



# Informationen z.H. Medien

## 2. Welle der Nationalen Alkoholpräventionskampagne

Stand **25.8.2016**

### 1 Ausgangslage

Vom 1.-22. September 2016 findet die zweite Welle der Nationalen Alkoholpräventionskampagne statt. Die Kampagne ist ein partnerschaftliches Projekt des Bundesamts für Gesundheit, Sucht Schweiz, den Fachverbänden in allen Sprachregionen und den Kantonen.

Inserate, Banner etc werden geschaltet, die die Bevölkerung dazu aufrufen, über den eigenen Konsum nachzudenken. Ausserdem wurde ein neuer Film produziert, den wir vor allem über die sozialen Medien und wenn möglich auch über die redaktionellen Mediengefässe verbreiten möchten. Download-Möglichkeit hier:

<ftp://client.havasworldwide.ch/>; Benutzer: bagalcohol; Passwort: previewfilm

Achtung: Sperrfrist 1. September, 10.30 Uhr (Medienmitteilung des BAG über [www.news.admin.ch](http://www.news.admin.ch))

Zentrale Website mit amüsantem Online-Quiz, Wissensseiten, Informationen über Rat und Hilfe und Kampagnenmaterialien: [www.alcohol-facts.ch](http://www.alcohol-facts.ch)

### 2 Inhalte

#### Kampagne und Film

Das Thema der Kampagne ist die Wahrnehmungsveränderung, welche durch den Alkohol bewirkt wird. Je mehr man trinkt, desto mehr driften Selbst- und Fremdwahrnehmung auseinander, man findet sich selbst cool, andere finden einen peinlich. Man tut Dinge, die man nüchtern oder mit massvollem Alkoholkonsum nicht tun würde, weil man anderen Impulsen folgt. Das kann zu peinlichen Auftritten (die man leider nicht rückgängig machen kann und die auch gefilmt werden könnten) führen, aber auch zu Gewalt, Blackouts, Sachbeschädigung, ungeschütztem Geschlechtsverkehr, usw. Kurz: es geht vor allem um die sozialpsychologischen und weniger um die direkt gesundheitsrelevanten Aspekte (also der Auftritt, nicht die Leber). Und hier um die Frage: Welche Konsequenzen willst du auf dich nehmen, wie viel ist zu viel?

Der neue Kampagnenfilm thematisiert die Versuchung, sich mit Alkohol befreit und richtig cool zu fühlen. Bei vielen Menschen – vor allem bei jüngeren – sind es diese Beweggründe, die sie dazu veranlassen Alkohol zu trinken. Gesundheitsrisiken und die Unfallgefahr werden in diesem Moment als weniger relevant eingestuft.

#### Sozialpsychologische Aspekte Fremd- und Selbstwahrnehmung

- Alkoholkonsum hat eine Auswirkung auf die Selbstwahrnehmung. Wer trinkt, nimmt sich subjektiv besser (leistungsfähiger) wahr, ist jedoch aufgrund Wirkung des Alkohols körperlich und geistig eingeschränkt. Dies ist z.B. besonders beim Fahrzeuglenken fatal, spielt aber insbesondere auch beim Zustandekommen von aggressivem bzw. gewalttätigem Verhalten eine Rolle.
- Auch wer keinen Alkohol trinkt, aber meint es zu tun, erfährt die dem Alkohol zugeschriebene Wirkung.
- Auch eine geringere subjektiv wahrgenommene soziale Angst ist eine Auswirkung des Alkoholkonsums: Aufgrund der subjektiv wahrgenommenen Angstreduktion ist davon auszugehen, dass die leichter fallende Interaktion mit anderen bei sehr schüchternen Personen einen wesentlichen

Beitrag dazu leistet, dass sich eine Abhängigkeit entwickelt – was dazu passt, dass sich bei Patienten mit einer sozialen Phobie häufig sekundär eine Alkoholabhängigkeit entwickelt.

