

Aktionswoche
Alkohol

www.aktionswoche-alkohol.de

ALKOHOL?
Kenn dein Limit.

Aktionswoche
Alkohol
www.aktionswoche-alkohol.de

ALKOHOL?
Kenn dein Limit.

DOKUMENTATION

ALKOHOL?

Kenn dein Limit.

Aktionswoche
Alkohol 2009





„In bestimmten Lebenssituationen muss das Nichttrinken selbstverständlich werden: im Kindes- und Jugendalter, im Straßenverkehr, bei der Arbeit und besonders während der Schwangerschaft.“

Sabine Bätzing, Drogenbeauftragte der Bundesregierung und Schirmherrin der Aktionswoche Alkohol 2009



„Die Sportvereine sind für uns ganz wichtige Partner in der Suchtvorbeugung, da wir über sie viele Kinder und Jugendliche, aber auch Mütter und Väter und Multiplikatoren in der außerschulischen Jugendarbeit erreichen können.“

Prof. Dr. Elisabeth Pott, Direktorin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)



„Wir wenden uns insbesondere an Erwachsene, die als Hersteller, Händler, Werbetreibende und nicht zuletzt Eltern und Vorbilder besondere Verantwortung für das Verhalten junger ‚Nachwuchstrinker‘ tragen.“

Dr. Raphael Gaßmann, Geschäftsführer der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) e.V.

DAS KONZEPT	2
DIE ZAHLEN	4
DIE VERANSTALTER UND UNTERSTÜTZER	6
VERANSTALTUNGEN	10
ALKOHOLFREI SPORT GENIESSEN	12
VERANSTALTUNGEN IN ECE-CENTERN	14
DIE MATERIALIEN	18
DIE BOTSCHAFTER	20
PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	22
DAS INTERNET	24
DANK	25

Die Durchführung der Aktionswoche Alkohol 2009 wurde gefördert durch die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), Köln, im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit.



Kenn dein Limit.

Ist Ihr Alkoholkonsum noch im grünen Bereich?

Wie oft und wie viel Alkohol trinken Sie in der Woche? Ist Ihr Konsum noch im grünen Bereich? Oder ist Alkohol vielleicht in Ihrem Leben zu einem Problem geworden? Diese heiklen Fragen stellten sich im Juni 2009 Hunderttausende von Bundesbürgerinnen und Bundesbürgern während der Aktionswoche Alkohol. Unter dem Motto „Alkohol? Kenn dein Limit.“ fanden bundesweit über 2.500 Veranstaltungen statt – ein Erfolg, der das Konzept der Kampagne bestätigt.

In Anlehnung an die Aktionswoche 2007 – sie war die erste Aktion dieser Art in Deutschland – handelte es sich auch in 2009 um eine Gemeinschaftsaktion, die von der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) e.V. und der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) unter Mitarbeit des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) initiiert wurde. Schirmherrin war die zu der Zeit amtierende Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Sabine Bätzing. Die Träger der Aktionswoche auf Bundesebene stellten die deutschlandweite Plattform her (einschließlich der Internetseite www.aktionswoche-alkohol.de für die Veranstalter, für Journalisten und Öffentlichkeit), sie produzierten die vielfältigen Materialien und stellten sie kostenfrei zur Verfügung.

Grundidee der Aktionswoche war es, wie auch schon in 2007, die Bevölkerung in allen Lebensbereichen anzusprechen. Ob am Arbeitsplatz, in der Kirche, in der Arztpraxis oder in der Apotheke, auf dem Sportplatz oder in Einkaufspassagen: Dort konnten Mitglieder der Selbsthilfegruppen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Beratungsstellen und Fachkliniken sowie Fachkräfte für Suchtprävention Impulse geben für Gespräche, vor allem außerhalb ihrer Gruppen und Einrichtungen. Auch andere Verbände der Gesundheitsförderung und medizinischen Versorgung, Ärzte und Apotheker, Städte und Gemeinden mit ihren Gesundheits-, Jugend- und Sozialverwaltungen, Sportvereine und Betriebe sowie Kirchengemeinden erhielten einen Rahmen, um das Thema problematischer Alkoholkonsum in die Gesellschaft zu tragen.

Mit folgenden Neuerungen konnte das erfolgreiche Konzept der Vorgängeraktion von 2007 optimiert werden:

- Auf Landesebene wurden Steuerungsgremien sowie Arbeitsgruppen in den Regionen eingerichtet.
- In einer Art Arbeitsteilung schafften die Veranstalter die Ausgangsbasis für die Kampagne, die dann durch Steuerungsgremien auf Landesebene sowie durch Arbeitsgruppen in den Regionen weitergetragen wurde.
- Aus den fünf Tagen der Vorgängeraktion in 2007 wurden in 2009 neun Tage, um mit zwei Wochenenden den Veranstaltern mehr Gestaltungsspielraum zu geben.
- Es konnten drei prominente Botschafter für das Anliegen der Aktionswoche gewonnen werden: der Schauspieler Manfred Zapatka („KDD – Kriminaldauerdienst“), die Schauspielerin Cosima Viola („Lindenstraße“) sowie Soap-Star Jörn Schlönvoigt.
- Die Anzahl der ECE-Einkaufszentren, die für die Veranstaltungen große Aktionsflächen zur Verfügung stellten, hat sich im Vergleich zu 2007 nahezu verzehnfacht, so dass daraus eine eigene Veranstaltungsreihe wurde.
- Die Fragen des Selbsttests als zentrales Verteilmaterial der Aktionswoche wurden gekürzt und übersichtlicher gestaltet.
- Ein monatlicher Newsletter unterstützte die Veranstalter und Multiplikatoren bei ihren Vorbereitungen vor Ort.

Die vielen und einfallsreichen Aktionen, das Engagement aller Mitwirkenden, das rege Interesse der Menschen sowie die unzähligen Presse- und Medienberichte zeugen davon, dass mit dieser breit angelegten Bewusstseinskampagne einem Tabuthema Gehör verschafft werden konnte.





Die Aktionswoche Alkohol 2009 startete mit einer Pressekonferenz und vielen Auftaktveranstaltungen in den Bundesländern wie in Hamburg mit dem Ersten Bürgermeister, Ole von Beust, der Drogenbeauftragten der Bundes-

regierung, Sabine Bätzing, der Direktorin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Prof. Dr. Elisabeth Pott, dem Vorsitzenden der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen e.V., Prof. Dr. Jobst Böning, und dem Tagesschausprecher Jan Hofer.

DIE ZAHLEN



Wie viele trinken zu viel?

Die Aktionswoche Alkohol hatte zum Ziel, das Bewusstsein für einen verantwortungsvollen Alkoholkonsum zu schärfen und die Menschen zum Nachdenken anzuregen. Letztlich soll der Alkoholkonsum reduziert und gleichzeitig die Stigmatisierung der von Abhängigkeit Betroffenen überwunden werden. Die gesundheitspolitische Relevanz einer solchen Kampagne wird angesichts der Zahlen und Fakten offensichtlich:

- Jede und jeder Deutsche, vom Neugeborenen bis zur Hundertjährigen, trinkt im statistischen Durchschnitt etwa 10 Liter reinen Alkohol im Jahr. Damit belegt Deutschland einen internationalen Spitzenplatz, nämlich Platz sechs im weltweiten Vergleich.¹
- 9,5 Millionen Menschen im Alter zwischen 18 und 64 Jahren konsumieren riskant Alkohol* und riskieren damit körperliche Schäden oder soziale Probleme.²
- Davon gelten 1,3 Millionen Menschen als abhängig, sie sind behandlungsbedürftig krank.³
- 74.000 Männer und Frauen sterben in jedem Jahr durch Alkohol- und Tabakkonsum vorzeitig an alkohol- oder nikotinbedingten Krankheiten.⁴
- Jedes dritte Gewaltdelikt und jede zweite Tötungstat wird unter Alkoholeinfluss begangen. Bei jedem dritten Verkehrsunfall ist Alkohol mit im Spiel.⁵
- Jährlich werden etwa 4.000 schwerstalkoholgeschädigte Kinder in Deutschland geboren. Die Zahl der Kinder, die ohne körperliche Fehlbildung, dafür aber mit alkoholbedingten geistigen Defiziten und Verhaltensstörungen zur Welt kommen, wird auf 15.000 bis 20.000 geschätzt.⁶
- Das durchschnittliche Einstiegsalter für regelmäßigen Alkoholkonsum ist seit 1970 von 15 auf 12 Jahre gesunken. Somit zählen heute schon die meisten Kinder zu den Konsumenten.⁷
- Jede bzw. jeder zwanzigste Mitarbeiter(-in) in Betrieben und Unternehmen ist alkoholkrank.⁸
- 8 Millionen Menschen sind als Angehörige von alkoholabhängigen Menschen betroffen. Alkohol zerstört Partnerschaften und den Familienzusammenhalt, da die Substanz die Persönlichkeit der abhängigkeitskranken Menschen verändert.⁹

1-8 Quellenangaben siehe Impressum

* Von einem riskanten Alkoholkonsum wird dann ausgegangen, wenn Frauen täglich mehr als 12 g und Männer mehr als 24 g Alkohol am Tag trinken. Das entspricht einem bzw. zwei kleinen Gläsern Wein (0,2 l) oder Bier (0,25 l).



Wer organisierte die Aktionswoche?

Ausgehend von der Initiative der bundesweiten Veranstalter, knüpfte sich über ganz Deutschland ein dichtes Netz von Veranstaltern auf Länderebene sowie in den Städten und Regionen. So beteiligten sich Gesundheitsministerien der Länder, Senate der Stadtstaaten, Landesstellen für Suchtfragen und Landeszentralen für Gesundheit sowie regionale Netzwerke der Suchthilfe und Suchtprävention.

Bund:

Die Aktionswoche Alkohol 2009 wurde von der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) e.V. gemeinsam mit der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) veranstaltet. Sie stand unter der Schirmherrschaft der Bundesdrogenbeauftragten. Die DHS war für die Abwicklung der Aktionswoche zuständig, für die Öffentlichkeitsarbeit sowie für die Materialentwicklung, Druck und Versand. Die BZgA organisierte in Kooperation mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) den Veranstaltungsbereich „Alkoholfreies Sportwochenende“. Der gemeinschaftliche Charakter der Aktionswoche fand seinen Ausdruck im übergreifenden Lenkungsausschuss. Dort trafen die Vertreterinnen und Vertreter aller beteiligten Verbände und Organisationen auf Bundes- und Länderebene die zentralen Entscheidungen.

Weitere Förderer:



Die Mitglieder des Lenkungsausschusses

Dr. Raphael Gaßmann, Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen, Hamm (Sitzungsleitung)

Christian Bölckow, Hamburgische Landesstelle für Suchtfragen e.V., Hamburg

Jörg Freese, Bundesvereinigung der kommunalen Spitzenverbände, Berlin

Dr. Hans-Jürgen Hallmann, Landeskoordinierungsstelle für Suchtvorbeugung, Mülheim/Ruhr

Dr. Tilmann Holzer, Geschäftsstelle der Drogenbeauftragten, Berlin

Dr. Kristin Hupfer, BASF AG, Abt. Arbeitsmedizin und Gesundheitsschutz, Ludwigshafen

Heinz-Josef Janßen, Kreuzbund e.V., Hamm

Gaby Kirschbaum, Bundesministerium für Gesundheit, Berlin

Dr. Joachim Köhler, Deutsche Rentenversicherung Bund, GB Sozialmedizin und Rehabilitation, Berlin

Christine Köhler-Azara, Senatsverwaltung für Gesundheit, Umwelt und Verbraucherschutz, Berlin

Dr. Wilfried Kunstmann, Bundesärztekammer, Berlin

Peter Lang, Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln

Dr. Rüdiger Meierjürgen, BARMER, Wuppertal

Christa Merfert-Diete, Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen, Hamm

Dr. Uwe Prümel-Philippsen, Bundesvereinigung für Prävention und Gesundheitsförderung, Bonn

Günter Schumann, Betriebliche Sozial- und Suchtberatung, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Oldenburg

Dr. Theo Wessel, Gesamtverband für Suchtkrankenhilfe im Diakonischen Werk der EKD, Berlin

Die Träger:



in Zusammenarbeit mit dem:



In Kooperation mit Gesundheitsministerien der Länder, den Landesstellen für Suchtfragen, den Landeszentralen für Gesundheit und regionalen Netzwerken der Suchthilfe und Suchtprävention.

