

BZgA

ALKOHOL SPIEGEL

Hintergrundinformationen zur Alkoholprävention der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

10 Jahre „Alkohol? Kenn dein Limit.“



Der Beginn im Jahr 2009

„Komasaufen als Jugendmode“: So titelte *Zeit Online* im Jahr 2009. Der mediale Diskurs um jugendliches Rauschtrinken und Alkohol-exzesse erreichte einen Höhepunkt – ebenso wie die Zahl Jugendlicher, die mit Alkoholintoxikationen ins Krankenhaus eingeliefert wurden. Aus dieser besorgniserregenden Entwicklung heraus entstand die Kampagne „Alkohol? Kenn dein Limit.“, mit der sich die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) gezielt an 16- bis 20-Jährige richtet, um Jugendliche zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol zu motivieren. Der Verband der Privaten Krankenversicherung e.V. (PKV) unterstützt die Alkoholpräventionskampagne seit 2009 finanziell.

Besondere Merkmale der Kampagne

„Alkohol? Kenn dein Limit.“ als Social-Marketing-Kampagne hat zum Ziel, die gesellschaftliche Einstellung und den Umgang mit Alkohol positiv zu verändern. In der ersten Phase wurde die Kampagne bundesweit bei der jugendlichen Zielgruppe bekannt

gemacht. Hierzu nutzte die BZgA die gesamte mediale Bandbreite von Großflächen-Plakaten über Kino- und TV-Spots bis hin zu Schulpostern und Online-Marketing. Die starke Präsenz machte den Claim „Alkohol? Kenn dein Limit.“ in wenigen Jahren zu einer bei Jugendlichen bekannten Marke. Gleichzeitig rückte das Thema Alkoholprävention auf der gesundheitspolitischen Agenda verstärkt in den Fokus.

Um möglichst viele Jugendliche persönlich zu erreichen, nutzte die Kampagne von Beginn an die Interaktivität des Internets: Das Portal www.kenn-dein-limit.info verfügt mit aktuell mehr als einer halben Million Besuche im Quartal über eine hohe Reichweite. Nutzendes werden mit interaktiven Angeboten wie Wissens- und Selbsttests und mit einem Verhaltensänderungsprogramm individuell erreicht. Ergänzt wird das Portal durch einen Blog sowie Präsenzen in bei Jugendlichen beliebten Social-Media-Kanälen: Waren dies im Jahr 2010 noch MySpace, SchülerVZ und StudiVZ, so sind es heute Facebook, YouTube

Editorial



© BZgA

Liebe Leserin,
lieber Leser,

zehn Jahre „Alkohol? Kenn dein Limit.“ – das bedeutet für die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ein Jahrzehnt intensiver Zusammenarbeit mit engagierten Mitstreiterinnen und Mitstreitern in der Alkoholprävention. Ohne die gute Zusammenarbeit, den kritischen Austausch, die kreativen Ideen und die praktische Expertise kann eine Kampagne nicht derart mit Leben gefüllt werden wie dies bei „Alkohol? Kenn dein Limit.“ der Fall ist. Dafür möchte ich Danke sagen!

Mein herzlicher Dank geht in besonderer Weise an den Verband der Privaten Krankenversicherung e.V. (PKV), den langjährigen Förderer der Kampagne. Durch das große Engagement der PKV konnten wir diese Kampagne konzipieren, umsetzen und begleitend evaluieren.

In unserer aktuellen ALKOHOLSPIEGEL-Ausgabe reflektieren wir das bisher Erreichte und schauen nach vorne: Denn im Schulterschluss mit Ihnen, den Ländern, Kommunen und zahlreichen weiteren Akteurinnen und Akteuren, werden wir auch in Zukunft die Alkoholprävention engagiert und erfolgreich gestalten.

Herzliche Grüße
Ihre
Dr. Heidrun Thaiss

➔ Rückblick & Ausblick: 10 Jahre „Alkohol? Kenn dein Limit.“



Prof. Heinz Bonfadelli,
Medienwissenschaftler:

„Massenmedien sind wichtig, um weite Bekanntheit zu erreichen und eine Marke zu bilden. „Alkohol? Kenn dein Limit.“ ist zu einer positiv besetzten Marke geworden. Das hat einen enorm hohen Wert.“

und Instagram. „Alkohol? Kenn dein Limit.“ berücksichtigt, dass sich das Leben von Jugendlichen selbstverständlich auch in der digitalen Lebenswelt abspielt – und erreicht sie genau dort.

In der Gesamtstrategie der Kampagne ist der persönliche Austausch mit Jugendlichen von großer Bedeutung. Für den Direktkontakt sind speziell geschulte Kampagnen-Peers bundesweit im Freizeitumfeld junger Menschen unterwegs, im Sinne einer „Kommunikation auf Augenhöhe“ unter nahezu Gleichaltrigen. Seit 2009 hat die BZgA 265 Peers ausgebildet, die in 1.533 Einsätzen rund 130.000 Gespräche mit Jugendlichen geführt haben. Die Peers sind damit die Gesichter der Kampagne. In lockeren Gesprächen mit Jugendlichen sensibilisieren sie für die Risiken des Rauschtrinkens, vermitteln Wissen und motivieren zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol. Auch mit schulischen Angeboten wie dem „KlarSicht“-MitmachParcours oder den JugendFilmTagen sind bundesweit viele Schülerinnen und

Schüler in den vergangenen Jahren persönlich erreicht worden. Die Kampagne setzt in der direkten Begegnung auf interaktive, spielerische Präventionsangebote, die Spaß machen. Neu entwickelt und evaluiert wurde der Klassenwettbewerb „Klar bleiben“.

Darüber hinaus fördert die Kampagne seit dem Jahr 2010 mit „Gemeinsam initiativ gegen Alkoholmissbrauch“ die kommunale Strukturentwicklung in der Alkoholprävention. So hat „Alkohol? Kenn dein Limit.“ insgesamt acht Länderkonferenzen zur erfolgreichen und nachhaltigen Prävention des Alkoholmissbrauchs in der Kommune und vier Schulungen zum Netzwerkmanagement in der Alkoholprävention auf den Weg gebracht. Zukünftig wird „Alkohol? Kenn dein Limit.“ die zahlreichen Unterstützungsangebote für kommunale Akteure in einem Servicecenter bündeln, das online wie offline agiert.

Im Rahmen der Kampagne führt die BZgA alle zwei Jahre eine bundesweite Repräsentativbefragung der 12- bis 25-Jährigen in



Felix Michels alias Tomatolix,
YouTuber:

„Dass die Kampagne Social Media nutzt, um ihre Botschaften und Informationen zu platzieren, um mit den Jugendlichen ins Gespräch zu kommen, ist wichtig und richtig – alles andere wäre nicht zeitgemäß.“



Dr. Hans-Jürgen Hallmann,
ginko Stiftung für Prävention,
Nordrhein-Westfalen:

„Mit „Alkohol? Kenn dein Limit.“ konnte die kommunale Alkoholprävention entscheidend weiterentwickelt werden, indem Fachkräfte vor Ort in nachhaltigem, qualitätsgesichertem Netzwerkmanagement qualifiziert wurden.“

Deutschland zu ihrem Alkoholkonsumverhalten durch. Die Studie „Alkoholsurvey“ gibt Aufschluss über Einstellungen der Zielgruppe und die Reichweite der Kampagne (siehe auch Seite 4).

Was bleibt zu tun?

Deutschland ist auch im Jahr 2019 im internationalen Vergleich ein Hochkonsumland: Alkohol hat historisch und traditionell bedingt in der Gesellschaft einen hohen Stellenwert. Zwar ist das Suchtrisiko von Alkohol grundsätzlich bekannt, aber weniger geläufig ist, dass eine Abhängigkeit schleichend und oft unbemerkt entsteht. Langsam, aber stetig wächst jedoch das allgemeine Bewusstsein für die mit dem Konsum von Alkohol verbundenen gesundheitlichen Risiken. Einen gesamtgesellschaftlichen Wandel in Hinblick auf den noch viel zu unkritischen Umgang mit Alkohol zu erreichen – und zwar in allen Altersgruppen – ist daher ein Ziel, das nur im engen Schulterschluss aller Akteure erreicht werden kann: von Bund, Ländern und Kommunen gemeinsam. 🇪

➔ Plakataktionen, Kino-Spots, Studien und Klassenwettbewerbe

2009

Erste bundesweite Plakataktion zum Thema Alkoholprävention bei Jugendlichen.

Erster Kino- und TV-Spot „Disco“ gewinnt den Gold Award der Integrated TV & Video Association e.V. (ITVA).



2011

Das neue interaktive Mitmach-Areal der Kampagne erreicht auf großen Sportevents rund 180.000 Jugendliche und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren.

2013

Start des Blogs auf www.blog.kenn-dein-limit.info. Seither rund 400 Blogbeiträge.

2014

Erste Online-Mitmachaktion „1.000 Gründe im Limit zu bleiben“. Es beteiligen sich rund 5.000 Jugendliche.

Facebook-Präsenz mit 335.000 Fans.

Dritter Alkoholsurvey: Der Slogan „Alkohol? Kenn dein Limit.“ ist jetzt schon bei 87 Prozent der jungen Erwachsenen bekannt.

2010

Erster BZgA-Alkoholsurvey: Bundesweite Untersuchung zum Alkoholkonsum der 12- bis 25-jährigen Bevölkerung. 7.000 Befragte im Zeitraum Juni bis August 2010.

Die Internetplattform www.kenn-dein-limit.info verzeichnet 600.000 Besucher.

Das Projekt zur kommunalen Alkoholprävention GigA – Gemeinsam initiativ gegen Alkoholkonsum bei Kindern und Jugendlichen – startet in Nordrhein-Westfalen in sechs Regionen.

2012

Zweite bundesweite Plakataktion „anflirten statt abstürzen“. Kino- und TV-Spot „Hausparty“.

Der zweite Alkoholsurvey zeigt: Der Slogan „Alkohol? Kenn dein Limit.“ ist 80 Prozent der 18- bis 25-Jährigen bekannt.



➔ „Gemeinsam erreichen wir Ziele“

Was hat die Kampagne „Alkohol? Kenn dein Limit.“ bewirkt? Wie soll es in Zukunft weitergehen? Im Interview geben BZgA-Leiterin Dr. Heidrun Thaiss und PKV-Direktor Dr. Florian Reuther Antworten.

AS: Zehn Jahre „Alkohol? Kenn dein Limit.“ – was sind die größten Erfolge für Sie?

Dr. Heidrun Thaiss: Zu den größten Erfolgen zählt, dass die Kampagne bundesweit bekannt und positiv besetzt ist – bei Jugendlichen und bevölkerungsweit. Mit der Kampagne ist es uns gelungen, das Thema Alkoholprävention mit neuem Nachdruck auf die gesundheitspolitische Agenda zu bringen. „Alkohol? Kenn dein Limit.“ hat einen gesellschaftlichen Diskurs angestoßen und die Zusammenarbeit mit Fachkräften auf Bundes- und Landesebene ausgebaut. Gemeinsam haben wir dazu beigetragen, dass Rauschtrinken im Jugendalter rückläufig ist und die Zahl der Alkoholintoxikationen bei Jugendlichen langsam sinkt.

Dr. Florian Reuther: Aus Sicht der PKV ist die Kampagne seit zehn Jahren erfolgreich, weil sie Jugendliche und ihre Bezugspersonen in den Lebenswelten – sei es Schule, Kommune, Freizeit oder Sportverein – persönlich erreicht und damit wichtige Präventionsimpulse auch auf kommunaler Ebene setzt. In den Schulen sind der MitmachParcours, die JugendFilmTage, der neue Klassenwettbewerb „Klar bleiben“ attraktive Angebote für Jugendliche, im Freizeitsetting sind die Peer-Aktionen beliebt. Die Kampagne hat

dazu beigetragen, den moderaten Umgang mit Alkohol oder den gänzlichen Verzicht auch bei Jugendlichen attraktiv zu machen.

AS: Was hat sich im Hinblick auf das Gesundheitsverhalten verändert?

Dr. Heidrun Thaiss: Das individuelle Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung ist weiter gestiegen, das trifft auch auf Jugendliche zu – wir sehen es an rückläufigen Raucherquoten und am insgesamt rückläufigen Alkoholkonsum. Auf politischer Ebene ist mit dem Nationalen Gesundheitsziel „Alkoholkonsum reduzieren“ seit 2015 ein weiteres Suchtpräventionsthema in den Fokus gerückt. Das im selben Jahr in Kraft getretene Präventionsgesetz hat zusätzlich die Bedeutung einer gesundheitsförderlichen Ausgestaltung von Lebenswelten unterstrichen.

Dr. Florian Reuther: Für die PKV hat sich mit dem Präventionsgesetz der politische Rahmen verändert, in dem wir Maßnahmen der Prävention und Gesundheitsförderung unterstützen. Seit 2009 haben wir als Sponsor die Kampagne „Alkohol? Kenn dein Limit.“ mit auf den Weg gebracht. Seit 2017 sind wir Mitglied der Nationalen Präventionskonferenz (NPK), die konkretere Vorgaben an die Ausgestaltung und Qualitätssicherung von Präventionsmaßnahmen stellt.

AS: Wie geht es mit der Kampagne weiter?

Dr. Heidrun Thaiss: „Alkohol? Kenn dein Limit.“ ist als große nationale Präventions-



BZgA-Leiterin Dr. Heidrun Thaiss und PKV-Direktor Dr. Florian Reuther im Gespräch über 10 Jahre „Alkohol? Kenn dein Limit.“

kampagne weiterhin bedeutsam. Nachkommende Generationen müssen auch zukünftig für die Risiken von Alkohol – speziell des Rauschtrinkens im Jugendalter – sensibilisiert werden. Wir setzen uns auch zukünftig dafür ein, dass Jugendliche dies wissen und einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol für sich finden. Die Kampagne trägt zum Beispiel in Social Media dazu bei, Diskussionen anzuregen. Zudem bietet sie die Möglichkeit, die vielfältigen Präventionsangebote auf Landes- und kommunaler Ebene zu befördern. Die Zusammenarbeit zwischen Fachkräften in Kommunen unterstützen wir mit neuen digitalen Angeboten. Denn: Nur gemeinsam erreichen wir diese Ziele.

Dr. Florian Reuther: Uns ist bewusst, dass große Veränderungen im Alkoholkonsumverhalten der Jugendlichen nicht kurz- oder mittelfristig zu erreichen sind. Unkritischer Konsum wird nicht selten auch von Erwachsenen vorgelebt. Alkoholprävention ist daher aus unserer Sicht eine Aufgabe von Vielen in der Gesellschaft. Die PKV wird sich auch in Zukunft in der Alkohol- und Suchtprävention von Jugendlichen engagieren. Dabei ist uns wichtig, vulnerable Zielgruppen und ihre Lebenswelten noch besser mit Prävention und Gesundheitsförderung zu erreichen. ➔

– Highlights aus 10 Jahren „Alkohol? Kenn dein Limit.“

2015

Bundesweit fast 400 „KlarSicht“-Koffer zur Alkoholprävention in den Schulen im Einsatz.

Dritte bundesweite Plakataktion, dritter Kino- und TV-Spot „Entscheidungen“.

Der „Alkohol? Kenn dein Limit.“-YouTube-Kanal geht online.



2017

Konferenzen zur kommunalen Alkoholprävention in acht Bundesländern.

Der „KlarSicht“-MitmachParcours erreicht bundesweit 9.117 Schülerinnen und Schüler.



2018

Am neuen Klassenwettbewerb „Klar bleiben“ haben Schulen aus allen 16 Bundesländern teilgenommen.

Der Instagram-Kanal @alkohol_kenndeinlimit geht mit der Aktion #wasbesseresvor online.

2016

Erster Bundeswettbewerb Kommunale Alkoholprävention. 150 Beiträge gehen ein.

Vierte bundesweite Plakataktion.

249 geschulte Peers führen bundesweit 100.000 Gespräche mit Jugendlichen.



Vierter Alkoholsurvey: Die Repräsentativbefragung belegt einen Rückgang beim Rauschtrinken junger Erwachsener – außer bei 22- bis 25-jährigen Frauen.

Verstetigung der JugendFilmTage in elf Bundesländern: Die BZgA-Tour erreicht bis 2018 etwa 200.000 Schülerinnen und Schüler sowie 13.500 Lehrkräfte.

Gemäß fünftem Alkoholsurvey trinken nur noch 8,7 Prozent der 12- bis 17-jährigen regelmäßig Alkohol – Erfolg und Ansporn zugleich.

➔ Alkoholkonsum im Jugendalter

Im Zuge der Kampagne „Alkohol? Kenn dein Limit.“ werden regelmäßig wissenschaftliche Repräsentativbefragungen unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen durchgeführt. Hier die wichtigsten Ergebnisse des BZgA-Alkoholsurveys der Jahre 2008 bis 2018.

Immer später: erster Alkoholkonsum, erster Alkoholrausch

Das erste Glas Alkohol trinken Jugendliche immer später: Während das Durchschnittsalter beim ersten Alkoholkonsum im Jahr 2008 bei 14,4 Jahren lag, belief es sich im Jahr 2018 auf 15,0 Jahre. Auch den ersten Alkoholrausch erleben Jugendliche später: Während der erste Rausch 2008 mit durchschnittlich 15,7 Jahren stattfand, sind die Jugendlichen 2018 durchschnittlich 16,3 Jahre alt.

Regelmäßiger Alkoholkonsum ist rückläufig

Regelmäßiger Alkoholkonsum bedeutet, mindestens einmal pro Woche Alkohol zu trinken. Seit den 1970er-Jahren ist der regelmäßige Alkoholkonsum im Jugendalter in Deutschland rückläufig. In den vergangenen zehn Jahren sank der regelmäßige Alkoholkonsum bei den 16- bis 21-Jährigen beider Geschlechter von 36,0 Prozent auf 28,6 Prozent. Insbesondere männliche Jugendliche trinken weniger: Gaben 2008 noch 50,7 Prozent an, mindestens einmal pro Woche Alkohol zu trinken, waren es 2018 37,7 Prozent. Bei gleichaltrigen weiblichen Jugendlichen hat sich die Quote von 20,6 Prozent im Jahr 2008 auf 18,6 Prozent im Jahr 2018 praktisch nicht verändert.

