

Hinweise zur Öffentlichkeitsarbeit für S.L.A.A.-Gruppen

1. Allgemeine Grundlagen

Die Notwendigkeit zur Öffentlichkeitsarbeit ergibt sich aus der **5.Tradition**: „Die Hauptaufgabe jeder Gruppe ist, unsere S.L.A.A.-Botschaft an Sex- und Liebessüchtige weiterzugeben, die noch leiden“, und dem **12.Schritt**: „Nachdem wir durch diese Schritte ein spirituelles Erwachen erlebt hatten, versuchten wir, diese Botschaft an Sex- und Liebessüchtige weiterzugeben ...“ Unsere eigene Erfahrung bestätigt diese Aussagen. Ein Meeting, das sich nur mit sich selbst beschäftigt, verliert an Kraft, „trocknet aus“, Fortschritt in der Genesung wird für die Mitglieder schwierig. Es ist eines der spirituellen Prinzipien unseres Programmes, daß wir nur weiterkommen können, wenn wir unsere Erfahrungen an Neue weitergeben.

Eine Form der Öffentlichkeitsarbeit ist die Medienarbeit. In dem AA-Buch „Zwölf Schritte und Zwölf Traditionen“ schreibt Bill W., einer der beiden Begründer von AA: „Ohne die unzähligen guten Freunde hätte die Gemeinschaft der Anonymen Alkoholiker nicht so schnell wachsen können. Weil die öffentlichen Medien in der ganzen Welt die AA ausführlich dargestellt haben, kamen viele Alkoholiker zu uns. In Dienst- und Kontaktstellen der AA wie auch in Privatwohnungen läutete ständig das Telefon. Einer sagt: ‘Wir haben einen Film über Alkoholismus gesehen ...’ oder: ‘Ich habe im Fernsehen eine Sendung über AA gesehen ...’ Es ist keine Übertreibung, wenn wir sagen, daß die Hälfte der Anonymen Alkoholiker durch sol-

5. Tradition: Die Hauptaufgabe jeder Gruppe ist, unsere S.L.A.A.-Botschaft an Sex- und Liebessüchtige weiterzugeben, die noch leiden.

che Kanäle uns zugeleitet worden sind.“ (Seite 172)

Diese Worte stehen gleich nach dem so vorsichtig formulierten Wortlaut der **11.Tradition**: „Unsere Beziehungen zur Öffentlichkeit stützen sich mehr auf Anziehung als auf Werbung ...“ Es geht also darum, nicht *nur* auf die Anziehung zu vertrauen, nicht *nur* zu warten, daß Neue ins Meeting kommen. Aber es geht darum, mit der richtigen Haltung an die Öffentlichkeit zu treten. Dazu hat die S.L.A.A.-Gemeinschaft die **12 Richtlinien für den Umgang mit Medien und Öffentlichkeitsarbeit** verabschiedet.

Die 11.Tradition und die 3.Richtlinie schließen Werbung nicht aus - denn jeder gute Beitrag in den Medien wirbt ja für unsere Gemeinschaft - aber unsere Beziehungen zur Öffentlichkeit sollen sich eben *mehr* auf Anziehung stützen. Die 3.Richtlinie schreibt dazu, daß wir uns nicht *bemühen*, bekannt zu werden. Bill W. bringt in

dem oben erwähnten Buch Werbung in Zusammenhang mit persönlichem Ehrgeiz, den es zu vermeiden gilt. Deshalb auch der Hinweis auf die *persönliche* Anonymität in der 11.Tradition.

Doch Öffentlichkeitsarbeit ist kein Allheilmittel. Wenn ein Meeting nicht wächst, liegt das nach unserer Erfahrung in erster Linie daran, daß es nicht *anziehend* wirkt. Erst wenn gewährleistet ist, daß in der Gruppe die Erfahrung, Kraft und Hoffnung des S.L.A.A.-Programms lebt, stellt sich die Frage nach Öffentlichkeitsarbeit.

* * *

2. Anonymität

„Wie anonym sollte ein AA sein?“ Aus unserem Wachstum wurde uns klar, daß wir nicht länger ein Geheimbund bleiben konnten, aber genau so klar war es, daß wir kein Wanderzirkus waren. Es brauchte eine lange Zeit, bis wir einen sicheren Weg zwischen diesen beiden Extremen abstecken konnten.

... es zeigte sich, daß wir nur einen bestimm-

ten Personenkreis erreichten, wenn wir die Botschaft durch eigene Erzählungen mündlich weitergaben. Unser Werk mußte einer breiteren Öffentlichkeit bekanntgemacht werden. AA-Gruppen sollten so schnell wie möglich viele verzweifelte Alkoholiker erreichen. Infolgedessen begannen einige Gruppen, Meetings abzuhalten, die für interessierte Freunde und die

Öffentlichkeit offen waren, sodaß jeder Bürger sich von der Gemeinschaft ein Bild machen konnte. Die Reaktion auf diese Meetings war freundlich und zustimmend. Bald erhielten AA-Gruppen Anfragen nach Rednern aus den Reihen der AA, die vor privaten Organisationen, kirchlichen Gruppen und medizinischen Gesellschaften sprechen sollten. Wenn bei diesen Vorträgen die Anonymität gewahrt werden konnte und die anwesenden Reporter gebeten wurden, keine Namen und Fotos zu veröffentlichen, dann waren die Ergebnisse ausgezeichnet.

Dann kamen unsere ersten Ausflüge in die breitere Öffentlichkeit, und wir gerieten außer Atem. Durch Artikel über uns, die in der Cleveland-Zeitung *Plain Dealer* erschienen, kamen über Nacht einige hundert Neue zu uns. Die Reportagen über das Essen, das Mr. Rockefeller zu Ehren der AA gab, bewirkten eine Verdoppelung unserer Mitgliederzahl innerhalb eines Jahres. Der berühmte Leitartikel von Jack Alexander in der *Saturday Evening Post* machte die Gemeinschaft der Anonymen Alkoholiker zu einer nationalen Institution. Anerkennung wie diese führten zu weiteren günstigen Gelegenheiten, noch mehr Aufmerksamkeit geschenkt zu bekommen. Andere Zeitungen und Illustrierten wollten Geschichten von Anonymen Alkoholikern, Filmgesellschaften wollten uns filmen, Radio und Fernsehen überhäufte uns mit Auftrittsangeboten. Was sollten wir tun?

Als diese Woge öffentlicher Anerkennung über uns hereinbrach, wurde uns klar, daß sie uns entweder etwas unvorstellbar Gutes oder schweren Schaden bringen würde. Alles hing davon ab, in welche Kanäle sie geleitet wurde. Wir konnten nicht das Risiko eingehen, die Gemeinschaft der AA vor der Öffentlichkeit durch Leute präsentieren zu lassen, die sich als Messias fühlten. Dieser Missionarstrieb hätte uns den Untergang bringen können. Wenn nur einer von diesen Leuten sich in der Öffentlichkeit betrank oder sich verleiten ließ, den Namen AA für eigene Interessen zu mißbrauchen, würde der Schaden nicht wiedergutmachen sein. Auf dieser Ebene von Presse, Radio, Film und Fernsehen war Anonymität, und zwar hundertprozentige Anonymität, die einzige mögliche Antwort. Wir

mußten ohne Ausnahme Prinzipien über Personen stellen.

Aus diesen Erfahrungen haben wir gelernt, daß Anonymität aktive Demut ist. Anonymität ist eine alles durchdringende spirituelle Grundhaltung, die heute überall das Leben der Gemeinschaft bestimmt. In diesem Geist der Anonymität versuchen wir, unsere natürlichen Wünsche nach persönlicher Anerkennung als AA aufzugeben, und zwar sowohl vor den anderen Zugehörigen unserer Gruppe als auch vor der Öffentlichkeit. Wenn wir diesen allzu menschlichen Drang nach persönlicher Geltung überwinden, tun wir es in dem Glauben, daß jeder von uns an dem schützenden Mantel webt, der unsere ganze Gemeinschaft umhüllt und unter dem wir in Einigkeit wachsen und wirken." (Zwölf Schritte und Zwölf Traditionen, S.177ff)

**„Wir sind sicher, daß Demut, die sich in der Anonymität ausdrückt, der mächtigste Schutz ist, den Anonyme Alkoholiker je haben können.“
(Zwölf Schritte und Zwölf Traditionen, S. 179)**

„Wenn wir die Geschichte der AA vom Beginn im Jahre 1935 bis jetzt betrachten, wird klar, daß die Anonymität zwei verschiedenen, aber gleichermaßen lebenswichtigen Aufgaben dient:

♦ Im persönlichen Bereich verschafft die Anonymität allen Mitgliedern Schutz vor Identifizierung als Alkoholiker, eine Absicherung, die für Neue häufig ganz besonders wichtig ist.

