

Alkoholprävention im Spannungsfeld

Für eine wirksame Alkoholprävention muss auch weiterhin an einer Kombination von Verhaltens- und Verhältnisprävention festgehalten werden. Bei diesen handelt es sich nicht um zwei völlig unterschiedliche Strategien, sondern um sich ergänzende und gegenseitig bedingende Massnahmen.

Irene Abderhalden

Lic phil 1, Leiterin Abteilung Prävention, Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme SFA,
Av. Ruchonnet 14, Case Postale 870, CH-1001 Lausanne, Tel. +41 (0)21 321 29 81,
iabderhalden@sfa-ispa.ch, www.sfa-ispa.ch

Einleitung

Während lange Zeit in der Alkoholprävention die Vorbeugung des Missbrauchs oder der Abhängigkeit mittels psychosozialen, verhaltensorientierten Ansätzen im Vordergrund stand, haben in den letzten Jahren strukturelle, verhältnispräventive Massnahmen eine zunehmende Bedeutung erfahren. Mit dem Erscheinen des Buchs «Alkohol, kein gewöhnliches Konsumgut» von Babor et al.¹ im Jahr 2003 begann eine intensive Debatte um die Effektivität und Effizienz von Verhältnis- und Verhaltensprävention: Die AutorInnen kritisierten die Erziehungs- und Aufklärungsstrategien als kostenintensiv aber kaum wirksam. Dagegen wurden gesetzgeberische Massnahmen, beispielsweise Preisgestaltung und Angebotsregulierung, als effektiv und kostengünstig evaluiert.

Massnahmen und Wirksamkeit der Verhältnisprävention

Verhältnisprävention bezeichnet einen Ansatz, der in der Form legislativer und regulativer Politikstrategien eine breite Wirkung erzielen soll. Diese strukturorientierte Prävention zielt auf eine Verringerung des missbräuchlichen Alkoholkonsums über eine Reduktion der Verfügbarkeit sowie der Nachfrage. Insbesondere regulative Massnahmen über Alterslimiten, Einschränkung der Erhältlichkeit und Werbung sowie Preiserhöhungen wurden als besonders effektiv und kostengünstig evaluiert. Im Folgenden werden diese verhältnispräventiven Bereiche im Kontext der gegenwärtigen schweizerischen Alkoholpolitik diskutiert.

Massnahmen zur Einschränkung der Verfügbarkeit

Abgabebeschränkung durch Altersgrenzen

Während Mitte des 20. Jahrhunderts noch weit reichende Einschränkungen beim Kauf und Verkauf von Alkohol üblich waren, hat in den letzten 50 Jahren die Verfügbarkeit von Alkohol im Zuge von Liberalisierungstendenzen in allen europäischen Ländern stark zugenommen. Dies gilt auch für die Schweiz, unter anderem als Folge der Abschaffung der Bedürfnisklausel.² Gleichzeitig erhält die Diskussion um die Altersgrenzen für den Kauf und Verkauf von Alkohol in verschiedenen europäischen Ländern zunehmend Gewicht: So forderten die VerbraucherschutzexpertInnen der EU-Kommission anfangs 2005 in einem Strategiepapier, dass der Verkauf von Alkohol für alle EU-BürgerInnen erst ab 18 Jahren gestattet sein sollte.³ Auch in der Schweiz werden in einigen Kantonen entsprechende Diskussionen geführt (z.B. Bern, Baselland und

Zug) bzw. sind bereits umgesetzt (Tessin).⁴ Eine einheitliche Alterslimite für den Verkauf aller alkoholischen Getränke würde den Vollzug erleichtern (ein Alter – eine Regel), zumal die Regelungen bei Mischgetränken selbst dem Verkaufspersonal oft unklar sind. Demgegenüber stehen mögliche negative Begleiterscheinungen wie beispielsweise das Risiko, dass durch eine Erhöhung des Abgabealters junge KäuferInnen vermehrt Alkohol auf dem informellen Markt besorgen.

Entscheidender als die Höhe der Alterslimite ist jedoch deren konsequente Durchsetzung: Diesbezüglich muss festgestellt werden, dass trotz gewachsenem Bewusstsein und verstärkten Kontrollen beispielsweise durch Testkäufe eklatante Lücken bestehen: So zeigte die letzte Erhebung der repräsentativen europäischen Schülerstudie (ESPAD, the European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs), dass im Jahr 2007 35% der 13-jährigen Jungen und 40% der gleichaltrigen Mädchen innerhalb des letzten Monats vor der Befragung in Supermärkten, Kiosken, Tankstellen oder Getränkeläden alkoholische Getränke für den eigenen Gebrauch gekauft haben. Dieser Prozentsatz steigt bei 15-Jährigen auf 65% (Jungen) bzw. 50% (Mädchen) an.⁵

Hier stellt sich die Frage, ob diese Ergebnisse unter anderem auf eine mangelnde Kohärenz in der Gesundheitspolitik zurückzuführen sind.

Einschränkungen beim Verkauf von Alkohol

Zu einer kohärenten Gesundheitspolitik zählen unter anderem Massnahmen wie die Einschränkungen der Alkoholverkaufszeiten auf bestimmte Wochentage und Tageszeiten oder vollständige oder teilweise Alkoholverbote bei Sport- und Freizeitveranstaltungen. Die gegenwärtigen Liberalisierungen der Öffnungszeiten von Verkaufsstellen und Gaststätten in vielen Teilen Europas sind problematisch, da sie die Verfügbarkeit von Alkohol erhöhen. In Bezug auf Alkoholausschank im Sport- und Freizeitbereich hebt sich die Schweiz von fast allen europäischen Ländern ab: Bei Sport- und Kulturveranstaltungen existieren hierzulande auf nationaler Ebene keine gesetzlichen Verbote oder Einschränkungen. Die Kompetenz dafür liegt bei den Kantonen, den Sportvereinen und den Stadionbesitzern. Erfahrungen aus dem Ausland (zum Beispiel in den Niederlanden und Grossbritannien) zeigen, dass eine Einschränkung des Alkoholverkaufs bei Sportveranstaltungen die Anzahl der Gewalttaten vermindert.⁶

Verallgemeinernd lässt sich sagen, dass Massnahmen, die den Zugang zu Alkohol erschweren, im Vergleich zur breiten Wirkung relativ wenig kosten und im Gegenzug einen klaren Nutzen bringen. Allerdings darf nicht übersehen werden, dass die Durchsetzung und Kontrolle der strukturellen Massnahmen mit teilweise beträchtlichem finanziellen Aufwand verbunden ist. Im Sinne

einer ganzheitlichen Präventionsstrategie ist zudem unabdingbar, dass die Einschränkung der Verfügbarkeit von Alkohol mit der Verringerung der Nachfrage kombiniert wird.

Massnahmen zur Verringerung der Nachfrage

Preisgestaltung

Eine der effektivsten und kostengünstigsten Massnahmen zur Verringerung der Nachfrage von Alkohol ist die Besteuerung. Der Preis für alkoholische Getränke beeinflusst den Gesamtkonsum in der Bevölkerung und damit auch das Ausmass alkoholbezogener Probleme. Eine Vielzahl von Studien belegt, dass die Einschränkung der Verfügbarkeit von Alkohol über die Preispolitik bei Jugendlichen einen grösseren Effekt hat als in der Allgemeinbevölkerung. Eine stärkere Wirkung zeigte sich zudem bei denjenigen, welche häufiger beziehungsweise mehr Alkohol konsumieren.⁷

In der Schweiz sind Bier und Wein im Gegensatz zu den Spirituosen von den Bestimmungen des Alkoholgesetzes und von der Alkoholsteuer ausgenommen. Für eine Besteuerung des Weins fehlt die Verfassungsgrundlage vollständig. Die Bierbesteuerung gewichtet nur wirtschaftliche und keinerlei gesundheitspolitische Aspekte. In dem neuen, seit dem 1. Juli 2007 in Kraft getretenen Bundesgesetz über die Biersteuer wurde auf Kosten des Jugendschutzes auf eine Erhöhung der Biersteuer verzichtet und dies, obwohl gerade Bier das meistkonsumierte alkoholische Getränk bei Jugendlichen ist. Eine besondere Möglichkeit besteht in der Einführung von spezifischen Steuern auf Alkoholausschank bei bestimmten Veranstaltungen wie beispielsweise Grossanlässen. Solche anlassbezogene Steuern scheinen politisch eher durchsetzbar zu sein, die rechtliche Grundlage dafür ist aber unklar. Die Steuern auf ausländische Spirituosen wurden in der Schweiz 1999 aufgrund von Steuerharmonisierungs- und Deregulierungsmassnahmen auf 29 Franken pro Liter reinen Alkohols gesenkt, was zu einem Anstieg des Spirituosenkonsums geführt hat, insbesondere bei den 15- bis 29-Jährigen (+74,5% bei den Männern, 43,7% bei den Frauen).⁸

