



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas



Impressum:

Herausgeber Notruf für vergewaltigte
Frauen und Mädchen e.V.

Franzstraße 107, 52064 Aachen

Redaktion: Agnes Zilligen

Interviews: Katharina Redanz

Fotos: © Frauennotruf Aachen

(© privat: Seite 18, 21, 23)

Layout: Germax media

Aachen 02/2017

© Notruf für vergewaltigte
Frauen und Mädchen e.V., Aachen

Inhaltsverzeichnis

2016: Ein Jahr mit zwei Jubiläen! 35 Jahre Frauennotruf und 10 Jahre K.O.-Tropfen-Kampagne.....	4
Das Aachener Kampagnen-Material	6
Historie: Der Weg ist das Ziel! 10 Jahre „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“	8
Ein Projekt mit großem persönlichem Engagement: Interview mit Monika Bulin	12
Erste Beratungsstelle übernimmt die Aachener Kampagne: Interview mit Gerlinde Gröger (Frauen-Notruf Münster)	18
Kooperationspartner Schule und Ausbildung	21
Interview mit Ingrid Wiesehöfer.....	21
Interview mit Margit Surwehme.....	23
Eine Reise durch ganz Deutschland: „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“ in über 100 Städten und Regionen	25
1000 Dank für besondere Unterstützung	26

2016: Ein Jahr mit zwei Jubiläen! 35 Jahre Frauennotruf und 10 Jahre K.O.-Tropfen-Kampagne

Wir blicken auf eine lange Zeit zurück, in der der Frauennotruf Aachen sich von einer zunächst rein ehrenamtlich tätigen Initiative zu einer überregional bekannten Beratungsstelle mit haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen entwickelt hat. Das Angebot richtet sich an von sexueller Gewalt betroffene Frauen und Mädchen sowie an Angehörige, Bezugspersonen und Fachpersonal unterschiedlicher Berufsfelder.

Im Laufe der 35 Jahre hat sich der Frauennotruf stetig weiterentwickelt. Es gab kontinuierlich Veränderungen und immer wieder neue Aufgabenschwerpunkte. Das Arbeitsfeld gegen sexualisierte Gewalt wurde – wenn auch als sogenannte freiwillige soziale Leistungen – in die öffentlich Förderung aufgenommen: zuerst von der Stadt Aachen, gefolgt vom Kreis Aachen und dem Land NRW. Aktuell erhält die Beratungsstelle einen Zuschuss vom Land NRW und von der StädteRegion Aachen.

Damit wird die aus unserer Sicht dringend erforderliche gesellschaftliche Verantwortung sichtbar, die Opfern von sexueller Gewalt Unterstützung und Hilfe bereitstellt und Präventionsarbeit mit Kindern und Jugendlichen ermöglicht.

Die Präventionskampagne „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“ wurde vor 10 Jahren vom Frauennotruf Aachen entwickelt und in die Tat umgesetzt. Hieran lassen sich wichtige Grundsätze und Eckpfeiler der Arbeit des Aachener Frauennotrufs sehr gut aufzeigen:

- **Aufmerksames Beobachten und Auswertung der laufenden Arbeit der Beratungsstelle** führte zur Identifikation der Problematik: Täter benutzen bestimmte betäubende Substanzen, um anschließend sexuelle Gewalt auszuüben.
- **Ausführliche fachliche Recherche** im Rahmen eines internen Arbeitskreises aus ehrenamtlichen und hauptamtlichen Mitarbeiterinnen
- **Gemeinsame Entscheidung** aller Notruffrauen für Öffentlichkeitsarbeit zum Thema K.O.-Tropfen
- **Entwicklung und Weiterentwicklung der Präventionskampagne „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“** in Kooperation mit professionellen Grafikern und einer Werbeagentur
- **Vernetzung des Aachener Frauennotrufs** auf Landes- und Bundesebene, damit die Aachener Modellkampagne von möglichst vielen Beratungsstellen genutzt werden kann: Seit Ende 2016 besitzen bundesweit über 100 Einrichtungen das Nutzungsrecht für die Kampagne „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“.



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

- Und: Wir bleiben dran! Auch in der Zukunft wird die Beratungsstelle ihre Öffentlichkeitsarbeit und die Präventionsangebote aufrechterhalten und weiter entwickeln.

Von Beginn an gab und gibt es zahlreiche Menschen aus der Region, die die Arbeit der Beratungsstelle dauerhaft, immer wieder oder auch einmalig finanziell unterstützen. Ohne sie wäre auch die Aufklärungsarbeit zum Thema K.O.-Tropfen in den letzten 10 Jahren so nicht möglich gewesen. Ihnen möchte ich an dieser Stelle unseren besonderen Dank aussprechen.

Als ungewöhnlichste und einmalige Unterstützung der Präventionskampagne „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“ will ich das Nationale Serviceprojekt 2013-2015 des Ladies' Circle Deutschland hervorheben. Initiiert vom Ladies' Circle Aachen wurde unser Projekt für zwei Jahre ausgewählt, in denen Ladies in ganz Deutschland Spenden gesammelt haben und die Bedeutung des Themas „K.O.-Tropfen und sexuelle Gewalt“ verbreitet haben. Diesem Einsatz ist es zu verdanken, dass in über 100 Städten und Regionen in ganz Deutschland mit unserer Modellkampagne gearbeitet werden kann!

Unser Rückblick auf 10 Jahre „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“ und 35 Jahre Beratung gegen sexuelle Gewalt in der Aachener Region ist für uns auch Impuls, nach vorne zu blicken.



Wir werden uns auch weiterhin mit aktuellen Problemstellungen befassen und passende fachliche Angebote (weiter-)entwickeln.

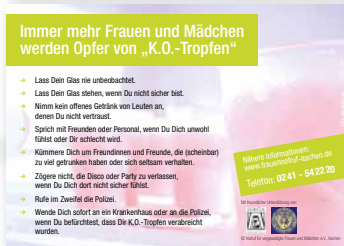
Wir werden uns auch in der Zukunft gegen „sexuelle Gewalt“ einsetzen, ob durch Psychosoziale Prozessbegleitung, verstärkte Prävention, Ausbau der fachlichen und institutionellen Vernetzung oder gezielte Angebote und Projekte.

Es gibt viel zu tun, wir werden es anpacken!