♦ Gegenüber Presse, Rundfunk, Fernsehen und Film unterstreicht die Anonymität die Gleichheit aller Mitglieder der Gemeinschaft; sie schiebt jenen einen Riegel vor, die sonst möglicherweise ihre AA-Mitgliedschaft ausnutzen würden, um Anerkennung, Macht oder persönlichen Gewinn zu erzielen." (AA-Broschüre „Was wir unter Anonymität verstehen")

Es geht also einerseits um den Schutz der S.L.A.A.-Mitglieder, andererseits um den Schutz der S.L.A.A. als Ganzes. Die S.L.A.A. als Ganzes soll aber nicht anonym bleiben (kein „Geheimbund“). Deshalb spricht die 11.Tradition von *persönlicher* Anonymität. Die Anonymität der *anderen* S.L.A.A.-Mitglieder müssen wir *jederzeit* schützen, die *eigene* immer *in der Öffentlichkeit*. Im privaten Bereich und vor allem beim Weitertragen der Botschaft liegt es in unserem eigenen Ermessen, wie weit wir aus unserer persönlichen Anonymität heraustreten.

Bei der Öffentlichkeitsarbeit sind wir „jedoch darum bemüht, jedes unnötige öffentliche Interesse von S.L.A.A. als Ganzem fernzuhalten.“ (S.L.A.A.-Präambel und 1.Richtlinie) Wird die S.L.A.A. z.B. in einer Sendung über Sexsucht erwähnt, in der es nur um Sensationsgier geht, ist das bestimmt *unnötiges* öffentliches Interesse. Wird die S.L.A.A. jedoch in einem Beitrag über die Genesung von der Sex- und Liebessucht erwähnt, ist das sicherlich *notwendiges* öffentliches Interesse.

Wenn ein S.L.A.A.-Mitglied seine Anonymität vor den Medien aufgibt, sich aber nicht

als S.L.A.A.-Mitglied zu erkennen gibt, bricht es nicht die Anonymität im Sinne der Traditionen. Es handelt ja als Privatperson. Dies sollte jedoch die Ausnahme bleiben für Fälle, in denen es nicht anders geht. Im Vordergrund sollte stets das Weitertragen der S.L.A.A.-Botschaft sein (5.Tradition), nicht eine Person.

„Wir sind sicher, daß Demut, die sich in der Anonymität ausdrückt, der mächtigste Schutz ist, den Anonyme Alkoholiker je haben können.“ (Zwölf Schritte und Zwölf Traditionen, S. 179)

3. Allgemeine Voraussetzungen

Hier sei noch einmal auf die „12 empfohlenen Richtlinien“ verwiesen. Sie enthalten alle Aspekte, die bei der Öffentlichkeitsarbeit beachtet werden sollten.

Besonderes Gewicht sollte darauf gelegt werden, daß

- keine Aktion einzelner S.L.A.A.-Mitglieder im Alleingang vorgenommen wird,
- immer das zuständige „Gruppengewissen“ (s. Punkt 6) entscheidet,
- namentliche und in Bildmedien visuelle Anonymität gewahrt wird,
- keine Streitgespräche entstehen können,
- jeder Entscheidung des Gruppengewissens eine Minute der Besinnung vorausgeht, damit sich der Wille der Höheren Macht in der Entscheidung ausdrücken kann.

4. Persönliche Voraussetzungen

Jedes S.L.A.A.-Mitglied, das an die Öffentlichkeit tritt, um die Botschaft von der Genesung weiterzutragen, sollte

- die Genesung selbstverständlich selbst erfahren haben und nüchtern sein, d.h. abstinente vom persönlichen süchtigen Grundverhaltensmuster (7. Richtlinie),
- im Zwölf-Schritte-Programm leben,
- das S.L.A.A.-Buch kennen,
- die S.L.A.A.-Broschüren kennen,
- die Zwölf Traditionen kennen mit den dazugehörigen Erläuterungen im AA-Buch „Zwölf Schritte und Zwölf Traditionen“,
- die 12 empfohlenen Richtlinien für den Umgang mit Medien und Öffentlichkeitsarbeit kennen.

5. Formen der Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit kann viele Formen annehmen. Die folgende Auflistung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

- Bekanntgabe des Meetings beim örtlichen Selbsthilfebüro
- Hinweis im Veranstaltungskalender der örtlichen Zeitung
- regelmäßige Meetings für Neue (Newcomer-Meetings)
- öffentliche Informationsmeetings
- Ansprechen und Verteilen von Broschüren bei Ärzten und Therapeuten
- Infosendungen an Klinik- und Gefängnisleitungen
- Durchführung von Meetings in Kliniken und Gefängnissen
- Sponsorschaft für eigenständige Klinikmeetings (S.L.A.A.-Mitglieder einer nahegelegenen Gruppe besuchen regelmäßig die Klinikmeetings)
- Vorträge vor Berufsvereinigungen u.ä. (Ärzte, Beratungsstellen, Kirchen etc.)
- Mitarbeit an Zeitungs-, Rundfunk- und Fernsehbeiträgen

6. Zuständigkeit (10. Richtlinie)

Öffentlichkeitsarbeit ist nie Sache eines Einzelnen (4. Richtlinie). Bei allen Entscheidungen, die Öffentlichkeitsarbeit betreffen, ist das Gruppengewissen des betroffenen Gebietes zuständig. Bei lokalen Belangen sind das die Gruppe(n) am Ort. Bei regionalen Belangen sind das alle Gruppen im betreffenden Gebiet. Eine einzelne Gruppe kann nie entscheiden, was mehrere Gruppen betrifft. Die betreffenden Gruppen können zur Vereinfachung einen Ausschuß

Öffentlichkeitsarbeit ist nie Sache eines Einzelnen. (4. Richtlinie)

* * *

7. Durchführung

Wenn wir als S.L.A.A.-Mitglieder an die Öffentlichkeit treten, dürfen wir nie vergessen, daß wir nur für uns sprechen können und nicht für S.L.A.A. als Ganzes (7. Richtlinie).

Inhaltlich geht es bei allen Formen der Öffentlichkeitsarbeit darum, die S.L.A.A.-Botschaft weiterzutragen (5. Tradition). Der Grundpfeiler der S.L.A.A.-Botschaft ist das Zwölf-Schritte-Programm: „Nachdem wir *durch diese Schritte* ein spirituelles Erwachen erlebt hatten, versuchten wir, *diese Botschaft* an Sex- und Liebessüchtige weiterzugeben ...“ (12. Schritt, Hervorhebung durch d. Verf.).

Außer unserer persönlichen Suchtgeschichte ist deshalb in der Öffentlichkeitsarbeit

bilden, dem die Funktion als Gruppengewissen übertragen wird.

Bei überregionalen Belangen ist das Team für Öffentlichkeitsarbeit (ÖA-Team) der Intergruppe zuständig. Alle S.L.A.A.-Mitglieder und -Gruppen, die Fragen zur Öffentlichkeitsarbeit haben, können sich für Unterstützung an das ÖA-Team wenden, das aus S.L.A.A.-Mitgliedern besteht, die von der Intergruppe für diesen Dienst gewählt wurden.

immer auch wichtig, wie wir zu S.L.A.A. gekommen sind, wie wir unsere tägliche Nüchternheit (Abstinenz vom persönlichen süchtigen Grundverhaltensmuster) erlangt haben und wie sich unser Leben dadurch verändert hat.

Jeder Gruppe, die sich mit Öffentlichkeitsarbeit beschäftigen möchte, empfehlen wir wärmstens das AA-Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit. Es ist ein preiswerter Ordner, der sowohl viele grundsätzliche Hinweise zur Öffentlichkeitsarbeit enthält als auch Vorschläge, Checklisten und Musterbriefe für die praktische Durchführung.

8. Literaturliste

- Das S.L.A.A.-Buch: „Anonyme Sex- und Liebessüchtige“
- Broschüren der S.L.A.A., insbesondere
- 12 empfohlene Richtlinien für den Umgang mit Medien und Öffentlichkeitsarbeit

per Vorkasse zu beziehen beim Literaturversand der Intergruppe

- Zwölf Schritte und Zwölf Traditionen
- Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit
- diverse Broschüren zur Anonymität und Fragen der Öffentlichkeitsarbeit

zu beziehen bei:

Anonyme Alkoholiker Interessengemeinschaft e.V.
- Literaturvertrieb -
Postfach 46 02 27
80910 München