



Deutsche Hauptstelle
für Suchtfragen e.V.

Aktionswoche Alkohol 2011

Dokumentation

**ALKOHOL?
WENIGER
IST
BESSER!**

Aktionswoche Alkohol

21. – 29. Mai 2011

www.aktionswoche-alkohol.de

ALKOHOL? WENIGER IST BESSER!

Aktionswoche Alkohol

21. – 29. Mai 2011



Aktionswoche Alkohol 2011. Die Philosophie. „Alkohol? Weniger ist besser!“ – ein Slogan war Programm

90 Prozent der Bevölkerung trinken Alkohol. Auf Partys und Geburtstagen, beim Grillfest der Grundschule, nach Feierabend und nach dem Geschäftsabschluss. Allorten wird der stets verharmlosten Substanz Alkohol die Fähigkeit zugeschrieben, Traurige fröhlich und Gestresste friedlich zu stimmen, Gemütlichkeit an den Tisch zu bringen und vor dem Herzinfarkt zu schützen, kurzum: das Leben besser zu machen. Eine Fähigkeit, die sich bereits bei flüchtiger Betrachtung der Fakten als unhaltbar erweisen muss. Alkohol ist ein Rausch- und Suchtmittel, das der Gesundheit massiv schaden kann.

Wie schon 2007 und 2009 war es das Hauptziel der Aktionswoche, die Bevölkerung für einen maßvollen Alkoholkonsum zu gewinnen. „Alkohol? Weniger ist besser!“ – unter dem Dach dieser zentralen Botschaft, die auch das Motto der WHO ist, wurde vom 21. bis 29. Mai 2011 informiert, diskutiert und Aufmerksamkeit erzeugt. Für Prävention und Verhaltensänderungen, für Hilfen und eine wirksame Gesundheitspolitik zum Alkohol in Stadt, Land und Bund.

Die Aktionswoche Alkohol ist die einzige bundesweite Präventionskampagne mit der Zielgruppe „allgemeine Öffentlichkeit“, die sich auch, aber nicht nur an Jugendliche und junge Erwachsene wendet, denn:

- der mit Abstand meiste Alkohol wird von Erwachsenen getrunken, und auch missbräuchlich getrunken,
- das durchschnittliche Alter der Alkoholabhängigen in therapeutischer Behandlung liegt zwischen 40 und 50 Jahren, und
- Erwachsene prägen das Konsumverhalten von Jugendlichen im Guten und im Schlechten.

Weit über 1.500 Veranstaltungen und Aktionen in ganz Deutschland lenkten unter großer Medienpräsenz den Fokus auf das Thema Alkohol und die Folgen riskanten Konsums und regten dazu an, das eigene Trinkverhalten zu überprüfen: Alles noch im grünen Bereich?

Was jedoch macht die Aktionswoche Alkohol aus? Ihre absolute Alleinstellung!

Auch die Aktionswoche setzt auf die üblichen Instrumente – Printmedien und Plakate, Preisausschreiben und Prominente. Sie ist greifbar, glaubwürdig und gut. Zwei Besonderheiten jedoch sorgen dafür, dass die Aktionswoche aus allen Präventionskampagnen herausragt.

Zu allererst ist ihr Kennzeichen die direkte Ansprache von Mensch zu Mensch. Ehrenamtliche und Professionelle, Betroffene und andere Experten, Frauen, Männer und Jugendliche engagieren sich gegen das enorme deutsche Alkoholproblem. Sie organisieren die unterschiedlichsten Veranstaltungen, informieren in der Öffentlichkeit und tragen auf diese Weise die Botschaft der Aktionswoche ins Land: „Alkohol? Weniger ist besser!“



Die Aktionswoche Alkohol ist aber auch ein außergewöhnliches Zeichen von Freiwilligkeit und Ehrenamt, Bürgerbeteiligung und Selbsthilfe. Unentgeltlich und zusätzlich zu ihren beruflichen Aufgaben investieren die vielen tausend Aktiven Zeit und Aufwand in ihre Veranstaltungen und Aktionen. Die Prominenten, Fotografen und Agenturen verzichten zugunsten der Aktionswoche Alkohol auf jedes Honorar. Druckereien übernehmen die Herstellung von Plakaten und Faltschilbtern zum Selbstkostenpreis oder gar kostenlos und alle Sponsoren engagieren sich ohne Bedingungen.



Die Befragung der Veranstalter unterstreicht die Bedeutung der Aktionswoche Alkohol. 90 % können sich vorstellen, an der nächsten Aktionswoche wieder teilzunehmen und 73 % finden den zweijährigen Rhythmus gut. Mit der diesjährigen Besucherzahl waren 65 % der Veranstalter zufrieden. Durchschnittlich muss mit 1.700 Teilnehmerinnen und Teilnehmern gerechnet werden, wemngleich neben den Großveranstaltungen die meisten Veranstaltungen von 100 bis 600 Personen besucht wurden. Das Motto der Aktionswoche „Alkohol? Weniger ist besser!“ hat mit seiner Zugkraft dazu beigetragen. 88% der Veranstalter bewerteten das eindeutige und prägnante Motto der Aktionswoche mit gut bis sehr gut.

Aktionswoche international

Erfolg und Wirkung der Aktionswoche Alkohol haben sich herumgesprochen, über die deutschen Grenzen hinweg. Mittlerweile präsentiert sich die Präventionskampagne als länderübergreifendes Projekt: Auch in der Schweiz und in Liechtenstein wurde 2011 nach einem neuen Umgang mit Alkohol gesucht. Die Schweizer Dialogwoche lud gleich dreisprachig mit dem Slogan „Zum Wohl? Die Schweiz spricht über Alkohol. Wir auch!“ zur Beteiligung ein und erfreute sich großer Präsenz in der Öffentlichkeit. Idee, Philosophie und Zeitraum stimmten mit der deutschen Aktionswoche überein. In Liechtenstein beteiligte sich das Amt für Soziale Dienste an der Kampagne.





Warum „Aktionswoche Alkohol“? Die Zahlen.

In Deutschland wird zu viel getrunken. Knapp 97 Prozent der Bevölkerung im Alter zwischen 18 und 64 Jahren konsumieren Alkohol, rund 9,5 Millionen Menschen – also jeder fünfte Mann und fast jede sechste Frau – auf riskante Weise. Davon sind 1,3 Millionen abhängig und somit behandlungsbedürftig krank. Die gesundheitspolitische Relevanz der „Aktionswoche Alkohol“ als regelmäßig wiederkehrende Kampagne wird angesichts der Zahlen und Fakten offensichtlich:

- **139,0 Liter** ist der ProKopf-Konsum an alkoholischen Getränken in der Bundesrepublik. Das entspricht 9,7 Liter reinem Alkohol.
- **2 Millionen Menschen** zwischen 18 und 64 Jahren trinken missbräuchlich Alkohol und nehmen körperliche, psychische und soziale Folgen in Kauf.
- **74.000 Todesfälle** werden jährlich durch riskanten Alkoholkonsum oder durch den kombinierten Konsum von Alkohol und Tabak verursacht.
- **Auf 26,7 Milliarden Euro** werden die Kosten alkoholbedingter Krankheiten pro Jahr geschätzt.
- **17.434 Unfälle** im Straßenverkehr registrierte das Statistische Bundesamt, bei denen mindestens einer der aktiv Beteiligten unter Alkoholeinfluss stand. Dabei wurden 440 Menschen getötet.
- **279.985 Tatverdächtige verübten Straftaten** wie Körperverletzung, Totschlag, Vergewaltigung und Mord unter Alkoholeinfluss und 49.855 Mal kam es zu Sachbeschädigungen.
- **3,3 Milliarden Euro** nahm der Staat aus Bier-, Schaumwein- und Spirituosensteuer ein.

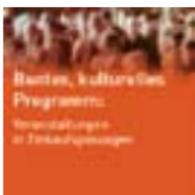
[alle Zahlen: Jahrbuch Sucht 2011]

Die Veranstaltungen: Vielfach, Vielfalt, Vielzahl

Wo erreicht man in einem Land mit 80 Millionen Einwohnern die Bevölkerung? In der Öffentlichkeit! Auch 2011 pflanzten und arbeiteten Tausende von Aktiven lange auf die Woche vom 21. bis 29. Mai hin, füllten sie mit Inhalt und Überzeugung und gingen dann hinaus in den öffentlichen Raum. Ihr Ziel: Menschen aller Altersgruppen für einen maßvollen Umgang mit Alkohol zu sensibilisieren. In unzähligen Arbeitsstunden wurden bundesweit zusätzliche Internetseiten aufgebaut, Programme entwickelt, Pressearbeit geleistet. Am 21. Mai startete die Aktionswoche mit allein mehreren hundert Auftaktveranstaltungen – darunter Bremen und Düsseldorf, Hannover und München, Schwerin und Wiesbaden. Am Abschlussstag konnten alle Beteiligten auf weit über 1.500 gelungene Veranstaltungen zurückblicken.

