



Protokoll

LAG Herzenslust NRW

07.03.2009

Aidshilfe Oberhausen e.V.

Tagesordnungspunkte

1 BEGRÜßUNG/WAHL DES LAG SPRECHERS	3
2 RELAUNCH HERZENSLUST	3
2.1 STAND DER DINGE	3
2.2 AD HOC AG EHRENAMT	5
3 QUALITÄTSENTWICKLUNG AM PRAXISBEISPIEL BIELEFELD	5
4. VORSTELLUNG DES PROJEKTS „PARTIZIPATIVE QUALITÄTSENTWICKLUNG“ DER DAH	8
4.1 RÜCKFRAGEN/DISKUSSION	9
5 HERZENSLUST SCHULUNGEN 2009	9
5.1 TERMINE 2009	10
5.2 AUSWERTUNG 2008	10
6 CSD PARADE KÖLN/BETEILIGUNG IWWIT	11
6.1 COLOGNE PRIDE 09	11
6.2 IWWIT	12
7. BERICHTE AUS DER ÖRTLICHEN ARBEIT/VERSCHIEDENES	12



1 Begrüßung/Wahl des LAG Sprechers

- *Reiner Martin Hinkers* -

Reiner Martin Hinkers begrüßte in seiner Eigenschaft als Gastgeber des Tages alle Teilnehmer im Namen der Aids-Hilfe NRW e.V. und übergab das Wort an Reinhard Klenke.

- *Reinhard Klenke* -

Dieses erstes LAG Treffen im Jahre 2009 leite das Jahr ein, in dem sich die Ereignisse von Stonewall zum 40. Mal jähren. Vor diesem Hintergrund solle der Geist der Aufbruchsstimmung ins neue Jahr wehen und auch der 15. Runde Tisch Kreathiv-Prävethiv dieses Thema aufgreifen.

Erfreulich sei zunächst, dass im Rahmen des Projektes „Beratung und Test“ (nachfolgend BuT) das BuT-Mobil, finanziert mit Mitteln der Techniker Krankenkasse, ab Mai eingesetzt werden könne.

Weniger erfreulich sei hingegen, dass bis dato kein Zuwendungsbescheid für ZSP-Mittel vorläge, was vor allem darin begründet sei, dass das Land Nordrhein-Westfalen den Haushalt in diesem Jahr spät verabschiedet habe. In den nächsten Wochen könne man jedoch mit Klarheit über die weitere Finanzierung der einzelnen Projekte rechnen, sodass der weitere Verlauf konkret planbar wird.

Herzenslust erhalte in diesem Jahr neue Cruisingpacks, die entsprechend des Herzenslust-Relaunches ein modernes Outfit bekämen. Es wurde Kondomvorrat bestellt, der für die nächsten zwei Jahre ausreichen solle.

Reinhard Klenke begrüßte anschließend Peter Struck von der Aids-Hilfe Bielefeld e.V., der als Gast geladen ist um am Beispiel seiner Einrichtung vom Konzept des Qualitätsmanagements zu berichten. Ebenso wurde Corinna Gekeler begrüßt, die das Projekt „Partizipative Qualitätsentwicklung“ von der DAH vorstellen wird.

Anschließend wird die Wahl zum LAG Sprecher für das Jahr 2009 durchgeführt. Zur Wahl ließ sich Felix Laue aufstellen, der in Abwesenheit einstimmig von allen Anwesenden wiedergewählt wurde. Es gab keine weiteren Kandidaten.

2 Relaunch Herzenslust

2.1 Stand der Dinge

- *Michael Wurm* -

Einleitend erläuterte Michael Wurm die mit dem Relaunch verbundenen Neuerungen. Nach 15 Jahren gelte es, neue Wege zu gehen. Optisch habe Herzenslust schon eine „neue Frisur“ erhalten, die mit folgenden Grundgedanken verknüpft sei: Die Ehrenamtlichkeit werde konzeptionell erneuert und solle besonders gestärkt werden. Augenmerk läge hierbei nicht ausschließlich auf den bereits bestehenden Strukturen, sondern es solle auch die Gewinnung neuer ehrenamtlicher Mitarbeiter fokussiert sowie die Leistungen der Mitarbeiter stärker in den Blickwinkel genommen werden, indem nach innen und außen das Engagement und die Qualität der freiwilligen Arbeit Erwähnung findet. Primär solle zunächst das neue Logo und die Konzeption bekannt gemacht werden. Das Herz im Symbol verdeutliche Sexualität als positiv verstandene Eigenschaft, Selbstbewusstsein sowie Lust und Liebe. Mehr denn je sei Herzenslust eine Kommunikationskampagne, in der Mitarbeiter und Zielgruppe untereinander und miteinander über Sexualität und Prävention ins Gespräch kommen sollen. Zielgruppen



seien hier vor allem Männer, die mit Männern Sex haben (nachfolgend MSM) sowie die Fachöffentlichkeit, die Politik und die Medien.

Die als Teil des Relaunches verstärkte Wertschätzung ehrenamtlicher Mitarbeit und Partizipation könne ihren Ausdruck in vielen unterschiedlichen Formen finden: Eine Urkunde der Aids-Hilfe, einen Ehrenamtsnachweis des Landes Nordrhein-Westfalen sowie Zertifikate für absolvierte Schulungen würden die Möglichkeit bieten, die erbrachte Leistung greifbar zu machen und zudem nach außen zu tragen. Erweiterte Möglichkeiten sieht Michael Wurm überdies in Präsenten, der Schaffung von besonderen Events (z.B. Lounge für EhrenamtlerInnen bei Veranstaltungen) oder eine Verbreitung über das zentrale Onlinemedium www.herzenslust.de für langjährige freiwillige Mitarbeiter.

Die Online-Plattform www.herzenslust.de wurde im Zuge des Relaunches sowohl optisch als auch inhaltlich angepasst und erweitert. Auch hier sei die Entwicklung jedoch noch nicht abgeschlossen und Michael Wurm erwähnte neue Ideen wie beispielsweise ein Botschafter-Tool, das dazu dienen sollte, Menschen aus der Szene – sprich der Zielgruppe von Herzenslust – Statements nach dem Muster „Ich bin Michael, 23 aus Köln. Ich finde Herzenslust gut, weil...“ zu entlocken und somit die kommunikative Komponente auch auf das Internet auszuweiten. Ein weiterer Vorschlag heißt „Helden gesucht“ und sollte inhaltlich als eine Internetstellenbörse für ehrenamtliche Mitarbeiter ausgestaltet werden. Vorteile seien die Vernetzung mit lokalen Projekten vor Ort sowie gleichzeitig ein breiterer Platz auf der Seite für die Darstellung der jeweiligen Projekte.

Herzenslust sollte auch hierdurch sichtbar(er) gemacht werden: Vor diesem Hintergrund gebe es neue Cruisingpacks mit der Besonderheit, dass die Corporate Identity auch auf den Blisterpackungen sichtbar ist. Für Mitarbeiter des Health Support seien Web-Werbepackungen denkbar, neue Give-Aways (Lutscher, Sticker u.Ä.) werde es geben, Screensaver, Wallpapers, Taschen, Shirts, Kapuzenjacken etc. könnten das Angebot erweitern. Neue Rollups und Banner wurden bereits vorgestellt. Die Teilnehmer dieses Tages sind außerdem aufgefordert, neue Ideen zu sammeln und weiterzugeben.

Im Rahmen des selbstbewussten Statements „Mach's mit Herzenslust“ sei die Entwicklung neuer Rubriken im Onlineauftritt im Gespräch. Gegliedert in die Rubriken „Herzenslust-Jobs“, „Herzenslust-Education“ sowie „Herzenslust-Teams“ könnten einige der oben genannten Ideen praktisch umgesetzt werden. Die einzelnen Kategorien würden sich mit den Fragestellungen „Was kann ich?“, „Welche Trainings, Zertifikate, Termine etc. gibt es?“ und „Wo gibt es welche Herzenslust-Teams, welchen Schwerpunkt haben diese und wie sind sie erreichbar?“ auseinandersetzen und inhaltlich somit an die Internetstellenbörse „Helden gesucht“ anknüpfen. Auf dieser Basis bestehe eine preisgünstige Möglichkeit der Veränderung, Anpassung und Erweiterung von Inhalten, sodass die Aktualität ständig gewährleistet sei.

Der Arbeitstitel „Helden gesucht“ wird nachfolgend ebenfalls erläutert. Angedacht sei, auch diese Rubrik thematisch zu gliedern und so die Möglichkeit zu schaffen, ein Stück weit bedarfsorientiert nach freiwilligen Mitarbeitern zu suchen. Der Herzenslust-Communicator wäre nach diesem Modell der klassische „Präventionsmacher“ auf der Straße. Er kennt die Szene, ist kontaktfreudig und kommunikativ und hat Lust auf Aktionen. Herzenslust-Consulter wäre der Präventionsberater, der dort unterwegs ist, wo das Setting die Möglichkeit zu Beratungsgesprächen hergibt. Geeignet könnten hierzu beispielsweise, Saunaveranstaltungen oder Schnelltests sein. Herzenslust-Online als dritte Kategorie ist derzeit besetzt mit den Healthsupportern. Idealerweise sollte dieser auch auf andere Social Networks erweitert werden. Auf Gayromeo habe sich der Healthsupport vollständig etabliert.

Abschließend wird die Presse und Medienarbeit als wesentlicher Bestandteil erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit erwähnt. Das Herausgeben von Pressemitteilungen, vor allem zu Großevents wie den Gay Games, dem Welt Aids Tag, dem Cologne Pride u.v.m. aber auch Einladungen in die Landesgeschäftsstelle zur frühzeitigen Vorstellung neuer Konzepte seien wichtige Elemente. Anzeigenkampagnen in zielgruppennahen Medien



könnten ebenso wie Guerilla-Marketing umgesetzt werden. Letzteres wäre kostengünstig, es müssten allenfalls Werbematerialien zu Verfügung stehen. Andererseits bewege man sich mit dieser Art der Verbreitung kurz vor der Grenze des Erlaubten. Die Aktionen, z.B. in Kneipen, seien in diesem Zusammenhang nicht abgesprochen, weshalb es unbedingt erforderlich sei, dass kein Schaden verursacht würde. Denkbar seien selbsthaftenden Plastikfolien mit Herzenslust-Logo, die sich rückstandsfrei vom Untergrund ablösen lassen.

Nachfragen aus der Runde:

„Wie passt Herzenslust zu IWWIT, gibt es Überschneidungen, verwirrt man nicht die Community durch die verschiedenen parallel laufenden Kampagnen?“

Antwort von *Reinhard Klenke*:

Herzenslust und IWWIT seien aufeinander abgestimmt. IWWIT solle die bestehenden Projekte vor Ort unterstützen. Herzenslust habe andere Schwerpunkte, beispielsweise im Bereich der Ehrenamts-Kampagnen. Im Rahmen von IWWIT gebe es Unterthemen, die nur regional bedient werden könnten. Zudem sei IWWIT bundesweit ausgerichtet und erreiche jene Regionen, in denen es zuvor nur eine sehr dünne Verbreitung von Präventionsprojekten gegeben habe. Nordrhein-Westfalen sei auch vorher schon gut bedient gewesen, sodass IWWIT hier als eine Ergänzung angesehen und Lücken auffüllen könne. IWWIT hingegen habe die Möglichkeit auf fehlende Strukturen sowie auf die Ergänzung vorhandener Systeme zu reagieren, sodass Überschneidungen und Ineffizienzen so gering wie möglich gehalten würden.

„Können die Bilder der Rollups auch bei den lokalen Projekten verwendet werden?“

Antwort von *Michael Wurm*:

Für rechtliche Fragen bezüglich der Verwendung von Bildern und Lizenzen bitte alle Anfragen an Markus Schmidt unter markus.schmidt@nrw.aidshilfe.de richten.

2.2 Ad hoc AG Ehrenamt

Die entwickelten Ideen im Rahmen des Herzenslust-Relaunches sollen in einem Kreativworkshop für Herzenslust-Koordinatoren vom 17.04.2009 bis zum 19.04.2009 nutzbar gemacht werden. An dieser Stelle wird es einen Raum geben, die konkrete Anwendung kreativ zu planen. Eine gesonderte Einladung wird hierzu noch erfolgen.

3 Qualitätsentwicklung am Praxisbeispiel Bielefeld

Peter Struck, Geschäftsführer Aids-Hilfe Bielefeld e.V.

Peter Struck stellt die Ergebnisse der Evaluation der Herzenslust-Aktion „Gleitgel, Gummi und Popo“ vor, die in Zusammenarbeit mit dem Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (nachfolgend WZB) erfolgte.

Die DAH habe regionale Aids-Hilfen im Rahmen einer Kooperation mit dem WZB zur Evaluation aufgefordert. Zwölf Einrichtungen bekamen die Möglichkeit, eine Beratung von Mitarbeitern des WZB zu bekommen. Unter anderem die Aids-Hilfe Bielefeld e.V. wurde ausgewählt. Zunächst habe die Frage geklärt werden müssen, in welchem Bereich ein



Projekt realisiert werden kann. Die Entscheidung fiel auf Herzenslust, weil hier die größte Zielgruppe vorhanden sei und weil außerdem keine Sicherheit darüber bestanden habe, ob Sinn und Zweck der Aktionen tatsächlich erfüllt werden.

Ein Standbein der Herzenslustgruppe Bielefeld sei die Partyprävention. Sie biete eine gute Möglichkeit, sehr viele schwule Männer (800-1000 Partygäste) gleichzeitig zu erreichen und so auf die sozialräumlichen Bedürfnisse einzugehen. Bielefeld sei wegen seiner besonderen geographischen Lage Einzugsgebiet für ganz Ostwestfalen.

Die Aktion „Gleitgel, Gummi und Popo“ versuche, Präventionsbotschaften durch folkloristischen Folk-Drum weiterzugeben. In einer musikalischen, an die Travestie angelehnten Showeinlage werde die Aufmerksamkeit des Publikums gewonnen. Die zentrale Fragestellung der Evaluation habe vor diesem Hintergrund gelautet: Werden die Botschaften von der Zielgruppe verstanden?

Zudem wurden Aspekte wie „Weckt die Aktion eher Interesse oder stößt sie auf Ablehnung?“ (Frage nach der Akzeptanz vor dem Hintergrund des Gedankens ‚Party als Raum der Freizeit, kann man die Leute hier mit dem Thema HIV/STI’s konfrontieren?), „Gibt es Unterschiede in der Wirkung der Aktion in verschiedenen Lokalitäten?“, „Werden die Ziele erreicht?“ und „Welche Folgerungen ergeben sich für die zukünftige Präventionsarbeit?“ beleuchtet.

Das WZB habe in der Beratung folgende Vorgehensweise vorgeschlagen:

- Ziele und Wirkungswege der geplanten Herzenslust-Aktion klären (ZiWi-Methode)
- Evaluationsdesign festlegen: Auftritt auf zwei Partys vergleichen; verschiedene Datenquellen „triangulieren“
- Entwicklung der Erhebungsinstrumente:
 1. Fragebogen für die Gäste
 2. Fragebogen für externe Beobachter
 3. Fragebogen für die Selbsteinschätzung
- Datenerhebung auf 2 Partys (Vergleichbarkeit, Überprüfung der erhobenen Daten, Ausgewogenheit der Daten zur stärkeren Aussagekraft)
- Auswertung
- Informationen daraus ableiten

Der anschließend vorgestellte Fragebogen kann im Login-Bereich der Internetseite www.qualitaet.aidshilfe.de im entsprechenden Forum heruntergeladen werden.

Die Auswertung der Frage „Was hat die Aktion bewirkt?“ – hier exemplarisch dargestellt – sollte unter folgender Kategorisierung bewertet werden: „Die Aktion hat mich neugierig gemacht“, „sie hat mir den Abend verdorben“, „sie hat mich zum Gespräch angeregt“, „sie hat mich zu Safer Sex angeregt“, „sie hat mich nachdenklich gemacht“ sowie „sie hat gar nichts bewirkt“. Besonders interessant sei an dieser Stelle, ob die letzte Antwortmöglichkeit negativ oder positiv besetzt war. Vor diesem Hintergrund sei sie bei der Auswertung zu den jeweils offenen Fragen in Bezug gesetzt worden mit dem Ergebnis, dass diese Befragten oftmals keine für sie neuen Informationen erhielten.

Auf beiden Partys seien rund 250 Fragebögen ausgefüllt worden. Dennoch sei die Evaluation nicht repräsentativ, da methodisch keine zufällige Stichprobe ausgewählt worden wäre, sondern nur Freiwillige die Bögen ausfüllten. Man könne also vermuten, dass die Angaben nur von Gästen stammen, die sich ohnehin mit dem Thema Prävention aktiv auseinandersetzen bzw. die Bereitschaft zur Mitwirkung hatten. Dies gelte es bei der Interpretation der Ergebnisse zu beachten.

Es sei ebenfalls nach Anregungen von den Gästen selbst gefragt worden. „Fällt dir sonst noch was ein, was du sagen möchtest?“ sei mit Bestätigung und Unterstützung, Dank,



Anmerkungen zu besserer Verständlichkeit des Gesangs, aber auch mit Kritik beantwortet worden. Für einige Gäste habe die Aktion zu viel Klamauk beinhaltet, das Thema sei für diese Art von Auftritt zu ernsthaft gewesen oder aber Drag/Frauenkleider seien thematisiert worden. Insgesamt könne festgehalten werden, dass ein Auftritt nicht alle Gäste zufrieden stellen kann und dass diese Aktion nur eine von vielen sei und an anderer Stelle auch die Möglichkeit zu einem ernsteren Zugang geboten würde. Dennoch würde die Kritik bei der Planung neuer Aktionen so weit wie möglich berücksichtigt werden.

Insgesamt sei anzumerken, dass positive Rückmeldungen ebenfalls zu dem Thema Akzeptanz, Wertschätzung und Unterstützung von Safer-Sex-Botschaften und der Herzenslust-Aktion erfolgten. Kritische Rückmeldungen habe es zur Verständlichkeit des Liedtexts gegeben. Überraschend sei die Bewertung der Aktion aus den verschiedenen Perspektiven gewesen: Die Teammitglieder von Herzenslust seien sehr selbstkritisch gewesen und glaubten nicht, sonderlich erfolgreich gewesen zu sein. Die Beobachter – Mitarbeiter der Aids-Hilfe, die allerdings unabhängig von Herzenslust andere Projekte betreuen – hätten hingegen eine differenziertere Wahrnehmung gehabt. Sie hätten sachlicher bewertet und kritisierten konstruktiv. Die befragten Gäste hingegen hätten die Aktion überwiegend positiv bewertet, was bedeute, dass die Zielgruppe den Auftritt am besten bewertete und am positivsten aufnahm. Die Gäste schätzten die Präsenz von Herzenslust. Dies habe eine hohe Motivation bei den Präventionisten zur Folge. Bei den Antworten der Partygäste habe es im Vergleich eine überraschende Ähnlichkeit gegeben: BeobachterInnen und Herzenslust hätten eher die Unterscheide bemerkt, z.B. im Hinblick auf den Stellenwert der Performance. Auf der nicht kommerziellen Herzenslust-Party sei diese der Höhepunkt des Abends gewesen wohingegen auf der kommerziellen Magnus Party die Unterbrechung eine Art „Ice Breaker“ gewesen sei, die mit einem Blitzlichtgewitter eingeleitet wurde. Dies stehe in Bezug zur Art und Weise der Präsentation: Auf der Herzenslust-Party sei die eigentliche Feier unterbrochen worden, die Gäste hätten mehr erwartet, man hätte auch komplexere Botschaften vermitteln können. Auf der kommerziellen Party sei die Aktion das Eröffnungsangebot gewesen, es war vergleichsweise laut. Die knappe Botschaft sei an dieser Stelle gut platziert gewesen, da die Aufmerksamkeit unter solchen Bedingungen schnell nachlasse.

Die Qualitätssicherung habe aus Sicht der Aids-Hilfe Bielefeld e.V. die eigene professionelle Entwicklung der Mitarbeiter und somit des Teams vorangetrieben. Die Einrichtung ziehe einen politischen Nutzen. Die professionellen Methoden beeindruckten laut Peter Struck die zuständige Gesundheitsdezernentin und machen Leistung und Erfolg einer Aktion messbar. Gefördert worden sei außerdem die praktische Präventionsarbeit, die Zusammenarbeit im Team sowie mit der Zielgruppe. Fernab von angestrebten Zielen habe sich in diesem speziellen Fall ein strategischer Vorteil ergeben: Der Partyveranstalter der Magnus Party habe ein ambivalentes Verhältnis zu den Präventionsaktionen. Einerseits hielte er sie für wichtig und sei gewillt unterstützend mitzuwirken. Andererseits habe er Angst, dass sich seine Gäste gestört fühlen und verschreckt werden. Nach Mitteilung der Ergebnisse sei er zugleich beeindruckt und überrascht gewesen, dass seine Kundschaft offenbar einen Wert auf die Herzenslust-Aktionen legt und diese als gut befindet.

Peter Struck zieht Resümee und gibt Tipps: Die Evaluation sei nützlich gewesen aber sehr aufwendig. Es solle viel Zeit und ausreichend Unterstützung eingeplant werden – vor allem in der Vorbereitung der Datenerhebung, aber auch in der Aufbereitung und Auswertung der Ergebnisse. Es seien 8-10 Treffen mit den MitarbeiterInnen des WZB erforderlich gewesen. Alle Mitarbeiter der Aids-Hilfe aus dem Präventionsbereich hätten mitgewirkt und seien bei den Treffen anwesend gewesen. Die Kombination (Triangulation) von Daten und Methoden habe interessant und aufschlussreich Einblicke gewährt, bedürfe aber der Anleitung, da man sonst leicht den Überblick verliere. Der Einbezug von neutralen Dritten (Aids-Hilfe-MitarbeiterInnen aus anderen Bereichen) sei vorteilhaft für den Evaluations- und Reflexionsprozess gewesen. Der Ansatz und die



Methoden eignen sich für die Qualitätssicherung der HIV-Prävention der Aidshilfen; bei zukünftigen Beratungen solle unbedingt beibehalten werden, dass die Praxispartner vor Ort selbst entscheiden, welches Ziel der Qualitätsentwicklungsprozess verfolgt – nicht das wissenschaftliche Interesse, sondern das Interesse und die Relevanz vor Ort müsse im Vordergrund stehen!

Die Rolle der KollegInnen aus dem Wissenschaftszentrum habe sich wie erwähnt auf die wissenschaftliche Beratung und die Erstellung des Fragebogens im Vorfeld sowie auf die Hilfestellung zu Auswertungsmethoden, Repräsentanz, Interpretierbarkeit und Kategorisierung aus möglichst objektiver Sicht eines Dritten beschränkt. Dazu seien Vor- und Nachteile der jeweiligen Methode gegenüber gestellt worden und es habe eine Beratung zum Aussagewert der Evaluation gegeben. Der gesamte Ablauf sei tatsächlich partizipativ verlaufen. Das interessante an der Methode sei gewesen, dass nichts vorgefertigt worden wäre und die Interessen gemeinsam erarbeitet wurden. Das Projekt zeige, dass Vor-Ort-Aktionen auch tatsächlich einen Nutzen haben. Die Methoden könnten auch auf andere Bereiche übertragen werden, müssten aber qualitativ gesichert werden.

Weiterführenden Informationen können auf der Internetseite www.qualitaet.aidshilfe.de unter Loginbereich/Praxisbeispiele eingesehen werden. Hier stehen die gesamte Evaluation (Methoden, Fragebögen, Liedtext, etc.) sowie die Erfahrungen der Bielefelder Arbeitsgruppe zum Download bereit. Außerdem kann das Projekt kommentiert und diskutiert werden.

Ein solches Projekt könne mit Hilfe der Plattform, Workshops der DAH in Berlin oder mit Unterstützung der Aids-Hilfe Bielefeld ohne wissenschaftliche Begleitung stattfinden. Wissenschaft sei jedoch bei der Beurteilung der Ergebnisse sehr hilfreich.

4. Vorstellung des Projekts „Partizipative Qualitätsentwicklung“ der DAH

Corinna Gekeler

Corinna Gekeler ist als Gast anwesend, um den Teilnehmern das Projekt „Partizipative Qualitätsentwicklung“ vorzustellen.

Herzstück der Plattform www.qualitaet.aidshilfe.de seien die Praxisbeispiele. Durch Austausch können hier folgende projektbezogene Dinge in Erfahrung gebracht werden:

- Funktioniert meine Kampagne?
- Erreiche ich die Zielgruppe?
- Welche Formen der Zusammenarbeit gibt es (Kooperationspartner, andere Projekte, Gesundheitsamt, etc.)?
- Wie kann ich die Ziele so formulieren, dass das ganze Team dahinter stehen kann?
- Wie kann ich deutlich machen, welchen Sinn und Zweck eine Aktion hat?
- Etc.

Bereitgestellt würden außerdem Grundlageninformationen zu bestimmten Themenfeldern. Es fänden sich Konzepte, Methoden, Literatur und Links zu Bedarfsbestimmung, Interventionsplanung, Umsetzung und Evaluation sowie Hinweise zum Aufwand. Zur Auswahl stünden Foren, Methodenkoffer, Praxisbeispiele, Downloads und technische Hilfe zur Evaluation.



Der Loginbereich sei für jeden offen, der im primärpräventiven Bereich tätig ist. Dies könne bei der Aidshilfe sein, aber auch beim Gesundheitsamt. Dieser Bereich sei gezielt geschützt, damit aktuelle Diskussionen nicht von außen verfolgt werden können und sichergestellt ist, dass sich keine kommerziellen Anbieter „unter die User mischen“.

4.1 Rückfragen/Diskussion

Ist eine Qualitätsentwicklung auf diesem Wege überhaupt denkbar für den HL-Kontext?