Es ist im Rahmen einer Stärkung der Prävention und des Jugendschutzes begrüssenswert, wenn im Zuge der für 2010 geplanten Totalrevision des Alkoholgesetzes Massnahmen gegen Billigstangebote geprüft werden. Davon wären namentlich die sehr günstig hergestellten und beliebten Spirituosen wie Wodka betroffen. Mindestpreise dürfen jedoch aus gesundheitspolitischer Sicht keinesfalls dazu führen, dass die Steuern auf Spirituosen grundsätzlich, das heisst für sämtliche Produkte, gesenkt werden.

Werbung und Sponsoring

Eine weitere Möglichkeit zur Beeinflussung der Nachfrage besteht in der Regulierung der Werbung, eine der kostengünstigsten alkoholpolitischen Massnahmen. Es ist eindeutig belegt, dass die Alkoholwerbung die Einstellung der Konsumenten und Konsumentinnen zu Alkohol positiv prägt.⁹ Damit Verbote wirksam sein können, müssen sie allerdings so weit greifen, dass auch mögliche Ersatzwerbestrategien (wie z.B. das Sportmarketing) vom Verbot eingeschlossen sind, denn Werberestriktionen werden oft durch Sponsoring von Sport- und Kulturereignissen umgangen. Auf diese Weise gelingt es den Alkoholproduzenten via Massensport- und kulturellen Grossveranstaltungen, Jugendliche mit Werbebotschaften anzusprechen.¹⁰ Betreffend Sponsoring von Sportereignissen existiert in der Schweiz ein Verbot für Spirituosenwerbung, nicht aber für Bier und Wein. So wurde beispielsweise die Euro 08 von einem Bierproduzenten gesponsert, der dadurch auf Logos und an den Medienauftritten etc. präsent war. Dass ausgerechnet die Bierindustrie eine Sportart finanziert, die von den Jugendlichen sowohl über die Medien verfolgt als auch aktiv ausgeübt wird, ist fragwürdig.

Die Bestimmungen für Alkoholwerbung wurden 2009 im Rahmen des MEDIA-Abkommens mit der EU gelockert: Infolgedessen wird

ab Februar 2010 auf allen Fernsehsendern Werbung für Bier und Wein erlaubt. Bisher war diese nach dem geltenden Radio- und Fernsehgesetz RTVG nur für lokale Fernsehveranstalter zugelassen. Deshalb ist es nun im Zuge der Totalrevision des Alkoholgesetzes besonders wichtig, an den strengen Werbevorschriften für hochprozentigen Alkohol festzuhalten. Würden diese gelockert und an jene für Wein und Bier angeglichen, wäre dies aus Präventionsicht ein weiterer Rückschritt.

Massnahmen und Wirksamkeit der Verhaltensprävention

Im Gegensatz zur strukturorientierten Verhältnisprävention zielt die Verhaltensprävention auf eine Beeinflussung des individuellen Verhaltens durch kommunikative und erzieherische Massnahmen. Damit sich Menschen für ein Verhalten entscheiden, das ihrer Gesundheit förderlich ist, brauchen sie nebst Informationen Kompetenzen zur Bewältigung von Problemen und zur Verarbeitung von Frustration. Auch die Stärkung des Selbstvertrauens, des Selbstwertgefühls und der Kommunikationsfähigkeit sind zentrale Anliegen der Verhaltensprävention.

