

EVALUATION

“Jugend-OK-Partnerbetrieb“

Alkoholprävention und Jugendschutz im Bereich der Gastronomie

**Forschungsbericht des
Ludwig-Boltzmann-Instituts für Suchtforschung**

Christine Gruber

Ulrike Kobrna

Alfred Uhl

Alfred Springer

Wien, Dezember 2004

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	3
2	Das Pilotprojekt Jugend-OK-Partnerbetrieb	4
2.1	Hintergrund und Projektidee	4
2.2	„Jugend und Alkohol“ im nationalen und internationalen Kontext	4
2.2.1	Akzeleration, Emanzipation und Globalisierung der Trinkkulturen	4
2.2.2	Alkoholkonsumverhalten der Jugendlichen	5
2.3	Alkoholspezifischer Jugendschutz in Österreich.....	6
2.4	Was ist „jugendgerecht“ bzw. „jugendfreundlich“ im Sinne der Alkoholprävention?.....	8
2.5	„Jugend-OK-Partnerbetrieb“ – ein Pilotprojekt im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Gesundheitsförderung.....	9
2.6	Konzeption, Durchführung und Ziele von „Jugend-OK-Partnerbetrieb“.....	10
2.6.1	Konzeption	10
2.6.2	Projektdurchführung.....	10
2.6.3	Ziele des Projektes.....	10
2.6.4	Dokumentation im Rahmen der summativen Evaluation.....	11
3	Begleitforschung zum Projekt.....	12
3.1	Explorative Evaluation.....	12
3.2	Ergebnisse aus der explorativen Evaluation.....	13
3.2.1	Ergebnisse aus den Befragungen der beteiligten Betriebe und daraus resultierende Schlussfolgerungen.....	13
3.2.2	Förderliche Bedingungen für eine Beteiligung der Gastronomie/Hotellerie an alkoholpräventiven Maßnahmen.....	14
3.2.3	Die Perspektiven der Jugendlichen und jungen Erwachsenen	15
3.2.4	Ergebnisse aus der Befragung der Jugendlichen.....	16
3.3	Grenzen und Entwicklungsmöglichkeiten des Projektansatzes.....	17
3.4	Hinweise für die Umsetzung in die Praxis.....	19
3.4.1	Getränkeangebot allgemein:.....	19
3.4.2	Jugendgetränk:	19
3.4.3	Alkoholische Getränke (ausschließlich für über 16-Jährige):	19
3.4.4	Maßnahmen gegen Alkoholmissbrauch:.....	19
3.4.5	Speisen:	20
3.4.6	Rauchen:	20
3.4.7	Diskotheiken:	20
3.4.8	Jugendfreundliche Rahmenbedingungen:	20
4	Literatur	21

1 Vorwort

Das Gesamtprojekt „Jugend-OK-Partnerbetrieb“, das mit einer Begleitevaluation konzipiert wurde, wurde vom NÖ Jugendreferat und der NÖ Jugendinfo initiiert und in Kooperation und mit finanzieller Unterstützung der NÖ Wirtschaftskammer (Fachgruppe Gastronomie und Hotellerie), dem Fonds Gesundes Österreich, des Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen, dem NÖ Veranstalterverband sowie dem Ludwig-Boltzmann-Institut für Suchtforschung (LBISucht) und der Alkoholkoordinations- und Informationsstelle (AKIS) umgesetzt.

Der innovative Ansatz dieses Pilotprojekts besteht im Wagnis einer Kooperation zwischen dem Gesundheitssektor und der Wirtschaft mit dem Ziel, sinnvolle Strategien für eine alkoholspezifische Prävention bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu implementieren. Der Nutzen der Evaluation im Rahmen des Projektes „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ besteht in einer fundierten Exploration der Strategien zur Reduktion problematischen Alkoholkonsums in der Gastronomie mit dem Fokus auf den Möglichkeiten und Hindernissen der alkoholspezifischen Prävention bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Worin besteht nun das gemeinsame Interesse von Wirtschaftstreibenden und GesundheitsexpertInnen an dieser Thematik, wie schauen die Überlegungen für gemeinsame Angebote an Jugendliche aus, die einerseits eine wichtige Zielgruppe für Präventionsmaßnahmen darstellen, andererseits auch als (zukünftige) KundInnen in der Gastronomie Bedeutung haben?

Völlige Übereinstimmung besteht in der Intention, extreme Berausung mit den damit verbundenen Folgeerscheinungen (v.a. Gewalt und Unfallgefahr) hintanzuhalten. Ebenso besteht Konsens darin, die Bedürfnisse Jugendlicher wahrzunehmen, ein ihnen adäquates Angebot zu schaffen, ohne diese Zielgruppe zu isolieren. Denn Maßnahmen „für Jugendliche“ sind häufig von einer restriktiven Grundhaltung geprägt und laufen Gefahr von Jugendlichen abgelehnt zu werden bzw. sich geschäftsschädigend für die Gastronomie auszuwirken. Ein gemeinsames Problem stellen auch nicht-gewerbliche VeranstalterInnen (Zeltfeste etc.) dar; aus der Sicht der Gastronomie besteht hier eine krasse Wettbewerbsungleichheit, z.B. in Bezug auf die Einhaltung der Jugendschutz- und Hygienebestimmungen; aus der Sicht der Prävention mangelt es aufgrund fehlender Einbindung in etablierte Strukturen an der Möglichkeit bewusstseinsbildend zu arbeiten.

Trotz dieser Gemeinsamkeiten verhindern Vorurteile und tatsächlich vorhandene unterschiedliche Grundinteressen üblicherweise eine Kooperation. Es bedurfte daher bereits in der Vorbereitungsphase dieses Projektes eines besonderen Engagements und großer Sensibilität für diese Rahmenbedingungen, um eine Annäherung der Standpunkte zu erreichen und damit eine Basis für eine – vordergründig nicht plausible – Kooperation zu schaffen.

Wie diese Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Gesundheitssektor gedeihen kann, welche Probleme auftauchen und wie sie überwunden werden können, ist Inhalt der gegenständlichen Evaluation. Dabei geht es aber nicht nur um die unmittelbaren Ergebnisse des Pilotprojekts „Jugend-OK-Partnerbetrieb“, das als solches im Mittelpunkt dieser Kooperation stand. Es soll darüber hinaus aufgezeigt werden, wo Handlungsbedarf für die jeweiligen beteiligten Partnerinnen aus dem Wirtschafts- und Gesundheitsbereich besteht, und auch betont werden, dass dieser innovative präventive Ansatz nachhaltig nicht ohne dementsprechende Adaption auf legislativer Ebene sowie Bewusstseinsbildung der breiten Öffentlichkeit und der Medien gelingen kann.

2 Das Pilotprojekt Jugend-OK-Partnerbetrieb

2.1 Hintergrund und Projektidee

Alkohol ist integraler Bestandteil unserer Kultur. Alkohol ist aber auch eine psychoaktive Substanz, die bei übermäßigem Konsum schwerwiegende gesundheitliche Folgen hervorrufen kann. Es herrscht gesellschaftlicher Konsens darüber, dass Kinder und Jugendliche vor dem Konsum von Alkohol zu schützen sind und dass exzessiver Konsum dieser legalen „Alltagsdroge“ auch im Erwachsenenalter abzulehnen ist. Diesbezügliche gesetzliche Regelungen (z.B. Schutzalter für Konsum von Alkohol in den Jugend(schutz)gesetzen, „Jugendgetränk“ in der Gewerbeordnung etc.) sind zwar Ausdruck dieser gesellschaftlichen Normen, erweisen sich jedoch, für sich alleine genommen, als unzureichende Mittel, diese Ziele auch zu erreichen. In einer generell alkoholfreundlichen Kultur müssen bewusst und überlegt Rahmenbedingungen geschaffen werden, die die Einhaltung der Schutzbestimmungen für Kinder und Jugendliche ermöglichen und auch für (junge) Erwachsene eindeutige Signale in Richtung moderater Substanzkonsum setzen, ohne dass sich diese – auf Verbote und Vorschriften sensibel reagierende – Zielgruppe in ihrer Autonomie und Handlungsfreiheit eingeschränkt fühlt. Abgesehen vom familiären und schulischen Rahmen bzw. vom Arbeitsumfeld spielen Gastronomiebetriebe als öffentliche Orte der Sozialisation für junge Menschen eine bedeutende Rolle und bieten damit einen bisher kaum beachteten Ansatzpunkt für alkoholspezifische präventive Maßnahmen.

Unter dem Titel „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ wurde ein Pilotprojekt zur Entwicklung vorbildhafter Konzepte für einen verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol im Gastronomiebereich konzipiert. Betriebe, die sich an dem Projekt beteiligten, wurden, wenn sie ein jugendgerechtes/jugendadäquates Angebot vorweisen konnten, von einer Fachjury als „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ ausgezeichnet. Alle niederösterreichischen Gastronomiebetriebe (ca. 8000) wurden über die Aktion informiert bzw. zur Beteiligung eingeladen. Begleitend bot die NÖ Wirtschaftskammer, Abteilung Gastronomie und Hotellerie, gemeinsam mit dem Unternehmerservice eine Event-Beratung und eine Unterstützung bei der Umsetzung vor Ort an.

Aufgabe der Begleitevaluation war es, die bereits bestehenden bzw. die im Rahmen der Projektbeteiligung implementierten Maßnahmen und Strategien zur Reduktion bzw. Vermeidung problematischen Alkoholkonsums zu erheben und darauf aufbauend Möglichkeiten und Hindernisse alkoholspezifischer Prävention bei Jugendlichen im Bereich der Gastronomie aufzuzeigen.

2.2 „Jugend und Alkohol“ im nationalen und internationalen Kontext

2.2.1 Akzeleration, Emanzipation und Globalisierung der Trinkkulturen

Die Entwicklung des Alkoholkonsums bei Kindern und Jugendlichen ist aktuell von drei Tendenzen geprägt, die hier kurz beschrieben werden sollen:

„Akzeleration“ - Das Einsetzen der Pubertät passiert bei Kindern immer früher, d.h. dass Kinder früher körperlich entwickelt sind und sich auch früher zu relativ selbständigen Jugendlichen entwickeln. Dadurch bedingt machen Kinder auch früher erste relevante Erfahrungen mit Alkohol. Aus einer Studie von Kraus et al. (2000) geht hervor, dass innerhalb der letzten vierzig Jahre das Alter, ab dem Kinder anfangen erste Erfahrungen mit Alkohol zu machen (um das 13. Lebensjahr) im Wesentlichen konstant bleibt, dass aber in den darauffolgenden Altersgruppen der jüngeren Geburtenjahrgänge die Zahl jener, die bereits mit dem regelmäßigen Konsum begonnen haben, weit höher ist, als das bei früheren Generationen der Fall war. Diese Studie wurde in Deutschland durchgeführt, da aber die Trinkkultur in Deutschland sowohl quantitativ als auch qualitativ der österreichischen recht ähnlich ist, sind diese Ergebnisse auf Österreich übertragbar.

„Emanzipation“ - Unter diesem Begriff ist in diesem Zusammenhang zu verstehen, dass Frauen zunehmend aktiver am sozialen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben teilnehmen und sich an die Substanzkonsumgewohnheiten der Männer angleichen. In Bezug auf den Alkoholkonsum bedeutet das – in Anbetracht dessen, dass der Gesamtalkoholkonsum seit Jahrzehnten rückgängig ist – eine

Zunahme des Alkoholkonsums bei Frauen bei gleichzeitiger Abnahme des Alkoholkonsums bei Männern.

„Globalisierung der Trinkkulturen“ – Wie bei allen Wirtschaftsgütern wird auch bei alkoholischen Getränken das Angebot immer größer und es kommt zu einer globalen Angleichung der Angebotspalette in den verschiedenen Ländern. In Europa kann eine weitgehende Anpassung der Trinkgewohnheiten in Richtung europäischer Durchschnitt festgestellt werden. Das bedeutet, dass in den traditionellen Niedrigkonsumländern (z.B. in Europa englischsprachiger und nordeuropäischer Raum) eine deutliche Konsumsteigerung und in den Hochkonsumländern (mediterrane und alpine Räume) ein deutlicher Konsumrückgang zu vermerken ist.

2.2.2 Alkoholkonsumverhalten der Jugendlichen

Bei den im vorigen Kapitel beschriebenen Trends handelt es sich um langfristige Entwicklungen. Die immer wieder diskutierte Frage, ob und in welchem Ausmaß Kinder und Jugendliche heutzutage früher und in größeren Mengen Alkohol zu sich nehmen, lässt sich anhand vorliegender Studien aufgrund zu kleiner Stichprobenzahl bzw. unspezifischer Fragestellungen nicht verlässlich beantworten. Ebenso stehen in Österreich mangels regelmäßiger Alkoholkonsumerhebungen wenig repräsentative Vergleichsdaten zur Verfügung.

Je nach Fragestellung und Stichprobe ergeben verschiedenen Studien, dass zwischen 80% und 95% der 16-jährigen Jugendlichen bereits in irgendeiner Form Alkohol zu sich genommen haben. Von Erfahrungen mit einer Alkoholberauschung berichten in diesem Alter ca. 60% der Burschen und 40% der Mädchen. Problematischer Alkoholkonsum im Sinne der Überschreitung der Gefährdungsgrenze (täglich mehr als 1,5 Liter Bier oder 3 Viertel Wein für Männer bzw. 1 Liter Bier oder 2 Viertel Wein für Frauen) kommt bei 2% der Jugendlichen im Alter zwischen 16 und 17 Jahren vor. Ab dem 16. Geburtstag steigt generell sowohl Alkoholkonsummenge als auch -frequenz kontinuierlich an. Das Durchschnittsalter, in dem sich eine Alkoholabhängigkeit manifestiert, liegt bei Männern um 26 Jahre, bei Frauen um 34.

Laut der letzten österreichweiten Repräsentativerhebung (Uhl & Springer, 1996) halten es knapp 50% der Erwachsenen für angemessen, dass Jugendliche zwischen dem 16. und dem 18. Geburtstag zu Hause oder bei Partys Alkohol zu sich nehmen, eine Einstellung, die sich im Wesentlichen mit den geltenden Jugendschutzbestimmungen deckt. Je nach Situation heißen 9% - 18% Alkoholkonsum auch schon vor dem 16. Geburtstag für angebracht. Die restlichen ca. 40% der Befragten würden ihren Kindern Alkohol erst nach dem 18. Geburtstag erlauben.

Auch wenn man vernünftigerweise fordern sollte und fordern kann, dass Jugendliche bis zu ihrem 16. Geburtstag weitgehend alkoholfrei aufwachsen, so ist es in einer Kultur, in der Alkoholkonsum integraler Bestandteil des gesellschaftlichen Erwachsenenlebens ist, recht unwahrscheinlich, dass nicht bereits vor Erreichen des legalen Trinkalters erste Experimente mit Alkohol gemacht werden. Sofern sich diese Experimente in Grenzen halten, gibt es keinen Grund das übermäßig zu dramatisieren. Da die ersten Alkoholerfahrungen infolge noch nicht vorhandener Toleranz der Substanz gegenüber oft mit relativ geringen Mengen zu einer deutlichen Berauschung führen, ist ein Anteil von 1/3 unter 15-Jährigen, die bereits auf mehr als eine Rauscherfahrung zurückblicken (Dür et al., 2002), auch nicht wirklich überraschend.

Alkoholkonsum ist auch nicht gleich Alkoholkonsum. Es gilt zwischen verschiedenen Konsumformen zu unterscheiden, die in Ursache und Auswirkung differenziert zu beurteilen sind. Diese Einteilung der Konsumformen kennt folgende Kategorien:

- „Abstinenz“
- „Unschädlicher Gebrauch“ – wobei hier wiederum zwischen „experimentellem Gebrauch / Probierkonsum“ und „regelmäßigem, unschädlichem Gebrauch“ zu unterscheiden ist
- „Schädlicher, aber nicht süchtiger Gebrauch“ bzw. auch als „Missbrauch“ bzw. „problematischer Gebrauch“ bezeichnet
- Sucht

Der „experimentelle Gebrauch bzw. Probierkonsum“ ist in einer bestimmten Entwicklungsphase als Teil der Initiation ins Erwachsensein zu sehen. Dies ist generell eine Phase, in der Jugendliche viele

Grenzen ausloten und mitunter auch überschreiten. Im Normalfall pendelt sich das zunächst phasenweise exzessiv geübte Verhalten auf ein nicht gesundheitsschädigendes Maß ein. Es wäre fehl am Platz, hier mit allen Mitteln zu versuchen, dieses Experimentierverhalten unterbinden zu wollen. Andererseits kann natürlich auch bereits bei Jugendlichen anhaltender Alkoholmissbrauch mit längerfristig zu erwartenden gesundheitlichen Schädigungen auftreten, bei dem Intervention sehr wohl sinnvoll wäre, wobei dieses problematische Verhalten nicht auf den ersten Blick vom vorhin beschriebenen „Probierkonsum“ zu unterscheiden ist.

Um beurteilen zu können, ob und in welchem Umfang beobachteter oder in Erhebungen ausgewiesener jugendlicher Alkoholkonsum bereits als ernstzunehmendes Problemverhalten zu interpretieren ist, müsste man detailliertere Untersuchungen anstellen; ebenso darüber, ob problematisches Alkoholkonsumverhalten bei Kindern und Jugendlichen allgemein oder bei einer extremen Teilgruppe zunimmt, bzw. ob es sich bei dieser Zunahme um einen wenig bedeutsamen, vorübergehenden Trend oder gar um einen Artefakt handelt, der sich z.B. durch verstärkte Sensibilisierung für das Thema und/oder eine geänderte Diagnosepraxis bei alkoholbedingten Spitalsaufnahmen erklären ließe. Eine Auswertung der Aufnahmen von Kindern und Jugendlichen in Krankenanstalten wegen Alkoholvergiftungen über die letzten 10 Jahre weisen immerhin einen Anstieg um rund 100% bei 15-19-jährigen Burschen und von rund 200% bei 15-19-jährigen Mädchen auf gesamtösterreichischer Ebene auf (Uhl, 2003).

Zwei in regelmäßigen Abständen in zahlreichen europäischen Staaten durchgeführte Erhebungen unter SchülerInnen, die u.a. auch Fragen zum Alkoholkonsum enthalten, sind die Grundlage für gesamteuropäische Vergleichsdaten. Hier rangieren die österreichischen SchülerInnen bei den meisten Items im oberen Drittel der Ranglisten, meist im Verbund mit den mitteleuropäischen Nachbarstaaten, was die in den jeweiligen Ländern vorherrschenden Alkoholkonsummuster deutlich widerspiegelt.

Dass Alkoholmissbrauch und Alkoholismus ein gravierendes gesellschaftliches Problem darstellen und dass hier großer Handlungsbedarf besteht, ist unbestreitbar. Das Alkoholproblem ist – auch wenn das viele Erwachsene nicht gerne hören – jedoch primär ein Problem der Erwachsenen und nur in zweiter Linie ein Problem der Kinder und Jugendlichen. Das Ausprobieren verschiedenster legaler und zunehmend auch illegaler psychoaktiver Substanzen gehört zum normalen Verhaltensspektrum von Kindern und Jugendlichen und führt nur bei einem Bruchteil zu problematischen Konsummustern. Die eigene Erfahrung liefert einen wesentlichen Beitrag zur realen Einschätzung der Gefahren und der positiven Effekte. Aus diesem Grund sollte man allen Bestrebungen, Kinder und Jugendliche in Zusammenhang mit Sucht und Substanzmissbrauch exklusiv ins Zentrum des Interesses zu rücken, mit großer Vorsicht gegenüberstehen. Es ist weder sachlich gerechtfertigt noch ethisch vertretbar, vom eigentlichen Problem – das eindeutig auf Seiten der ca. 13% erwachsenen ProblemkonsumentInnen und 5% Alkoholabhängigen liegt – abzulenken, indem man den Fokus einseitig auf Kinder und Jugendliche legt und sich diese betreffend immer strengere Kontrollmaßnahmen und Strafbestimmungen überlegt, ohne im entferntesten zu riskieren selbst davon tangiert zu werden.

2.3 Alkoholspezifischer Jugendschutz in Österreich

Jugendschutz ist in Österreich auf Bundesländerebene geregelt, und somit existieren in Österreich 9 unterschiedliche Jugend(schutz)gesetze mit teilweise abweichenden Bestimmungen. Außer in Wien, Niederösterreich und Burgenland, wo man sich auf eine Abstimmung der Regelungen geeinigt hat, existieren den alkoholspezifischen Jugendschutz betreffend durchwegs in den Details differierende Bestimmungen. Das Ergebnis dieser unglücklichen Vielfalt ist, dass kaum jemand einen Überblick über alle Bundesländerbestimmungen hat und dass die meisten Menschen nicht einmal die für ihr Bundesland geltenden Bestimmungen wirklich kennen. Zur allgemeinen Verwirrung tragen derzeit darüber hinaus noch bundesweit agierende Lebensmittelketten bei, die die im Bundesland der Zentrale geltenden Jugendschutzbestimmungen bzw. diesbezügliche konzerninterne Regelungen bundesweit in allen Filialen aushängen – ungeachtet dessen, ob diese den jeweiligen Bestimmungen der betreffenden Bundesländer entsprechen. Ebenso irreführend wirken Medienberichte, die ohne differenzierende Information über – je nach Bundesland vermeintliche oder tatsächliche – Übertretungen von alkoholspezifischen Jugendschutzbestimmungen (vor allem Testkäufe durch Jugendliche) berichten.

Um einen kurzen Eindruck über die erwähnte Komplexität zu vermitteln, seien hier ein paar Details

genannt: Ursprünglich gab es in allen Bundesländern neben der 16-Jahres-Grenze noch eine 18-Jahre-Altersgrenze für bestimmte alkoholische Getränke, die inzwischen allerdings in 4 Bundesländern abgeschafft worden ist. In den restlichen 5 Bundesländern sind für die 16- bis 18-Jährigen jeweils unterschiedliche alkoholische Getränke verboten: In Kärnten sind Getränke über 12 Vol.-% verboten, in Oberösterreich solche über 14 Vol.-%; in der Steiermark solche, die einen alkoholischen Bestandteil mit mehr als 14 Vol.-% enthalten; in zwei Bundesländern wird nicht nach dem Alkoholgehalt entschieden, sondern es werden „gebrannte“ Alkoholika für diese Altersgruppe verboten, wobei in Salzburg generell jedes Getränk, das Spirituosen enthält, verboten ist, und in Tirol nur solche, die „vorwiegend“ aus gebranntem Alkohol bestehen. In Bezug auf die bei Jugendlichen beliebten Alkopops heißt das, das in Österreich in 2 Bundesländern, nämlich in Salzburg und in der Steiermark, für Jugendliche zwischen 16 und 18 Jahren Alkopopkonsum nicht erlaubt ist und in den anderen 7 schon (Uhl et al., 2003).

Der öffentliche Alkoholkonsum ist jungen Menschen bis 16 bzw. 18 Jahren in allen Bundesländern verboten, weswegen der Ausschank von alkoholischen Getränken an diese Altersgruppen in der Gastronomie ebenfalls in allen 9 Bundesländern direkt oder indirekt verboten ist. In 3 Bundesländern (OÖ, Stmk, K) verbieten die Jugendschutzgesetze auch den Alkoholkonsum im privaten Rahmen für Personen unter dem Schutzalter. In diesen 3 und in weiteren 3 Bundesländern (S, T, Vbg) ist die Abgabe von alkoholischen Getränken an Unter-16 bzw. Unter-18-Jährige verboten, wobei der Automatenverkauf in Oberösterreich wieder explizit ausgenommen ist. In diesem Bundesland darf in Geschäften Alkohol an Kinder abgegeben werden, wenn dieser für den Konsum durch deren Erziehungsberechtigte vorgesehen ist. Im Burgenland, in Niederösterreich und Wien ist es sogar legal, Kindern Alkohol für den privaten Eigenkonsum zu verkaufen. Diese Aufzählung an verwirrenden Detailregelungen könnte man noch lange fortsetzen. Einen groben Überblick über die unterschiedlichen Bestimmungen in den Bundesländern bietet Tab. 1.

Tab. 1: Alkoholspezifische Jugendschutzbestimmungen der österreichischen Bundesländer (Stand September 2004)

	Konsumverbot		Ausschankverbot	Verkaufsverbot im Geschäft		Verbot der privaten Weitergabe		Altersgrenzen
	privat	öffentlich		zum Eigenkonsum	zum Konsum dr. Erziehungsberechtigte	zum öffentlichen Konsum	zum privaten Konsum	
NÖ		■	indirekt ¹⁾			indirekt ¹⁾		16
BGLD		■	indirekt ¹⁾			indirekt ¹⁾		16
WIEN		■	indirekt ¹⁾			indirekt ¹⁾		16
SLBG		■	■	■	■	indirekt ¹⁾		16/18
VBG		■	■	■	■	■	■	16
TIROL		■	■	■	■	■	■	16/18
OÖ	■	■	■	■ ²⁾	? ³⁾	indirekt ⁴⁾	indirekt ⁴⁾	16/18
STMK	■	■	■	■	■	■	■	16/18
KTN	■	■	■	■	■	■	■	16/18

Quelle: Uhl et al. (2003), laufende Aktualisierung

Erläuterungen:

- 1) „Indirekt“ bedeutet, dass es zwar kein explizites Verbot gibt, dass dieses aber aus dem Konsumverbot und der Bestimmung, dass man Jugendlichen die Übertretung von Jugendschutzbestimmungen nicht ermöglichen darf, zwingend folgt.
- 2) Der Verkauf an Jugendliche über Automaten ist ausdrücklich vom Verkaufsverbot ausgenommen.
- 3) Der Verkauf an Jugendliche als Einkäufer für deren Erziehungsberechtigte ist zwar explizit erlaubt, die Rahmenbedingungen sind allerdings so formuliert, dass es de facto einem Verkaufsverbot nahe kommt.
- 4) Es wird ein Abgabeverbot ausgesprochen, das eher nicht als Weitergabeverbot zu interpretieren ist, weil der Begriff „Abgabe“ üblicherweise als „entgeltliche Weitergabe“ interpretiert wird. Da jeglicher Konsum für junge Menschen bis 16/18 verboten ist, ist indirekt jegliche Weitergabe an diese zum Eigenkonsum verboten.

Eine weitere gesetzliche Grundlage zur Beschränkung von Alkoholausschank besteht in der Gewerbeordnung. Diese sieht primär zwei Maßnahmen vor, die auf eine Verringerung

alkoholbedingter Probleme in der Gastronomie abzielen. Diese Maßnahmen werden in §112 (4) und 112 (5) der gültigen Gewerbeordnung folgendermaßen präzisiert:

Der §112 (4) soll den Druck auf Jugendliche reduzieren, aus finanziellen Gründen eher zu alkoholischen Getränken zu greifen. Diese Bestimmung wird in der Gastronomie aber meist nur dem Wortlaut und nicht der Intention nach erfüllt. So werden in diesem Sinne mancherorts z.B. ausschließlich die für Jugendliche eher unattraktiven Getränke Mineralwasser und Mineralwasser mit Zitrone etwas billiger angeboten als Bier.

Der §112 (5) normiert kein generelles Verbot an Betrunkene Alkohol auszuschenken sondern regelt nur, dass man an Personen, die infolge ihrer Alkoholisierung Ruhe und Ordnung stören, keinen weiteren Alkohol ausschenken darf. Wer sich von Betrunkenen nicht gestört fühlt, darf diesen, zumindest sofern sie niemanden Dritten direkt oder indirekt belästigen, weiterhin legal Alkohol an diese ausschenken.

Eine in der Zeit vor der letzten Gewerbeordnungsnovelle verstärkt kritisierte Bestimmung, dass nämlich Jugendliche legal verschlossene alkoholische Getränke für Erwachsene einkaufen dürfen, ist mit der Gewerbeordnungsnovelle 2002 ersatzlos gefallen.

2.4 Was ist „jugendgerecht“ bzw. „jugendfreundlich“ im Sinne der Alkoholprävention?

Im Zusammenhang mit Jugend und Alkohol tauchen sehr schnell viele Ideen auf, die im Wesentlichen Restriktionen darstellen, also das beschreibt, was Jugendliche *nicht* machen sollen. Es ist jedoch nicht „jugendfreundlich“, wenn ausschließlich Verbote postuliert werden und die Einhaltung von Gesetzen schärfer kontrolliert wird. Maßnahmen, die von Jugendlichen und jungen Erwachsenen nur als Einschränkungen empfunden werden, ohne dass man gleichzeitig auch positive Ansätze und Alternativen anbietet, können schwer als „jugendgerecht“ bezeichnet werden. Reduziert sich die Beschäftigung mit Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen auf einen restriktiven Umgang und ist diese nicht geleitet von einer wohlwollenden Grundhaltung, so nährt dies eher den Widerstand und kann von den Jugendlichen durchwegs als Herausforderung erlebt werden, Wege zu finden, sich diesen Regelungen zu widersetzen oder sich aus diesem Umfeld zurückzuziehen.

Das bedeutet im Konkreten für die Aktion „Jugend-OK-Partnerbetrieb“, dass auf die Bedürfnisse von jungen Menschen abgestimmte Angebote kreiert werden müssen, die das Interesse Jugendliche als Gäste zu gewinnen, zum Ausdruck bringen. Im Kontext dieses Projekts werden unter „jugendfreundlich“/„jugendgerecht“ folglich jene Maßnahmen verstanden, die den Bedürfnissen Jugendlicher entgegenkommen und über ihre Attraktivität zu einem Verzicht auf übermäßigen Alkoholkonsum beitragen, bzw. generell die Bedeutung des Alkoholkonsums relativieren.

In Anbetracht der Bemühungen, die hier von Seiten der Gastronomie gefordert werden, behaupten manche Gastronomen ohnedies kein Interesse daran zu haben, die als problematisch erlebten Jugendlichen als Gäste zu gewinnen. Diese Haltung ist insofern kurzsichtig, als damit auch potentielle, zukünftig zahlungskräftigere Gäste als solche vergrämt werden und unter Umständen auch deren Bezugspersonen. Ganz allgemein kann es als problematisch angesehen werden, wenn (Alkohol konsumierende) Jugendliche aus allgemein zugänglichen gastronomischen Einrichtungen, wo sie zumindest in einem bestimmten Umfang soziale Kontrolle erfahren, abgewiesen werden. Dies begünstigt schwerer kontrollierbaren Konsum in öffentlichen (Parks etc.) und in privaten Räumen. Das heißt also, wo Gastronomen bereit sind, soziale Verantwortung zu tragen und sich die diesbezüglich notwendige Kompetenz anzueignen, kommt ihnen eine wichtige positive Funktion in Zusammenhang mit Prävention und Jugendschutz zu.

Diese Hintergrundüberlegungen waren bestimmend bei der Konzeption der Kriterien für einen „Jugend-OK-Partnerbetrieb“. Um im Sinne dieses Projekts „jugendgerechter“ bzw. „jugendfreundlicher“ Gastbetrieb zu werden, bedarf es generell einer Atmosphäre im Gastbetrieb, in der Jugendliche bzw. junge Erwachsene sich wohlfühlen können. Die Getränke- und Speisekarte muss explizit für die Zielgruppe günstige Angebote aufweisen. Diese spezifischen Angebote – die auf jeden Fall nichtalkoholische Getränke beinhalten müssen, aber auch darüber hinausgehend müssen auch leicht ersichtlich und erkennbar sein. Die Vergünstigungen / Angebote sollen nicht ausschließlich auf Jugendliche - z.B. bis 16 Jahren - beschränkt sein, sondern sollen auch von jungen Erwachsenen

bzw. gegebenenfalls von allen Gästen konsumiert werden können. In diesem Sinne zielführend ist es auch, die BetriebsleiterInnen zu motivieren, ihr Personal insofern zu schulen bzw. anzuleiten, dass dieses auf die Einhaltung der Jugendschutzgesetze achtet, dass kein Ausschank an betrunkene Personen erfolgt bzw. exzessiver Konsum vermieden wird.

2.5 „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ – ein Pilotprojekt im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Gesundheitsförderung

Wie in den beiden vorhergehenden Kapiteln schon näher ausgeführt, ist Alkohol aus dem gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Leben nicht wegzudenken, was auch bedeutet, dass Kinder und Jugendliche im Rahmen ihrer Sozialisation, in welcher Form auch immer, mit dem Thema Alkohol konfrontiert werden. Alkoholmissbrauch und Alkoholismus stellen ein gravierendes gesellschaftliches Problem dar, und es besteht ein diesbezüglicher Handlungsbedarf. Die Tatsache dass junge Menschen Zielgruppe dieses Projektes sind, soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Alkoholproblem – auch wenn das viele Erwachsene nicht gerne hören – primär ein Problem der Erwachsenen und nur in zweiter Linie ein Problem der Kinder und Jugendlichen ist. Nichts desto trotz ist es aus zahlreichen Gründen angezeigt Maßnahmen für diese Zielgruppe zu entwickeln und umzusetzen.

Der übliche Zugang zu dieser Zielgruppe, den Suchtpräventions- und Gesundheitsförderungsfachleute wählen, passiert über Kindergärten und Schulen bzw. außerschulische Jugendeinrichtungen, in letzter Zeit verstärkt auch über Angebote für Eltern und Angehörige. Gastronomiebetriebe als öffentliche Orte der Sozialisation für junge Menschen spielten bisher kaum eine bedeutende Rolle im Zusammenhang mit alkoholspezifischen präventiven Maßnahmen.

In einer ersten oberflächlichen Betrachtung ist dies nicht weiter verwunderlich. Gastronomen werden in Bezug auf Alkohol klar damit assoziiert, dass dieser zu ihren Haupteinnahmequellen gehört bzw. dass Einnahmen aus dem Alkoholausschank die existentielle Grundlage darstellen können. Sollen nun gerade Gastronomen für alkoholpräventive Maßnahmen gewonnen werden, so bedarf es einer sehr fundierten und differenzierten Darstellung des Anliegens, damit der ursächlichen Widerstand überwunden und die Herausforderung angenommen werden kann. Dafür müssen Projekte bzw. Maßnahmen entwickelt werden, die im Sinne der Suchtprävention/Gesundheitsförderung helfen problematisches Alkoholkonsumverhalten zu verhindern bzw. zu reduzieren und dazu beitragen, bei Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen einen adäquaten Umgang mit der „Kulturdroge“ Alkohol zu finden. Dabei muss berücksichtigt werden, dass keine geschäftsschädigende Wirkung, die die Existenzgrundlage der beteiligten Betriebe gefährdet, auftritt.

Im Projekt „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ wurden VertreterInnen des Bereiches Gastronomie und Hotellerie bereits in der Projektentwicklungsphase miteinbezogen. Vorgespräche bezüglich Kooperationsbereitschaft und Bedürfnislage wurden mit Vertretern der Wirtschaftskammer NÖ, der NÖ Brauerein, des österreichischen Brauereiverbandes, Gastronomiefachschulen usw. geführt. Dem Prozess des Annäherns der unterschiedlichen Standpunkte kam eine bedeutende Rolle in Bezug auf das Gelingen des gesamten Vorhabens zu.

Konkret beteiligt an dieser Projektentwicklung waren die Jugendinfostelle NÖ in Zusammenarbeit mit dem Jugendreferat NÖ, die Erfahrungen mit suchtpreventiven Projekten ebenso einbrachten wie Know How über die Gestaltung von Wettbewerben und Prämierung von Maßnahmen mit jugendlichem Zielpublikum. Vertretern der Wirtschaftskammer und aus dem Fachbereich Gastronomie/Hotellerie brachten neben konkreten Projektideen vor allem auch Erfahrungen mit jugendlichen Gästen ein sowie Erfahrungen über die praktische Umsetzbarkeit von Projekten mit Jugendlichen in der Gastronomie.

Richtungsweisend für die Projektgestaltung waren auch die Ergebnisse der Expertise des Ludwig-Boltzmann-Instituts für Suchtforschung über „alkohol- und nikotinspezifische Jugendschutzbestimmungen in Österreich und international“ (Uhl et al., 2003), sowie auch Studien zum alkohol- und nikotinspezifischen Konsumverhalten österreichischer Jugendlicher (Dür, 2002; Kraus, 2000; Uhl, 2003)

2.6 Konzeption, Durchführung und Ziele von „Jugend-OK-Partnerbetrieb“

2.6.1 Konzeption

Der Projektzeitraum für die Umsetzung des Pilotprojekts „Jugend-Ok-Partnerbetrieb“ belief sich von März 2003 bis September 2004, das Zielgebiet umfasste ganz Niederösterreich. D.h. über die Interessensvertretung des Fachbereichs Gastronomie und Hotellerie und über Medien wurden sämtliche Gastbetriebe in Niederösterreich über das Projekt informiert und zur Teilnahme eingeladen.

Die Umsetzung begann mittels Information und Ausschreibung zu einem Wettbewerb innerhalb der Gastronomiebetriebe Niederösterreichs. Die Betriebe sollten jugendgerechte Angebote kreieren und einreichen. Die zentralen Beurteilungskriterien der Jury setzten sich zusammen aus Art und Vielfalt von Angeboten, der Preisgestaltung, der Aufmachung und der Bewerbung der im jeweiligen Betrieb angebotenen alkoholfreien Getränken. Darüber hinaus wurden weitere Angebote wie z.B. Kombinationsangebote (Speise und alkoholfreies Getränk zu günstigerem Preis), Spezialangebote (für Lenker von KFZ, für InhaberInnen der NÖ Jugendcard etc.) oder Aktivitäten, die das Lokal für Jugendliche attraktiv machen, bewertet. Die einreichenden Betriebe durften in ihren Lokalen keinesfalls Alkoholkonsum fördernde Maßnahmen setzen und sollten ihre jugendgerechten Angebote mindestens über mindestens sechs Monate anbieten.

Den Betrieben wurde ein Leitfaden für die Einreichung und Umsetzung oben beschriebener Maßnahmen zur Verfügung gestellt. Das Jugendreferat stellte Materialien zur Unterstützung der Aktion bereit (Plakate, Tischsteher, Speisekartenvordrucke) und stellte eine Jury zur Bewertung der eingereichten Maßnahmen zusammen. Die eingereichten Maßnahmen waren über den Verlauf des gesamten Projektes beispielgebend medial präsentiert. Bei Erreichen einer Mindestpunktzahl erhielten die einreichenden Betriebe die Auszeichnung „NÖ Jugend-OK-Partnerbetrieb“. Die Siegerbetriebe werden zusätzlich prämiert.

2.6.2 Projektdurchführung

März 2003: Projektbeginn – Ausschreibung und Aufforderung zur Teilnahme
bis Frühjahr 2004: laufend Bewerbungen der Betriebe und PR (mit konkreten realisierten Beispielen) über die Medien
ab Sommer 2003: Bewertung der eingereichten Projekte durch die Fachjury
Frühjahr 2004: Prämierungen der Siegerbetriebe, Ende des Pilotprojektes
15. März 2004: Vorstellen des Projekts bei der Tagung „Jugend & Alkohol“
bis September 2004: Abschluss der Evaluation, Endbericht

2.6.3 Ziele des Projektes

Übergeordnetes Ziel des Projekts „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ war die Verringerung bzw. die Vermeidung des Konsum(zwang)s von Alkohol im Bereich der Gastronomie, mit dem Fokus auf Jugendliche und junge Erwachsene. Dieses Ziel sollte über die folgenden Teilziele erreicht werden:

- (1) Förderung eines bewussten Umgangs mit Alkohol (“Trinkkultur statt Saufkultur”)
- (2) Sensibilisierung für die bestehenden Bestimmungen des NÖ Jugendschutzgesetzes bezüglich Alkohol bei allen Beteiligten
- (3) Erweiterung der Zielgruppe Jugendliche, im Sinne der im Jugendschutzgesetz festgelegten Altersgrenzen auch auf junge Erwachsene (was einem Vermeiden eines Kinder- und Jugendbeschränkungsprogramms gleichkommt)
- (4) Stärkung eines jugendgerechten Images der Gastronomiebetriebe und nachhaltige Profilierung als jugendgerechte Betriebe
- (5) Zufriedenheit über die und Akzeptanz der Maßnahmen unter den jugendlichen und jungen erwachsenen Gästen und deren Erziehungsberechtigten
- (6) Erreichung einer Nachhaltigkeit der während des Pilotprojekts umgesetzten Maßnahmen innerhalb der Gastronomielandschaft Niederösterreichs

2.6.4 Dokumentation im Rahmen der summativen Evaluation

Der summative Teil der Evaluation bestand in einer systematischen Dokumentation und Aufarbeitung der eingereichten Bewerbungen als „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ im Rahmen des Begutachtungsverfahrens. Die Angaben der BewerberInnen wurden systematisch erfasst und in Beziehung gesetzt. Die Kategorienbildung und die sich ergebenden Fragestellungen bei der Ergebnisevaluation bauten auf die explorative Evaluation auf.

Im Zuge des Begutachtungsverfahrens fand eine Bewertung der eingereichten Bewerbungen nach dem bereits vorliegenden Kategoriensystem durch eine Fachjury statt. Ergänzend wurden praxisrelevante, zusammenfassende Schlussfolgerungen für ähnliche Projekte und hinsichtlich alkohol-politischer Präventionsmaßnahmen und Gesetze formuliert, die sich im gegenständlichen Bericht wiederfinden.

Von 72 zur Aktion angemeldeten Betrieben erfüllten 26 die Voraussetzung um als „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ ausgezeichnet zu werden. Die 26 Betriebe konnten nachweisen, dass sie attraktive Getränke für Jugendliche kostengünstig anbieten, Spezialangebote (wie Diskobus, dedicated driver etc.) installiert haben, kostengünstige jugendgerechte Kombiangebote (Essen + Getränk) auf der Speisekarte haben, Zusatzangebote wie beispielsweise eine jugendfreundliche Atmosphäre, Gratis-Saft für Jugendliche etc.

3 Begleitforschung zum Projekt

Die Evaluation des Projektes wurde vom LBISucht im Sinne einer explorativen, primär qualitativ orientierten Begleitforschung realisiert. Es ging dabei nicht nur darum, wie erfolgreich die im gegenständlichen Projekt erprobten Strategien zur Reduktion und Vermeidung problematischen Alkoholkonsums in der Gastronomie waren (Feasibility-Evaluation) bzw. ob die damit erzielten Effekte mit den Projektvorstellungen in Einklang waren (Ergebnisevaluation), sondern entsprechend dem Pilotcharakter des Projektes lag der Fokus darauf, welche Strategien in der Gastronomie überhaupt realisierbar sind, warum manche Strategien nicht umsetzbar waren bzw. scheiterten, und wie man die Implementierung sinnvoller Präventionsstrategien in der Gastronomie fördern und nachhaltig gestalten kann (explorative Prozessevaluation). Diese Ergebnisse liefern die Grundlage für eine Optimierung bzw. für eine Veränderung des gegenständlichen Konzepts (formative Evaluation). Im Wesentlichen bestand die Evaluation somit aus einem explorativen (formativen) und aus einem summativen Teil, die im Folgenden beschrieben werden.

3.1 Explorative Evaluation

Im Rahmen der explorativen (formativen) Evaluation wurden zunächst mittels eines Leitfadens teilstrukturierte Interviews mit Personen aus dem Bereich der Gastronomie durchgeführt. Die Erhebungen umfassten folgende Bereiche:

- Erfahrungen mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Bezug auf deren Alkoholkonsum im Bereich der Gastronomie
- Einstellungen und Haltungen der im Bereich der Gastronomie mit jugendlichen bzw. jungen erwachsenen Gästen konfrontierten Personen als Hintergrundvariable
- Möglichkeiten und Hindernisse alkoholspezifischer Prävention Jugendliche und junge Erwachsene betreffend in der Gastronomie
- förderliche und hinderliche Rahmenbedingungen für Alkoholprävention im Bereich der Gastronomie – technisch, organisatorischer und rechtlicher Natur

Die Interviews wurden halboffen geführt, wodurch die Möglichkeit gegeben war, im Leitfaden unberücksichtigte Aspekte, die von den Befragten eingebracht wurden, zu erfassen.

Die Zielgruppe dieser Erhebung waren sowohl InhaberInnen bzw. GeschäftsführerInnen als auch MitarbeiterInnen aus Gastronomiebetrieben die sich am Projekt beteiligt hatten, als auch solche, die kein Interesse an einer Bewerbung gezeigt hatten. Ergaben sich Hinweise in Bezug auf organisatorische, rechtliche oder andere Aspekte der Thematik, deren Überprüfung durch ExpertInnen relevant schien (z.B. JuristInnen, LieferantInnen, InteressensvertreterInnen etc.), so wurden auch diese themenspezifisch befragt.

Insgesamt wurden 30 telefonische und 18 persönliche teilstrukturierte Interviews durchgeführt. Ein Kurzfragebogen wurde per E-Mail und per Zufallsauswahl an 15 Gastronomiebetriebe, die teilgenommen hatten, und an 15, die nicht teilgenommen hatten, verschickt.

Die Befragung der Jugendlichen erfolgte teilweise ebenfalls mittels teilstrukturierter Interviews, größtenteils aber im Rahmen von Gruppenbefragungen mit anschließender offener Diskussion unter teilnehmender Beobachtung¹. Es wurden insgesamt 20 Jugendliche befragt.

Die Erhebungen umfassten folgende Themenbereiche:

- Was verstehen Jugendliche/junge Erwachsene unter einem jugendfreundlicher/jugendgerechter Betrieb (Gastronomie)?

¹ Unter teilnehmender Beobachtung versteht man ein Erhebungsverfahren, zur Erfassung von Prozessen oder Situationen bei dem von der Forscherin die verbale und nonverbale Interaktion protokolliert wird.

- Bedeutung des Alkoholkonsums für Jugendliche
- Wie kann sinnvolle Alkoholprävention aussehen?

3.2 Ergebnisse aus der explorativen Evaluation

3.2.1 Ergebnisse aus den Befragungen der beteiligten Betriebe und daraus resultierende Schlussfolgerungen

Ein zentrales Ergebnis der Befragung ist, dass viele Gastronomen befürchten, dass ein Engagement als „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ einer verstärkten Kontrolle bezüglich der Jugendschutzgesetze gleichkommt. Genährt wurde diese Befürchtung durch eine, nicht mit dem Projekt verbundene, leider auch nicht auf das Projekt abgestimmte, von einem lokalen Printmedium initiierte Testkaufaktion alkoholischer Getränke durch Jugendliche, um die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen zu überprüfen. Diese Aktion wurde von vielen betroffenen Betrieben als Teil des Projekts „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ interpretiert. Damit wurde die Beteiligung am Projekt mit einer verstärkten Kontrolle der Jugendschutzbestimmungen assoziiert, was dem Grundanliegen der ProjektinitiatorInnen diametral entgegenstand. Das über die Beteiligung erreichte Image als jugendfreundlicher Betrieb sollte eine entlastende Funktion für die Fälle von Übertretungen des Jugendschutzgesetzes, die in der Praxis nie hundertprozentig vermieden werden können. Wenn beispielsweise ein 15-jähriges Mädchen von ihrem Aussehen her ohne weiteres für eine 18-Jährige gehalten werden kann, und auf eine evtl. Rückfrage (die an und für sich schon beleidigend erscheint) erklärt über 16 Jahre zu sein, so ist es schwer zumutbar von Gastronomen oder deren Personal zu verlangen, hier auch noch eine Ausweiskontrolle vorzunehmen. Diese Situationen werden in Testkaufaktionen provoziert. Was die Aktion „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ erreichen will ist in Bezug auf die Einhaltung von Jugendschutzgesetzen eine Sensibilisierung, aber eine Exekution der Bestimmungen sollte mit Augenmaß erfolgen. Das Personal sollte damit in seinem Umgang mit Jugendlichen als Gäste gestärkt bzw. gestützt werden und nicht durch Androhung von Repression (willkürliche Suche nach „schwarzen Schafen“) verunsichert werden. Für die Fortführung des Projekts ist es somit umso bedeutsamer zu deklarieren, dass verschärfte Kontrollen nicht der Absicht der ProjektinitiatorInnen entsprechen.

Die Gastronomen erwarten sich von der Beteiligung an der Aktion „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ eine Unterstützung in Bezug auf unlauteren Wettbewerb, innerhalb und außerhalb der Gastronomiebranche. Innerhalb der Branche geht es dabei um billige Lockangebote mit alkoholischen Getränken. Unter diese Billigangebote fallen z.B. Aktionen wie „Trink 2, zahl 1“ oder der unbegrenzte Konsum eines bestimmten alkoholischen Getränkes zu einem relativ niedrigen Fixpreis. Es gibt in allen Regionen vereinzelt Betriebe mit derartigen Angeboten. Zielpublikum solcher Werbestrategien sind finanzschwache Personen und damit indirekt vor allem Jugendliche und Personen mit bereits problematischen Konsummustern. Die Motive für diese Verkaufsstrategie mögen einerseits einer existenzbedrohenden Geschäftslage entspringen und/oder sie gründen in einer ethischen Grundhaltung, die den gesellschaftlich anerkannten Jugendschutzintentionen zuwiderläuft. In der Folge sehen sich auch andere Betriebe im Umfeld aus Konkurrenzgründen gezwungen, mit diesen Strategien um KundInnen zu werben. Die Produkte, die bei diesen Aktionen vertrieben werden, sind häufig qualitativ minderwertige Alkoholika, die zu Dumpingpreisen verkauft werden.

Wichtig erscheint in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass im Jugendalter entwicklungsbedingt häufig eine Phase des Experimentierens mit Rauschzuständen auftritt, wobei dieser Probierkonsum primär unabhängig vom Angebot zu sehen ist. Hier wäre es durchwegs wünschenswert, dass dieses die Grenzen auslotende Verhalten – das einerseits durchwegs als normal zu bezeichnen ist, andererseits durchwegs auch gesundheitsbeeinträchtigende Dimensionen annehmen kann, im öffentlichen und damit sozial kontrollierten Umfeld stattfinden kann. Oben beschriebene Angebote sind in diesem Sinne jedoch kontraproduktiv, da sie die Hemmschwelle – eben weil es von Erwachsenen in dieser Form gefördert wird – unnötig senken und damit die Funktion der sozialen Kontrolle gemindert bis aufgehoben wird. Gerade dadurch führen diese Werbestrategie nebst der bedenklichen ethischen Komponente letztlich auch zu einer Imageschädigung der Branche.

Außerhalb der Gastronomiebranche zeigt sich in letzter Zeit ein zunehmend von der Gastronomie als gravierend empfundenenes Problemfeld, nämlich der Ausschank von Alkohol bei Zeltfesten, in Jugendclubs und bei diversen „privaten Partys“, wobei häufig Techno- und Ravepartys genannt werden. Diesen Veranstaltungen, die von nichtgewerblichen AnbieterInnen organisiert werden, ist

gemeinsam, dass der Einhaltung gesetzlicher Rahmenbedingungen wie Hygienebestimmungen, Jugendschutzgesetze etc. wenig Beachtung geschenkt wird bzw. auch werden muss, da praktisch keine Kontrollen erfolgen. Der Konsum von in Supermärkten billig erworbener alkoholischer Getränke auf den Parkplätzen vor den (Jugend-)Lokalen oder in diesen wird unter dem Schlagwort „Rucksackimporte“ von den Gastronomen als weiteres großes Problem beschrieben. Hier erwartet sich die Gastronomie eine Unterstützung seitens der Behörden und der Wissenschaft, die einerseits diese Problematik von „neutraler“ Seite her aufzeigen soll und andererseits Mittel und Wege eröffnen soll, hier Abhilfe zu schaffen (z.B. durch dementsprechende Adaptierungen im Veranstaltungsgesetz oder von Vereinen betreffenden Verordnungen).

Einen diesbezüglichen Sensibilisierungsprozess zu unterstützen war, und dies sollte bei der Fortführung der Aktion „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ noch verstärkt werden, Ziel der medialen Aufbereitung des Projekts. Die beteiligten Gastronomiebetriebe sprachen sich für eine Fortsetzung der Werbemaßnahmen für das Projekts „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ aus und darüber hinaus für eine kontinuierliche Berichterstattung über die lokalen und nationalen Medien in Bezug auf die oben beschriebene differenzierte Betrachtungsweise der Probleme im Zusammenhang mit Jugend und Alkohol.

3.2.2 Förderliche Bedingungen für eine Beteiligung der Gastronomie/Hotellerie an alkoholpräventiven Maßnahmen

Die Gastronomie/Hotellerie befindet sich im Spannungsfeld zwischen großem Konkurrenzdruck und verantwortungsvollem Umgang mit Jugendlichen. Hier ist der unterschiedliche ökonomische Hintergrund natürlich maßgeblich, d.h. ist die Existenz eines Betriebes weitestgehend gesichert, wird die Einladung zur Beteiligung an einem derartigen Projekt viel leichter auf fruchtbaren Boden fallen. Die Voraussetzungen dafür, die Bedingungen herzustellen, die einem „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ gerecht werden, sind gegeben. Muss ein Gastronomiebetrieb um seine Existenz kämpfen, wird das Ansinnen des Projekts eher als „nicht leistbarer Luxus“ erlebt.

