

Wir, der Landesfrauenrat Baden-Württemberg und SISTERS e.V. haben im Herbst 2017 die bundesweite Dachkampagne #ROTLICHTAUS ins Leben gerufen und mit Spenden aus der Bevölkerung professionelle Werbematerialien erstellen lassen. Wir stellen anderen gesellschaftlichen Gruppen die erforderlichen Datensätze kostenlos zur Verfügung. Seither haben bundesweit Städte und Organisationen die Kampagne aufgegriffen und die kostengünstig adaptierbaren Werbematerialien in ihren örtlichen Kampagnen zur Freier-Prävention eingesetzt. Städte in denen die Kampagne bisher umgesetzt wurde sind **Backnang, Biberach an der Riß, Fürth, Heilbronn, Marburg/Lahn, Marktoberdorf, Schorndorf, Schwäbisch Gmünd und Ulm.**



....Großplakate



....Leuchtreklame



....Banner

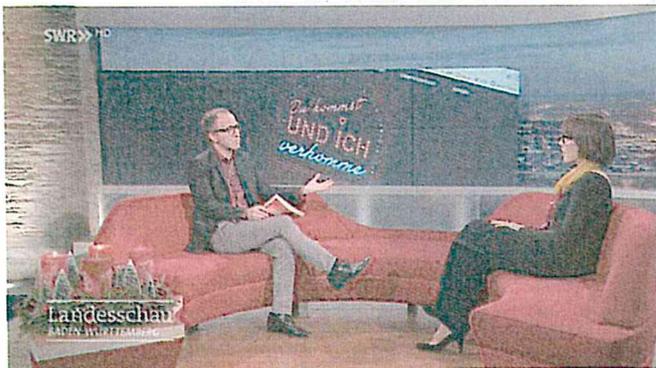


....Einfach-Plakatierung



...Fahnen

Die Kampagnenmotive werden medial aufgegriffen. Sie haben mittlerweile einen hohen Wiedererkennungswert und werden als Hintergrund in Beiträgen zur Prostitution genutzt.



Beispiel: Landesschau 11. Dezember 2018. Interview mit Psychotherapeutin, die früher als Prostituierte gearbeitet hat.  
<https://swrmediathek.de/player.htm?show=d46a8160-fd79-11e8-9a07-005056a12b4c>

Kontakt:  
SISTERS – für den Ausstieg aus der Prostitution! e.V., Postfach 150134, 70075 Stuttgart, [mail@sisters-ev.de](mailto:mail@sisters-ev.de), [www.sisters-ev.de](http://www.sisters-ev.de)  
Stand Januar 2019

## Konzeptskizze für eine Stuttgarter ROTLICHTAUS Kampagne zur Freierprävention

### Modul 1: Plakatierung, Fahnen, Banner – siehe Bildmaterial in der Anlage

- Die kostenlos zur Verfügung stehenden Datensätze der bundesweiten ROTLICHTAUS-Kampagne (derzeit drei Plakatmotive) werden genutzt, um die Plakate großflächige und vielfältig in der Stadt zu platzieren.
- Eigene städtische und gemietete Plakatierungsflächen werden in Betracht gezogen (Plakatwände, Bauzäune, Bushaltestellen, ÖPNV, Leuchtreklame, Fahnenmasten, öffentliche Gebäude).
- Entwicklung neuer Stuttgart-spezifischer Motiv-Aussagen ist möglich aber nicht nötig.
- Dauer: 2x im Jahr, jeweils 14 Tage
- Auf die Expertise des ROTLICHTAUS-Teams kann zurückgegriffen werden.

### Modul 2: Aufbau von Allianzen

- Die Nachhaltigkeit der Rotlichtaus-Kampagne zur Freierprävention wird durch eine Compliance-Allianz mit Stuttgarter Unternehmen gestärkt, die als positive Vorbilder wirken.
- Dies bietet sich in Stuttgart an, da die dichteste Wohnungsprostitution sich rund um die führenden Unternehmen in Bad Cannstatt, Stuttgart-Süd und Stuttgart-Ost befinden.<sup>1</sup>
- Ziellinie: Große Unternehmen nehmen in ihr Compliance-Regelwerk eine kritische Haltung zum Kauf sexueller Dienstleistungen ein; im Sinne: „Keine Geschäfte in Bordellen“.
- Kontakte des Oberbürgermeisters zu führenden Stuttgarter Unternehmen öffnet Türen für den systematischen Aufbau von Compliance-Allianzen und öffentlichkeitswirksamer Präsentation.
- Expertise des Landesfrauenrates steht für konkrete Vermittlungen zur Verfügung.

