

***Kosten von Gewalt gegen Frauen, erfolgreiche Erfahrungen  
für deren Prävention, auch in Deutschland!***

von

**Christine Brendel  
Dr. Tanja Kasten  
Timm Kroeger  
Dr. Christine Müller**

Dokument aus der Internetdokumentation  
des Deutschen Präventionstages [www.praeventionstag.de](http://www.praeventionstag.de)  
Herausgegeben von Hans-Jürgen Kerner und Erich Marks im Auftrag der  
Deutschen Stiftung für Verbrechensverhütung und Straffälligenhilfe (DVS)

---

Zur Zitation:

Christine Brendel, Tanja Kasten, Timm Kroeger, Christine Müller: Kosten von Gewalt gegen Frauen, erfolgreiche Erfahrungen für deren Prävention, auch in Deutschland!, in: Kerner, Hans-Jürgen u. Marks, Erich (Hrsg.), Internetdokumentation des Deutschen Präventionstages. Hannover 2015, [www.praeventionstag.de/dokumentation.cms/3279](http://www.praeventionstag.de/dokumentation.cms/3279)

# GEWALTPRÄVENTION UND (SOZIALE) MEDIEN – ERFOLGREICHE BEISPIELE AUS DEN ANDENLÄNDERN UND PARAGUAY

*Zusammenfassung des Vortrages vom 09.06.2015 beim Deutschen  
Präventionstag*

**Timm Kroeger**

Regionalprogramm

“Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen in Lateinamerika”

## **Regionalprogramm zur Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen in Bolivien, Ecuador, Paraguay und Peru (2009-2016)**

### **Ziel**

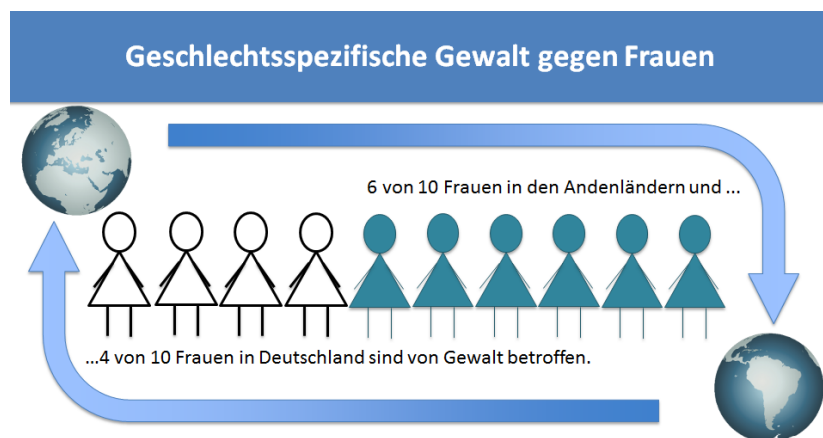
Staatliche, nicht-staatliche und privatwirtschaftliche Akteure in der Region kooperieren bei der Umsetzung von Maßnahmen zur Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen.

### **Handlungsfelder**

1. Verbesserung des Erfahrungsaustausches und der Kooperation zwischen regionalen und nationalen Akteuren.
2. Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft.

## **Gewalt gegen Frauen**

Geschlechtsspezifische Gewalt gegen Frauen ist in der Andenregion und Paraguay noch immer weit verbreitet. Schätzungen und Statistiken zeigen, dass 3 bis 6 von jeweils 10 Frauen in Bolivien, Peru und Ecuador von Gewalt v.a. durch ihre Partner betroffen sind (WHO 2010 und INEC 2011). Laut einer Studie des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend haben auch in Deutschland 40% der Frauen seit ihrem 16. Lebensjahr körperliche und/oder sexuelle Gewalt erlebt.



Quelle: BMFSFJ 2009, WHO 2010 und INEC 2011

Das Regionalvorhaben ComVoMujer nutzt bei der Arbeit mehrere Strategien. Durch Kampagnen, Medienbeteiligung, Studien und Informationen werden soziokulturelle Denk- und Verhaltensmuster beeinflusst, die Gewalt gegen Frauen und die gesellschaftliche Ungleichheit der Geschlechter legitimieren. Verschiedene staatliche, nicht-staatliche und privatwirtschaftliche Akteure werden bei der Umsetzung von präventiven Ansätzen unterstützt und durch zielgruppenorientierte, partizipative Bearbeitung des Themas geschult.



Facebook-Seite des Regionalvorhabens:

<https://www.facebook.com/canallibre.deviolencia?ref=nf>

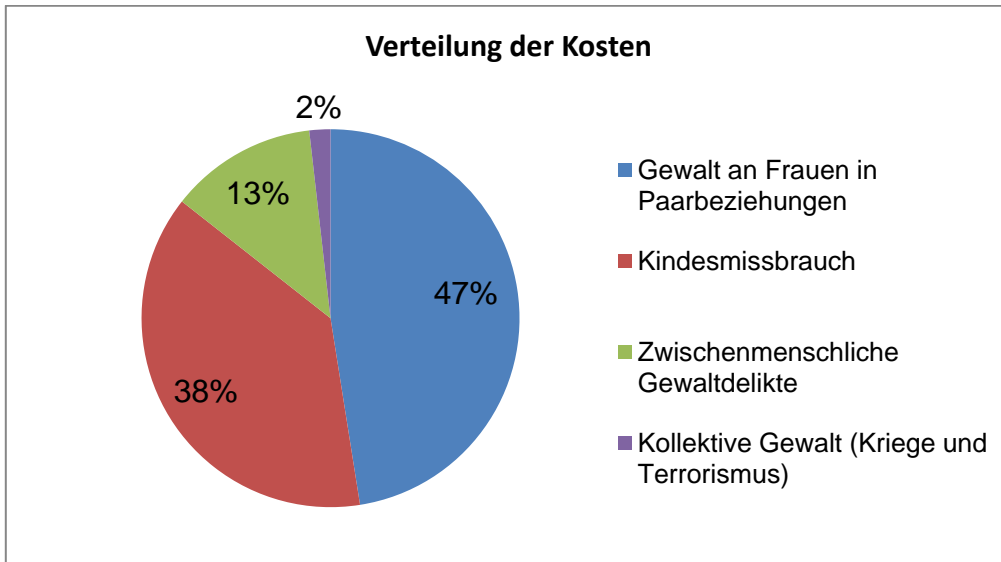
Facebook-Seite einer Kampagne, von StudentInnen initiiert, um Bewusstsein über Frauenmorde zu generieren<sup>1</sup>:

<https://www.facebook.com/pages/Yo-soy-la-mano-de-Katia/799795253442470>



<sup>1</sup> Die Kampagne in sozialen Medien: "Ich bin Katjas Hand" versucht anhand des Schicksals von Katja Cabezas aus Ecuador, der beim Versuch ihres Partners sie umzubringen eine Hand abgehackt wurde, auf das Problem der Frauenmorde aufmerksam zu machen.

Bei Gewalt an Frauen in Paarbeziehungen handelt es sich um die Form der Gewalt, welche die höchsten Kosten verursacht. Betroffen sind insbesondere junge Frauen zwischen 13 und 20 Jahren. Die Kosten jeglicher Art von Gewalt für Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen stellen einen Anteil des weltweiten BIP von 11,16%<sup>1</sup> dar.



Auch wenn die meisten Unternehmen bislang Partnergewalt an Frauen als privates Thema betrachten, für welches sie nicht zuständig sind und welches sie nicht betrifft, findet hier Schritt für Schritt eine Wende statt. Immer mehr Firmen sind sich über die diversen Auswirkungen von Gewalt an Frauen auf ihr Unternehmen bewusst und haben entsprechende Maßnahmen eingeleitet.

Zunächst einige Zahlen pro Jahr:

In Peru entstanden Verluste von fast 7 Mrd. US Dollar für die Unternehmen bzw. 3,9% des BIP. In Bolivien waren es fast 2 Mrd. US Dollar für die Unternehmen bzw. 6,5% des BIP. In Deutschland entstehen den Unternehmen und der Gesellschaft nach Schätzungen Kosten von ca. 36 Mrd. Euro, verursacht durch die Folgen der Gewalt an Frauen (Estimating the costs of gender-based violence in the European Union" Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2014 European Institute for Gender Equality).

### **Unternehmen nutzen soziale Medien zur Prävention von Gewalt gegen Frauen:**

Vermeintlich zielen Unternehmen mit ihrer Arbeit zu Gewaltprävention auf ein jüngeres Publikum. Zum einen, da sie, wie auch deutsche Unternehmen, für neue junge Mitarbeiter/innen attraktiv sein möchten, sowie auch um neue v.a. junge Kunden und Kundinnen zu gewinnen, welche an sozialen Themen interessierter sind.

<sup>1</sup> Copenhagen Consensus Center, Conflict and Violence, Assessment Paper, Benefits and Costs of the Conflict and Violence Targets for the Post-2015 Development Agenda Post-2015 Consensus, 2014.  
Disponibile en: [http://www.copenhagenconsensus.com/sites/default/files/conflict\\_assessment\\_-\\_hoeffler\\_and\\_fearon\\_0.pdf](http://www.copenhagenconsensus.com/sites/default/files/conflict_assessment_-_hoeffler_and_fearon_0.pdf)

Gerade Unternehmen haben durch ihre Expertise in der Nutzung sozialer Netzwerke ein großes Potential durch breit angelegte Präventionsmaßnahmen und -kampagnen viele Menschen und vor allem ein junges Publikum zu erreichen. Dieses Potential wird in Südamerika bereits intensiv genutzt kann aber auch dort, sowie auch in Deutschland, noch ausgeweitet werden.



Über moderne soziale, sowie auch klassische Medien, treten Unternehmen an ihr Klientel heran, in dem sie z.B. ihr Kerngeschäft mit Botschaften gegen Gewalt an Frauen verknüpfen oder Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen motivieren innerhalb und ausserhalb des Unternehmens eine Kultur der „Null Toleranz gegenüber Gewalt an Frauen“ zu kreieren.



<https://www.facebook.com/AnaflexMujer>

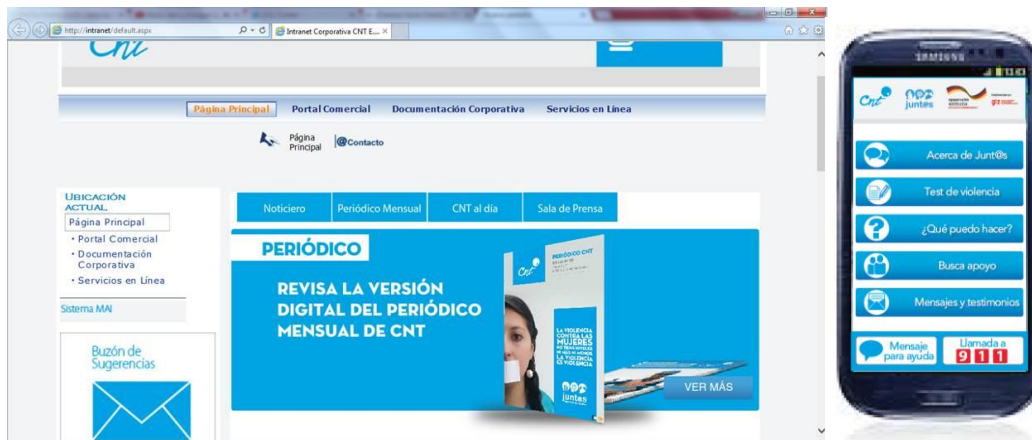


Dafür nutzen sie u.a. Werbeclips, Facebookauftritte, Smartphone-Applikationen und interne Informationsnetzwerke. Diese Maßnahmen und Produkte können einfach an unterschiedliche Kontexte angepasst und überall, auch in Deutschland, erfolgreich implementiert werden.

### App „Junt@s - Gemeinsam“:

ComVoMujer berät die Unternehmen bei der Entwicklung von Kampagnen und Produkten unter anderem im Bereich Social Media. Ein Beispiel dafür ist die Zusammenarbeit mit der ecuadorianischen Telefongesellschaft CNT mit der eine Applikation für Smartphones entwickelt wurde. Diese informiert ein breites Publikum nicht nur über die Formen von Gewalt an Frauen, sondern bietet den Nutzerinnen und Nutzern auch die Möglichkeit schnell Hilfe zu suchen und zu finden. Diese Hilfe kann über einen direkt zu erreichenden Notruf mittels der Applikation rückschlussfrei angefordert werden. Alternativ können auch Vertrauenspersonen schnell mittels spezifischer Textnachrichten (SMS) kontaktiert werden.

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.artech.appinfoemp.informativo>  
[https://www.youtube.com/watch?v=V90Lwkj\\_P3o](https://www.youtube.com/watch?v=V90Lwkj_P3o)



Ebenso nutzt ComVoMujer selbst intensiv soziale Medien um zu informieren und zu mobilisieren. Über Facebook werden Publikationen und Informationen über anstehende Events –eigene und der Partner– verbreitet. Der Blog bietet die Möglichkeit spezifische Themen nicht nur mit Lesern und Leserinnen zu diskutieren, sondern diese auch einzuladen selbst Texte zu verfassen.

**Blog von ComVoMujer:**  
(klicken Sie direkt auf das Bild)



Klicken Sie auf die Bilder um direkt zu den entsprechenden sozialen Netzwerken und unseren Kanälen zu gelangen:



### Online-Zertifizierung:

Mit diesen Unternehmen, wurde aufgrund deren Nachfrage eine Online-Zertifizierung entwickelt:

<http://www.empresasegura.org/>  
<https://www.youtube.com/watch?v=o8wNBCAiyC4>



Ein weiteres Beispiel ist die Zusammenarbeit mit dem Pharmaunternehmen Bagó bei der Erstellung von Videos.

### Beispielvideos Bagó:

<https://www.youtube.com/watch?v=2bme5AbBVZU>  
<https://www.youtube.com/watch?v=nzSragAgCE8>

**Katalog** der von Partnern und dem Programm entwickelten Produkte:

Catálogo de materiales 2009 - 10 / 2014  
Construye la tolerancia contra la violencia intrafamiliar

## Mujeres libres de violencia

¡Encuentren más que 170 publicaciones y productos sobre violencia contra las mujeres en nuestro catálogo!

[info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo\\_comvomujer\\_web.pdf](http://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf)