

„Am Wochenende geb´ ich mir die Kante...“ - Alkoholkonsum im Jugendalter

(Ausgearbeitete Fassung des Referates im Rahmen der Fachtagung „Schlucken Sie noch oder leben Sie schon? Konsummuster im Wandel“)

Referent: Dr. Hans-Jürgen Hallmann, Landeskoordinierungsstelle Suchtvorbeugung NRW, **ginko**

Das Bedürfnis, rauschhafte Erlebniszustände zu erreichen und sich dies durch den Konsum bestimmter Mittel wie Alkohol zu erleichtern, ist zu allen Zeiten in den verschiedenen Kulturen praktiziert worden. Und immer bestanden auch mehr oder weniger gelungene Versuche, die Bedürfnisse nach Rausch durch Gebote oder Verbote zu regulieren und dies sowohl religiös/moralisch als auch ideologisch/politisch zu begründen.

Sozusagen als Vorläufer des heutigen Jugendhilfegesetzes formulierte beispielsweise Platon Regeln, die den Alkohol- bzw. Weinkonsum der damaligen Zeit unter Kontrolle halten sollte. Demnach sollen Knaben „in Rücksicht auf die leichte Erregbarkeit der Jugend“ bis zum achtzehnten Lebensjahr ganz auf Wein verzichten, bis zum dreißigsten Lebensjahr soll ein mäßiger Weingenuss gestattet sein, „unter völligen Ausschluss von Berausung und Trunksucht“ und ab dem vierzigsten Lebensjahr soll der Wein genossen werden, als ein „Schutzmittel gegen die Trübseligkeit des Alters“... als Heilmittel, „das uns wieder jung werden und das Herzeleid vergessen lässt...“ (vgl. PLATON, Zweites Buch, S. 60).

In Deutschland wurden die moralischen aber auch die gesundheitlichen Probleme übermäßigen Trinkens bereits ab dem 16. Jahrhundert in Büchern, Schriften und auf Bildern abgehandelt. Martin LUTHER etwa predigte seiner Zeit (1539) gegen den „deutschen Saufteufel“ und warnte die „betrunkenen Schweine“, sie würden das Reich Gottes niemals zu sehen bekommen, wenn sie weiter in derart liederlicher Weise dem Alkoholmissbrauch frönten. Bereits zur damaligen Zeit haben allerdings derartige Appelle keine Wirkung gezeigt.

Funktion des Alkohols bei Jugendlichen

Heute ist Alkohol in unserer Gesellschaft mehr denn je ein allgemein akzeptiertes Genussmittel und wird von Mitgliedern aller gesellschaftlichen Schichten und fast aller Altersstufen in unterschiedlichen Lebenssituationen getrunken. Die Einstellungen gegenüber dem Alkoholkonsum sind einerseits kulturell geprägt, andererseits werden sie von Werbung und gesellschaftlichen Trends beeinflusst. Im Jugendalter ist Alkohol nach wie vor das am häufigsten konsumierte Suchtmittel. Dabei fällt der erste Alkoholkonsum in der Regel in einer Lebensphase, die vom Heranwachsenden die Bewältigung verschiedener, entwicklungsbedingter Aufgaben und Anforderungen vorsieht:

- Die Jugendlichen entwickeln eine weibliche oder männliche Identität, die mit äußerlich starken körperlichen Veränderungen verbunden ist und begleitet wird von zahlreichen Unsicherheiten und Ängsten.
- Zunehmend lösen sich dabei die Jugendlichen von Familie und Elternhaus und entwickeln eigene Wert- und Normvorstellungen.
- Damit verbunden ist eine stärkere Hinwendung zur Gleichaltrigengruppe, die auf diese Weise auch einen verstärkten Einfluss auf Einstellungen, Normen und Verhaltensweisen des Einzelnen nimmt.

- Im Rahmen dieser Gleichaltrigengruppen werden schließlich die ersten sexuellen Erfahrungen gemacht und man wächst in partnerschaftliche Beziehungen hinein.
- Zugleich bestimmen kognitive Änderungen in Hinblick auf die Entwicklung abstrakten Denkens die Meinungsbildung. Es wird vermehrt logisch und abstrakt gedacht, alternative Lebensformen werden in Betracht gezogen und Autoritäten angezweifelt.
- In bezug auf die eigene Gesundheit ist dabei die Denkweise der Jugendlichen in dieser Lebensphase geprägt von einer starken Annahme von Unverwundbarkeit und Unsterblichkeit sowie einer erhöhten Risikobereitschaft.
- Und schließlich werden Bewährungs- und Leistungsdruck in Schule und Ausbildung größer; der Übergang ins Berufsleben, nicht selten auch in ein berufsloses Leben steht bevor oder ist gerade vollzogen.

In dieser Lebensphase kann der Konsum von Alkohol (wie auch der Konsum illegaler Suchtmittel) eine - in der Regel - zeitlich begrenzte, aber unter Umständen sehr bedeutende Funktion für den jugendlichen Konsumenten im Rahmen seiner von ihm zu bewältigenden Entwicklungsaufgaben einnehmen:

- Der Alkoholkonsum vermittelt einen Erwachsenenstatus, der damit demonstrativ vorverlegt und nachgeahmt wird.
- Der Alkoholkonsum bildet eine Konformitätshandlung innerhalb der Gleichaltrigengruppe, Gruppennormen und -regeln werden erfüllt, Mutproben durchgeführt.
- Der Alkoholkonsum wird als Stimmungs- und Kontaktmittel zur Überwindung von Hemmungen und zur Aufnahme von sozialen Beziehungen eingesetzt.
- Der Alkoholkonsum kann als Bewältigungsstrategie genutzt werden, persönliche und kollektive Entwicklungsprobleme werden bearbeitet oder verdrängt und erscheinen kurzfristig „handhabbar“.

Insbesondere bei Leistungs- und Statusproblemen im schulischen Bereich erfüllt der Alkoholkonsum für Jugendliche subjektiv eine wichtige Funktion, in dem er die Möglichkeit bietet, vorhandene Konflikte und Spannungen kurzzeitig auszugleichen. Die Häufigkeit bzw. Menge des Alkoholkonsums – wie auch des Tabakkonsums steigt bei Jugendlichen, wenn Schulprobleme wie z.B. Versetzungsgefährdung oder Klassenwiederholung drohen. Bei Jugendlichen mit Schulschwierigkeiten tritt Alkoholkonsum mehr als doppelt so häufig auf als bei Jugendlichen ohne derartige Schwierigkeiten. Gerade Schulprobleme verursachen häufig emotionale Belastungen (Gefühle der Überforderung), die offenbar ein starkes Bedürfnis der Kompensation durch Alkohol- und Tabakkonsum nach sich ziehen. Für männliche Jugendliche kann der Konsum von Alkohol darüber hinaus noch besondere Funktionen erhalten:

- So vermittelt der Alkoholkonsum das Gefühl von Macht und Stärke, wodurch die mit der Adoleszenz verbundene Statusunsicherheit kompensiert wird. Weil das mit der Statusunsicherheit verbundene Gefühl von Schwäche vom männlichen Jugendlichen nicht immer ausgelebt oder artikuliert werden kann, wird dies im exzessiven Alkoholkonsum betäubt oder verdrängt. Dabei macht der Jugendliche im Rausch die Erfahrung eines übersteigerten Selbstwertgefühls, einem subjektiv empfundenen Gefühl der Macht und Stärke, was ihn wiederum veranlasst, riskante Verhaltensweisen einzugehen (z. B. Autofahren unter Alkoholeinfluss, Gewalt / tätliche Angriffe als Beweis der Stärke usw.).
- Der Alkoholkonsum bildet einen Aufnahmeritus in die „Männergesellschaft“. Der frühzeitige Eintritt in die Jungenclique führt bei männlichen Jugendlichen zu einer

hohen Bereitschaft, sich den Normen der jeweiligen Gruppe anzupassen. Die Anpassungsbereitschaft findet im späteren Alter unter anderem ihren Niederschlag in einer nahezu ritualisierten Form des Suchtmittelkonsums in der Gruppe. In besonderer Weise symbolisiert dabei der zum Teil exzessive Konsum von Alkohol den Eintritt in die Männergesellschaft (Trinkrituale in Männerrunden, „Kampftrinken“ etc.).