Entwicklung des regelmäßigen Alkoholkonsums

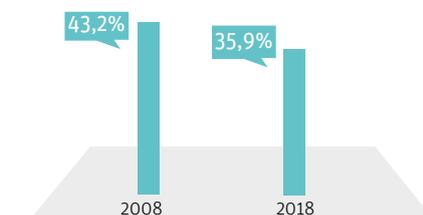


16- bis 21-Jährige, nach Geschlecht
Quelle: BZgA-Alkoholsurvey 2018

Weniger Rauschtrinken

Rauschtrinken ist definiert als der Konsum von mindestens fünf Gläsern Alkohol bei einer Trinkgelegenheit. Auch das Rauschtrinken im Jugendalter ist rückläufig: Im Jahr 2008 gaben 43,2 Prozent der 16- bis 21-Jährigen beider Geschlechter an, mindestens einmal im vergangenen Monat Rauschtrinken betrieben zu haben. Im Jahr 2018 waren es 35,9 Prozent.

Entwicklung des Rauschtrinkens

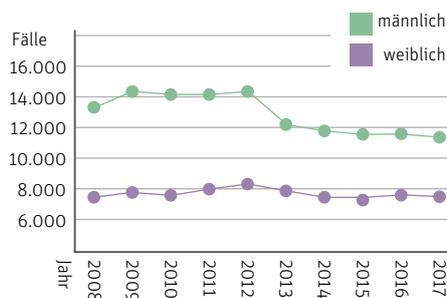


16- bis 21-Jährige, beide Geschlechter, 30-Tage-Prävalenz
Quelle: BZgA-Alkoholsurvey 2018

Alkoholintoxikationen auf stabilem Niveau

Rauschtrinken kann zu einer Alkoholvergiftung führen, die im Krankenhaus behandelt werden muss. Statistiken geben Auskunft darüber, wie viele Fälle solcher Alkoholintoxikationen jährlich in den verschiedenen Altersgruppen vorkommen. Aktuell hat sich die Zahl auf hohem Niveau stabilisiert, mit leicht rückläufiger Tendenz. Im Jahr 2008 gab es bundesweit bei den 15- bis 19-Jährigen beider Geschlechter 21.197 Fälle. Zuletzt ausgewertet war das Jahr 2017 mit 18.957 Fällen. Männliche Jugendliche sind häufiger (11.505) betroffen als gleichaltrige weibliche Jugendliche (7.452). ↻

Fälle von Alkoholintoxikationen mit Krankenhausaufenthalt



15- bis 19-Jährige, nach Geschlecht
Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), Krankenhausdiagnosestatistik

Weitere Informationen „BZgA-Alkoholsurvey 2018“ www.bzga.de/forschung/studien-untersuchungen/studien/suchtprevention

Auf einen Blick



Die Onlineangebote der Kampagne „Alkohol? Kenn dein Limit.“ sind auf folgenden Plattformen zu finden:

Portal: www.kenn-dein-limit.info

Blog: blog.kenn-dein-limit.info

Instagram: @alkohol_kenndeinlimit

YouTube: youtube.com/alkoholkenndeinlimit

Facebook: facebook.com/alkoholkenndeinlimit

Kontakt

Alkohol? Kenn dein Limit.

www.kenn-dein-limit.info

Internetseite der Jugendkampagne
Kontakt: limit-info@bzga.de

www.kenn-dein-limit.de

Internetseite der Erwachsenenkampagne
Kontakt: limit-de@bzga.de

BZgA

www.bzga.de

Internetseite der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)
Kontakt: poststelle@bzga.de

Impressum

V.i.S.d.P.

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

Leitung: Dr. med. Heidrun Thaiss
Maarweg 149-161, 50825 Köln

Sie können diesen Newsletter mit der Bestellnummer 322500-21 kostenlos beziehen unter:
www.bzga.de/infomaterialien
Fax: +49 (0) 221-89 92 257
Kontakt: order@bzga.de

„Alkohol? Kenn dein Limit.“ – eine Kampagne der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), mit Unterstützung des Verbandes der Privaten Krankenversicherung e.V. (PKV) und der Bundesrepublik Deutschland.