum: Es ist schwierig.

Eine alternative Bildsprache tut not

Geeignet könnten Darstellungen von Präventions- und Interventionsangeboten sein, z. B. Bilder der Räumlichkeiten von Fachberatungen oder anderen Settings, die für die Bewältigung von sexualisierten Gewalterfahrungen wichtig sind. Denkbar sind auch treffende Symbolbilder zum Thema sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend oder vielleicht auch schlichtweg prägnante Grafiken zum Ausmaß des Problems, wie z. B. eine Infografik der Polizeilichen Kriminalstatistik.

Was gibt's rechtlich zu beachten?

Sind doch konkrete Personen abgebildet, gilt: Jeder hat ein Recht am eigenen Bild. Bildnisse dürfen in der Regel nur mit Einwilligung der Abgebildeten gezeigt oder verbreitet werden. Wenn jemand jedoch einer konkreten Aufnahme eines Mediums zugestimmt hat, muss die Veröffentlichung hingenommen werden, auch wenn sie ihr oder ihm nicht gefällt.

PRAXISTIPP

Stellen Sie selbst Bilder zur Verfügung

Sammeln Sie mit der Zeit geeignetes Bildmaterial, das Sie Journalist*innen anbieten können. Das können z. B. attraktive Fotos Ihrer Räumlichkeiten sein, interessante Aufnahmen von Beratungssittings oder auch Porträts vom Team oder von einzelnen Berater*innen.

Beachten Sie dabei stets das Urheberrecht. Prüfen Sie, ob Ihnen die entsprechenden Rechte vorliegen, und geben Sie die Namen der Urheber*innen an (die Nennung lautet »Bildrechte: XY«). Darüber hinaus gilt auch im Falle von Kolleg*innen das Recht am eigenen Bild. Bitten Sie darum ausdrücklich um Erlaubnis, falls Sie Bilder von ihnen anbieten wollen.

Darüber hinaus können Sie in Bilddatenbanken nach guten Fotos schauen, wie z. B. shutterstock.com, shotshop.com oder stock.adobe.com. Hier können Sie nach Stichworten geeignete Bilder finden und gegen geringe Nutzungsgebühren erwerben bzw. Journalist*innen empfehlen. Auch hier gilt selbstverständlich, dass die Fotograf*innen bei Abdruck genannt werden müssen.

Sie wollen die Arbeit Ihrer Fachberatungsstelle in der Öffentlichkeit bekannt machen? Das Wissen zum Thema sexualisierte Gewalt erhöhen und/oder dazu beitragen, dass Journalist*innen qualifizierte Artikel zum Thema verfassen? Und Sie haben dafür Kapazitäten? Dann können Sie auch aktiv auf Medien zugehen. Wie Sie an wen und aus welchem Anlass herantreten und welche Arbeitsmittel Sie dabei unterstützen können, dafür haben wir hier einige Anregungen.

Der persönliche Kontakt

Wahrscheinlich kennen Sie schon einige Journalist*innen oder haben diese im Zuge von Anfragen kennengelernt. Darauf lässt sich aufbauen. Überlegen Sie, welche Medien und Redaktionen darüber hinaus für Ihre Arbeit wichtig und interessant sein können. Hier lohnt sich die direkte Ansprache: Am besten ist es, Sie stellen sich mit einem Anruf oder einer persönlichen E-Mail vor und lassen die Journalist*innen wissen, dass Sie für Anfragen oder Gespräche gerne zur Verfügung stehen. Zumeist stößt man dabei auf offene Ohren. Denn das persönliche Gespräch ist eine der wichtigsten Quellen für Journalist*innen.

Im Fokus: regionale Medien

Fachberatungsstellen haben zumeist einen klar umrissenen geografischen Wirkungskreis. Darum ist es wahrscheinlich sinnvoll, sich bei der Ansprache auf lokale und regionale Medien zu konzentrieren. Aber natürlich kann es auch zu einer Zusammenarbeit mit überregionaler Presse kommen, z. B. bei einem Vorfall oder falls ein*e Medienvertreter*in in Ihrer Region wohnhaft sein sollte.

Beachten Sie unterschiedliche Formate und Medien

In Ihre Ansprache können Sie grundsätzlich erst mal alle Medienarten und -formate einbeziehen, die Ihnen sinnvoll erscheinen. Das reicht von klassischen Medien wie Tages-

zeitungen, Radiosendern, TV-Sendern und Online-Portalen über themenbezogene Newsletter oder Blogs bis zu freien Journalist*innen, die in der Vergangenheit berichtet haben. Schauen Sie genau hin, wenn es um Boulevardmedien und -magazine geht. Dort ist die Gefahr einer verkürzten und skandalisierten Darstellung eher hoch.

Verteiler sind das A und O

Alle Kontakte zu Journalist*innen – Ihre persönlichen wie auch die neu recherchierten – sollten Sie in einem Presseverteiler festhalten und pflegen. Zwar kann man Presseverteiler auch kostenpflichtig erwerben oder über Datenbanken erstellen. Das ist aber in vielen Fällen gar nicht nötig. Meist ist die Anzahl der relevanten Medien überschaubar und lässt sich einfach online oder telefonisch recherchieren. Ergänzen Sie die Liste zusätzlich noch um Journalist*innen, zu denen andere Personen in der Beratungsstelle in der Vergangenheit Kontakt hatten.

PRAXISTIPP

Verteiler als Excel-Liste führen

Nutzen Sie eine einfache Excel-Liste, um Ihre Kontakte zu Journalist*innen zu pflegen und zu dokumentieren. Legen Sie die Tabelle so an, dass Sie sortieren können nach Medium, Name der Journalist*innen, Telefonnummer (möglichst mit Durchwahl), Ressort sowie der E-Mail-Adresse. Zusätzlich können Sie in ein Anmerkungsfeld relevante Informationen zu erschienenen Artikeln oder zur Person eintragen.

Auch Verteiler brauchen Pflege

Ein Verteiler ist nur hilfreich, wenn er aktuell ist. Daher sollten Sie mindestens einmal im Jahr die Kontakte durchgehen und prüfen, ob die Angaben noch stimmen. Ergänzen Sie außerdem kontinuierlich neue Kontakte, die Ihnen bei Ihrer Arbeit oder der eigenen Mediennutzung begegnen.

Im Verteiler können Sie zudem Informationen zum Kontaktverlauf notieren, z.B. spezielle Themen, die jemanden interessieren, oder wenn jemand sich nicht an Absprachen gehalten hat.

Was haben Sie anzubieten?

Der wichtigste Part der aktiven Medienarbeit liegt darin, sich zu überlegen, was Sie konkret anzubieten haben, das für Journalist*innen interessant sein könnte. Wir stellen Ihnen hier einige Möglichkeiten vor.

Neues aus der Fachberatungsstelle

Ereignisse und Neuigkeiten aus Ihrer Beratungsstelle können Anlässe zur Berichterstattung sein. Dazu zählen Veranstaltungen, Tage der offenen Tür, die Veröffentlichung von Jahresberichten, Positionspapiere oder auch Personalmeldungen. Überlegen Sie gut, was sich eignet und welchen Nutzen Sie aus einer Berichterstattung ziehen (z.B. Bekanntmachung von Beratungsangeboten etc.). Sie können darüber persönlich mit Medien sprechen sowie über den Aussand einer Pressemitteilung einen größeren Kreis von Medien erreichen.

Wenn Sie medienwirksame Ereignisse planen, achten Sie darauf, dass diese zu einem Termin stattfinden, der für Medien möglichst gut einzurichten ist. Für viele Redaktionen sind Termine am späten Vormittag oder frühen Nachmittag gut, also 11 oder 15/16 Uhr. Montage sind grundsätzlich keine guten Tage, weil hier viel in den Redaktionen selbst anfällt. Zu vermeiden ist das Wochenende, da hier viele nur sehr ein-

geschränkt arbeiten. Darüber hinaus lohnt es sich, zu checken, ob es am geplanten Termin konkurrierende Ereignisse gibt.

Formulieren Sie klar, welche Inhalte angeboten werden. Und überlegen Sie, ob Sie die Attraktivität für eine Berichterstattung ggf. durch die Beteiligung einer bekannten Persönlichkeit (z.B. als Schirmfrau/herr oder Förder*in) erhöhen.

Hintergrundwissen als Gesprächsangebot

Laden Sie ausgewählte Journalist*innen zu einem Hintergrundgespräch in Ihre Beratungsstelle ein, um ihnen Ihre Arbeit und die Themen, mit denen Sie sich beschäftigen, vorzustellen. In einem solchen Gespräch ist es sehr gut möglich, darauf hinzuweisen, dass Sie den Wunsch nach Kontakt zu Betroffenen nachvollziehen, diesem aber aus verschiedenen Gründen nicht nachkommen können. Diese ausführlichen Gespräche mit Journalist*innen sind eine sehr gute Möglichkeit, eine sachliche und fundierte Berichterstattung über sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend zu fördern. Da Hintergrundgespräche zumeist ohne konkreten Anlass stattfinden, können Journalist*innen im geschützten Rahmen auch Dinge nachfragen, die sonst im Druck der Alltagsproduktion von Nachrichten zu kurz kommen. Sie können natürlich auch anbieten, einen Redaktionsbesuch bei dem Medium zu machen.