- Alkoholkonsum wird zur Befriedigung eines Risikobedürfnisses eingesetzt. Die bei Jungen bereits in früher Kindheit geförderte Entdeckungsfreude und Risikobereitschaft führt auch im späteren Jugendalter zur Ausführung riskanter Unternehmungen. Risikoverhalten in Form von Grenzüberschreitungen bildet hier den Versuch, der Alltagswelt und damit einer als langweilig empfundenen Realität zu entfliehen. Dabei senkt die Wirkung des Alkohols die Hemmschwelle und fördert das Ausleben riskanter Verhaltensweisen.

Der Einfluss der Alkoholwerbung

Die ersten Erfahrungen mit Alkohol werden von einer breiten Medienflut flankiert und unterstützt, die nahezu alle Bereiche des Freizeitverhaltens erobert hat und permanent - spezifisch oder unspezifisch - für den Konsum von Alkohol wirbt.

Da wird "eine sanfte, einzigartige Genussreise" durch den Konsum von Sekt versprochen oder mit dem Slogan "lieber trocken trinken als trocken feiern" für trinkfreudige Feste geworben. Der Konsum von Alkohol soll schließlich befähigen, den "Augenblick zu genießen" oder sich einfach nur zu „entspannen“.

Dabei greift gerade die Alkoholwerbung die Bedürfnisse der Heranwachsenden nach Kontakt und Kommunikation, nach Entspannung und Abschalten sowie nach genussvollen Erlebnissen auf und verknüpft diese mit dem Konsum ihrer jeweiligen Produkte. Was bleibt sind schließlich Botschaften, denen eins gemeinsam ist: Es gibt immer einen Grund zu trinken und häufig auch einen Grund mehr zu trinken.

Der ständigen Berieselung durch die alkoholproduzierende Industrie in nahezu allen vorhandenen Medien kann sich kaum jemand entziehen und dies führt schließlich zum Bewusstsein, dass Alkohol immer und überall dazugehört. Dies wird besonders im Bereich des Unterhaltungs- und Kulturbetriebs sowie im Sport deutlich. Gerade der Kulturbetrieb bleibt nicht von den Einflüssen der Alkoholindustrie und ihrer Werbung verschont. Neben der direkten Werbung hat sich hier immer stärker die Idee des Sponsorings verbreitet. Brauereien präsentieren Rockkonzerte und entsprechende Kultur-Events und große Partyveranstaltungen dienen schließlich als Werbeplattform der Alkoholindustrie.

Und auch die Zuschauer von Sportveranstaltungen haben sich längst daran gewöhnt, dass Alkohol und Sport - in erster Linie Fußball - zusammengehören, ja bereits eine symbiotische Beziehung eingegangen sind. Dementsprechend mutet es keineswegs mehr exotisch an, wenn Brauereien bestimmte Sportveranstaltungen präsentieren und die Sportler auf ihren Trikots für Alkohol Werbung machen oder Fußballstadien den Namen einer Biersorte führen.

Alkoholkonsummuster bei Jugendlichen

Angesichts dieser Medienflut scheint es kaum ungewöhnlich, dass gerade Jugendliche und junge Erwachsene eine überwiegend positive Einstellung zum Alkoholkonsum entwickeln. So sind 67% der 12 – 25-Jährigen der Auffassung, dass Alkohol für gute Stimmung sorgt, wenn man mit anderen zusammen ist, 34% meinen, Alkohol in Maßen fördert die Gesundheit, 32% sind der Meinung, man kann nach Alkoholkon-

sum besser aus sich herausgehen, für 22% gehört Alkohol dazu, wenn man das Leben genießen will und 13% meinen, wenn man deprimiert ist, helfen ein oder zwei Gläser Alkohol. Für 12% der Befragten verschafft Alkohol schließlich die richtige Entspannung und 3% sind der Auffassung, dass Alkohol die Langeweile vertreibt (vgl. BZgA: Die Drogenaffinität Jugendlicher in der Bundesrepublik Deutschland 2004).