DIE VERANSTALTER UND UNTERSTÜTZER

Steuerungsgremien:

In zwölf Bundesländern bildeten sich Steuerungsgremien bzw. Lenkungsausschüsse unter der Obhut der Landesstellen für Suchtfragen oder der Landeszentralen für Gesundheit und deren Suchtpräventionsstellen. Diese Gremien koordinierten die Aktivitäten der Aktionswoche Alkohol auf Länderebene, stellten Kontakte her zu bundeslandspezifischen Organisationen (z.B. Krankenkassen) und Verbänden. Außerdem übernahmen sie auf Länderebene die Öffentlichkeitsarbeit, organisierten zum Teil eigene Auftaktveranstaltungen und akquirierten zusätzliche Mittel für die Produktion von Materialien.

Unterstützer/Förderer:

Sehr positiv gestaltete sich die Zusammenarbeit – wie auch schon im Jahr 2007 – mit der Deutschen Rentenversicherung Bund sowie mit einigen Krankenkassen, allen voran der Barmer Ersatzkasse. Die Deutsche Rentenversicherung Bund förderte den Druck und den Versand der Aktionszeitung „Flaschenpost“. Die BARMER engagierte sich besonders eindrucksvoll und förderte Druck und Verteilung von 150.000 Z-Cards und 150.000 Tischsets. Auch das Engagement der Bahn-Zentralstelle gegen die Alkoholgefahren (BZAL) ist hervorzuheben: Die BZAL finanzierte ebenfalls Z-Cards und Tischsets und produzierte eigens für die Aktionswoche einen vierminütigen Videofilm. An der Produktion der Z-Cards beteiligten sich zudem die DAK, die KKH-Allianz sowie die AOK Bund. Über die jeweilige Steuerungsgruppe konnten auf Länderebene auch die AOK Hessen und Sachsen sowie die BKK Hessen für eine Unterstützung der Z-Card-Produktion gewonnen werden.

Die Aktiven in der Region:

Verbände aus der Wohlfahrtspflege, Hochschulen, private Unternehmen und Verwaltungen, Beratungsstellen, Apotheker, Ärzte und Kliniken, Jugendzentren, ECE-Einkaufszentren, Sportvereine, Kirchen, Bars und Gaststätten: ein buntes Spektrum von Veranstaltern hat vor Ort dafür gesorgt, dass die Aktionswoche Alkohol bundesweit stattfand. Darüber hinaus haben sich in Städten und Gemeinden Arbeitsgruppen gebildet, um ein vielfältiges, mehrtägiges Programm für die Einkaufspassagen in ihrer Stadt zusammenzustellen. Insgesamt waren 50 Arbeitsgruppen und Arbeitskreise auf regionaler Ebene aktiv.

Die Lenkungsausschüsse in den Bundesländern

Bayern: Kontaktstelle für die Aktionswoche Alkohol

Berlin: Lenkungsausschuss Aktionswoche Alkohol 2009

Brandenburg: Lenkungsausschuss Aktionswoche Alkohol 2009

Hamburg: Steuerungsgruppe Aktionswoche Alkohol 2009

Hessen: HLS-Steuerungsgruppe Aktionswoche Alkohol 2009

Mecklenburg-Vorpommern: Lenkungsausschuss

Niedersachsen: Kontaktstelle Niedersachsen Aktionswoche 2009

Nordrhein-Westfalen: LAG Suchtvorbeugung NRW/AG Prophylaxe/Arbeitsausschuss Drogen und Sucht der LAG der Freien Wohlfahrtspflege

Rheinland-Pfalz: Aktionswoche Alkohol 2009 – Lenkungsausschuss RLP

Sachsen: Kontaktstelle Aktionswoche Alkohol 2009

Sachsen-Anhalt: AK Legale Suchtmittel zum Gesundheitsziel des Landes

Schleswig-Holstein: Aktionskreis Suchtwoche



VERANSTALTUNGEN

Was hat sich ereignet?

Um möglichst viele Menschen an möglichst vielen Orten zu erreichen und gleichzeitig den Aktiven einen Rahmen zu geben, haben die Veranstalter verschiedene Veranstaltungsbereiche konzipiert. Diese knüpften an die bewährten Module der Aktionswoche 2007 an, ergänzt um die Veranstaltungen in Einkaufspassagen als eigener Veranstaltungsbereich. Insgesamt fanden rund 2.500 Aktionen in 880 Städten und Gemeinden statt.

Wir gehen raus: Selbsthilfegruppen, Beratungsstellen, Fachkliniken

Ein Fahrsimulator für die Marktbesucher in Waltrop, eine Kletteraktion „Höhenrausch“ in Saarbrücken oder eine Ausstellung „Kunst und Sucht“ in Regensburg – Beispiele dafür, dass sich die in Suchthilfe und Suchtprävention Tätigen sowie Mitglieder von Selbsthilfegruppen etwas haben einfallen lassen. Sie sind rausgegangen aus ihren Einrichtungen, haben auf Marktplätzen und in Fußgängerzonen, in Bahnhöfen, Galerien, in Schulen und Kinos Stände aufgebaut, die Menschen angesprochen, sie mit Selbsttests motiviert und ihnen Informationsmaterial überreicht.

Suchtprävention am Arbeitsplatz: Betriebe und Verwaltungen

Verwaltungen und kommunale Einrichtungen beteiligten sich mit 319 Veranstaltungen ebenso wie private Betriebe und Unternehmen, die 132 Aktionen auf die Beine stellten. Filmnachmittage, Infostände, Gespräche mit den betrieblichen Suchtberatern und schließlich der Selbsttest als Tischset in den Kantinen – diese Aktivitäten halfen, das Thema Alkohol am Arbeitsplatz zu enttabuisieren.

Die Sonntagspredigt: Kirchengemeinden und kirchliche Verbände

Neben den Hausärztinnen und -ärzten ist es häufig auch für Pastorinnen oder Pfarrer einfacher als für die Angehörigen, ein Gespräch über einen verantwortungsvollen Alkoholkonsum anzustoßen, wenn ihnen ein riskantes Verhalten auffällt. So wurde in 68 Kirchen bzw. Gemeinden das Thema Sucht in der Sonntagspredigt oder in einer Gemeindeveranstaltung aufgegriffen. Mitglieder der Suchtselbsthilfe sowie Angehörige und Betroffene haben sich häufig beteiligt.

Wir informieren: Ärzte und Apotheker, Therapeuten

Ärztinnen und Ärzte sowie Apothekerinnen und Apotheker sind häufig die ersten neutralen Kontaktpersonen für Menschen, die zu viel Alkohol trinken. Untersuchungen zeigen, dass durch ein aufklärendes Gespräch ein Teil der Betroffenen in der Lage ist, den Konsum eigenständig zu reduzieren oder sogar zu beenden. Deshalb ist es so wichtig, dass in diesem Bereich 62 Veranstalter Vorreiter waren.



Die lange Nacht der alkoholfreien Getränke: Restaurants, Gaststätten und Hotels

28 Gaststätten, Cafés, Bars, Diskotheken oder Hotels haben in einer Nacht von Samstag zu Sonntag ausschließlich alkoholfreie Getränke angeboten oder zumindest auf einer Extra-Getränkekarte auf preiswerte alkoholfreie Alternativen verwiesen. Gewinnaktionen oder Infostände rundeten das Angebot ab.

Freie Themenwahl

Dieses Modul sollte Freiräume geben für eigene Ideen: „Oma, wer hat den Schnaps erfunden?“, „Wie kommt der Spaß ins Glas?“ oder „Alkohölle“ – das waren Titel von Vorträgen, Lesungen oder Theaterstücken. Die insgesamt 627 Aktionen im Bereich „Freie Themenwahl“ machten deutlich, dass der Kreativität keine Grenzen gesetzt sind.



ALKOHOLFREI SPORT GENIEßEN

Unter diesem Motto stand der gemeinsame Aufruf der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) und des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) an alle Sportvereine, im Rahmen der Aktionswoche ein alkoholfreies Sportwochenende durchzuführen. Die Direktorin der BZgA, Prof. Dr. Elisabeth Pott, und der Präsident des DOSB, Dr. Thomas Bach, haben mit der erneuten Kooperation an die Erfolge der Aktionswoche 2007 angeknüpft. Bundesweit 902 Vereine und andere Institutionen initiierten „alkoholfreie“ Aktionstage und Projekte im Sport. Das ist gemessen an der Gesamtzahl der Veranstaltungen in der Aktionswoche 2009 jede dritte Veranstaltung. Die absolute Zahl der teilnehmenden Vereine konnte im Vergleich zur Aktionswoche 2007 fast verdoppelt werden (in 2007 gab es 474 Veranstaltungen im Sport). Da viele Sportvereine langfristig terminlich gebunden sind, fanden die Aktionen im Sport – wie schon bei der Aktionswoche 2007 – in einem erweiterten Zeitrahmen von April bis September 2009 statt.

Sportvereine können viel zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol beitragen, da über sie sowohl Kinder und Jugendliche als auch deren Mütter und Väter sowie Trainer, Übungsleiter und Betreuer erreicht werden. Etwa 70 Prozent aller jungen Menschen sind zumindest vorübergehend in einem Sportverein aktiv. Sie können dort vielfältige Fähigkeiten und Eigenschaften wie Teamgeist, Belastbarkeit, Durchsetzungsfähigkeit oder soziale Verantwortung entwickeln und somit wichtige Lebenskompetenzen erwerben, die suchtvorbauend sein können. Gleichzeitig besteht die Möglichkeit, die erwachsenen Bezugspersonen auf ihre Vorbildfunktion für Kinder und Jugendliche hinzuweisen – auch hinsichtlich ihres Alkoholkonsums.

Für die Ausgestaltung ihres alkoholfreien Sportwochenendes waren den Vereinen keine Grenzen gesetzt. Viele Sportvereine nutzten die Materialien der Aktionsbox (siehe Kasten) und mixten für die Vereinsmitglieder und Besucher ihrer Veranstaltungen alkoholfreie Cocktails. Mit vielen weiteren kreativen Ideen wurden die Vereinsmitglieder und Besucher zum Thema Alkohol angesprochen: So hießen Veranstaltungen beispielsweise „Power ohne Alkohol“, „Apfelsaft statt Gerstensaft“, „Lieber Kicken als Komasaufen“, „100% Fußball – 0% Alkohol“, „Tanzlust statt Sauffrust“ oder „Radeln gegen Sucht“.

Etwa 40 Prozent der Vereine suchten sich für ihr alkoholfreies Sportwochenende die Unterstützung von Kooperationspartnern, wie Präventions- und Suchtberatungsstellen, dem Jugendamt, der Polizei oder freien Trägern der Wohlfahrtspflege. Eine solche Vernetzung von Sport und Prävention ist aus Sicht der BZgA und des DOSB besonders vor dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit sehr wünschenswert.

Regionale Verteilung der Aktionen im Sport nach Bundesländern



Der Gedanke der Nachhaltigkeit wird zudem unterstrichen durch die sehr hohe Bereitschaft der Vereine (95 Prozent), auch in Zukunft Maßnahmen zur Alkoholprävention durchführen zu wollen. Dies umfasst unter anderem den Verzicht auf Alkoholausschank bei Wettkämpfen und Juniorenspielen sowie ein ausgewogenes Getränkeangebot und eine verantwortungsvolle Preisgestaltung alkoholischer und nicht-alkoholischer Getränke in den bewirtschafteten Vereinsheimen.

Die Direktorin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Prof. Dr. Elisabeth Pott, und der Präsident des Deutschen Olympischen Sportbundes, Dr. Thomas Bach, starten die Aktion „Alkoholfrei Sport genießen“.





Wie sah das Programm in den Einkaufspassagen aus?

Wussten Sie schon, dass Fertigsuppen, Schokoladeneis und Konfitüren oft Alkohol enthalten? Wie lange hat man Alkohol im Blut, nachdem man ein Glas Bier getrunken hat? Kennen Sie Ihre Reaktionsfähigkeit mit 1 Promille Alkohol im Blut? Das alles konnten die Menschen testen und erfahren dank Broschüren, Quiz und Mitmachstationen. Dabei durfte die Rauschbrille, die einen Promillewert von 0,8 simuliert, nicht fehlen. Außerdem konnten die Besucherinnen und Besucher lateinamerikanischen oder orientalischen Tanz, Jazzmusik oder Sumoringer auf der Bühne bewundern. Insgesamt 27 ECE-Center von Norderstedt bis Kempten haben ihre freien Flächen für lebendige kulturelle Programme zur Verfügung gestellt und für ein professionelles Equipment gesorgt. Damit konnte die Teilnahme der ECE-Center an der Aktionswoche gegenüber 2007 nahezu verzehnfacht werden. Die Veranstaltungen wurden zumeist durch regionale Arbeitsgruppen geplant und umgesetzt.





Die teilnehmenden ECE-Center

Allee-Center Leipzig | Billstedt-Center Hamburg | City-Arkaden Wuppertal | City-Galerie Wolfsburg | DEZ-Kassel | Forum Wetzlar | Forum-Allgäu Kempten | Franken-Center Nürnberg | Galerie Kleiner Markt – Saarlouis (Betreiber: Service Bau- und Verwaltungs-GmbH & Co. KG) | Handelszentrum Strausberg (Betreiber: Fritz Immobilien GbR mbH) | Herold-Center Norderstedt | Hessen-Center Frankfurt Isenburg-Zentrum Neu-Isenburg | Kornmarkt-Center Bautzen | Lausitz-Center Hoyerswerda | Leo-Center Leonberg | Main-Taunus Zentrum | Marktplatz-Center Neubrandenburg | Olympia-Einkaufszentrum München | Phoenix-Center Hamburg-Harburg | Rathaus-Center Dessau | Rhein-Neckar-Zentrum Viernheim | Rotmain-Center Bayreuth | Schloss-Arkaden Braunschweig | Stadt-Galerie Hameln | Stadt-galerie Heilbronn | Stern-Center Potsdam



Was wurde verteilt?

Im Zentrum der Aktionswoche standen, wie auch 2007, der Selbsttest sowie die Aktionszeitung. Flankiert wurden diese zentralen Materialien durch Banner, Logos, Plakate und die Aktionsbox, die speziell für die Reihe „Das alkoholfreie Wochenende“ entwickelt wurde. Die Veranstalter konnten alle Materialien unter dem Menüpunkt „Materialien“ auf der Internetseite www.aktionswoche-alkohol.de einsehen und erhielten online mit ihrer Anmeldebestätigung automatisch Zugang zum Bestellformular.

Der Selbsttest

„Ist Ihr Alkoholkonsum im grünen Bereich?“ Die Antwort darauf gab der Selbsttest zur Überprüfung des eigenen Umgangs mit Alkohol. Die 25 Fragen des Tests von 2007 wurden für mehr Übersichtlichkeit auf 14 Fragen gekürzt. Als kleine so genannte Z-Card gefaltet,

passte der Test wie eine Kreditkarte in jede Hosentasche oder jedes Portemonnaie. Die Z-Cards wurden in Boxen mit je 50 Selbsttests zur Verfügung gestellt. Der Test im Pocket-Format fand großen Anklang: Zwei Auflagen mit insgesamt fast einer Million Z-Cards wurden verteilt. Als Tischset, gedacht für Kantinen und Restaurants, wurden von dem Selbsttest insgesamt 175.000 Exemplare ausgegeben. Auf der Startseite von www.aktionswoche-alkohol.de führte ein auffallender grüner Link zur Seite www.kenn-dein-limit.de der BZgA, auf der sich die Testfragen in der Online-Version befanden.

Die Aktionszeitung „Flaschenpost“

„Das ganze Leben hängt ja davon ab“ – so lautete der Titel des Aufmachers: ein Interview mit dem Schauspieler Manfred Zapatka. Auch sonst war die „Flaschenpost“ journalistisch aufbereitet, angelehnt an das erfolgreiche Konzept von 2007. Hintergrundbe-

richte, Interviews und Fallbeispiele samt Informationskästen beleuchteten auf 16 vierfarbig gedruckten Seiten die vielen Facetten des Themas Alkohol: Alkohol im Sport, Alkoholkonsum von Jugendlichen, Alkohol in der Familie, am Arbeitsplatz, im Alter und in der Schwangerschaft. Menschen mit Alkoholproblemen erzählen, wie sie es geschafft haben, ihren Alkoholkonsum zu reduzieren oder abstinenter zu werden – ergänzt um Tipps und Hilfsangebote. Der Innenteil war für den Selbsttest reserviert und konnte beidseitig zum Aushang genutzt werden. Die Zeitung, im handlichen Tabloid-Format und mit einer Auflage von rund 250.000, kam gut an: Auch nach der Beendigung der Aktionswoche gingen noch Bestellungen ein.