Statements zu aktuellen Debatten

Äußern Sie sich zu aktuellen Debatten oder Fällen, indem Sie Medien proaktiv ein Statement oder Interview anbieten. Die Veröffentlichung der jährlichen Polizeikriminalstatistik bietet z.B. wichtige Zahlen über sexualisierte Gewalt an Kindern und Jugendlichen, speziell auch für jedes Bundesland, und liefert Medien informative Inhalte. Auch können Medienberichte über Betroffene, die mit ihrer Geschichte an die Öffentlichkeit gehen, ein Anknüpfungspunkt sein, um Journalist*innen auf das Thema anzusprechen.

Es lohnt sich durchaus, die Berichterstattung auch in überregionalen Medien und vielleicht sogar international zu verfolgen. So können Sie auch aktuelle Diskussionen und Sachverhalte aufgreifen und in Ihrer Region in Bezug setzen.

PRAXISTIPP

Medienbeobachtung

Ein simples Mittel zur Medienbeobachtung ist die Einrichtung eines Google-Alerts. Hierfür ist es nur nötig, eine Google-Adresse einzurichten, mit der man einen oder mehrere Google Alerts einstellen kann. Diese suchen nach den gewünschten Stichworten und senden Ihnen – täglich oder wöchentlich – eine Übersichts-E-Mail über die im Netz veröffentlichten Artikel und Beiträge.

Viele Bibliotheken in Deutschland bieten den kostenlosen Presserechercheservice GBI-Genios an. Um diesen zu nutzen, brauchen Sie lediglich ein Benutzerkonto bei der öffentlichen Bibliothek, und können dann sowohl gezielt nach einzelnen Pressetiteln als auch thematisch nach Stichworten in allen verfügbaren Quellen suchen. Erkundigen Sie sich bei Ihrer Bibliothek nach diesem Angebot.

Das Einschalten in laufende Debatten sollte besser rasch geschehen. Dafür ist auch keine Pressemitteilung notwendig. Sie können für Pressevertreter*innen beispielsweise eine prägnante Stellungnahme einer Expertin oder eines Experten Ihrer Beratungsstelle (vielleicht mit Foto) vorbereiten und nach einer kurzen telefonischen Anfrage verschicken. Als zusätzliches Angebot wäre ggf. auch ein Interview mit der Kollegin oder dem Kollegen möglich. Diese aktive Thematisierung dient nicht nur der inhaltlichen Auseinandersetzung, sondern auch der Beziehungspflege und hilft den Jour-

nalist*innen, Sie als informierte/n Ansprechpartner*in im Gedächtnis zu behalten. Oder weisen Sie Medienvertreter*innen darauf hin, dass es sinnvoll ist, bei der regionalen Berichterstattung zu Missbrauch auf Hilfeangebote hinzuweisen, z.B. Ihre Beratungsstelle, das bundesweite Hilfetelefon oder das Hilfeportal Sexueller Missbrauch.

Erneut: keine zu hohen Erwartungen

Viele Fachberatungen berichten, dass es alles andere als einfach ist, Medien für ihre Angebote zu interessieren. Vor allem, wenn es darum geht, eine Berichterstattung jenseits von Skandalen und aktuellen Fällen anzuregen.

Darüber hinaus spüren alle, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betreiben: Es gibt einen knallharten Kampf um die Aufmerksamkeit von Journalist*innen. Und es hängt von vielen unterschiedlichen Faktoren ab, ob Ihr Angebot ankommt oder ein Bericht wirklich gebracht wird. Manche davon können Sie beeinflussen, z.B. den Zeitpunkt eines Pressegesprächs oder den Einsatz einer prominenten Person als Schirmfrau/herr für eine Veranstaltung. Manche Faktoren sind jedoch nicht planbar. So räumt manchmal etwas Brandaktuelles einen bereits eingeplanten Bericht aus dem Redaktionsplan. Artikel lassen sich nicht »platzieren«, auch wenn das manchmal behauptet wird.

Damit Sie selbst ein Gefühl für diese Erfolgsfaktoren entwickeln und fürs nächste Mal dazulernen können, sollten Sie sich bei den Journalist*innen bei einer nicht erfolgreichen Zusammenarbeit oder einem nicht gebrachten Bericht ruhig im Nachgang nach den Ursachen erkundigen.

Aufklärung über Mythen und Fakten

Es passiert Ihnen sicherlich häufig: Sie treffen auf Menschen, die noch immer vielen der verbreiteten Mythen Glauben schenken oder z.B.

sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend für eine seltene Erscheinung halten. Durch aktive Pressearbeit können Sie hier einen wichtigen Beitrag zur Aufklärung der Öffentlichkeit leisten.

Verbreitete Stereotype

»Sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend zerstört das ganze Leben«, »Täter, die Jungen missbrauchen, sind schwul« oder »Acht von zehn Frauen lügen, wenn sie sexualisierte Gewalt zur Anzeige bringen« – dies sind nur einige weitverbreitete Fehlinformationen, die sich hartnäckig halten und verhindern, dass Prävention und Intervention von sexualisierter Gewalt in Kindheit und Jugend wirksam entwickelt werden können.

Entkräften Sie die Mythen

Wir haben für Sie im Anhang dieses Praxisleitfadens eine Übersicht von häufig gehörten Mythen zusammengestellt und diesen entsprechende Klarstellungen gegenübergestellt. Sie können sich aus diesem Dokument beispielsweise Textbausteine herausnehmen und sie bei Bedarf sowohl schriftlich als auch mündlich zur Aufklärung einsetzen.

Bei diesen Mythen handelt es sich um fest verankerte Einstellungen, die sich nur stückweise aufbrechen lassen. Dies ist ein langwieriger Prozess, der uns nicht mit einer einmaligen Richtigstellung gelingt.

Mythen sollten nach Möglichkeit nicht wiederholt, sondern gleich als solche gekennzeichnet werden:

»Es ist nicht richtig, dass ...«

»Es ist ein weitverbreiteter Mythos, dass ...«

Ein guter Anlass für ein Gespräch

Sehen Sie es positiv: Eine Berichterstattung, die solche Mythen transportiert, ist ein guter

Anlass, auf Journalist*innen oder eine Redaktion zuzugehen. Sie können über den Sachverhalt aufklären. Loten Sie aus, wie der Wissensstand ist, und bieten Sie ggf. ein vertiefendes Hintergrundgespräch an. Vielleicht ist Ihrem Gegenüber der Fehler auch unangenehm und er/sie bietet an, an anderer Stelle über Ihre Beratungsarbeit zu berichten?

Darüber hinaus können Sie Material anbieten. Vielleicht freut sich Ihr Gegenüber über die Übersicht mit den häufigsten Mythen und Fakten (siehe Anhang) oder ein allgemeines Faktenblatt?

Auch möglich: Gegendarstellung

Journalist*innen obliegen dem Gebot der Sorgfaltspflicht. Das heißt, sie sind zu einer wahrheitsgemäßen Berichterstattung verpflichtet. Wenn etwas Falsches berichtet wird, wie z.B. die Verwendung eines Mythos, können Sie eine Gegendarstellung verlangen. Dies ist in den Pressegesetzen der Länder sowie im Rundfunkstaatsvertrag festgehalten. Die Veröffentlichung der Gegendarstellung muss jedoch auch den berichteten Fehler aufgreifen. Dies führt manchmal dazu, dass der Wunsch nach Gegendarstellung zurückgestellt wird, damit der falsche Sachverhalt nicht erneut veröffentlicht wird. Wägen Sie gut ab, ob dies das Mittel der Wahl ist oder im Hinblick auf eine langfristige Zusammenarbeit nicht das persönliche Gespräch zielführender ist.

Nicht immer sind Fakten die Lösung

Die Erfahrung der Fachberatungsstellen: Mythen lässt sich nicht immer mit Fakten beikommen.

Als alternative Strategien haben sich bewährt: Erzählen Sie positive Geschichten: auf diese Weise lässt sich z. B. dem Mythos des lebenslang geschädigten Opfers begegnen. Berichten Sie von Betroffenen, die ihren Weg der Bewältigung gegangen sind und das Erlebte gut in ihr Leben integrieren konnten. Authentische Geschichten haben Kraft.

Arbeiten Sie mit einfachen Bildern und Analogien: Im Kontext von Prävention können Sie gut auf das gelernte Präventionsverhalten im Straßenverkehr verweisen. So wird niemand abstreiten, dass Präventionsmaßnahmen von Verkehrsunfällen bei Kindern unbedingt erforderlich sind. Da aber die Zahl der Kinder, die sexualisierte Gewalt erleben, immer noch größer ist, als die der Kinder, die Verkehrsunfälle erleiden, liegt es auf der Hand, dass auch in diesem Punkt dringend aktive Vorsorgemaßnahmen angebracht sind.

Tun Sie sich mit anderen zusammen: abwertende und diskriminierende Mythen und Stereotype wurzeln in gesellschaftlichen Herrschaftsverhältnissen, wie z.B. Sexismus, Rassismus und Homophobie, und halten diese aufrecht. Das sorgt auch dafür, dass ihnen manchmal schwer beizukommen ist, auch wenn die eigenen Argumente klar und fundiert sind. In bestimmten Fällen macht es Sinn, sich mit anderen zusammenzutun und z. B. durch eine gemeinsame Stellungnahme eine Gegenöffentlichkeit zu bilden. Etwa zusammen mit der Landesarbeitsgemeinschaft oder lokalen oder regionalen Fachkreisen.

Pressemitteilung

Neben dem persönlichen oder telefonischen Gespräch können Sie auch über eine Pressemitteilung auf Journalist*innen zugehen. Dies bietet sich vor allem an, wenn Sie eine konkrete Nachricht in Bezug auf Ihre Fachberatungsstelle mitteilen oder eine Veranstaltung ankündigen wollen.

Pressemitteilungen sollten idealerweise vor 9 Uhr verschickt werden, damit sie bei den Redaktionssitzungen berücksichtigt und in tagesaktuelle Berichterstattung einfließen können. Redaktionsschluss und Vorlaufzeiten sind jedoch von Medium zu Medium unterschiedlich. Sinnvoll ist, Sie fragen bei Ihrem lokalen Blatt nach, was für die Redaktion dort am besten zu verarbeiten ist.

Bitte kurz halten

Journalist*innen erhalten Tag für Tag zahlreiche Pressemitteilungen. Jeden Tag konkurrieren sehr viele mehr oder weniger relevante Themen um Aufmerksamkeit. Deshalb ist es besonders wichtig, dass die Pressemitteilung inhaltlich fundiert und kurz gefasst ist (ideale Länge: max. 2 Seiten mit breitem Seitenrand) und dass die Informationen schnell erfassbar sind. Sie dienen Journalist*innen als Vorlage für ihre Berichterstattung.

Es ist unwahrscheinlich, dass Ihre Pressemitteilung wie eingereicht abgedruckt wird. Es ist auch nicht zu erwarten, dass sie auf jeden Fall aufgegriffen wird, selbst wenn das Thema sehr relevant ist. Die Ressourcen sind auch bei den Medien begrenzt und deshalb haben es auch wichtige Themen zunehmend schwer, durchzudringen.

Fassen Sie ruhig nach

Um die Aufmerksamkeit der Redakteurin, des Redakteurs oder der Redaktionsleitung auf die Pressemitteilung zu lenken, empfiehlt es sich, telefonisch bei den Empfänger*innen nachzufassen. Natürlich erlaubt die Zeit dies nicht immer, aber es ist eine sehr gute Gelegenheit, die Inhalte auch persönlich anzubringen und möglicherweise in einer Redaktion noch weitere Ansprechpartner*innen zu gewinnen.

PRAXISTIPP

Pressemitteilung

Schreiben Sie Ihre Pressemitteilung in kurzen, leicht verständlichen Sätzen, vermeiden Sie Fachbegriffe, formulieren Sie aktive Sätze und bleiben Sie neutral im Ton.

Lassen Sie den Entwurf von einer Kollegin oder einem Kollegen gegenlesen und freuen Sie sich über kritisch-konstruktive Rückmeldungen (das Vieraugenprinzip ist natürlich bei allen nach außen kommunizierten Texten wichtig).

So ist eine Pressemitteilung aufgebaut:

Überschrift

- Eine prägnante Überschrift, die Interesse weckt
- Eine Unterüberschrift mit einer inhaltlichen Ergänzung der Überschrift, dies kann z. B. auch ein Zitat sein.

Text

- Ort und Datum
- Abschnitt I: Antwort auf die W-Fragen: Wer? Was? Wo? Wann? Wie? Warum?
- Abschnitt II: Weiterführende Informationen zum Thema und ein oder mehrere Zitat/e von einer oder mehreren verantwortlichen Personen (beispielsweise Leiter*in Beratungsstelle, Studienleiter*in, Minister*in o. Ä.)

Abbilder

- Hinweis auf mögliche Interviewpartner*innen sowie Fotomaterial und weiterführende Informationen
- Kontaktdaten Presseverantwortliche inklusive URL der Beratungsstelle
- Kurzinfo zur Beratungsstelle: Wer sind Sie? Was bieten Sie an? Seit wann gibt es Sie? Wie viele Beratungen finden statt? (Eine solche Kurzinfo kann auch als separates Fact Sheet für die Medien als Anlage zur Pressemitteilung erstellt werden.)

Als Beispiele könnten Sie sich z. B. die [Pressemitteilungen](#) des UBSKM ansehen, dort finden sich auch oft weitere Hintergrundpapiere, die sogenannten Fact Sheets, als mögliche Anlagen zu Pressemitteilungen.

Facebook, Twitter & Co.

Soziale Netzwerke gehören für die meisten Menschen zum Alltag. Sie dienen nicht nur dem persönlichen Austausch, sondern verstärkt auch als Informationsquelle für Nachrichten. Darum sind sie ein wichtiger Baustein der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Einige Beratungsstellen nutzen bereits soziale Medien. Andere überlegen vielleicht noch, ob sie Facebook, Instagram oder Twitter für ihre Kommunikation nutzen sollen.

Wer nutzt was und warum?

YouTube, Snapchat, Tiktok oder Whatsapp – soziale Netzwerke und soziale Medien weisen inzwischen eine große Vielfalt auf. Im Kontext von spezialisierter Fachberatung kommen vor allem die folgenden drei Kanäle näher in Betracht:

Instagram: Hier erreichen Sie vor allem die Menschen unter 30 Jahren. Der vorwiegend auf Bildinhalte ausgerichtete Kanal hat aktuell 15 Mio. Nutzer*innen in Deutschland. Geteilt werden Fotos und Videos, auch in Form von Storys, begleitet von Text in unterschiedlicher Länge.

Facebook: Bei diesem Netzwerk sind immer noch die meisten Nutzer*innen unterwegs (über 30 Mio. in Deutschland). Bei Menschen unter 40 ist Facebook inzwischen eher »out« und damit vor allem ein Kanal, um 40- bis 55-Jährige zu informieren. Geteilt werden Texte, Bilder und Videos – zudem gibt es Features wie Facebook live, mit dem Sie z. B. Fachveranstaltungen streamen können. Auch Veranstaltungen lassen sich über Facebook gut bekannt machen.

Twitter: Das ist der Kanal der Multiplikator*innen und Meinungsmacher*innen. Nachrichten, Zeitgeschehen und Statements zu Aktuellem stehen im Vordergrund. Hier erreichen Sie Medien und Fachöffentlichkeiten, aber z. B. auch Beratungsstellen, Betroffeneninitiativen, Selbsthilfegruppen oder Einzelpersonen, die betroffen sind oder sich für das Themenfeld interessieren. Der Klassiker ist der kurze Tweet mit 140 oder 280 Zeichen. Sie können den Text um ein Bild oder Video ergänzen – das ist aber kein Muss.

Entscheidungskriterien

Wichtig ist, nicht einfach loszulegen, sondern zu überlegen, wen und was Sie über soziale Medien erreichen möchten. Wollen Sie z. B. Kinder und Jugendliche auf die eigenen Angebote aufmerksam machen und ihnen die Möglichkeit bieten, unkompliziert und niederschwellig Kontakt mit einer Fachberatungsstelle aufzunehmen, bietet sich die Nutzung von Instagram an.

Geht es Ihnen eher um eine größere Reichweite, auch bei Erwachsenen, kommt auch Facebook infrage.

Und für die Zusammenarbeit mit Medien können Sie Twitter sehr gut einsetzen. Sie können hier sowohl selbst Statements publizieren als auch Inhalte von Medien und Expert*innen der Fachöffentlichkeit kommentieren oder Termine zum Thema posten. Allerdings sind bislang nur sehr wenige Fachberatungsstellen bei Twitter aktiv. Der Aufbau eines Netzwerks könnte entsprechend zeitintensiver sein.

Achtung: hoher Aufwand

Soziale Medien sind Echtzeitmedien: Kommentare zu Posts beispielsweise werden allen User*innen sofort angezeigt, hilfesuchende Nutzer*innen rechnen mit einer raschen Reaktion auf ihre Anliegen oder Antwort auf ihre Fragen. Ausschlaggebend für die Entscheidung für oder gegen eine Präsenz in

einem oder mehreren sozialen Netzwerken ist also die Überlegung, wie viele Ressourcen für die Betreuung der Kanäle vorhanden sind. Denn in sozialen Netzwerken ist man als Inhaber*innen eines Profils nicht nur Sender*in, sondern auch Empfänger*in – und das auch am Abend und am Wochenende.