Eine im Jahr 2006 durchgeführte Literatur-Analyse von Bühler und Kröger¹¹ bestätigt die Schlussfolgerungen von Babor in Bezug auf mangelnde Effekte von massenmedialen Kampagnen auf das Konsumverhalten sowie in Bezug auf alle Massnahmen, die auf blosser Informationsvermittlung beruhen (sofern sie als isolierte Massnahmen umgesetzt werden). Hinsichtlich der Wirksamkeit von verhaltenspräventiven Massnahmen im Setting Schule und Familie kommen Bühler und Kröger jedoch zu anderen, positiveren Ergebnissen. Diese widersprüchlichen Resultate sind vorwiegend auf eine unterschiedliche Literaturbasis zurückzuführen, worauf hier nicht weiter eingegangen werden kann.¹² Zudem muss der jeweilige kulturelle Kontext der Meta-Evaluationen in Betracht gezogen werden: So basiert die Analyse von Babor fast ausschliesslich auf nordamerikanischen Studien. Im Folgenden werden die Hauptaussagen der Analyse von Bühler und Kröger für den Bereich Familie und Schule zusammengefasst.

Verhaltensprävention im Setting Familie

Es gibt nur wenige Untersuchungen zur Wirksamkeit familienorientierter Interventionen, obwohl die Familie der erste und für viele Jahre wichtigste Ort für präventive Massnahmen ist. Die diesbezüglichen Erkenntnisse aus der Literatur-Expertise lassen sich folgendermassen zusammenfassen:¹³ Umfassende familiäre Ansätze, in denen sowohl Eltern- wie auch Kinder- und Familientrainings angeboten werden, zeigen präventive Wirkung auf das Konsumverhalten. Allerdings treten die Wirkungen verzögert auf, das heisst, nicht unmittelbar auf die Präventionsmassnahme folgend. Weiter ist bei den Kindern eine Abnahme der Aggression und Delinquenz festzustellen, und die Eltern bekunden weniger Mühe, Grenzen zu setzen und Probleme zu lösen. Elterntrainings alleine beeinflussen zwar Risikofaktoren, nicht aber das Konsumverhalten. Weitere Schlüsselemente für eine erfolgreiche familienbasierte Prävention beziehen sich auf einen frühzeitigen Beginn, auf den Einbezug der Risiko- und Schutzfaktoren sowie die Berücksichtigung des kulturellen Hintergrunds.

Verhaltensprävention im Setting Schule

In schulbasierten Massnahmen wird selten das Schulumfeld, sondern es werden vor allem individuelle Faktoren evaluiert. Dies bedeutet, das Handlungsfeld Schule wird als Setting genutzt, angesetzt wird am Individuum. Eine Vielzahl von Evaluationsstudien belegen eine durchwegs grössere Wirksamkeit von interaktiven Programmen, die eine aktive Auseinandersetzung mit den Inhalten ermöglichen, als von nicht interaktiven. Bei beiden Gruppen ist zwar ein Wissenszuwachs festzustellen doch zeigen interaktive Programme ebenfalls eine Zunahme kritischer Einstellungen und eine Abnahme des tatsächlichen Konsums. Ein



frühzeitiger Beginn und ein langfristiger Ansatz tragen entscheidend zur Wirksamkeit eines Programms bei, während punktuelle präventive Aktivitäten wirkungslos sind. Wichtig ist zudem, die Programme auf die jeweilige Zielgruppe auszurichten (Berücksichtigung von Alter, Geschlecht und Konsummuster).¹⁴

Verallgemeinernd lässt sich sagen, dass die Wirkung umso grösser ist, je umfassender ein verhaltenspräventiver Ansatz ist: So zeigen Projekte, die sowohl die Schule wie auch die Familie und den sozialen Nahraum involvieren, die vielversprechendsten Ergebnisse. Als Beispiel für einen solch kombinierten Ansatz kann das Projekt «Eltern und Schule stärken Kinder» ESSKI¹⁵ zur Förderung der Gesundheit von Lehrpersonen, SchülerInnen und Eltern angefügt werden. Dieses in Deutschland entwickelte und mehrfach geprüfte Programm hat auch in der Schweiz positive Resultate gezeigt: Zentrales Anliegen ist die Förderung der personalen wie auch sozialen Kompetenzen und Ressourcen von SchülerInnen zur Prävention von Aggression, Stress und Sucht. Die beteiligten Lehrpersonen absolvieren einen Weiterbildungskurs mit dem Ziel, die eigenen Ressourcen zu stärken und mit Stress wirksamer umzugehen. Ein weiteres Ziel ist die Stärkung der erzieherischen Kompetenz der Eltern sowie die Verbesserung der Eltern-Kind-Beziehung durch die Teilnahme an einem Angebot von Triple P (Positives Erziehungsprogramm, Positive Parenting Programm).