### Modul 3: Kinospots, Präsenz in sozialen Medien

- Die durchgehende Aufmerksamkeit für die Thematik zwischen zwei Plakatierungsphasen wird durch pfiffige Kinospots und Präsenz in den sozialen Medien gesichert
- Im Rahmen der Rotlichtaus-Werbematerialien liegen erste Ideen für Kinospots vor, auf die kostengünstig aufgebaut werden kann.
- Hinsichtlich der Präsenz in den sozialen Medien sind Synergieeffekte über die Kampagne ‚ichbinkeinfreier‘ umsetzbar.

### Kostenrahmen

- Mietkosten für Flächen sind abhängig von der Dauer und Dichte der Kampagne.
- Herstellungskosten von Plakaten, Fahnen, Banner, Leuchtreklame sind abhängig von der Anzahl der Objekte.
- Aufbaukosten der Compliance-Allianz sind abhängig von der Nutzung von Synergieeffekten durch das verantwortliche Amt der Stadtverwaltung zur Steuerung des Prozesses.
- Produktionskosten für die Medien sind abhängig von den Qualitätsanforderungen an die Kinospots und der Intensität Sozialer Medien-Präsenz.
- Für Modul 1 ergibt sich eine Spannbreite von Euro 20.000 bis 60.000.
- Für Modul 2 fallen primär Kosten für ein Zeitbudget innerhalb des verantwortlichen Amtes an.
- Für Modul 3 ergibt sich eine Spannbreite von Euro 5.000 – 15.000.

Für Rückfragen stehen zur Verfügung

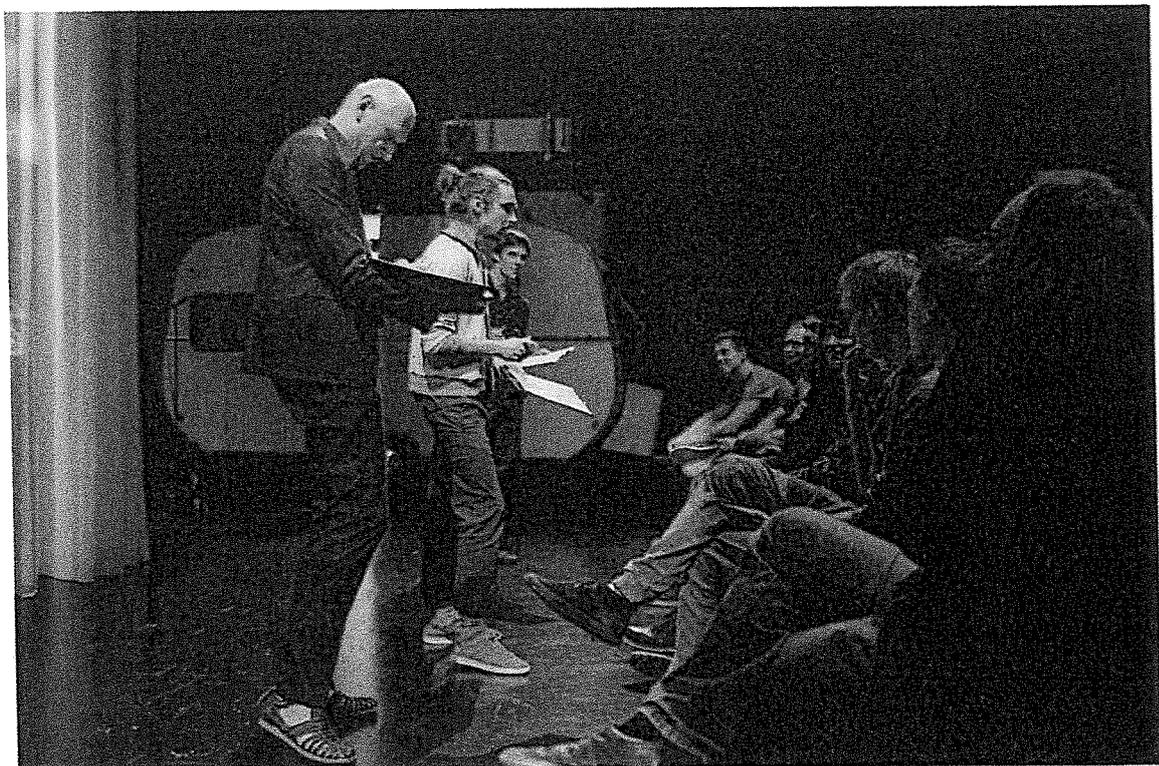
Landesfrauenrat Baden-Württemberg, Prof. Dr. Monika Barz, [barz@landesfrauenrat-bw.de](mailto:barz@landesfrauenrat-bw.de),  
SISTERS – für den Ausstieg aus der Prostitution! e.V., [mail@sisters-ev.de](mailto:mail@sisters-ev.de)