Tatsächlich macht das Community Management, also die Kommunikation mit den Followern sowie die Kontrolle der Kommentare, den größten Teil der Arbeit aus. So können unflätige, diffamierende oder beleidigende Kommentare zwar ausgeblendet oder der Plattform gemeldet werden und sind auch kein Grund, Social Media zu meiden – man muss die Interaktion jedoch stets im Blick haben. Es gibt bereits sinnvolle Hilfen zum Umgang mit beleidigenden Kommentaren oder Hasskommentaren, wie z. B. die Deaktivierung der Messengerfunktion. Infos dazu finden Sie z. B. bei der Organisation [HateAid](#), die neben hilfreichen Tipps auch Beratung anbietet.

Machen Sie sich auch bewusst: Sobald Sie in den sozialen Medien aktiv werden, werden auch Hilfesuchende Sie kontaktieren und vielleicht Beratungswünsche via Facebook und Instagram übermitteln. Inwieweit Sie Hilfe rund um die Uhr anbieten können und wollen, sollte im Vorfeld geprüft werden. Zudem gibt es auch Datenschutzbedenken, wenn Betroffene schreiben. Der Umgang damit sollte am besten vor der Eröffnung von Social-Media-Kanälen teamintern geklärt werden.

Fortbildung

Dieser Praxisleitfaden soll Ihnen den Einstieg in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erleichtern. Wenn Sie sich darüber hinaus weiterbilden wollen, können Fortbildungen und Schulungen hilfreich sein. So bietet z.B. die [Heinrich-Böll-Stiftung](#) professionelle und kostengünstige Medientrainings und Seminare zur Öffentlichkeitsarbeit. Hier finden sich z.B. der kostenlose Online-Kurs »Hate-Speech widersprechen« und zahlreiche kostenfreie Webinare. Weitere Fortbildungen bieten die [Paritätischen Akademien und Bildungswerke](#) über die gesamte Palette der sozialen Arbeit wie auch zur professionellen und persönlichen Weiterentwicklung an.

Vernetzung und Austausch

Die meisten Fachberatungsstellen werden mit ähnlichen Anfragen und Anforderungen konfrontiert, gehen aber unter Umständen unterschiedlich mit Medienanfragen um und haben damit verschiedene Erfahrungen gemacht. Warum sich nicht dazu austauschen und voneinander profitieren? Wie wäre es, wenn Sie einmal im Jahr ein Netzwerktreffen der Medienverantwortlichen der Fachberatungsstellen Ihrer Region durchführen würden? Sie könnten das Treffen auch unter ein bestimmtes Thema stellen, beispielsweise Medienrecht, Umgang mit Betroffenen oder professionelles Texten für Medien. Vielleicht wollen Sie auch eine Expertin oder einen Experten dazu einladen?

Zahlen und Fakten

Hintergrundinformationen zu sexuellem Kindesmissbrauch und eine Literaturliste finden Sie auf der Website des UBSKM www.beauftragter-missbrauch.de.

Hilfreich sind auch die Formulierungen aus der Broschüre der Deutschen Gesellschaft für Prävention und Intervention bei Kindesmisshandlung und -vernachlässigung e.V. (DGfPI) [»Unwissen macht Angst – Wissen macht stark«](#).

Pressekodex des Deutschen Presserats

Der Deutsche Presserat ist die Organisation der großen deutschen Verleger*innen- und Journalist*innenverbände und hat seine publizistischen Grundsätze als »[Pressekodex](#)« ausgearbeitet, eine Art Ehrenkodex für Medienvertreter*innen, der 1973 erstmals veröffentlicht und am 22. März 2017 letztmals überarbeitet wurde. Verstößt ein Presseunternehmen in Print- oder Onlinemedien vermeintlich gegen einen oder mehrere dieser publizistischen Grundsätze, ist es jeder Person möglich, eine Beschwerde beim Presserat einzureichen.

Der Pressekodex enthält 16 Ziffern, die Maßstäbe hinsichtlich der Berichterstattung und des journalistischen Verhaltens festlegen und die Wahrung der Berufsethik sicherstellen.

So besagt Richtlinie 5.1 (Vertraulichkeit): »Hat der Informant die Verwertung seiner Mitteilung davon abhängig gemacht, dass er als Quelle unerkennbar oder ungefährdet bleibt, so ist diese Bedingung zu respektieren.«

In Richtlinie 8 (Schutz der Persönlichkeit) wird festgehalten: »Die Presse achtet das Privatleben des Menschen und seine informationelle Selbstbestimmung.«

Und unter Richtlinie 8.2 (Opferschutz) wird klargestellt: »Die Identität von Opfern ist besonders zu schützen. Für das Verständnis eines Unfallgeschehens, Unglücks- bzw. Tathergangs ist das Wissen um die Identität des Opfers in der Regel unerheblich. Name und Foto eines Opfers können veröffentlicht werden, wenn das Opfer bzw. Angehörige oder sonstige befugte Personen zugestimmt haben.«

Sprachregelungen

Selbstverständlich entscheidet jede Beratungsstelle für sich, welche Begrifflichkeiten sie verwenden will. Hier haben wir für Sie einige Empfehlungen zusammengestellt, die bei Ihrer Entscheidungsfindung helfen können.

Empfehlungen der BKSF

Sexualisierte Gewalt, sexuelle Gewalt oder Kindesmissbrauch?

Manche verwenden für sexualisierte Gewaltformen den Begriff »sexueller Missbrauch«, der sich auch im Strafgesetzbuch wiederfindet. Allerdings kann er auch so verstanden werden, als ob es einen richtigen und angemessenen sexuellen Gebrauch von Kindern geben könne. Am Begriff »sexuelle Gewalt« wird kritisiert, dass er zu stark auf Sexualität fokussiert und damit den Gewaltaspekt und die Ausnutzung von Machtpositionen zu kurz kommen lasse. Deswegen verwendet die BKSF den Ausdruck »sexualisierte Gewalt«. Er drückt aus, dass sexuelle Handlungen zur Ausübung von Macht und Gewalt benutzt werden. Es gibt aber auch gute Gründe, gerade gegenüber der Öffentlichkeit, ebenfalls die anderen Begriffe zu verwenden.

Opfer, Überlebende oder Betroffene?

Einige Betroffene lehnen den Begriff »Opfer« ab. Viele assoziieren den Begriff mit Schwäche oder Passivität und fühlen sich damit auf ihre Erfahrung von sexualisierter Gewalt festgelegt und stigmatisiert. »Opfermentalität«, »Opferhaltung«, »Du Opfer« – der Begriff ist gesellschaftlich deutlich negativ konnotiert oder wird sogar als Schimpfwort verwendet. Andere wiederum wählen den Begriff, weil er für sie deutlich macht, dass ihnen ein Unrecht widerfahren ist, für das sie nichts können und das sie belastet. Im Bereich des Strafrechts ist durchgängig der Opferbegriff im Sinne von »geschädigte Person« im Gebrauch. Der Begriff »Überlebende« wiederum legt den Fokus darauf, dass die entsprechenden Personen schwere Erfahrungen überstanden,

bearbeitet und »überlebt« haben. Er soll die Stärke betonen, die für das Überleben aufgewendet wurde. Für manche trifft dieses Wort jedoch gar nicht ihr Erleben der Lage. Im deutschen Kontext ist der Begriff Überlebende stark mit den Überlebenden der NS-Verfolgung verknüpft. Er ist deswegen weniger verbreitet als im angloamerikanischen Sprachraum. Die BKSF verwendet den Begriff »Betroffene« und folgt damit dem Sprachgebrauch vieler Selbsthilfeorganisationen und -vertreter*innen. Der Begriff ist am neutralsten und beschreibt, dass eine Person die Erfahrung sexualisierter Gewalt gemacht hat und entsprechend von diesem Thema betroffen ist. Wichtig gegenüber den Medien scheint jedoch, zu betonen, dass Betroffene selbst entscheiden können sollen, wie sie ihre Erfahrungen einordnen und benennen.

Empfehlungen des UBSKM

Von »Akute Belastungsstörung« bis »Vulnerabilität«: Das [Glossar](#) auf der Website des UBSKM bietet Anregungen und Hintergrundinformationen zu mehr als 50 Begriffen zum Thema »Sexualisierte Gewalt«.

Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Prävention und Intervention bei Kindesmisshandlung und -vernachlässigung e.V. (DGfPI)

Die DGfPI hat für Journalist*innen die Broschüre [»Eine Land sucht ein Monster«](#) herausgegeben, mit guten Anregungen für eine Berichterstattung über Straftaten gegen die sexuelle Selbstbestimmung.

Darin findet sich auch eine gute Begründung für einen bewussten Sprachgebrauch: »In der Öffentlichkeit wird oft eine eher veraltete, ungenaue oder sogar stigmatisierende Begrifflichkeit im Umgang mit Straftaten gegen die sexuelle Selbstbestimmung benutzt. Dieser Sprachgebrauch findet sich auch in der medialen Berichterstattung und führt einerseits zu zusätzlichen Belastungen für die Opfer und an-

dererseits zur Verfestigung von Vorurteilen sowie zur Verharmlosung der Taten und Entschuldigung der Täter. Im Interesse der Prävention und zum Schutz vor erneuter Viktimisierung ist ein fachlicher Umgang mit den Begriffen, insbesondere bei Gerichtsreportagen, wichtig.«

Folgende Begriffe werden dort als irreführend hervorgehoben:

»Triebtäter«

Es klingt, als sei der Mann aufgrund eines starken Sexualtriebes nicht fähig, diesen zu beherrschen. Somit wird der Täter als Opfer seiner Triebe dargestellt. Der Begriff verschleiert die Verantwortung des Täters und festigt den Mythos eines unbändigen Sexualtriebes. Es ist zu beachten, dass bei sexualisierter Gewalt oft die Ausübung von Macht im Vordergrund steht, nicht die Befriedigung des Sexualtriebes. Hilfreich ist eine Haltung, die Sexualität nicht in erster Linie als triebhaft begreift, sondern als einen lebenslangen Lernprozess. Sexuell selbstbewusste Frauen und Männer können ihre Bedürfnisse und Grenzen respektvoll kommunizieren.

»Kinderschänder«

Der Begriff suggeriert, das Kind sei durch die Tat geschändet, entehrt. Diese Bezeichnung des Sexualstraftäters ist eine zusätzliche Demütigung der Opfer. Zudem verstärkt diese Stigmatisierung das Tabu, über die Taten zu sprechen, und steht einem Aufarbeitungsprozess entgegen.

»Sexverbrechen«

Mit dem Begriff »Sex« werden eher positive, erotische Assoziationen geweckt. Deshalb ist die Verkürzung des Begriffs »Sexualverbrechen« auf »Sexverbrechen«, »Sextaten« oder »Sexaffären« eine Verharmlosung sexualisierter Gewalt.

»Sextourismus«

Menschen, die im Ausland Kinder, Jugendliche und Frauen sexuell ausbeuten, werden oft als

»Sextouristen« bezeichnet. Dieser Begriff blendet die Gewalt, die Ausbeutung, den Rassismus und die Menschenrechtsverletzung aus.

»Familiendrama«

Die Terminologie verschleiert die Tatsache, dass es sich um die Ausübung von Gewalt innerhalb einer Familie handelt. In den meisten Fällen übt ein männlicher Täter (Ehemann, (Stief-)Vater, Ex-Partner) Gewalt an seiner Frau und/oder ihren/seinen Kindern aus. Mit diesem Begriff werden Täter und Opfer sprachlich fusioniert, sodass nicht mehr deutlich wird, wer Opfer und wer Täter ist (ebenso wie bei dem Begriff »Missbrauchsfamilie«). Es scheint, als hätten alle Familienmitglieder eine Beteiligung an der Gewaltausübung und seien gleichermaßen verantwortlich. Ähnlich problematisch ist auch die Terminologie des »Erweiterten Selbstmordes«, bei dem es sich real meistens um Mord mit anschließender Selbsttötung des Täters handelt.

Übrigens: Im November 2019 hat die Nachrichtenagentur dpa verkündet, dass sie auf diese kritischen Einwände reagiert und Begriffe wie »Familiendrama« oder »Beziehungsdrama« nicht mehr in der Berichterstattung über Gewaltverbrechen in Familien oder Partnerschaftlichen Beziehungen verwenden wird. dpa-Nachrichtenchef Froben Homburger begründete dies damit, dass diese Begriffe Gewalt verharmlosten und verschleierten und Verantwortung verschwimmen ließen. Auch Begriffe wie »Sextäter« und »Sexattacken« stehen dort nun auf dem Index.

Weitere Empfehlungen

ECPAT Deutschland e.V. – Arbeitsgemeinschaft zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung stellt den von ECPAT International entwickelten »[Terminologischen Leitfaden für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung und sexualisierter Gewalt](#)« bereit. Dieser bietet praktische Hilfe für eine angemessene Sprache und Vorschläge für alternative Formulierungen.

Der Bundesverband Frauenberatungsstellen und Frauennotrufe (bff) hat für Medienvertreter*innen zum Thema »Gewalt gegen Frauen und Kinder«, auch zum Umgang mit der Herkunft von Täter*innen und Betroffenen, eine [Information](#) veröffentlicht.

Präventionsbotschaften

Was macht gute Prävention gegen sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend aus?

1. Kein Kind kann sich alleine vor sexualisierter Gewalt schützen – je jünger, umso weniger. **Präventionsarbeit muss sich deshalb zuerst an Eltern und Fachkräften wenden, die mit den Kindern und Jugendlichen zu tun haben.** Sie sind für den Schutz von Mädchen* und Jungen* verantwortlich und müssen gut informiert sein, um dieser Verantwortung nachkommen zu können. Gute Prävention nimmt die Erwachsenen in die Pflicht!
2. **Prävention braucht Interventionskompetenz!** Präventionsarbeit kann immer auch aufdeckend wirken. Deshalb braucht jede Form von Präventionsarbeit Interventionskompetenz und muss mit entsprechenden Einrichtungen gut vernetzt sein. Gute Prävention bedeutet also immer auch gute Vernetzung mit anderen Einrichtungen vor Ort! Die Vermittlung von Interventionsmöglichkeiten muss am Kindeswohl orientiert sein und die rechtlichen Rahmenbedingungen berücksichtigen.
3. Prävention ist keine Eintagsfliege! **Einmalige Präventionsangebote reichen weder für Erwachsene noch Kinder aus.** Prävention ist eine Erziehungshaltung, die auf Fachkompetenz bzw. Wissen aufbaut. Insbesondere das Wissen zu Täter*innen- und Täter*strategien ist Voraussetzung, um den Erwachsenen realitätsbezogene und damit wirkungsvolle Ansatzpunkte für die Präven-

tion von sexualisierter Gewalt vermitteln zu können. Hier bezieht Prävention immer parteilich Stellung. Sie hat eine klare Haltung gegenüber Täter*innen und macht deutlich, dass kein Kind, egal unter welchen Umständen die sexualisierte Gewalt stattfand, Schuld oder Mitschuld an dem Übergriff hat.

4. Gute Prävention ist rollen- und gesellschaftskritisch!

Sie weiß um gesellschaftliche Strukturen, die sexualisierte Gewalt begünstigen können, und zeigt existierende Probleme auf, um Kinder und Jugendliche besser schützen zu können. Gerade die Weitervermittlung traditioneller Geschlechterrollen birgt Gefahren. Die Unterstützung der Entwicklung von Mädchen* und Jungen*, egal welcher Herkunft, zu gleichermaßen unabhängigen wie sozialkompetenten, selbstbewussten Individuen, unabhängig von tradierten Rollenbildern, ist ein Puzzlestein guter Prävention.

→ Prävention nimmt auch spezielle Risikogruppen ins Blickfeld und entwickelt passgenaue zielgruppenspezifische Angebote.

Gute Prävention weiß, dass der Schutz von Mädchen* und Jungen* vor sexualisierter Gewalt nicht für alle Kinder und Jugendlichen gleich aussieht, sondern vielmehr eine komplexe, dauerhafte Aufgabe darstellt und es unterschiedliche Gefährdungssituationen gibt. Die Risiken und Gefährdungen sind z.B. abhängig von Alter, Geschlecht, Familiensituation, Behinderung, Aufenthaltsorten, Herkunft und Lebenssituation der Eltern und vielem mehr. Gute Prävention schert daher nicht alle Kinder und Eltern über einen Kamm! Und: Gute Prävention ist immer auf Nachhaltigkeit ausgerichtet, für bestimmte Zielgruppen sehr niedrigschwellig und wenn nötig auch aufsuchend!

5. Präventive Arbeit mit Kindern und Jugendlichen ist trotz allem Vorgenannten wichtig und dann sinnvoll, wenn sie von Menschen

vermittelt wird, die sich mit der Thematik auskennen. **Am besten werden präventive Inhalte in den Alltag in Einrichtungen und in den Familien integriert.** Unterstützend können Präventionsprogramme wirken, laut internationalen Untersuchungen vor allem dann, wenn sie mehrfach stattfinden und die Kinder sich aktiv durch praktische Übungen oder Rollenspiele beteiligen können.

6. Und last but not least: **Prävention macht Spaß und ermutigt, statt Angst zu machen!** Gute Prävention versteht die Kunst, komplexe Inhalte und umfangreiches Wissen so zu vermitteln, dass Lösungswege und Ansatzpunkte im eigenen Leben sichtbar werden. Gute Prävention gibt Kraft und Energie zum langfristigen, differenzierten Schutz von Mädchen* und Jungen*, ohne auf schnelle, einfache Rezepte zu setzen.

(Quelle: AMYNA e.V., redaktionell bearbeitete Fassung des Textes »Kriterien für gelungene Prävention«, abrufbar unter: <https://amyna.de/wp/praeventionspreis/>)

Mythen und Entgegnungen

Es ist ein Mythos, dass sexualisierte Gewalt gegen Kinder und Jugendliche ein krankes Verhalten ist.

Sexualisierte Gewalt an Kindern und Jugendlichen ist mit vielen Tabus behaftet. Oft ist von Pädophilen die Rede, wenn es um sexualisierte Gewalt geht. Damit ist zumeist gemeint, dass diese Menschen »krank« sein müssen und nicht anders können. Die meisten Täter*innen sind jedoch nicht krank, auch nicht psychisch. Diese Betrachtung als Krankheit ermöglicht eine Distanzierung: Das Thema wird aus der »normalen« Gesellschaft ausgelagert. Diese Sichtweise kann unaufmerksam machen für Anzeichen von sexualisierter Gewalt im eigenen Umfeld.

