

BZgA

Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung

»» Arbeitshilfe

für Alkoholpräventionsprojekte
mit 12- bis 16-jährigen Jugendlichen



NULL ALKOHOL
VOLL POWER



»» Impressum

Herausgeber	Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), Köln, im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit. Alle Rechte vorbehalten.
Projektleitung	Evelin Strüber, BZgA
Konzeption und Text	Peter Spahlinger, Evelin Strüber
Gestaltung	p&p – Agentur für Grafik und Design, www.pp-grafikdesign.de
Druck	Warlich, Meckenheim
Auflage	1.5.11.18
Bestell-Nr.	32070054
Bildnachweis	Syda Productions – Fotolia (Cover, Seiten 3, 29), carballo – Fotolia (Seiten 5, 20), Antonioguillem – Fotolia (Seite 9), Rawpixel.com – Fotolia (Seite 11), aletia2011 – Fotolia (Seite 17), Dan Race – Fotolia (Seite 23), Drobot Dean – Fotolia (Seite 26), yanlev – Fotolia (Seite 33), minicel73 – Fotolia (Seite 43)

Diese Arbeitshilfe ist kostenlos erhältlich bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA). Sie ist nicht zum Weiterverkauf durch die Empfängerin/den Empfänger oder Dritte bestimmt.



➤➤ Anregungen und Ideen für die Arbeit mit Jugendlichen zum Thema Alkohol

- in der Jugendarbeit
- an Schulen
- im Verein

inklusive Projektbeispielen und Tipps aus der Praxis

Die Arbeitshilfe ist ein Angebot der Alkoholpräventionskampagne „Null Alkohol – Voll Power“ der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA).

»» Inhaltsverzeichnis

1. Alkohol zum Thema machen:	
Alkoholprävention mit Jugendlichen – aber wie?	05
2. Immer früher und immer mehr?	
Mythen und Fakten zum Alkoholkonsum von Jugendlichen	09
3. Und Action:	
Sechs Praxisideen für Alkoholpräventionsprojekte	11
3.1 Mit Stift, Mikro oder Kamera unterwegs:	
Straßenumfrage zum Thema Alkohol	11
3.2 Wer weiß mehr:	
Das Alkohol-Quiz	14
3.3 So funktioniert das:	
Erklärvideos zum Thema Alkohol	17
3.4 Radio:	
Großes Kino im Kopf	20
3.5 Hashtag, Blog und Zeitungsartikel:	
Über Alkohol schreiben	23
3.6 Bilder:	
Hingucker für Plakate und Kampagnen	26
4. Tipps für die Planung und Umsetzung der Projekte	29
5. Praktische Hintergrundinfos	33
5.1 Alkohol-Quiz: Fragen und Antworten	
(inkl. Erklärungshilfen und Hinweisen für die Gesprächsführung)	33
5.2 Kniffel-Spaß: Fragen und Antworten	41
5.3 Rätsel-Spaß: Fragen und Antworten	42
5.4 So gelingt das Interview	43
5.5 Bestellformular	
für Give-Aways und Medien	45
6. Hilfreiche Adressen und Literatur	46



➤➤ 1. Alkohol zum Thema machen:

Alkoholprävention mit Jugendlichen – aber wie?

- „In unserem Sportverein kommt das Thema Alkohol regelmäßig zur Sprache. Statt immer nur über Alkoholverbote auf Vereinsfeiern oder ähnliches zu diskutieren, möchte ich mit den Jugendlichen lieber konstruktiv über Alkohol sprechen.“ (Übungsleiterin in einem Hockeyverein)
- „An unserer Schule findet eine Projektwoche „Sucht“ statt. Meine Klasse hat sich das Thema Alkohol gewünscht.“ (Lehrer einer 7. Klasse an einer Gesamtschule)
- „Die meisten Jüngerer, die zu unserem offenen Jugendtreff kommen, haben selber noch keine oder allenfalls erste Erfahrungen mit Alkohol gemacht. Die Älteren dagegen schon und es ist auch schon vorgekommen, dass jemand trotz Verbot Bier mitgebracht hat. Meine Kolleginnen und ich planen deshalb jetzt ein Projekt, mit dem wir das Thema Alkohol aufgreifen wollen.“ (Beschäftigte in der Jugendarbeit)
- „In unserer Konfirmandengruppe wurde auch über Alkohol gesprochen. Obwohl die meisten Jugendlichen noch gar keinen Alkohol getrunken haben, konnte jeder etwas dazu erzählen. Mir fiel auf, wie unkritisch einige auf das Thema schauen und wie viele Wissenslücken es gibt, auch bei mir.“ (Leiter einer Konfirmandengruppe)

In der pädagogischen Praxis, zum Beispiel an Schulen und in der Jugendarbeit, kommt das Thema Alkohol häufig auf, wie obige Zitate illustrieren. Anstatt nur zu reagieren, zum Beispiel wenn Jugendliche gegen Alkoholverbote verstoßen, äußern viele pädagogische Fachkräfte – und andere, die Verantwortung für Jugendliche haben – den Wunsch, Alkohol frühzeitig und vorbeugend zum Thema zu machen. Eine häufig damit verbundene Frage lautet: Welche Möglichkeiten gibt es, Jugendliche für eine aktive und kreative Auseinandersetzung mit dem Thema Alkohol zu gewinnen?

Die Arbeitshilfe gibt Anregungen und praktische Tipps für alle, die mit Jugendlichen zum Thema Alkohol arbeiten wollen und stellt Projektideen vor, die sich in der Praxis, zum Beispiel in der Arbeit von professionellen Suchtpräventionskräften an Schulen oder im Freizeitsetting bewährt haben. Hauptzielgruppe sind Jugendliche im Alter zwischen 12 und 16 Jahren. Die meisten Methoden und Ideen lassen sich jedoch auch auf ältere Jugendliche und junge Erwachsene übertragen bzw. anpassen.

Die vorgestellten Projektideen setzen an den Bedürfnissen und Motiven von Jugendlichen an. Diese übernehmen bei der Projektarbeit zum Thema Alkohol eine aktive Rolle – oftmals mit Hilfe von bei der Zielgruppe beliebten Medien (wie zum Beispiel Videos, Schülerzeitungen, das wiederentdeckte Radio und auch neue Formen wie etwa Podcasts). Medien sind gerade für die Jüngeren das bevorzugte Mittel, sich auszudrücken und mit anderen zu kommunizieren.

Selbstbestimmte Freiräume schaffen, mit anderen (v.a. Gleichaltrigen) in Beziehung treten und sich selber als kompetent erleben: Medien und das Produzieren sowie Veröffentlichen von eigenen Inhalten spielen bei Identitäts- und Sozialisierungsprozessen von Jugendlichen eine immer wichtigere Rolle. Und durch die hohe Verbreitung von Laptops, Smartphones & Co. sind die für die Medienproduktion notwendigen Mittel (so gut wie) immer in Reichweite.

Projekte – von Jugendlichen für Jugendliche

Jugendliche kreieren und produzieren für Jugendliche und eignen sich darüber neue Lebens- und Wissenswelten an: Diesem Grundgedanken folgen eine Reihe von Vorschlägen in dieser Arbeitshilfe.

Ziel ist es, den informellen und selbstgesteuerten Medienumgang von Jugendlichen für die produktive Beschäftigung mit dem Thema Alkohol zu nutzen. Durch den Peer-Gedanken des Ansatzes „Jugendliche produzieren für Jugendliche“ wird der Zugang zur Zielgruppe erleichtert und verbessert (z.B. durch Ähnlichkeiten im Kommunikationsstil und der Ansprache auf Augenhöhe)¹. Ein weiterer wichtiger Vorteil von selbst produzierten Inhalten: Sie werden nachhaltiger im Gedächtnis abgespeichert.

Null Alkohol – Voll Power

Die vorliegende Arbeitshilfe ist ein Angebot der bundesweiten Alkoholpräventionskampagne „Null Alkohol – Voll Power“ der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA). Die Kampagne richtet sich an Jugendliche im Alter zwischen 12 und 16 Jahren.

Ziel der Kampagne ist es, bei Jugendlichen eine informierte und kritische Haltung gegenüber Alkohol zu fördern bzw. zu bestärken. Zudem soll „Null Alkohol – Voll Power“ dazu beitragen, dass Jugendliche erst später im Leben mit dem (möglichst risikoarmen) Konsum von Alkohol beginnen, weil sie dann in ihrer Persönlichkeit gefestigter sind und ihr Abhängigkeitsrisiko geringer wird.



NULL ALKOHOL
VOLL POWER



Jugendbroschüre

Die Bildwelt der Kampagne zeigt positive Verhaltensalternativen zum Alkoholkonsum. Auf Plakaten und anderen Medien der Kampagne kommen Jugendliche im Alter der Zielgruppe als Botschafter zu Wort. Sie sagen, was ihnen in ihrem Leben wichtig ist und warum sie eine kritische Haltung zum Thema Alkohol haben. Keinen Alkohol zu trinken ist für sie kein Verzicht, sondern ganz im Gegenteil ein Gewinn. Die dargestellten Alternativen zum Alkoholkonsum sind gleichzeitig auch Schutzfaktoren gegenüber riskanten Trinkmustern. Denn wer in seiner Leidenschaft (z.B. Skaten, ein Instrument spielen oder Tanzen) ganz aufgeht, braucht für seinen Kick bzw. Spaß keinen Alkohol.

¹ Aus: Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche – Eine Bestandsaufnahme; Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2013).

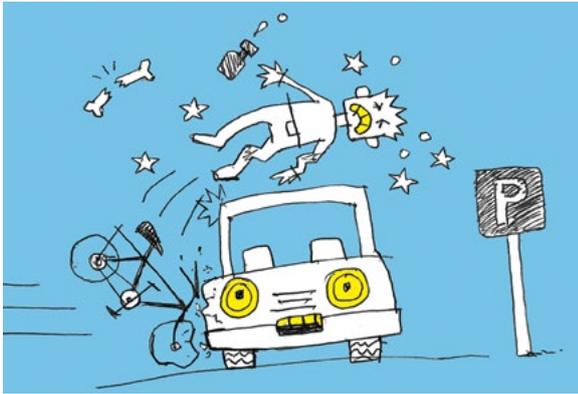


Illustration der Alkoholpräventionskampagne
„Null Alkohol – Voll Power“

Die Alkoholpräventionskampagne informiert die Zielgruppe der 12- bis 16-Jährigen über Alkohol und seine Folgen (z.B. gesundheitliche und soziale Risiken durch übermäßigen Alkoholkonsum). Negative Konsequenzen von Alkoholkonsum werden dabei zeichnerisch dargestellt, um sie gestalterisch von der Lebenswelt der Jugendlichen (in der Kampagne über Fotos abgebildet) abzusetzen.

Die Motive und Inhalte der Kampagne bilden die sozialen und rechtlichen Normen in der Zielgruppe ab. Jugendliche zwischen 12 und 16 Jahren trinken (noch) keinen Alkohol. Nichttrinken bzw.

allererste Erfahrungen mit Alkohol entsprechen der sozialen Norm in der Zielgruppe, zudem ist ihnen der Konsum in der Öffentlichkeit durch das Jugendschutzgesetz erst ab 16 Jahren gestattet.²

Die Kampagne wendet sich, insbesondere über Informationsangebote im Internet (www.null-alkohol-voll-power.de) und Printmaterialien direkt an die junge Zielgruppe. Auf der Kampagnen-Website sind die wichtigsten Informationen zum Thema Alkohol zu finden. Die Inhalte sind textlich auf die jugendliche Zielgruppe zugeschnitten – so dass die meisten Fragen, die Jugendliche zum Thema Alkohol haben, von ihnen selbstständig auf der Website recherchiert werden können. Wenn einmal eine Frage offen bleibt, kann diese über ein Kontaktformular dem Redaktionsteam der Website gestellt werden: Antwort garantiert. Auch Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die sich einen thematischen Überblick verschaffen wollen, werden auf der Website fündig:



Screenshot der Webseite www.null-alkohol-voll-power.de

- ein Lexikon klärt die wichtigsten Begriffe rund um das Thema Alkohol(-konsum)
- PDFs fassen einzelne Sachverhalte kurz und bündig zusammen. Themen sind unter anderem: „Alkohol im Straßenverkehr“, „Alkohol macht unsportlich“ oder „Alkoholprobleme von Eltern“
- FAQs (Frequently Asked Questions) greifen häufig gestellte Fragen auf, wie etwa „Was tun, wenn jemand zu viel trinkt?“ oder „Wie wirkt Alkohol auf den Menschen“?
- In der Rubrik „News“ werden regelmäßig zum Beispiel aktuelle Studienergebnisse aus der Alkohol- und Gesundheitsforschung vorgestellt oder über interessante Präventionsprojekte berichtet.

² In Begleitung einer personensorgeberechtigten Person – in der Regel Vater oder Mutter – dürfen Jugendliche ab 14 Jahren in der Öffentlichkeit Bier oder Wein trinken, allerdings keine branntweinhaltenen Getränke.

Neben den massenmedialen Angeboten werden die Jugendlichen auch über die personal-kommunikative Maßnahme der „Voll – Power“-Schultour erreicht. Zentrales Element ist die Durchführung von fünf Workshops mit Schülerinnen und Schülern zur Stärkung wichtiger Lebenskompetenzen wie Selbstwirksamkeitserwartung, kritisches Denken und Teamfähigkeit. Die Workshops aus den Bereichen Sport, Musik und Theater werden von einem professionellen Team von Musik-, Theater- und Sportpädagoginnen und -pädagogen durchgeführt und richten sich an die Klassenstufen 7 bis 9. Sie bieten den Schülerinnen und Schülern die Gelegenheit, sich selbst in der Gruppe einmal ganz anders zu erleben, die eigenen Fähigkeiten auszuprobieren und vielleicht sogar über sich selbst hinaus zu wachsen. Mehr zu dem Angebot unter: www.null-alkohol-voll-power.de/machen/voll-power-schultour.

Die Jugendfilmtage sind ein weiteres Beispiel personalkommunikativer Angebote der BZgA: Schülerinnen und Schüler schauen in ausgewählten Kinos Filme, in denen die Themen Tabak- und/oder Alkoholkonsum vorkommen und setzen sich in begleitenden Veranstaltungen spielerisch (z.B. durch Quiz-Fragen) und in Gesprächen mit der Thematik auseinander. Der interaktive „Klar-Sicht-MitmachParcours zu Tabak und Alkohol“ wird meist an Schulen durchgeführt. Die Jugendlichen beschäftigen sich dabei an verschiedenen Stationen (Quiz, Rollenspiele etc.) mit Fragen zu den legalen Suchtstoffen Alkohol und Zigaretten.

Darüber hinaus unterstützt die Kampagne die Arbeit von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, zum Beispiel in Form themenspezifischer Arbeitshilfen und durch die Abgabe von Give-Aways.

Informationen zum Thema Alkohol gibt es auch auf der Website „Alkohol? Kenn-dein-Limit“ für Jugendliche und junge Erwachsene (www.kenn-dein-limit.info) und der Kampagnen-Website für die erwachsene Zielgruppe (www.kenn-dein-limit.de), allerdings mit anderen inhaltlichen – auf die jeweiligen Zielgruppen zugeschnittenen – Schwerpunkten.

Eine Übersicht zu den Informationsangeboten und Materialien von „Null Alkohol – Voll Power“, inklusive direkter Bestellmöglichkeit, finden Sie unter diesem Link: www.null-alkohol-voll-power.de/machen/infomaterial-bestellen. Unter 5.5 finden Sie ein Bestellformular, über das Sie auch direkt verschiedene Medien und Give-Aways bestellen können.

Alkoholpräventionsprojekte mit 12- bis 16-jährigen Jugendlichen bieten die Chance, die junge Zielgruppe frühzeitig zu informieren und zu einem kritischen Blick auf das Thema Alkohol zu ermuntern. Die vorliegende Arbeitshilfe möchte Ihnen durch Tipps und Anregungen aus der Praxis den Einstieg in die Alkoholprävention mit Jugendlichen erleichtern.



»» 2. Immer früher und immer mehr?

Mythen und Fakten zum Alkoholkonsum von Jugendlichen

Viele Menschen haben den Eindruck, dass Jugendliche heutzutage mehr Alkohol trinken als früher – und bereits in jüngeren Jahren damit beginnen. Wissenschaftliche Untersuchungen und repräsentative Befragungen, unter anderem der BZgA, zeichnen jedoch ein differenzierteres Bild.

Die wichtigsten Fragen und Antworten zum Alkoholkonsum von Jugendlichen:

In welchem Alter trinken Jugendliche zum ersten Mal Alkohol?

Das Einstiegsalter beim Alkohol hat sich in den letzten Jahren immer weiter nach hinten verschoben. Mit anderen Worten: Jugendliche trinken – im Vergleich zu früheren Zeiten – später in ihrem Leben ihr erstes alkoholisches Getränk und sie sind auch bereits älter, wenn sie das erste Mal betrunken sind. Das Durchschnittsalter beim ersten Alkoholkonsum liegt aktuell bei knapp 15 Jahren. Der erste Alkoholrausch tritt durchschnittlich mit 16 Jahren auf.³ Aus Sicht der Prävention wird mit der Verschiebung des Einstiegsalters ein wichtiges Ziel erreicht. Denn wenn Jugendliche erst später im Leben mit dem Konsum von Alkohol beginnen, sind sie in ihrer Persönlichkeit gefestigter und ihr Abhängigkeitsrisiko wird dadurch geringer.

Wie viele Jugendliche in Deutschland haben schon einmal Alkohol probiert?

Etwa zwei Drittel der 12- bis 17-jährigen Jugendlichen in Deutschland haben schon einmal Alkohol getrunken.⁴ Wie zu erwarten zeigt sich hier ein Alterseffekt: Unter den 12- bis 15-jährigen hat etwas mehr als die Hälfte der Jugendlichen Alkohol probiert. Bei Jugendlichen im Alter zwischen 16 und 17 Jahren steigt dieser Anteil dann deutlich an: Etwa neun von zehn Jugendlichen in dieser Altersgruppe berichten über Erfahrungen mit Alkohol.

Wie oft kommt es vor, dass Jugendliche sich in einen Rausch trinken?

Etwa jeder siebte Jugendliche trinkt mindestens einmal im Monat so viel, dass die Grenze zum Rauschtrinken erreicht bzw. überschritten wird. Als „Rauschtrinken“ wird bei Männern der Konsum von mindestens fünf Standardgläsern⁵ bei einer Trinkgelegenheit bezeichnet. Bei Frauen liegt die Grenze zum Rauschtrinken bei vier Standardgläsern pro Trinkgelegenheit.

³ Orth, B (2017). Der Alkoholkonsum Jugendlicher und junger Erwachsener in Deutschland. Ergebnisse des Alkoholsurveys 2016 und Trends. BZgA-Forschungsbericht. Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

⁴ unabhängig von der konsumierten Menge

⁵ ein Standardglas enthält definitionsgemäß zwischen 10 und 12 Gramm reinen Alkohol; ein Glas Bier à 300 ml oder ein Glas Wein à 0,125l entspricht einem Standardglas

Wie viele Jugendliche werden pro Jahr wegen einer Alkoholvergiftung im Krankenhaus behandelt? Pro Jahr werden deutlich über 20.000 Jugendliche bzw. junge Erwachsene zwischen 10 und 19 Jahren mit einer Alkoholvergiftung im Krankenhaus behandelt⁶. Der Trend ist seit kurzer Zeit rückläufig, nachdem die Zahl in den Jahren zuvor deutlich angestiegen war, übrigens auch bei Erwachsenen.

Welche Alkoholmuster gibt es bei Erwachsenen und wie prägen diese das Trinkverhalten von Jugendlichen?

Der Konsum von Alkohol ist in Deutschland weit verbreitet und mit vielen kulturellen Anlässen und Ritualen – von der Abifeier bis zum Vereinsfest – verknüpft. Jährlich werden über 500 Millionen Euro in Werbung für alkoholische Getränke investiert. Schätzungsweise 8 Millionen Menschen in Deutschland konsumieren Alkohol in riskanter Weise, über 1,7 Millionen Menschen gelten als alkoholabhängig⁷.

Kinder und Jugendliche bekommen den Umgang unserer Gesellschaft mit Alkohol bereits früh in ihrem Leben mit – zunächst durch die Beobachtung von Erwachsenen oder älteren Geschwistern, später dann durch direkte oder indirekte Aufforderungen zum Mittrinken (dann zumeist von Gleichaltrigen).

Fazit

Trotz riskanter Trinkmuster bei einigen Jugendlichen: Das Bild vom immer früheren und immer höheren Alkoholkonsum bei Jugendlichen stimmt so nicht. Dennoch ist es eine wichtige Aufgabe, Jugendlichen einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol zu vermitteln. Denn oftmals etablieren sich bereits in frühen Jahren dauerhafte Trinkmuster. Außerdem reift das jugendliche Gehirn bis über das 20. Lebensjahr heran. Alkohol, vor allem in größeren Mengen konsumiert, kann diese Entwicklungsprozesse massiv stören. Hinzu kommen die akuten Risiken durch Rauschtrinken, darunter Unfälle, Alkoholvergiftungen und erhöhte Gewaltbereitschaft.

Bei der Vermittlung eines verantwortungsvollen Umgangs mit Alkohol ist die eigene Vorbildwirkung nicht zu unterschätzen. Wer glaubwürdig Präventionsprojekte mit Jugendlichen umsetzen will, sollte am besten selber risikoarm Alkohol konsumieren, vor allem in Gegenwart der Jugendlichen. Infos zum risikoarmen Alkoholkonsum bei Erwachsenen finden Sie unter www.kenn-dein-limit.de.

⁶ Statistisches Bundesamt (2018) Behandlungen aufgrund akuter Intoxikation (Akuter Rausch durch Alkohol) Zahlen aus dem Jahr 2016. <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Gesundheit/Krankenhaeuser/Tabellen/DiagnoseAlkoholJahre.html>

⁷ Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (Hrsg.). Jahrbuch Sucht 2018. Pabst. Lengerich

»» 3. Und Action:

Sechs Praxisideen für Alkoholpräventionsprojekte

In diesem Kapitel lernen Sie sechs konkrete Ideen für Alkoholpräventionsprojekte mit Jugendlichen kennen – geeignet für den Einsatz in der Jugendfreizeit, im Verein oder an Schulen. Unser Ziel ist es, Ihnen erste Ideen und Anregungen für die praktische Arbeit zu geben und vor allem: Lust und Mut zum Ausprobieren zu machen. Alle Vorschläge haben sich in der Praxis bewährt und lassen sich auf unterschiedliche Altersgruppen zuschneiden sowie beliebig variieren, zum Beispiel indem man sie abkürzt oder mit anderen Methoden kombiniert.

»» 3.1 Mit Stift, Mikro oder Kamera unterwegs: Straßenumfrage zum Thema Alkohol



Geeignet für:

- Gruppen unterschiedlichster Art und Größe
- Jugendliche ab zwölf Jahren bis ins junge Erwachsenenalter
- kurze und längere Projekte (mehrere Stunden bis mehrere Tage)
- Jugendliche, die gerne selbstständig arbeiten

Was denken Jugendliche über das Thema Alkohol? Wissen sie Bescheid über die Risiken von zu viel Alkohol? Und geben Erwachsene auf die gleichen Fragen andere Antworten als Jugendliche? Eine spannende Möglichkeit, das herauszubekommen, ist eine Straßenumfrage zum Thema Alkohol. Die Jugendlichen sind meist sofort begeistert von der Idee, sich vor der Kamera oder am Mikrofon ausprobieren zu können und in die Rolle des „rasenden Reporters“ zu schlüpfen.

Für eine Straßenbefragung ist prinzipiell jedes Medium geeignet. Schreibblock und Stift reichen bereits. Mit Mikrofon und Aufnahmegerät (wahlweise Smartphone mit entsprechendem Aufnahmeprogramm) ausgestattet wird aus der Umfrage ein Audiobeitrag. Besonders beliebt bei Jugendlichen ist die Straßenumfrage als Videoreportage (dabei sind allerdings besondere Rechte zu beachten, siehe weiter unten, unter „Aufgepasst“).

Auch thematisch bieten Straßenumfragen einen breiten Gestaltungsspielraum, denn Meinungs- und Wissensfragen eignen sich gleichermaßen. Über die Methode gelingt zudem ein guter Einstieg in die Alkohol-Thematik. Bereits die Vorbereitung der Umfrage bietet meist viele Gelegenheiten für eine inhaltliche Auseinandersetzung zum Thema Alkohol und lebhaftige Diskussionen.

So geht's

Am Anfang steht die Entscheidung für das genaue Thema der Straßenumfrage und die Zielgruppe, die befragt werden soll: Was wollen wir herausbekommen und wem stellen wir unsere Fragen? Diese beiden Punkte entscheiden über das weitere Vorgehen und letztendlich auch über das spätere Ergebnis. Deshalb empfiehlt es sich, in Ruhe und mit der gesamten Gruppe darüber zu diskutieren.

Tipp: Formulieren Sie ein möglichst konkretes und klar eingegrenztes Thema. Das erleichtert es später (bei der Auswertung), einen roten Faden zu finden. Hilfreiche Methoden zur Eingrenzung von Thema und Zielgruppe Ihres Projekts finden Sie in Kapitel 4, ebenso für die darauf folgenden Schritte (die Spielregeln vereinbaren, das Medium wählen, die Aufgaben verteilen, die Zeitschiene planen).

Mögliche Themen einer Umfrage zu Alkohol: Was tust du, wenn du von anderen zum Mittrinken (von Alkohol) gedrängt wirst? Was rätst du anderen? Null Promille im Straßenverkehr nicht nur für Fahreranfänger und unter 21-Jährige, sondern für alle – findest du das richtig? In einer Straßenumfrage können auch aktuelle öffentliche Ereignisse aufgegriffen werden, etwa wenn ein größeres Sportevent ansteht (z.B. „Was haltet ihr davon, dass in den Spielpausen im Fernsehen für Alkohol geworben wird?“) Auch das im nächsten Kapitel vorgestellte Alkohol-Quiz kann bei einer Straßenumfrage gut eingesetzt werden: Wissen die meisten Bescheid über Alkohol? Und liegen Ältere häufiger richtig bei den Antworten als die Jüngeren?

Tipp: Lassen Sie die Fragen von den Jugendlichen immer schriftlich formulieren und machen Sie Probeinterviews, bevor es auf die Straße geht. Vor allem bei Videoreportagen können Bilder oder Gegenstände sinnvoll eingesetzt werden („Was glaubt ihr, wie viel Gläsern Schnaps entspricht der reine Alkohol in diesem Bierglas?“)

Tipp: Zu Beginn des Gesprächs sollten sich die Jugendlichen ihrem Gesprächspartner vorstellen und sagen, woher sie kommen und was sie mit den Antworten vorhaben. Das schafft Vertrauen und sorgt dafür, dass man im Falle einer geplanten Veröffentlichung die Einverständniserklärung leichter bekommt.

Das erhobene Rohmaterial (in Text-, Audio- oder Videoform) muss nun noch gesichtet und dann ausgewählt werden, was davon weiterverwertet werden soll – entweder als Material, mit dem sich die beteiligte Gruppe (weiter) auseinandersetzt (diskutiert, Thesen aufstellt etc.) oder als ein Produkt, das man der Öffentlichkeit präsentiert: zum Beispiel als Text in der Schülerzeitung oder als Videoreportage auf der Website des Jugendclubs, der Schule oder des Vereins.

so geht's auch

Eine interessante Variation zur „journalistischen“ Sammlung und Auswertung von Einzelaussagen ist eine (quantitative) Meinungsumfrage per Fragebogen. Dafür wird eine größere Zahl von Menschen anonym befragt und die Ergebnisse dann zum Beispiel auf Plakaten, in einem Artikel oder auf Präsentationsfolien (PowerPoint o.ä.) vorgestellt.

Beispielsweise bei Schulklassen oder kleineren Jugendfreizeiteinrichtungen bietet es sich an, alle Jugendlichen zu befragen (bzw. alle, die mitmachen möchten). Bei größeren Einrichtungen oder Gruppen kann das schnell zu viel werden: Wenn es mehr Menschen gibt als befragt werden können, wird üblicherweise eine zufällige Stichprobe betrachtet. Für die Auswertung bieten sich Kalkulationsprogramme wie zum Beispiel Excel an, über die in der Regel auch Grafiken erstellt werden können.

Aufgepasst:

- Menschen, die per Video aufgenommen werden, müssen dafür ihr Einverständnis geben bzw. im Falle von Jugendlichen ihre Eltern. Das gilt natürlich auch für die Jugendlichen, die die Fragen stellen und genauso für die Befragten.
- Auf Wunsch können Aussagen auch anonymisiert werden, zum Beispiel indem in einem Text ein anderer Name verwendet wird („Name von der Redaktion geändert“) oder eine Aussage von einer anderen Person nachgesprochen wird. Aussagen aus einer Straßenumfrage im Audioformat können durch eine leichte Veränderung der Stimmen über eine entsprechende Bearbeitungssoftware anonymisiert werden.
- Ein Tipp, den Sie an die Jugendlichen weitergeben können: Nicht jeder hat Lust, spontan auf der Straße Fragen zu beantworten, deshalb nicht zu aufdringlich sein und Ärger lieber aus dem Weg gehen.

»» 3.2 Wer weiß mehr:

Das Alkohol-Quiz



Geeignet für:

- Gruppen jeglicher Größe sowie Einzelpersonen
- einen unkomplizierten Einstieg in das Thema Alkohol
- eine erste „Bestandsaufnahme“: Wie gut kennen sich die Jugendlichen mit dem Thema aus?
- kürzere Projekte
- Jugendliche ab zwölf Jahren bis ins Erwachsenenalter (auch ein Wissenswettbewerb mit den Eltern kann Spaß machen)

Das **Alkohol-Quiz von „Null Alkohol – Voll Power“** ist ideal für den Einstieg in das Thema Alkohol. Es kann als Papierversion über die Kampagnenwebsite (www.null-alkohol-voll-power.de) in größerer Stückzahl bestellt oder dort direkt heruntergeladen werden (<http://www.null-alkohol-voll-power.de/machen/infomaterial-bestellen>). Das Quiz vermittelt auf spielerische Weise die Botschaften der Alkoholpräventionskampagne und fördert das Wissen der Jugendlichen zum Thema Alkohol. Die Inhalte der Quizfragen knüpfen an die Lebenswelten der Jugendlichen an, so dass – über die Vermittlung von Wissen hinaus – auch Gespräche über Einstellungen und Erfahrungen der Zielgruppe initiiert werden können.

So geht's

Das Alkohol-Quiz kann sowohl in größeren und kleineren Gruppen als auch in der Arbeit mit Einzelpersonen eingesetzt werden.

Tipp: Auf der „Null Alkohol – Voll Power“-Website und in Kapitel 5.1 (Alkohol-Quiz: Fragen und Antworten) finden Sie viel Wissenswertes, mit dem Sie den kritischen Blick auf Alkohol (der bei dieser Übung fast automatisch entsteht) unterfüttern können.

Folgende Variante hat sich in der Praxis oft bewährt: Lassen Sie die Jugendlichen das Quiz ausfüllen, zunächst jede(r) für sich. Gehen Sie dann die Fragen einzeln durch und lösen Sie sie „öffentlich“ auf. Notieren Sie auf einem Flip Chart, wie viele Personen jeweils die richtige Antwort gewusst haben – so bekommen Sie gleich ein Bild über Wissensstärken und -lücken in der Gruppe (bzw. bei einer Einzelperson). Fragen Sie die Jugendlichen, die richtig gelegen haben, nach einer Erläuterung ihrer

Antwort. Spätestens nachdem Sie alle Fragen durchgegangen sind, sind Sie mittendrin im Thema Alkohol und können an den Inhalten des Alkohol-Quiz anknüpfen – zum Beispiel indem Sie sich verstärkt den Wissenslücken zuwenden. Oder indem Sie die Gruppe fragen, über welche Antwort man sich besonders gewundert habe. Eine Verknüpfung des Wissens mit den Lebens- und Gedankenwelten der Jugendlichen gelingt zum Beispiel durch die Frage „Welches der Themen im Quiz (zum Beispiel Sport, Gesundheit, Sexualität) findet ihr für euch persönlich am interessantesten/wichtigsten?“

Tipp: Mit Hilfe der Auflösung des Quiz unter „Praktische Hintergrundinfos“ (Kapitel 5) können Sie sich gut auf die Arbeit mit dem Alkohol-Quiz vorbereiten. Falls doch Wissensfragen offen bleiben, können Sie zum Beispiel Rechercheaufträge an die Jugendlichen vergeben. Ein guter Anfang ist die „Null Alkohol – Voll Power“-Website. Dort gibt es auch ein Kontaktformular, über das man sich mit Fragen aller Art an die BZgA wenden kann.

Das Alkohol-Quiz und verschiedene andere Medien und Give-Aways können auch direkt über ein Bestellformular angefordert werden, das Sie in dieser Arbeitshilfe finden (siehe unter 5.5).

so geht's auch

Statt zunächst den Test von jedem einzelnen ausfüllen zu lassen, können Sie zum Beispiel auch zwei Gruppen im Wissensduell gegeneinander antreten lassen. Entweder muss sich die Gruppe dabei jeweils auf eine Antwort einigen oder sie schickt immer eine Person vor, die gegen jemanden aus der anderen Gruppe spielt. Besonders spannend: Wissen Erwachsene mehr als Jugendliche? Mit dem Alkohol-Quiz finden Sie es heraus, indem Sie die Jugendlichen mit den Erwachsenen um die Wette quizzeln lassen – zum Beispiel „Schüler gegen Lehrer“ am Tag der offenen Tür oder wenn im Sportverein die Jugendmannschaft gegen die erwachsenen Vereinsmitglieder antritt (z.B. beim Vereinsfest).

Vor allem für die Arbeit mit einzelnen Jugendlichen gibt es außerdem zwei weitere Angebote der Alkoholpräventionskampagne: die Rätsel-Folder „Kniffel-Spaß für helle Köpfe“ und „Rätsel-Spaß für klare Köpfe“. Beide Medien verknüpfen Wissenswertes zum Thema Alkohol mit zwei bei der Zielgruppe beliebten Rätselformaten. Sie enthalten leicht verständliche Anleitungen sowie Hinweise auf die Lösung und weiterführende Informationen und eignen sich deshalb sehr gut für die eigenständige Nutzung durch die Jugendlichen. Nicht gewusste Antworten können auf der Website www.null-alkohol-voll-power.de recherchiert werden. Auch in Gruppen lassen sich die Rätsel-Folder einsetzen, zum Beispiel indem man Kleingruppen gegeneinander antreten und auf Zeit rätseln lässt. Die richtigen Antworten finden Sie ebenfalls im Kapitel 5 „Praktische Hintergrundinfos“.

Auch diese beiden Medien können kostenfrei bei der BZgA bestellt werden (www.null-alkohol-voll-power.de/machen/infomaterial-bestellen).

Aufgepasst:

Achten Sie darauf, dass sich niemand „vorgeführt“ fühlt, weil er oder sie etwas nicht weiß. Der spielerische Charakter des Alkohol-Quiz und der Rätsel sollte erhalten bleiben und Wissenslücken ein willkommener Anlass sein, intensiver über bestimmte Themen zu sprechen.

Hilfreich:

Über die Website der Kampagne www.null-alkohol-voll-power.de können weiterführende Informationen zu den Themen des Alkohol-Quiz abgerufen werden: In der Rubrik Wissen (Startseite >Wissen >Wieso? Weshalb? Warum?) finden Sie dort:

- themenspezifische PDF-Dokumente, die das Wissen gebündelt und zielgruppengerecht darstellen
- Antworten zu häufig gestellten Fragen (FAQs)
- Begriffserklärungen im Lexikon

Die Broschüre „WISSEN WAS GEHT“ richtet sich ebenfalls mit Fakten und Tipps direkt an die junge Zielgruppe.

Auf der Website können alle Medien der Kampagne bestellt werden:
www.null-alkohol-voll-power.de/machen/infomaterial-bestellen.

»» 3.3 So funktioniert das: Erklärvideos zum Thema Alkohol



Geeignet für:

- Jugendliche ab zwölf Jahren bis ins junge Erwachsenenalter
- kleine und größere Gruppen (weil es viele Aufgaben zu verteilen gibt, die wiederum von Kleingruppen übernommen werden können)
- kreative Jugendliche, die gerne selbstständig arbeiten
- kurze und längere Projekte (zwischen mehreren Stunden und mehreren Tagen)

Bauanleitungen, Kochrezepte, aber auch komplexe Sachverhalte und Erfahrungsberichte: Inhalte, die früher fast ausschließlich in Textform vermittelt wurden, sind immer häufiger Gegenstand von (Internet-)Videos. Oft suchen gerade Jugendliche in den gängigen Portalen gezielt nach Videos bzw. Tutorials zu ihren Interessensgebieten und Wissensbedürfnissen: Wie funktioniert ein bestimmtes technisches Gerät oder was gibt es Wissenswertes zu einem bestimmten Fachthema – erst einmal wird geschaut, ob es ein Video dazu gibt. Immer öfter sind dort auch Videos zu finden, in denen Jugendliche (vor allem) anderen Jugendlichen komplizierte oder unbekannte Sachverhalte möglichst einfach, anschaulich und auch auf witzige Weise erklären. Neben allerlei Kuriosem geht es dabei häufig um Themen, die in der Schule behandelt werden – zum Beispiel mathematische Formeln oder den Zitronensäurezyklus. Indem Jugendliche Erklärvideos (z.B. Video-Tutorials) produzieren und mit anderen teilen, werden sie zu gegenseitigen Informationsquellen und ergänzen darüber eigeninitiativ formale (z.B. schulische) Wissensangebote.

Wenn Sie das Format „Video“ für die mediale Auseinandersetzung mit dem Thema Alkohol wählen, können Sie davon ausgehen, dass nahezu alle Jugendlichen über Erfahrungen verfügen und einen – vor allem im Vergleich zu älteren Zielgruppen – selbstverständlichen Umgang mit dem Medium haben. Viele Jugendliche kennen sich technisch gut aus, so dass Sie (und die Gruppe) sich ganz auf die Inhalte konzentrieren können.

So geht's

Zuerst wird eine möglichst große Zahl von Fragen und Themen gesammelt, von denen später eine Auswahl in den Erklärfilmen behandelt wird. Eine effektive Methode, um an möglichst viele Ideen und Themen zu gelangen: Lassen Sie die Jugendlichen zum Beispiel in Kleingruppen Fragen sammeln, die sie auf einen Flip-Chart schreiben. Nach einer Weile rotieren die Gruppen

und wechseln zu einem Flip-Chart, der eine andere Gruppe zuvor erstellt hat (und knüpfen somit an deren Arbeit an). Zum Schluss bekommt jeder Jugendliche eine bestimmte Zahl Klebepunkte, mit denen die Themenfavoriten bestimmt werden, zu denen dann ein Video gedreht wird.

Eine andere Startmöglichkeit ist ein Besuch auf der Null-Alkohol-Voll-Power-Website. Lassen Sie die Jugendlichen selbstständig auf der Website recherchieren, anschließend nennt jede(r), die für ihn oder sie interessantesten Fakten. Eine weitere Alternative: Sie lassen von den Jugendlichen das Alkohol-Quiz ausfüllen. Die Fragen mit den meisten Falsch-Antworten (oder einfach die interessantesten Fragen) werden zu den Themen der Erklärvideos.

Ein paar Themenvorschläge:

Welche weit verbreiteten Irrtümer über Alkohol gibt es und was stimmt wirklich? Welchen Spruch bringe ich, wenn mir jemand Alkohol anbietet, ich aber gar nichts trinken will? Wie verändert sich die visuelle Wahrnehmung durch den Konsum von Alkohol? Wie viel Alkohol ist genau im Glas? Und wie viele Kalorien hat eigentlich ein Glas Bier? Fragen über Fragen, die alle besonders anschaulich durch Videos geklärt werden können, mit vielfältigen Umsetzungsmöglichkeiten: Die Veränderung der Sehfähigkeiten durch (zu viel) Alkohol kann zum Beispiel durch ein absichtlich unscharf eingestelltes Objektiv demonstriert werden. Ein Tunnelblick lässt sich nachahmen, indem man durch eine Röhre filmt. Um passende „Nein, danke“-Sprüche darzustellen, bieten sich wiederum gespielte Szenen oder auch eine Straßenumfrage an.

Für die Aufnahmen kann natürlich eine professionelle Ausrüstung verwendet werden – soweit vorhanden. Die Aufnahmequalität von Smartphones ist inzwischen jedoch so gut, dass Sie in der Regel problemlos damit filmen können. Achten Sie jedoch auf genügend Licht.

Kostenfreie Software (Freeware) zur Bearbeitung von Audio- und Videoprodukten finden Sie im Internet. Auf einigen Computern sind Videoschnittprogramme auch bereits vorinstalliert. Machen Sie sich am besten schon vor dem Start der Dreharbeiten mit der Software und ihren Möglichkeiten vertraut, zum Beispiel indem Sie probeweise Videos aus dem eigenen Bestand bearbeiten. Noch besser: Fragen Sie nach, wer aus der Gruppe bereits Erfahrungen mit solchen Schnittsystemen hat oder sich einarbeiten will. Für viele Schnittsysteme sind im Internet kurze Video-Tutorials zur Handhabung der Software zu finden.

so geht's auch

Statt zu filmen, wie jemand etwas zum Thema Alkohol erklärt, kann auch ein kleiner Trickfilm produziert werden. Dazu werden einzelne Bilder gemacht, zum Beispiel von Spielfiguren oder verschiedenen Zeichnungen, die dann aneinandergereiht (und dadurch zum Film) werden. Inzwischen gibt es dafür auch im Internet kostenfreie Programme, die meist intuitiv nutzbar sind. Zusätzliche Feinheiten werden oft in Videos erklärt.

Noch eine interessante Idee für Videos: die „Null-Alkohol-Voll-Power-Talentshow“: In kurzen Videos festgehaltene „Kunststücke“ sind bei Kindern und Jugendlichen äußerst beliebt. Wenn jemand aus einigen Metern entfernt einen Pingpongball in ein Glas wirft oder in einer Minute möglichst viele kurze Witze erzählen kann, sind ihm oder ihr viele Klicks und Likes in Videoportalen garantiert. Ganz so hoch müssen Sie die Erfolgsschwelle ja nicht legen. Lassen Sie die Jugendlichen zeigen, was sie drauf haben und was sie gerne machen. Implizite Botschaften (die aber auch ausgesprochen werden können): „Mit Alkohol würde man das nicht hinbekommen“ und „Unsere Kicks sind alkoholfrei“

Aufgepasst:

- Sobald man ein Video veröffentlichen will, ist für die Jugendlichen, die vor der Kamera agieren, eine Einverständniserklärung der Eltern notwendig, falls diese noch nicht volljährig sind.
- Der meist technisch versierte Umgang der Jugendlichen mit Filmen und Videoportalen sollte nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich viele von ihnen mit rechtlichen Rahmenbedingungen für die Vervielfältigung und Veröffentlichung von Videos nicht ganz so gut auskennen und/oder dieses Thema zu leichtfertig betrachten (siehe dazu in Kapitel 4: „An die Spielregeln halten“).
- Musik sollte am besten GEMA-frei sein, um den organisatorischen und finanziellen Aufwand gering zu halten (siehe hierzu ebenfalls unter „An die Spielregeln halten“ in Kapitel 4).

Hilfreich:

- Videobearbeitungsprogramme, die bei Betriebssystemen, zum Beispiel von Microsoft oder Apple, bereits vorinstalliert sind: unter anderem Windows Movie Maker (Windows) oder iMovie (Apple).
- Alternativen sind kostenfreie Schnittprogramme für Videos wie zum Beispiel Cuttermanan.
- Audacity (web.audacityteam.org): Beispiel für eine kostenfreie Software zur Bearbeitung von (z.B. Film-)Musik (siehe auch Kapitel 4 zum Thema GEMA-pflichtige Musik).

»» 3.4 Radio:

Großes Kino im Kopf



Geeignet für:

- Jugendliche ab 14 Jahren bis ins Erwachsenenalter
- Eher längere Projekte
- Kleinere und größere Gruppen
- Kreative Jugendliche, insbesondere solche mit Medien- und Technikaffinität

Bei der Mediennutzung von Jugendlichen denken die meisten wohl zuerst an Computerspiele oder soziale Netzwerke. Dabei wird oft übersehen, dass sich auch Audiomedien (nach wie vor) einer großen Beliebtheit erfreuen. Durch die zunehmende Digitalisierung von Medien sind zudem neue Formate und Verbreitungswege entstanden, wie etwa Podcasts⁸ oder digitale Audioguides, die inzwischen mit vergleichsweise geringem Aufwand auch von Nicht-Profis hergestellt werden können. Populär wie eh und je ist das Radio – zum Hören und auch zum Selbermachen.

Bei einer Radioproduktion ist Lampenfieber garantiert: Spätestens wenn das rote Aufnahmelicht angeht, sind alle Beteiligten aufgeregt und zugleich hochkonzentriert bei der Sache – ganz besonders, wenn das Gesagte sofort live auf Sendung geht.

Und der jugendlichen Zielgruppe macht es meist sichtlich Spaß, mit dem Mikro in der Hand eine Straßenumfrage zu machen, mit Klängen zu experimentieren, eine Soundcollage zu erstellen, Musik⁹ zusammenzumischen – und schließlich ihrer Zielgruppe das fertige Ergebnis zu präsentieren.

So geht's

Für's Radiomachen gibt es zwei grundsätzliche Möglichkeiten: Entweder arbeiten Sie mit Profis zusammen (zum Beispiel in öffentlich-rechtlichen Sendern oder im Bürgerfunk) oder Sie produzieren in Eigenregie: Im Internet sind viele nützliche Tools für die eigene Produktion und

⁸ Podcasts: Im Internet abrufbare Mediendateien zum Hören (Audio-Podcast) oder Sehen (Videocast / Vodcast). Podcasts können in der Regel abonniert werden. Aus: „Band 16: Web 2.0 und Social Media in der gesundheitlichen Aufklärung – Werkstattgespräche der BZgA mit Hochschulen“, Köln 2014

⁹ Siehe auch Ausführungen zum Thema GEMA unter „An die Spielregeln halten“ in Kapitel 4.

die Bearbeitung von Audiodateien sowie Websites für die Veröffentlichung der Werke zu finden (siehe unten, „Hilfreich“). Und statt des professionellen Aufnahmestudios benötigen „Selbermacher“ heutzutage nur noch einen PC, ein Aufnahmegerät und Software zur Bearbeitung von Audiodateien (und eventuell noch ein Headset).

Ähnlich wie bei der Straßenumfrage (Kapitel 3.1) gilt auch hier: Bevor es los geht mit der Radioproduktion, sollten Thema und Zielgruppe feststehen. Wenn Sie bzw. die Jugendlichen dann wissen, für wen und zu welchem Thema Sie Radio machen wollen, geht es um die eigentliche Produktion.

Das Spektrum möglicher Inhalte und Formate einer Radiosendung (ganz allgemein und natürlich auch zum Thema Alkohol) ist breit. Wir stellen Ihnen im Folgenden nur zwei Möglichkeiten vor, es gibt beliebig weitere.

Interview mit einer Expertin/einem Experten (zum Beispiel von der örtlichen Suchtberatungsstelle)

In Suchtberatungsstellen arbeiten Expertinnen und Experten, die sich mit dem Thema Alkohol gut auskennen. Über den Beratungsstellenfinder der BZgA finden Sie eine Suchtberatungsstelle in Ihrer Nähe: www.bzga.de/service/beratungsstellen/suchtprobleme. Tipps für ein gelingendes Interview gibt es im Kapitel „Praktische Hintergrundinfos“

Quiz mit mit einem Studiogast oder einer Anruferin bzw. einem Anrufer

Als Grundlage für das Radio-Quiz bietet sich das Alkohol-Quiz der Null-Alkohol-Voll-Power-Kampagne (siehe auch Kapitel 3.2) an. Der/die Befragte erhält für jede richtige Antwort einen Punkt und kann etwas gewinnen. Auch ein symbolischer Gewinn tut hier seinen Zweck. Besonders witzig: Die jugendlichen Moderatoren befragen Erwachsene oder lassen Jugendliche gegen Ältere antreten (die die Antworten oftmals nicht unbedingt besser wissen).

Tip: Einem Gast alle zehn Fragen aus dem Quiz zu stellen, dauert (inkl. seinen Antworten) in der Regel recht lange. Wählen Sie maximal fünf Fragen aus, bei kurzer Sendezeit nur drei. Die Antworten sollten die Moderatoren gut kennen bzw. erklären können. Weiter führende Informationen zu den einzelnen Fragen finden Sie im Kapitel „Praktische Hintergrundinfos“ Auch die in Kapitel 3.1 vorgestellte Straßenumfrage lässt sich hervorragend in einer Radioproduktion einbinden.

Inzwischen gibt es ein großes Angebot kostenfreier Software zur Bearbeitung von Audioprodukten. Auch hier gilt wieder: Möglichst frühzeitig den Umgang mit der Software einüben. Aber keine Angst: Den Jugendlichen macht es meist Spaß, die digitalen Instrumente auszuprobieren – erste Erfolgserlebnisse sind meist schnell hörbar.

so geht's auch

Hörspiele zur Alkoholprävention

Eine interessante Variante zu Interview oder Quiz ist die Produktion eines Hörspiels. Bei einem Hörspiel können Sie und die Jugendlichen aus dem Vollen schöpfen: Alles, was klingt und Geräusche macht, kommt für die Produktion in Frage: Musikinstrumente, Haushaltsgegenstände, digitale Klänge usw.

Beispiele für mögliche Hörspiele aus dem Themenbereich Alkoholprävention:

- „Jan sagt Nein“ / Hörstück zum Thema Gruppendruck beim Alkoholkonsum
- „Lallen wie Lena“ / Lena trinkt sich Mut an, um ihren Schwarm anzusprechen. Das geht gründlich daneben.

Tipp:

- Achten Sie beim Skript bzw. Drehbuch auf kurze, verständliche Sätze, die auch gesprochen natürlich klingen.
- Es ist hilfreich, Dialoge immer wieder laut in der Gruppe vorlesen zu lassen, um Rückmeldungen zu bitten und Texte immer wieder anzupassen.
- Auch Klänge und Geräusche gehören in das Drehbuch, so dass jeder weiß, was wann dran ist.
- Beim späteren Vertonen ist schauspielerisches Talent gefragt, um die einzelnen Figuren lebendig werden zu lassen. Dabei kann (und sollte man sich) von dem geschriebenen Skript lösen und möglichst frei sprechen.

Aufgepasst:

- Falls Sie ein professionelles Aufnahmegerät verwenden: Geben Sie den Jugendlichen genügend Zeit zum Ausprobieren der Geräte und lassen Sie Probeaufnahmen machen. Gleiches gilt für das Mikrofon: Üben Sie und stellen Sie sicher, dass es für die Aufnahme eingeschaltet ist. Und: Batterien, Akkus, Ladegeräte, Übertragungskabel nicht vergessen.
- Musik sollte am besten GEMA-frei sein, um den zeitlichen und finanziellen Aufwand gering zu halten (siehe hierzu auch Kapitel 4: „An die Spielregeln halten“).
- Ein professionelles Tonstudio dürfte in den seltensten Fällen zur Verfügung stehen. Deshalb für Studioaufnahmen (zum Beispiel für die Produktion eines Hörspiels) einen möglichst schalldichten Raum organisieren.
- Fensterscheiben, Glas, Spiegel, Bodenfliesen oder nackte Wände reflektieren beim Aufnehmen den Schall. Alle schallschluckenden Möglichkeiten sollten daher genutzt werden: Gardinen, Teppiche, Wandbehänge aus Stoff etc.
- Auch wenn man genau weiß, was man sagen will: Ein Skript (am besten mit genauen Zeitangaben) gibt Sicherheit und garantiert, dass nichts vergessen wird – improvisieren kann man ja immer noch.

Hilfreich:

- Kostenfreie Software zur Bearbeitung von Audiodateien (Musik, Hörspiele), wie zum Beispiel Audacity (web.audacityteam.org)
- 1000Mikes (de.1000mikes.com) ist ein Beispiel für eine Plattform im Internet, über die Radiobeiträge veröffentlicht werden können. In einfachen Schritten wird erklärt, wie man seinen eigenen Audiokanal eröffnet.
- Informationen der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) zum Thema Hörfunk (www.lfm-nrw.de/hoerfunk.html)
Das Angebot gibt einen Überblick über den Hörfunk im Bundesland NRW. Vergleichbare Informationen bieten zum Teil auch die Landesmedienanstalten anderer Bundesländer.

»» 3.5 Hashtag, Blog und Zeitungsartikel: Über Alkohol schreiben



Geeignet für:

- Jugendliche ab zwölf Jahren (bis ins junge Erwachsenenalter)
- kleine und große Gruppen
- alle, die gerne schreiben
- kürzere und längere Projekte

Ob als mit Emoticons gespickte Nachrichten an die beste Freundin, ausschweifende Blog-Beiträge oder Artikel in der Schülerzeitung: Schreiben hat bei Jugendlichen nach wie vor Konjunktur – ihre Texte sind nur vielgestaltiger und (oft) auch kürzer geworden. Und: Ein Großteil der Schreibaktivitäten (nicht nur der Jüngeren) hat sich in den vergangenen Jahren vom Papier in das Internet verlagert.

Während in früheren Zeiten allenfalls einmal der eine oder andere Leserbrief erahnen ließ, wie das Werk bei der Zielgruppe angekommen ist, ist das Echo heute oft fast in Echtzeit zu vernehmen: zum Beispiel durch „Gefällt mir“-Buttons, Teilen mit Freunden oder Kommentare. Häufig wird die Resonanz der Leserinnen und Leser inzwischen sogar aktiv eingefordert (etwa durch eine Meinungsabfrage zum Schluss eines Artikels oder eben die Kommentarfunktion) und gilt einigen auch als Maßstab für den Erfolg oder die Qualität ihres Textes. Mit der Veröffentlichung eines Textes ist die Arbeit daran deshalb zumeist noch nicht abgeschlossen: Die Fragen und Kommentare der Community wollen noch beantwortet werden. Auch die klassische (Schüler-)Zeitung hat heute zumeist einen Online-Ableger und damit auch eine – potenziell aktive und an einem Meinungsaustausch interessierte – Zielgruppe.

Die notwendigen Produktionsmittel (Papier, Stift, Laptop, Handy etc.) für das Schreiben von Texten sind in der Regel bereits vorhanden oder leicht zu organisieren. Allenfalls entstehen Kosten für den Druck oder den Erwerb einer Internetadresse bzw. Web-Space:¹⁰ Im Schulkontext kann zudem Erlerntes aus dem Deutschunterricht direkt praktisch umgesetzt werden.

Ein Medium, in dem Jugendliche Erfahrungen und Meinungen austauschen und auch Wissen weitergeben, eignet sich hervorragend für den Einsatz in der Alkoholprävention.

¹⁰ In vielen Fällen bietet sich jedoch die zumeist kostenfreie Einrichtung einer Subdomain einer bereits bestehenden Webadresse (beispielsweise der Schule oder des Vereins) an.

So geht's

Über Alkohol schreiben: So allgemein dieses Vorhaben klingt, so vielgestaltig sind seine Umsetzungsmöglichkeiten. Das konkrete Vorgehen hängt dabei natürlich (auch) von dem gewählten Medium ab. Für den Start bietet sich jedoch – medienübergreifend – eine Redaktionskonferenz an. Was dort besprochen und vereinbart wird, ist im Prinzip vergleichbar mit anderen Projekten, an deren Ende ein Werk steht, das der Öffentlichkeit präsentiert werden soll. Die Empfehlungen aus Kapitel 4 lassen sich deshalb auch auf Ihr Schreibprojekt übertragen.

Legen Sie also als erstes Thema und Zielgruppe fest (Methoden dafür gibt es ebenfalls in Kapitel 4). Daraus leitet sich dann die Wahl des konkreten Mediums ab: Mitschülerinnen und Mitschüler lassen sich zum Beispiel gut über die Schülerzeitung oder die Website der Schule erreichen. Sollen „verstreute“ Zielgruppen angesprochen werden, die zum Beispiel nicht alle die gleiche Vereinszeitung lesen oder einen gemeinsamen Newsletter haben, ist etwa ein Blog eine gute Plattform.

Beispiel Blog:

Die Einrichtung und Pflege eines Blogs im Internet ist inzwischen so einfach, dass es keiner Spezial- oder Programmierkenntnisse bedarf und nur wenig zeitlicher Vorlauf notwendig ist, bevor man an den Start gehen kann. Über die rechtlichen Rahmenbedingungen von Blogs informiert zum Beispiel die „EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz klicksafe.de“ (Rubrik „Rechtsfragen im Netz“).

Tipp: Inzwischen gibt es viele (oft gut gemachte) Blogs, die um die Aufmerksamkeit ihrer Leserinnen und Leser werben. Umso wichtiger ist es, dass Sie sich ausreichend Zeit für die Entwicklung eines spannenden und ergiebigen Themas nehmen, das Sie zusammen mit den Jugendlichen kreativ bearbeiten wollen (siehe Kapitel 4). Natürlich soll das Thema die Zielgruppe ansprechen, vorher sollten aber die jungen Autorinnen und Autoren dafür „brennen“.

Übrigens: Ursprünglich bezeichnet der Begriff Blog (auch: Weblog) ein im Internet geführtes Tagebuch, in dem Erlebnisse und Gedanken mit einer Öffentlichkeit geteilt werden. Achten Sie deshalb bei der Entscheidung für ein Blog-Thema darauf, dass sich die Erfahrungswelt der Jugendlichen darin widerspiegelt und sie Lust darauf bekommen, sich darin „auszutoben“. Organisieren Sie einen möglichst ruhigen Raum, den Sie (regelmäßig) für Treffen bzw. Redaktionssitzungen nutzen können und halten Sie genügend Papier, Stifte, Flip-Charts vor.

Themenbeispiele für Ihr Schreibprojekt:

- Unsere Schule / unser Verein hat es drauf: Unter dem Motto „Zeig deine Power“ werden andere Jugendliche aufgefordert zu erzählen oder am besten noch zu demonstrieren, was sie besonders gut können. Eine gute Blog-Software lässt die Einbindung von Fotos und Videos zu. So kann ein buntes Bild entstehen und oft ist das Erstaunen groß, wenn man sieht und liest, welche Talente an der eigenen Schule oder im Verein schlummern.
- Alkohol in unserer Gesellschaft: Junge Autorinnen und Autoren berichten über die Rolle, die Alkohol in unserer Kultur spielt – zum Beispiel auf Basis von Alkohol-Werbung, die sie analysieren oder Beobachtungen, die sie in ihrem näheren Umfeld machen.

- **Wissensdurst:** Die Jugendlichen begeben sich auf die Suche nach Antworten auf oft gestellte Fragen zum Thema Alkohol: Warum trinken manche Menschen weniger Alkohol als andere? Und warum passen Alkohol und Sport so gar nicht zusammen? Die Antworten mitsamt Hintergrundwissen gibt es übrigens auf www.null-alkohol-voll-power.de unter „WISSEN“

so geht's auch

SMS und internetbasierte Nachrichtendienste haben eines gemeinsam: Man muss (oder sollte) sich kurz halten. Bei SMS oder Twitter ist die Textlänge sogar technisch vorgeschrieben (160 bzw. 280 Zeichen pro Nachricht). Auf wenig Raum möglichst viel Inhalt unterbringen – eine ideale Voraussetzung für einen Kreativwettbewerb. Mögliche Themen: „Deine Botschaft zum Thema Alkohol“ oder „Coole Sprüche, mit denen du Nein sagst zu Alkohol“

Hilfreich:

Wordpress (de.wordpress.org) ist ein Beispiel für eine kostenfreie und nutzerfreundliche Software zur Einrichtung eines Blogs inklusive Content Management System.

»» 3.4 Bilder:

Hingucker für Plakate und Kampagnen



Geeignet für:

- Jugendliche jeden Alters
- kleine und große Gruppen
- kürzere und längere Projekte
- die Umsetzung im Rahmen von Kreativ- und Kunstprojekten

„Schreibe bildhaft – und sie werden es im Gedächtnis behalten“ lautet ein bekannter Ratschlag des US-Journalisten Josef Pulitzer, nachdem der gleichnamige Journalistenpreis benannt ist. Hirnforscher bestätigen: Bildhafte Informationen werden leichter behalten. In Bildern können viele Informationen gleichzeitig untergebracht werden, eben mehr als die sprichwörtlichen „1000 Worte.“ In der Alkoholprävention kommen Bilder – ob als Foto oder Illustration – nicht nur zur Darstellung komplexer Sachverhalte (etwa zur Wirkung von Alkohol auf den Organismus) zum Einsatz, sondern beispielsweise auch auf der Website und den Plakaten, die zur Beschäftigung mit dem Thema einladen sollen.



Illustration der Alkoholpräventionskampagne
„Null Alkohol – Voll Power“

Und auch in den – gar nicht mehr so – „neuen“ Medien nehmen Bilder einen äußerst prominenten Platz ein und rücken teilweise (vor allem längere) Texte in den Hintergrund. Soziale Netzwerke wie Pinterest oder Instagram setzen fast vollständig auf die Kraft der Bilder.

Neben den schon beschriebenen mediumspezifischen Vorteilen eignen sich Bilder sehr gut für die kreative und auch künstlerische Arbeit mit Jugendlichen zum Thema Alkohol. Auch in den Kunstunterricht oder zum Beispiel in eine Foto-AG lässt sich das Thema deshalb gut integrieren.

So geht's

Es gibt vielfältige Möglichkeiten, für die Arbeit zum Thema Alkohol Bilder einzusetzen – vom Comic bis zum Foto- oder Malwettbewerb. Eine bei Jugendlichen immer noch beliebte und zugleich unaufwändige Form, mit Bildern zu arbeiten, ist die Fotostory.

„Foto mit Botschaft“

In der Internet Community verbreiten sie sich rasend schnell, nicht nur unter jugendlichen Usern: Fotos mit einem – meist lustig gemeinten – Spruch, die entweder in sozialen Netzwerken „geliked“ oder geteilt werden. Oftmals bekommen bestehende Bilder durch einen neuen Textzusatz eine andere Bedeutung und werden dadurch auf witzige Art und Weise verfremdet.

Solche Bild-Text-Kombinationen können gut für Kreativwettbewerbe genutzt werden. Die Teilnahme-schwellen sind eher niedrig und es kommen auch jene zum Zug, die keine Fotokünstler sind, aber originelle Ideen auf Lager haben.

Plakataktion

Eine weitere Möglichkeit, kreativ mit Bildern zu arbeiten, ist eine Plakataktion zum Thema Alkohol. Gemeinsam soll ein Plakat entworfen und gestaltet werden, das die Zielgruppe zur Auseinandersetzung mit dem Thema Alkohol anregt. Text darf natürlich auch eingesetzt werden, im Vordergrund steht jedoch das Bild: Es soll Aufmerksamkeit erregen und möglichst auch gedankliche Anstöße geben. „Erlaubt“ sind Fotos sowie gemalte oder am Computer gestaltete Bilder. Was Jugendliche an dieser Idee besonders gut finden: Sonst sind sie meist die Zielgruppe von Maßnahmen der Alkoholprävention. Bei dieser Projektidee nehmen die Jugendlichen einen Perspektivwechsel vor und versuchen selber, ihre Botschaften zum gesunden Umgang mit Alkohol überzubringen.

Tipp: Legen Sie fest, welche Zielgruppe konkret angesprochen werden soll (siehe Kapitel 4) und wählen Sie dann das Thema für ihre kreative Arbeit. Schreiben Sie beides (Zielgruppe und Thema) auf ein Flip-Chart oder eine Tafel, die während des gesamten Entwicklungsprozesses gut sichtbar ist. So lassen sich Zwischenergebnisse immer wieder mit der Zielrichtung abgleichen.

Organisieren Sie einen ruhigen und kreativen Raum fürs Arbeiten und stellen Sie genügend Material (Papier, Stifte, Flip-Charts, Farben, Zeitungen, Magazine, Bilder und alles, was sonst noch die Phantasie anregt) bereit. Bildbearbeitungs- und Zeichenprogramme sind auf vielen PCs bereits vorinstalliert oder sind über das Internet kostenfrei zu beziehen. Falls Sie die Fotos drucken wollen (zum Beispiel in der Vereins- oder Schülerzeitung), denken Sie daran, vorher die benötigte Auflösung der Bilder zu erfragen (zum Beispiel bei einer Druckerei).

So geht's auch

Fotostory

Benötigt wird lediglich eine Fotokamera (als Smartphone in vielen Hosentaschen zu finden) und eine oder mehrere gute Geschichten. Jugendlichen fallen meist schnell einige ein: Wie bleibt jemand standhaft bei seinem oder ihrem „Nein“, wenn die Freunde trinken? Wie geht der Kampf zweier Superhelden/Superheldinnen aus, bei denen der/die eine auf „Volle Power ohne Alkohol“ setzt und der Gegenspieler glaubt, dass Alkohol der Treibstoff für Heldentaten ist?

Eine „digitale Bildergeschichte“ ist eine interessante Variante zur gedruckten Fotostory, besonders wenn sie live präsentiert wird: Dazu werden die Fotos per Beamer an eine Wand oder auf eine Leinwand projiziert und mehrere Sprecherinnen und Sprecher erzählen die Geschichte und geben den dargestellten Personen ihre Stimme.

Tip: Während der Produktion fallen den Jugendlichen meist noch neue Wendungen der Geschichte ein. Die „grobe“ Handlung sollte aber bereits feststehen, bevor das erste Foto geschossen wird. Sonst verlieren Sie und die Jugendlichen zu viel Zeit und/oder den Überblick über die Geschichte.

Neue Motive und Sprüche für die „Null Alkohol – Voll Power“-Kampagne

Die Kampagne „Null Alkohol – Voll Power“ wird fortlaufend weiterentwickelt, regelmäßig entstehen neue Motive und Texte. Was für die Kampagne professionelle Gestalterinnen und Gestalter (bzw. Texterinnen und Texter) übernehmen, kann auch für Jugendliche eine spannende Aufgabe sein. Stellen Sie die Kampagne vor (siehe Kapitel 1) und lassen Sie dann der Kreativität der Jugendlichen freien Lauf. Ziel ist es, neue Ideen (Bilder, Sprüche etc.) für die Kampagne zu entwickeln.

Aufpassen:

Bei veröffentlichten Bildern sind unter anderem Urheberschutz- und Persönlichkeitsrechte zu beachten. Alles Wissenswerte zum Thema Urheberschutz im Internet sowie weitere Rechtsfragen finden Sie zum Beispiel auf der Website der EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz „Klicksafe.de“. Zu empfehlen sind auch die Klicksafe-Materialien (Broschüren), unter anderem zum Persönlichkeits- und Datenschutz, die Sie kostenfrei herunterladen oder bestellen können.

Hilfreich:

GIMP www.gimp.org, eines von vielen Bildbearbeitungsprogrammen, die über das Internet kostenfrei zu beziehen sind.



»» 4. Tipps für die Planung und Umsetzung der Projekte

Im Mittelpunkt dieses Kapitels stehen allgemeine Empfehlungen für die Planung und Durchführung Ihres Alkoholpräventionsprojekts. Oft werden diese (insbesondere Planungs-)Aufgaben von den Multiplikatoren (Lehrer/-innen, Übungsleiter/-innen etc.) übernommen. Zumindest Teilaufgaben sollten jedoch – gerade bei größeren Gruppen und Projekten – an die beteiligten Jugendlichen übergeben werden: Sie können zum Beispiel in regelmäßigen Abständen prüfen, ob der Zeitplan noch eingehalten wird oder bei der Recherche aktiv werden bzw. unterstützen und passende Orte für den Videodreh oder die besten Websites zur Veröffentlichung eines Blogs usw. ausfindig machen.

Tipp: Überlegen Sie frühzeitig, wer Sie bei der Umsetzung der Planungsaufgaben zusätzlich unterstützen kann. Neben der Möglichkeit, Jugendlichen „Planungsverantwortung“ zu übergeben, bietet es sich oft auch an, ein Projekt gemeinsam mit einer Kollegin oder einem Kollegen oder zum Beispiel Eltern umzusetzen.

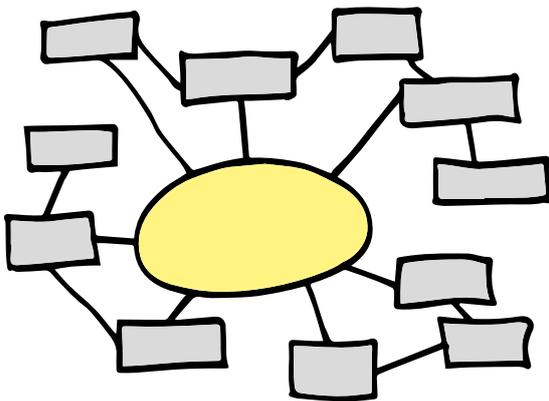
Das Thema festlegen

Stellen Sie sich vor: Beim ersten Treffen zu Ihrem Projekt bringen die Jugendlichen jede Menge inhaltliche Fragen und/oder konkrete Ideen mit. Sie überschlagen sich fast dabei, sie den anderen in der Gruppe und auch Ihnen schmackhaft zu machen. Ein anderes Szenario: Die Lust auf das Thema ist den Beteiligten anzumerken. Aber ein konkreter Anfangspunkt will niemandem so recht einfallen. Sicherlich, zwei Extreme – aber zwischen diesen beiden Eckpunkten wird sich auch Ihre Gruppe bewegen. Und in jedem Fall gilt: Das Thema Alkohol und Prävention sollte konkret und entlang der Interessen der Jugendlichen eingegrenzt werden. Denn das vereinbarte Thema soll möglichst viele von ihnen in der nächsten Zeit motivieren und inspirieren.

Für den Prozess der Themenfindung bieten sich Kreativitätstechniken an, zum Beispiel eine Mind-Map oder ein Brainstorming an dem Flip-Chart mit anschließender Punktevergabe.

Schreiben Sie für eine Mind-Map zum Beispiel die beiden Wörter „Alkohol“ und „Power“ (mit etwas Abstand dazwischen) auf eine Tafel oder einen Flip-Chart. Fragen Sie dann, was den Jugendlichen zu den Begriffen einfällt – zunächst zu jedem Begriff einzeln. Leitende Fragen können dabei sein:

- Welche Bilder habt ihr zu dem Begriff im Kopf?
- Wo taucht der Begriff in eurem Leben auf?
- Wenn ihr einem Besucher oder einer Besucherin von einem anderen Planeten erklären müsstet, was der Begriff bedeutet – wie würdet ihr das tun?
- Bei was zeigt ihr „Volle Power“? Was könnt ihr besonders gut?



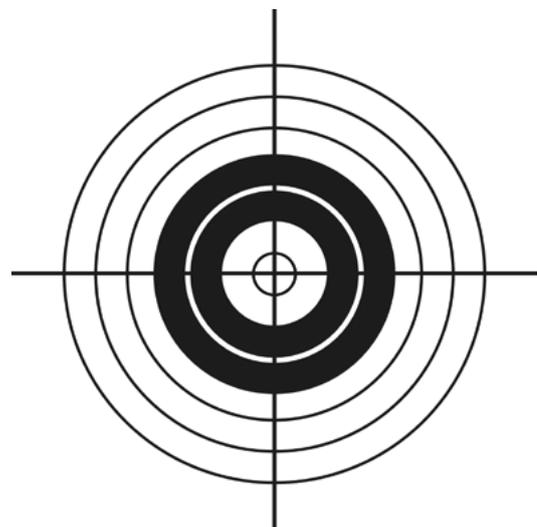
Zeichnen Sie jeweils Äste an die Begriffe, auf die sich die Nennungen der Jugendlichen beziehen und tragen Sie sie ein. Fragen Sie dann bei einigen der genannten Begriffe nach Konkretisierungen und weiteren Assoziationen – so verästelt sich die Mind-Map immer mehr und es entsteht ein weit verzweigtes Bild.

Wenn die „Themen-Landkarte“ bzw. Mind-Map fertig ist, lassen Sie die Gruppe das Bild anschauen und Ideen spinnen, die sie auf eine andere Tafel oder einen Flip-Chart mit der Überschrift „Themenspeicher“ notieren. Zum Schluss lassen Sie über die Vorschläge im Themenspeicher abstimmen.

Zielgruppe(n) bestimmen

Häufig sollen durch ein Projekt über die direkt Beteiligten hinaus weitere Personen angesprochen werden – zum Beispiel die Leser/-innen der Schülerzeitung oder die Besucher/-innen eines Vereinsfests oder der Website. Es gilt dann frühzeitig zu klären: Wen wollen Sie und Ihre Projektgruppe als Leser/-innen, Zuschauer/-innen, Zuhörer/-innen etc. erreichen? Gleichaltrige oder auch Eltern, Lehrer/-innen – oder gleich die Allgemeinbevölkerung?

Es bietet sich an, frühzeitig im Arbeitsprozess die Zielgruppe(n) zu benennen, die sich für Ihre Arbeit interessieren soll(en). Zur Ermittlung von Zielgruppen gibt es eine einfache, gleichwohl effektive Methode: Zeichnen Sie eine Zielscheibe auf ein Flip-Chart-Blatt oder eine Tafel und lassen Sie die Personengruppen, die die Jugendlichen ansprechen wollen, dort eintragen. In der Mitte steht die Kernzielgruppe, weiter außen Personengruppen, die man auch erreichen möchte.



Tipp: Falls die Diskussion der Zielgruppe zu schnell auf die Losung „Alle, die es interessiert“ hinausläuft und eine Differenzierung bzw. Festlegung von Zielgruppen (zum Beispiel in „Gleichaltrige“, „Vereinsmitglieder“ oder „Schüler/-innen und Lehrer/-innen“) dadurch erschwert wird, können Sie gut auf konkrete Beispiele aus der Film- oder Bücherwelt verweisen. Diese stehen auch meist prinzipiell allen Menschen offen, die sich für sie interessieren (können) – und doch sind sie meist im Schwerpunkt auf eine bestimmte Zielgruppe ausgerichtet. Pointierte (z.T. klischeehafte) Beispiele wie „Heimatfilme vs. Teenie-Buch“ können diesen Punkt gut verdeutlichen.

Ein Medium wählen

Manchmal steht schon von vorneherein fest, mit welchem Medium gearbeitet werden soll. Falls nicht, helfen die folgenden Fragen: Mit welchem Medium kann die zuvor bestimmte Zielgruppe gut erreicht werden? Welches Medium ist überhaupt verfügbar? Und: Welche Vorerfahrungen mit konkreten Medien gibt es in der Gruppe?

Diese einfache Methode verschafft einen schnellen Überblick: Erstellen Sie eine großflächige Matrix, indem sie ganz oben auf eine Fläche horizontal verschiedene „Mediengattungen“ (Video, Blog, Audios etc.) aufführen. Nun werden die oben genannten Fragen gestellt und die Ergebnisse jeweils in die Spalte unter das Medium eingetragen (zum Beispiel Kreuze oder Klebepunkte): Mit welchem Medium erreiche ich also die Zielgruppe am besten? Auf welche Medien können wir zugreifen? usw. Wenn Sie und die Gruppe sich auf diese Weise Klarheit verschafft haben, fällt die Entscheidung, mit welchem Medium Sie arbeiten wollen, deutlich leichter.

Die Aufgaben verteilen

Vor allem bei größeren Projekten bzw. Gruppen bietet es sich an, die meist zahlreichen Aufgaben schon in der Planungsphase auf möglichst viele Beteiligte zu verteilen: Wer erstellt das Dokument mit den Interviewfragen? Wer übernimmt die GEMA-Anmeldungen, wenn Musiken eingesetzt werden bzw. kümmert sich um GEMA-freie Stücke? Wer testet die Aufnahmegeräte? Wer macht sich mit dem Schnittprogramm vertraut?

Eine einfache Methode der Aufgabenverteilung besteht darin, die Namen der Jugendlichen (und gegebenenfalls anderer Beteiligter) auf große (selbstklebende) Haftnotizen zu schreiben. Die verschiedenen Aufgaben werden zum Beispiel auf einem Flip-Chart aufgeführt und dann gefragt, wer was übernehmen möchte. Die Haftnotizen mit den Namen der Freiwilligen werden an die Aufgabe geheftet (und können dadurch später noch einmal versetzt werden). Die Jugendlichen werden ernst genommen und erleben sich als „Mitbestimmer“.

Die Zeitschiene planen

Vor allem bei längeren Projekten und/oder wenn etwas pünktlich fertig werden soll, ist eine gute Zeitplanung das A und O. Am Anfang der Zeitplanung steht die Festlegung der Deadline. Zum Teil ist sie von außen vorgegeben, etwa wenn ein Film auf einem Schulfest gezeigt oder ein Radiobeitrag an einem bestimmten Tag im Bürgerfunk gesendet werden soll.

Tipp: Häufig dauert die Phase der Ideenfindung länger als vorher gedacht oder die Technik spielt nicht mit. Deshalb empfiehlt es sich, im Zeitplan genügend „Puffer“ einzuplanen.

Rechnen Sie von der Deadline zurück bis zum aktuellen Zeitpunkt und definieren Sie Meilensteine auf dem Weg zu Ihrem Ziel – der Fertigstellung bzw. Veröffentlichung des Werkes. Faustregel: Je kürzer der Zeitraum für die Produktion, desto konkreter und „kleinschrittiger“ sollte der Zeitplan sein.

Für das Projekt werben

Keine Frage – wer Zuschauer, Hörer oder Leser für sein Projekt gewinnen möchte, muss die Werbetrommel rühren. Mit der zunehmenden Medienvielfalt ist auch die Zahl möglicher Werbekanäle gestiegen, die sich – aus Zeit- und Kostengründen – meist nicht alle bedienen lassen. Es muss also eine Auswahl getroffen werden. Sammeln Sie auf einem Flip-Chart in einem ersten Schritt alle Medien- und Werbekanäle, die den Jugendlichen und Ihnen einfallen. Vergessen Sie dabei moderne Werbeformen über soziale Netzwerke (Twitter, Facebook) ebenso wenig wie etwa das klassische Plakat oder den Flyer. Treffen Sie dann eine (machbare) Auswahl, auf die Sie sich konzentrieren.

An die Spielregeln halten

Bei allem Tatendrang darf nicht vergessen werden, dass es Spielregeln gibt, die für all jene gelten, die etwas veröffentlichen bzw. einer Öffentlichkeit präsentieren:

- GEMA-pflichtige Musik in Videos und Audios muss kostenpflichtig angemeldet werden: www.gema.de
- Alles Wissenswerte zum Thema Urheberrecht im Internet sowie weitere Rechtsfragen finden Sie zum Beispiel auf der Website der EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz „Klicksafe.de“. Zu empfehlen sind auch die „Klicksafe“-Materialien (Broschüren), unter anderem zum Persönlichkeits- und Datenschutz, die Sie kostenfrei herunterladen oder bestellen können.
- Auch die Landesmedienanstalten (siehe Kapitel 6, „Hilfreiche Adressen“) informieren über Rechtsfragen im Zusammenhang mit Medien.
- Über Medienarbeit informiert zum Beispiel auch die Seite www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt, ein Projekt der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb).



»» 5. Praktische Hintergrundinfos

»» 5.1 Alkohol-Quiz: Fragen und Antworten

inkl. Erklärungshilfen und Hinweisen für die Gesprächsführung



Frage 1: Wie lange hat man noch Alkohol im Blut, nachdem man ein Glas Bier (0,25l) getrunken hat?

Antwort: Der Alkohol aus dem Glas Bier bleibt im Schnitt etwa ein bis zwei Stunden im Blut.

Inhaltliche Erklärungshilfen und Zusatzinformationen

- Bei der Angabe handelt es sich um einen Richtwert: Für den Abbau dieser Alkoholmenge benötigt der menschliche Körper ungefähr ein bis zwei Stunden.
- 0,25 Liter Bier entsprechen einem sogenannten Standardglas. Die Einheit Standardglas erleichtert die Berechnung von Alkoholmengen. Jedes Standardglas enthält 10 bis 12 Gramm reinen Alkohol. Weitere Beispiele für Standardgläser sind ein Glas Sekt à 0,125l (ca. 12 Gramm Alkohol), ein Glas Wein à 0,1l (ca. 11 Gramm Alkohol) oder ein Glas Wodka à 4cl (ca. 12 Gramm Alkohol).
- Auch bei der Einheit Standardglas handelt es sich um einen Richtwert: Je nach Vol.-% des alkoholischen Getränks (Anteil an Alkohol) können die Grammwerte variieren. So hat Wein beispielsweise meist einen Alkoholgehalt zwischen 11 und 14 Vol.-%. Ein Glas Wein à 0,1l enthält demnach zwischen 9 und 11 Gramm reinen Alkohol.

- So lange jemand Alkohol im Blut hat, steht er oder sie unter Alkoholeinfluss. Wichtig: Wegen seiner betäubenden Wirkung auf das Nervensystem wirkt sich Alkohol beeinträchtigend auf bestimmte Fähigkeiten aus, zum Beispiel die Reaktionsschnelligkeit, das Konzentrationsvermögen oder die Sehleistung.
- Der Prozess des Alkoholabbaus dauert eine feste Zeit, die nicht beschleunigt werden kann. Wenn mehr als ein Glas Bier getrunken wird, müssen die zusätzlichen Trinkmengen natürlich bei der Zeit mit berücksichtigt d.h. dazu addiert werden.

Hinweise für die Gesprächsführung

- Bei der Erläuterung der Antwort lässt sich das Prinzip der Kampagne „Null Alkohol – Voll Power“ verdeutlichen: So lange Alkohol im Körper ist, hat man nicht die volle Power.
- Die Frage bietet eine gute Gelegenheit, mit Hilfe konkreter Zahlen (Mengen und Zeiten) zu verdeutlichen, wie lange der Alkohol im Körper verbleibt. Diese Zeit wird häufig unterschätzt. Es sollte dabei nicht (bzw. nicht unkommentiert) mit zu hohen (beispielhaften) Mengen gerechnet werden, um den Eindruck zu vermeiden, dass der Konsum größerer Alkoholmengen normal bzw. üblich sei.
- Falls in dem Gespräch, das sich an diese Frage anknüpft, von den Jugendlichen höhere Trinkmengen angegeben werden, die zum Beispiel das Kriterium für Rauschtrinken erfüllen (5 oder mehr Standardgläser bei einer Trinkgelegenheit), sollte auf die Folgen von übermäßigem Alkoholkonsum bzw. Rauschtrinken eingegangen werden. Es sollte verdeutlicht werden, dass hohe Trinkmengen nicht folgen- bzw. harmlos sind.
- Auch wenn es bei dieser Frage um eine niedrige Alkoholmenge geht: Für Jugendliche gibt es keinen risikoarmen Alkoholkonsum (siehe Frage 7).

Weitere Informationen:

Website: Startseite >Wissen >Alkoholwirkung >Promille-Risiko-Übersicht

Frage 2: Welche Organe werden durch übermäßigen Alkoholkonsum geschädigt?

Antwort: Übermäßiger Alkoholkonsum schädigt alle Organe.

Inhaltliche Erklärungshilfen und Zusatzinformationen

- Alkohol ist ein Zellgift, das über den Blutkreislauf in alle Bereiche des Körpers gepumpt wird.
- Am bekanntesten ist für die meisten Jugendlichen die Funktion der Leber beim Abbau von Alkohol. Leberschwellung, Leberverfettung und schließlich Leberzirrhose sind mögliche Folgen dauerhaften und übermäßigen Alkoholkonsums.
- Auch das Gehirn ist in Gefahr. Es kann zu Störungen von Gedächtnisfunktionen und des Konzentrationsvermögens kommen.

Hinweise für die Gesprächsführung

- Über die Frage lässt sich gut die Sensibilität des Körpers gegenüber dem Zellgift Alkohol transportieren.
- Die Folgen des Trinkens vollziehen sich für den/die Betroffene(n) meist unbemerkt. Die Schädigung der Leber verläuft zum Beispiel schleichend. Oft treten Symptome erst in einem späten Stadium einer Erkrankung auf. Symptomfreiheit bedeutet deshalb nicht, dass keine Schädigung eingetreten ist.
- Es bietet sich an, das Thema „Schädigung von Organen“ mit körperlicher und geistiger Fitness und dem Motto „Volle Power geht nur mit null Alkohol“ zu verknüpfen.

- Studien zeigen, dass Menschen sich vor allem an kurzfristigen Folgen ihres Verhaltens orientieren. Ein gesundheitlicher Schaden, der erst nach Jahren oder zum Teil nach Jahrzehnten eintritt, spielt für ihr Verhalten dagegen oft eine nur geringe Rolle. Gerade Jugendliche sind deshalb besser über kurzfristige Konsequenzen des Alkoholkonsums zu erreichen. Je nach „Typ“ können Sie unterschiedliche Folgewirkungen von Alkohol ansprechen (z.B. die Beeinträchtigung körperlicher und geistiger Fitness am Tag nach dem Konsum von Alkohol).

Weitere Informationen:

Website: Startseite >Wissen >Körperzerstörer >Alkohol macht kaputt

Frage 3: Was ist ein Filmriss durch Alkohol?

Antwort: Ein Filmriss ist eine vorübergehende Gedächtnisstörung.

Inhaltliche Erklärungshilfen und Zusatzinformationen

- Ein Filmriss durch Alkohol entsteht, wenn so viel Alkohol getrunken wurde, dass das Gehirn nicht mehr in der Lage ist, das Erlebte abzuspeichern.
- Alkohol beeinflusst die Informationsübertragung zwischen den Nervenzellen. Dadurch werden viele Fähigkeiten eingeschränkt bzw. gehemmt. Am Beispiel „Reaktionsfähigkeit“ lässt sich das Prinzip anschaulich verdeutlichen: Bei 0,8 Promille wird die Reaktionszeit zum Beispiel um etwa 50 Prozent verlängert. Auch die Gedächtnisbildung beruht auf Prozessen zwischen Nervenzellen, die bei großen Mengen Alkohol so beeinträchtigt werden, dass das Erlebte gar nicht erst eingespeichert wird.
- Konkret bedeutet ein Filmriss, dass die Person hinterher nicht mehr weiß, was alles passiert ist. Wenn so viel Alkohol getrunken wurde, dass es zu einem Filmriss kommt, ist damit auch ein Kontrollverlust verbunden.

Hinweise für die Gesprächsführung

- Die Begriffe ‚Blackout‘ oder ‚Filmriss‘ haben viele Jugendliche schon einmal gehört, aber meist haben nur wenige eine Vorstellung davon, was sich genau dahinter verbirgt. Deshalb ergeben sich bei der Thematisierung dieser Frage auf Seiten der Jugendlichen oft sowohl Erfolgserlebnisse (Frage richtig beantwortet) als auch Aha-Erlebnisse (wenn die Antwort erläutert wird). Über die Erklärung dieser Frage kann man deshalb gut in ein längeres Gespräch kommen und ein Interesse bei den Jugendlichen erreichen.
- Folgender Vergleich kann bei der Vermittlung des Wissens hilfreich sein: „Wenn ich etwas vergessen habe, zum Beispiel wo ich meine Schlüssel hingelegt habe, kann mir das wieder einfallen. Bei einem „Filmriss“ kommt die Information im Gehirn gar nicht erst an“
- Die Frage eignet sich dazu, die Sensibilität des Gehirns und den Verlust der Kontrollfähigkeit durch Alkohol zu verdeutlichen. Wenn Jugendliche bereits Erfahrungen mit Alkohol gemacht haben, kann das Thema Kontrollverlust auch am eigenen Beispiel erläutert werden.
- Vor dem Eintritt eines Blackouts gibt es eine Vielzahl von anderen Warnsignalen für einen kritischen Umgang mit Alkohol. Auf keinen Fall sollte es als „Entwarnung“ o.ä. wahrgenommen werden, wenn jemand noch nie einen Blackout hatte.
- Wenn ein Jugendlicher von einem eigenen Filmriss berichtet oder sogar erzählt, dass dies mehrfach vorkam, kann ihm in einem anschließenden, vertraulichen Gespräch eine persönliche Beratung (z.B. bei einer Suchtberatungsstelle) empfohlen werden. Die Telefonnummer des BZgA-Infotelefon zur Suchtvorbeugung und ein Zugang zu einer Suchtmaske für Beratungsstellen ist unter Startseite >Reden >Beratung und Hilfe >BZgA Infotelefon zu finden.

Weitere Informationen:

Website: Startseite >Wissen >Gehirnkiller >Blackout durch Alkohol

Frage 4: Wer hat nach einem Mixgetränk einen höheren Alkoholgehalt im Blut?

Antwort: In der Regel hat eine Frau einen höheren Alkoholgehalt im Blut, wenn sie die gleiche Menge Alkohol trinkt wie ein Mann.

Inhaltliche Erklärungshilfen und Zusatzinformationen

- An einem Beispiel lässt sich die Rechnung, die dahinter steht, am einfachsten vermitteln: Eine Frau, die 50 kg wiegt, erreicht nach einem Mixgetränk (330ml, 2,5 Vol.-%, ca. 7 g Reinalkohol) eine Blutalkoholkonzentration von ca. 0,22 Promille. Bei einem Mann mit 65 kg führt dieselbe Menge zu ca. 0,15 Promille. Grundlage der Berechnung ist die sogenannte ‚Widmark-Formel‘.
- Das unterschiedliche Körpergewicht hat dabei einen starken Einfluss. Männer sind jedoch in der Regel nicht nur schwerer, sie haben auch mehr Muskelgewebe. Muskelgewebe speichert mehr Wasser als Fett. Dadurch wird der Alkohol im männlichen Körper auf mehr Flüssigkeit verteilt (d.h. besser „verdünnt“). Deshalb wird bei Männern in der Promilleberechnung ein anderer Verteilungsfaktor eingesetzt als bei Frauen. Bei letzteren wird von einem Körperwasseranteil von 60 % (deshalb Faktor 0,6 in der Widmark-Formel), bei Männern von 70 % (Faktor 0,7 in der Widmark-Formel) ausgegangen.

Hinweise für die Gesprächsführung

- Eine in der beschriebenen Weise sachliche bzw. „nüchterne“ Erklärung („Die Menge des Alkohols im Verhältnis zur Körperflüssigkeit entscheidet darüber, wie hoch der Alkoholgehalt im Blut ist.“) kann dem Mythos von Alkohol als Symbol von Stärke oder Männlichkeit „die Luft heraus nehmen.“ Das objektive Maß „Standardgläser“ kann an dieser Stelle ebenfalls gut eingeführt werden (Erklärung siehe Frage 1).
- Auch allgemeine Einstellungen zum Thema Alkohol(-konsum) können anknüpfend an diese Frage gut diskutiert werden.
- Während die Diskussion über diese Frage bei leichteren und weiblichen Jugendlichen dazu beitragen kann, dass sie stärker für das Thema Trinkmengen sensibilisiert werden, ist bei schwereren und männlichen Jugendlichen darauf zu achten, dass sie die Antwort auf diese Frage nicht als „Freischein“ für hohen Alkoholkonsum fehlinterpretieren („Dann darf ich ja einiges trinken als 90-Kilo-Mann“).
- Hier hilft es, ein paar konkrete Rechenbeispiele parat zu haben. Auch schwere Männer kommen schneller auf einen hohen Promillewert, als sie oft denken. Insbesondere männliche Multiplikatoren können am eigenen Beispiel erläutern, dass sie in ihrem Limit bleiben oder gar keinen Alkohol trinken – und dass für sie Alkohol und „männlich sein“ nichts miteinander zu tun haben.

Weitere Informationen:

Website: Startseite >Wissen >Wieso? Weshalb? Warum? >FAQs

Frage 5: Warum ist das Trinken von Spirituosen (Schnaps) besonders riskant?

Antwort: Eine geringe Menge Schnaps/Spirituosen reicht aus, um schnell viel reinen Alkohol aufzunehmen und dann auch schnell eine hohe Blutalkoholkonzentration zu erreichen.

Inhaltliche Erklärungshilfen und Zusatzinformationen

- Besonders gefährlich kann der Konsum von hochprozentigen alkoholischen Getränken werden, wenn der Alkohol innerhalb so kurzer Zeit getrunken wird, dass körperliche Warnsignale bzw. Abwehrreaktionen (Übelkeit, Erbrechen, Müdigkeit) noch nicht einsetzen und der Alkoholpegel sozusagen „ungebremst“ auf einen hohen Wert ansteigt.
- Viele Alkoholvergiftungen werden durch den Konsum von Spirituosen ausgelöst. Hochprozentige Alkoholika greifen außerdem die Schleimhäute des Verdauungstraktes stärker an als Getränkearten mit niedrigerem Alkoholanteil.
- Schnaps wird häufig bei Trinkspielen eingesetzt. Dabei kann der Überblick über die Trinkmenge besonders schnell verloren gehen, denn vor allem die Regeln und die Dynamik des Spiels entscheiden darüber, wann wer wie viel trinkt. Durch den Gruppendruck fällt es den meisten Jugendlichen schwer, mitten im Spiel auszusteigen bzw. mit dem Trinken auszusetzen. Empfehlung für die Jugendlichen: Besser und einfacher ist es, gar nicht erst mitzumachen.

Hinweise für die Gesprächsführung

- Zum Teil merkt man an der Reaktion der Jugendlichen, ob bereits Erfahrungen mit dem Konsum von Alkohol, insbesondere von Spirituosen vorliegen. Dabei werden auch meist die Einstellungen der Jugendlichen zu Alkohol deutlich – eine gute Gelegenheit, über ihre Meinungen zu diskutieren und nicht trinkende Jugendliche zu bestärken.
- Die Thematisierung der besonderen Gefahren durch Spirituosenkonsum sollte nicht dazu führen, dass andere alkoholische Getränke mit geringeren Volumenprozenten als (vergleichsweise) unproblematisch dargestellt werden. Falls eine solche Sichtweise deutlich werden sollte, hilft eine Berechnung des bei einer Trinkgelegenheit konsumierten reinen Alkohols (Ein halber Liter Bier entspricht ungefähr 3 Schnäpsen à 2 cl“).
- Falls Jugendliche Rauschtrinken verharmlosen, sollte über die hiermit zusammenhängenden Gefahren gesprochen werden.

Weitere Informationen:

Startseite > Wissen > Alkoholwirkung > Hochprozentige Fakten

Frage 6: Wird man schneller nüchtern, wenn man sich übergibt?

Antwort: Nein, der Alkohol wird schnell in den Blutkreislauf aufgenommen und darüber im gesamten Körper verteilt.

Inhaltliche Erklärungshilfen und Zusatzinformationen

- Dem Erbrechen nach dem Konsum von Alkohol geht meist das unangenehme Gefühl von Übelkeit voraus. Deshalb kann es als Erleichterung empfunden werden, wenn die Übelkeit nach dem Erbrechen schwächer wird bzw. ganz zurückgegangen ist. Dieses Gefühl der Erleichterung wird oft mit dem Gefühl von Nüchternheit verwechselt.
- Der Alkohol wird nach dem Trinken schnell in den Blutkreislauf aufgenommen und im gesamten Körper verteilt. Man wird also nicht schneller wieder nüchtern, wenn man sich übergeben muss – der Alkohol ist bereits im Blut und die Leber muss ihn abbauen.
- Auch mit Kaffee, Tanzen, Schwerstarbeit oder sonstigen „Rezepten“ lässt sich der Abbau nicht beschleunigen.

Chancen für die Gesprächsführung

- Die Botschaft „Alkohol ist ein Zellgift“ lässt sich über diese Frage gut vermitteln. Beim Erbrechen geht es darum, dieses Zellgift wieder los zu werden. Erbrechen ist die „Notbremse“ des Körpers!

- Durch ein sofortiges Erbrechen eines Teils des gerade aufgenommenen Alkohols (solange er noch im Magen ist und noch nicht in den Blutkreislauf aufgenommen wurde) kann der „frische Alkohol“ aus dem Körper wieder ausgeschieden werden. Falls Jugendliche einen solchen Fall schildern, können Sie darauf hinweisen, dass Übelkeit und Erbrechen meist erst zeitlich versetzt zum Alkoholkonsum auftritt. Wenn jemand sich dann übergibt, ist der Alkohol also schon längst in der Blutbahn. Zweites Argument: Wenn es zum Erbrechen kommt, ist zuvor meist viel getrunken worden, so dass das eventuelle Ausscheiden von geringeren Mengen „frisch getrunkenen“ Alkohols weniger ins Gewicht fällt.

Weitere Informationen:

Startseite > Wissen > Alkoholwirkung > Alkohol macht kaputt

Frage 7: Ist Alkohol für Jugendliche schädlicher als für Erwachsene?

Antwort: Ja, für Jugendliche ist Alkohol viel schädlicher als für Erwachsene. Sie reagieren wesentlich empfindlicher auf das Zellgift Alkohol, da sich ihre Organe noch in der Entwicklung befinden.

Inhaltliche Erklärungshilfen und Zusatzinformationen

- Das Gehirn von Jugendlichen befindet sich noch in einem Reifungsprozess und ist deshalb besonders sensibel gegenüber dem Zellgift Alkohol. Wissenschaftler/-innen gehen davon aus, dass der Reifungsprozess des Gehirns erst nach dem 20. Lebensjahr abgeschlossen ist. In der Jugendzeit finden im Gehirn zudem wichtige Umbauvorgänge statt, die durch den Alkohol beeinträchtigt werden können.
- Die Gehirnregion Hippocampus zum Beispiel, die für die Speicherung von Gedächtnisinhalten zuständig ist, kann durch dauerhaften und überhöhten Alkoholkonsum sogar schrumpfen.
- Empfohlene Grenzwerte für den Alkoholkonsum gibt es nur für Erwachsene.

Hinweise für die Gesprächsführung

- Über die Frage lässt sich gut die Sensibilität des Körpers gegenüber dem Zellgift Alkohol transportieren.
- Manche Jugendliche orientieren ihre Einstellung zu Alkohol bzw. ihren Alkoholkonsum an den Verhaltensweisen von Erwachsenen. Mit Hilfe der Frage kann der Unterschied deutlich gemacht und eine Diskussion über ihre Einstellungen zum Alkoholkonsum angeregt werden.
- Es bietet sich an, das Thema „Schädigung von Organen“ mit körperlicher und geistiger Fitness zu verknüpfen. Darüber wird auch der Slogan „Volle Power geht nur mit null Alkohol“ vermittelt.
- „Viel vertragen können“ gilt für manche Jugendliche als Stärke. Wenn sich Gesprächspartner/-innen mit ihrem Alkoholkonsum brüsten oder darauf verweisen, dass sie nach größeren Trinkmengen keine Wirkung verspüren, kann dies auf eine Gewöhnung an den Wirkstoff Alkohol hinweisen.
- Wenn über konkrete schädliche Folgen von Alkoholkonsum gesprochen wird, sollte ein Schwerpunkt auf die kurzfristigen Konsequenzen des Trinkens gelegt werden (siehe auch Frage 2).

Weitere Informationen:

Startseite > Wissen > Wieso? Weshalb? Warum? > FAQs

Frage 8: Welche Wirkung hat Alkohol, wenn er nach dem Sport getrunken wird?

Antwort: Alkohol hemmt den Muskelaufbau und kann den Körper austrocknen.

Inhaltliche Erklärungshilfen und Zusatzinformationen

- Alkohol nach dem Sport kann die Trainingseffekte reduzieren. Wenn Muskeln wachsen sollen, müssen sie nach dem Training mit Energie versorgt werden. Diese Energieversorgung aber wird durch Alkohol behindert, der Muskelaufbau gehemmt.
- Testosteron hat als körpereigenes Sexualhormon eine muskelaufbauende Wirkung. Ein ausgeglichener Testosteronspiegel ist eine wichtige Grundlage für den Muskelaufbau. Studien zufolge senkt zu viel Alkohol den normalen Testosteronspiegel im Körper.
- Alkohol entzieht dem Körper Wasser, wodurch der Abtransport von Schadstoffen in den Muskeln erschwert wird. Die Muskelzellen werden in der Folge nicht ausreichend mit Nährstoffen versorgt.
- Die Blutgefäße weiten sich, so dass der Körper schneller auskühlt. Durch Alkohol geht Power verloren, auch nach dem Sport.

Hinweise für die Gesprächsführung

- Die Frage ist gut geeignet, um sofortige bzw. kurzfristige Folgen von Alkoholkonsum ganz konkret und in einem für die meisten Jugendlichen relevanten Bereich zu erläutern.
- Wenn die allgemeine Aussage „Alkohol und Sport passen nicht zusammen“ durch die Beispiele (siehe inhaltliche Erklärungshilfen) konkretisiert wird, stehen die Chancen gut, dass die Jugendlichen sich daran erinnern.
- „Null Alkohol – Voll Power“ – das lässt sich an dieser Frage gut verdeutlichen.
- Sport und Alkohol werden zum Beispiel durch Alkoholwerbung bei Sportereignissen systematisch miteinander in Verbindung gebracht. Die Alkoholindustrie profitiert davon, wenn ihre Produkte mit dem gesunden Image von Sport verbunden werden – das positive Bild des Sports strahlt auf sie ab. Diese Zusammenhänge sollte man vor allem dann im Hinterkopf haben, wenn für manche Jugendliche Alkohol zum Beispiel nach dem Sport „automatisch“ dazu gehört.

Weitere Informationen:

Startseite > Wissen > Körperzerstörer > Alkohol macht unsportlich

Frage 9: Was hat mehr Kalorien, ein Biermixgetränk (0,33 l), eine Apfelsaftschorle (0,33 l) oder haben beide gleich viel Kalorien?

Antwort: Ein Biermixgetränk

Inhaltliche Erklärungshilfen und Zusatzinformationen

- 1 Gramm reiner Alkohol (7 kcal) hat fast so viele Kalorien wie 1 Gramm Fett (9 kcal) und mehr als 1 Gramm Zucker (4 kcal).
- Zusätzlich kann Alkohol dick machen, weil er den natürlichen Fettabbau im Körper drosselt. Außerdem bekommen viele Hunger, nachdem sie Alkohol getrunken haben und nehmen dann noch mehr Kalorien auf, zum Beispiel in Form von Fast Food.
- Alkohol hat also einen relativ hohen Kalorienwert, ohne dabei dem Körper wichtige Stoffe wie Vitamine oder Spurenelemente zu liefern. Es handelt sich in diesem Sinne also um „leere Kalorien“

Hinweise für die Gesprächsführung

- Die Antwort auf die Frage löst bei vielen Jugendlichen Verwunderung aus, so dass man hierüber im Allgemeinen gut ins Gespräch kommt.
- Bei Jugendlichen, für die das Thema Kalorien weniger interessant erscheint, kann man an dieser Stelle auch auf das Thema Fitness eingehen.
- Einigen Jugendlichen erscheint Alkoholkonsum noch als folgen- bzw. harmlos. Das Thema „Kalorien“ kann dazu dienen, dieses Bild zu „stören“ und (oft erstmalig) ein Nachdenken über

Alkohol anzustoßen. Hieran anknüpfend können allgemeinere Einstellungen zum Thema Alkohol diskutiert werden.

- Die meisten Jugendlichen im Alter der Zielgruppe mögen den Geschmack von alkoholischen Getränken noch nicht (zu scharf, zu bitter, etc.). Die Süße in den Biermixgetränken überdeckt den für sie unangenehmen Geschmack des Alkohols. Um zu verdeutlichen, dass Biermixgetränke genauso „ernst“ zu nehmen sind wie andere alkoholische Getränke, bietet es sich zum Beispiel an, den Alkoholgehalt von einem Biermixgetränk in „Spirituosen“ umzurechnen und damit anderen alkoholischen Getränken gleichzustellen: Eine 330 ml-Flasche eines Biermixgetränks (2,5 Vol.-%) entspricht einem Glas Schnaps (2 cl, 38 Vol.-%).
- Bei der Auseinandersetzung mit dem Thema „Kalorien“ sollte in jedem Fall vermieden werden, dass die Jugendlichen auf die Idee kommen, „an anderer Stelle“ (zum Beispiel beim Essen) Kalorien einzusparen, um dann „folgenlos“ Alkohol trinken zu können. Wenn der Eindruck entsteht, dass das Thema „Schlank sein“ und das Zählen von Kalorien für den oder die Jugendliche(n) eine übertrieben große Bedeutung haben (die z.B. in Richtung einer Essstörung denken lässt), sollte diese Frage entsprechend kurz behandelt bzw. der Aspekt der fehlenden Nährwerte in den Vordergrund gestellt werden.

Weitere Informationen:

Startseite >Wissen >Körperzerstörer >Alkohol macht dick

Frage 10: Wie wirkt sich viel Alkohol auf Sex aus?

Antwort: Kondome werden leichter vergessen, obwohl sie vor sexuell übertragbaren Krankheiten schützen.

Inhaltliche Erklärungshilfen und Zusatzinformationen

- Alkohol enthemmt, macht lockerer und unkritischer. Dadurch sinkt die Schwelle für Dinge, die man im nüchternen Zustand nicht tun würde.
- Leute, die getrunken haben, benutzen beim Geschlechtsverkehr seltener Kondome. Eine ungewollte Schwangerschaft oder auch eine Geschlechtskrankheit kann die Folge sein. Eine Geschlechtskrankheit überträgt sich, ohne dass man es merkt. Manche Geschlechtskrankheiten wird man nie wieder los, wieder andere haben ernste Folgen, wenn sie nicht rechtzeitig behandelt werden. Auch HIV wird durch ungeschützten Sex übertragen.

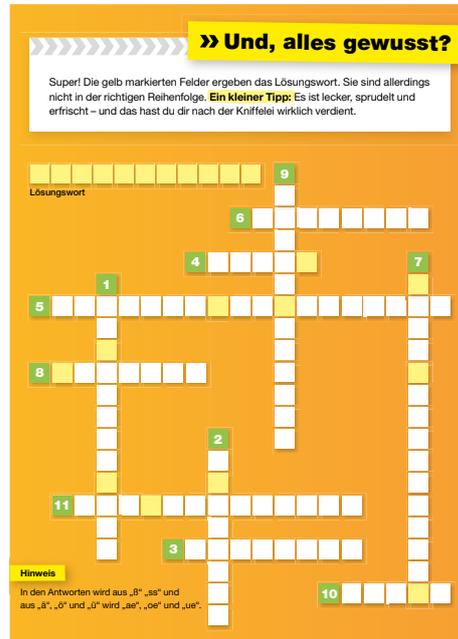
Hinweise für die Gesprächsführung

- Sexualität ist für viele Jugendliche ein interessantes Thema. Deshalb lässt sich über diese Frage in vielen Fällen ein hoher Aufmerksamkeitslevel erreichen, der sich gut für die Gespräche nutzen lässt.
- Viel Alkohol kann auch eine Erektion erschweren.
- Web-Tipp für BZgA-Kampagne zum Thema: www.loveline.de
- Besonders jüngere Gesprächspartner/-innen, die selber noch keine sexuellen Erfahrungen gemacht haben, können schamhaft und verunsichert reagieren, wenn sie auf das Thema Sexualität angesprochen werden, insbesondere im Beisein von anderen. In diesem Fall kann die Frage zum Beispiel als reine Wissensfrage behandelt und nicht als Anknüpfungspunkt für ein persönliches Gespräch genutzt werden.

Weitere Informationen:

Startseite >Wissen >Sex mit Schreck

»» 5.2 Kniffel-Spaß: Fragen und Antworten



Die gelb markierten
Felder ergeben
das Lösungswort
„Saftschorle“

Falls es mal zu knifflig wird, sind alle Antworten auf null-alkohol-voll-power.de zu finden.

1. Wer schlau sein will, bleibt nüchtern, denn Alkoholkonsum stört ihre Kommunikation erheblich: **GEHIRNZELLEN**
2. Davon hat Alkohol jede Menge, denn er ist ein echter Dickmacher: **KALORIEN**
3. Vom Tunnelblick zum Kontrollverlust: Diese Einheit gibt den Alkoholgehalt im Blut an: **PROMILLE**
4. Alkohol trübt die Sinne, macht körperlich abhängig und eine Überdosis kann tödlich sein. Anderes Wort für „Suchtmittel“: **DROGE**
5. Es regelt unter anderem die Abgabe von Alkohol an Jugendliche: **JUGENDSCHUTZGESETZ**
6. Mit zu viel Alkohol keinen blassen Schimmer mehr haben? Anderer Begriff für „Blackout“: **FILMRISS**
7. Er ist nur sicher, wenn alle Beteiligten (Fußgänger, Radfahrer, ...) nüchtern sind: **STRASSENVERKEHR**
8. Mit zu viel Alkohol hat selbst der charmanteste Casanova das nicht mehr drauf. Anderes Wort für „Anbaggern“: **FLIRTEN**
9. Wie ein Wolf im Schafspelz: ... sehen oft bunt und hip aus und ihre süßen Aromen überdecken den Geschmack des bitteren Alkohols: **MIXGETRAENKE**
10. Volle Power geht nur ohne Alkohol. Wer ... treibt und Alkohol trinkt, stört den Trainingserfolg: **SPORT**
11. Ob auf zwei oder vier Rädern: Nur nüchtern ist sicher. Daher gilt ein absolutes ... für Fahrerinnen und Fahrer: **ALKOHOLVERBOT**

»» 5.3 Rätsel-Spaß: Fragen und Antworten

1. Brennt hier was? Nein, aber **BRANNTWEIN** ist trotzdem gefährlich und darf darum nach dem Jugendschutzgesetz erst an Personen ab 18 Jahren verkauft werden.
2. So tierisch schlecht kann es einem nach dem Alkoholtrinken gehen: **KATER**.
3. Mit zu viel Alkohol schlägt die Stimmung schnell um, denn viele werden dann reizbar und **AGGRESSIV**.
4. So heißt „Alkohol“ rein wissenschaftlich: **ETHANOL**.
5. Hier ist das Hauptorgan zum Alkoholabbau im Körper: **LEBER**.
6. Daher hat der alkoholbedingte Bauch seinen Namen: **BIER**.
7. Je 2 Standardgläser Alkohol an höchstens 5 Tagen in der Woche gelten für männliche Erwachsene als risikoarm, für Jugendliche und erwachsene Frauen ist das schon zu **VIEL**.
8. Auf der Couch: Wenn Alkohol zur Sucht wird, hilft oft nur eine **THERAPIE**, um wieder „ohne“ zu leben.
9. So wird auf Flaschenetiketten abgekürzt, wie viel Alkohol im Getränk enthalten ist: **VOL%**.
10. Ein Blick auf die „Null Alkohol – Voll Power“-Website zeigt: Alkohol macht dumm. Denn volle Gehirn **POWER** geht nur mit null Alkohol.



H	I	H	O	B	I	H	Q	C	D	G	C	M	I	V	M	J	Q	F	U	R	K
I	B	B	I	E	R	E	M	A	U	I	H	P	S	U	B	B	F	J	T	A	F
G	R	M	N	U	T	C	A	A	Q	N	C	K	P	M	R	J	F	L	O	G	Z
K	A	H	H	G	F	T	Q	S	J	B	I	A	R	O	Y	L	H	E	P	G	A
E	N	H	R	I	C	H	B	M	E	E	B	T	P	N	W	S	B	B	G	R	K
L	N	V	O	L	B	E	K	F	B	T	L	E	R	D	G	E	A	E	W	E	V
G	T	Z	E	L	Q	R	L	S	S	H	V	R	Y	B	X	M	R	R	B	S	G
S	W	H	F	E	W	A	F	D	G	A	T	A	J	R	J	S	U	Z	M	S	P
E	E	Y	T	N	J	P	E	I	K	N	A	O	I	G	V	M	J	P	C	I	G
L	I	U	Q	Z	R	I	S	U	D	O	T	Q	H	V	Y	G	W	R	N	V	Y
Z	N	J	I	U	F	E	V	I	E	L	K	C	F	O	W	M	L	E	E	S	N
U	G	J	R	V	W	Z	G	G	D	H	M	C	K	Q	R	C	L	V	M	Z	Z



»» 5.4 So gelingt das Interview

Um sicherzustellen, dass in einem Interview alle wichtigen Fragen gestellt werden und im Gespräch noch genügend Kapazitäten für spontane Einfälle bleiben, ist ein Gesprächsleitfaden oder zumindest eine Fragenliste unabdingbar. Viele Jugendliche kennen die sogenannten W-Fragen bereits aus der Schule: Wer hat was wann wo, wie und warum getan?

Tip: Lassen Sie die Fragen in verschiedenen Kleingruppen erarbeiten (alternativ in „stiller Einzelarbeit“). Es ist immer wieder erstaunlich, wie viele unterschiedliche Fragevarianten und damit Perspektiven auf ein Thema (Tipps für die kreative Themenfindung gibt es in Kapitel 4) es gibt.

Fragen, die lediglich zu „Ja/Nein“ Antworten führen, sollten dabei vermieden werden. Deutlich ergiebiger sind die genannten „W-Fragen“. Um zu testen, wie gut die Fragen funktionieren, können Sie die Fragen und Antworten von den Jugendlichen im Rollenspiel durchspielen lassen.

Aus dieser ersten groben Fragensammlung werden dann die späteren Interviewfragen gewonnen und in eine Reihenfolge gebracht. Dabei bietet es sich an, mit einer möglichst offen gestellten Einstiegsfrage zu beginnen. Zum Beispiel bei einem Interview mit einer Mitarbeiterin einer Suchtberatungsstelle: „Wieso brauchen wir in unserer Stadt eine Suchtberatung?“ oder „Wie sieht ein typischer Tag in Ihrem Beruf aus?“ Oder in einem Gespräch mit Jugendlichen: „Was haltet ihr davon, wenn Sportler Werbung für Bier machen?“ und bei der Anschlussfrage inhaltlich daran anzuknüpfen („Mit welchen typischen Anliegen kommen Jugendliche in die Beratungsstelle?“ oder „Was glaubt ihr, wie groß ist der Einfluss von Prominenten, zum Beispiel von Sportlern, auf unseren Umgang mit Alkohol?“).

Über die Spiegel-Perspektive können dann auch kritischere Fragen in das Gespräch einfließen. Bezogen auf das Beispielthema eines Interviews mit einer Suchtberaterin kann (nachdem das Beratungsangebot zuvor umrissen wurde) etwa gefragt werden: „Wie sind die Erfolgsaussichten einer Beratung, wenn der oder die Betreffende nicht freiwillig zu Ihnen kommt?“; „Können Angehörige überhaupt etwas ausrichten, wenn der/die Familienangehörige zu viel trinkt?“ Im Gespräch über prominente Sportler, die Werbung für Alkohol machen, könnte die Entgegnung zum Beispiel lauten: „Sollte man Alkoholwerbung im Fernsehen lieber ganz verbieten?“

Als Ausstiegsfrage(n) eines Interviews bieten sich Fragen an, die ein Fazit des Gesprächs erlauben oder über die noch einmal praktische Informationen erfragt werden: „Was konkret sollte jemand tun, der sich Gedanken um den Alkoholkonsum eines anderen Menschen macht?“ oder „Wenn ihr die Regeln für Alkoholwerbung bestimmen könntet, was würdet ihr umsetzen?“



Vier Phasen eines Interviews

Die vier Phasen eines Interviews sollen als Orientierung für den Aufbau des Fragenkatalogs dienen und dem späteren Gespräch einen roten Faden geben. Gleichzeitig ist in einem Interview aber natürlich auch immer Flexibilität gefordert und der Frager sollte den Antworten des Gesprächspartners folgen. Keine Sorge also, wenn das Interview anders verläuft als vorher gedacht. Gerade dann können die genannten Fragetypen aber auch eine große Hilfe sein. Wenn man beispielsweise im Gespräch ganz woanders gelandet ist als vorher geplant, ist es hilfreich, wenn man den oder die Interviewpartner/-in zum Schluss entweder um ein Fazit des Gesprächs oder um praktische Informationen (z.B. Internetadresse oder anstehende Termine) bittet (siehe Phase 4).

➤➤ 5.5 Bestellformular für Give-Aways und Medien

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
 Maarweg 149–161
 Ref. 1-13 / Malgorzata Lubocki
 50825 Köln



Bestellformular

Die Materialien und Give-Aways der BZgA erhalten Sie kostenlos. Diese sind nicht zum Weiterverkauf bestimmt. Bitte senden Sie Ihre Bestellung per E-Mail an: malgorzata.lubocki@bzga.de oder per Fax an: 0221 - 89 92 300. Eine telefonische Bestellannahme ist nicht möglich.

Titel	Bestellnr.	Anzahl
Jugendbroschüre „Wissen was geht“	32070001	_____
Jugenschutzgesetz Plakat (Auszüge)	32070045	_____
Aufkleber – Logo „Null Alkohol-Voll Power“	32070002	_____
Postkartenserie – „Null Alkohol-Voll Power“	32070003	_____
Plakatserie – „Null Alkohol-Voll Power“	32070004	_____
Plakatserie 2016 – „Null Alkohol-Voll Power“	32070047	_____
Wissenstest „Null Alkohol-Voll Power“	32070005	_____
Rätsel-Spaß für klare Köpfe	32070006	_____
Kniffel-Spaß für helle Köpfe	32070007	_____
Aufkleber – „Sprüche“	32070013	_____
Aufkleber – „Notizen“	32070014	_____
Broschüre „Cocktails zum Selbermixen – 100% SPASS“	32070008	_____
NAV-P Wasserball (höchste Abgabemenge 10 Stück)	32070010	_____
NAV-P Radiergummi (höchste Abgabemenge 15 Stück)	32070049	_____
NAV-P Sportbeutel (höchste Abgabemenge 10 Stück)	32070050	_____
Kugelschreiber „Null Alkohol-Voll Power“ (höchste Abgabemenge 30 Stück)	32070011	_____
Tragetasche „Null Alkohol-Voll Power“ (höchste Abgabemenge 5 Stück)	32070015	_____
Haftnotizblock „Null Alkohol-Voll Power“ (höchste Abgabemenge 30 Stück)	32070017	_____
Werbepanner „Null Alkohol-Voll Power“ (80 cm x 350 cm, nur 1 Stück pro Veranstalter)	32070009	_____
NAV-P Spielesammlung in Holzbox (höchste Abgabemenge 3 Stück)	32070019	_____
Elternratgeber „Alkohol – reden wir darüber!“	32101900	_____
Medienübersicht „Suchtprävention“	33110100	_____
Medienübersicht „Unterrichtsmaterialien-Arbeitshilfen für Lehrer“	20000002	_____

Bitte um Zustellung bis zum _____ (Bitte beachten Sie, dass die Bearbeitungs- und Lieferzeit ca. 2 Wochen beträgt)

Lieferadresse:

Name, Institution: _____

Straße, PLZ, Ort: _____

Telefon, Fax: _____ Datum, Unterschrift _____

Hinweis: Die Give-Aways werden ausschließlich projektgebunden für Aktionstage etc. in begrenzter Anzahl für nichtkommerzielle Aktivitäten zur Verfügung gestellt, die gemeinnützigen Charakter haben und im Zusammenhang mit den Themen der Gesundheitsförderung und Alkoholprävention stehen. Daher möchte ich Sie bitten, zu erläutern wie der Einsatz der bestellten Give-Aways vorgesehen ist.

»» 6. Hilfreiche Adressen und Literatur

Materialien der BZgA

Die BZgA hält eine Vielzahl von Broschüren, Unterrichtsmaterialien, Filmen, Plakaten, Ausstellungen und Arbeitsmappen bereit, die – mit Ausnahme einiger spezieller Fachpublikationen sowie audiovisueller Medien – innerhalb der Bundesrepublik Deutschland in der Regel kostenlos abgegeben werden. Eine Übersicht der Medien finden Sie auf dieser Seite: www.bzga.de/infomaterialien.

Alle aktuellen Studien der BZgA aus dem Bereich Suchtprävention, darunter aktuelle Berichte über den Alkoholkonsum von Jugendlichen in Deutschland (Repräsentativbefragung und Trends) können auf dieser Seite abgerufen werden: www.bzga.de/forschung/studien-untersuchungen/studien/suchtpraevention.

Für Lehrer/-innen sind zu verschiedenen Themen der Suchtprävention und Gesundheitsförderung Unterrichtsmaterialien entwickelt worden: www.bzga.de/infomaterialien/unterrichtsmaterialien.

Für weitere Unterstützung bei der Umsetzung Ihrer Projekte (beispielsweise in Form von Give-Aways) wenden Sie sich bitte über das Kontaktformular der Null-Alkohol-Voll-Power-Website an uns www.null-alkohol-voll-power.de/machen/infomaterial-bestellen und www.bzga.de/infomaterialien/alkoholpraevention.

Klicksafe (www.klicksafe.de)

Alles Wissenswerte (nicht nur) zu den Themen Urheberrecht, Persönlichkeitsschutz, Medienkompetenz etc.; verständlich und zielgruppengerecht aufbereitet für Jugendliche sowie Eltern oder Lehrer/-innen www.klicksafe.de.

Übersicht Landesmedienanstalten in Deutschland (www.die-medienanstalten.de/ueber-uns/landesmedienanstalten.html)

Auf den Websites der Landesmedienanstalten sind interessante Informationen über die Produktion von Medien sowie rechtliche und technische Rahmenbedingungen zu Medieninhalten zu finden, ebenso ein Verzeichnis relevanter Medienangebote im Bundesland (inkl. Bürgerfunk und offenen Kanälen). Beispiel: Medienwerkstatt der Thüringer Landesmedienanstalt mit vielen praktischen Tipps für die Medienproduktion: www.tlm.de/die-tlm/zusammenarbeit/medienkompetenz-netzwerk.

SIN – Studio im Netz (www.studioimnetz.de)

Bundesweit agierende medienpädagogische Facheinrichtung, anerkannter Träger der freien Jugendhilfe mit Schwerpunkt auf „Kinder, Jugendliche und digitale Medien“

Lehrer-Online (www.lehrer-online.de)

Kostenfreie Informationen und Materialien rund um den Einsatz digitaler Medien im Unterricht.

Literatur:

- Anfang, Demmler, Lutz, Struckmeyer (Hrsg., 2015). Wischen klicken knipsen – Medienarbeit mit Kindern. Schriftenreihe Materialien zur Medienpädagogik. Band 12, kopaed, München, ISBN 978-3-86736-166-8
- Bloech, Fiedler, Lutz (Hrsg., 2005), Junges Radio – Kinder und Jugendliche machen Radio, Schriftenreihe Materialien zur Medienpädagogik, Band 5, kopaed, München, ISBN 978-3-938028-28-5
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2013). Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche – Eine Bestandsaufnahme.
- Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (Hrsg, 2018). Jahrbuch Sucht. Pabst. Lengerich
- Eder, S. und Roboom, S. (Hrsg., 2001). Kinder und Jugendliche machen RABATZ. Intensivierung der medienpädagogischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen in Offenen Kanälen, kopaed, München, ISBN 978-3-935686-42-6
- Fiege, Jürgen (2002). Die Dauer des Augenblicks. Ein foto-pädagogisches Handbuch, kopaed, München, ISBN 978-3-935686-22-8
- Haller, Michael (2013). Das Interview, Auflage: 5, völlig überarbeitete Auflage, UVK Verlagsgesellschaft, ISBN: 978-3867643177
- Israel, U. und Reimann, A. (2005). A & F Handreichungen. Materialien zur radiojournalistischen Aus- und Fortbildung in nichtkommerziellen Radios. Praxishandbuch für Lehrende und Lernende, kopaed, München, ISBN 978-3-938028-58-2
- Lauffer, J. und Röllecke, R. (Hrsg., 2012). Chancen digitaler Medien für Kinder und Jugendliche. Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven, Beiträge aus Forschung und Praxis – Prämierte Medienprojekte, kopaed, München, ISBN 978-3-86736-274-0
- Müller, Ines (2012). Filmbildung in der Schule. Ein filmdidaktisches Konzept für den Unterricht und die Lehrerbildung, kopaed, München, ISBN 978-3-86736-286-3
- Orth, B. (2017). Der Alkoholkonsum Jugendlicher und junger Erwachsener in Deutschland. Ergebnisse des Alkoholsurveys 2016 und Trends. BZgA-Forschungsbericht. Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.
- Podcasts (2014). Im Internet abrufbare Mediendateien zum Hören (Audio-Podcast) oder Sehen (Videocast / Vodcast). Aus: Band 16: Web 2.0 und Social Media in der gesundheitlichen Aufklärung – Werkstattgespräche der BZgA mit Hochschulen, Köln
- Rösch, Demmler, Jäcklein-Kreis, Albers-Heinemann (Hrsg., 2012). Medienpädagogik Praxis Handbuch. Grundlagen, Anregungen und Konzepte für aktive Medienarbeit, Schriftenreihe Materialien zur Medienpädagogik, Band 10, kopaed, München, ISBN 978-3-86736-279-5
- School's Out!-Radio (Hrsg., 2012). 3, 2, 1 on Air! Ein Handbuch für junge RadiomacherInnen, kopaed, München, ISBN 978-3-938028-45-2
- Spielmann, Raphael (2011). Filmbildung! Traditionen · Modelle · Perspektiven, kopaed, München, ISBN 978-3-86736-249-8
- Statistisches Bundesamt (2018). Behandlungen aufgrund akuter Intoxikation (Akuter Rausch durch Alkohol). Zahlen aus dem Jahr 2016
- Werner, U. und Günnel, T. (2003). Der Radioschein. Radiojournalistische Basis-Ausbildung für Laien. Praxishandbuch für Lehrende, kopaed, München, ISBN 978-3-935686-76-1

BZgA

Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung

**NULL ALKOHOL
VOLL POWER**



Die Arbeitshilfe ist ein Angebot der Kampagne „Null Alkohol – Voll Power“
der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA).