

Initiative „antisexistisch kneipen“

Deckelt Sexismus!

Bierdeckel-Kampagne gegen sexuelle Gewalt an Frauen

Anlass

Wieder einmal wurde eine Frau vergewaltigt. Obwohl sie sich schon in ein Taxi gerettet hatte, zerrte der Täter sie wieder heraus – für den Taxifahrer kein Grund zu helfen, er fuhr einfach davon. Die Frau flüchtete weiter durch die halbe Innenstadt, doch niemandem schien etwas auffällig genug, um zu helfen. Später wurde bekannt, dass die Belästigungen durch den Täter bereits in einer Kneipe begonnen hatten, weshalb die Frau die Kneipe verließ. Auch hier hatte aber offenbar keine der anderen Gäste den Vorfall zum Anlass genommen, um einzuschreiten.

Dieser Fall geschah in Göttingen und wurde zufällig durch die lokalen Medien öffentlich, denn die Frau war so mutig und erstattete Anzeige. Doch es ist bekannt, dass die Dunkelziffer bei sexuellen Übergriffen und Vergewaltigungen deutlich höher ist, als es in offiziellen Statistiken geführt wird.

Der geschilderte Vorgang ist – obwohl ein Einzelfall – leider keine Ausnahme. Nicht nur, dass er sich so oder so ähnlich in jeder anderen Stadt hätte abspielen können. Tatsächlich nimmt eine nicht unerhebliche Zahl (ca. ein Drittel) aller Vergewaltigungen in der Öffentlichkeit ihren Anfang – Gaststätten und Kneipen gehören dazu. Nicht ungewöhnlich ist auch, dass sexuelle Belästigungen und Übergriffe zwar in öffentlichen Räumen vorkommen, eine Reaktion oder Intervention der anwesenden Dritten aber meist nicht erfolgt. Dies auch, wenn Übergriffe im wahrsten Sinne offensichtlich sind.

So bleibt die allorts geforderte gesellschaftliche Zivilcourage auch für den Bereich sexuelle Gewalt eine leere Formel. Obwohl in der Öffentlichkeit Vergewaltigungen einvernehmlich und in aller Deutlichkeit verurteilt werden, werden konkrete Situationen, die ein Handeln erforderlich machen (könnten), meist als uneindeutig und mit nur geringem Aufforderungscharakter erlebt. Dies nicht zuletzt, weil übergriffiges Verhalten gegenüber Frauen nur selten von anwesenden Dritten überhaupt als solches bewertet wird. Die heterosexuelle Matrix legt nämlich nahe, dass Frauen und Männer in ihrer angeblich ganz

bestimmten Art für einander bestimmt seien und ihre Umgangsweisen ausschließlich zu ihrer Privatsphäre gehören sollten. Sexuelle Belästigungen und Übergriffe von Männern sowie abweisende Reaktionen der Frauen werden sogar häufig als gewöhnliches Flirtritual abgetan. Doch auch wenn übergriffiges Verhalten als „zu weit gehend“ erlebt wird, bleibt die Bereitschaft, sich noch während dieses Vorfalles zu positionieren und gegebenenfalls einzumischen, in der Regel aus – manchmal vielleicht auch aus Unsicherheit.

Ziele

Mit der Kampagne wollen wir einen Beitrag leisten, für das Thema sexuelle Übergriffe gegen Frauen in öffentlichen Räumen - und möglicherweise folgende Vergewaltigungen - zu sensibilisieren sowie das Auftreten und die Duldung sexueller Gewalt gegen Frauen zu reduzieren.

Durch Hinweise sollen Reflektionen angeregt werden, welche Verhaltensweisen gegenüber Frauen bereits Übergriffe darstellen (können). Daneben soll die Kampagne durch die beispielhafte Nennung von Handlungsoptionen ermutigen und auffordern, sich frühzeitig in sexuell übergriffige Situationen einzumischen – insbesondere indem die belästigte Frau angesprochen und ihr ggf. Hilfe angeboten wird. Ziel ist es, in die herrschende Toleranz von sexueller Gewalt gegen Frauen zu intervenieren.

Die Kampagne spricht bewusst die klassische Rollenzuweisung "Täter = Männer" und "Opfer = Frauen" an, obwohl sexualisierte Gewalt auch jenseits solcher Geschlechterzuschreibungen in vielfältigen Formen ausgeübt und erfahren wird. Durch eine gezielte Konzentration auf einen wesentlichen Bereich gesellschaftlicher Realität und durch den Verzicht auf weitere Differenzierungen soll in der vorliegenden Kampagne die Prägnanz und damit die Wirksamkeit des Materials erhöht werden.