- Alkohol führt dazu, dass bei der Entscheidung, welchem von zwei Handlungsimpulsen aus der Umwelt man folgt (z.B. auf der Betriebsfeier eher hemmungslos abtanzen oder sich aufgrund der Anwesenheit des Chefs eher zurückzuhalten) immer derjenige gewählt wird, der weniger kognitive Verarbeitung erfordert und der am meisten hervorsticht. In diesem Beispiel wäre der dominierende Impuls „Party“, und die Verarbeitung des weniger hervorstechenden Aspekts „Chef ist anwesend“ würde aufgrund des Alkoholkonsums unterdrückt, sodass der erste Impuls das Verhalten steuert und man beispielsweise wild auf dem Tisch tanzt.

### **Verhalten der Jugendlichen, Rückgang des Konsums, Trinkmotive**

Wirkung von Alkohol bei 15-Jährigen, die in den letzten 30 Tagen Alkohol getrunken haben (HBSC 2014, Zusatzauswertung Frage 28, Vgl. Anhang I)

- 36% der Mädchen und 25% der Jungen haben etwas Peinliches gesagt oder getan
- Ein Drittel hatte am nächsten Tag einen Kater
- 25% der Mädchen und 21% der Jungen hatten Erinnerungslücken
- 16% mussten sich übergeben
- Noch stärker mit negativen Auswirkungen konfrontiert waren Jugendliche, die in den letzten 30 Tagen mindestens zweimal betrunken waren: Knapp die Hälfte tat oder sagte peinliche Sachen. Fast ebenso viele hatten Erinnerungslücken.

Ab 1986 stieg der mindestens wöchentliche Konsum von Alkohol und Zigaretten an und erreichte zwischen 1998 und 2002 seinen Höhepunkt, danach gab es zwischen 2002 und 2006 einen Rückgang und zwischen 2006 und 2010 eher eine Stagnation.

Zwischen 2010 und 2014 gab es einen deutlichen Rückgang des mindestens wöchentlichen Konsums von Alkohol und Zigaretten, dieser ging beim Alkohol sogar um mehr als die Hälfte zurück.

[http://www.suchtschweiz.ch/fileadmin/user\\_upload/DocUpload/Zusammenfassung\\_HBSC\\_2014-D.pdf](http://www.suchtschweiz.ch/fileadmin/user_upload/DocUpload/Zusammenfassung_HBSC_2014-D.pdf)

Es gibt zum Rückgang des Konsums bei Jugendlichen momentan lediglich Hypothesen, keine bestätigten Fakten. Die Frage ist: Was hat sich in den letzten Jahren verändert? Soziale Normen? Trinkmotive? Finanzieller Rahmen? Smartphone? Cybermobbing?

Eine Studie aus Grossbritannien geht dieser Frage nach. Plausibelste Erklärung aus dieser Studie:

- Verminderte Verfügbarkeit
- Bessere Aufsicht durch die Eltern

[http://eurocare.org/library/updates/new\\_report\\_assesses\\_explanations\\_for\\_lower\\_teen\\_drinking#.V3Y\\_QPN8SaE.facebook](http://eurocare.org/library/updates/new_report_assesses_explanations_for_lower_teen_drinking#.V3Y_QPN8SaE.facebook)

Eine australische Studie zur gleichen Fragestellung führt zu folgenden Erkenntnissen: Die Autoren äussern drei Gründe für den Rückgang des Alkoholkonsums Jugendlicher: Änderungen von a) elterlichem Verhalten (Trinkverhalten, Erziehungsregeln etc.), b) Policy Massnahmen (etwa Verkaufseinschränkungen und Präventionsprogramme) und c) Freizeitverhalten (Internet- und Smartphone Nutzung).

Pennay et al: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/dar.12255/abstract>

Die JAMES-Studie stellt fest, dass Jugendliche immer noch gleich viel Zeit mit ihren Freunden verbringen wie vor vier Jahren, macht aber keine Aussagen darüber, was die Jugendlichen zusammen machen.

