



Angesichts wachsender Unsicherheit für Jugendliche auf dem Arbeits- und Ausbildungsmarkt und einer zunehmenden Gewaltproblematik mag die Beschäftigung mit Sexualität im Rahmen der Berufsausbildung schnell unter den Verdacht des Exotischen geraten. Ein nüchterner Blick auf die soziale Realität und den Arbeitsalltag der Jugendlichen zeigt aber unmittelbar den Bedarf an einer geschlechts- und schichtspezifischen Sexualaufklärung in Beruf und Ausbildung.

Sexueller Mißbrauch und Neue Medien waren die Themenschwerpunkte des FORUM Sexualaufklärung 1997. Insbesondere zu diesen Themen, aber auch zu anderen Bereichen der Sexualaufklärung, haben wir für die letzte Ausgabe dieses Jahres viele Kurzbeiträge, Hinweise und Materialien für die INFOTHEK erhalten, die wir hier gern veröffentlichen. Wir würden uns freuen, wenn unsere Leser und Leserinnen dieses Forum weiterhin so intensiv nutzen würden, um ihre Angebote publik zu machen.

Eberhard Wolz und Arno Schöppe berichten in diesem Heft über erste Auswertungsergebnisse des Pro Familia-Projekts SEXTRA. Sie binden ihre praktischen Erfahrungen ein in einen Beitrag, der sich grundlegend mit drängenden Fragen und mit Gedanken zu einer Theorie der Sexualberatung via Internet befaßt.

Der Freiburger Psychologe Jörg Fichtner gibt einen kurzen Überblick über aktuelle Ergebnisse einer wissenschaftlichen Begleitforschung zum Projekt „Geschlechtsspezifische Sexualpädagogik für Jugendliche in Berufsausbildung und Berufstätigkeit“.

1997 wurde die Abteilung 4 der BZgA, zu der die Sexualaufklärung gehört, um das Referat Familienplanung erweitert. Innerhalb dieses Referats werden derzeit Broschüren zu Partnerschaft und Kinderwunsch, zur Anfangsphase der Elternschaft sowie ein Medienpaket „Ungewollte Kinderlosigkeit“ entwickelt. Wir werden im kommenden Jahr das FORUM Sexualaufklärung um den Themenbereich Familienplanung erweitern und sowohl die konzeptionellen Grundlagen als auch diese neuen Medien ausführlich vorstellen.

Ihre Redaktion

Geschlechtsspezifische Sexualpädagogik in Betrieb und Berufsausbildung

Angesichts wachsender Unsicherheit für Jugendliche auf dem Arbeits- und Ausbildungsmarkt (z.B. BERTRAM 1994, HAHN 1996) und einer zunehmenden Gewaltproblematik (BRÜNDEL/HURRELMANN 1994, LAMNECK 1995, MANSEL 1996) mag die Beschäftigung mit Sexualität im Rahmen von Berufsausbildung schnell unter Exotismus-Verdacht geraten. Ein nüchterner Blick auf die soziale Wirklichkeit der Jugendlichen in Beruf und Ausbildung verweist aber unmittelbar auf einen schichtspezifischen Bedarf an Sexualpädagogik. Jugendliche im Beruf machen im Vergleich zu GymnasiastInnen frühere und andere sexuelle Erfahrungen; gleichzeitig ist ihre Informiertheit über Sexualität und Schwangerschaft geringer, die elterliche Unterstützung weniger ausgeprägt, der Zugang zu Verhütungsmitteln problematischer und, im Rahmen eines insgesamt risikoreicheren Gesundheitsverhaltens, auch die Sexualität mit mehr Risiken verbunden (FUCHS 1995, SCHMIDT/KURRAT 1993, HELFFERICH 1994, BZGA 1995, BZGA 1996). Anders ausgedrückt: Der (gegenüber GymnasialschülerInnen) frühere Zugang von Auszubildenden zur Erwachsenenwelt und damit zu ökonomischem Kapital muß mit erheblichen Einbußen beim kulturellen und Bildungskapital, gerade im Hinblick auf eine selbstverantwortete Gestaltung von Sexualität, bezahlt werden.

Die Freiburger Pro Familia entwickelte im Rahmen eines – von der Bundeszentrale in Auftrag gegebenen – dreijährigen Modellprojekts von März 1994 bis Dezember 1996 Ansätze und Praxishilfen für die „Geschlechtsspezifische Sexualpädagogik bei Jugendlichen in Beruf und Berufsausbildung“. Ein solches sexualpädagogisches Angebot kann zum einen helfen, die angedeuteten strukturellen Benachteiligungen auszugleichen, und zum anderen damit vielleicht auch ein wenig Handlungskompetenz im Hinblick auf die eingangs genannten „Hauptprobleme“ vermitteln: bessere Kenntnisse zur Familienplanung, gerade in einer beruflich unsicheren Situation, und bessere Reaktionsmöglichkeiten auf Gewalttätigkeit, wo sie als sexuelle Gewalt auftritt. Die Abteilung für Medizinische Soziologie der Universität Freiburg übernahm die wissenschaftliche Begleitung des Modellprojekts, deren Ergebnisse im folgenden dargestellt werden.

Variierende Rahmenbedingungen

Die Arbeit mit dieser Zielgruppe setzt voraus, sich strukturell recht flexibel an deren spezifischen Zeitrahmen anzupassen. Dies gilt für die Gewinnung zur Teilnahme nicht weniger als für die eigentliche Veranstaltungsdurchführung.

(siehe Tabelle 1)

1 Teilnahme	angefragte Institutionen	Kontaktierung Zahl/Monate	teilnehmende Institutionen	Gruppen/Klassen	Teilnehmer/-innen
Betriebe	24	7/6	7	10	142
Berufsschule	11	6/4	7	14	164
Jugendzentrum	25	4/5	4	5	53
Vergleichsgruppe	* 3	*/*	3	3	38
Gesamt	63	6/5	21	32	397

*gesonderte Rekrutierung; Zugang nicht vergleichbar

Anfangs erschien die Zusammenarbeit wenig erfolgversprechend: Die durchschnittliche Zahl der Kontakte als auch die mittlere Dauer der Kontaktierung lagen gerade bei Betrieben und – eingeschränkt – auch bei Berufsschulen deutlich höher als bei Jugendzentren. Trotzdem nahmen nur je sieben von den angefragten 24 Betrieben bzw. elf Berufsschulen teil. Der Erfolg stellte sich dennoch in einem zweiten Schritt ein: Jeder Betrieb stellte durchschnittlich eineinhalb, jede Berufsschule gar zwei Gruppen, so daß sich die aufwendigen Vorarbeiten durchaus lohnten. Insgesamt nahmen so 306 Jugendliche aus der eigentlichen Zielgruppe,

53 aus Jugendzentren und 38 aus Gymnasien am Projekt teil.

Allerdings: Bei Gruppen aus Betrieben/Berufsschulen ist einerseits mit erheblich größeren Heterogenitäten zu rechnen als im schulischen oder im außerschulischen Bereich: Die TeilnehmerInnen weisen eine breitere Altersspanne auf, die Gruppengrößen variieren stärker, die Unterschiede im Bildungsniveau und bezüglich des religiösen bzw. kulturellen Hintergrunds sind ausgeprägter. Andererseits ist der Anteil an geschlechtshomogenen Gruppen entlang klassischer Männer- bzw. Frauenberufe deutlich höher.

(siehe Tabelle 2)

2 Rahmen	Betrieb	Berufsschule	Jugendzentrum	Vergleichsgruppen
Alter (Mittelwert/Min./Max.)	19/16/26	19/15/41	16/13/21	16/15/18
Gruppengröße (Mittelwert/Min./Max.)	17/8/27	14/5/22	12/4/17	14/9/17
Mädchenanteil	39%	57%	39%	62%
Veranstaltungsdauer (homogene/heterogene)	240/270 Min.	127/218 Min.	180/248 Min.	180/180 Min.

Schließlich zeigte sich, daß die geplante Veranstaltungsdauer von 180 Minuten in geschlechtshomogenen und 270 Minuten in heterogenen Gruppen gleich in zwei Richtungen nicht einhaltbar war: Auszubildende in Betrieben schienen an die Form der diskursiven Themenbearbeitung in ihrem Alltag so wenig gewöhnt, daß mehr Zeit je Thema eingeplant werden mußte. In Berufsschulen dagegen erwies sich der dortige zeitliche Rahmen als so restriktiv, daß Angebote gekürzt werden mußten; außerdem ergaben sich erhebliche organisatorische Probleme mit der Raumvergabe in diesen, durch unterschiedliche Klassen genutzten Schulräumen, so daß einige Einschränkungen und weiterer Zeitaufwand in Kauf genommen werden mußten.