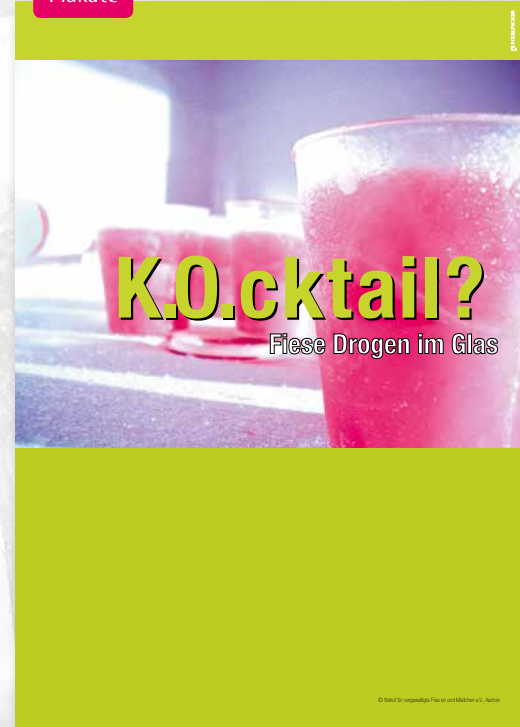
Dr. Barbara Luck
Vorstand

Das Aachener Kampagnen-Material

Kampagnen-Postkarten



Plakate



K.O.cktail?
Fiese Drogen im Glas



Historie: Der Weg ist das Ziel! 10 Jahre „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“

2006



Mit eigenem Messestand war der Frauennotruf 2006 auf der fam 2006 vertreten. Hier informierten haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiterinnen die Besucher/innen über die Anfang 2006 gestartete Präventionskampagne „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“.

Auch der damalige Frauenminister Armin Laschet besuchte den Stand und gratulierte zum 25-jährigen Jubiläum des Frauennotrufs. Aus diesem Anlass verteilte der Frauennotruf 35.000 Postkarten an alle Schulen in Stadt und Kreis Aachen.

2008



Erste Präventions-Workshops für Jugendliche: Monika Bulin arbeitet mit einer Jugendgruppe in der Hauptschule am Kronenberg.

Mit finanzieller Unterstützung des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen wurde Informationsmaterial für Ärztinnen/Ärzte und für Personal im Rettungswesen erarbeitet.

2009



Ahorn-Apotheker Andreas Hochstein unterstützte eine Präventionsveranstaltung in Simmerath.

Mit finanzieller Unterstützung des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes NRW richtete der Frauennotruf die Fachtagung „Neuland: Therapeutischer Umgang mit Opfern von K.O.-Tropfen“ aus.



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

2010



Der Zonta Club Aachen veranstaltete mit den Akteurinnen Karin Wisgens und Susanne Laschet einen „Literarische & Kulinarische Häppchen“-Abend zugunsten der Kampagne „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“.

Diese und andere Spenden ermöglichen, dass die Postkarten an über 200 Standorten in Aachen und in der StädteRegion Aachen vor allem in der Gastronomie und an öffentlich frequentierten Orten ausgelegt werden können.

2011



Der Ladies' Circle Aachen (LC 58) „erarbeitet“ auf dem Brander Weihnachtsmarkt Spenden für die Präventionsarbeit des Frauennotrufs.

Eine Neuauflage von 20.000 Kampagnen-Postkarte wird von der jungen Aachener Boxweltmeisterin Jessica Balogun unter dem Motto „K.O. im Ring, aber nicht im Glas!“ unterstützt und an die weiterführenden Schulen in der StädteRegion Aachen verteilt.

2012



Erstmals erweitert der Frauennotruf die Prävention zum Thema K.O.-Tropfen in Form von geschlechtsspezifischen Workshops für Jungen. Die Umsetzung gelingt durch eine Kooperation mit der Aids-Hilfe Aachen.

10
JAHRE

K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

2012



Geschäftsstellenleiter der Sparkasse Karl-Heinz Stockem übergibt (nicht den ersten) Spendenscheck für die Präventionsarbeit zum Thema K.O.-Tropfen.

2013



Wahl der Aachener Kampagne „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“ zum Nationalen Serviceprojekt (NSP) von Ladies' Circle Deutschland für den Zeitraum von Mai 2013 bis April 2015: Die Aachener Ladies erlösen mit einem Flohmarktstand den Einstand für das Spendenprojekt!

Die Drogenbeauftragte des Bundesgesundheitsministeriums wählt „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“ zum Projekt des Monats August 2013.

2013



Auf Initiative des LC 58 bringt das – inzwischen schon traditionelle – Benefiz-Essen im Aachener Best Friends einen stolzen Erlös für die Prävention.



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

2014



Ehrenamtliche Mitarbeiterinnen unterstützen Monika Bulin bei einem Infostand zum Thema K.O.-Tropfen an der RWTH Aachen.

Der Präventionsrat des Landes NRW benennt „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“ zum Projekt des Monats September 2014.

Die StädteRegion Aachen fördert die Herstellung eines Ausstellungsobjektes für den Einsatz in Schulen.

2015



Das zweijährige Spendenprojekt von Ladies' Circle Deutschland geht beim Annual Meeting in Stuttgart zu Ende: In über 100 Städten und Regionen wird nun mit der Aachener Kampagne gearbeitet.

2016



Mit einer neuen Kooperation mit Marc Strauch geht der Frauennotruf mit den Präventionsveranstaltungen für Jungen weiter in die Offensive.

10
JAHRE

K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

Ein Projekt mit großem persönlichem Engagement: Interview mit Monika Bulin



Monika Bulin (links) im Gespräch mit Katharina Redanz

Seit 2006 betreibt der Frauennotruf Aachen Präventionsarbeit gegen K.O.-Tropfen und deren Folgen im Rahmen der Kampagne „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“. Sozialarbeiterin Monika Bulin berichtet über zehn Jahre Kampagnenerfahrung.



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

Seit rund zehn Jahren arbeiten Sie und ihre Kolleginnen im Rahmen der Kampagne „K.O.cktail. Fiese Drogen im Glas“ gegen K.O.-Tropfen – wie genau sieht diese Arbeit aus?