<sup>1</sup> German Integration Program for Survivors of Trafficking (GIPST-Projekt) (2018); Studienergebnisse eingebracht in den Runden Tisch von Ben Walker, GIPST-Identifikations-Koordinator, Stuttgart 2018, [www.gipst.eu](http://www.gipst.eu)



# WORKSHOPS

GIRLS BOYS LOVE  
CASH



## Workshop (zur Vorbereitung)

Vorrangig geht es um die Sensibilisierung der Jugendlichen, damit sie sich auf die Situationen in der Performance einlassen können. Die Vorbereitung soll die Schülerinnen und Schüler in ihrem Blick schärfen und sie neugierig auf das theatrale Format der Performance, aber eben auch auf die Thematik machen. Die folgenden spielerischen und inhaltlichen Einstiegsmöglichkeiten müssen nicht zwingend in der abgedruckten Reihenfolge passieren, sondern verstehen sich vielmehr als Optionen zur Beschäftigung mit der jeweiligen Thematik aus GIRLS BOYS LOVE CASH.

### GIRLS BOYS

#### Mädchen sind... Jungs sind...

Die Klasse wird in Kleingruppen aufgeteilt, so dass am Ende eine reine Jungen- und Mädchengruppe besteht, sowie eine gemischte Runde. Idealerweise können die Teams räumlich getrennt arbeiten. Auf großen Plakaten steht entweder „Jungs sind...“ oder „Mädchen sind...“. Alle Gruppen bekommen jeweils einen Bogen (für beide Geschlechter). Nun soll in den Teams assoziiert und in Form einer Mindmap gesammelt werden. Welche Begriffe werden mit welchem Geschlecht in Verbindung gebracht und wie wird sortiert!? Nach einer bestimmten Zeit rotieren die Plakate zur nächsten Gruppe. Diese ergänzt, kommentiert oder hinterfragt die Ergebnisse der Vorgruppe mit einer anderen Stofffarbe. Im Plenum können am Ende die einzelnen Plakate vorgestellt und diskutiert werden. Interessant dürften die Unterschiede aus den verschieden zusammengesetzten Gruppen sein.

#### Body-Check

Die Jugendlichen sollen sich jeweils ein Körperteil überlegen, welches ihnen an sich besonders wichtig ist und auf das sie *keinesfalls* verzichten könnten, sowie eines, auf das sie *am ehesten* verzichten könnten (wenn sie müssten).

Eine kurze schriftliche Begründung hilft, die (sicher nicht ganz leichte) Entscheidung zu verdeutlichen.

Nach und nach treten die Schüler dann vor die Gruppe und präsentieren sich mit ihrem Körper sowie den Entscheidungen.

Welche Argumente werden dabei vorgebracht und wie wurden Entscheidungen von jedem einzelnen getroffen?

#### Sexy Posing – choreografisches Arbeiten

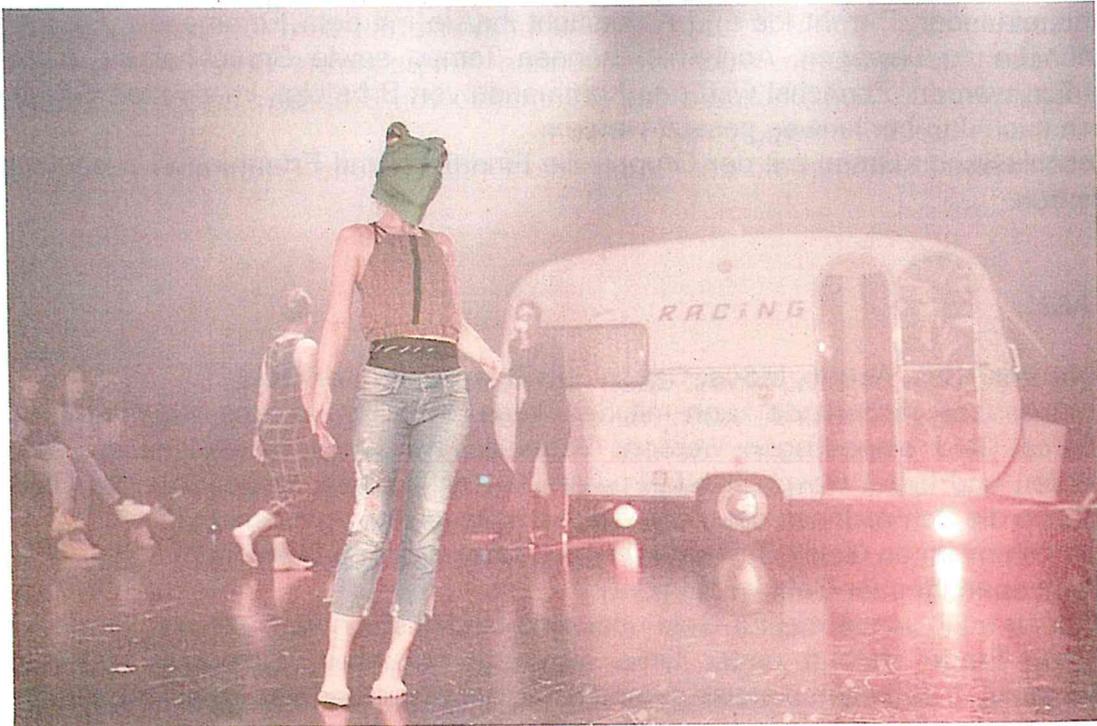
Die Schüler sollen individuell eine Pose einnehmen, die ihnen aus Werbung, Film, Internet etc. als „sexy“ verkauft werden.