Zielgruppenspezifische Bewertung

Diesem „Mehr an Aufwand“ steht allerdings auch ein entsprechendes Plus an Effekt gegenüber. Die stärkere In-

volviertheit und das ausgeprägtere Engagement der Jugendlichen aus Betrieben/Berufsschulen, das bei der Veranstaltungsbeobachtung durch die Begleitforschung schon erkennbar war, schlug sich auch in der deutlich besseren Benotung des Projekts durch die TeilnehmerInnen selbst nieder. Während die Bewertung des Projekts generell sehr gut ausfiel, nämlich trotz der Vergabe von Schulnoten von 1 – 6 ein Gesamtschnitt von 1,9 vergeben wurde, blieben deutliche Unterschiede: In fast allen erfragten Bereichen – behandelte Themen, Stimmung in der Gruppe, Art und Weise der Veranstaltungsdurchführung, zeitweilige Trennung in geschlechtshomogene Gruppen bzw. Durchführung in den bestehenden homogenen Gruppen und Eingehen der Sexualpädagogen auf Wünsche und Fragen – empfanden Auszubildende und BerufsschülerInnen das Angebot entweder näher an ihren Bedürfnissen oder im positiveren Kontrast zum Alltag als die anderen Jugendlichen.

(siehe Tabelle 3)

3 Noten	Betrieb	Berufsschule	Jugendzentrum	Vergleichsgruppen	Total*
Themen	1,9	1,8	1,9	2,6	1,9
Stimmung	1,6	1,9	2,1	2,2	1,9
Durchführung	1,8	1,8	2,0	2,1	1,9
Trennung	2,2	2,2	2,5	2,7	2,3
Eingehen auf	1,7	1,8	1,9	1,6	1,7
Total*	1,8	1,8	2,1	2,4	1,9

* „Total“ ist wegen unterschiedlicher Antworthäufigkeiten nicht Mittelwert der aufgeführten Noten

Geschlechtsspezifik

Der Aspekt des Projekts, der am schlechtesten bewertet wurde, betraf fatalerweise eines der Hauptanliegen: das geschlechtsspezifische Vorgehen. Der geschlechtsspezifische Ansatz implizierte, gemischte Gruppen zumindest zeitweise zu trennen. Gerade in einer Lebensphase, in der das Zu-

gehen auf den „signifikant anderen“ so identitätsstiftend ist, schien die Selbstvergewisserung im und am eigenen Geschlecht ein wichtiger erster Schritt, der durch das Projekt gefördert werden sollte. Allein, die Jugendlichen waren von dieser Trennung wenig begeistert, die ohnehin kritischen Jungen noch weit weniger als die Mädchen.

(siehe Tabelle 4)

4 Noten	Mädchen	Jungen
Themen	1,8	2,0
Stimmung	1,8	1,9
Durchführung	1,8	1,9
Trennung	1,9	2,6
Eingehen auf	1,6	1,8
Total	1,7	2,0

Noch prägnanter zeigte sich dieser Geschlechtsunterschied unter dem Einbezug einer zweiten Frage, nämlich der, ob die Jugendlichen von vorneherein in einer reinen Mädchen- oder Jungengruppe waren oder erst während der Veranstaltung getrennt wurden: Während Mädchen aus Mädchengruppen sowohl die Gesamtveranstaltung wie auch die Geschlechtshomogenität etwas besser bewertet haben als die anderen Mädchen, benoteten die Jungen aus gemischten Gruppen die Trennung weniger kritisch als die aus reinen

Jungengruppen; in bezug auf die Gesamtveranstaltung ergaben sich keine großen Unterschiede. Erklärbar wäre das so: Jungen erscheint das Fehlen von Mädchen wesentlich defizitärer als umgekehrt und auch wesentlich defizitärer, als es für sie real ist. Mädchen erleben diesen Aspekt weniger dramatisch, und er wird eher da verstärkt, wo Jungen einen größeren Einfluß auf sie haben. Beides spricht nicht unbedingt gegen das geschlechtsspezifische Vorgehen.

(siehe Tabelle 5)

5 Noten ...		Mädchen	Jungen
... für: getrennte Gruppen	aus homogenen Gruppen	1,84	2,98
	aus heterogenen Gruppen	1,90	2,40
... für: gesamte Veranstaltung	aus homogenen Gruppen	1,67	2,06
	aus heterogenen Gruppen	1,81	1,98

Positiv für diesen Ansatz spricht wiederum, daß es deutliche Unterschiede in der Bewertung durch Mädchen und Jungen in bezug auf die Veranstaltung gibt. Nicht nur die Gesamtbewertungen fallen unterschiedlich aus, sondern es deuten sich auch unterschiedliche Rezeptionsmuster an: Bei

den offenen Antworten heben Mädchen stärker als Jungen soziale Aspekte der Gruppe und der Leitung lobend hervor, während Jungen bei eher „technischen“ Gesichtspunkten wie Thematik und Methodik mit Mädchen gleichziehen oder sie gar überholen, obwohl sie sonst sparsamer mit Lob sind. (siehe Tabelle 6)

6 positive Kritik

	Mädchen	Jungen
Lob der Gruppenatmosphäre (allgemein, Offenheit in der Gruppe, Ungezwungenheit)	39%	31%
Aspekte der angebotenen Aktivitäten (Diskussion, Kreativität, Eigenverantwortung, Gruppenarbeit)	30%	20%
positive Anmerkungen zur Thematik (Verhütung, sexueller Mißbrauch, sonstige Themen)	18%	20%
positive Anmerkungen zur Methodik (Videos, Collagen, Anschauungsmaterial, sonstige)	20%	18%
Leitung (Eingehen auf Wünsche und Bedürfnisse der Gruppe; allgemeines Lob der Sexualpädagogen)	20%	11%

Nun drückte sich Geschlechtsspezifität nicht vor allem posthoc in der Bewertung aus, sondern zuerst und vor allem in der thematischen Anlage des sexualpädagogischen Vorgehens. Insgesamt war ein Katalog mit 31 Methoden zu fünf spezifischen Themengebieten erstellt worden (ausführlich in ELBERT/HOPFENGÄRTNER 1997). Von diesen Methoden wurden 19 signifikant unterschiedlich häufig bei Jungen bzw. Mädchen eingesetzt, und auch die Themensetzung differierte zwischen den Geschlechtern. Zum einen wurden die Themen ohnehin mit deutlich unterschiedlicher Gewichtung bearbeitet. Während „Freundschaft/Partnerschaft“ und auch „Familienplanung“ sehr häufig behandelt wurden, waren „Sexualität & Lust“ und mehr noch „seelische und körperliche Veränderungen während der Pubertät“ eher Randthemen. Diese Bearbeitungshäufigkeiten waren nun selbst wieder recht verschieden für Jungen und Mädchen. Mit Jungen wurden öfter einerseits Familienplanungsmethoden und andererseits lustvolle Seiten der Sexualität besprochen, mit Mädchen häufiger Fragen zu Freundschaft und die Problematik der sexuellen Gewalt.

Die Unterschiede kommen teilweise durch die Wahl der Jugendlichen selbst zustande, teilweise auch durch Vorgaben des sexualpädagogischen Teams (wie im Falle „Verhütungsaufklärung“ bei Jungen). Im Gegensatz zu oben zeigt sich unter thematischen Aspekten eine erheblich geringere Varianz in der Bewertung durch Jungen. In der Benotung der Mädchen fällt auf, daß die Thematisierung von sexueller Lust wesentlich schwieriger erlebt wird, als Aufklärung über Verhütungsmittel und -methoden. Zum einen könnten hier Bedarf und Herausforderung für geschlechtsspezifisches Vorgehen liegen, zum anderen spiegelt sich darin auch ein deutlicher Wunsch nach Informationen über Verhütung und vielleicht implizit auch Kritik daran, daß dieses Thema bei Mädchen nur an dritter Stelle stand. Bei den Jungen fällt auf, daß sich die „forcierte Freiwilligkeit“ beim Thema „Familienplanung“ nicht in schlechten Noten niederschlägt. Beides könnte dafür sprechen, daß die Freiräume des geschlechtsspezifischen Ansatzes gerade auch da nutzbar sind, wo vorher ebenso spezifische Defizite ausgemacht wurden. (siehe Tabelle 7)

7 Themen

	Mädchen		Jungen		Gesamt	
	Häufigkeit	Benotung*	Häufigkeit	Benotung*	Häufigkeit	Benotung*
Freundschaft/Partnerschaft	0,79	1,8	0,63	2,1	0,71	1,9
Familienplanung/Verhütung	0,50	1,5	0,61	2,0	0,57	1,8
sexuelle Gewalt/Miðbrauch	0,55	1,8	0,45	1,9	0,50	1,9
Sexualität/Lust	0,38	2,1	0,53	2,0	0,46	2,0
seelische/körperliche Veränderung	0,26	–	0,31	–	0,28	–

* der Thematik, wenn jeweiliges Thema zentral war

Daß die Rezeption selbst stark geschlechtsspezifisch geprägt ist, zeigt schließlich die Effektbewertung durch die Jugendlichen selbst. Von Jungen wie von Mädchen, die mit durchschnittlich 19 Jahren übrigens weitaus älter waren als ursprünglich projiziert, gaben zwei Drittel an, daß ihnen die Veranstaltung trotz des Alters noch „etwas gebracht“ hat.