In Zusammenhang mit den ökonomischen Rahmenbedingungen spielt natürlich auch die Konkurrenzsituation, erstens mit anderen Gastronomen aber vor allem mit den nicht gewerblichen Initiativen (wie Jugendorganisationen, [Zelt]-Feste, Clublokale, Rucksacktourismus...) eine wichtige Rolle. Mit nicht-gewerblichen Initiativen besteht eine Wettbewerbsungleichheit in Bezug auf die Kontrolle der Einhaltung von Jugendschutzbestimmungen, aber auch von Hygienevorschriften etc. Die Teilnahme an der Aktion „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ und das damit verbundene Image als jugendfreundlicher Betrieb muss im Zusammenhang mit Übertretungen der Jugendschutzbestimmungen die jeweiligen Betriebe entlasten, eine relativierende Funktion für den jeweiligen Betrieb haben und darf nicht bedeuten, dass dieser Betrieb mit einer generell verstärkten Kontrolle in Bezug auf die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen zu rechnen hat. Hier wäre es notwendig gleiche Auflagen über Bestimmungen bzw. Gesetzesänderungen zu initiieren.

Die Gastronomen wünschen sich Unterstützung von den InitiatorInnen der Aktion „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ in Bezug auf unlauteren Wettbewerb innerhalb der Gewerbebetriebe (z.B.: durch „Sauf 2, zahl 1“-Aktionen, Billigangebote an alkoholischen Getränken etc) als auch in Bezug auf die nichtgewerbliche Konkurrenz (Veranstalter von (Zelt-)Festen, private Parties, etc.) die keiner Kontrolle in Bezug auf Jugendschutzbestimmungen, Hygienebestimmungen etc. unterliegt. Hier bedarf es Veränderungen im Umfeld auf legislativer und praktischer Ebene im Sinne von gesetzlichen Regelungen bzw. Bestimmungen in Bezug auf nichtgewerbliche AnbieterInnen von Alkohol und es sind Überlegungen notwendig, wie eine Gleichstellung in Bezug auf die Einhaltung von Jugendschutz- oder beispielsweise auch Hygienebestimmungen erreicht werden kann. Wobei es bei der Überlegung bezüglich gesetzlichen Maßnahmen wichtig ist, auf Verhältnismäßigkeit zu achten, anders gesagt darauf zu achten, dass nicht mit Kanonen auf Spatzen geschossen wird. Dazu ein Beispiel: Wenn ein Kellner in einem Gastgarten mit 100 und mehr Gästen bedient, ist von ihm nicht zu erwarten, dass er überprüfen kann ob Kinder oder Jugendliche z.B. Bier trinken. So rigorose Maßnahmen, wie sie beispielsweise in den Vereinigten Staaten praktiziert werden, d.h. Kinder und Jugendliche dürfen sich nicht in Lokalen in denen Alkohol getrunken wird aufhalten – würde bei uns dazu führen, dass ein wichtiges Kulturelement (wie beispielsweise Familienbesuche beim Heurigen) bei uns verloren gehen würde, wenn Kinder nicht mitgenommen werden dürften.

Aus diesen Feststellungen resultierend könnte die Frage gestellt werden, warum richtet sich die Aktion

dann nicht an die „höhere Risikogruppe“ nicht gewerblicher AnbieterInnen?

Dieses Projekt entstand aus der Kooperationsbereitschaft der Wirtschaft (Bereich Gastronomie / Hotellerie) mit im Zusammenhang mit alkoholspezifischen Jugendschutz relevanten gesellschaftlichen Gruppen (Behörden wie z.B. das Jugendreferat, Präventionseinrichtungen, Beratungs- und Behandlungseinrichtungen). D.h. die Bereitschaft der Wirtschaft sich für Jugendschutz und Alkoholprävention zu engagieren wurde von den VertreterInnen aus dem Bereich Jugend und Gesundheit dankbar angenommen, bedeutet dies doch dass Erschließen einer großen Ressource für den Bereiche Jugendschutz, Suchtprävention und Gesundheitsförderung.

Die am Projekt konkret beteiligten Fachgruppen aus Gastronomie und Hotellerie finden sich sowohl in der Rolle von TäterInnen, wenn Bestimmungen aus Gründen des wirtschaftlichen Nachteils oder aufgrund der persönlichen Grundhaltung nicht beachtet werden, bzw. Jugendliche als spezifische Zielgruppe ignoriert werden, als auch in der Opferrolle, wenn sie beispielsweise im Bezug auf die Einhaltung von Jugendschutzbestimmungen viel stärker kontrolliert werden als nichtgewerbliche Initiativen, die Alkohol an Jugendliche ausschenken.

Im Sinne eines Sensibilisierungsprozesses für die Thematik war die Aktion „Jugend-OK-Partnerbetrieb“ umfangreich medial aufbereitet, mit dem Ziel eine differenzierte Betrachtungsweise der Probleme im Zusammenhang mit Jugend und Alkohol zu erreichen.

3.2.3 Die Perspektiven der Jugendlichen und jungen Erwachsenen

So unterschiedlich sich das Erwachsenwerden in den verschiedenen Epochen gestaltet(e), immer war und ist es auch begleitet von einem Infragestellen bis hin zu einem Aufbegehren gegen vorgegebene Ideale und Einstellungen der älteren Generation. Unter dem Begriff „Jugendkultur“ kann in diesem Sinne auch ein Muster von Verhaltensweisen und Interessen, das die Jugendlichen als soziologische Einheit gegenüber der Erwachsenenwelt abgrenzen helfen soll, verstanden werden.

Eisenstädt (1956, zitiert nach Springer, 2004) vertrat die Auffassung, dass in einer modernen Gesellschaft, die charakterisiert ist durch einen zunehmenden Schwund des Einflusses der Kernfamilie und einen damit verbundenen Verlust der gesicherten Entwicklung zum Erwachsenenstatus, Gruppierungen Gleichaltriger, so genannter altershomogener Gruppen oder peer-groups, immer mehr Bedeutung zukommt. Springer (2004) beschreibt die bedeutsame Rolle der Jugendkultur in der Sozialisierung junger Menschen in der außerfamiliären Welt als Barometer eines sozialen Wandels.

Er zitiert in diesem Zusammenhang Ziehe (1975), der die Wertebestimmung durch Jugendkultur analysierte und sich mit der These der „Entpolitisierung der Jugendlichen“ auseinandersetzte und sie letztlich deshalb verwarf, weil er zu dem Schluss kam, dass die neuen Sozialisationsbedingungen durchaus einen hohen gesellschaftspolitischen Wert haben, da sie ein Potential für die Veränderung von Verkehrs- und Reflexionsformen beinhalten.

Springer folgert daraus, dass trotz all dieser positiven Bewertung, die der Faktor „Jugendkultur“ von Seiten der verschiedenen soziologischen Schulen erfährt, ihr tatsächlicher Einfluss hinsichtlich der Entwicklung und der Integrierung der Jugendlichen in die Gemeinschaft nicht eindeutig ist. Immer wieder entstehen Feindbilder und moralische Panik rund um das Verhalten der subkulturell organisierten Jugendlichen. Jugendkulturen definieren, differenzieren und artikulieren sich entscheidend mittels Kleidung, musikalischen Interessen und offenkundig auch über Drogengebrauch. Auseinandersetzung mit Jugendkultur ist auch im Kontext von Substanzkonsum sinnvoll. Kann sie doch unser Verständnis des Drogengebrauchs erweitern, indem sie soziokulturelle Bedingungen und Motive für den Umgang mit Drogen erkennen lässt und uns damit aus jenem engen Verständnis befreit, das jeglichen Drogengebrauch als Ausdruck eines Defizits individueller oder sozialer Natur festschreiben möchte.

D.h. man kann nicht generell davon ausgehen, dass hinter einem Rauschbedürfnis Jugendlicher eine pathologische Struktur steht, sondern im Gegenteil, hauptsächlich handelt es sich in dieser Altersgruppe um einen, mitunter exzessiven Konsum, der einerseits Ausdruck dieser oben beschriebenen Protesthaltung sein kann, oder andererseits auch als eine Erfahrung angesehen werden kann, um die eigenen Grenzen zu testen und die Wirkung von Alkohol und anderer psychoaktiver Substanzen einschätzen zu lernen. Diese nicht offensichtlich unterscheidbaren Motive

stellen eine besondere Herausforderung an jegliche präventive Aktivität dar, weil sowohl das Überreagieren im einen Fall, als auch das Verabsäumen einer rechtzeitigen Intervention im anderen Fall problematische Folgen zeitigen können.

Dieser spezielle Aspekt wird oft vernachlässigt, wenn Programme entwickelt werden, die helfen sollen, einem sich problematisch entwickelnden Suchtverhalten vorzubeugen. Finden diese Aspekte Berücksichtigung, d.h. werden Konzepte erstellt, in denen speziell für Jugendliche (die Hauptzielgruppe) Freiräume, Ressourcen und Mitgestaltungsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt werden, so stößt dies oft auf massiven Widerstand bei Bezugspersonen und institutionell mit Jugendlichen befassten Personen, die sich eher Vorgaben – „Rezepte“ – wünschen, wie man mit Jugendlichen umgehen soll oder kann, damit es weder zu Substanzkonsum noch zu einer Suchtentwicklung kommt. Erwachsene, die solche rezeptartig umsetzbare Lösungsansätze herbeisehnen, machen die Jugendlichen zu Objekten, die sie mit ihren Interventionen lenken möchten. Sie sehen sie nicht als Individuen, denen man möglichst effiziente, auf deren Bedürfnisse abgestimmte Hilfestellungen zur erfolgreichen Lebensbewältigung anbieten sollte. Pointiert ausgedrückt heißt das, dass „professionelle“ AnbieterInnen von Suchtvorbeugungsmaßnahmen immer wieder zwischen die Fronten der über sich selbst bestimmen wollenden Jugendlichen und der diese Selbstbestimmungsfähigkeit anzweifelnden Bezugspersonen geraten (Gruber, 2003).