Logos und Plakate

Logo und Plakat dienten für viele Organisatoren als erste visuelle Anker. So standen Logos für die E-Mail-Signatur und für Drucksachen sowie Banner in verschiedenen Variationen fürs Internet online zur Verfügung. Von den Plakaten wurden 27.000 im DIN-A2- oder DIN-A3-Format verschickt. Für Veranstalter, die das Plakat selber drucken wollten, lagen auch die Formate DIN A1 und DIN A4 als PDF-Dokument vor. Gelobt wurde die weiße Freifläche in der unteren Hälfte, auf der die Veranstalter handschriftlich oder gedruckt auf ihre Aktion hinweisen konnten.

Aktionsbox: „Alkoholfrei Sport genießen“

Alle teilnehmenden Vereine erhielten eine kostenlose Aktionsbox von BZgA und DOSB mit Informations- und Werbematerialien zur Durchführung eines alkoholfreien Sportwochenendes:

- Broschüre „Alkoholfreies Sportwochenende“
- Banner „Alkoholfrei Sport genießen“
- Kommentiertes Jugendschutzgesetz-Plakat sowie Thekenaufsteller „Jugendschutzgesetz auf einen Blick“
- Broschüre „Cocktails ohne Alkohol“, Cocktail-Shaker und Becher
- Getränkeuntersetzer mit Tipps zum Umgang mit Alkohol im Sportverein
- T-Shirts und Ankündigungsplakate



Folgende Materialien wurden ausgeliefert

Artikel	Stückzahl
Z-Card	867.000
Aktionszeitung „Flaschenpost“	246.000
Tischset	175.000
Plakat DIN A2	13.300
Plakat DIN A3	13.700
Broschüre „Alles klar“	80.800
Broschüre „Alkoholfrei leben“	63.700
Broschüre „Auf dein Wohl, mein Kind“	35.300
Elternratgeber „Alkohol – reden wir darüber!“	64.600
Jugendbroschüre „NA TOLL!“	89.200
Beratungsleitfaden	
„Kurzintervention bei Patienten mit Alkoholproblemen“	8.300
Kitteltaschen-Leporello	
„Kurzintervention bei Patienten mit Alkoholproblemen“	15.100
Beratungsleitfaden	
„Alkoholfrei durch die Schwangerschaft“	8.200
Trinktagebuch „Von Tag zu Tag“	43.700
Sport und Alkohol – ein Wegweiser für Trainer	
Betreuer und Übungsleiter in Sportvereinen	14.300

DIE BOTSCHAFTER

Herbst 2008, die Vorbereitungen für die Öffentlichkeitskampagne der Aktionswoche 2009 „Alkohol? Kenn dein Limit.“ laufen an. Erstmals soll es prominente Botschafter geben, die den Gedanken der Aktionswoche in die breite Öffentlichkeit tragen. Wer kommt hierfür in Frage, wer will uns überhaupt unterstützen? Soziales Engagement wird bei sehr prominenten Prominenten gern auch mal fünfstellig gehandelt, wir hingegen bieten in dieser Frage maximale Freiheit: Kaffee mit Milch, Unterstützung bei der Bedienung von Fahrkartenautomaten und jederzeit ein Lächeln als Dankeschön. Wir begeben uns also auf die Suche. Durchforsten Zeitungen und das Internet, fragen bei Schauspielagenturen an und bei Managements. Steffi Graf hat leider keine Zeit, Vladimir Klitschko auch nicht. Eines Tages lesen wir ein Interview mit dem Charakterschauspieler Manfred Zapatka über seine Rolle als alkoholkranker Kommissar Haroska in „KDD – Kriminaldauerdienst“ und wissen sofort: Das ist unser Mann. Bleibt die Frage: Weiß Manfred Zapatka das auch? Wir kontaktieren seine Managerin, mailen und telefonieren, dann bekommen wir tatsächlich

Manfred Zapatkas Zusage. Kaum anders verläuft es mit Cosima Viola. Die junge Schauspielerinnen aus der „Lindenstraße“ weiß aufgrund ihrer Serienrolle als „Jack“ genau, worum es geht; immerhin bestritt sie ihre erste Zeit in der Lindenstraße als qualmendes, biertrinkendes Ex-Straßenkind. Zum Zeitpunkt der Kontaktaufnahme befindet sich Cosima Viola in Neuseeland. Wochen des Wartens vergehen, ehe es zu einem persönlichen Kennenlernen kommt, dann stimmt sie so spontan wie begeistert zu, sich für die Aktionswoche engagieren zu wollen. Alkohol ist für ihre Begriffe etwas, das man definitiv nur in Maßen konsumieren sollte.

Als Dritter stößt der umschwärmte Serienschau spieler Jörn Schlönvoigt dazu. Mit wenig Alkohol ein viel besseres Leben führen – diese Haltung vertritt er als Mensch. Als Pilot und Kunstflieger gibt es für ihn nur eins: null Promille. Wir fragen ihn, ob er zugunsten der Aktionswoche Alkohol bei einer eBay-Charity-Auktion seine rare Freizeit für ein „Meet & Greet“ zur Verfügung stellen würde, jene von Fans heißbegehrte Begegnung mit dem Star. Er verblüfft uns mit einem spontanen Gegenangebot.

Erstens, ja, er will. Zweitens, ein „Meet & Greet“ wie üblich auf dem Drehgelände ist ihm viel zu wenig und viel zu langweilig. Das findet doch viel besser im Luftraum über Berlin statt, in einer zweiseitigen Cessna!

Dann geht es „richtig“ los. Ausführliche Interviews mit den drei Schauspielern für die Internetpräsenz, Fotosessions in bester Stimmung, alle freuen sich, bei der Aktionswoche mitzumachen. PR-Termine werden erdacht, geplant und erarbeitet, die Telefone laufen heiß. Bald darauf spenden TV-Produktionsfirmen und Verlage bereitwillig DVDs und Hörbücher, die zugunsten der Aktionswoche bei eBay versteigert werden können; Manfred Zapatkas Auftritt bei „Beckmann“ scheitert schließlich nur am

Datum. Die meisten Aktionen jedoch werden verwirklicht, so rührt unter anderem Cosima Viola in einem Sonderwagen der Berliner Verkehrsbetriebe die Werbetrommel für die Aktionswoche, Jörn Schlönvoigt übernimmt diese Aufgabe vor dem Roten Rathaus in Berlin. Zusätzlich entsteht ein Großflächenplakat, für dessen ungewöhnliches Motiv „Filmriss kann ich mir nicht erlauben“ Cosima Viola mit Freude einen ganzen Tag vor der Kamera verbringt. Pünktlich zum 13. Juni macht es an zentralen Plätzen in Deutschland auf die Aktionswoche Alkohol aufmerksam und ist Auslöser für weitere Berichterstattung. Mit Jörn Schlönvoigts luftigem Angebot zum Abheben schafft es die Aktionswoche schließlich auf die Startseite von eBay und erneut in die Presse.





Die Auftaktpressekonferenz am 12. Juni 2009, die vom Büro der Drogenbeauftragten in der Bundespressekonferenz durchgeführt wurde, leitete die Aktionswoche ein und zog sieben Fernseh- und acht Radiobeiträge sowie mehrere hundert Meldungen im Internet nach sich. So strahlte zum Beispiel das ZDF-Morgenmagazin am 15. Juni 2009 einen Beitrag über eine Angehörige aus, die mit einem alkoholkranken Mann zusammenlebte. Bereits am 12. Juni 2009 wartete das Servicemagazin „Volle Kanne“, ebenfalls ZDF, mit einer Sendung auf unter dem Titel „Wie viel Alkohol verträgt der Mensch?“. Die ARD stellte in der Jugendsendung „neuneinhalb“ am 13. Juni 2009 die junge Sängerin Alva vor, die sich dazu entschlossen hat, ohne Alkohol und andere Drogen zu leben.

Wer berichtete was und wo?

Mit der Überschrift „Das rechte Maß“ betitelte die Beilage „Gesund“ ihr Schwerpunktthema am 15. Mai 2009. Damit kam die Botschaft der Aktionswoche bei über 2,2 Millionen Leserinnen und Lesern an. Die gemeinsame Beilage von Berliner Morgenpost, Hannoversche Allgemeine Zeitung, Leipziger Volkszeitung und Hamburger Abendblatt konnte sicherlich die größte Reichweite aller Medienberichte zur Aktionswoche aufweisen. Auch sonst reagierte die Regionalpresse insbesondere im Vorfeld der Aktionswoche: Mit über 1.000 Meldungen in Tageszeitungen und ihren Onlineversionen in der Zeit von Mitte April bis Mitte Juni bereitete die Tagespresse den Boden für Bekanntheit und Akzeptanz der regionalen Veranstaltungen.



Auftaktpressekonferenz am 12. Juni 2009
Sabine Bätzing, Drogenbeauftragte der Bundesregierung,
Prof. Dr. Elisabeth Pott, Direktorin der BZgA,
Dr. Raphael Gaßmann, Geschäftsführer der DHS (v.r.n.l.)

Bei den überregionalen Medien wurde die Berichterstattung über die Aktionswoche, die sich ja ausdrücklich an Erwachsene richtete, von dem Thema Komasaufen unter Jugendlichen überlagert. Doch im Mai machte sich die Psychologie Heute auf sechs Seiten inklusive Selbsttest für einen maßvollen Alkoholkonsum stark. Schwerpunktberichte bzw. eigene Themenhefte erschienen außerdem in der Zeitschrift „Null Promille“ der Bahnzentralstelle gegen die Alkoholgefahren (BZAL), in der Hauszeitschrift der Commerzbank sowie in den Jugendmedien „Top Team“ der BKK und „Thema Jugend“ des Katholischen Jugendschutzes.

Frühzeitig wurden Pressemitteilungen verschickt, parallel erfolgte eine gezielte Ansprache der Redaktionen. Mit Beginn der Aktionswoche standen den Journalisten im Internet außerdem fundierte Hintergrund-Pressemitteilungen zu den verschiedenen Facetten des Themas Alkohol zur Verfügung: Neben dieser zentralen Pressearbeit wurden die regionalen Organisatoren dazu ermuntert, ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vor Ort selber in die Hand zu nehmen. Unter dem Link „Öffentlichkeitsarbeit“ auf den Webseiten der Aktionswoche fanden sie konkrete Tipps für die Pressearbeit und Textbausteine für eigene Pressemitteilungen. Außerdem standen ihnen Banner und Logos für ihre Korrespondenz zur Verfügung. Zusätzlich erfuhren sie über einen Newsletter der DHS, wie sie ihre Pressearbeit professionell gestalten können.

Der Newsletter, der jeden Monat von Januar bis Mai an etwa 6.000 Fachleute der Suchtprävention und Suchthilfe versendet wurde, sorgte für Anbindung an die Veranstalter auf Bundesebene. Er informierte die Aktiven vor Ort über die Materialerstellung, die Neuerungen auf der Internetseite, die Anmeldemodalitäten, die Koordination in den Bundesländern und über die Prominenten, die als Botschafter der Aktionswoche gewonnen werden konnten.



DIE INTERNETSEITE

Was war online möglich?

Die Website der Aktionswoche, www.aktionswoche-alkohol.de, diente als zentrale Kommunikationsplattform. Sie ging bereits im Dezember 2008 online und wurde im März 2009 zweigeteilt: „Für Besucher“ und „Für Veranstalter“. Hier hatten einerseits die Aktiven die Möglichkeit, sich über die Veranstaltungen zu informieren, sich anzumelden, Materialien zu bestellen, Tipps für die Pressearbeit abzurufen und sich für den Newsletter anzumelden. Andererseits konnten sich interessierte Besucherinnen und Besucher sowie Journalistinnen und Journalisten über das Anliegen, den Aufbau und die Träger der Aktionswoche informieren. Unter dem Link „Beratung“ wiesen per Video zwei Suchtexpertinnen auf Hilfemöglichkeiten hin und Betroffene konnten nach regionalen Anlaufstellen über die „DHS-Einrichtungssuche“ fahnden.

Somit waren für alle Zielgruppen die entsprechenden Informationen schnell und schwellenlos, das heißt ohne Passwort, zugänglich. Die Internetseiten wurden von Besuchern wie Aktiven im Mail- und Telefonkontakt als besonders übersichtlich und informativ bewertet. Pressevertreter lobten die Hintergrundberichte und die Rubrik „Daten und Fakten“. Weitere Elemente wie die Topnews, Cocktail des Tages, das Grußwort der Schirmherrin sowie Interviews mit den Prominenten sorgten für eine Mischung aus Information und Unterhaltung.

Die Internetseite wurde von Anfang Dezember 2008 bis Ende Juni 2009 von ca. 180.000 Besucherinnen und Besuchern kontaktiert, wobei nur der erste Kontakt gezählt wurde. Allein im Juni waren es nahezu 70.000 Zugriffe. Und auch noch drei Monate nach der Aktionswoche, im September 2009, besuchten über 17.000 Interessierte die Website.



DANK

Ein so großer Erfolg der Aktionswoche Alkohol 2009 wäre nicht ohne die vielen Aktiven und die Unterstützer und Förderer möglich gewesen. Zu danken ist den beteiligten Gesundheitsministerien, den Landesstellen für Suchtfragen und den Landeszentralen für Gesundheit sowie den Mitgliedsverbänden der DHS, die bundes- oder landesweit koordiniert, akquiriert und organisiert haben. Ein großer Dank geht an den Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) und die zahlreichen Sportvereine für ihr außerordentliches Engagement in der Aktionswoche Alkohol 2009. Für die finanzielle Unterstützung gilt der Dank der Deutschen Rentenversicherung Bund und den Krankenkassen, insbesondere der BARMER, sowie der Bahnzentralstelle gegen die Alkoholgefahren (BZAL), die die Erstellung, Produktion und Verteilung der Materialien maßgeblich unterstützt haben. Für ihr beeindruckendes Engagement haben die Veranstalter und Aktiven in den Städten und Regionen mehr als Anerkennung verdient. Ein großer Dank auch an die ECE-Projektmanagement GmbH, & Co. KG, Hamburg, und an die Leitungen der 27 beteiligten ECE-Center in den einzelnen Städten: Mit einem professionellen Programm konnten dort viele Menschen erreicht werden. Ein großer Anteil am Erfolg der Aktionswoche Alkohol 2009 kommt den Botschaftern der Kampagne zu: den Schauspielern Manfred Zapatka, Cosima Viola und Jörn Schlönvoigt. Vielen Dank für das Engagement in der Öffentlichkeit.

Wir danken allen Fotografen und Fotografinnen für die zahlreichen Bildeinsendungen, z.B. der Auftaktveranstaltungen in Hamburg, Berlin und Hessen, der farbenfrohen Veranstaltungen in den ECE-Centern und Sportvereinen. Die Auswahl für diese Dokumentation steht für die Fülle und Vielzahl unterschiedlicher Veranstaltungen ohne jegliche Wertung.

Quellennachweis Seite 5
 1+4: Coder, Beate (u.a.) [2009]: Alkohol – Zahlen und Fakten zum Konsum. In: Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (Hrsg.): Jahrbuch Sucht 2009. Geesthacht: Neuland, S. 21-50 | 2: Kraus, Ludwig (Gasthrsg.) [2008]: Epidemiologischer Suchtsurvey 2006. Repräsentativerhebung zum Gebrauch und Missbrauch psychoaktiver Substanzen bei Erwachsenen in Deutschland 2006. In: Sucht, 54 (Sonderheft 1) | 3: Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (Hrsg.): Jahrbuch Sucht 2009. Geesthacht: Neuland | 5: Egg, Rudolf [2009]: Delikte unter Alkoholeinfluss. In: Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (Hrsg.): Jahrbuch Sucht 2009. Geesthacht: Neuland, S. 126-135 | 6: Spohr, Hans-Ludwig; Steinhausen, Hans-Christoph [2008]: Fetale Alkohol-Spektrum-Störungen: Persistierende Folgen im Erwachsenenalter. In: Deutsches Ärzteblatt, 1005 (41), S. 693-698 | 7: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg.): Die Drogenaffinität Jugendlicher in der Bundesrepublik Deutschland 2008. Eine Wiederholungsbefragung. Verbreitung des Alkoholkonsums bei Jugendlichen und Erwachsenen. Köln, 2009 | 8: Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (Hrsg.) [2008]: Substanzbezogene Störungen am Arbeitsplatz. Eine Praxishilfe für Personalverantwortliche. Hamm | 9: Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe Bundesverband [2001]: Schwerpunktjahr „Angehörige von Suchtkranken“. Kassel

IMPRESSUM



Herausgeber
 Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V.
 Postfach 13 69
 59003 Hamm
 Tel.: 0 23 81/90 15-0
 Fax: 0 23 81/90 15-30
 E-Mail: info@dhs.de
 Internet: www.dhs.de

Konzeption und Text
 Anke Nolte, Journalistenbüro, Berlin
 Karin Hartig, Journalistin, Köln
 Connect GmbH, Kronberg

Redaktion
 Christa Merfert-Diete

Gestaltung
 Volt Communication, Münster

Bildnachweis
 Sämtliche Bildinformationen sind über die DHS erhältlich.

Druck
 Lensing Druck, Ahaus

Auflage
 1.25.05.10

aktionswoche
Alkohol

aktionswoche-alkohol.de

ALKOHOL?
Kenn dein Limit.

aktionswoche
Alkohol

www.aktionswoche-alkohol.de

ALKOHOL?
Kenn dein Limit.



Die Drogenbeauftragte
der Bundesregierung

BZgA

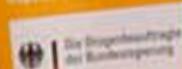
Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung

DHS

Deutsche Hauptstelle
für Suchtfragen e.V.

www.aktionswoche-alkohol.de

Die Drogenbeauftragte
der Bundesregierung



Die Bundeszentrale für
gesundheitsbezogene
Aufklärung

www.aktionswoche-alkohol.de