Nur eben Unterschiedliches: den Mädchen vor allem Anregung, den Jungen vor allem Information. Ob dem allerdings durch entsprechende Angebote Rechnung getragen werden sollte oder gerade umgekehrt, ist eine der offenen Fragen, die den geschlechtsspezifischen Ansatz so spannend macht. (siehe Tabelle 8)

8 Effektbewertung	Mädchen	Jungen
... gab Anregung	55%	39%
... gab neue Information	69%	78%
... kam für mein Alter <u>nicht</u> zu spät	70%	64%

Als Fazit der Begleitforschung (ausführlich in FICHTNER/HELFFERICH 1997) läßt sich festhalten:

1. Sowohl bei der Veranstaltungsbeobachtung wie auch in der Bewertung durch die Jugendlichen selbst zeigte sich, daß das Projekt angenommen und genutzt wird. 80% würden wieder teilnehmen, nur 6% nicht. In dieser Hinsicht, wie auch in den sonstigen Bewertungen, schneidet das Angebot bei Auszubildenden und BerufsschülerInnen noch besser ab, als bei anderen Jugendlichen. Das liegt sicher teilweise an der relativen Exotik von Thematik und Bearbeitungsform im Vergleich zum Berufs- und Ausbildungsalltag; das Angebot trifft aber ebenfalls auf einen offensichtlich spezifischen Bedarf. Diesem gerecht zu werden, erfordert ein hohes Maß an struktureller und methodischer Flexibilität der Sexualpädagogik.
2. Auch das geschlechtsspezifische Vorgehen hat, trotz der kritischen Bewertung, nachweisliche Vorteile und deckt

einen Bedarf, da sich Geschlechtsunterschiede nicht zuletzt in der Nutzung eines solchen Angebotes zeigen. Daß gleichzeitig der Wunsch da ist, diese Differenz nicht als Distanz aufrechtzuerhalten, ist deswegen nicht weniger verständlich. Am produktivsten hatte es sich im Projekt erwiesen, wenn nach der Themenbearbeitung in reinen Jungen- bzw. Mädchengruppen eine Wiederzusammenführung der Gruppen in einem „moderierten Dialog“ stattfand, wenn also auf die Selbstvergewisserung noch ein Austausch zwischen den Geschlechtern folgte. Auf diese Weise hat sich dieses sexualpädagogische Angebot für die Zielgruppen in Betrieben und Berufsschulen als äußerst wirkungsvoll erwiesen.

Jörg Fichtner

Jörg Fichtner ist Dipl.-Psychologe und Psychotherapeut und forscht zur Zeit im Bereich Kontrazeptionsverhalten von Männern.

Literatur

BERTRAM, H. (1994): Youth: Work and unemployment – An European perspective for research. In: A. C. PETERSEN and J. T. MORTIMER (Eds.), Youth unemployment and society. University Press, Cambridge.

BRÜNDEL, H. und HURRELMANN, K. (1994): Gewalt macht Schule – wie gehen wir mit aggressiven Kindern um? Droemer Knauer, München.

BZGA (1995): Einfluß neuer gesetzlicher Regelungen auf das Verhütungsverhalten Jugendlicher und junger Erwachsener. BZGA, Köln.

BZGA (1996): Sexualität und Kontrazeption aus der Sicht der Jugendlichen und ihrer Eltern. Kurzzusammenfassung der Ergebnisse. Eine Wiederholungsbefragung im Auftrag der BZGA. BZGA, Köln.

ELERT, A. und HOPFENGÄRTNER, G. (1997): Arbeitshilfen „Geschlechtsspezifische Sexualpädagogik in Betrieben und Berufsschulen“. Pro Familia, Freiburg.

FICHTNER, J. und HELFFERICH, C. (1997): Geschlechtsspezifische Sexualpädagogik unter besonderer Berücksichtigung von Jugendlichen in Berufsausbildung und Berufstätigkeit sowie ihrer Betreuungspersonen. Forschungsbericht. BZGA, Köln.

FUCHS, W. (1985): Jugend als Lebenslaufphase. In: Jugendwerk der Deutschen Shell (Hrsg.): Jugendliche und Erwachsene '85 – Generationen im Vergleich. Leske und Budrich, Opladen, Bd. 1, S. 195–264.

HAHN, T. (1996): Jugendliche Arbeitslose zwischen sozialer Ausgrenzung und individuellen Integrationsbemühungen. In: MANSEL, J. und KLOCKE, A. (Hrsg.). Die Jugend von heute – Selbstanspruch, Stigma und Wirklichkeit. Juventa, Weinheim.

HELFFERICH, C. (1994): Jugend, Körper und Geschlecht. Die Suche nach sexueller Identität. Leske und Budrich, Opladen.

LAMNEK, S. (1995): Jugend und Gewalt. Devianz und Kriminalität in Ost und West. Leske und Budrich, Opladen.

MANSEL, J. (1996): Jugendliche Gewalttäter oder „... zählt auch, wenn ich meinem kleinen Bruder Spielsachen wegnehme?“. In: MANSEL, J. und KLOCKE, A. (Hrsg.). Die Jugend von heute – Selbstanspruch, Stigma und Wirklichkeit. Juventa, Weinheim.

SCHMIDT, G. und KURRAT, S. (1993): Schichtunterschiede. In: SCHMIDT, G. (Hrsg.). Jugendsexualität. Sozialer Wandel, Gruppenunterschiede, Konfliktfelder. Enke, Stuttgart.

Sexualberatung im Internet im Zeitalter des digitalen Wissens

Eine der bedeutendsten gesellschaftlichen Entwicklungen unserer Zeit stellt ohne Zweifel das weltweite Internet dar. Fachleute reden neuerdings vom Übergang des Industriezeitalters in das Informationszeitalter und vom Übergang der Produktionsgesellschaft in eine Wissensgesellschaft (DRUCKER 1993; NONAKA/TAKEUCHI 1997). Entsprechend wird die Bedeutung der Computerkommunikation rasant ansteigen. Die Behauptung, daß sich hierdurch die Erlebniswelt und die Sinndeutungen von Jugendlichen gegenüber früheren Generationen verändern, ist trivial. Ob sich die Änderung in familiär oder gar gesellschaftlich erwünschten Bahnen vollzieht, erscheint dagegen keineswegs trivial. Herkömmliche sinnstiftende Institutionen wie Elternhaus, Peergroup, Schule, Kirche usw. stehen zunehmend unter dem Problemdruck, sich mit dieser neuen Konkurrenz auseinanderzusetzen. Die Phantasie reicht nicht aus, sich auch nur annähernd vorzustellen, welcher Horizont von Lebensdeutungen, ideologischen Überzeugungen und Kommunikationsanforderungen sich hier auftut.