- „Grundsätzlich ja, aber die Zeit fehlt.“
- „Spannend, viele Anregungen, aber Zeit fehlt (müsste ehrenamtlich investiert werden).“
- „Reflexion vorhandener Aktionen möglich (Werden die Ziele überhaupt erreicht? Sind Änderungen erforderlich?).“
- „Kann man sicherlich nutzen, aber Zeit, Geld und Unterstützung fehlt.“

Könntet ihr euch vorstellen, eine solche Plattform im Rahmen des ZSP-Verfahrens zu nutzen (ZSP-Anträge stehen ab diesem Jahr ohnehin online zur Kommentierung bereit)?

Zu dieser Frage gab es wenig Feedback. Bei Anträgen mit hohem Volumen könne man beispielsweise im Vorfeld eine Fokusgruppe bilden, um die Vorgehensweise zu dokumentieren und eine Zielgruppenanalyse durchführen.

Die ZSP-Anträge könnten so durch konzeptionelles und methodisches Argumentieren qualitativ verbessert werden.

5 Herzenslust Schulungen 2009

Die Seminarangebote der DAH für Präventionisten seien in der letzten Zeit mangels Nachfrage häufig ausgefallen. Es sei erforderlich, die Trainings in Zusammenarbeit mit den lokalen Projekten näher an die Praxis heranzutragen und so Verknüpfungen zu den Vor-Ort-Aktionen herzustellen. Herzenslust sei in diesem Bereich mit bislang insgesamt 15 Schulungen und 150 erreichten Mitarbeitern erfolgreich gewesen.

Manuel Izbebski entwickelt derzeit in Zusammenarbeit mit Frank Herrath (Sexualpädagoge) ein neues Aufbaumodul, welches sich mit den sexualpädagogischen Anteilen der Herzenslust-Präventionsarbeit auseinandersetzt. Man verspreche sich davon vor allem, neue Wege in der Prävention finden und beschreiten zu können und bislang vernachlässigte Aspekte im Sinne einer ganzheitlichen Herangehensweise in die Konzepte integrieren zu können. Außerdem könne die Zusammenarbeit auch zur finanziellen Förderung der Sexualpädagogik beitragen, da diese wieder stärker ins Blickfeld gerückt würde.

Es wurde darauf hingewiesen, dass Anstoß zur Teilnahme der ehrenamtlichen Mitarbeiter, die in bestimmten Bereichen tätig sind, die dazugehörigen Trainings aber noch nicht besucht haben (vor allem in der Onlineprävention), durch die Koordinatoren wünschenswert wäre.



5.1 Termine 2009

Zum BuT-Methodentag sind alle herzlich eingeladen, vorrangig natürlich die BuT-Berater. Die dort vermittelten Methoden seien transferierbar, würden aber im Zusammenhang mit BuT verdeutlicht werden.

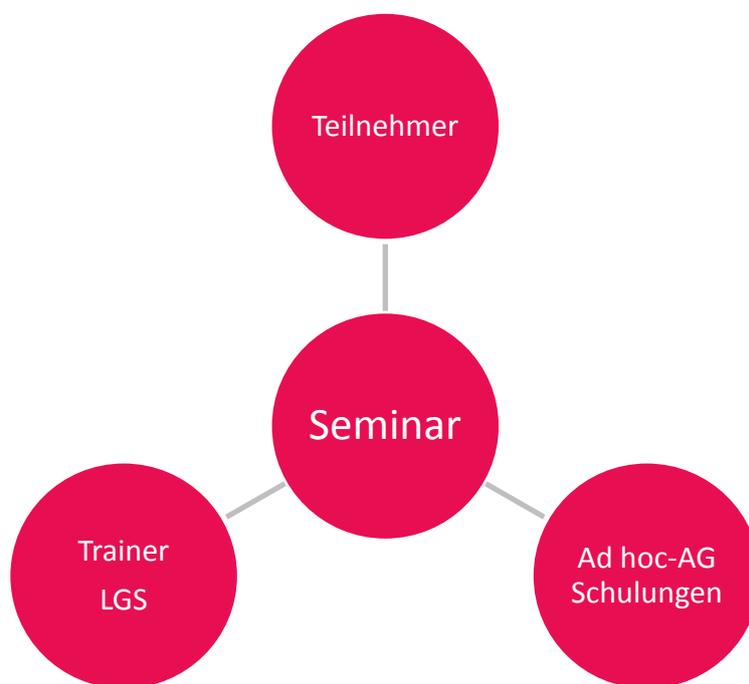
Am 25.07.2009 findet der 15.Runde Tisch Kreathiv-Präventhiv statt. Dieser hat sich in den letzten 15 Jahren zu einem Medium der Qualitätsentwicklung ausgebildet. Viele Stimmen finden dort an einem Tisch neue aktuelle Themen. Das diesjährige Motto lautet „Jubiläen“ und bezieht sich unter anderem auf 15 Jahre Runder Tisch, 40 Jahre Stonewall usw. Unter dem Arbeitstitel „Prävention von früher bis heute“ sollen neue Ideen gesammelt werden.

In Gelsenkirchen wird es einen Erfahrungsaustausch für Mitarbeiter des Health Support geben. Rund die Hälfte der Health Supporter kommt aus NRW, deswegen wird die Veranstaltung auch hier verortet werden.

Die genauen Daten sowie eine vollständige Auflistung aller Termine des Jahres sind dem ausgegebenen Terminplan oder dem Newsletter zu entnehmen.

5.2 Auswertung 2008

Das Motto des heutigen Tages laute „partizipative Qualitätsentwicklung“. Unter diesem Aspekt wurden auch die veranstalteten Trainings nach folgendem Schema ausgewertet:



Im Mittelpunkt steht das Seminar, welches von drei Seiten analysiert wird: Ad hoc-AG Schulungen, Teilnehmer, Trainer/LGS. Die Qualität solle mit Hilfe der verschiedenen Blickwinkel optimiert werden.

Die Ad hoc AG habe die Aufgabe, Regeln für Trainings/Schulungen/Seminare festzulegen, so z.B. eine bestimmte Trainer- und Teilnehmeranzahl, eine Mindestteilnahmezeit (75% für Zertifikat), etc.



Für die Teilnehmerevaluation wurden von der DAH Fragebögen entwickelt, die so übernommen wurden, damit auch ein direkter Vergleich möglich sei. Beleuchtet wurden Fragestellungen wie „Wo können wir zufrieden sein, wo müssen wir verbessern?“. Ein halbes Jahr im Rückblick wurden außerdem einige Teilnehmer erneut befragt. Hier lag der Fokus auf der Anwendbarkeit der vermittelten Inhalte, der Nachhaltigkeit sowie der Multiplikation des Wissens.

Evaluations des Basistrainings in Essen vom Februar 2009 waren unter anderem:

Beim Basistraining haben die Teilnehmer nicht ausreichend Materialien zur Nacharbeit an die Hand bekommen. Man wolle darauf reagieren, in dem man Downloadbereich auf der Herzenslustseite einrichte (soll bis zum nächsten Grundlagentraining geschehen), wo Literatur für Interessierte zur Verfügung gestellt werde.

Die Teilnehmer finden es schwierig, die Seminarinhalte an Kollegen weiterzugeben. Auch hier gebe es zu wenige Materialien und Quellenangaben. Im Bereich der Weitervermittlung des Wissens wurde durchschnittlich die Note 2minus vergeben. Michael Wurm sieht hier einen Verbesserungsbedarf. So könne beispielsweise das Seminarteam im Nachhinein für Rückfragen zur Verfügung stehen.

Die Seminare wurden qualitativ auf einem hohen Niveau entwickelt. Am Beispiel BuT solle dies nun noch einmal verdeutlicht werden, weil dies innovativ sei und viele Trainings in einem umfasse. Die Beraterausbildung habe einen Umfang von sieben Einheiten. Fünf Zertifikate wurden bislang ausgegeben. Die Gültigkeit beschränke sich auf den Zeitraum von einem Jahr, danach sei ein Update in Form eines Tagesseminares erforderlich, um auf Veränderungen und Neuerungen reagieren zu können.

6 CSD Parade Köln/Beteiligung IWWIT

Reinhard Klenke, Olli Schubert, Rainer Rybak

6.1 Cologne Pride 09

Die Bonner Gummibärchen und das Check-Up haben Gelder für den Cologne Pride 2009 beantragt.

Die Kompassnadel wird in diesem Jahr Theo Zwanziger für sein Engagement gegen Homophobie im Sport verliehen. Dementsprechend solle auch das Outfit der Herzenslust Fußgruppe beim diesjährigen Cologne Pride sportliche Elemente beinhalten.

Bei vielen schwulen Männern gäbe es die Verbindung zwischen Sport und Sex ohnehin, der Sport würde in verschiedenen fetischformen immer mehr sexualisiert werden (z.B. Jocks, Socken, Fußballoutfit, etc.) Sexualität würde häufig „versportet“ nach dem Motto in schwulen Schlafzimmern: Schneller, höher weiter... Die Antwort könne beispielsweise lauten: „Was macht Herzenslust? HL...macht Sport.“

Im weiteren Verlauf stellten Olli Schubert und Rainer Rybak Gesammeltes im Sinne einer visuellen Ideenliste vor. Verschiedene Sportarten repräsentieren bei diesem Modell vor allem Vielfalt. Grafiken für Postkarten, Plakate und andere Werbeflächen im sportiven Design enthielten beispielsweise die Message „Sportsgeist: Fairplay“. Hintergrund dessen sei unter anderen die Frage, wer in der schwulen Szene auf der Ersatzbank sitzt, welche Handycaps Exklusion verursachen (Die Dicken, Alten Positiven...) und wie sich soziale Interaktion und Safer Sex verbinden lassen. „Play:fair!“ drücke aus, dass man Manchen gerne selbst die rote Karte zeigen würde und solle zur Fairness direkt aufrufen. Fairplay...ran an die Bällchen als weitere Idee sei dem Klischee Schwule und Bälle entnommen. Beispiele (Brainstorming) wurden vorgestellt, um auch diese Überschrift mit eventuellen Inhalten zu füllen.



Vorschlag zum Auftritt der Fußgruppe war das Schiedsrichteroutfit, da es in nahezu jeder Sportart vertreten sei, aber eine bestimmte Rolle repräsentiere. Der Schiedsrichter stehe immer außen und sei dem Präventionisten in seiner Rolle ähnlich.

Give-Aways könnten Aufkleber mit Bällchenmotiv sein. Hier sollten weniger Inhalte präsentiert werden als die Kampagne bekannt zu machen. Es könne eine rosa Karte anstatt eine rote Karte geben und auch die sogenannte Klatschpappe eigne sich durch ihre Größe und die zwei Seiten sehr gut. Auch Trillerpfeifen werde es wieder geben. Mitarbeiter mit Sponsorenkontakten können sich bei Olli Schubert melden.

Die Materialien stünden nach dem CSD auch für die lokale Arbeit zur Verfügung, müssten von den jeweiligen Teams aber angefordert werden. Für die Kostüme sei jede Gruppe selbst verantwortlich, die Suche nach einem Sponsor liefe jedoch. Das Motto sei außerdem so angelegt, dass es auch zu den Gay Games 2010 wieder aufgegriffen werden könne und somit zwei Jahre Verwendung fände.

Die Gay Games 2010 finden in Köln und NRW statt. Die DAH, die Aids-Hilfe NRW e.V. und die Aids-Hilfe Köln e.V. werden sich engagieren. Benötigt werden jedoch viele ehrenamtliche Kräfte, die auch im Vorfeld geschult werden müssten. Zunächst sei nur ein Engagement für die Gay Games angedacht, welches jedoch mit Hoffnung verknüpft werde, dass sich eventuell einige Freiwillige auch anschließend noch engagieren.

6.2 IWWIT

Zum Cologne Pride 2010 wird IWWIT einen doppelstöckigen achtzehn Meter langen Paradowagen organisieren, auf dem Platz für achtzig Leute sein wird. An Board werden die Rollenmodelle sein, außerdem sollen Menschen sozusagen als Dankeschön für die lange ehrenamtliche Mitarbeit auf den Wagen einladen werden, die vorgeschlagen werden. Diese erhalten auch ein Herzenslust Outfit. Es werden 15 000 Cruisingpacks bereitgestellt.

7. Berichte aus der örtlichen Arbeit/Verschiedenes

Siegen

Seit letztem März gäbe es eigenes Health Support Profil bei Gayromeo, was auf Grund der sozialräumlichen Gegebenheiten eine gute Ergänzung sei. Außerdem starte die Filmreihe wieder. Weitere Aktionen gebe es nach dem ZSP-Verfahren.

Oberhausen

Die Arbeit aus dem letzten Jahr werde fortgesetzt. BuT solle in 2-3 Monaten in den Räumlichkeiten der Aidshilfe starten.

Köln

BuT sei gut angelaufen, auch ansonsten sei man zufrieden.

Bonn

Das Schwules Netzwerk widme sich verstärkt dem Thema HIV. BuT werde gut angenommen, was an der Anzahl der Tests sowie der ehrenamtlichen Mitarbeiter abzulesen sei. Es wurden zehn Workshops beantragt für zehn Jugendgruppen, die sich eine besondere Aktion ins Haus holen wollen. Ansprechpartner ist Olli Schubert.



Die Aids-Hilfe Bonn e.V. veröffentlichte eine Postkartenserie zum Thema „10 Jahre Gummibärchen“. Es wurde zudem mitgeteilt, dass die Gummibärchen für das Bingo mietbar (kostenlos) sind. Am 24. April wird es ein Benefiz-Bowling-Turnier für die Aids-Hilfe Bonn e.V. geben, die Startspende beträgt 15 Euro.

Düsseldorf

Es habe einen erfreulichen Zuwachs an ehrenamtlichen Mitarbeitern gegeben.

Dortmund

Anfang des Jahres habe es eine Mittelkürzung gegeben, die einen erheblichen Rückgang der Aktivitäten zur Folge gehabt habe. Im Rahmen einer Sexparty jedoch werde es eine neue Reihe geben. Außerdem wurde eine neue halbe Stelle geschaffen.

Der Pudelwohl-Laden (Schwule Gesundheitsagentur für Dortmund) wird eröffnet, gemeinsame Träger sind die Aids-Hilfe Dortmund e.V. und das KCR. Das städtische Gesundheitsamt ist wichtigster Kooperationspartner. Durch neue Mitarbeiter für das Projekt stünden nun sieben Stunden in der Woche zur Verfügung.

Im Kreis Unna wird das BuT-Mobil zum Einsatz kommen.

Essen

Die Arbeit aus dem letzten Jahr wird fortgesetzt (Arztbesuch, Mandanzz, CSD im August, etc.).

Duisburg

Herzenslust wird nicht mehr über ZSP finanziert, das Projekt würde aber dennoch fortgesetzt. Für Herzenslust-Knotenpunkt seien Infoveranstaltungen geplant.

Bochum

Bochum hat einen neuen Herzenslust-Koordinator. Das BuT-Angebot soll an Parkplätzen platziert werden. Außerdem wird die Einheit mit der Rosa Strippe angestrebt. Man sei auf gutem Wege zu einer gelingenden Kooperation.

Bielefeld

Die Test- und Impfkampagne sei in Vorbereitung, der Beginn der Infokampagne sei zum CSD im August dieses Jahres. Die Testkampagne finde an drei Tagen im Oktober in Zusammenarbeit mit dem städtischen Gesundheitsamt statt. Es gebe ein Angebot für einen Test für HIV und Syphilis sowie für eine HEP-Impfung. Die erste Finanzierungshürde sei genommen, es habe eine Empfehlung der lokalen Gesundheitsbehörde gegeben, in dessen Folge die Krankenkasse das Projekt finanziere, sodass die Angebote kostenlos wahrgenommen werden könnten. Ein Beratungssetting sei im Bus gegeben. Am 21. März gibt es die nächste Herzenslust-Party.