Anschließend sollen sie eine Pose einnehmen, in denen sie sich selbst tatsächlich sexy bzw. attraktiv fühlen.

Nach dieser individuellen Phase, kommen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Zweiergruppen zusammen und zeigen sich gegenseitig ihre Posen. Jeweils eine Person hat nun die Aufgabe, den oder die andere in einen Bewegungsablauf zu inszenieren. Dabei sollen Auftritt, Gänge, Raumnutzung, Posen, Blicke und Abtritt berücksichtigt werden.

Ein musikalischer Klangteppich als Atmosphäre kann durchgehend die Arbeitsphase untermalen.

Anschließend können sich die kleinen Collagen gezeigt und über das Gesehene gesprochen werden.



## LOVE

### Stimmen in meinem Kopf

2 Spieler (günstigerweise ein Junge und ein Mädchen) stehen auf der Bühne, jeweils mit dem Rücken zum anderen. Seitlich der Bühne (im off) hat jede(r) einen weiteren Spieler als „Stimme im Kopf“. Die beiden Spieler dürfen in der folgenden Szenenimprovisation nicht sprechen, dafür übernehmen die Stimmen jeweils die ausgesprochenen Gedanken für sie. Auf Schnippsen des Spielleiters startet die Szene. Motto: Die erste Begegnung zwischen A und B – Liebe auf den ersten Blick. (Die Stimmen sprechen die Gedanken ihrer jeweiligen Spieler; die Spieler spielen und können aber auch selbst Impulse geben, die von den Stimmen wiederum aufgegriffen werden können. Themen können u.a. die körperlichen Vorzüge und Besonderheiten des/der anderen sein.)

### Stopp! und Bleib! – Körperliche Nähe

Die TeilnehmerInnen stehen an den beiden Raumseiten in zwei Reihen, so dass jede/r (A) ein Gegenüber (B) hat. Dazwischen sollte genügend Platz sein.

Die Personen der einen Reihe (A) sollen nun immer wieder auf ihr Gegenüber zu gehen. Dabei kann dies langsam, schnell, zögernd, stürmisch usw. ausprobiert werden. B soll mit dem Kommando „Stopp!“ zum Anhalten führen. Danach startet A wieder am Ausgangspunkt. Auch die Art und Weise des Kommandos kann von dem jeweiligen Spieler bzw. der Spielerin variiert werden.

Im zweiten Schritt kann A entscheiden, ob er/sie dem „Stopp!“ folgt oder sich darüber hinweg setzt. Daraus ergibt sich dann wiederum eine eigene Dynamik, denn B wird den Tonfall möglicherweise der Situation anpassen. Anschließend können die Gruppen gewechselt werden.

Eine Abwandlung der Übung passiert wieder partnerweise. A und B stehen hintereinander. B geht los und A versucht ihn/sie mit dem Kommando „Bleib!“ zum Anhalten zu bewegen. Auch hier können Tempo sowie Sprechhaltung mehrfach variiert werden. Zunächst wird das Kommando von B befolgt, im zweiten Schritt darf sich auch darüber hinweg gesetzt werden.

Abschließend können mit der Gruppe die Eindrücke und Erfahrungen ausgetauscht werden.

## **CASH**

### **Schotter, Kies, Asche, Moos, Cash – ein Gespräch über Geld**

In einer Gesprächsrunde kann mit der Frage „Was ist für euch viel Geld?“ in das Thema Geld eingestiegen werden. Vermutlich wird das unterschiedlich bewertet werden und bietet Gesprächsstoff untereinander. Weitere Fragen in diese Richtung können die SchülerInnen dazu anregen, sich Gedanken zu machen:

Wie kommt ihr an Geld? Bekommt ihr Taschengeld oder arbeitet ihr?

Wofür spart ihr euer Geld im Moment?

Habt ihr euch schon mal für Geld oder eine Sachleistung verkauft bzw. hergegeben? (Diese Frage zielt in erster Linie nicht auf sexuelles Verkaufen, vielmehr auf Momente, in denen man etwas gemacht hat, um etwas anderes zu bekommen.)

## **GIRLS BOYS LOVE CASH**

### **Ich denke, dass... : Ein 4 Ecken-Spiel**

Um bestimmte Vorkenntnisse oder auch Haltungen der Gruppe bzw. jedes einzelnen zu visualisieren, bietet sich das 4 Ecken-Spiel an. Die Raumecken werden definiert:

Ecke 1 = trifft gar nicht zu

Ecke 2 = trifft wenig zu

Ecke 3 = trifft häufig zu

Ecke 4 = trifft voll zu

Nun können vom Spielleiter Statements genannt werden, die aus den Bereichen Körper/Konsum stammen. Entsprechend ihrer persönlichen Haltung ordnen sich die Schülerinnen und Schüler einer Ecke zu. Vorab sollte unbedingt geklärt sein, dass all das auch im Raum bleibt und nicht nach außen getragen wird.

#### *Mögliche Statements:*

Ich bin mit meinem Körper zufrieden!

Ich war schon mal richtig verliebt!

Ich gehe gerne shoppen.

Wenn ich ein bestimmtes Produkt haben möchte, ist mir egal, unter welchen Bedingungen es hergestellt worden ist!

Geld ist mir wichtiger als Liebe!

100 Euro sind für mich viel Geld!

Ich würde für 100 Euro vor einer Gruppe fremder Menschen singen!

Ich würde für 100 Euro vor einer Gruppe fremder Menschen twerken (sexy tanzen)!  
Mit dem Thema Prostitution bin ich bisher noch nicht in Kontakt gekommen.  
Ich finde, Prostitution sollte verboten sein.  
Ich glaube, Prostituierten macht der Beruf Spass.  
Männliche Prostitution unterscheidet sich nicht von weiblicher.

## **Workshop (zur Nachbereitung)**

Bei einem Gespräch über ein Theaterstück, ob nun klassischer Art oder performativ – wie bei GIRLS BOYS LOVE CASH – gibt es kein RICHTIG oder FALSCH. Alle Fragen sind erlaubt. Jeder Zuschauer sieht und erlebt etwas anderes in einer Aufführung. Das hat damit zu tun, dass jeden Zuschauer gerade unterschiedliche Dinge beschäftigen und er so durch andere Impulse angesprochen wird. Daher sollte zunächst das Sammeln von Eindrücken im Vordergrund stehen. Was hat berührt, beeindruckt, überrascht...? Was hat einen irritiert oder gar gestört? So kann es gelingen, sich über kleinere Details an größere Teile der Aufführung zu erinnern. Zur Fortführung des Themas folgen hier einige praktische Ideen für die Arbeit mit Gruppen.

### **Memorier-Runde**

Die Fülle an Eindrücken und Erfahrungen ist im Anschluss an den Vorstellungsbesuch sicher groß und bei jedem und jeder unterschiedlich. Als Einstieg in ein Nachgespräch der Inszenierung bietet sich an, dass Schülerinnen und Schüler sich an markante Momente aus dem Stück erinnern. Das können Sätze, Mimik oder Bewegungen sein. Kleine, kurze Momente sind ebenso interessant, wie längere Szenenpassagen, die im Kopf geblieben sind.

Im Kreis stehen die Jugendlichen und nacheinander darf jede Person einen Schritt in die Mitte machen, zeigt das Erinnerte und der Rest der Gruppe wiederholt es. So erinnert sich die Gruppe gemeinsam an das Stück und nimmt wahr, wem welche Passage prägnant in Erinnerung geblieben ist. Erst anschließend wird über das Stück gesprochen und benannt, was man gut oder verstörend oder berührend fand, und warum.

### **Gespräch über die Inszenierung**

Im Nachgespräch soll es natürlich um die inhaltlichen Themen gehen, aber auch das künstlerische Format und die Spielweise können thematisiert werden.

Zunächst empfiehlt es sich, die Schülerinnen und Schüler beschreiben zu lassen, was ihnen besonders gut gefallen hat und warum. Eine zweite Runde kann Elemente aufgreifen, die als störend oder negativ empfunden werden. Auch hier ist eine Begründung zu nennen, damit das Nachgespräch nicht nur zu leeren Floskeln verkommt.

Zum künstlerischen Format könnten folgende Fragen das Gespräch lenken:

- Welche Zuschauersituation gab es und wie wurde sie wahrgenommen?
  - Wie war die Bühne gestaltet und wie wurde sie genutzt?
  - Welche Figuren gab es auf der Bühne zu erleben?
- Wie waren die Sprechhaltung und Erzählweise der Darstellerinnen und Darsteller?
  - Welche weiteren künstlerischen Elemente wurden verwendet und wie?
  - Wie wurde das künstlerische Mittel Tanz eingesetzt?

- Wie wurde das künstlerische Mittel Video eingesetzt?

### **Spielprinzip: Archetypen als Möglichkeit der Rollenentwicklung**

Die Rollenentwicklungen (neben der Figur Jonas) im ersten Teil bei GIRLS BOYS LOVE CASH basieren auf den so genannten Archetypen, also dem Gehirn bzw. der Psyche zugrunde liegenden Mustern menschlichen Handelns. Ausgehend von der Annahme von Carl Gustav Jung, dass der Mensch innere Stimmen bzw. Verhaltenseinflüsse besitzt, wurden den Schauspielerinnen und Schauspielern dabei bestimmte Schwerpunkte zugeteilt. So ergaben sich für Improvisationen und Szenenaufgaben rasch Spielanlässe sowie Konfliktpotential.

- Der/die Bestärkende
  - Der/die Hinterfragende
  - Der/die Pessimistische
  - Der/die Zaghafte
- usw.

Die einzelnen Charaktere waren dabei sehr frei angelegt und wurden durchaus variiert.

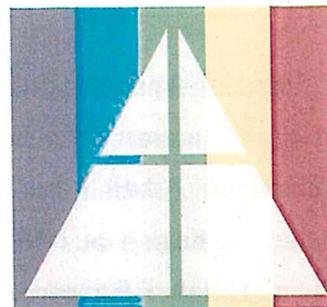
So können nun ebenfalls kleine Szenenaufgaben an die SchülerInnen vergeben werden, die sie nach o.g. Muster in Kleingruppen bearbeiten sollen. Die spielende Person kann dabei der Zuschauergruppe ihr „Problem“ schildern, während die Stimmen kommentieren oder auch mit der Person in Interaktion treten. So entstehen Dialoge und möglicherweise zu verhandelnde Konflikte.

Beispiele für Situationen:

- Eine Person hat 100 Euro geschenkt bekommen und will sich Klamotten dafür kaufen.
- Eine Person hat 100 Euro gefunden und überlegt, das Geld abzugeben oder zu behalten.
- Eine Person hat morgen eine wichtige Prüfung und steht vor dem Büro des Dozenten/der Dozentin.
  - Eine Person hat sich verliebt.
  - Eine Person steht vor einem Bordell.



Café Strich-Punkt



Verein zur Förderung von Jugendlichen e.V.

**Bedarf: Beratung und Streetwork für Freier und Kund\_innen im Bereich männliche und trans\* (Isbtiq\*) Prostitution**

Aktuell gibt es kein direktes Angebot mit Expertise für die professionelle Beratungs- und Präventionsarbeit mit Freiern und Kund\_innen von weiblichen, männlichen und trans\* Prostituierten in der Stadt und Region Stuttgart. Des Weiteren ist keine digitales Angebot wie bspw. eine Onlineberatung für Freier und Kund\_innen bekannt. In der Forschung zu Freiern und Kund\_innen von männlichen und trans\* Prostituierten ist ebenfalls eine Leerstelle zu vermerken. Der dringende Bedarf an Beratung und Prävention für diese Personengruppe ist eines der ersten Ergebnisse des Runden Tisch der Verbesserung der Prostitution in der Stadt Stuttgart.

Bedingt durch die szenen- und zielgruppenspezifische Streetwork im Rahmen der Beratungs- und Anlaufstelle *Café Strich-Punkt* für junge Männer und Trans\* Menschen in der Prostitutionsszene, getragen durch die Kooperation der AIDS-Hilfe Stuttgart e.V. und dem Verein zur Förderung von Jugendlichen e.V., bestehen bereits Erfahrungen in der Beratung von Freiern und Kund\_innen. In den letzten zwanzig Jahren besteht, bedingt durch fehlende Stellenkapazitäten, jedoch der Fokus insbesondere auf Anbieter\_innen sexueller Dienstleistungen und Betroffene von sexueller Ausbeutung. Die Beratungs- und Anlaufstelle *Café Strich-Punkt* erreicht mit einem vielfältigen niederschwelligem Angebot und Streetwork überwiegend junge Männer und Trans\* Frauen mit Migrationsgeschichte und Fluchterfahrungen sowie obdachlose/wohnungslose (Isbtiq) Jugendliche als Betroffene sexueller Ausbeutung. Seit 2015 durch „den Sommer der Migration“, der zunehmenden Digitalisierung als auch die zu Beginnende der Verhäuslichung der Prostitution und Sexarbeit durch das Prostituiertenschutzgesetz 2017, verrückt sich dadurch das Handlungsfeld aus der Perspektive Sozialer Arbeit. Menschen in Bereichen der Wohnungs- und Hotelprostitution, Straße und in digitalen Raum werden nach dem neuen ProstSchG nicht geschützt.

Das (finanziell-liquide) Spektrum von Feiern und Kund\_innen ist für den Bereich der migrantisch-queeren Prostitution sehr heterogen. Erfahrungen in der Beratung durch die aufsuchenden Arbeit im Netz als Testangebot des Café Strich-Punkt bestätigen die Studienergebnisse aus NRW (2016/2017), dass professionelle(re) Escorts überwiegend sich in digitalen Räumen bewegen, durch andere Lebensrealitäten und Kunden auch andere Beratungsbedarfe in der Online-Beratung formulieren. Aktuelle Beratungs-Apps und Strategien für die aufsuchende Arbeit im Netz (digital Streetwork) konzentrieren sich derzeit nicht auf die Personengruppe der sexkaufenden Männer und Frauen.

Vereinzelte Erfahrungen in der Beratung und Prävention für Kund\_innen und Freier bestehen in Stuttgart in der AIDS-Hilfe Stuttgart e.V., dem Gesundheitsamt und in der Weissenburg Beratungsstelle für schwule, bisexuelle und queere Jungen und Männer des Weissenburg e.V.. Weitere Angebote, Expertise und Erfahrungen durch die Vernetzung in Arbeitskreisen wie der AG Männerberatung Stuttgart und dem Facharbeitskreis Jungen\*arbeit Stuttgart sind nicht bekannt.

Konzepte und Austausch über Erfahrung mit konzeptioneller Ausrichtung zur Arbeit mit Kund\_innen und Feiern bestehen bereits beispielsweise mit dem Basis-Projekt in Hamburg als auch mit KISS durch die AIDS-Hilfe in Frankfurt. Im Kontext der Streetwork werden in Hamburg niederschwellige ad-hoc Beratungen insbesondere für Männer im Prostitutionskontext angeboten. Beratungsgespräche und Vermittlungsberatung können dadurch stattfinden. Des Weiteren finden regelmäßige Themenabende für „Gäste der Szene“ in der Hamburger Anlaufstelle statt, um ein weiteres niederschwelliges Angebot für Männer mit Interesse am Kauf sexueller Dienstleistungen im Bereich der mann-männlichen und trans\* Prostitution herzustellen. Für diese Angebote stehen dem Basis-Projekt Hamburg städtische geförderte Stellenprozente zur Verfügung.

**Bei weiteren Fragen und Austauschbedarf:**

Franz Kibler, AIDS-Hilfe Stuttgart e.V.; [franz.kibler@aidshilfe-stuttgart.de](mailto:franz.kibler@aidshilfe-stuttgart.de)

Tom Fixemer, Verein zur Förderung von Jugendlichen e.V., [fixemer@verein-jugendliche.de](mailto:fixemer@verein-jugendliche.de)

Saskia Reichenecker, Verein zur Förderung von Jugendlichen e.V., [reichenecker@verein-jugendliche.de](mailto:reichenecker@verein-jugendliche.de)



## Exposé

### Freierprävention durch positive Vorbilder

In allen von Deutschland unterzeichneten internationalen und europäischen Vereinbarungen zur Bekämpfung des Menschenhandels wird die **Nachfrage** als ein wesentlicher Antriebsfaktor für Menschenhandel genannt. Durch eine Verringerung der Nachfrage kann Menschenhändlern ein empfindlicher wirtschaftlicher Schaden zugefügt und damit der ökonomische Anreiz deutlich reduziert werden. Die Senkung der Nachfrage stellt eine wesentliche und effektive Maßnahme zur Bekämpfung des Menschenhandels zum Zweck der Ausbeutung in der Prostitution dar. Das Palermo-Protokoll, die EU-Richtlinie und die Europaratskonvention geben alle vor, dass Staaten aktive Maßnahmen ergreifen sollen, um der Nachfrage entgegenzuwirken. Der „Greta“-Bericht „fordert deutsche Behörden auf, zusammen mit dem Privatsektor und der Zivilgesellschaft grössere Anstrengungen zur Abschreckung der Nachfrage (...) zu unternehmen“.

Quelle: Group of Experts on Action against Trafficking in Human Beings.

#### **Konsequenz:**

**Auf der lokalen und kommunalen Ebene müssen Schritte zur Einschränkung der prostitutiven Nachfrage unternommen werden!**

#### **Prostitution und Menschenhandel**

Schätzungsweise kaufen in Deutschland 1,2 Millionen Männer täglich Sex.

Durch die Legalität des Sexkaufs ist die Nachfrage so gross, dass das „freiwillige“ Angebot nicht ausreicht. Die meisten Menschen, die in Deutschland in der Prostitution arbeiten, sind Frauen und Mädchen aus den ärmeren EU-Staaten und zunehmend auch Flüchtlinge, deren Abhängigkeit und wirtschaftliche Not ausgenutzt wird.

Die Sexkäufer haben keine Instrumente zur Unterscheidung, ob Menschen sich tatsächlich freiwillig prostituieren oder unter Zwang stehen.

Die Sexkäufer in Deutschland sind überwiegend männlich.

Dieses Missverhältnis untermauert veraltete Geschlechterrollen.

Das Recht auf erkaufte Zugang zu Körpern zur sexuellen Benutzung trägt zur Objektifizierung von Menschen, die in der Prostitution arbeiten, bei.

Der einzig logische Schritt ist, das Umdenken in der Gesellschaft voranzutreiben.

Das Kaufen von sexuellen Dienstleistungen darf nicht gesellschaftsfähig sein!

#### **Prostitution und missbräuchliches Sexualverhalten.**

Sexkäufer erlernen übergriffiges Verhalten, da Sex in der Prostitution als Dienstleistung begriffen wird und auf einseitiger Befriedigung des Sexkäufers beruht.

Sexkäufer werden zu schlechten Liebhabern in der Partnerschaft und auch bei Gelegenheitssex, da sie auf einseitige Befriedigung konditioniert sind und die sexuellen Bedürfnisse des Gegenübers ausblenden.

Die gesellschaftliche Akzeptanz von Sexkauf basiert auf sexistischen Denkmustern gegen Frauen und auch gegen Männer. Sexkauf zerstört das demokratische Sexualitätsverständnis einer konsensualen \* Sexualität.

\*Konsensuale Sexualität- Menschen machen Sex aus Lust und gegenseitigem Begehren und nicht aus finanzieller Not und Abhängigkeit (die Prostituierten\*) und Ausübung von Macht und Gewaltphantasien (Sexkäufer.)

## **Die Kampagne #ichbinkeinfreier:**

Die ehrenamtliche Initiative #ichbinkeinfreier startete im November 2017. Junge engagierte Frauen und Männer sammelten in den Straßen von Stuttgart, auf Festen und Veranstaltungen ein Jahr lang über 400 Statements von **Nicht-Freiern** und dokumentierten im Jahr 2018 an 356 Tagen täglich ein neues Statement in den Sozialen Medien. Darüber hinaus wurde über die Realität in der Prostitution aufgeklärt.

**Die Kampagne gibt der schweigenden Mehrheit der Männer eine Stimme, die entschieden haben keinen Sex zu kaufen. Sie lässt Männer sichtbar werden, die ihr Mann-Sein nicht auf Imponiergehabe, Sexkauf und Bordellbesuchen aufbauen. Nicht-Freier werden zu positiven Vorbildern für Männer, die sich von einem selbstbewussten modernen Männerbild angesprochen fühlen.**

### **Übergeordnete Ziele der Kampagne #Ichbinkeinfreier:**

1. Reduktion der Nachfrage
2. Gleichstellung der Geschlechter
3. Partnerschaftliches Geschlechterverhältnis in der Sexualität.

### **Konkrete Ziele der Kampagne #Ichbinkeinfreier:**

1. Nicht-Freiern eine Stimme geben
2. Neue männliche Vorbilder öffentlich machen
3. Aufklärung über Arbeitsbedingungen in der Sexindustrie
4. Aufklärung über Folgen von Sexkauf auf eigene Sexualität

**Zielgruppe:** Alle Menschen mit Schwerpunkt auf Männern.

### **Weiterentwicklung der Kampagne #ichbinkeinfreier:**

Webseite erstellen: mit Interviews mit Nicht-Freier und Hintergrundinformationen zur Freierforschung.

Citypostkarten entwerfen mit Sprüchen und ansprechender Grafik.

Kinospot entwickeln mit Aussagen von Nicht-Freiern.

Plakataktion ermöglichen mit Porträts von Männern, die keine Sexkäufer (mehr) sind.

### **Beispiele für Sprüche für Kinospot und Plakataktion:**

#ichbinkeinfreier, weil ich ehrlichen Sex will.

#ichbinkeinfreier, weil ich echte Nähe suche.

#ichbinkeinfreier, weil ich nicht möchte, dass mir jemand etwas vorspielt.

#ichbinkeinfreier, weil ich für guten Sex die Augenhöhe brauche.

#ichbinkeinfreier, ich will den Menschenhandel nicht unterstützen.

#ichbinkeinfreier, Selbstbefriedigung kann ich selber.

#ichbinkeinfreier, weil für mich Sex intim ist.

#ichbinkeinfreier, weil jeder Mensch Recht hat auf eine gleichberechtigte Sexualität.

#ichbinkeinfreier, weil ich möchte, dass mich meine Sexpartner\*in wirklich begehrt.

#ichbinkeinfreier, weil ich das Machtgefälle im Sex nicht brauche.

#ichbinkeinfreier, weil es süchtig macht.

#ichbinkeinfreier, weil es Menschen zu Sexobjekten macht.

#ichbinkeinfreier, weil ich gesund bleiben möchte