Das Motto des digitalen Zeitalters: „click here“

Eine Firma „Bleibtreu“ bietet für ein paar Mark („Frauen kostenlos“) eine Mitgliedschaft in einer Partnervermittlung an, in der „Seitensprünge“ („ganz in Ihrer Nähe“) vermittelt werden. 123.000 Treffer verzeichnet eine Suchmaschine auf eine Anfrage nach Angeboten zum Thema Astrologie. Die „Scientology Kirche“ vermeldet auf einer ihrer vielen HomePages stolz einen weltweiten Anstieg Ihrer „Missionen“ von vier auf 2.318 in den letzten vier Jahrzehnten, lädt freundlich zu einer kleinen unverbindlichen online-Befragung ein („click here for a FREE information pack“) und bietet nebenbei die „Lösung der Drogenprobleme“ per Mouse-Click, einfacher geht's nicht. Eine schwul-lesbische Jugendgruppe bietet ein „coming-out-forum“: „Schwulsein ist schön, freu Dich darauf! Und vor allem: Trau Dich.“

Wer durch das Pornouniversum surft, wird keine Grenzen finden. Das Angebot ist ebenso vielfältig wie unüberschaubar. Bilder, hochaufgelöst, Videos, Bestellzubehör, Stories, Talks, Telefonsex aus allen Sektoren sexueller Devianz für ein paar Dollars Mitgliedsbeitrag. Ein paar frei zugängliche Exempel der Kunstfertigkeit des Fotografen und dann: „Join here.“ Auch Aufklärung findet sich in einem Heim-Gynäkologie-Kurs von Dr. „Jungfernhütchen“, der anhand einer Querschnittzeichnung der weiblichen Körpermitte per Mouse-click nackte Tatsachen aus der Makroperpektive präsentiert. Bei dieser Gelegenheit erfährt der Bildungsbeflissene, wozu die einzelnen Körperöffnungen dienen, etwa folgendermaßen: „The Poop Chute (hoch-

deutsch: Heckrutsche) or „asshole“ facilitates the elimination of solid waste matter from the body. Sexual exploration of the rectum ...remains widely practiced among many world cultures, including isolated areas of West Virginia and Georgia.“

Auf die Spitze getrieben werden die Vernetzungsmöglichkeiten des Internet, wenn auf einer „Sado-Maso-Top-fifty-Hit-Page“ auch gleich ein Link zum „National Center for Missing and Exploited Children“ prangt, mit der Bitte um die tätige Mithilfe bei der Suche nach vermißten Kindern (etwa 2.000 werden hier mit Bild für die USA aufgeführt).

So erscheint es nicht verwunderlich, daß die mit Abstand meistgewählten Suchbegriffe für Anfragen im Internet aus dem Bereich der Sexualität stammen. Die folgende Rangfolge der Suchbegriffe, beispielsweise, ist einer Untersuchung der focus-online-GmbH entnommen. An erster Stelle steht der Begriff „Sex“. Die weitere Rangfolge mit abnehmender Häufigkeit: 2. nude 3. monkey 4. pictures 5. com 6. adult 7. free 8. www 9. chat 10. software 11. university 12. naked 13. xxx 14. porn 15. porno 16. http 17. women 18. windows 19. girl 20. news 21. games 22. gay 23. pussy 24. music 25. erotic.

Allein diese Rangfolge dokumentiert, wie wichtig eine verstärkte Präsenz von „seriösen Alternativen“ im Internet zum Themenbereich Sexualität wäre. Untersuchungen auf diesem Gebiet liegen derzeit nicht vor. Dieser Mangel unterstreicht die Aktualität der in diesem Zusammenhang von den Autoren im Auftrag der BZgA begonnenen Expertise „Sexualaufklärung im Internet. Kommunikations- und Beratungsformen via eMail“. Sie soll vornehmlich einer „Theorie der Internetberatung“ Datenmaterial und Reflexionsstoff liefern. Die Zuwachsraten auf dem Internetmarkt heben aber auch die Dringlichkeit hervor, Beratungsangebote im Internet zu etablieren, die ihren Namen auch verdienen. Umfragen bestätigen, daß ein überraschend hoher Anteil der Nutzer der Internetangebote Jugendliche und junge Erwachsene sind. Sie stellen nach wie vor die wichtigste Zielgruppe der Sexualpädagogik und Sexualaufklärung.

Vorgeschichte: Das Projekt SEXTRA

Auf der Suche nach Möglichkeiten, die sexualpädagogische Kompetenz von Pro Familia zielgruppengerecht und öffentlichkeitswirksam auf den Markt zu bringen, wurde im Herbst 1994 das Medienprojekt SEXTRA ins Leben gerufen. Hierbei wurden unter anderen folgende Ziele angestrebt: Die Initiatoren wollten zögernde Jugendliche und potentielle Klienten ansprechen, die die verbale face-to-face-Kommunikation scheuen und die Beratungsstellen vor Ort aus Schwellenangst meiden. Darüber hinaus sollten Informations-

angebote, die zum impliziten Repertoire eines professionellen Beraters gehören, also sexuologische, juristisch-soziale und medizinische Wissensbestände, explizit gemacht und als „Bürgerservice“ angeboten werden. Hierdurch konnte gleichzeitig, quasi unter der Hand, ein breitangelegter empirischer Gewinn angestrebt werden. Aktuelle Trends bei Jugendlichen zum Thema Sex und Schwangerschaft würden zugänglich und flößen zurück in das professionelle Wissen der Berater. Durch die Publizität dieses Medienprojekts sollte außerdem eine Vernetzung bestehender „seriöser“ Beratungsangebote entwickelt und verwirklicht werden. Das laufende Projekt SEXTRA beinhaltet drei unterschiedliche Medienswerpunkte:

• Die Radiosendung SEXTRA

In Zusammenarbeit mit dem Süddeutschen Rundfunk (SDR3) wird derzeit einmal in der Woche ein SEXTRA-Radiobeitrag gesendet. Die einzelnen Sendungen wenden sich an Jugendliche mit Themen wie: Verhütung, Liebeskummer, Scham und Peinlichkeit, Kontaktanzeigen, Geschlechtskrankheiten u.v.a.m. Vier Pro Familia-Mitarbeiter und fünf Redakteure des Senders gestalten das Programm und dienen als Ansprechpartner (SEXTRA-Telefon) für die Jugendlichen.

• Eine Telefonberatung für Radiohörerinnen und -hörer

Die Telefone der Pro Familia-Beratungsstellen sind an zwei Tagen in der Woche für Hörerinnen und Hörer der SEXTRA-Sendungen freigeschaltet. Die Gespräche werden von den Beratern persönlich entgegengenommen, unabhängig von den SDR-Sendungen. Vier weitere Pro Familia-Mitarbeiter unterstützen die Telefonberater durch Fachinformationen und Supervision.

• Informations- und Beratungsangebote im Internet

Vor gut einem Jahr haben sich die Pro Familia-Landesverbände Baden-Württemberg, Bayern, Schleswig-Holstein und jetzt auch Nordrhein-Westfalen auf zwei Servern einen Platz (<http://www.profa.de>) im Internet eingerichtet. Auf mittlerweile 45 Webseiten werden die Aktivitäten von Pro Familia präsentiert und Fachinformationen angeboten. Sie beinhalten auch eine Frage-und-Antwort-Seite (www.profa.de/sexta.htm), die zu eigenen Fragen zum „Thema Nr. 1“ stimulieren soll. Dort ist die Möglichkeit geboten, direkt via eMail Fragen zu stellen.

Des Weiteren findet der Benutzer eine „Verhütungstabelle“, eine Datenbank, die aktuelle Literaturhinweise bereithält, ein „Gästebuch“ für aktuelle und spontane Kommentare und eine Zusammenfassung häufig gestellter Fragen, sog. „Frequently Asked Questions“ (FAQs) und deren Antworten.

Aktuelle Erfahrungen mit der Internetberatung

Nach nunmehr zwei Jahren liegt eine Vielzahl von Erfahrungen mit der Kommunikationsform „Internetberatung“ innerhalb des Projekts SEXTRA vor. Die SEXTRA-Seite wurde im Laufe eines Jahres 25.000mal aufgerufen. Im gleichen Zeitraum erreichten uns etwa 4.000 eMail-Anfragen. Ca. 60% der Anfragen kommen von Männern. Das Alter reicht von 11 bis 50 Jahren; wobei der Altersschwerpunkt bei 25 Jahren liegt. Überwiegend stammen die Anfragen aus Deutschland, ca. 1 Prozent aus dem Ausland (Schweiz, Österreich und USA). Eine demographische Auswertung nach sozialem Status und geographischer Herkunft war bis dato nicht möglich. Auf Grund der Absenderadresse kann man allerdings vermuten, daß 50% der Ratsuchenden Studentinnen und Studenten sind.

Die inhaltlichen Schwerpunkte der eMails betrafen (mit abnehmender Frequenz):

1. medizinische Fragen, insbesondere zur Empfängnisregelung, der Geburt und der Anatomie der Sexualorgane. Auffallend ist die Unsicherheit der (jungen) Männer über das Aussehen, die Form und das „Funktionieren“ ihres Penis. Die Fragen waren oftmals so präzise und auch speziell, daß exakte Recherchen, auch durch Fachgremien, notwendig wurden;
2. Geschlechterbeziehung: Darstellungen von emotionalen Problemen mit der Bitte um Rat und Hilfe. Liebeskummer ist dabei das häufigste Problem;
3. Schwangerschaft sowie Schwangerschaftsabbruch und deren rechtliche, soziale und finanzielle Fragen;
4. sexuelle Abweichungen, Pornographie sowie sexualwissenschaftliche Erkenntnisse. Dabei fanden sich oft auch provokative und exhibitionistische Statements;
5. Kontaktwünsche mit anderen Institutionen und Selbsthilfegruppen und schließlich
6. eine Art von „Korrespondenzkommunikation“, Briefwechsel bis zu zehn eMails, die sehr persönlich und ausführlich über eine Lebenssituation geführt wurden.

Beratung als Problem

Die herkömmliche Auffassung von Beratung sieht ein Setting von Klient und Berater vor, das auf dem persönlichen Gespräch und der unmittelbaren Wahrnehmung basiert. Der Beratungsvertrag schließt eine Sequenz von mehreren Sitzungen ein, die verbindlich vereinbart und ggf. bezahlt werden. Die Konzentration auf eine abgegrenzte Stundenzahl ist Bestandteil der Beratungsmethode. Empathie – d.h. Verstehen, Einfühlen und Interpretieren – steht im Vordergrund. Dabei ist die Wahrnehmung von Äußerungen und Gesten des Ratsuchenden, das sog. „dritte Ohr“, unverzichtbar. Es führt zu einer tiefenpsychologisch orientierten Interpretation des Problems und erleichtert die Entscheidungsfindung im Beratungsprozeß. In der Psychoanalyse spielen Übertragung und Gegenübertragung eine wichtige Rolle. D.h. vertraute „Bilder“ von Personen und Lebenssituationen aus den Biographien der an der Beratung Beteiligten werden als methodisches Instrument genutzt. Sie können je nach Bedarf sofort in den Beratungsprozeß einfließen und unmittelbar „bearbeitet“ werden. Eine wichtige Rolle spielen neben der gezielt psychischen Beratung auch Informationsfragen mit sachlichen, juristischen, finanziellen oder medizinischen Inhalten. Insbesondere die sexualpädagogische Beratung zeichnet sich zudem dadurch aus, daß in der Regel mit Gruppen gearbeitet wird.

Internetberatung unterscheidet sich grundlegend hiervon. Die Klient-Berater-Diade bleibt zunächst traditionell. Unterschiede und Probleme ergeben sich vor allem in folgenden Dimensionen: Der kommunikative Kontakt ist in der Regel einmalig und unverbindlich, kontinuierliche Beratungssequenzen sind die Ausnahme. Die Kommunikation verläuft nicht zeitgleich synchron, sondern mit Zeitverzögerungen (asynchron). Das Medium Sprache ist nur denotativ verfügbar, konnotative Elemente, wie Emotionen oder ein erfragbarer Kontext usw., fehlen fast gänzlich. Dies bringt methodische Nachteile mit sich. Die Empathie des Beraters reduziert sich weitgehend auf sprachliche Floskeln, die mitfühlende Nähe symbolisieren sollen. Die Beobachtung des Klienten ist nur sehr eingeschränkt möglich. Seine emotionalen Ausdrucksformen und Selbsteinschätzungen bleiben weitgehend im dunkeln (abgesehen von sog.

„Smileys“). Übertragung und Gegenübertragung sind so nur schwer thematisierbar oder gar methodisch umsetzbar. Dies erfordert neue situative Analyse Kriterien für den Berater.

Hinzu kommt, daß Jugendliche das Internetangebot anders nutzen, als vom Anbieter intendiert. Die Kommunikation gewinnt weitere Dimensionen, etwa in der Form von „fake-mails“, das sind beleidigende, provozierende, experimentierende oder spaßige Wortbeiträge, die in der herkömmlichen Beratungssituation eher die Ausnahme darstellen.

Trotz dieser evidenten Nachteile eröffnet Internetkommunikation neue Perspektiven. Soviel ist klar: Via eMail ist ein persönliches Gespräch ausgeschlossen. Sich per eMail an einen Berater zu wenden, ähnelt dem Briefschreiben. Offensichtlich hat diese Kontaktmöglichkeit aber einen viel größeren Reiz als die „alte“ herkömmliche Post. Diese Art der Kommunikation kommt, aller Erfahrung nach, gerade Jugendlichen (Männern mehr als Frauen) besonders entgegen. Eine unmittelbare Wahrnehmung der Gesprächspartner ist nicht möglich. Der Internetbrief verbürgt eine hohe Anonymität, eine wichtige Komponente, bei so heiklen Dingen wie Liebe und Sexualität. Vielen dieser eMails merkt man an, daß sie in einer konkreten, akuten Notsituation ungekünstelt und unmittelbar dem Berater anvertraut wurden. Das Internet scheint überdies eine im besten Sinne des Wortes „demokratische“ Form der Kommunikation zu ermöglichen: Jeder spricht mit jedem, auch die üblichen Barrieren wie Alter, Titel oder Ansehen der Person entfallen. All dies erleichtert es, sich zu besonders heiklen, tiefgehenden, vielleicht auch peinlichen Themen zu äußern. Und selbst wenn die oberflächliche Sprache per Internet eher flapsig und salopp scheint – „zwischen den Zeilen“ kann ein geschulter Berater sehr viel vom seelischen Befinden des Absenders ablesen.

Psychologische Beratungskonzepte für das Medium Internet fehlen gänzlich. Vorhandene Konzepte beziehen sich derzeit ausschließlich auf die Bedürfnisse sozialen betrieblichen Consultmanagements. Das heißt auch, daß herkömmliche psychologische Supervisionskonzepte nicht greifen. Die Teilnahme am Medium Internet schafft neuen fachlichen Bedarf in Richtung journalistischer und EDV-Qualifikationen. Insofern gestaltet sich seine Handhabung vorläufig zeitintensiv. Trotzdem ist das aktuelle Beratungsangebot bis dato kostenlos, ein Problem, das der besonderen Aufmerksamkeit bedarf.

Auf dem Wege zu einer Theorie der Internetberatung

Eine Theorie der Internetberatung wird wohl in erster Linie als eine Kommunikationstheorie anzulegen sein. Damit ist sie gleichzeitig stark angelehnt an systematische Überlegungen im Bereich der Massenmedien. Die besondere Schwierigkeit einer solchen Theorie besteht darin, sie einerseits subjektlos, andererseits als Veränderung von Subjekten oder besser: psychischen Systemen zu konzipieren. Subjektlos deshalb, weil der klassische „Klient“, das „Gegenüber“ in der massenmedialen Beratungssituation nur mehr als unspezifische Umwelt bzw. als ein anonymes System in der Umwelt der Beratungskommunikation vorkommt, zwar als Beratungsadresse, aber nicht als spezifischer Adressat. Gleichzeitig beinhaltet die Erwartung an Beratung nach wie vor die Veränderung ihres Adressaten.

Die Situation ist paradox. Eine Theorie der Internetberatung muß mit diesem Paradox auf produktive Weise umgehen können. An dieser Stelle aktualisiert sich auch

gleichzeitig auf neuem Niveau die altbekannte Erziehungsparadoxie Kants, wonach die Frage gelöst werden muß, wie die selbstbestimmte Freiheit bzw. die Mündigkeit des Klienten durch den Einfluß von Beratungsmaßnahmen, also durch Fremdbestimmung, bewerkstelligt werden kann. In einer Theorie der „anonymen“ Internetberatung muß sich eine Erklärung des Fremdbestimmungsanteils zwangsläufig gegenüber der Betonung der Selbstbestimmung relativieren, da der Klient unverfügbar scheint.

Die bisherigen Erfahrungen mit der Beratung im Medium Internet legen die nachfolgenden Vermutungen nahe, die einer von den Autoren in Angriff genommenen wissenschaftlichen Untersuchung als Hypothesen dienen sollen:

1. Jugendliche haben in den letzten Jahrzehnten kulturell bedingt neue Kommunikationsgewohnheiten ausgebildet. Diese sind durch die neuen Medien vorstrukturiert und besitzen ihre eigene Formtypik: Schnelligkeit, Kürze, Aktualität, Unterhaltsamkeit, Abwechslung, Anonymität.
2. Das Internet löst das Paradox, Bedürfnisse nach individueller Anonymität (Abgeschlossenheit) in gemeinschaftliche Teilnahme (Aufgeschlossenheit) zu überführen, ohne auf eines von beiden verzichten zu müssen. Dies wird durch Temporalisierung und Medienbarrieren geleistet. Man kann sich Zeit nehmen für eine Frage bzw. Antwort und nötigenfalls „abschalten“. Der kulturell vorgeformte „Schambereich“ auf dem Themengebiet der Sexualität oder der rechtliche Graubereich von sexuellen Praktiken oder Schwangerschaftsabbruch bleibt durch das Medium Internet weitgehend geschützt bzw. abgeschirmt (hierin verbirgt sich wiederum ein Paradox, da die Teilnehmer freilich de facto technisch ermittelbar sind).
3. Asynchronität der Kommunikation via eMail macht Planung möglich, während die face-to-face-Beratungssituation von den Ressourcen des Augenblicks abhängig ist. Informationen können aus verschiedenen Quellen beschafft und in Form eines Wissenspools zusammengetragen werden. Dies macht Vernetzungen möglich und auch Zugriffe durch Interessenten, die nicht zur Beratungsklientel gehören (z.B. Wissenschaft; Aus- und Weiterbildung; interne Evaluation; betriebswirtschaftliche Marktanpassung; Innovationsmanagement). Redundanzen, Trends und Moden (vgl. FAQs: Frequently Asked Questions) werden sichtbar und stehen ohne zusätzliche Untersuchung zur Auswertung zur Verfügung.
4. Laien wird der Zugang zu Informationsbeständen der Beratung erleichtert. Dies führt zu einer „Demokratisierung“ von Beratungsangeboten. Jeder hat potentiell Zugang zu den Angeboten, auch Menschen, die aus Minderwertigkeitsgefühlen Beratung scheuen oder solche, die Entscheidungshilfen bei der Identifikation von Beziehungsproblemen benötigen. Auf diese Weise werden mittel- und langfristig „neue“ Zielgruppen erreicht.
5. Internetkommunikation entlastet langfristig die finanziellen Aufwendungen von Beratungsstellen bei „Routine“-Beratung, einerseits durch aktive Kostenbeteiligung der Ratsuchenden mittels Telefonabrechnungsverfahren, andererseits durch passive Kosteneinsparung bei der Verringerung der Personalkosten via Datenpoolbenutzung. Unter Routineberatung soll vornehmlich die Übermittlung von Informationen (z.B. Basisinformation zur Verhütung, aktuelle Gesetzeslagen, Angebote aus dem Büchermarkt) verstanden werden.
6. Internetberatung führt zu einer stärkeren Ausdifferenzierung (und mithin Auslastung) von qualifizierten Beratungsangeboten. Auf der einen Seite kann sich die herkömm-

liche personelle Beratung auf ihre originären Stärken konzentrieren, weil andererseits die informative Seite der Beratung als online-Wissensvermittlung ausgelagert werden kann (Wissensmanagement).

In welche Richtung bewegt sich die Beratung? Diese Frage ist sicherlich nicht durch Festhalten an „bewährten Konzepten“ zu beantworten. Zu vermuten ist, daß Internetberatung wahrscheinlich nie die personelle psychologische Beratung oder womöglich eine Psychotherapie ersetzen kann. Gleichwohl ist eine von uns projektierte online-Beratungstheorie und deren methodische Umsetzung eine Chance und Herausforderung, face-to-face-Beratung zu ergänzen und vor allem Ressourcen und Verweisstrukturen zur Bewältigung psychischer Probleme und prophylaktischer „Aufklärung“ (nicht nur) in der sexuellen Sphäre zu schaffen. Zu vermuten ist aber auch, daß die systematische Beschäftigung mit einem psychodynamischen Bereich, der durch technische Bedingungen so rigide eingegrenzt ist, wie der der Kommunikation via Bildschirm, liebgewordene Beratungsdogmen aufrütteln wird. Durch „click here“ werden Problemformulierungen wie auch Problemlösungen ihre herkömmliche Form von selbst verändern. Die Zukunft der Problembearbeitung via Internet wird sicherlich die Eigenverantwortung und Eigeninitiative des „Klienten“ (Users) herausfordern. Das derzeitige „Konsumerfüllungsinstrument“ Internet wird sich mit einiger Wahrscheinlichkeit bald auch in ein Werkzeug des Umgangs mit Sinngebungsfragen (im weitesten Sinne) ausdifferenzieren und weiterentwickeln.

Arno Schöppe, Eberhard Wolz

Dr. Arno Schöppe ist Wissenschaftlicher Assistent an der Universität der Bundeswehr Hamburg, Postfach 700822, 22008 Hamburg.

Eberhard Wolz ist Dipl.-Pädagoge und Geschäftsführer der Pro Familia-Beratungsstellen Tübingen/Reutlingen. Seine Anschrift: Internetredaktion der Pro Familia-Landesverbände, Hechinger Str. 8, 72072 Tübingen.

Literatur

- DRUCKER, PETER F.: Die postkapitalistische Gesellschaft. Düsseldorf 1993.
NONAKA, IKUJIRO/TAKEUCHI, HIROTAKA: Die Organisation des Wissens. Wie japanische Unternehmen eine brachliegende Ressource nutzbar machen. Frankfurt/New York 1997.

Ratgeber gegen Elternstreß

Gewalt gegen Kinder geschieht am häufigsten im unmittelbaren Lebensraum der Kinder, nicht selten im eigenen Elternhaus. Diesem Wissen trägt eine Broschüre der Bundesarbeitsgemeinschaft der Kinderschutz-Zentren e.V. Rechnung, die Eltern Rat gibt und ihnen Mut macht, sich in Krisensituationen an Freunde, Nachbarn oder Hilfeinrichtungen zu wenden.

Wohlthuend setzt sie an beim Klischee der heilen amerikanischen Fernsehfamilie. Einige Stichwörter zu Kinderlärm als Streßfaktor zwischen Nachbarn im Mietshaus und zur Wohnungssuche mit Kindern genügen, um dieses Klischee zu zerstören und die Leser all die Schwierigkeiten assoziieren zu lassen, die leider – zumindest im städtischen Raum – zur alltäglichen Realität geworden sind.

Die Broschüre wirft Fragen zu Lust und Last des Elternseins auf, zu eigenen Kindheitserfahrungen und den daraus resultierenden Erziehungszielen beider Eltern. Liebe, Fürsorge, Respekt, Anregung – die wichtigsten Bedürfnisse des Kindes werden in einprägsamen Sätzen beschrieben. Ein „Streßfragebogen“ gibt Auskunft über persönliche Streßmomente.

Der Wechsel von Information und Fragen bzw. „Tests“ macht die Lektüre dieses – zum Innehalten und zur Selbstreflexion anregenden – Ratgebers sehr kurzweilig. Wertvoll ist sicher auch eine Tabelle zur Analyse und Planung des Tagesablaufs, die helfen soll, Zeit realistisch einzuteilen um das Gefühl, „nichts richtig zu schaffen“, zu vermeiden. Die Broschüre endet mit Hinweisen auf Adressen, die weiterhelfen, „wenn alles schief läuft.“ Sie kostet 3,00 DM zzgl. Portokosten.

Bestelladresse:

Bundesarbeitsgemeinschaft der Kinderschutz-Zentren e.V., Spichernstr. 55, 50672 Köln, Telefax: (0221) 52 96 78

Aus mit der Anmache! Mit mir doch nicht!

Die beiden Broschüren des Vereins Petze in Kiel haben sexuellen Mißbrauch zum Inhalt. „Aus mit der Anmache!“ fordert betroffene Mädchen auf, sich umgehend Hilfe zu suchen und nennt

potentielle Verbündete im privaten wie institutionellen Umfeld. Um ihnen Mut zu machen, stellen die Autorinnen in aller Deutlichkeit heraus, daß Verantwortung und Schuld bei sexuellen Übergriffen allein beim Erwachsenen liegen.

Konkret werden außerdem Ratsschläge zum Thema „Trampen“ gegeben; es wird über Belästigungen am Telefon, in der Öffentlichkeit und in der Schule informiert. Sexualisierte Gewalt, dafür will die Broschüre sensibilisieren, meint nicht nur Vergewaltigung. Sie beginnt viel früher, kann den Mädchen im weiteren Umfeld, im Bekanntenkreis und in der Familie begegnen, wo sie am wenigsten erwartet und häufig nicht sofort als solche wahrgenommen wird.

„Mit mir doch nicht!“ wendet sich an Jungen und entspricht gestalterisch wie in ihrem inhaltlichen Aufbau der Mädchenbroschüre. Mögliche Formen sexueller Übergriffe werden thematisiert und die Jungen zur Abgrenzung ermutigt. Sie sollen ebenfalls für problematische Situationen beim Trampen, beim Sport, in der Jugendgruppe, im Familien- und Bekanntenkreis durch unmißverständliche Texte sensibilisiert werden.

Bestelladresse:

Petze, Knooper Weg 32, 24103 Kiel Telefax (0431) 91925

Elternbrief zur Sexualerziehung

Im Auftrag des Arbeitskreises gegen sexuellen Mißbrauch im Kreis Bergstraße wurde von einem AutorInnenkreis aus unterschiedlichen Institutionen (Caritasverband, Jugendamt, Pro Familia) ein achtseitiger „Elternbrief zur Sexualerziehung“ erarbeitet. Dieser Elternbrief konzentriert sich auf die Zeit, in der die Tochter oder der Sohn in der Familie lebt.

Vom ersten Lebensjahr an bis zum Zeitpunkt der „Neuorientierung und Ablösung“ werden charakteristische Entwicklungsschritte erläutert, um den Eltern so die kindliche und jugendliche Sexualität verständlich zu machen. Der kurz gehaltene Elternbrief versteht sich als eine erste Orientierung (und enthält weiterführende Literaturhinweise); er beantwortet Fragen und wirft auch neue auf, die im Gespräch – mit dem Partner, innerhalb einer Fachberatung, bei Elternabenden etc. – besprochen werden können.

Der Elternbrief ist im August '97 in

der zweiten Auflage erschienen und kann zum Stückpreis von 1,00 DM plus Porto bestellt werden.

Bestelladresse:

Arbeitskreis „Gegen sexuellen Mißbrauch im Kreis Bergstraße“, c/o Pro Familia, Wambolter Hof, 64625 Bensheim

Das kleine 9 x 2

„Die Geschichte von Mutter und Kind in den 9 Monaten der Schwangerschaft bis zur Geburt“ lautet der ausführliche Untertitel dieses kleinen Leporellos für Kinder, das im September erschienen ist. In einfachen Worten und dennoch detailliert erzählt es, nach Monaten gegliedert, von der Entwicklung des heranwachsenden Kindes. Eindrucksvolle Farbfotos illustrieren das Faltblatt und lassen das Thema Schwangerschaft für die Kinder lebendig werden.

Bestelladresse:

BZgA, 51101 Köln, Best.-Nr. 13 100 000

Materialien zur Sexualaufklärung

Seit August '97 liegt die vierte Auflage der „Materialien zur Sexualaufklärung“ der BZgA vor. Auf 18 Seiten gibt die Broschüre einen Überblick über die lieferbaren Publikationen zur Sexualaufklärung und zu angrenzenden Bereichen. Sie enthält kurze Inhaltsangaben, Abbildungen sowie Bestellformulare.

Bestelladresse:

BZgA, 51101 Köln, Best.-Nr. 13 010 000

Materialdienst Jugendschutz

Der Materialdienst der Aktion Jugendschutz (aj), Landesarbeitsstelle Bayern e.V., ist eine Serviceleistung für alle Personen und Institutionen, die mit der Erziehung von Kindern und Jugendlichen befaßt sind. Er enthält thematisch geordnet über 100 Schriften und Materialien, die bei der Aktion Jugendschutz bestellt werden können. Neben empfehlenswerten Publikationen anderer Fachstellen (von denen jeweils bis zu 10 Exemplaren über die aj bestellt werden können), werden darin alle Eigenpublikationen (in unbegrenztem Umfang) angeboten. Insbesondere die Materialmappen der aj bieten eine umfassende Informations- und Arbeitsgrundlage zum gewählten Schwerpunktthema.

Bestelladresse:

Aktion Jugendschutz,
Landesarbeitsstelle Bayern e.V.,
Fasaneriestr. 17, 80636 München,
Telefax: (089) 123 56 42

Sexualpädagogik in Betrieben und Berufsschulen

Ganz aktuell hat die Pro Familia Freiburg eine Arbeitshilfe mit dem Titel „Geschlechtsspezifische Sexualpädagogik in Betrieben und Berufsschulen“ herausgegeben. In der 40seitigen Broschüre im DIN-A4-Format werden erprobte Methoden eines Modellprojekts vorgestellt, das von der BZgA gefördert und von der Universität Freiburg, Abteilung für Medizinsoziologie, wissenschaftlich begleitet wurde.

In FORUM Sexualaufklärung 2/3–96 haben wir das Projekt bereits vorgestellt und Zwischenergebnisse veröffentlicht. In diesem Heft berichtet Jörg Fichtner vorab von den Erfahrungen im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitforschung.

Bestelladresse der Arbeitshilfe:

BZgA, 51101 Köln, Best.-Nr. 130 050 00,
und bei der Pro Familia Freiburg

BÜCHER

Mein Körper gehört mir

„Tante Gerda gibt einen Schlabberkuß, Onkel Erwin zieht einen immer auf den Schoß.“ Solche, von Kindern beschriebenen Situationen erleben diese häufig als unangenehm. Das Bilderbuch „Mein Körper gehört mir“ der Pro Familia richtet sich an Kindergarten- und Grundschulkinder. Es vermittelt anhand von ganz einfachen Alltagssituationen, wie sich die Kleinen verhalten können, wenn ihnen körperliche Nähe unangenehm ist.

Kinder müssen lernen, sich ihrer Gefühle und ihres Körpers bewußt zu werden, und dies gelingt nur, wenn Erwachsene sie darin unterstützen. Das Buch zeigt einfühlsam, daß die Kleinen das Recht haben, „nein“ zu sagen, wenn sie nicht angefaßt werden wollen – egal ob von Gleichaltrigen, von den Eltern, Verwandten oder Freunden. Es macht Kindern Mut, Alarm zu schlagen, wenn sie sich von Berührungen bedroht fühlen. Und es hilft Erwachsenen, mit ihren Kindern über Gefühle zu sprechen, sie ernst zu nehmen und sie

zu unterstützen. Pro Einzelexemplar kostet das Buch 5,00 DM, ab zehn Exemplaren 3,50 DM zzgl. Porto und Verpackung.

Bestelladresse:

Pro Familia Darmstadt,
Landgraf-Georg-Str. 120,
64287 Darmstadt,
Telefon (06151) 43264

Blickpunkt Europa

„Blickpunkt Europa. Sexualaufklärung und Familienplanung in Österreich, Frankreich und den Niederlanden“ ist der Titel von Band 7 der Fachheftreihe „Forschung und Praxis der Sexualaufklärung und Familienplanung“ der BZgA.

Der Band stellt die Ergebnisse dreier Expertisen zum Stand dieser Arbeitsfelder in den im Titel genannten Nachbarländern vor. Die Untersuchungen geben einen Überblick über den jeweiligen gesellschaftlichen Stellenwert von Sexualaufklärung und Familienplanung: Strukturen und Rahmenbedingungen werden untersucht, methodische Ansätze sowie innovative Strategien und Projekte vorgestellt.

Bestelladresse:

BZgA, 51101 Köln, Best.-Nr. 133 000 07

DOKUMENTATIONEN

Unter anderen Umständen – Mutter werden in dieser Gesellschaft

Die Bremische Zentralstelle für die Gleichberechtigung der Frau (ZFG) hat vom 13. bis 15. September 1996 in Bremen die o.g. Fachtagung durchgeführt. Sie wurde vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert.

In Vorträgen, Seminaren und Workshops ermöglichte diese Tagung – durch eine komplexe frauenpolitische Perspektive sowie eine interdisziplinäre Auswahl der ReferentInnen – fachübergreifende gesundheitspolitische Auseinandersetzungen zu Schwangerschaft, Geburt und Muttersein. Insgesamt 450 Fachleute aus Medizin, Psychologie, Frauenheilkunde und Soziologie nahmen an dieser Tagung teil, bei der Fragen nach dem Nutzen eines anwachsenden medizinischen Wissens und technischen Fortschritts bei Schwangerschaftsvorsorge und Geburt – und

entsprechend zunehmender Kontrolle über die reproduktive Lebensphase von Frauen – im Vordergrund standen. Die Tagungsdokumentation wurde mit Unterstützung der BZgA fertiggestellt und kann ab sofort kostenlos angefordert werden.

Bestelladresse:

BZgA, 51101 Köln, Best.-Nr. 133 04 000

CD-ROM

Selma

Die CD-ROM „Selma: Ein Computer-Adventure aus dem richtigen Leben“ wurde vom Mädchenprojekt Rostock entwickelt, das seit sechs Jahren Erfahrungen in der Betreuung von Opfern sexueller Mißbrauchs sammelt. Diese Kenntnisse wurden von der Buch- und Filmautorin Cristina Perincioli multimedial aufbereitet und in ein leicht verständliches Programm umgesetzt, durch das die AutorInnen neue Wege in diesem Bereich der Sexualpädagogik beschreiten.

Das Video einer jungen Frau, Selma, ist der zentrale Bestandteil der CD-ROM. Nach und nach gibt Selma ihre angstvolle Zurückgezogenheit auf und beantwortet immer konkreter die behutsam gestellten Fragen, mit denen das Thema sexueller Mißbrauch eingekreist wird. Selma wird auf ihrem Weg durch Wohngemeinschaften und Freundeskreis, zum Jugendamt und zu anderen Behörden begleitet. Nebenbei werden Hilfsangebote und Informationen sachlich vermittelt.