[https://www.zhaw.ch/de/psychologie/forschung/medienpsychologie/mediennutzung/james/?pk\\_campaign=shortlink&pk\\_kwd=www.zhaw.ch%2Fpsychologie%2Fjames](https://www.zhaw.ch/de/psychologie/forschung/medienpsychologie/mediennutzung/james/?pk_campaign=shortlink&pk_kwd=www.zhaw.ch%2Fpsychologie%2Fjames)

Vorsicht: Das Phänomen des Konsumrückgangs unter Jugendlichen ist differenziert zu betrachten: Die Schülerinnen- und Schülerbefragung zeigt, dass die 15-Jährigen von heute im Umgang mit Alko-

hol zurückhaltender sind als früher, während unter den 15- bis 19-Jährigen das Rauschtrinken seit 2011 zunimmt. 31,6% der 15- bis 19-Jährigen trinken punktuell risikoreich mindestens monatlich (zumindest einmal pro Woche: 14,2%).

Es gibt zudem auch Anzeichen, dass Kinder und Jugendliche (teilweise schon sehr früh) Alkohol konsumieren, jedoch nicht mehr so oft wöchentlich oder bis zur Trunkenheit.

SuMo 2014 Faktenblatt:

[http://www.bag.admin.ch/suchtmontoring/14361/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t,Inp6l0NTU042l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCMeoB3f2ym162epYbg2c\\_JjKbNoKSn6A--](http://www.bag.admin.ch/suchtmontoring/14361/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t,Inp6l0NTU042l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCMeoB3f2ym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A--)

### 3 Mögliche Interviewpartner

Es gibt in diesem Thema verschiedene Gesprächspartner, die interessant sein könnten.

#### **Bereich Nachtleben**

Menschen trinken in der Nacht, im Ausgang. Wie verhalten sie sich und wie wirkt dieses Verhalten auf andere? Hat sich ihr Verhalten in den letzten Jahren verändert? Wie gehen sie mit dem Umstand um, dass von ihnen ein peinliches Video in betrunkenem Zustand in Umlauf gebracht werden könnte? (Stichwort Cybermobbing)

In Berlin (und sicherlich auch anderswo) gibt es Clubs in denen nicht fotografiert werden darf.

- (vom BAG vorgängig kontaktiert > einverstanden) Alexander Bücheli von der Bar- und Klubkommission Zürich, der Kontakte zu Clubbesitzern, Barkeepern, Türstehern, usw. vermitteln kann (die sicher viel zu erzählen haben...) Er ist erreichbar unter [alex@a-buecheli.ch](mailto:alex@a-buecheli.ch), 076 574 49 76. [www.barundclubkommission.ch](http://www.barundclubkommission.ch)  
Schweizer Bar- und Clubkommission: [www.sbck.ch](http://www.sbck.ch)
- René Akeret, Präsident von Safer Clubbing ([reneakeret@bluewin.ch](mailto:reneakeret@bluewin.ch), 079 755 54 81) [www.saferclubbing.ch](http://www.saferclubbing.ch)
- Grand Conseil de la Nuit en Suisse romande (correspond au Bar- und Clubkommission) <http://www.grandconseildelanuit.ch/>

#### **Wahrnehmungspsychologie, sozialpsychologische Aspekte**

Wie genau verändert Alkohol die Wahrnehmung? Was passiert im Kopf? Welche Gefahren ergeben sich hierbei? Wer ist besonders betroffen / gefährdet?

Subjektive Angst/Zurückhaltung verringert sich, man fühlt sich besser, stärker > Gefahr zur Selbstüberschätzung, schliesslich zur Abhängigkeit, weil man dieses Gefühl immer wieder haben will

- (vom BAG vorgängig kontaktiert > einverstanden) Prof. Dr. Holger Schmid, Mitglied der Eidg. Kommission für Alkoholfragen (EKAL), Gesundheitspsychologe, der z.B. das Risikoverhalten bei Jugendlichen untersucht. Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW. [Holger.schmid@fhnw.ch](mailto:Holger.schmid@fhnw.ch), 062 957 21 36
- Prof. Dr. Urte Scholz, Wahrnehmungspsychologin, die u.a. untersucht, wie sich die Wahrnehmung beim Trinken verändert. Universität Zürich, Psychologisches Institut, Angewandte Sozial- und Gesundheitspsychologie, [urte.scholz@psychologie.uzh.ch](mailto:urte.scholz@psychologie.uzh.ch), 044 635 72 50.
- Prof. Dr. rer. nat. Lutz Jäncke, Hirnforschung, der u.a. untersucht, wie Alkohol aufs Hirn wirkt. Universität Zürich, Psychologisches Institut, Neuropsychologie, [Lutz.jaencke@uzh.ch](mailto:Lutz.jaencke@uzh.ch), 044 635 74 01.

*Französischsprachig :*

#### **Nightlife**

Grand Conseil de la Nuit en Suisse romande (correspond au Bar- und Clubkommission)

<http://www.grandconseildelanuit.ch/>

Stephane Caduff, directeur de la FVA.  
Fondation vaudoise contre l'alcoolisme (FVA), Lausanne  
Tél +41 21 623 84 84, [stephane.caduff@fva.ch](mailto:stephane.caduff@fva.ch),

Kim Carrasco, coordinateur de la plateforme nightlife du GREA. [kcarrasco@relais.ch](mailto:kcarrasco@relais.ch), 021 323 60 57

Corinne Kibora, porte-parole d'Addiction Suisse. [ckibora@addictionsuisse.ch](mailto:ckibora@addictionsuisse.ch). Tél.: 021 321 29 75

## Santé

HUG, Unité dépendance, policlinique  
Dr Thierry Favrod Coune  
Médecin adjoint  
[Thierry.Favrod-Coune@hcuge.ch](mailto:Thierry.Favrod-Coune@hcuge.ch)  
Tél. secrétariat : 022 372 95 37

Dr. Pascal Gache  
Médecin privé, alcoologue  
20 rue des Deux-Ponts  
1205 Genève  
022 329 38 22  
00 41 79 102 78 49  
[pascal.gache@gmail.com](mailto:pascal.gache@gmail.com)

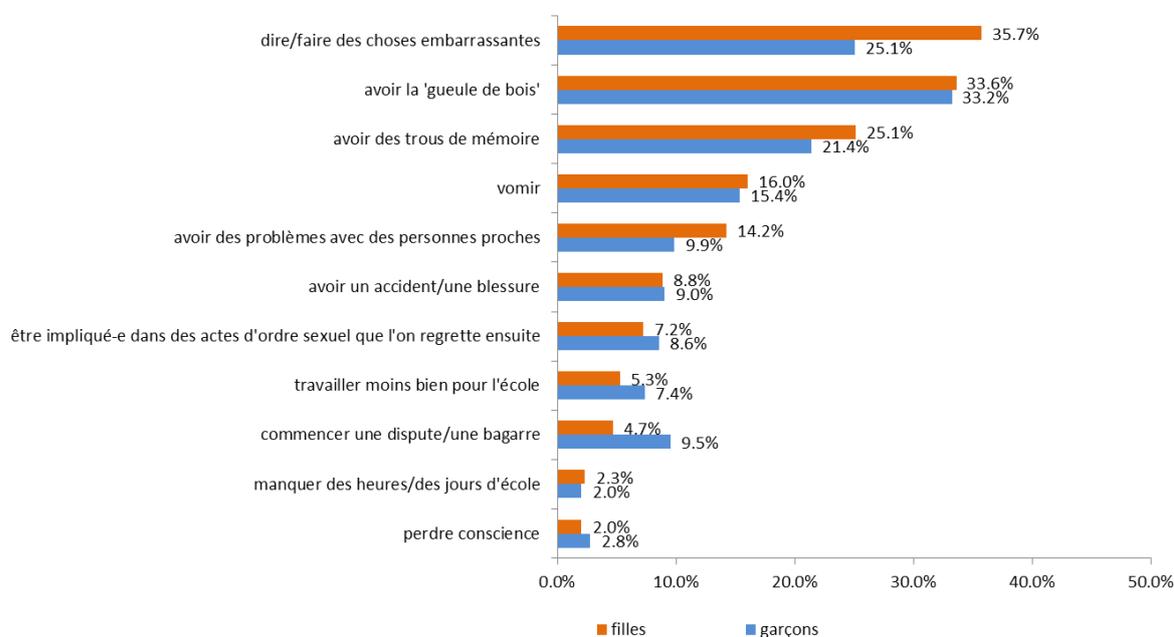
Professeur Jean-Bernard Daepfen | Chef de service  
Service d'alcoologie  
Département de médecine et santé communautaires  
Av. de Beaumont 21 Bis CHUV-1011 Lausanne Tél + 41 21 314 08 75  
Mobile +41 79 556 14 77  
[www.alcoologie.ch](http://www.alcoologie.ch)

Déborah Wisler, psychologue  
Centre de psychothérapie des Toises  
Av. des Toises 12  
1005 Lausanne  
[deborah.wisler@levant.ch](mailto:deborah.wisler@levant.ch), 021 340 61 21

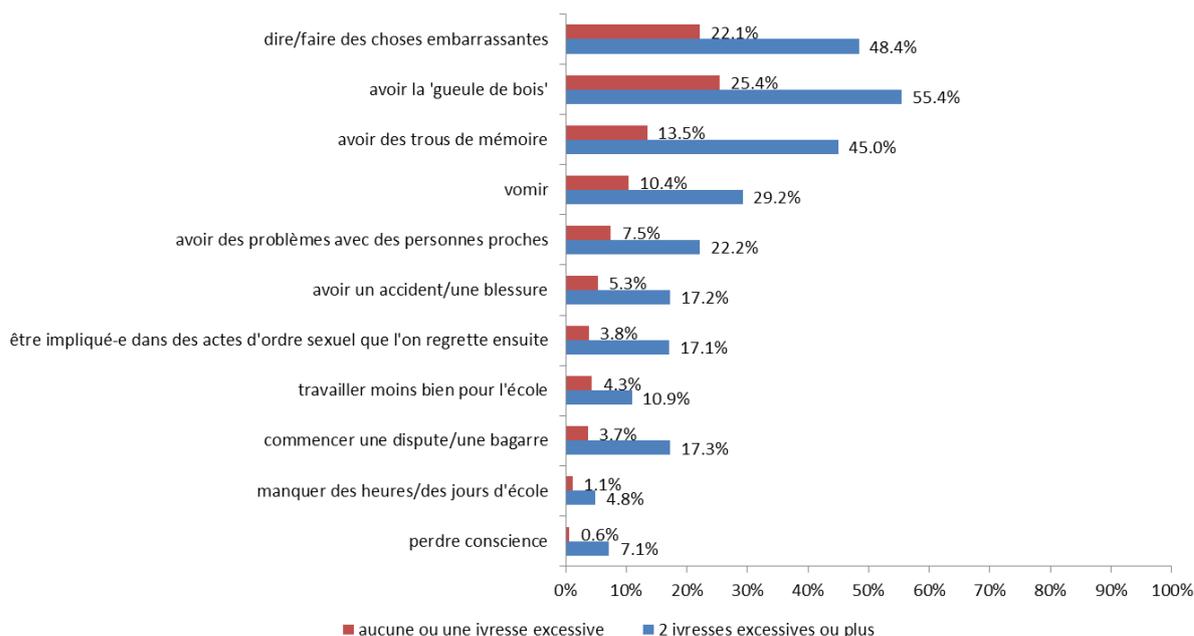
*Francophone et germanophone* (contacté et d'accord) :  
Emmanuel Kuntsche  
Coordinateur du secteur Recherche et responsable du projet, Addiction Suisse  
Mène des recherches sur les raisons qui poussent à consommer de l'alcool.  
[ekuntsche@addictionsuisse.ch](mailto:ekuntsche@addictionsuisse.ch), 021 321 29 52

Anhang I:

Proportions des élèves de 15 ans ayant consommé de l'alcool au cours des 30 derniers jours et qui **ont vécu** au moins une fois les situations suivantes après avoir bu de l'alcool, selon le sexe (HBSC 2014; plusieurs réponses possibles)



Proportions des élèves de 15 ans ayant consommé de l'alcool au cours des 30 derniers jours et qui **ont vécu** au moins une fois les situations suivantes après avoir bu de l'alcool, **selon la fréquence des ivresses ponctuelles\*** au cours des 30 derniers jours (HBSC 2014; plusieurs réponses possibles)



Anhang II

Abbildung 2. Trend des Konsums von Zigaretten (aktuell mindestens wöchentlich), Alkohol (aktuell mindestens wöchentlich) und Cannabis (mindestens einmal in den letzten 30 Tagen) bei 15-Jährigen, nach Geschlecht und Untersuchungsjahr, HBSC 1986-2014