Methode und Material

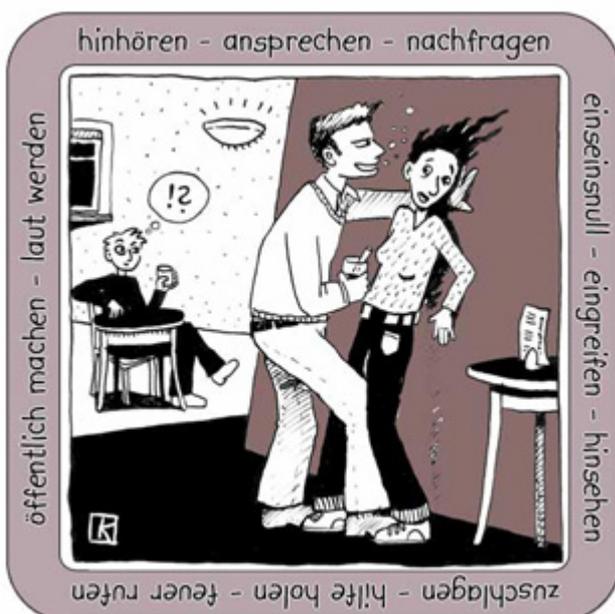
Indem Bierdeckel mit antisexistischem Inhalt in Gaststätten und Kneipen eingesetzt werden, können die Themen Vergewaltigung und sexuelle Übergriffe

genau an diejenigen Orte gebracht werden, um die es uns mit dieser Kampagne geht. Mit Hilfe des Comic-Designs soll sich das ernste Thema in verschiedene Kneipenkontexte leichter einbinden lassen.

Die Bierdeckel sollen irritieren ohne zu verunsichern oder zu verschrecken. Sie sollen Anlass für ein Gespräch zum Thema sein ohne sich massiv aufzudrängen. Sie sollen niedrigschwellig ansprechen ohne auf Sachlichkeit zu verzichten.

Bierdeckel-Vorderseite

Die Vorderseite des Bierdeckels ist jeweils mit einem von vier verschiedenen Comic-Motiven bedruckt. Die Themen stellen – teils uneindeutig hinsichtlich des Bedrohungspotentials – Szenen im Kneipenkontext dar, bei denen jeweils eine Frau sexuell belästigt oder Opfer eines Übergriffs wird oder werden könnte. Eine ebenfalls anwesende dritte Person dient als Identifikationsfigur, die die Situation interpretiert oder bereits interveniert. Die Motive wurden exklusiv für diese Kampagne von Ka Schmitz (www.ka-comix.de) gezeichnet.



Bierdeckel-Rückseite

Auf der Rückseite der Bierdeckel werden durch einen einheitlichen Text die Comic-Szenen klar in einen antisexistischen Kontext gestellt. Kurz wird das Problem von sexualisierter Gewalt beleuchtet, die nicht immer trennscharf zu alltäglich beobachtbaren Umgangsformen zwischen Männern und Frauen abgebildet werden kann. Die LeserInnen sollen durch wenige Impulse auch für ambivalente Signale und niedrigschwellige Übergriffe, die in Einzelfällen auch in Vergewaltigungen münden können, sensibilisiert werden. Auch wird auf die Notwendigkeit zur Intervention durch Dritte verwiesen, falls sie eine sexuelle Belästigung wahrnehmen oder eine entsprechende Eskalation vermuten. Der Text endet mit einem eindeutigen Appell an die LeserInnen, sich angesprochen zu fühlen, Verantwortung zu übernehmen und sich gegebenenfalls angemessen einzumischen – auch wenn das bisher für sie ungewohnt war.

Bierdeckel-Umrandung

Auf der Vorder- und Rückseite des Bierdeckels laufen als einheitliche Umrandung Beispiele für Interventionen und Handlungsoptionen. Die Zusammenstellung soll anregen, eine situationsangemessene Intervention zu wählen und dabei auch kreativ zu sein. Die Beispiele sollen neben den Comics auch ermutigen, gegebenenfalls entschlossen vorzugehen. Die Hintergrundfarbe der Umrandung auf der Rückseite entspricht jeweils der auf der Vorderseite.

No Label und Creative Commons

Auf den Bierdeckeln befindet sich bewusst kein Label oder Hinweis, von wem die Bierdeckelkampagne konzipiert wurde. Nicht zuletzt auf diese Weise soll es vielen anderen Basisinitiativen, Gruppen und Institutionen erleichtert werden, diese Kampagne zu unterstützen und zu ihrer eigenen zu machen. Es geht um Inhalte und nicht um Werbung für ein bestimmtes Projekt gegen sexuelle Gewalt an Frauen.

Dieses Konzept sowie die graphischen und Textelemente der Bierdeckel unterliegen der Lizenz Creative Commons by-nc-nd 2.0

(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de>):

1. Kopien sind erlaubt, wenn die Namen der Autorinnen und die Lizenz genannt werden,
2. kommerzielle Nutzung ist nicht erlaubt,
3. Bearbeitung, Abwandlung oder Veränderungen sind nur nach vorheriger Absprache mit den Autorinnen erlaubt.



Autorinnen:

Konzept und Text: Initiative "antisexistisch kneipen"

([antisexistischkneipen\[at\]web.de](mailto:antisexistischkneipen[at]web.de))

Illustration: Ka Schmitz (www.ka-comix.de)

Kosten und Bestellung

Die erste Auflage von 30.000 Bierdeckeln war bald vergriffen. Die Initiative "antisexistisch kneipen" findet es prima, dass sich daraufhin einige Menschen in Berlin zusammen taten und weitere Bierdeckel drucken ließen.

(**Hoffentlich noch**) Aktuelle Bestellmöglichkeit:

<http://antisexistischebierdeckel.wordpress.com/>

Kontakt

Rückmeldungen, Kritik zum Konzept, Fragen zur Lizenz u.ä. gerne an:

antisexistischkneipen@web.de

*(Post: Initiative "antisexistisch kneipen", c/o Schöner Leben Göttingen,
Buchladen Rote Straße, Nikolaikirchhof 7, 37073 Göttingen)*

Bestellung von Bierdeckeln:

siehe oben