Im Rahmen der Kampagne „K.O.cktail. Fiese Drogen im Glas“ betreiben wir vor allem Präventionsarbeit. Wir haben in den letzten Jahren verschiedene Infomaterialien entwickelt – das reicht von Postkarten für Jugendliche mit Tipps zum Schutz vor K.O.-Tropfen über eine Art Comic, Broschüren und Plakate bis hin zu Flyern für verschiedene Berufsgruppen. Außerdem bieten wir Workshops für Jungen und Mädchen in Schulen an sowie Vorträge für verschiedenste Zielgruppen. Im letzten Jahr gab es auch ein Workshop-Angebot für Feuerwehrleute, die ja oft als Ersthelfer vor Ort sind.

Die Kampagne läuft nun schon seit zehn Jahren. Wie fing alles an?

Im Jahr 2004 sind wir beim Frauennotruf zum ersten Mal mit dem Thema K.O.-Tropfen in Kontakt gekommen: Drei Frauen, die Opfer geworden waren, kamen in unsere Beratungsstelle. Wir hatten damals davon noch nie gehört und haben dann angefangen zu recherchieren, da die Frauen ähnliche Erlebnisse schilderten. Dabei haben wir festgestellt, dass das Problem mit K.O.-Tropfen in anderen Ländern, Spanien und Frankreich beispielsweise, schon länger bekannt zu sein schien und auch bei uns ein ernstzunehmendes Phänomen darstellt. Daraufhin haben wir die Präventionskampagne entwickelt: Zunächst

mit Tipps für Jugendliche auf Postkarten, mit der Zeit kamen weitere Materialien dazu.

Sie haben sich 2006 dann dazu entschieden, die Kampagne öffentlich zu machen und sich an die Presse gewandt – wie waren die ersten Reaktionen?

Wir haben relativ schnell bundesweit sehr viel Interesse erfahren – wir gehörten damals zu den Ersten in Deutschland, die überhaupt öffentlich etwas zu diesem Thema gemacht haben. Das hat uns sehr gefreut, gerade da wir im Vorfeld auch Gegenwind bekommen haben – von verschiedenen Behörden, von Polizei und Staatsanwaltschaft aber auch von Kolleginnen aus anderen Beratungsstellen. Sie sahen die Kampagne eher kritisch.

Was waren die Bedenken derjenigen, die der öffentlichen Auseinandersetzung mit dem Thema kritisch gegenüber standen?

Die Kolleginnen und auch die Behörden hatten Angst, dass wir mit der Kampagne „schlafende Hunde wecken“. Diese Bedenken hatten wir selber auch und haben die Einwände, die von allen Seiten kamen, nicht auf die leichte Schulter genommen. Letztendlich haben wir uns trotzdem dafür entschieden, das Problem mit K.O.-Tropfen publik zu machen: Wir waren, und sind auch immer noch, der Meinung, dass potentielle Opfer informiert sein müssen und die Möglichkeiten kennen sollen,

sich zu schützen. Und unsere Intention hat sich bewahrt: Wir haben keine „schlafenden Hunde“ aufgeweckt, die waren schon lange wach.

Was waren die größten Erfolge, wenn Sie auf die letzten zehn Jahre zurückblicken?

2013 hatten wir das große Glück, zum landesweiten Serviceprojekt des Ladies' Circle Deutschland gewählt zu werden, einer Vereinigung von Frauen, die sich u.a. ehrenamtlich für soziale Projekte engagieren. Das war mit Sicherheit der größte Erfolg. Alle lokalen und regionalen Ladies' Circle in ganz Deutschland haben für unsere Kampagne geworben und Spenden gesammelt. Dadurch sind einerseits sehr viele Spenden zusammengekommen, andererseits hatten wir so die Möglichkeit, die Kampagne bundesweit zu verbreiten. Inzwischen arbeiten über 100 Städte und Gemeinden mit unseren Grundmaterialien.

Ein weiterer schöner Erfolg ist auch, dass wir mittlerweile in vielen weiterführenden Schulen in der Region Aachen „fest im Stundenplan“ sind, also einmal jährlich in den neunten Klassen einen Workshop zum Thema K.O.-Tropfen geben. Das mache ich mittlerweile zusammen mit einem männlichen Kollegen – er arbeitet mit den Jungen, ich mit den Mädchen.

Gab es auch Rückschläge bezüglich der Kampagne?

Richtige Rückschläge gab es nicht. Wir merken aber immer wieder, dass die Dinge Zeit brauchen – es geht stetig voran, aber langsam. Zudem ist es bedauerlich, dass wir unsere Präventions-Workshops nicht an allen Schulen durchführen können: So umfangreich wie wir die Workshops machen, konnten wir sie bisher nicht ganz kostenfrei anbieten – leider konnte sich deshalb manche Schule die Workshops nicht leisten. Das war sehr schade.

Deshalb freuen wir uns besonders, dass wir ab 2017 grundsätzlich kostenlose Präventionsangebote machen können – möglich gemacht durch zusätzliche Förderung des Landes Nordrhein-Westfalen.

Sie sagen, vor allem durch das Projekt des Ladies' Circle Deutschland haben viele Beratungsstellen Ihre Kampagne übernommen und adaptiert – was haben Sie für Rückmeldungen erhalten?

Wir haben durchweg positives Feedback erhalten. K.O.-Tropfen sind ein bundesweites Phänomen und in den meisten Städten gab es auch schon entsprechende Vorkommnisse. Viele Kolleginnen hatten schon bevor sie mit uns und unserer Kampagne in Kontakt kamen damit zu tun, allerdings fehlte häufig der Impuls oder auch die Kapazität, sich mit dem Thema näher zu beschäftigen. Das Angebot, Material von uns zu bekommen



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

und nicht das Rad neu erfinden zu müssen, haben viele angenommen. Das Infomaterial, das in den anderen Beratungsstellen dann auf Basis unserer Flyer und Broschüren entstanden ist, ist super. Es sind noch einmal andere Impulse, die durch die Weiterentwicklung und Veränderung unser Materialien gegeben werden – das alles freut mich und meine Kolleginnen wirklich sehr.

Neben den vielseitigen Infomaterialien bieten sie auch Workshops an Schulen an.