Die Ergebnisse von Jugendstudien (beispielsweise Hurrelmann et al., 1985) zeigen, dass die Jugendlichen selbst die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit, besonders der Selbstständigkeit, Selbstsicherheit und Selbstkontrolle als ihre vordringlichsten Entwicklungsaufgaben sehen. Eine weitere, pädagogisch wertvolle Entwicklungsaufgabe um einen eigenen Lebensstil zu entwickeln und zu einem autonom gesteuerten und bedürfnisorientierten Umgang mit den entsprechenden Angeboten zu kommen, besteht in der der Entwicklung der Nutzung des Konsumwarenmarktes und des kulturellen Freizeitmarktes (einschließlich Medien und Genussmitteln). Jugendkulturelle Phänomene prägen immer wieder das Bild und den Zeitgeist ganzer Generationen, deshalb ist es sinnvoll und notwendig sich diese zu vergegenwärtigen, wenn man mit der Aufgabe des Jugendschutzes befasst ist. Die „Blumenkinder der 68er-Generation“ wurden durch die „Technoiden der 89er-Generation“ abgelöst. Schaut man genau hin, erkennt man gerade im Techno das Kultur gewordene Bedürfnis nach Austausch, Gemeinsamkeit und Veränderung. Die Techno-Szene konstituiert sich in erster Linie in und durch Events. Treffpunkte der Techno-Szene sind in erster Linie die verschiedenen, oftmals sehr aufwändig ausgestatteten Clubs. Weil die Musik elektronisch erzeugt und in enormer Lautstärke präsentiert wird, übertreffen die technischen Aufwendungen „herkömmliche“ Diskoanlagen in ihrer Leistungsfähigkeit bei Weitem. Hinzu kommen komplizierte Licht- und Laserinstallationen, die im Einklang mit der Musik erst das typische Techno-Ambiente erzeugen. Techno ist ein Sammelbegriff für verschiedene Phänomene: von Vorstellungen über eine bestimmte Musikrichtung über die Bezeichnung für einen bestimmten Lebensstil bis zu einem ganz bestimmten – nämlich überwiegend positiv konnotierten – (mental und/oder emotionalen) Verhältnis zu technischen Innovationen. Wie kaum bei einer (Jugend-)Szene zuvor steht Tanzen neben der Musik im Mittelpunkt des Interesses der Technoiden.

3.2.4 Ergebnisse aus der Befragung der Jugendlichen

Wie sich bei der Befragung Jugendlicher im gegenständlichen Projekt gezeigt hat, wünschen diese sich „Freiräume“, wo sie sich mit Gleichaltrigen treffen können; „Jugendkultur“ leben können, wobei die jeweils bevorzugte Musikrichtung hier einen hohen Stellenwert einnimmt. Die von den Jugendlichen als „Kids-Lokale“ bezeichneten Angebote der Gastronomie sind die, wo beispielsweise Techno-Musik gespielt wird/werden darf.

Sehr positiv bewertet von den Jugendlichen wird generell, eigene Gestaltungsmöglichkeiten zu haben – wie beispielsweise selbst Auflegen zu können. Auch hier zeigt sich eine hohe Identifikation mit den musikalischen Trends. Das Motto ist: „Nur nichts vorgelesen bekommen!“ Beliebt ist – quer durch die verschiedenen Jugendcliquen – auch Karaoke-Singen, wiederum abgestimmt auf den jeweiligen Musikgeschmack.

Weiters wünschen sich Jugendliche „eine Bühne“, auf der sie sich präsentieren können. Als Beispiel dafür erzählen sie die Aktion „Nacktduschen auf der Bühne“, die in einer Großdisco angeboten wird: Wer sich traut, wird dabei fotografiert, und die Fotos können dann auf der Homepage des Lokals bewundert werden. Fotoseiten nach Events weisen sehr viele Besuche auf. Wichtiger Anziehungspunkt sind auch „Aufreizungen“, die man sich beispielsweise so vorstellen kann: Ein

bestimmter Teil des Diskoraumes wird gelb ausgeleuchtet und über Lautsprecher wird verkündet, dass dies jetzt „Aufreizzone“ ist, und alle Suchenden sollen dort bleiben bzw. sich dorthin begeben. O-Ton eines Jugendlichen: „Wir sind zu Vielem bereit, um auf der Bühne zu stehen, ein bisschen Stars sein – und dann die Fotos der Events auf der Homepage betrachten zu können, ein bisschen angeben bei den Freunden und vor allem Freundinnen. Wer oft oben ist, punktet.“

Große Anziehungskraft üben nach wie vor Lokale aus, die einen Internetzugang anbieten, und hier natürlich eine möglichst kostenlose bzw. kostengünstige Nutzung des Mediums.

Was vor allen Dingen Burschen anspricht, ist die Möglichkeit Billard zu spielen bzw. auch Tischfußball oder Dart – immer vorausgesetzt, dass es halbwegs erschwinglich ist. Einem Pub gelingt es über das Angebot eines Spielenachmittags ohne Konsumzwang, vermehrt jugendliches Publikum anzulocken, was dazu führt, dass jugendliche Gäste auch an anderen Tagen das Lokal besuchen.

Diese Beispiele legen nahe, dass, wenn Angebote geschaffen werden, die auf die tatsächlichen Bedürfnisse der Jugendlichen abgestimmt sind, die Chance, dass Alkohol zu einer Nebensache gemacht werden kann größer ist, als dies über repressive Maßnahmen gelingen kann.

Angebote an alkoholfreien Getränken haben unterschiedliche Attraktivität für Jugendliche, je nachdem ob und zu welcher Aktivität sie konsumiert werden. In Diskos oder Tanzlokalen, dort wo Tischfußball oder Billard gespielt wird, sind billige Durstlöscher gefragt wie ½ l Apfelsaft gespritzt (billiger als ein Seidl Bier), besonders erfreulich für die Jugendlichen wäre Gratissoda – nicht nur Leitungswasser – dadurch fühlen sie sich als Publikum geworben. Von den Jugendlichen wurden in der Befragung Cola, Fanta oder Eistee als die beliebtesten diesbezüglichen Getränke genannt. Diese zu günstigen Preisen angeboten zu bekommen wäre besonders wünschenswert.

Nach Aussagen der Jugendlichen lässt sich der sogenannte „Rucksackimport“ (Jugendliche bringen Alkoholika, die sie beispielsweise billig im Supermarkt erstanden haben, im Rucksack mit in die Disko) nicht dadurch verhindern, dass Gastronomen alkoholische Getränke zu Billigpreisen anbieten. Dies ist eher ein „über die Bedürfnisse der Jugendlichen“ hinausgehendes Angebot, wo die Gefahr besteht, dass ein in Richtung problematischer Konsum gehendes Verhalten verstärkt wird. Konsens in einer Diskussionsrunde mit Jugendlichen bestand über die zusammenfassende Aussage eines Beteiligten: „Wenn man probieren will, wie es ist, einen Rausch zu haben oder wenn man einfach einmal Lust hat sich zu betrinken und so abzuhängen, dann geht das nicht anders, als etwas im Rucksack mitzubringen, weil das sonst nicht zu leisten ist.“ D.h. hinter dem „Rucksackimport“ steht ein gezielteres Ausprobieren von Grenzen und ein „geplantes Rauscherlebnis“. Die Hauptargumente der Jugendlichen für den Rucksackimport sind einerseits die Kosten, andererseits der Aspekt etwas „hinter dem Rücken der Erwachsenen“ zu tun, was als Ausdruck für eine entwicklungsbedingte Ablösung interpretiert werden kann.

3.3 Grenzen und Entwicklungsmöglichkeiten des Projektansatzes

Die Intention des NÖ Jugendreferates war und ist es, mittels konkreter Projekte, die „Alkoholprävention“ und „Jugendschutz“ zum Inhalt haben, eine Kooperation mit der Wirtschaft (im konkreten Fall mit den Fachbereichen Gastronomie und Hotellerie) aufzubauen, um darüber die Gastronomen für die Thematik zu sensibilisieren und sie für eine konkrete Mitbeteiligung beim Umsetzen von Jugendschutzmaßnahmen bzw. Maßnahmen zur Alkoholprävention zu gewinnen. Im Gegenzug dazu sollen Gastronomen über die Vernetzung mit GesundheitsexpertInnen und über das bessere Informiertsein über die Hintergründe der Thematik besser gerüstet sein im Zusammenhang mit schwierigen Situationen bzw. mit Jugendlichen, die problematisches Verhalten aufweisen.

In der Begleitforschung lag die Aufmerksamkeit auch darauf, über Entwicklungen und Strömungen in der Jugendkultur zu recherchieren und in der Folge zu informieren, damit es besser gelingen kann, Verhalten, das einem entwicklungsbedingten Abgrenzungsprozess Jugendlicher (Cliques- oder Szenezugehörigkeit) und dem Zeitgeist (z.B. Techno) entspringt – letztlich, auch wenn es eigenen Weltanschauungen zuwiderläuft – als solches zu erkennen. Dadurch kann es dann auch möglich werden, generelle jugendkulturelle Trends und Entwicklungen von Verhaltensweisen Jugendlicher, die problematische Verhaltensweisen entwickeln zu unterscheiden, um gezielt präventiv tätig werden zu können. Darüber hinaus bietet die Vernetzung mit PräventionsexpertInnen, wie sie im gegenständlichen Projekt passiert ist, Unterstützung darin, zu wissen, wie und wo professionelle Hilfe

(Präventions- und Beratungseinrichtungen) gefunden werden kann.

D.h. Grenzen dieses Projektansatzes bestehen dort, wo hinter dem (missbräuchlichem) Konsum von Alkohol oder anderer psychoaktiver Substanzen eine problematische Entwicklung sich abzeichnet, wo Alkohol oder andere Substanzen als „Problemlöser“ eingesetzt werden, dort wo Jugendliche sich in einem suchtblasteten Milieu aufwachsen, sei es in der Familie – Kinder aus suchtblasteten Familien haben ein 6-8faches Risiko selbst suchtkrank zu werden, bzw. noch mehr dann, wenn das weitere Umfeld (Verwandte, Freunde, ...) einem weit über das Ausmaß gesellschaftlichen Trinkens (Gebrauch einer Kulturdroge) hinausgehend, Alkohol bzw. auch andere psychoaktive Substanzen konsumiert. Hier spielt auch die Vorbildwirkung eine große Rolle und das Erleben eines problematischen Konsums mit all seinen Auswirkungen als Normalität. Kritisch zu betrachten sind in diesem Zusammenhang auch Jugendcliquen wo die Zugehörigkeit maßgeblich über die Trinkfestigkeit definiert wird.

Hier kommt den Gastronomen eine nicht unwesentliche Bedeutung insofern zu, als sie in der Lage sind Probiertkonsum in öffentlichem – damit eher kontrollierbarem Umfeld – zu ermöglichen. Gleichzeitig sind sie – geht man von Überlegungen in Bezug auf Jugendschutz aus – vor eine schwierige Aufgabe gestellt. Ist ihre Einstellung gegenüber Jugendlichen so differenziert, wie sie im gegenständlichen Projekt angestrebt wird – was einer Vorstellung von Jugend (funktionale Ausdifferenzierung der Gesellschaft) als einer Passage von der Kindheit in eine sozial festgelegte Rolle des Erwachsenen, von einer Phase, die einen Schonraum für Selbstfindung und Selbsterprobung zur Vorbereitung auf spezifische Aufgaben des Erwachsenseins bereitstellen sollte – ist es auch notwendig, beim Achten auf das Einhalten der Jugendschutzbestimmungen mit Augenmaß vorzugehen und bei nicht schwerwiegenden Verstößen, bzw. einmaligen Aktionen zu versuchen die Jugendlichen günstig zu beeinflussen und sie nicht zu vertreiben in „unkontrollierbare Räume“. Um sich so verhalten zu können ist es notwendig, und dem wird bei der Fortführung des Projektes aufgrund der bisherigen Erfahrungen sicher noch vermehrt Nachdruck verliehen, über die Beteiligung an dieser Aktion Unterstützung in einem adäquaten Umgang mit Jugendschutzbestimmungen geboten. D.h. soviel wie, dass es einerseits notwendig ist, Jugendschutzbestimmungen ernsthafter auf ihre Einhaltung hin zu überprüfen, aber andererseits damit nicht übers Ziel hinauszuschießen, indem man grundsätzlich sehr verantwortungsvoll mit Jugendliche umgehenden Personen – in dem Fall speziell Gastronomen – zu „schwarzen Schafen“ macht über beispielsweise Probekäufe durch älter wirkende Jugendliche.

Eine Fortführung des Projektes unter Ausweitung auf einen gemeindeorientierten Zugang, könnte hier durchwegs zielführend sein. Kommt es zu einer Zusammenarbeit zwischen Präventions- bzw. GesundheitsexpertInnen einer bestimmten Region und gelingt es auch Eltern und andere Bezugspersonen der Jugendlichen für ihre Vorbildwirkung zu sensibilisieren, kann es für alle Beteiligten, im Sinne einer gemeinsamen Verantwortung leichter werden zu unterscheiden wo Sorge angebracht ist und Handlungsbedarf besteht um problematischem Konsumverhalten vorzubeugen und wo es andererseits möglich ist, Frei- und Schutzräume zu schaffen, wo Jugendliche nicht so folgenschwer Grenzen ausloten können.

Diese Transparenz des Themas könnte verhindern helfen, dass Jugendliche über Billigangebote, die einem unlauteren Wettbewerb gleichkommen, zu problematischem Konsumverhalten verleitet werden. Ein deklariertes Einsetzen der Gastronomie für Jugendschutz trägt zum Wohlwollen der Behörden und der Bevölkerung und damit auch zu einem besseren Image bei. Die Projektergebnisse liefern auch deutliche Hinweise darauf, dass es in Zukunft notwendig sein wird, verstärktes Augenmerk auf die nicht gewerblichen AnbieterInnen zu lenken und vor allem in Hinblick auf Hygienebestimmungen und Jugendschutz eine Gleichstellung herzustellen.

Bei all diesen Möglichkeiten, die hier angesprochen werden, handelt es sich um langfristige Vorhaben, die nicht mit einer einmaligen, zeitlich und örtlich beschränkten Aktion erreicht werden können, da sich bei allen Beteiligten das Problembewusstsein einerseits und in weiterer Folge das Vertrauen in die Realisierbarkeit andererseits verankern muss. Das heißt aber auch, dass eine kurzfristige „Kalkulation“ im Sinne eines raschen Gegengeschäfts (Beteiligung an einer Maßnahme auf der einen Seite und unmittelbarer Erfolg, z.B. die Änderung des Veranstaltungsgesetzes, auf der anderen Seite) für die Gastronomie so nicht aufgehen kann. Auch die wünschenswerte Imageänderung, in den Bereichen, wo der Gastronomie fälschlicherweise der „schwarze Peter“ zugeschrieben wird (z.B: werden nächtliche, alkoholverursachte Straßenverkehrsunfälle von Jugendlichen oder jungen Erwachsenen in der Öffentlichkeit undifferenziert als „Diskounfälle“ bezeichnet) lässt sich nur mittels koordinierter und umfassender Maßnahmen langfristig ändern. Hier ist sowohl von Seiten der

Öffentlichkeit bzw. der Medien als auch von Seiten der Gastronomie das Erkennen und Differenzieren komplexer Sachverhalte gefragt. Dazu können alle Seiten beitragen, wenn sie erste Schritte setzen, quasi in „Vorleistung“ treten, und dabei nicht unmittelbare Erfolge messen wollen, sondern die gemeinsame Zielrichtung im Auge behalten.

3.4 Hinweise für die Umsetzung in die Praxis

Abschließend seien hier schlagwortartig einige Vorschläge aufgelistet, die sich im Rahmen der bestehenden Gesetzeslage mit geringem Aufwand im Sinne der beschriebenen jugendfreundlichen Strategien in der Gastronomie umsetzen lassen:

3.4.1 Getränkeangebot allgemein:

- Wasser gratis und unbeschränkt (bzw. mindestens pro konsumiertes Getränk ein Glas Wasser)
- Alkoholfreie und alkoholarme Alternativen, die von Preis und von der angebotenen Menge den alkoholischen Getränken gleichgestellt sind; d.h.: auch Cola, Eistee und sonstiges Alkoholfreies in ½ Liter (~ Krügerl) anbieten zu günstigem Preis (also nicht teurer als Bier)

3.4.2 Jugendgetränk:

- Als Jugendgetränk (im Sinne der Gewerbeordnung) sollen solche Getränke angeboten werden, die die Jugendlichen auch gerne konsumieren und die auch üblicherweise auf der Getränkekarte zu finden sind.
- Es soll nicht „krampfhaft“ extra für Jugendliche ein Getränk gemischt werden, das sonst niemand trinkt.
- Alkoholfreie Cocktails sind sinnvoll als Alternative zu alkoholhaltigen Getränken – vor allem wenn auch alkoholhaltige Cocktails angeboten werden -, aber nicht als einziges und generelles Jugendgetränk

3.4.3 Alkoholische Getränke (ausschließlich für über 16-Jährige):

- Werden alkoholische Mixgetränke angeboten (Tee mit Rum, Cola-Bacardi, Tequila Sunrise ...), sollte es auch eine Variante mit geringerem Alkoholgehalt geben (so dass Gesamtalkoholgehalt des Getränkes 1,5% bis 3% nicht übersteigt) und eine Variante ohne Alkohol. Diese Getränke sollten nicht als „Jugendgetränke“ sondern als alkoholfreies bzw. -armes Angebot für alle Gäste dargestellt werden.
- Im Sinne der Information und des bewussten Alkoholgenusses sollte für alle Mischgetränke der Alkoholgehalt ausgezeichnet und für die Gäste leicht ersichtlich sein.

3.4.4 Maßnahmen gegen Alkoholmissbrauch:

- Kein Alkoholausschank an Betrunkene, ev. Lokalverweis
- Keine Förderung von exzessivem Konsum (z.B. uneingeschränkter Alkoholkonsum für Pauschalpreis, Happy Hour für alkoholische Getränke)

3.4.5 Speisen:

- Günstige Speisen / Snacks anbieten, die Jugendliche gerne konsumieren
- Kombinationsangebot: Snack mit einem alkoholfreien Getränk – 1x pro Besuch und Gast unter 26 J. zu verbilligtem Preis

3.4.6 Rauchen:

- Vermehrte Schaffung von rauchfreien Zonen

3.4.7 Diskotheken:

- Transportmöglichkeiten beachten; „Discobus“ anbieten
- Aktionen „I'm the driver“ mit freien bzw. vergünstigten nichtalkoholischen Getränken, besondere Kennzeichnung des Fahrers mit Sticker, Kleber od. T-Shirt.

3.4.8 Jugendfreundliche Rahmenbedingungen:

- Aufenthalt im Lokal ermöglichen ohne Konsumzwang
- Spiele, Internetzugang anbieten (z.B. auch nur beschränkt an einem Nachmittag pro Woche)
- Gestaltungsmöglichkeiten für Jugendliche anbieten (z.B. selber Auflegen in Disko, oder Lokal mit Musik, Karaoke-Singen etc.)

4 Literatur

- Dür, W.; Mravlag, K.; Stidl, T.; Wannenmacher, G. (2002): Gesundheit und Gesundheitsverhalten bei Kindern und Jugendlichen, Bericht zur Gesundheit der 11-, 13- und 15-Jährigen in Österreich – Aufbereitung der Daten des 6. WHO-HBSC-Surveys 2001 und die Trends für 1990 – 2001. Ludwig-Boltzmann-Institut für Medizin- und Gesundheitssoziologie, Wien
- Gruber, Ch. (2003): Kunst im Kontext der Suchtprävention. Abschlussarbeit des Hochschullehrgangs zum Klinischen Psychologen und Gesundheitspsychologen an der Universität Wien, Wien
- Hurrelmann, Klaus, Rosewitz, B., Wolf, H.K. (1985): Lebensphase Jugend – eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. Juventa Verlag. Weinheim und München
- Kraus, L.; Bloomfield, K.; Augustin, R.; Reese, A. (2000): Prevalence of Alcohol Use and the Association Between Onset of Use and Alcohol-Related Problems in a General Population Sample in Germany. *Addiction*, 95 (9), 1389-1401
- Springer, A. (2004): Jugendkultur und Drogengebrauch. in: Brosch, R.; Mader, R. (Hrsg): Sucht und Suchtbehandlung Problematik und Therapie in Österreich. LexisNexis, Wien
- Uhl, A. (2003): Jugend und Alkohol - mit besonderer Berücksichtigung des rauschhaften Trinkens. *prae.v.doc*, 1, 3-10
- Uhl, A.; Beiglböck, W.; Fischer, F.; Haller, B.; Haller, R.; Haring, Ch.; Kobra, U.; Lagemann, Ch.; Marx, B.; Musalek, M.; Scholz, H.; Schopper, J.; Springer, A. (2004): Alkoholpolitik in Österreich - Status Quo und Perspektiven. in: Babor, T.; Caetano R.; Casswell, S.; Edwards, G.; Giesbrecht, N.; Graham, K.; Grube, J.; Gruenewald, P.; Hill, L.; Holder, H.; Homel, R.; Österberg, E.; Rehm, J.; Room, R.; Rossow, I.: Alkohol - kein gewöhnliches Konsumgut. *Forschung und Alkoholpolitik*. Hogrefe, Göttingen
- Uhl, A.; Springer, A. (1996): Studie über den Konsum von Alkohol und psychoaktiven Stoffen in Österreich unter Berücksichtigung problematischer Gebrauchsmuster - Repräsentativerhebung 1993/94 Textband. Originalarbeiten, Studien, Forschungsberichte des BMGK, Wien
- Uhl, A.; Springer, A.; Kobra, U.; Bachmayer, S. (2003): Expertise über alkohol- und nikotinspezifische Jugendschutzbestimmungen in Österreich und International. Forschungsbericht des LBISucht, Wien