Für die Entwicklung im Jugendalter, zur der die Erprobung der Balance zwischen Kontrollverlust und Selbstverantwortung gehört, ist der zeitlich begrenzte Konsum von Alkohol durchaus als „normal“ anzusehen. Der weitaus größte Teil der Jugendlichen ist dabei durchaus in der Lage, das Rauschmittel Alkohol kontrolliert zu handhaben. So werden Jugendliche, die über ausreichende psychische Ressourcen zur Bewältigung schwieriger Situationen und neuer Anforderungen verfügen, etwa den Konsum von Alkohol (und auch anderer Drogen) nicht auf Dauer zur Problembewältigung einsetzen.

Andererseits entwickeln derzeit aber auch immer mehr Jugendliche riskante Konsummuster in Bezug auf Alkohol. Zu diesen riskanten Konsummustern zählen

- ein früher Beginn des Alkoholkonsums vor dem 16ten Lebensalter,
- Trinkgelage mit fünf und mehr Gläser Alkohol (Binge drinking) sowie
- Alkoholräusche (subjektiv wahrgenommene Erfahrung des Betrunkenseins).

Die eher jugendspezifische Bereitschaft, riskante Verhaltensweisen einzugehen und dabei die eigenen Grenzen zu erfahren bzw. diese zu überschreiten, fördert in diesem Zusammenhang ebenso das exzessive Trinkverhalten wie bestimmte Angebote im Gastronomiebereich, bei denen die meist jugendlichen Besucher/innen animiert werden, nahezu unbegrenzt alkoholische Getränke zum Festpreis zu konsumieren (Flatrate-Party).

Diese exzessiven Trinkformen haben in den letzten Jahren zu einer auffallenden Steigerung alkoholbedingter Vergiftungen sowohl bei weiblichen als auch bei männlichen Jugendlichen geführt. Dabei wirkt sich gerade der Alkoholkonsum in frühen Lebensjahren negativ auf die weitere Entwicklung im Jugendalter aus. Ein regelmäßiger Alkoholkonsum bereits vor dem 15. Lebensjahr ist signifikant assoziiert mit einer erhöhten Rate an Verkehrsunfällen, kriminellen Delikten und Suiziden. 5% aller Todesfälle im Alter von 15 bis 29 Jahren sind dabei direkt oder indirekt auf Alkoholkonsum zurück zu führen.

Prävention im Jugendalter

Angesichts dieser problematischen Entwicklung sind die Präventionsbemühungen gerade in Bezug auf den Alkoholmissbrauch im Jugendalter in den letzten Jahren intensiviert worden. Entsprechende Maßnahmen werden dabei auf zwei Ebenen umgesetzt:

1. auf der strukturellen Ebene, darunter fallen Sonderbesteuerung auf spirituosenhaltige Mixgetränke, verstärktes Bemühen um den Jugendschutz / Jugendschutzkontrollen und
2. im Rahmen kommunikative Maßnahmen, darunter fallen Präventionskampagnen und -programme sowie die öffentliche Diskussion über Alkohol im Jugendalter.

Das Ziel aller Maßnahmen besteht schließlich darin, den eigenverantwortlichen Umgang mit Alkohol zu fördern. Das heißt:

- Die Abstinenz als Haltung zu bestärken (Vorbildwirkung),
- den Erstkonsum hinauszuschieben,

- Alkoholmengen auf der Genussebene zu halten oder darauf zu reduzieren und
- bei schädlichen und abhängigen Konsum entsprechende Hilfen anzubieten

Die bisherigen Maßnahmen haben in den letzten Jahren zu einer deutlichen Reduzierung des Alkoholkonsums, gerade in der Altersgruppe der 15-Jährigen geführt.