Verhaltensprävention bei Risikogruppen

Auch in der Prävention mit gefährdeten Kindern und Jugendlichen konnte bei schulbasierten Kompetenzprogrammen sowie familienorientierten Massnahmen Wirksamkeit nachgewiesen werden, insbesondere wenn die Projekte auf folgenden Elementen basieren: Förderung von Lebenskompetenzen, Teambildung, interaktive Methoden, Förderung der Selbstreflexion, eine wöchentliche Betreuung von mindestens vier Stunden sowie die Umsetzung eines kohärenten Interventionsmodells.¹⁶

Weiter hat sich in der Arbeit mit erstaunlichen Jugendlichen die motivierende Kurzintervention als wirksame Methode erwiesen.¹⁷ Für stark gefährdete (z. B. delinquente) Jugendliche zeigen umfassende Massnahmen präventive Effekte: Sie beziehen das gesamte Lebensumfeld mit ein und sehen eine Art Fallmanagement vor, das sich um die Belange der Jugendlichen kümmert, weiterhin eine Unterstützung der Familie sowie eine gezielte Freizeitgestaltung und den Einsatz von Mentoren und Mentorinnen.¹⁸

Verhaltens- oder Verhältnisprävention?

Substanzbezogener versus gesundheitspolitischer Standpunkt

Es ist offensichtlich, dass eine gesetzgeberische Massnahme wie beispielsweise eine Preiserhöhung eine breitere Auswirkung auf die Öffentlichkeit hat, als zum Beispiel ein verhaltensbezogenes Lebenskompetenztraining. So führte eine im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit BAG durchgeführte Studie zur Einführung einer Sondersteuer auf Alkopops im Jahre 2004 dazu, dass 2005 der Anteil verkaufter Flaschen spirituosenbasierter Alkopops noch ca. ein Fünftel der Rekordmenge von 2002 betrug.¹⁹ Ein solcher erfolgreicher Effekt liess sich bisher durch die Verhaltensprävention nicht erreichen. Allerdings lässt sich anhand dieses Beispiels auch aufzeigen, dass die Evaluationen sich jeweils nur auf die eine spezifische Substanz beziehen und nicht eine gesundheitspolitische Sichtweise integrieren. Der Nachweis eines Rückgangs des Verkaufs von Alkopops sagt noch nichts über das Ausmass und die Gefährdung der Jugendlichen durch übermässigen Alkoholkonsum insgesamt aus: So zeigt die Studie auf, dass parallel zum Rückgang der Importe der Alkopops die Wodka-Importe zwischen 2002 bis 2007 um rund 70% zugenommen haben. Diese zwei entgegengesetzten Phänomene lassen die Vermutung zu, dass der rückläufige Konsum von spirituosenbasierten Alkopops teilweise durch Selbst- und Fremdmixen mit Wodka kompensiert wurde.

Die evaluierten verhaltensbezogenen Massnahmen zeigen nicht nur Effekte auf den Substanzkonsum sondern auch auf andere Risikoverhaltensweisen wie Gewalt oder riskantes Sexual- oder Fahrverhalten. Für die Verhältnisprävention im Sinne der gesetzlich regulierenden Massnahmen kann diese erweiterte Wirksamkeit nicht festgestellt werden. Verhältnisprävention führt nicht automatisch zu einer Internalisierung der Regeln oder gesundheitsrelevanten Verhaltensweisen, sondern bedingt eine permanente, systematische Kontrolle. Diese Aussagen sollen nicht den Erfolg von strukturorientierten Massnahmen wie beispielsweise der Alkopopsondersteuer minimieren, sondern nur als Beispiel dienen, um aufzuzeigen, dass die Einschätzung der Effektivität und Effizienz einer Massnahme auch davon abhängt, ob ein substanzbezogener oder gesundheitspolitischer Standpunkt eingenommen wird.

Differentielle Lebensläufe erfordern differentielle präventive Zugänge

Verhältnispräventive Massnahmen richten sich in der Regel jeweils an die Gesamtbevölkerung oder an gesamte Bevölkerungsgruppen (z. B. an alle Jugendlichen). Neben universellen Zugängen ist es jedoch wichtig, zielgruppenspezifische Massnahmen zu entwickeln. Ein Grund hierfür ist, dass die Jugendlichen keine homogene Gruppe darstellen und sich in ihrer Gefährdung bezüglich Suchtmittelkonsum und andere Risikoverhalten erheblich unterscheiden. Sowohl die soziale Ausgangslage wie auch die individuelle Verletzbarkeit und die Risikofaktoren sind in der Gesellschaft unterschiedlich verteilt: Jugendliche, die nur gelegentliches experimentelles Risikoverhalten zeigen, unterscheiden sich von denjenigen Jugendlichen, deren gesundheitliche und soziale Entwicklung durch massives und andauerndes Risikoverhalten ernsthaft gefährdet ist. Inwiefern strukturelle Massnahmen für die letztgenannte Gruppe von Kindern und Jugendlichen ausreichend sind, ist fraglich. Beispiele aus der Kriminalprävention zeigen, dass im Gegensatz zu verhaltensbezogenen Massnahmen gesetzgeberische Massnahmen mittels abschreckender Wirkung bei Jugendlichen mit überdurchschnittlich hohem Risikoverhalten nur sehr begrenzt wirken.²⁰ Evaluationsstudien zu Massnahmen, welche differentielle Entwicklungspfade berücksichtigen, sind nach Einschätzung von Bühler²¹ in der Suchtprävention bisher nicht vorhanden. Dies wäre jedoch eine Bedingung, bevor man einseitig auf Verhältnisprävention setzt.

Die wechselseitige Bedingung von Verhaltens- und Verhältnisprävention

Eine weitere Herausforderung im Rahmen der Debatte um die Effektivität und Effizienz von präventiven Massnahmen besteht in der Schwierigkeit, die Effekte von Verhaltens- und Verhältnisprävention isoliert zu evaluieren. Verhältnis- und Verhaltensprävention stehen in wechselseitiger Beziehung zueinander. So sind Massnahmen, die den Zugang zu Alkohol erschweren, tatsächlich relativ kostenarm und bringen im Gegenzug einen klaren Nutzen. Insbesondere aber wenn Massnahmen auf Widerstand stossen, muss – wie bereits aufgeführt – mit steigenden Kosten für die Durchsetzung und Kontrolle gerechnet werden. Eine breite gesellschaftliche Akzeptanz einer Massnahme hängt wiederum unter anderem von Informations- und Aufklärungsstrategien ab. Als Beispiel dazu kann die Festlegung des Abgabalters für den Kauf von Alkohol angefügt werden. Die Wirksamkeit dieser Massnahme ist klar erwiesen, allerdings nur unter der Bedingung, dass diese Regelung vom Verkaufspersonal auch konsequent angewendet wird. Da dies häufig nicht der Fall ist, wurde mit der Schulung des Verkaufspersonals begonnen, nebst der Öffentlichkeitsarbeit eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg dieser Massnahme. Hierbei stellt sich die Frage, ob es sich dabei um eine verhaltens- oder verhältnisorientierte Intervention handelt. Die Umwelt der Zielgruppe wird dadurch verändert, dass Verkaufspersonal geschult

und über Verhaltensprävention in die Settingstrategie einbezogen. Bauch weist in dem Zusammenhang darauf hin, dass eine verhaltenspräventive Massnahme für eine andere Person eine verhältnispräventive sein kann.²² Dies hängt mit der Tatsache zusammen, dass das Verhalten eines Menschen für einen anderen Menschen Teil seiner Umwelt sein kann und damit den Verhältnissen zuzurechnen ist. Bei Betrachtung verschiedener Massnahmen der Verhältnisprävention und des Settingansatzes lässt sich feststellen, dass in vielen verhältnispräventiven Massnahmen verschiedene Aspekte der Verhaltensprävention integriert sind. Verhaltensprävention ist also auch aus diesem Blickwinkel nicht obsolet sondern im Gegenteil wichtiger Teil eines verhältnispräventiven Ansatzes.

Insgesamt existiert ein enormer Forschungsbedarf hinsichtlich des Zusammenwirkens von Verhältnis- und Verhaltensprävention im Sinne von suchtpreventiven Gesamtstrategien. Nach Kalke und Buth²³ wäre auch zu untersuchen, wie die Gewichtung zwischen beiden präventiven Ansätzen aussehen sollte. In den wenigen Studien aus dem deutschsprachigen Raum, in denen das Zusammenwirken von verhältnis- und verhaltenspräventiven Ansätzen untersucht wurde, zeigen sich tatsächlich die grössten Effekte bei der Kombination dieser beiden Massnahmenbereiche.²⁴ In diesem Fall wurde das Rauchverbot an Schulen und eine Verzichtübung (initiierte Abstinenz) untersucht. Dabei sank der Zigarettenkonsum der rauchenden SchülerInnen. Das Rauchverbot allein hatte schwächere positive Effekte. Weiter plädieren die Autoren dafür, möglichst frühzeitig alle relevanten Personen und Akteure in die Einführung verhältnispräventiver Massnahmen einzubeziehen, um deren Akzeptanz weiter zu erhöhen. Im diesem Sinne können Informationen und die Unterstützung von gesundheitsförderlichen Verhaltensweisen in Schule, Familie und Peergroup als notwendige Voraussetzung angesehen werden, um ein positives Klima für eine verhältnisbezogene Suchtprevention zu schaffen. Zudem schaffen Information und Öffentlichkeitsarbeit auch auf politischer Ebene die Basis, auf der das Problembewusstsein und der entsprechende Handlungsbedarf erst geschaffen werden können. ●

Literatur

- Abderhalden, I. (2005): Jugendschutz beim Alkohol im internationalen Vergleich: die Schweiz im europäischen Mittelfeld. Abhängigkeiten. 2005 (3): 65-78.
- Babor, T. et al. (2003): Alcohol no ordinary commodity. Research and public policy. Oxford: University Press.
- Babor, T. et al. (2005): Alkohol - Kein gewöhnliches Konsumgut. Forschung und Alkoholpolitik. Göttingen: Hofgrefe Verlag.
- Bauch, J. (2008): Verhaltensprävention als Verhältnisprävention. Prävention. Zeitschrift für Gesundheitsförderung 31(1): 7-9.
- Beelmann, A./Rabe, T. (2007): Dissoziales Verhalten von Kindern und Jugendlichen. Pro Jugend 9(3): 9-15.
- Bühler, A./Kröger C. (2006): Expertise zur Prävention des Substanzmissbrauchs. Köln: BZgA.
- Bühler, A. (2009): Gesetze statt pädagogischer Präventionsarbeit? Pro Jugend 09(3): 9-15.
- Chaloupka, F. J. et al (2002): The effects of price on alcohol consumption and alcohol-related problems. Alcohol Research and Health. Vol. 26, 2002.: 22-34.
- Fahrenkrug, H. et al. (2005): Jugendschutz und Alkohol. Ein Grundlagenpapier zu strukturellen Massnahmen in der Schweiz und ausgewählten Ländern Europas. Lausanne: SFA.
- Gmel, G. et al. (2009): Das European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs (ESPAD) in der Schweiz: Wichtigste Ergebnisse im Vergleich 2003 und 2007. Lausanne: SFA.
- Heeb, J. L./Gmel, G. (2003). Veränderungen des Konsums und Kaufs von Spirituosen zwischen Frühling 1999 und Herbst 2001. Begleitforschung zur Einführung eines Einheitssteuersatzes für «Spirituosen in der Schweiz» am 1. Juli 1999. Lausanne: SFA.
- Kalke, J./Buth, S. (2009): Verhältnisorientierte Suchtprevention. Pro Jugend 9(3): 4-8.
- Korn, K./Lusmann, D./Niederer, R. (2008): Markt- und Konsumententwicklung bei Alcopops. SuchtMagazin 34(6): 38-40.
- Niederer, R. et al. (2008): Marktstudie und Befragung junger Erwachsener zum Konsum alkoholhaltiger Mischgetränke (Alcopops). Fachhochschule Nordwestschweiz, Hochschule für Wirtschaft, im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit.