Ja genau, und diese Workshops sind wichtig. Zum einen, um die Jugendlichen überhaupt zu informieren und ihnen Tipps mit auf den Weg zu geben, wie sie sich vor K.O.-Tropfen schützen können. Allerdings sind manche Schülerinnen auch schon vorher Opfer solcher Substanzen geworden – auch für sie ist der Workshop gut und nützlich: Es kommt regelmäßig vor, dass sich betroffene Mädchen nach einem Workshop beim Frauennotruf melden, die das sonst eher nicht gemacht hätten. Durch den Workshop haben sie eine direkte und schon bekannte Ansprechpartnerin. Die Workshops sind auf jeden Fall ein sehr zentrales Element unserer regionalen Arbeit im Rahmen der Kampagne – für Prävention und Beratung.

Hätten Sie 2006 schon damit gerechnet, dass die Kampagne einmal so erfolgreich ist?

Mir war von Anfang an klar, dass wir mit der Kampagne etwas anstoßen und einen wichtigen Impuls geben, aber dass wir so erfolgreich sind, damit hätte ich nicht gerechnet. Ich hätte nicht gedacht, dass unsere Arbeit so über die Grenzen der Städteregion Aachen hinausgehen wird und sich bundesweit in diesem Maße etabliert.

Sind sie stolz darauf, dass die Kampagne sich so entwickelt hat?

Ja, das bin ich. Ich finde, das können wir auch sein. Wir können stolz darauf sein, dass wir den Mut hatten, das Thema K.O.-Tropfen bekannt zu machen – obwohl wir am Anfang so viel Widerstand erfahren haben. Mittlerweile können wir sagen, dass es genau die richtige Entscheidung war. Das freut uns sehr.

Die Kampagne hat sich in den letzten zehn Jahren sehr positiv entwickelt – wie schlägt sich das nieder? Hat sich das Bewusstsein der Menschen verändert und wie entwickeln sich die Opferzahlen?

In der Bevölkerung herrscht mittlerweile definitiv ein besseres Bewusstsein bezüglich der K.O.-Tropfen. Das merke ich besonders in den Schulen: Als ich in den ersten Schul-Workshops

2006 gefragt habe, wer schon einmal von K.O.-Tropfen gehört habe, gingen vereinzelt die Hände hoch. Wenn ich heute die gleiche Frage stelle, zeigen fast alle auf. Es hat sich also viel verändert, das Thema ist in aller Munde. Die Zahl der Frauen und Mädchen, die sich wegen des Verdachts, Opfer von K.O.-Tropfen geworden zu sein, bei uns melden, ist relativ konstant geblieben: Wir haben im Schnitt zehn bis zwölf neue Fälle pro Jahr – das ist scheinbar nicht viel, aber wir gehen davon aus, dass das nur die Spitze des Eisbergs ist. Es gibt eine viel größere Dunkelziffer, davon bin ich überzeugt.

Sie sprechen mit der Präventionsarbeit gezielt Frauen und Mädchen an – wie sieht das aus mit Jungen und Männern?

Es gibt auf jeden Fall auch bei Jungen und Männern einen Bedarf nach Information. Wir haben auch nie gesagt, dass wir unsere Kampagne nur für Mädchen machen, weil nur die davon betroffen sind. Stattdessen richtet sich unsere Kampagne hauptsächlich aus Kapazitätsgründen vorrangig an Frauen und Mädchen. Hinzu kommt, dass wir im Frauennotruf traditionell mit Mädchen und Frauen arbeiten. In den Schul-Workshops habe ich zudem gemerkt, dass sich die Mädchen – gerade in dem Alter – viel freier äußern, wenn keine Jungen dabei sind. Mittlerweile sind wir aber dem Wunsch von vielen Lehrerinnen und Lehrern nachgekommen und bieten in Kooperation mit einem männlichen Kollegen auf Honorarbasis die Workshops auch für Jungen an.

Ihre Arbeit ist bislang sehr erfolgreich, trotzdem werden Mädchen und Frauen und auch Jungen und Männer weiterhin Opfer von K.O.-Tropfen. Wo liegen weiterhin Probleme?

In Bezug auf K.O.-Tropfen ist die kurze Nachweisbarkeit definitiv weiter ein großes Problem: Diese Drogen, die häufig als K.O.-Mittel eingesetzt werden, können nur sechs Stunden im Blut und ca. zwölf bis dreizehn Stunden im Urin nachgewiesen werden. Die meisten Betroffenen schaffen es innerhalb dieses kurzen Zeitfensters nicht, sich untersuchen zu lassen oder realisieren es in dieser kurzen Zeit auch überhaupt nicht. Die einfache Verfügbarkeit der Tropfen ist außerdem ein Problem. Hinzu kommt, dass die wenigsten K.O.-Tropfen-Opfer Anzeige erstatten. Die meisten erinnern sich nicht richtig und trauen sich deshalb nicht. Andere denken vielleicht, sie hätten einfach zu viel getrunken oder sind froh, dass eventuell letztlich nichts passiert ist. Deswegen gibt es keine offiziellen Zahlen und daher scheinbar wenig Handlungsbedarf.

Wo sehen Sie die Schwachstellen der bisherigen Kampagne?

Die sehe ich eindeutig in den personellen Ressourcen. Die Ideen sind da, der Bedarf ist da, aber wir haben einfach nicht genug Mitarbeiterinnen, die die Arbeit leisten könnten. Mit den Aktionen, die wir jetzt schon machen, sind wir absolut ausgelastet, leider. Dabei könnte noch mehr gemacht werden. Ich könnte mir zum Beispiel vorstellen mit einer Art Bus bei



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

großen Festivals und anderen Veranstaltungen vor Ort zu sein. Ideen haben wir noch viele ...

Die Kampagne läuft nun seit zehn Jahren, aber noch ist kein Ende in Sicht und das Problem K.O.-Tropfen besteht weiterhin. Wie geht es mit der Kampagne weiter?

Wir machen mit Sicherheit so weiter wie bisher, das hat sich bewährt und trägt Früchte. Zusätzlich haben wir viele Ideen, wie wir die Kampagne noch weiter fortschreiben können. Als nächstes steht zum Beispiel an, die Kooperation mit verschiedenen Berufsgruppen weiter auszubauen: mit Sanitätern, mit Feuerwehrleuten und der Polizei. Denn oft ist die Vernetzung dieser Berufsgruppen, die häufig als Ersthelfer vor Ort sind, nicht ausreichend. Sie sind häufig nicht geschult, aufeinander abgestimmt und selbst wenn sie die Befürchtung haben, dass K.O.-Tropfen im Spiel sein könnten, gibt es eher wenig Handlungsoptionen. Zudem könnten Verantwortliche wie Diskothekenbetreiber und Türsteher informiert und geschult werden. Fest steht: Wir haben noch viel vor.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Hauptsächlich wünsche ich mir die Kapazitäten, mit unseren Aktionen und Workshops die Jugendlichen an allen Schulen in der StädteRegion Aachen versorgen zu können.