Bestelladresse:

Donna Vita Verlag,
Postfach 5 – Post Husby,
24973 Ruhnmark,
Telefon (04634) 1711, Telefax 1702;
Preis: 39,80 DM

PLAKATE

Künstlerische Plakate der Geschlechtsorgane

Die Pro Familia Darmstadt bietet neue sexualpädagogische Arbeitsmaterialien an: „Bildliche Darstellungen der weiblichen und männlichen Geschlechtsorgane“. Das Material ist als anschauliche, sinnliche Alternative zu den herkömmlichen Illustrationen in Lehrbüchern und auf Tafeln gedacht.

Auf anatomische Details wurde viel Wert gelegt und dennoch eine Balance zwischen Biologie und Gefühlswelt geschaffen. Bei ersten Einsätzen in der sexualpädagogischen Arbeit mit Jugendlichen konnten nach Informationen der Pro Familia durchweg sehr positive Erfahrungen gemacht werden. Zu einer Einheit gehören zwei Plakate DIN A0 (Vierfarbdruck, beidseitig cellophanisiert) und zusätzlich eine Ausführung DIN A4 sowie Beschriftungsstick. Der Preis pro Plakat beträgt 48,00 DM zzgl. Versand und Verpackung.

Bestelladresse:

Pro Familia Darmstadt, Landgraf-Georg-Str. 120, 64287 Darmstadt, Telefon (06151) 43264

FILME

Dr. Mag Love – acht neue Filme

Die BZgA stellt gemeinsam mit dem ZDF zur Zeit aus den ca. 40 Folgen des Jugendaufklärungsmagazins „Dr. Mag love“, die seit 1996 gesendet wurden, acht neue Filme zu verschiedenen Themen der Sexualpädagogik zusammen:

- Starke Mädchen
- Junge, Junge
- Schlanke Taille – breite Schultern? (über Schönheitsideale und Pubertät)
- Ich traue mich! (über das Ja- und Neinsagen)
- Schritt für Schritt (vom Küssen und vom ersten Mal)
- Pille, Kondom – und sonst noch was? (über Verhütungsmittel)
- Liebe und Co.
- Ein bißchen schwanger gibt es nicht.

Gemeinsam mit einem Begleitbuch für MultiplikatorInnen und den Informationsbroschüren „Dr. Magazine love“ sollen die Kassetten mit einer Laufzeit von jeweils ca. 17–25 Minuten ab Februar 1998 zum sexualpädagogischen Einsatz angeboten werden. Sie sprechen Jugendliche zwischen 12 und 16 Jahren an und können über die bundesweiten Filmbildstellen kostenlos entliehen werden.

**Filmreihe
„Beispiele machen Schule“**

Der Südwestfunk Baden-Baden hat, teilweise in Kooperation mit der BZgA, drei 30minütige Filme zum Thema

Sexualaufklärung produziert. „Liebe, Sex und Partnerschaft. Sexualaufklärung in der Schule“ heißt der erste von ihnen, der mit O-Tönen von SchülerInnen zum Thema Aufklärung beginnt. Es folgen u.a. ein Interview mit einem Sexualpädagogen sowie die Dokumentation eines Workshops der BZgA mit LehrerInnen, bei dem Wissen und Methodik der Sexualpädagogik und Aidsprävention diskutiert werden.

Der zweite Film behandelt die Aidsaufklärung an Schulen und heißt „Liebe, Lust und Leichtsinn“. „Von angenehmen und unangenehmen Gefühlen“ schließlich widmet sich der schulischen Prävention gegen sexuellen Mißbrauch. Dieser Film zeigt Handlungsmöglichkeiten für LehrerInnen auf und gibt die Erfahrungen der Arbeit mit verschiedenen Grundschulklassen wieder. Außerdem steht zu diesem Thema ein ebenfalls 30minütiger Zusammenschnitt einer Diskussion zwischen ReferendarInnen und ExpertInnen zur Verfügung. Die Filme werden als VHS-Kassette jeweils mit einer vierseitigen Begleitkarte zum Preis von 13,00 DM je Exemplar zzgl. Porto abgegeben.

Bestelladresse:

Landesmedienzentrum Rheinland-Pfalz, Hofstr. 256, 56077 Koblenz

INSTITUTIONEN

Institut für geschlechtsbezogene Pädagogik

„In über zehn Jahren antisexistischer Jungenarbeit und feministisch-parteilicher Mädchenarbeit in der Heimvolkshochschule ‚Alte Molkerei Frille‘ hat sich immer deutlicher ein Konzept geschlechtsbezogener Pädagogik als Grundlage unserer politischen Jugend- und Erwachsenenbildung entwickelt. Vor diesem Hintergrund ... gründeten wir, d.h. fünf Frauen und sechs Männer aus der Bildungsarbeit ... das Institut für geschlechtsbezogene Pädagogik.“

Mit diesen Worten aus einem Begleitschreiben sowie einer ausführlichen Broschüre stellen sich die Initiatoren dieses Projekts vor. Sie wollen spezifisch weibliche und männliche Lebensbedingungen, Alltagserfahrungen und Rollenerwartungen beleuchten und dazu beitragen, daß geschlechtsbezogene Pädagogik in alle pädagogischen Praxisfelder Eingang findet.

Die Selbstdarstellungsbroschüre

beschreibt Seminar- und Projektangebote, z.B. in Bildungshäusern und Schulen. Zur Fortbildung von Fachkräften im sozialen Bereich veranstaltet das Institut Fachtagungen, Vorträge und Workshops und führt berufsbegleitende Weiterbildungsreihen durch. Als notwendige Ergänzung für die Arbeit vor Ort sind schließlich Beratung, Supervision und Praxisbegleitung im Angebot.

Bestelladresse der Broschüre:

Institut für geschlechtsbezogene Pädagogik, c/o HVHS „Alte Molkerei Frille“, Freithof 16, 32469 Petershagen, Telefon: (05702) 9771

männerwege

„Information, Forschung und Beratung“ bietet das Projekt „männerwege“ in Hamburg, das mit Publikationen und Aktivitäten die Vernetzung von Initiativen zur Jungen- und Männerarbeit fördern möchte. „männerwege“ bietet – gegen ein umfangbezogenes Honorar – Recherchen und die Erstellung von Dokumentationen an und verfügt zu diesem Zweck über ein ständig wachsendes Literatur-, Medien-, Presse- und Adressenarchiv.

Eine etwa 100seitige „MännerProjekteListe“ mit 230 Anschriften von Projekten aus Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz kann zum Preis von 22,00 DM zzgl. Versandkosten bestellt werden. Das Verzeichnis nennt auch Arbeitsangebote in den Bereichen Beratung, Therapie, Selbsthilfe, Sozialarbeit, Kultur und Bildung.

Bereits seit Februar 1989 erscheint monatlich ein überregionaler und werbefreier Informationsdienst für Männer mit dem Titel „Switchboard“. Diese 12seitige Publikation enthält außer Informationen zur Jungen- und Männerarbeit auch Hinweise auf Seminare, Kulturveranstaltungen, Fernsehbeiträge u.v.m. Das Einzelheft kostet 4,00 DM (inkl. Porto), das Abonnement 40,00 DM.

Bestelladresse:

männerwege, Paul-Neumann-Platz 2–4, 22765 Hamburg, Telefon/Fax: (040) 38 19 07

FORUM *Sexualaufklärung*

Eine Schriftenreihe der Bundeszentrale
für gesundheitliche Aufklärung (BZgA),
Abteilung Sexualaufklärung, Verhütung
und Familienplanung
Ostmerheimer Straße 220
51109 Köln

<http://www.bzga.de>

Die Deutsche Bibliothek – CIP Einheitsaufnahme
Forum Sexualaufklärung; Informationsdienst
der Bundeszentrale für gesundheitliche
Aufklärung/BZgA
Bundeszentrale für gesundheitliche
Aufklärung, Abteilung Sexualaufklärung,
Verhütung und Familienplanung – Köln: BZgA
Erscheint jährlich viermal.
Aufnahme nach 1996,1
ISSN 1431-4282

Konzeption:
Abteilung Sexualaufklärung, Verhütung
und Familienplanung
Text und Redaktion:
Heike Lauer, Frankfurt
Layout und Satz:
Büro für grafische Formgebung
Dietmar Burger/Volker Müller, Karlsruhe
Druck: Moeker/Merkur, Köln
Auflage: 10.000
Gedruckt auf Recyclingpapier.

FORUM Sexualaufklärung 4–97 ist kostenlos
erhältlich unter der Bestelladresse
BZgA, 51101 Köln
Best.-Nr. 13 32 5000
Alle Rechte vorbehalten.
Namentlich gekennzeichnete oder mit einem
Kürzel versehene Artikel geben nicht in jedem
Fall die Meinung der Herausgeberin wieder.