Es ist ein Mythos, dass die meisten Täter*innen ihre Triebe nicht kontrollieren können, dass es sie überkomme.

Sexualisierte Gewalt ist keine Form der Sexualität, sondern eine Sexualisierung von Gewalt. Täter*innen treffen die Entscheidung, Gewalt auszuüben.

Die allermeisten Taten werden nicht spontan begangen, sondern strategisch vorbereitet: Nach der Überwindung eigener innerer Hemmungen treffen Täter*innen Vorbereitungen, um einem Kind sexualisierte Gewalt anzutun. Dazu gehört, nicht nur das betroffene Kind, sondern auch sein schützendes Umfeld zu manipulieren.

Eine solche Manipulation kann z.B. darin bestehen, das elterliche oder kollegiale Vertrauen zu gewinnen, ein Kind zu desensibilisieren, zu bedrohen oder einen Geheimnisdruck aufzubauen oder auch gezielt einen pädagogischen Beruf oder ein Ehrenamt zu ergreifen.

Es ist ein Mythos, dass die Täter*innen früher selbst Opfer von sexuellem Missbrauch waren.

Es trifft nicht zu, dass die meisten Täter*innen früher selbst Opfer von sexualisierter Gewalt waren. Jedoch waren viele in Kindheit und Jugend vielfältigen Formen von Gewalt – auch sexualisierter Gewalt – ausgesetzt. Manche Täter*innen behaupten, auch als Kind missbraucht worden zu sein, in der Hoffnung, dass sich dies im Zuge eines Strafprozesses positiv auf ihr Strafmaß auswirkt.

Es ist ein Mythos, dass von sexualisierter Gewalt betroffene Kinder später selbst Täter oder erneut zum Opfer werden.

Leider ist dieser Mythos so weitverbreitet, dass auch Kinder ihn kennen. Insbesondere betroffene Jungen fürchten, als zukünftige Täter gesehen zu werden oder dazu zu werden. Mädchen wiederum sind mit der Vorstellung »einmal Opfer, immer Opfer« konfrontiert.

Auch wenn es manchmal solche Fälle gibt, gilt: die allermeisten Betroffenen üben später keine sexualisierte Gewalt aus. Es gibt auch keine automatische »Opferkarriere«. Diese Vorstellungen erschweren betroffenen Kindern und Jugendlichen die Verarbeitung.

Es ist ein Mythos, dass es Kinder vor Gewalt schützt, wenn sie kein Wissen über Sexualität haben.

Das Gegenteil ist der Fall: Fehlendes Wissen über Sexualität ist ein Einfallstor für Täter*innen. Sexuell aufgeklärte Kinder können leichter über sexualisierte Gewalt sprechen und sich Hilfe holen. Sexuelle Bildung macht Kinder nicht neugierig auf Sex, sondern stillt den Wissensdurst und macht sie weniger anfällig für Menschen, die ihnen scheinbare Antworten auf ihre Fragen zu Sexualität anbieten – auch im Internet.

Es ist ein Mythos, dass die größte Gefahr von Unbekannten und Fremden ausgeht.

Zwischen 80 und 90 % aller Fälle passieren im sozialen Nahbereich. Viele Kinder und Jugendliche erfahren sexualisierte Gewalt also durch Familienangehörige oder Freund*innen der Familie. Andere durch erwachsene Bezugspersonen oder andere Jugendliche, z.B. in Sportvereinen, in der Kita oder in der Schule. Das bestehende Vertrauen wird ausgenutzt. Dieser Mythos kann sehr schädlich wirken: er macht unaufmerksam für Anzeichen im eigenen Umfeld und erschwert es, Kindern zu glauben, wenn sie von sexualisierter Gewalt durch Familienmitglieder oder Bekannte erzählen.

Es ist ein Mythos, dass alle Betroffenen traumatisiert sind und eine Therapie brauchen.

Viele Betroffene von sexualisierter Gewalt werden durch diese Erfahrung traumatisiert, aber längst nicht alle. Welche Folgen die Erfahrung hat, ist sehr unterschiedlich und hängt ab von verschiedenen Faktoren wie dem Alter der Betroffenen, Intensität und Dauer der Taten, Nähe zum oder zur Täter*in sowie den Ressourcen der Betroffenen. Ein tröstendes, glaubendes und stützendes Umfeld gilt als wichtiger Faktor, um Gewaltfolgen zu reduzieren und die Gewalt zu verarbeiten.

In vielen Fällen ist eine Begleitung und Unterstützung durch eine Fachberatungsstelle, Psychotherapeut*in und/oder Selbsthilfegruppe ratsam und hilfreich. Betroffene haben teils aber auch ganz unterschiedliche, für sie passende Formen der Verarbeitung gefunden.

Es ist ein Mythos, dass Männer, die Jungen missbrauchen, schwul sind.

Auch Jungen widerfährt sexualisierte Gewalt mehrheitlich von Männern und männlichen Jugendlichen. Der größere Anteil der Männer, die Jungen sexualisierte Gewalt antun, ist heterosexuell. Die Ausübung von sexualisierter Gewalt ist keine Frage der Sexualität oder sexuellen Orientierung. Dass dieser Mythos sich so hartnäckig hält, ist Ausdruck von gesellschaftlich verankerter Homophobie.

Es ist ein Mythos, dass sexualisierte Gewalt durch Männer Jungen schwul und Mädchen lesbisch macht.

Manche Jungen, aber auch Mädchen, die Gewalt durch Männer erfahren, haben Angst, dadurch »homosexuell gemacht zu werden«, oder denken, ihre sexuelle Orientierung sei das Ergebnis von Gewalt. Die gesellschaftliche Abwertung von homosexuellen Lebensweisen und die Idee vom »beschädigten« Opfer spielen hier zusammen. Das kann die Entwicklung und Akzeptanz einer eigenen selbstbestimmten sexuellen Identität sehr belasten.

Es ist ein Mythos, dass manche Kinder die Täter*innen zu ihren Taten provozieren (sogenannter »Lolita«-Mythos).

Dieser Mythos führt zu einer Schuldverschiebung auf die Opfer und zu einer Absolution der Täter*innen. Insbesondere Mädchen wird eine Macht unterstellt, die sie gegenüber Erwachsenen nicht haben. Es handelt sich um eine Projektion: Täter tun alles, um Kinder zu scheinbar freiwilligen Handlungen zu bringen. Dort, wo Kinder und Jugendliche sich ausprobieren, ihre Wirkung testen (z.B. flirten), sind Erwachsene in der Verantwortung, respektvoll Grenzen zu setzen und diese Verhaltensweisen nicht zu beantworten. Manche Kinder haben als Folge sexualisierter Gewalt gelernt, sich sexualisiert gegenüber Erwachsenen zu verhalten. Sie müssen erleben, dass Erwachsene dieses Verhalten nicht erwarten und ausnutzen.

Es ist ein Mythos, dass Mütter merken, wenn der Partner das Kind missbraucht.

Wenn der Partner einer Mutter dem (gemeinsamen) Kind sexualisierte Gewalt antut, ist die zentrale Strategie oft, ihre Wahrnehmung zu vernebeln, sodass sie es nicht mitbekommt. Eine Frau, die ihrem Partner vertraut und dementsprechend nicht mit solchen Taten rechnet, wird leicht Anzeichen übersehen oder fehldeuten. Es stimmt also nicht, dass gute Mütter alles mitbekommen müssen.

Es gibt auch Mütter, die die sexualisierte Gewalt bemerken oder davon erfahren und nicht eingreifen, die Realität verleugnen und ihr Kind der Lüge bezichtigen. Das kann verschiedene Gründe haben: soziale und ökonomische Abhängigkeiten, den »Scheinwahren-Wollen« oder eigene unbearbeitete Gewalterfahrungen.

Wichtig ist zu bedenken, dass Müttern andererseits oft unterstellt wird, sie dächten sich sexualisierte Gewalt nur aus, um ihrem (Ex-)Partner zu schaden, wenn sie versuchen, ihre Kinder zu schützen.

Es ist ein Mythos, dass sexualisierte Gewalt das Schlimmste ist, was einem Kind passieren kann.

Die Frage nach dem »Schlimmsten« ist im Kinderschutz nicht hilfreich, weil alle Kindeswohlgefährdungen (sexualisierte Gewalt, Misshandlung, Vernachlässigung) für Kinder belastend und schädigend sind. Oftmals geht die sexualisierte Gewalt auch mit Misshandlung und/oder Vernachlässigung einher. Richtig ist, dass sexualisierte Gewalt stärker tabuisiert wird und damit schwerer vorstellbar und besprechbar ist als andere belastende Kindheitserfahrungen. Der genannte Mythos führt eher zum Wegsehen als zu Aktivität, weil die sexualisierte Gewalt so überwältigend wirkt.