- Raschke, P. et al. (2008): Evaluation an Schulen. Eine vergleichende Untersuchung von verhaltens- und verhältnispräventiven Massnahmen. Prävention. Zeitschrift für Gesundheitsförderung 31(1): 14 -17.
- Schönenberger, M. (2006): «Eltern und Schule stärken Kinder» (ESSKI). Ein Projekt zur Förderung der Gesundheit bei Lehrpersonen, Kindern und Eltern und zur Prävention von Stress, Aggression und Sucht. Fachhochschule Nordwestschweiz. Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme. Pädagogische Hochschule Zürich. Universität Zürich.

Endnoten

- 1 Vgl. Babor et al. 2003.
- 2 Vgl. Fahrenkrug et al. 2005: Die Bedürfnisklausel legt ein spezifisches Verhältnis der Anzahl Gaststätten zur Einwohnerzahl innerhalb eines bestimmten Gebietes fest.
- 3 Abderhalden 2005: 70.
- 4 Auf der Webseite des Bundesamtes für Gesundheit BAG ist eine Übersicht der kantonalen Massnahmen im Bereich Alkoholprävention erhältlich: www.bag.admin.ch/themen/drogen/00039/07287/
- 5 Vgl. Gmel et al. 2009.
- 6 Babor et al. 2005: 134.
- 7 Vgl. Chaloupka et al. 2002.
- 8 Vgl. Heeb und Gmel.
- 9 Babor et al. 2005: 199; vgl. dazu auch den Artikel von Isensee et al. in dieser Ausgabe des SuchtMagazin.
- 10 Abderhalden 2005: 74.
- 11 Bühler und Kröger 2006.
- 12 Ebd.: 100.
- 13 Ebd.: 49.
- 14 Ebd.: 60-61.
- 15 Vgl. www.esski.ch
- 16 Vgl. Bühler 2009.
- 17 Zu diesem Ergebnis kommt auch das Alkoholpräventionsprojekt für Jugendliche Hart am Limit – HaLT. Siehe dazu den Artikel von Kuttler/Lang in dieser Ausgabe des SuchtMagazin.
- 18 Vgl. Bühler 2009.
- 19 Vgl. Niederer et al. 2008; Korn/Lusmann/Niederer 2008.
- 20 Vgl. Beelmann und Raabe 2007.
- 21 Bühler 2009: 13.
- 22 Bauch 2008: 8.
- 23 Vgl. Kalke und Buth.
- 24 Vgl. Raschke et al. 2008.

«Suchtprevention» im SuchtMagazin (2008 & 2009)

- 1|2009 «smartconnection» – Rauschende Feste ohne Katerstimmung (S. 15-18).
- 1|2009 Suchtpreventionsprogramm «freelance» für Oberstufen (S. 19-21).
- 1|2009 Alkoholintoxikationen bei Jugendlichen (S. 22-23).
- 1|2009 Sozialkapital – von der Theorie zur Praxis (S. 32-35).
- 2|2009 quint-essenz – Potenziale in Projekten erkennen und nutzen (S. 31-34).
- 4|2009 Transkulturelle Prävention und Gesundheitsförderung (S. 28-29).
- 5|2009 Prävention von Jugendgewalt (S. 4-11).
- 5|2009 Prävention von Jugendgewalt – die Strategie des Bundes (S. 13-16).
- 5|2009 Das Freiburger Präventionsmodell PRÄRIE (S. 37-40).
- 6|2008 Wenn Städte und Gemeinden handeln (S. 20-23).
- 2|2008 Das Lächeln der Medusa. Suchtprevention im Sog ordnungspolitischer Steuerung (S. 10-12)
- 1|2008 Safer Clubbing – ein erfolgreicher Ansatz im Nightlife-Setting (S. 32-34).

Bestellung an: abo@suchtmagazin.ch | Preis pro Heft: 15 CHF | 10 Euro