So zeigt eine neue Untersuchung über den Suchtmittelkonsum bei 12-15-Jährigen einen Rückgang des Alkoholkonsums bei 15-jährigen Jungen von 36% im Jahre 2002 auf 22% im Jahre 2006 und bei Mädchen von 22% im Jahre 2002 auf 12% im Jahre 2006. (vgl. (Health Behaviour in School-aged Children – HBSC – Studie 2006)

Dass eine Verzahnung von strukturellen Präventionsmaßnahmen wie Preiserhöhung und stärkere Kontrolle mit kommunikativen Präventionsmaßnahmen wie Aufklärung und Einstellungsänderungen Wirkung zeigt, macht auch eine Untersuchung bei Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 17 Jahren in bezug auf den Konsum von Alkoholmixgetränken deutlich:

Befragt nach den Gründen, warum sie keine spirituosenhaltigen Alkoholmixgetränke mehr kaufen oder konsumieren, gaben

63% an, „weil Alkopops zu teuer geworden sind“,

40%, „weil ich besser über die gesundheitlichen Wirkungen Bescheid weiß“,

27%, „weil beim Verkauf von Alkopops jetzt häufiger nach dem Alter gefragt wird“,

23% „weil in meinem Freundeskreis Alkopops nicht mehr „in“ sind,

17% „weil man durch Warnhinweise informiert wird, dass man unter 18 Jahren keine spirituosenhaltigen Alkopops kaufen darf“ und

9% „weil es in den Geschäften jetzt weniger Alkopops zu kaufen gibt“ (vgl. Studie: Entwicklung des Alkoholkonsums bei Jugendlichen unter besonderer Berücksichtigung der Konsumgewohnheiten von Alkopops, BZgA 2005).

Trotz dieser positiven Entwicklung liegt das durchschnittliche Alter des Erstkonsums von Alkohol allerdings immer noch wesentlich zu früh, nämlich bei rund 14 Jahren.

Auch in Zukunft gilt es deshalb die Präventionsbemühungen zu verstärken und auf die Maßnahmen zu setzen, die sich nachweislich als wirksam erwiesen haben (vgl. Bühler, A., Kröger, Ch.: Expertise zur Prävention des Substanzmissbrauchs. Forschung und Praxis der Gesundheitsförderung, Bd. 29, Herausgegeben von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), Köln 2006). Dazu gehören:

- die Durchführung von Maßnahmen, die sich auf die Familie beziehen (kombinierte Eltern-, Kinder und Familientrainings),
- interaktive Programme in der Schule, die auf dem Modell des sozialen Einflusses oder der Förderung von Lebenskompetenz aufbauen,
- die Umsetzung von Medienkampagnen als flankierende und nicht als alleinige Maßnahme,
- Werbeeinschränkungen für alkoholische Getränke sowie
- über gesetzgeberische Maßnahmen den Preis von Substanzen (Tabak, Alkohol) und die legale Altersgrenze des Konsums (Alkohol) beeinflussen und deren Einhaltung kontrollieren.

Um hier einen selbstbestimmten und verantwortungsvollen Umgang mit Rauschmitteln wie Alkohol zu vermitteln, bedarf es allerdings tragfähiger Beziehungen in denen es möglich ist, sachlich und kritisch über Beweggründe und Nebenwirkungen sowie über

Möglichkeiten und Risiken des Konsums zu informieren und zwar unter steter Berücksichtigung des Informationsstandes und der allgemeinen Lebenssituation der anzusprechenden Zielgruppe. Solche tragfähigen Beziehungen können unter den Jugendlichen selbst (im Rahmen von Peer-group-Projekten), zwischen den Jugendlichen und ihren Bezugspersonen z. B. im Elternhaus, in Schule, Vereinen, Verbänden, Gemeinden sowie in der organisierten Jugendfreizeitarbeit oder im Rahmen der Präventionsarbeit z.B. zwischen Präventionsfachkräften und betroffenen Jugendlichen bestehen.

Die Belange der Suchtprävention zu stärken und zu nutzen ist denn auch in den kommenden Jahren eine vorrangige Aufgabe aller an der Erziehung beteiligten Personen und Institutionen und bildet eine Grundlage für die Entwicklung eines gesunden und unabhängigen jungen Menschen.