Auf einer ganz anderen Ebene wünsche ich mir, dass mehr Frauen sich trauen, Hilfe zu holen und mit ihren Erlebnissen nicht mehr alleine bleiben – selbst wenn sie daran zweifeln, ob alles wirklich so passiert sein kann. Mein größter Wunsch ist es deshalb, dass wir es schaffen, durch die Kampagne auch die Betroffenen selber noch mehr dazu ermutigen, sich zu melden und sich Hilfe zu holen.

Erste Beratungsstelle übernimmt die Aachener Kampagne: Interview mit Gerlinde Gröger (Frauen-Notruf Münster)

Auch der Frauen-Notruf Münster leistet Präventionsarbeit gegen K.O.-Tropfen. Die Beratungsstelle in Westfalen war 2006 die erste von mittlerweile über 100, die sich das Nutzungsrecht der Aachener Kampagne sicherte. Diplom-Pädagogin Gerlinde Gröger (seit 1992 hauptamtlich beim Frauen-Notruf Münster) im Gespräch mit Katharina Redanz.

Seit wann betreiben Sie Präventionsarbeit gegen K.O.-Tropfen?

Offiziell haben wir unsere Kampagne 2007 gestartet. In den Jahren davor haben wir festgestellt, dass das Thema K.O.-Tropfen relevanter wird – immer mehr betroffene Frauen haben sich bei uns gemeldet. Uns war schnell klar, dass wir mit diesem Thema an die Öffentlichkeit wollen und auch müssen. Zeitgleich kam die Kampagne aus Aachen – dann war es keine Frage mehr, dass wir mitziehen. Das Logo der Aachener Kampagne gefiel uns direkt sehr gut und als wir hörten, dass wir Logo und Slogan übernehmen können, gab es für uns kein Halten mehr.



Und Sie verwenden das Aachener Logo immer noch? Wie sieht ihr Informations- und Präventionsmaterial aus?

Genau, wir haben das Aachener Logo um unsere Texte und Kontaktdaten ergänzt und haben unterschiedliches Material erstellt – zum Beispiel Plakate oder sogenannte „Pocket Flyer“ mit kurzen, plakativen Informationen, die man direkt in der Partyszene verteilen kann. Wir haben außerdem einen Videoclip gedreht, der in einem Münsteraner Kino im Vorprogramm gezeigt wurde und auch auf einem lokalen Fernsehsender lief.



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

Wie haben die Menschen in Münster auf die Kampagne reagiert?

Insgesamt ist das Thema in Münster mittlerweile sehr gut angekommen, das K.O.-Tropfen-Problem ist bekannt. Allerdings haben wir gemerkt, dass es die Menschen in Münster aufwühlt – wir haben in den letzten Jahren unterschiedliches Feedback zu unserer Präventionsarbeit bekommen. Einerseits kam eine empörte Rückmeldung, nach dem Motto „so etwas gibt es in Münster nicht und ihr macht das Thema erst groß“. Auf der anderen Seite waren auch viele Menschen froh, dass sie über das Thema K.O.-Tropfen informiert wurden. Die Presse hat uns immer positiv begleitet und auch von der Polizei haben wir Unterstützung erfahren.

Wie sieht ihre Präventionsarbeit heute aus?

Im Laufe der Jahre sind wir mit unserer Arbeit mehr und mehr direkt in die Partyszene reingegangen. Seit drei Jahren liegen Bierdeckel mit dem Kampagnenlogo auf der einen und Hinweisen und Tipps auf der anderen Seite in verschiedenen Bars in Münster aus. Seit Frühling 2015 sind außerdem unsere sogenannten „PartyGuides“ regelmäßig unterwegs: Geschulte Teams von Ehrenamtlichen, die in erkennbarer Kampagnen-Kleidung direkt vor Bars und Clubs gehen, Infomaterial und die sogenannten Spikeys, eine Art K.O.-Tropfen-Getränkesschutz für unterwegs, verteilen. Außerdem bieten wir Workshops und Vorträge für Schulen an, für Mitarbeiter der Gastro-Szene sowie öffentliche Vorträge.

Können Sie eine Entwicklung der K.O.-Tropfen-Fälle in Münster erkennen?

Insgesamt gehen die K.O.-Tropfen Opferzahlen überhaupt nicht zurück und das deckt sich auch mit den Berichten, die die PartyGuides vor Ort von den Jugendlichen bekommen. Jedes Wochenende passiert es. Bei uns in der Beratungsstelle kommen etwa elf Prozent aller Anfragen von Opfern von K.O.-Tropfen, die sexualisierte Gewalt erfahren haben. Bei dieser Zahl hat es sich in den letzten Jahren eingependelt.

Wo sehen Sie Ihre größten Erfolge in der Präventionsarbeit gegen K.O.-Tropfen?

Als Erfolge würde ich die positiven Rückmeldungen aus der Bevölkerung sehen und außerdem, dass das Thema mittlerweile sehr breit bekannt ist. Das war am Anfang noch nicht so, da würde häufig noch gestaunt. Es freut mich, dass heute die Bezugspersonen potentieller Opfer achtsam sind und im Fall der Fälle unterstützend statt vorwurfsvoll sind. Es kommt immer mal wieder vor, dass Frauen hier anrufen und sagen, meiner Freundin ging es plötzlich schlecht, aber dann sind wir direkt ins Krankenhaus und deswegen ist nichts passiert – solche Geschichten sind Erfolge. Auch die Kooperation mit den Bars beispielsweise für die Bierdeckel sehe ich als Erfolg. Was ich schade finde, ist, dass sich K.O.-Tropfen immer noch halten und dass die Schulen, nachdem sie zunächst sehr engagiert waren, mittlerweile nicht mehr so

regelmäßig anfragen. Es würde mich freuen, wenn die nochmal aktiver werden.

Was muss noch getan werden?