Es ist ein Mythos, dass bei Frauen als Täterinnen sexualisierter Gewalt die Jungen immer die Opfer sind.

Wenn Frauen Täterinnen sind, sind sowohl Jungen wie Mädchen betroffen. Während die Stereotype zur männlichen Sexualität Jungen das Opfersein leicht absprechen, werden Mädchen als Opfer von Frauen weitgehend ausgeblendet. Der heterosexistische Blick dominiert: »Was soll eine Frau von einem Mädchen wollen?«

Die Forschung geht davon aus, dass der Frauenanteil der Täter*innen 10 bis 20 % beträgt.

Es ist ein Mythos, dass es bei Prävention vor allem darum geht, dass Kinder lernen, »Nein« zu sagen.

Das wichtigste Ziel der Prävention ist, dass Erwachsene Kinder und Jugendliche schützen: durch eine präventive Alltagsgestaltung und – in Einrichtungen wie Schulen – durch die Entwicklung von Schutzkonzepten gegen sexualisierte Gewalt. »Nein« zu sagen ist nicht die Aufgabe von Kindern, sondern bereits im Strafgesetzbuch festgehalten. Es ist aber richtig, Kinder darin zu bestärken, dass sie eigene Gefühle und Grenzen wahrnehmen und behaupten können. Es ist wichtig, Kindern nicht zu vermitteln, erfahrene Gewalt sei ihre Verantwortung, weil sie nicht »Nein« gesagt hätten.

Es ist ein Mythos, dass ein falscher Verdacht ein ganzes Leben zerstören kann und dass es sich bei Anschuldigungen meistens um Falschbeschuldigungen handelt.

Das Streuen von Gerüchten ist unverantwortlich. Das Abklären von Hinweisen und Melden von Verdachtsmomenten ist das einzig Richtige, um möglicherweise Betroffenen zu helfen. Das Thema des falschen Verdachts findet unangemessen viel Raum in der Diskussion um sexualisierte Gewalt gegen Kinder und Jugendliche. Das lenkt von den Folgen für Betroffene und der großen Häufigkeit von sexualisierter Gewalt leider ab.

Die verstärkte Auseinandersetzung mit sexualisierter Gewalt in Kindheit und Jugend in der letzten Zeit erfolgte, weil unzählige betroffene Mädchen und Jungen sexualisierte Gewalt erleben mussten und damit allein gelassen wurden. Nichtsdestotrotz sollte ein Handlungsleitfaden für Verdachtsfälle immer ein Rehabilitationsverfahren enthalten, das zur Anwendung kommt, wenn ein Verdacht ausgeräumt werden konnte.

Es ist ein Mythos, dass man sich bei einem Verdacht am besten auf die eigene Menschenkenntnis verlässt.

Nein, Menschenkenntnis oder Intuition sind schlechte Maßstäbe, wenn es darum geht, ob man jemandem sexualisierte Gewalt gegen Kinder und Jugendliche zutraut. Denn zu den typischen Täter*innenstrategien gehört es, die Wahrnehmung des Umfeldes zu manipulieren und einen guten Eindruck zu machen, sodass niemand einem diese Tat zutraut. Es ist sinnvoll, sich Unterstützung und Beratung bei einer auf das Thema spezialisierten Fachberatungsstelle oder beim Hilfetelefon unter [0800 22 55 530](tel:08002255530) zu holen.

Es ist ein Mythos, dass es eine Anzeigepflicht bei sexualisierter Gewalt gegen Kinder und Jugendliche gibt.

Anders als in einigen anderen europäischen Ländern muss in Deutschland niemand eine polizeiliche Anzeige machen, wenn er von sexualisierter Gewalt weiß oder einen Verdacht hat. Wird eine Anzeige erstattet, müssen die Strafverfolgungsbehörden jedoch ermitteln (Offizialdelikt), das heißt, eine Anzeige kann nicht zurückgezogen werden. Wenn Betroffene oder ihre Sorgeberechtigten eine Anzeige erwägen, ist unbedingt rechtsanwaltlicher Rat und ggf. weitere professionelle Unterstützung zu empfehlen, weil ein Ermittlungs- und Strafverfahren sehr belastend sein kann. Der Mythos von der Anzeigepflicht beruht auch auf der Annahme, dass nur durch eine strafrechtliche Abklärung der Schutz des Opfers hergestellt werden könne. Dies gelingt aber in erster Linie durch Maßnahmen des Kinderschutzes, wie die Einschaltung des Jugendamts und ggf. des Familiengerichts.

Häufig gestellte Fragen zum Thema sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend

→ Was ist sexualisierte Gewalt/sexueller Missbrauch?

Unter sexualisierter Gewalt an Kindern und Jugendlichen verstehen wir jegliche sexuelle Handlung, die an oder vor Kindern und Jugendlichen gegen deren Willen vorgenommen wird oder der sie aufgrund ihrer körperlichen, seelischen, geistigen oder sprachlichen Unterlegenheit nicht frei und wissentlich zustimmen können. Täter*innen nutzen ihre Macht- und Autoritätsposition aus, um eigene Bedürfnisse auf Kosten des Kindes bzw. des oder der Jugendlichen zu befriedigen. Auch wenn Kinder und Jugendliche diesen sexuellen Handlungen vermeintlich zustimmen oder sie scheinbar initiieren, ist das Gewalt. Sexualisierte Gewalt gegen Kinder und Jugendliche ist immer auch ein Machtmissbrauch. Oft geht sexualisierte Gewalt mit anderen Gewaltformen einher, etwa mit psychischer oder körperlicher Gewalt.

Dabei gibt es eine Bandbreite von Handlungen: von der anzüglichen Bemerkung über den Zungenkuss, die Berührung von Brust, Po oder Geschlechtssteilen, die Selbstbefriedigung vor einem Kind oder Jugendlichen, die Erpressung von Nacktselfies bis hin zur Vergewaltigung. Hierzu gehören auch alle sexuellen Handlungen, denen Kinder und Jugendliche nicht wirklich zustimmen können, weil sie sie entweder noch nicht verstehen oder ihre Auswirkungen nicht abschätzen können, weil sie sich nicht trauen zu widersprechen oder sich in einem Loyalitätskonflikt befinden. Bei Kindern, also unter 14-Jährigen, ist grundsätzlich davon auszugehen, dass sie für eine erwachsene Sexualität zu jung sind, auch wenn sie nicht widersprechen, sich nicht wehren oder scheinbar einverstanden sind.

Nicht jede Form der sexualisierten Gewalt ist strafbar, aber jede sexualisierte Gewalt verletzt Mädchen und Jungen.

→ Wie oft kommt das vor?

Es ist wegen der bestehenden Datenlage schwierig, genaue Aussagen über die Häufigkeit zu treffen. Klar ist aber, dass sexualisierte Gewalt gegen Kinder und Jugendliche sehr häufig ist und viele betrifft.

Die Polizeiliche Kriminalstatistik wies in den letzten Jahren rund 12.000 Ermittlungs- und Strafverfahren wegen sexuellen Kindesmissbrauchs nach § 176, 176a und 176b StGB pro Jahr aus. Opfer dieser Straftaten sind zu etwa 75 % Mädchen und 25 % Jungen. Hinzu kommen Fälle von sexuellem Missbrauch von Schutzbefohlenen und Jugendlichen sowie fast 8.000 Fälle von Missbrauchsabbildungen im Jahr 2018.

Das sind jedoch nur die Fälle, die der Polizei bekannt geworden sind. Das Dunkelfeld ist viel größer. So geht die WHO von 18 Mio. Kindern und Jugendlichen in Europa aus, die von sexualisierter Gewalt betroffen sind. Auf Deutschland runtergerechnet wären das 1–2 Kinder pro Schulklasse. Bei einer repräsentativen Studie aus dem Jahr 2017 gab jede*r achte Erwachsene in Deutschland an, als Kind oder Jugendliche*r sexualisierte Gewalt erfahren zu haben. Andere Studien weisen deutlich höhere Zahlen aus.

Mädchen sind zwei- bis dreimal so häufig betroffen wie Jungen. Prekäre oder besondere Lebenslagen, wie z.B. die Unterbringung in Sammelunterkünften, erhöhen das Risiko. Aber auch vorherige Gewalterfahrungen, soziale Ausgrenzung oder besondere emotionale Bedürftigkeit sind Risikofaktoren. Kinder mit Beeinträchtigungen und Behinderungen sind besonders häufig von sexualisierter Gewalt betroffen.

→ Woran erkennt man, dass Kinder sexualisierte Gewalt erfahren haben?

Die Signale, die Kinder aussenden, sind meist unspezifisch und können sehr unterschiedlich sein. Es gibt keine eindeutigen Anzeichen für sexualisierte Gewalt. Manche Kinder reagieren aggressiv, manche ziehen sich zurück, andere zeigen sexualisiertes Verhalten, wieder andere weisen keine nach außen sichtbaren Signale auf. Eine starke Verhaltensänderung kann ein Anzeichen sein. Wichtig ist in jedem Fall, Gesprächsbereitschaft zu signalisieren und aufmerksam zu bleiben. Erwachsene, die sich Sorgen um ein Kind machen, können sich an eine Fachberatungsstelle gegen sexualisierte Gewalt in Kindheit und Jugend oder das bundesweite Hilfetelefon wenden. Teams aus professionell geschulten Berater*innen stellen die richtigen Fragen und unterstützen bei der Klärung.