Selbsthilfegruppen und Beratungsstellen luden zu Lesungen, Theaterabenden und informativen Straßenveranstaltungen ein, Fachkliniken setzten Vorträge von und mit Experten aufs Programm. Als neues Veranstaltungsformat kam 2011 „Das alkoholfreie Wochenende im Verein“ hinzu: Vereinstreffen und gesellige Abende waren eine hervorragende Plattform für gelebte Prävention, insbesondere um jugendliche Vereinsmitglieder zu erreichen. In einer Coesfelder Schule erlebte die „Alko-Quiz-Impro-Show“ ihre Uraufführung, in Münster wurden Jugendliche zu Barkeepern einer rein alkoholfreien Cocktailbar ausgebildet.

Bundesweit richteten Ärzte und Apotheker Gesprächsstunden über einen maßvollen Alkoholkonsum ein und boten Hilfestellung bei Alkoholproblemen an. Auch Betriebe und Verwaltungen organisierten wieder eine Vielzahl von Firmenveranstaltungen, bei denen direkt am Arbeitsplatz konkrete Informationen zum Thema Alkohol und dessen Risiken gegeben wurden. Ebenfalls bereits Tradition: ein verantwortungsvoller



Umgang mit Alkohol als Thema von Gottesdiensten, Andachten und Gemeindeveranstaltungen.

Wie schon 2007 und 2009 meldete sich auch 2011 ein breites Feld von Aktiven und regionalen Arbeitsgruppen mit eigenen Konzepten an. Ideenreich bauten sie in Fußgängerzonen Informationsstände auf, animierten bei bunten Mitmachaktionen in Einkaufspassagen das Publikum dazu, eine „Rauschbrille“ aufzusetzen und die eigene Körperbeherrschung bei 0,8 Promille auf einem Slalomparcours zu testen – und trommelten in Mecklenburg-Vorpommern buchstäblich die Menschen zusammen.

Erstmals beteiligte sich auch das HaLT-Projekt an der Aktionswoche. Im Gespräch mit Passanten sammelten Jugendliche und Erwachsene „viele gute Gründe“ für alkoholfreie oder alkoholarme Zeiten – was den Blick auf Vorteile lenkte.

In Berlin wurde gar ein ganzer Sonderzug der S-Bahn auf die Schienen gestellt. Kooperationen und Vorbereitungen verliefen reibungslos und gut – über 90% der Veranstalter waren mit der Aktionswoche und deren Ablauf zufrieden oder sehr zufrieden.



Die Botschafter

Carlo Thränhardt,
dreifacher Weltrekordler im Hochsprung

Er kam, sprang und siegt immer noch: Für die Aktionswoche Alkohol trug der ehemalige Spitzensportler Carlo Thränhardt die Botschaft „Alkohol? Weniger ist besser!“ in die Öffentlichkeit. Auf vielen tausend Plakaten und den „Infoscreens“ der 260 verkehrsreichsten U-Bahn-Stationen in Deutschland wurde das Kampagnenplakat mit dem seit 25 Jahren amtierenden Europarekordhalter insgesamt über 94.000 Mal gezeigt.

„Das Bewusstsein zu schärfen bei jungen Menschen, darauf kommt es an. Ehrliche Ziele für sich zu entdecken, ist der wichtigste Schritt, um sich in jungen Jahren von dieser Alkoholproblematik abzuwenden. Eine Anerkennung zu erhalten für etwas, das ich aus meiner eigenen Kraft hinbekommen habe, gibt mir Respekt und auch Selbstwertgefühl vor anderen; dazu brauche ich keinen Alkohol.“

Alexandra Popp,
Fußball-Nationalspielerin

Auch Alexandra Popp, Shooting Star des deutschen Frauenfußballs und 2011 erstmals im Kader der deutschen Nationalmannschaft vertreten, engagierte sich trotz ihres vollen Trainingsplans für die Aktionswoche Alkohol. Die junge Fußballerin geht auch außerhalb des Platzes als Stürmerin voran:

„Es gibt so viele junge Leute, die sagen, mit Alkohol bin ich einfach besser drauf, aber man kann sich ja vieles einreden ... Man kann auch Spaß ohne Alkohol haben, und genau so ist das bei mir. Alkohol? Weniger ist besser!“

Wer steht hinter der Aktionswoche?

Die Aktionswoche Alkohol 2011 „Alkohol? Weniger ist besser!“ lag in der organisatorischen Hand der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) e.V., von der Konzeptionierung über Materialentwicklung, Druck und Versand bis hin zur Öffentlichkeitsarbeit. Mechthild Dyckmans als Drogenbeauftragte der Bundesregierung übernahm die Schirmherrschaft.

In acht Bundesländern bildeten sich Steuerungsgremien, die sämtliche Aktivitäten zur Aktionswoche koordinierten und unter anderem kostenlos Informationsmaterial zur Verfügung stellten:

- Landeszentrale für Gesundheit in Bayern e.V. (LZG)
- Fachstelle für Suchtprävention im Land Berlin, pad e.V.
- Hamburgische Landesstelle für Suchtfragen e.V. (HLS)
- Lenkungsausschuss Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersächsische Landesstelle für Suchtfragen
- Büro für Suchtprävention der Landeszentrale für Gesundheitsförderung in Rheinland-Pfalz e.V.
- Landesstelle für Suchtfragen im Land Sachsen-Anhalt (LS-LSA)
- Sächsische Landesstelle gegen die Suchtgefahren



Für die Aktionswoche Alkohol 2011 engagierten sich:

Koordinierende Landeszentralen für Gesundheit, Landesstellen für Suchtfragen und Koordinierungsstellen für Suchtprävention in den Bundesländern, die beteiligten Steuerungsgremien, Ämter und Ministerien, Verbände aus Selbsthilfe und Freier Wohlfahrtspflege, die Deutsche Rentenversicherung Bund, gesetzliche Krankenversicherung und nicht zuletzt neben vielen tausend Aktiven in den Veranstaltungen die Förderer, Unterstützer und Sponsoren.

Die Materialien der Aktionswoche 2011

Keine „Aktionswoche Alkohol“ ohne Z-Card: Das erfolgreiche und beliebte Medium wurde 2011 mit einem Preisausschreiben verbunden. Zehn Fragen thematisierten die wichtigsten Informationen rund um Gesundheit und riskanten Alkoholkonsum. Unter den Teilnehmern mit der richtigen Antwort wurden – finanziert vom DHS-Förderverein – drei Geldpreise in Höhe von insgesamt 900 Euro verlost.

Alkoholkonsum ist nicht gesundheitsfördernd – so das Fazit des Faltblatts „Alkohol und Gesundheit: Weniger ist besser“, das anlässlich der Aktionswoche in ebenfalls hoher Auflage produziert und verteilt wurde. Auf leicht verständliche Weise gab es einen Überblick über gesundheitliche Risiken des Alkoholkonsums und mögliche Folgeerkrankungen.



Nicht nur Tests und Tipps zum Trinkverhalten bot die Broschüre „Alles O.K. mit Alkohol?“. Auf 52 Seiten erhielten riskant Alkohol konsumierende Männer und Frauen alle nötigen Informationen, um die Risiken ihres persönlichen Alkoholkonsums selbst einschätzen zu können und zu verringern. Die Broschüre wird von der DHS gemeinsam mit der Barmer GEK herausgegeben.

Sponsoren der Materialien: Sowohl die Plakate in drei unterschiedlichen Größen als auch das Kampagnenplakat mit den Prominenten Carlo Thranhardt und Alexandra Popp wurden von Lensing Druck Ahaus „Westmünsterland Druck“ und der BARMER GEK finanziert. Der Flyer „Alkohol und Gesundheit“ konnte mit Unterstützung der DHS Mitgliedsverbände (Caritas, buss, GVS, AWO), der AOK und der BARMER GEK produziert werden. Die Deutsche Rentenversicherung Bund, DAK, die BARMER GEK und Z-Card Limited finanzierten die Z-Cards.

Die Aktionswoche in den Medien

Vor allem Tageszeitungen nutzten die Veranstaltungen der Aktionswoche, um auf die Risiken des Alkoholkonsums aufmerksam zu machen. In- und ausländisches Fernsehen und viele Rundfunksender berichteten landesweit ebenso wie in Regionalsendungen. Mit der Aktionswoche 2011 trat das Thema Alkohol endgültig aus dem Bereich der reinen Gesundheitsberichterstattung heraus – und es wurde deutlich: Das Risiko des Alkoholkonsums betrifft beinahe jede und jeden.



Aktionswoche online

Immer beliebter, immer umfangreicher, immer informativer: die Website der Aktionswoche. 2011 diente sie erstmals als ausschließliche Kommunikations- und Informationsplattform für alle Zielgruppen. Ehrenamtlich Aktive und professionell Tätige konnten sich hier anmelden und mit Tipps für eine gelungene Veranstaltung versorgen, Material bestellen und Fragen an die Organisatoren stellen. Die Fülle an Informationen, Hintergrundberichten und unterhaltendem Lesestoff sorgte auch dafür, dass sich unzählige am Thema Alkohol interessierte Internet-Surfer auf der Seite festlasen.

Journalisten eröffnete sich 2011 das bislang umfangreichste Angebot an Informationen, Statistiken und Fakten. Unter anderem entstand eine Datenbank mit Factsheets, die sämtliche Aspekte des Themas Alkohol abdeckte. Erstmals konnten Hörfunkjournalisten auch sogenannte Audiofiles zur Verfügung gestellt werden, also jederzeit abrufbare Statements zur Aktionswoche.



Jugendschutzpreis

Besonders positiv wurde der Präventionspreis des DHS-Fördervereins aufgenommen. Er wurde im Rahmen der Aktionswoche 2011 erstmals vom Förderverein der DHS ausgeschrieben: Für eine konsequente Umsetzung des Jugendschutzes im Umgang mit Alkohol in Vereinen. Viele Kinder und Jugendliche verbringen einen Großteil ihrer Freizeit im Verein, oft in eigenen Jugendabteilungen. Und immer sind die Erwachsenen Vorbild und Beispiel – im öffentlichen Bewusstsein werden Alkoholkonsum und Vereinsleben häufig gleichgesetzt.

Ausgezeichnet wurde das außerordentliche Engagement zweier Vereine: Beim TSV Graben 1901 e.V. in Graben-Neudorf und der Feuerwehrcapelle Jöhlingen in Walzbachtal ist der Jugendschutz fester Bestandteil des Vereinslebens, wird seit Jahren konsequent umgesetzt und erreicht hier nicht nur die Jugendlichen, sondern auch die erwachsenen Vereinsmitglieder. Seit 2005 gibt es beim TSV Graben 1901 einen Jugendschutzbeauftragten; bei der Feuerwehrcapelle Jöhlingen achtet zudem ein vierköpfiges Jugendschutzteam bei Musikfreizeiten und Vereinsfesten auf die Einhaltung des Jugendschutzes. Beide Preisträger haben sich dem Präventionskonzept des Landkreises Karlsruhe verpflichtet: „Wegschauen ist keine Lösung!“

Aus der Laudatio von Ulrike Dickenhorst, stellvertretende Vorsitzende des DHS-Fördervereins: „Der Jugendschutz ist vorbildlich gesichert. Kinder und Jugendliche bekommen keinen Alkohol, weder in Turnstunden noch in Freizeiten, ebenso wenig bei Verbandsspielen und Wettkampfveranstaltungen. Aber auch bei öffentlichen Veranstaltungen, bei Straßen- und Faschingsfesten oder Abteilungsveranstaltungen wird kein Alkohol an Kinder und Jugendliche ausgeschenkt. Und Erwachsene sind positive Vorbilder!“

DHS | Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e. V.

Westenwall 4 | 59065 Hamm
Tel. +49 2381 9015-0
info@dhs.de | www.dhs.de

gefördert durch:



Deutsche Rentenversicherung Bund
www.deutsche-rentenversicherung-bund.de



Barmer GEK
www.barmer-gek.de



DAK - Unternehmen Leben
www.dak.de



AOK
www.aok.de



Deutscher Caritasverband e.V.
www.caritas.de



Bundesverband für stationäre Suchtkrankenhilfe e.V. (buss)
www.suchthilfe.de



Arbeiterwohlfahrt Bundesverband e.V. (AWO)
www.awo.org



Gesamtverband für Suchtkrankenhilfe im Diakonischen Werk der Ev. Kirche in Deutschland e.V. (GVS)
www.sucht.org



brainwaves GmbH & Co. KG
www.brainwaves.de



Z-Card Limited
www.zcard.de



Lensing Druck, Ahaus
www.medienhauslensing.de