Wir müssen auf jeden Fall aktiv bei dem Thema bleiben – dafür ist es natürlich auf jeden Fall wichtig, die Finanzierung zu sichern, aber das betrifft natürlich unsere ganze Arbeit und nicht nur die K.O.-Tropfen-Kampagne. Regelmäßigkeit ist meiner Meinung nach das A und O – und das Streben wir mit unseren PartyGuides auch an. Wir möchten gerne jeden Freitagabend unterwegs sein.

Was sind Ihre Pläne für die Fortsetzung der Kampagne?

Die PartyGuide-Aktion ist im Moment unsere stärkste Aktion und das werden wir in Zukunft auch noch weiter ausbauen, damit sie wirklich regelmäßig unterwegs sein können. Bezüglich der Kampagne ist bei uns auf jeden Fall kein Ende in Sicht – „leider“ möchte ich fast sagen. Natürlich wäre es schön, wenn diese Präventionsarbeit nicht mehr nötig wäre. Aber solange sie das ist, machen wir weiter und gucken, wo der Weg uns weiter hinführt – wir sind offen für vieles. Die K.O.-Tropfen-Kampagne ist für uns auf jeden Fall ein Langzeitprojekt.



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

Kooperationspartner Schule und Ausbildung

Die Interviews führte Katharina Redanz.

Interview mit Ingrid Wiesehöfer (Lehrerin am Mädchengymnasium St. Ursula)



Ingrid Wiesehöfer ist Lehrerin für Erdkunde und Sport am Mädchengymnasium St. Ursula in Aachen. Zusätzlich ist sie Präventionsbeauftragte der Schule, zuständig für alle Richtungen von Prävention. Im Gespräch über die Relevanz von Präventionsarbeit gegen K.O.-Tropfen.

Seit 2011 organisieren Sie jedes Jahr einen Workshop zum Thema K.O.-Tropfen mit Frau Bulin für die neunten Klassen. Wie kam es dazu?

Vor etwa fünf Jahren habe ich zufällig eine der Postkarten zum Thema K.O.-Tropfen vom Frauennotruf gesehen und dachte, das wäre etwas für uns. Ich habe mich dann an den Frauennotruf gewandt und nach kurzer Zeit kam Frau Bulin zu uns in die Schule. Bei ihrem ersten Vortrag in unserer Aula für alle neunten Klassen war ich bis zu dem Zeitpunkt, an dem die Schülerinnen Fragen stellen konnten, noch anwesend und fand es sehr gut und interessant – einige Sachen waren auch für mich neu. Daher haben wir als Schule uns dazu entschieden, den Workshop jedes Jahr für unsere Neuntklässlerinnen anzubieten, allerdings dann klassenweise.

Warum machen Sie diesen Workshop für Ihre Schülerinnen?

Ich finde es extrem wichtig, die Schülerinnen über K.O.-Tropfen aufzuklären, denn es passiert häufiger als man denkt. Ich möchte, dass die Schülerinnen wissen, dass es auch andere Gründe als Alkohol geben kann, wenn jemand die Kontrolle über sich verliert. Und ich wünsche mir, dass sie aufmerksam sind, auf sich selbst und auf Freundinnen und Freunde zu achten. K.O.-Tropfen sind ein wichtiges Thema. Hinzukommt, dass es bei uns als Mädchengymnasium mehr potentielle K.O.-Tropfen-Opfer gibt als an gemischten Schulen.

Was bekommen Sie für Rückmeldungen von Schülerinnen und Eltern?

Die Rückmeldungen der Schülerinnen sind durchweg positiv. Die meisten sind immer richtig begeistert, berichten von einer sehr angenehmen Atmosphäre im Workshop – das liegt natürlich an Frau Bulin. Oft sind die Schülerinnen zunächst sehr schockiert, weil sie gar nicht so weit denken, dass jemand Drogen in ihr Getränk geben könnte. Das heißt, durch den Workshop wird der Blickwinkel erweitert. Die Schülerinnen sagen selbst, dass sie durch die Veranstaltung eine andere Denkweise bekommen. Bislang gab es sogar zwei konkrete Fälle, in denen das Wissen angewandt wurde: Zwei Schülerinnen konnten dank ihres Wissens aus dem Workshop in einer konkreten Situation richtig handeln. Auch die Eltern befürworten und unterstützen den Workshop.

Was finden Sie an den Workshops besonders gut?

Das ist schwer zu sagen, da ich bei den Workshops eigentlich nicht dabei bin, nur beim ersten Mal 2011 habe ich auch teilgenommen. Was ich da besonders gut fand war ein Film mit Betroffenen zu Anfang – das war die richtige Mischung von „unter die Haut gehen“ und „nicht zu sehr belastend“. Was ich von den Schülerinnen mitbekomme, ist, dass sie immer besonders beeindruckt von der sogenannten ‚Drogenbrille‘ sind:

Die können sie aufsetzen und dadurch spüren, wie sich die Wahrnehmung verändern kann – das ist prägend. Die Schülerinnen

kommen mit dem Bewusstsein, aufmerksam und achtsam sein zu müssen aus dem Workshop. Das finde ich sehr gut.

Warum kooperieren sie zum Thema K.O.-Tropfen mit dem Frauennotruf?

Wir holen zu diesem Thema bewusst den Frauennotruf bzw. Frau Bulin zu uns, da wir nicht über das Hintergrundwissen verfügen und auch nicht die Erfahrung haben, um das Thema so informativ und abwechslungsreich zu gestalten, wie Frau Bulin. Einige Themen müssen unserer Meinung nach auch losgelöst von Lehrern und Lehrerinnen besprochen werden können, da manche Schülerinnen sich vielleicht eher einer fremden Vertrauensperson gegenüber öffnen.

Wird es auch in den nächsten Jahren weiterhin die Workshops für die neunten Klassen geben?

Ja, ganz sicher, ohne Frage. Dieser Workshop bringt unheimlich viel und ganz abgesehen davon, finde ich es gut und wertvoll, dass die Schülerinnen durch den Workshop den Frauennotruf und mit Frau Bulin eine Ansprechpartnerin kennenlernen. Mit kleinen oder großen Problemen kann man sich immer an den Notruf wenden. Auch wenn eine Schülerin zu mir als Präventionsbeauftragte kommt, weiß ich direkt wo ich anrufen könnte und an wen ich die Schülerin gegebenenfalls weiterleiten könnte. Ich habe absolutes Vertrauen in den Frauennotruf. Das möchte ich meinen Schülerinnen gerne mit auf den Weg geben.



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

Interview mit Margit Surwehme

(Leiterin des Bildungsinstituts für Berufe im Gesundheitswesen im Marienhospital Aachen)



In verschiedenen Jahrgängen erlernen hier insgesamt 125 Frauen und Männer gleichzeitig den Beruf des Gesundheits- und Krankenpflegers. Seit rund zehn Jahren ist die Sozialarbeiterin Monika Bulin fester Teil der Ausbildung – in der Lerneinheit „Sexuelle Gewalt“, die die Azubis im zweiten Lehrjahr absolvieren, referiert sie über K.O.-Tropfen, die häufig mit sexualisierter Gewalt in Zusammenhang stehen.

Frau Surwehme, warum ist das Thema „K.O.-Tropfen“ wichtig in der Ausbildung zum Gesundheits- und Krankenpfleger?

Das Thema K.O.-Tropfen ist generell aus zwei Gründen ein sehr wichtiges für unsere Auszubildenden: Auf der einen Seite sind sie als Berufsgruppe betroffen. Es ist natürlich wichtig, potentielle

Opfer von K.O.-Tropfen von „Alkohol-Leichen“ unterscheiden zu können und richtig zu behandeln. Auf der anderen Seite sind unsere Auszubildenden hauptsächlich auch Jugendliche, die in Diskos und anderen Lokalen unterwegs sind. Daher dient die Veranstaltung mit Frau Bulin auch der Prävention.

Inwieweit haben die Auszubildenden schon Vorkenntnisse zu dem Thema?

Für die meisten sind K.O.-Tropfen ein Begriff – aber vielen ist alles Zugehörige nicht bekannt: Beispielsweise, welche Gefahren auftreten können und worauf zu achten ist, wenn tatsächlich jemand Opfer von K.O.-Tropfen sein könnte. Oftmals haben die Auszubildenden nur ein gefährliches Halbwissen.

Wieso kooperieren Sie für diese Lerneinheit mit dem Frauennotruf Aachen?

Die Zusammenarbeit ist eine ganz bewusste Entscheidung. Zum einen geben externe Lehrpersonen unserem Ausbildungsangebot einen wichtigen Mehrwert – so können wir auch über den Tellerrand hinausblicken. Abgesehen davon können wir nicht alle Themen in diesem Umfang behandeln – und vor allem nicht so lebendig. Dadurch, dass Frau Bulin tiefer in dem Thema ist, die Umstände kennt und auch von Fallbeispielen berichten kann, wird diese Unterrichtseinheit sehr interessant. Da könnten wir nicht mithalten, wenn wir unseren Unterrichtsinhalt einfach aus der Fachliteratur entnehmen würden.

Wie kommt die Veranstaltung bei den Auszubildenden an?

Für unsere Auszubildenden ist es sehr interessant, noch einmal andere Aspekte zu sehen und es ist natürlich auch interessanter, mal eine andere Lehrkraft zu sehen. Gerade Erfahrungsberichte sind spannend zu hören – etwas, das wir nicht leisten können. Frau Bulin hat zudem immer kleine Infokärtchen dabei, mit Informationen über K.O.-Tropfen, wie man sich davor schützen kann und wie man im Fall der Fälle handeln muss. Die finde ich sehr gut und die kommen auch bei den Azubis sehr gut an.

Werden Sie die Kooperation in Zukunft weiter fortsetzen und haben sie noch Verbesserungsvorschläge oder Wünsche?

Ja, auf jeden Fall möchten wir die Zusammenarbeit mit dem Frauennotruf auch in den nächsten Jahren fortsetzen. Das Ganze ist eine Erfolgsgeschichte. Zusätzliche Verbesserungsvorschläge oder Wünsche habe ich nicht, es läuft alles gut. Vor allem die Infokärtchen finde ich wirklich sehr gut und hilfreich – auch wegen der abgedruckten Kontaktmöglichkeiten des Frauennotrufs, an den man sich bei Bedarf wenden kann.

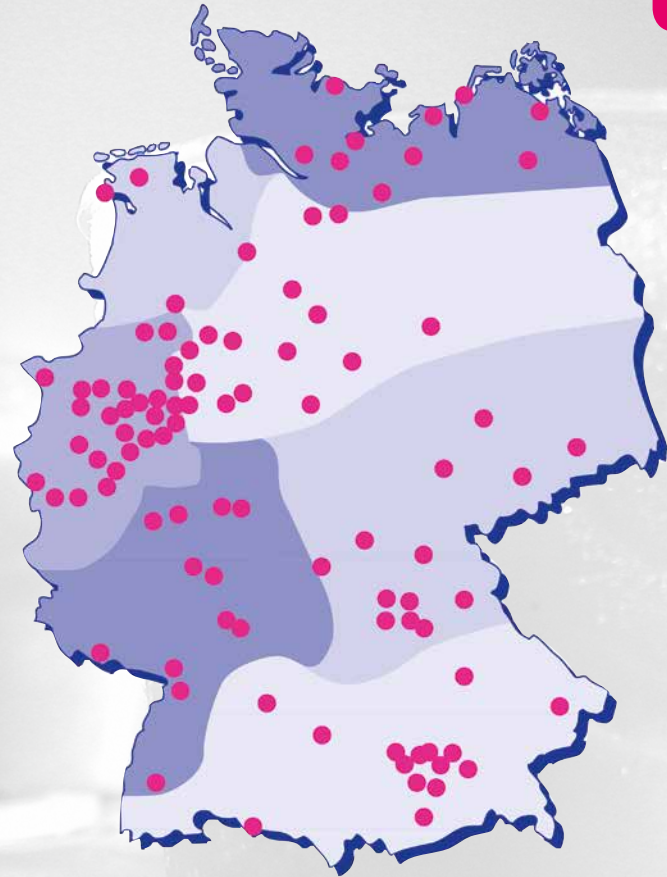


K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

Eine Reise durch ganz Deutschland: „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“ in über 100 Städten und Regionen