→ Was kann ich tun, wenn ich von sexualisierter Gewalt erfahre oder diese vermute?

Oft vertrauen sich Kinder oder Jugendliche anderen an, wenn sie sexualisierte Gewalt erlebt haben. Am häufigsten wenden sie sich an Gleichaltrige, oft erfahren es Erwachsene erst später. In jedem Fall ist es wichtig, die Kinder und Jugendlichen ernst zu nehmen und besonnen zu reagieren. Kinder und Jugendliche brauchen kompetente und gut informierte Erwachsene, die ihnen signalisieren, dass sie bereit sind, über sexualisierte Gewalt zu reden, und in der Lage sind, das Gehörte aushalten zu können, ohne unüberlegt zu agieren.

Wer von sexualisierter Gewalt erfährt oder eine Vermutung hat, kann sich in der spezialisierten Fachberatungsstelle vor Ort professionell beraten lassen. Die Kolleg*innen sind auf das Thema spezialisiert und unterstützen Betroffene, ihr Umfeld und rat-suchende Fachkräfte. Gemeinsam können dann eine sicherere Einschätzung und Handlungsoptionen entwickelt werden. Es ist wichtig, sich in solchen Situationen selbst Rat und Hilfe zu suchen, um Kinder und Jugendliche gut unterstützen zu können.

→ Was sind die Folgen für Betroffene? Kann es ein Leben danach geben?

Haben Kinder und Jugendliche ein schützendes und unterstützendes Umfeld, haben sie gute Chancen, die erlebte Gewalt zu verarbeiten. Bekommen sie jedoch keine Unterstützung, ist es sehr wahrscheinlich, dass sie mit Folgeproblematiken zu kämpfen haben. Deswegen ist frühe und gute Beratung und Begleitung für betroffene Personen und ihr Umfeld so wichtig.

Die psychischen Folgen hängen von den Erlebnissen, dem Kontext und den Ressourcen ab, die Betroffenen – auch nach der erfahrenen Gewalt – zur Verfügung stehen. Die Folgen können ganz unterschiedlich sein. So individuell wie die Betroffenen und ihre Erlebnisse sind, sind auch die Unterstützungsbedarfe. Es ist daher wichtig, Betroffenen Raum und Zeit und vor allem eine große Bandbreite an Hilfen zur Verfügung zu stellen.

Starke Ängste, psychosomatische Probleme, selbstverletzendes Verhalten, Depressionen etc. sind einige der möglichen Folgen. Erlebte sexualisierte Gewalt kann auf der körperlichen, psychischen und kognitiven Ebene starke Spuren hinterlassen, Beziehungsprobleme verursachen und Berufs- und Bildungsbiografien negativ beeinträchtigen.

Mit guter und individuell angepasster Unterstützung können viele Folgen abgemildert und bewältigt werden. Das Leben wird nicht »verwirkt«, es wird erschwert. Gute Unterstützung orientiert sich an den Bedürfnissen von Betroffenen, respektiert ihre Selbstbestimmung und positioniert sich – ggf. auch öffentlich – für Betroffene. Betroffene haben ein Anrecht auf diese Unterstützung.

→ Wer tut so was? Sind die alle pädophil?

In 80–90 % der Fälle wird sexualisierte Gewalt an Kindern und Jugendlichen durch Männer oder männliche Jugendliche ausgeübt. Auch Frauen und jugendliche Mädchen üben sexualisierte

Gewalt gegen Jungen und Mädchen aus. Die Täter*innen kommen aus allen sozialen Schichten, es gibt kein besonderes Merkmal, das sie von anderen abgrenzt oder an dem sie zu erkennen sind.

In Gerichtsverfahren wird nur bei einem kleinen Prozentsatz der Täter*innen eine »Pädophilie« als »Störung der Sexualpräferenz« festgestellt. Beim Großteil der Taten spielt das keine Rolle. Trotzdem wird sexualisierte Gewalt an Minderjährigen oft automatisch mit Pädophilie in Verbindung gebracht und als eine Art »Krankheit« betrachtet. Dabei spielt auch die Vorstellung mit, sexualisierte Gewalt werde vor allem durch fremde Täter*innen begangen. Das ist oft ein Versuch, sexuellen Kindesmissbrauch aus dem eigenen Umfeld auszublenden, und kann auch den Blick darauf verdecken, dass sexualisierte Gewalt gegen Kinder und Jugendliche in allen Bereichen der Gesellschaft ausgeübt und verschleiert wird. In vier von fünf Fällen kommen die Täter*innen aus dem sozialen Nahbereich von Betroffenen.

Abgesehen davon ist das Sprechen von Pädophilie auch begrifflich irreführend. Nicht die Liebe zu Kindern, sondern die Ausübung von Gewalt ist das Problem und Pädophilie ist auch nicht gleichbedeutend mit Täter*in werden. Passender wäre hier der Begriff Pädosexualität bzw. im entsprechenden Kontext wie z.B. im Bereich der organisierten Kriminalität der Begriff Pädokriminalität.

Sexualisierte Gewalt gegen Minderjährige kann auch ein Ausdruck und Missbrauch von struktureller Macht sein oder durch diese begünstigt werden. Der Abbau von starren Hierarchien, z.B. im Geschlechter- und Generationenverhältnis, aber auch in strukturellen Über- und Unterordnungsverhältnissen ist daher ebenso wichtig wie eine gesellschaftliche Aufarbeitung sexuellen Kindesmissbrauchs in der Vergangenheit, um sexuelle Gewalt gegen Kinder und Jugendliche und deren Folgen zu bekämpfen.

→ Therapieren oder einfach wegsperren?

Es gibt in Deutschland in beschränktem Ausmaß Angebote der Beratung und Therapie für Personen, die Täter*innen geworden sind, oder solche, die sich sexuell zu Kindern hingezogen fühlen. Die meisten Therapien werden im Rahmen von gerichtlichen Auflagen nach einer Verurteilung durchgeführt. Es gibt weitere Angebote der Täter*innenarbeit z.B. auch mit Jugendlichen. Sie alle sollen dazu beitragen, die Anzahl der Kinder und Jugendlichen, die von sexualisierter Gewalt betroffen werden, zu reduzieren. Der Fokus der Fachberatungsstellen, die durch die BKSF vertreten werden, liegt hingegen auf der Unterstützung von Betroffenen und ihren Umfeldern. Leider sind diese Strukturen bundesweit nicht

ausreichend staatlich finanziert und es gibt große Versorgungslücken.

Für eine notwendige Verbesserung der Strafverfolgung von Täter*innen sind viele Faktoren zu berücksichtigen. Trotz der in den vergangenen Jahren eingeführten Veränderungen sind die Verfahren oft sehr belastend, weil z.B. die Glaubhaftigkeit der Aussagen von Betroffenen aufgrund der in Deutschland derzeit angewandten Verfahren der Aussagepsychologie nicht nachgewiesen werden kann. Diese Hürden müssen gesenkt werden.

Oft werden im gesellschaftlichen Diskurs auch Forderungen nach Vergeltung, systematischem Wegsperrern und harten Strafen laut. Sexualisierte Gewalt ist aber viel zu verbreitet und zu komplex für einfache Lösungen, die oft rechtsstaatlichen Prinzipien widersprechen. Solche Forderungen können außerdem auf manche betroffenen Kinder abschreckend wirken. Viele stehen dem*der Täter*in nahe und haben ambivalente Gefühle. Sie wünschen sich vor allem ein Ende der Gewalt.

Die allermeisten Fälle von sexualisierter Gewalt gegen Kinder erreichen das Justizsystem nie bzw. führen dort zu keiner Verurteilung der Täter*innen. Insgesamt kann das Problem sexualisierter Gewalt folglich nicht allein über das Justizsystem gelöst werden. Es sind vielmehr vielfältige Präventions- und Schutzmaßnahmen erforderlich, um sexualisierte Übergriffe auf Kinder und Jugendliche zu verhindern, zu beenden und um Wiederholungstaten zu vermeiden. Das gesamtgesellschaftliche Problem muss auch als solches bearbeitet werden. Neben dem Abbau von gesellschaftlichen Hierarchien gehören dazu flächendeckende Präventionsangebote, eine bedarfsgerechte Hilfsstruktur, niedrigschwellige Beratungs- und Therapieangebote, Schutzkonzepte und Interventionswissen in allen Einrichtungen, in denen sich Kinder und Jugendliche aufhalten und vieles mehr. Besonders wichtig für das Wahrnehmen – sowohl von Anbahnung sexualisierter Gewalt gegen Kinder und Jugendliche als auch von betroffenen Kindern und Jugendlichen selbst – und das Wissen über professionelle Hilfsmöglichkeiten sind eine gesamtgesellschaftliche Sensibilisierung für das Thema und eine Entstigmatisierung von Betroffenen.