Aachen (Urheberrecht „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“),
Amberg, Arnsberg, Aurich, Bad Doberan, Bad Tölz, Bayreuth,
Beckum, Bielefeld, Burghausen/Oberbayern, Bochum, Bonn,
Bottrop, Chemnitz, Coburg, Coesfeld, Deggendorf, Detmold,
Dinslaken, Dortmund, Dresden, Düren, Düsseldorf, Duisburg,
Erfurt, Erlangen, Freiburg, Freising, Fürstenfeldbruck, Gießen,
Landkreis Gießen, Goch, Göttingen, Greifswald, Gütersloh, Hagen,
Hamburg, Hamm, Hannover, Hattingen, Heidelberg, Herrsching,
Hildesheim, Karlsruhe, Kassel, Kiel, Koblenz, Köln, Konstanz,
Kulmbach, Lahr, Landau, Landshut, Leer, Leipzig, Leverkusen,
Ludwigshafen, Lübeck, Lüneburg, Magdeburg, Mainz, Meschede,
Moers, München, Münster, Neubrandenburg, Nürnberg, Olching,
Osnabrück, Ratingen, Recklinghausen, Regensburg, Rietberg,
Rosenheim, Rostock, Saarbrücken, Schwarzenbek, Schweinfurt,
Schwelm, Schwerin, Siegburg, Solingen, StädteRegion Aachen,
Stolberg (Rheinland), Stuttgart, Ulm, Verden, Waldkraiburg,
Weiden, Westerbürg, Witten, Wolfenbüttel, Wolfratshausen,
Worms und Wuppertal.



1000 Dank für besondere Unterstützung

Die Entwicklung, die Umsetzung der Kampagne „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“, die stetige Fortsetzung der Präventionsarbeit und die Verbreitung der Aachener Modellkampagne in ganz Deutschland wären ohne ganz viel und ausdauernde Unterstützung von außen nicht vorstellbar und möglich gewesen.

Unser Dank gilt allen, die ihren Teil zum Gelingen und zur Aufrechterhaltung des wichtigen Präventionsangebotes beigetragen haben!

Wir danken ...

- ◆ ... allen Spenderinnen und Spendern, die Workshops an Schulen in der StädteRegion Aachen ermöglicht haben!
- ◆ ... dem Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen für die Förderung zur Herstellung von ersten Informationsmaterialien für Ärztinnen, Ärzte und Rettungswesen und für den Zuschuss zur Fachtagung „Neuland: Therapeutischer Umgang mit Opfern von K.O.-Tropfen“.
- ◆ ... Apotheker Andreas Hochstein, Ahorn-Apotheke Simmerath.
- ◆ ... dem ZONTA Club Aachen für seine Spendenaktionen
- ◆ ... der Aachener Werbeagentur Germax media für die langjährige Kampagnenbegleitung unter dem Label ‚Soziales Engagement gegen Gewalt‘
- ◆ ... verschiedenen KFD-Gruppen aus Aachen und Herzogenrath-Kohlscheid (Katholische Frauengemeinschaft Deutschland).
- ◆ ... dem Soroptimist International Club Bad Aachen.
- ◆ ... dem Round Table Aachen (RT 83).
- ◆ ... der Bethe-Stiftung für Ihre Spendenverdopplungsaktion.
- ◆ ... ENSE Consulting und Reprografie GmbH & Co. KG.
- ◆ ... Boxweltmeisterin Jessica Balogun für ihre Gespräche mit Jugendlichen im Rahmen von unseren Schulveranstaltungen.
- ◆ ... allen Beratungsstellen und Einrichtungen, die in den letzten 10 Jahren die Arbeit zum Thema aufgegriffen haben und auch in Zukunft weiterführen.



K.O.cktail?

Fiese Drogen im Glas

- ◆ ... den Restaurant-Inhabern des Best Friends in Aachen für die regelmäßigen Benefizessen zur Finanzierung von Präventions-Workshops.
- ◆ ... der Ärztekammer Nordrhein für die Unterstützung bei der Verbreitung von Informationsmaterial in der Aachener Region.
- ◆ ... Stadt Aachen und StädteRegion Aachen für die Hilfe beim Verteilen von Informationsmaterial an alle weiterführenden Schulen in der Region.
- ◆ ... der StädteRegion Aachen für die Projektunterstützung für das Ausstellungsobjekt „Eine wahre Geschichte“.
- ◆ ... der Sparkasse Aachen und Geschäftsstellenleiter Karl-Heinz Stockem für eine kontinuierliche Unterstützung der Präventionsarbeit.
- ◆ ... der Druckerei Erdtmann, Herzogenrath, für ihre langjährige Unterstützung unserer Präventionsarbeit.
- ◆ ... dem Rotary Club Aachen-Land und dem Rotaract Club Aachen.
- ◆ ... dem Ladies' Circle Aachen (LC 58) für unglaublich viele Spendenaktionen (z.B. Flohmarkt- und Weihnachtsmarktstände, Pfandraising, Benefizessen, Benefiz-Kino) und ganz besonders für die engagierte und beispiellose Begleitung unserer Präventionskampagne von Mai 2013 bis April 2015 als Nationales Serviceprojekt des Ladies' Circle Deutschland!
- ◆ ... der Aids-Hilfe Aachen für die Kooperation bei der Durchführung von Präventionsveranstaltungen für Jungen und wir danken Marc Strauch, dass er diese Aufgabe weiter führt.
- ◆ ... allen Schulen, Lehrerinnen und Lehrern, die K.O.-Tropfen für ihre Schülerinnen und Schüler als Präventionsthema aufgreifen.
- ◆ ... allen Politikerinnen und Politikern, die sich lokal, regional und landesweit in den letzten 10 Jahren für die Finanzierung der Arbeit gegen sexualisierte Gewalt eingesetzt haben und mit ihren Entscheidungen für den Ausbau von Prävention und zu strukturellen Verbesserungen für Opfer beigetragen haben.
- ◆ ... der Bezirksvertretung Aachen-Mitte für ihre Unterstützung, durch die diese Jubiläumsbroschüre überhaupt erst möglich wurde.
- ◆ Ein ganz persönlicher Dank gilt außerdem allen ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen des Frauennotrufs, die von der ersten Ideensammlung und Projektplanung an bis heute ihre interdisziplinäre Fachkompetenz aktiv mit einbringen und sich jedes Jahr von neuem an Öffentlichkeitsaktionen für „K.O.cktail? Fiese Drogen im Glas“ beteiligen!

Agnes Zilligen
Geschäftsführerin

