

# „Frei ab 12?“

Eine Kampagne zur Suchtprävention, Zivilcourage und Jugendschutz  
im Landkreis Erlangen-Höchstadt und der Stadt Erlangen

Dokumentation des  
bisherigen  
Verlaufszeitraumes  
von Juni 2004  
bis Oktober 2005



Arbeitskreis Suchtprävention der Gemeinsamen Gesundheitskonferenz  
des Landkreises Erlangen-Höchstadt und der Stadt Erlangen

Ansprechpartnerin:

Luitgard Kern (Dipl. Soz. Päd. FH)  
Landratsamt Erlangen-Höchstadt - Gesundheitsamt  
Tel: 09131 / 7144-445 , Fax: 09131 / 7144 -27  
e-mail: [luitgard.kern@ga.erlangen-hoechstadt.de](mailto:luitgard.kern@ga.erlangen-hoechstadt.de)

## Inhaltsangabe:

### Konzept:

1.	Ausgangslage	3
2.	Träger	4
3.	Allgemeine Zielsetzung der Kampagne	5
4.	Zielgruppen	6
	Umsetzungsstrategien entsprechend der Zielgruppen	7
5.	Zeitplan / Maßnahmen / Methoden	9
6.	Umsetzung	
6.1.	Öffentlichkeit /Aktionstage	11
6.2.	Lehrer/innen	12
6.3.	Elternabende	12
6.4.	Jugendleiter / Sportvereine	13
6.5.	Beschäftigte in Geschäften / Gastronomie/ Kneipen	13
6.6.	Vertreter der Politik und Verwaltung, Gremien..	13
6.7.	Medien / Berichterstattung	14
6.8.	Unabhängige Maßnahmen Kooperationspartner	15
6.9.	Schaubild Aktionsfelder – Kooperationen	16
6.10.	Verwendete Materialien/ Ideen anderer Anbieter	15
7.	Evaluation	16
8.	Kosten, Finanzierung und Sponsoren	21
9.	Was wir noch zu sagen hätten...	24
10.	Anhang:	
10.1.	Flyer für Eltern und Multiplikatoren	
10.2.	Flyer „Wirtschaftsedition“ Dokumentation nicht bei)	
10.3.	Poster (liegt Dokumentation nicht bei)	
10.4.	Kurzkonzept Elternabend / Einladungsschreiben	
10.5.	Kurzkonzept Lehrerfortbildung	
10.6.	Infoblatt Sportverein	
10.7.	Infosteckbrief und Tischaufsteller zum nichtraucherfreundlichen Hotel- und Gaststättenbetrieb	
10.8.	Stopkarte	
10.9.	Internetseite Presseberichte Bildmaterial	

# Konzept

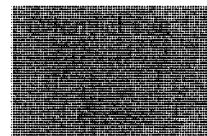
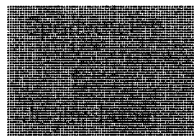
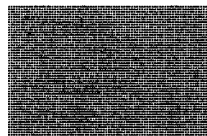
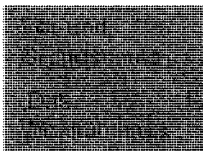
## 1. Ausgangslage:

Betrunkene Jugendliche, rauchende Kinder oder kiffende Jugendgruppen sind Realität- nicht nur in der Medienlandschaft. Die Erwachsenenwelt reagiert oft nur zögerlich auf solche Entwicklungen. Viele haben Angst, etwas falsch zu machen, sie fürchten unberechenbare Reaktionen der Betroffenen, andere halten persönliche Interventionen angesichts der Normalität des Konsums für unangebracht und sinnlos oder es interessiert sie einfach nicht.

Dem steht die Suchtprävention gegenüber, die neben der Stärkung der Lebenskompetenzen durch gezielte Information und Reflexion Verantwortungsbewusstsein und Risikokompetenz zu fördern versucht.

In der Stadt Erlangen und dem Landkreis Erlangen-Höchstadt werden in enger Kooperation aller Suchtberatungsstellen und in der Prävention tätigen freien Träger seit vielen Jahren langfristig angelegte Konzepte zur zielgruppenorientierten Suchtprävention umgesetzt. Verbunden über ein „Netzwerk Schule“ im Rahmen der Internetseite [www.das-wohlfuehlhaus.de](http://www.das-wohlfuehlhaus.de) werden die Lehrkräfte bei der Umsetzung eines Gesamtkonzeptes von Prävention an Schulen zu altersstufenangepassten Maßnahmen beraten und unterstützt. Programme wie „ALF“ (Allgemeine Lebenskompetenzen und Fertigkeiten), „Erwachsen werden“ von Lions Quest, der Nichtraucher-Wettbewerb „Be smart!- Don't start!“, Schülermultiplikatorenseminare, Elternabende und Lehrerfortbildungen gehören zum Standard an den Schulen, ein selbst entwickelter Nichtraucher Kurs für Jugendliche und der „Soziale Trainingskurs Cannabis“ runden das Angebot ab. Erzieher und Eltern von Kleinkindern werden im Projekt „Wohlfühlhaus“ unter anderem mit Fortbildungen und speziell für sie entwickelten Materialien erreicht. Veranstaltungen mit Übungsleitern von Sportvereinen und Jugendleitern in der offenen Jugendarbeit schaffen Verbindungen zum Freizeitbereich von Kindern und Jugendlichen.

Arbeitskreis Suchtprävention + [www.das-wohlfuehlhaus.de](http://www.das-wohlfuehlhaus.de)



Frei ab 12? – Kampagne zu Suchtprävention und Jugendschutz

Multiplikatoren, Schulleitungen, Lehrkräfte,  
Erzieher/innen, Jugend- und Übungsleiter

Kinder und Jugendliche

Eltern

Kooperationspartner

Diese breit angelegten Ansätze der präventiven Arbeit können von jungen Leuten aber nur bedingt ernst genommen werden, wenn sie erleben, dass tagtäglich die Erwachsenenwelt ihrem tatsächlichen Verhalten und den Jugendschutzbestimmungen gegenüber gleichgültig zu sein scheint.

Suchtprophylaktisch sinnvoll sind klare Rahmenbedingungen in den Familien und in der Öffentlichkeit, eine beschränkte Zugriffsmöglichkeit und eine schnelle und direkte Reaktion der Erwachsenen auf Gefährdungssituationen und Verstöße gegen das Jugendschutzgesetz. Es ist wissenschaftlich belegt, dass konsequente frühe Sekundärprävention ein klares Hindernis bei der Ausprägung riskanter Konsummuster ist. Die hier gemachten Erfahrungen legen Grundlagen für spätere Suchterkrankungen, können aber auch problematischen Entwicklungen entgegen wirken. Dabei kommt den Alltagsdrogen eine Schlüsselfunktion zu. Früher Einstieg und regelmäßiger Konsum von Nikotin und Alkohol schafft die Basis für Suchtkarrieren; demnach haben Alltagsdrogen eine Schrittmacherfunktion für die Akzeptanz illegaler Substanzen.

Dies kann aber nicht mehr von den üblichen professionellen Präventionsfachkräften, bzw. pädagogischen Fachkräften geleistet werden, hier sind alle gefordert, die in Erziehungsverantwortung stehen. Solange die Intention des Jugendschutzes und das Bewusstsein der gemeinsamen Verantwortung bei ihnen nur unzureichend in den Köpfen und Herzen verankert ist, bleiben die „Erfolge“ vor Ort unzureichend.

Die Kampagne „Frei ab 12?“ hat sich dies Thema auf die Fahne geschrieben. Sie ergänzt die bereits bestehenden personalkommunikativen Angebote mit den genannten, bisher wenig behandelten Themenaspekten und einem massenmedialen Kommunikationsweg, der wiederum die Wirkung der bewährten Einzelmaßnahmen verstärkt. Die neu konzipierten Elemente dienen der langfristigen zielgruppenorientierten Verankerung der Präventionsbotschaft im Bewusstsein der Bevölkerung und sichern nachhaltig die Erfolge.

Da klare diesbezügliche bundeseinheitliche Beiträge zur Suchtprävention erst im Entstehen sind, musste auf kommunaler Ebene ein ganzheitliches und bürgernahes Konzept entwickelt werden., das ich im Folgenden vorstelle.

## **2. Träger der Kampagne:**

### **Arbeitskreis Suchtprävention der Gemeinsamen Gesundheitskonferenz der Stadt Erlangen und dem Landkreis Erlangen-Höchstadt**

Der Arbeitskreis steht unter der Federführung des Landratsamtes Erlangen-Höchstadt- Gesundheitsamt, Frau Luitgard Kern, Diplomsozialpädagogin (FH), zuständig für Suchtprävention. Er trifft sich ca. alle 6 Wochen im Gesundheitsamt.

#### **Weitere aktive Mitglieder im Arbeitskreis**

- Drogen- und Suchtberatung der Stadt Erlangen, Herr Stadtmüller
- Kriminalpolizeiliche Beratungsstelle der Polizei, Herr Bornitzky
- Jugendamt der Stadt Erlangen, – Jugendschutz, Stadt Herr Held,

- Kultur und Freizeitamt/ Dachverband der Erlanger Jugendclubs, Frau Bakalov
- Jugendamt , Landkreis Erlangen-Höchstädt Herr Hladik
- Kreisjugendring, Herr Ratje
- Vertreter des Stadtrats, 3. Bürgermeisterin der Stadt Erlangen Frau Dr. Preuß, Frau Aßmus
- Vertreter vom Kreisrat , Frau Dr. Salzner, Frau Ledertheil
- Laufer Mühle (Soziatherapeutische Einrichtung im Landkreis), Frau Thiem/ Herr Engelhardt
- Klinik für Sucht und Psychotherapeutische Medizin im Klinikum am Europakanal – Herr Greinacher (seit 10/05)
- Kinderschutzbund, Frau Stremme
- Elternvertretung, Frau Brandl
- Jugendbeauftragte Landkreis, Frau Ristov, Weisendorf
- Sozialdienst der Stadt Erlangen, Herr Weidner

### **Aufgaben des Arbeitskreises:**

Der Arbeitskreis besteht seit 1997. Er sieht seine Aufgabe in der Koordination aller bestehenden suchtpreventiven Angebote, im Ermitteln von Versorgungslücken, Feststellen des genauen Bedarfes und Initiierung, bzw. Durchführung geeigneter Maßnahmen.

Arbeitsgrundlage ist ein grundsätzlicher Konsens über den Ansatz der Lebenskompetenzförderung als vorrangig verwendeter präventiver Strategie, ergänzt mit altersentsprechender Wissensvermittlung.

Der Arbeitskreis präsentiert sich in der Öffentlichkeit (z.B. in Presseberichten), aber auch bei Veranstaltungen für wichtige Zielgruppen (z.B. Fortbildung für Schulleiter, Straßenaktion für Jugendlichen zum Thema Alkoholkonsum und anderen Veranstaltungen).

## **3. Allgemeine Zielsetzung der Kampagne**

Der AK holte sich zunächst bei der Planung Anregungen bei dem Suchtbeauftragten des Landkreises Karlsruhe, Herrn Haug, und der Kampagne „Wegschauen ist keine Lösung“, die 2002 dort umgesetzt wurde. Im Design, in den Umsetzungselementen und der Ausführung wurde die ursprüngliche Vorlage stark verändert und wesentlich erweitert neu konzipiert.

Die Mitglieder des Arbeitskreises gehen davon aus, dass „Frei ab 12?“ zu einer Diskussion über einen verantwortungsbewussteren Umgang mit Kindern und Jugendlichen in der Öffentlichkeit beitragen wird.

Fernziel ist grundsätzlich die Reduktion des frühen Suchtmittelkonsums bei Kindern und Jugendlichen. Diese Kampagne will dazu beitragen, indem sie bei Erwachsenen für mehr Zivilcourage und aktiven Jugendschutz wirbt. Für die konsumierenden Jugendlichen soll die stärkere Konfrontation mit ihrem Verhalten und der gesetzlichen Realität einen Lernprozess in Gang setzen, bei dem die Verantwortung

für ihr Handeln bei ihnen bleibt. Hierbei ist die enge Kooperation von Eltern, Schulen und Jugendfreizeitstätten ein unverzichtbares Element, um die Botschaften der unterschiedlichen Settings, in denen sich Jugendliche aufhalten, auf einander abzustimmen.

Ziel ist aber auch, den Zugriff auf die Stoffe durch Einhalten der Jugendschutzgesetze in Geschäften, Tankstellen und Gaststätten zu erschweren und die negative Vorbildwirkung der z.B. rauchenden Erwachsenen durch Einschränkung des Rauchens im öffentlichen Raum zu reduzieren.

## **4. Zielgruppen - Teilziele**

### **Umsetzungsstrategien entsprechend der Zielgruppen**

#### **4.1. Zielgruppen:**

Zielgruppe sind alle, die sich aktiv mit Jugendlichen beschäftigen wie Elternhaus, Schule,( Sport-) - Vereine, Einrichtungen der freien Jugendarbeit etc., also alle, die sich in Erziehungsverantwortung befinden oder durch ihre Vorbildwirkung auf das Verhalten Einfluss nehmen. Dazu zählt aber auch die meist anonyme Öffentlichkeit, die durch ihre Gleichgültigkeit, bzw. Unsicherheit riskante Konsummuster verstärkt.

#### **4.2. Teilziele:**

##### **I Wahrnehmung:**

- I a. Wahrnehmung der Aktion
- I b. Wahrnehmung der Inhalte der Aktion
- I c. Verbessertes Kenntnisstand von Fakten zu Verbreitung und Gefahren des frühen Suchtmittelkonsums

##### **II Mitverantwortung**

- II a. Wahrnehmung, wo ich selber mit dem Thema in Berührung komme
- II b. Wahrnehmung der eigenen Möglichkeiten zu handeln

##### **III. Handlungskompetenz**

- III a. Reflexion der eigenen Werte und des eigenen Konsumverhaltens
- III b. Entwicklung einer Motivation (Gefühl der Sinnhaftigkeit)
- III c. Erlernen von konkreten Handlungsmöglichkeiten

##### **IV. Beschränkung der Zugriffsmöglichkeit**

- IV a. Verbessertes Kenntnisstand zum Jugendschutzgesetz
- IV b. Berücksichtigung des Jugendschutzgesetzes bei der Abgabe alkoholischer Getränke in Geschäften
- IV c. Berücksichtigung des Jugendschutzgesetzes bei der Abgabe alkoholischer Getränke in Gaststätten und bei Veranstaltungen
- IV d. Verbessertes Kenntnisstand von konkreten Handlungsfeldern und persönlichem Handlungsrepertoire

### 4.3. Umsetzungsstrategien entsprechend der Zielgruppen

#### 4.3.1. Öffentlichkeit

- a. Plakate und Flyeraktion auf gewerblichen Werbeträgern  
Stadt und LK Juni 04 I
- b. Plakate und Flyer in Arztpraxen  
Sportvereinen  
Schulen  
Kiga  
Begegnungsstätten  
Krankenkassen I
- c. Web-Seite: [www.frei-ab12.info](http://www.frei-ab12.info) I-IV
- d. Auftaktveranstaltung am 26.06.04 I-III
- e. Aktionsstände vor Ort I-III
- f. Presse I-II
- g. Beck Cafezeitung I-III
- h. Regional über Kinder- und Jugendbeauftragte I-III
- i. Bürgermeister I-III
- j. Teilnehmer der GGK- Vollversammlung informieren I-II

#### 4.3.2. Eltern

- a. Presseartikel (siehe Presseberichte Anlage 10.7.) I a+ I b
- b. Flyer (Anlage 10.1.) I-III
- c. Elternbeiräte 1. Brief im April I+II
- d. Elternbeiräte 2. Brief 15.06. mit Flyer , Einladung 26.6.,  
Termine der Veranstaltungen I-III, IV
- e. Elternabende I-III
- f. . Aktionstische vor Ort ( siehe Aktionen) I-III

#### 4.3.3. Lehrer

- b. Newsletter April I a-c
- c. Newsletter Juni I a-c , II a+b
- d. Rundbrief bis 15.10. I - III
- e. .Fortbildung Ende September
  - 1. Ausschreibung in Newsletter Juli 04 I - II
  - 2. Ausschreibung in Briefform an alle Schulen Juli 04 I-II
  - 3. Ausschreibung in Wohlfühlhausseite Juli 04 I-II
  - 4. Ausschreibung an Kollegen  
im Lehrer- AK weitergeben 06.07 I-II
  - 5. Durchführung I-III
- f. Lehrer- AK, Prävention in Schule am 06.07. Vorinformation I-II
- g. Lehrer- AK, Prävention in Schule im Okt.,  
Veranstaltung zum Thema II-III
- h. Angebote an Kollegien zum Juschg.,  
Sinn und Chance, „Was kann ich tun?“ I-III

#### 4.3.4. Jugendleiter

- a. Veranstaltung im Team des Jugendclubs/ Verband – Richtlinien, Juschg, Was kann ich tun? I-III, IV a+c
- b. Veranstaltung für Jugendleiter und Eltern im Jugendclub „Was können wir zusammen tun?“ I-III, IV a+c
- c. Vorstellung der Aktion bei Veranstaltung für Kinder-und Jugendbeauftragte der Gemeinden im September I-III, IV a+c

#### 4.3.5. Sportvereine

- a. Vortrag im Stadtverband der Sportvereine am 06.10.04 I-III c, IV a+c
- b. Vortragen des Anliegens in Vereinsvorständen I- III c,IV a+c
- c. Aktionsstand beim „Sportakulum“ I- III c,IV a+c
- d. Infoblatt zur Prävention im Verein (Anlage 10.6.) I- III c,IV a+c
- e. Veranstaltungen für Übungsleiter I-III , IV a+c

#### 4.3.6. Erzieher

- f. Plakate und Flyer I
- g. Angebot von Elternabenden I-III

#### 4.3.7. Beschäftigte in Geschäften, Verkauf, Tankstelle

- a. Flyer “Wirtshausedition” IV a-c
- b. Lebensmitteltestkäufe durch Kinderschutzbund IV a-c
- c. Kontrollen durch Polizei IV b
- d. Tischaufsteller zum Nichtrauchen III c, IV d
- e. Stop- Karte III c, IV d

#### 4.3.8. Beschäftigte in der Gastronomie

- a. Flyer “Wirtshausedition” IV a-c
- b. Weitergabe der Flyer bei den Schulungen für die Lebensmittelausweise. IV a, b,d
- c. Angebot der Schulung zur Umsetzung für Kneipenbesitzer IV a, c, d
- d. Kontrollen durch Polizei IV c
- e. Tischaufsteller zum Nichtrauchen III c, IV d
- f. Stop- Karte III c, IV d

#### 4.3.9. Vertreter der Politik und Verwaltung

- a. Bürgermeister/ Landrat für eigene Möglichkeiten zu handeln, sensibilisieren I-IV
- b. Ordnungsämter mit praktischen Wegen zur Umsetzung von Jugendschutz bekannt machen I-IV



## 5. Zeitplan / Maßnahmen / Methoden

### Zeitplan:

- Juni 03 Beginn der Planungen im Arbeitskreis Suchtprävention .Seitdem  
17 Treffen des Arbeitskreises
- Seit Feb.04 Vorgespräche mit Vertretern der Politik und Sponsoren.  
Ankündigungen in der örtlichen Presse.  
Newsletter für Lehrkräfte  
Testkäufe durch den Kinderschutzbund . Diese Maßnahme besteht  
bereits seit Jahren und ergänzt unsere Kampagne hervorragend.
- 26.06.04 Offizielle Eröffnungsveranstaltung auf dem Erlanger Marktplatz durch  
den Landrat des Landkreises Erlangen-Höchstadt, Herrn Eberhard  
Irlinger, und den Oberbürgermeister der Stadt Erlangen, Herrn Dr.  
Siegfried Balleis .
- ab Juni 04 Inbetriebnahme der Internetseite [www.frei-ab-12.info](http://www.frei-ab-12.info)  
Plakatierung durch Werbeträger in Stadt und Landkreis  
Verteilen der Plakate und Flyer in Geschäften, Arztpraxen und  
öffentlichen Gebäuden in Stadt und Landkreis  
Newsletter für Lehrkräfte  
Aufnahme der Gespräche mit der Gastronomie  
Verstärkte Polizeikontrollen zur Einhaltung des Jugendschutzes
- Juni bis Okt 04 öffentlichkeitswirksame Aktionstage vor Ort  
Berichte in der Presse, Newsletter für Lehrkräfte  
Rundbrief für Lehrkräfte
- Ab Sept. 04 Elternabende  
Zwei Lehrerfortbildungen  
Erste Informationsgespräche mit Vereinen  
Berichte in der Presse
- Ab Jan. 05 verstärkte Angebote an die Vereine und Jugendleiter  
Versenden einer Informationsbroschüre zu Faschingsveranstaltungen  
Angebot einer Fortbildung für Jugendleiter zu „MOVE“ als einem  
hervorragenden Handwerkszeug zur Intervention in der Jugendarbeit.  
Gespräche mit Bürgermeisteramt, Landrat und Ordnungsämtern zu  
möglichen Auflagen bei der Erteilung von Konzessionen.  
Konsolidierung der bisherigen Maßnahmen
- März /Juni 05 Newsletter für Lehrkräfte
- Ab Mai 05 wieder verstärkte Teilnahme an Aktionstagen vor Ort
- Sept. 05 Aktion zur Nichtraucherfreundlichen- und rauchfreien Hotel-und  
Gaststättenbetrieb

### Weitere Vorhaben:

- Oktober 05 Vertrieb der „Stopkarte“
- 24.10.05.1 Veranstaltung zur Veröffentlichung der Evaluation  
Fortführung der Angebote wie Elternabende und Aktionstage  
Erstellung eines Konzeptes für „Frei ab 12?“ an Sportvereinen

## Maßnahmen / Methoden

Wie bereits der obige Zeitplan deutlich macht, wurden die Maßnahmen von zunächst allgemeiner Bewerbung der Kampagne zu einer spezifischen Zielgruppenarbeit entwickelt.

Ziel aller Maßnahmen ist es, den Konsum der Jugendlichen einzuschränken. Dies soll erreicht werden durch eine verstärkte Bekanntmachung der zentralen Bestimmungen des Jugendschutzgesetzes und praktische Anregungen zum realen Umsetzen vor Ort. Unterstützt wird dies durch strukturelle Maßnahmen wie der Einschränkung der Verfügbarkeit. Ansprechpartner sind alle, die mit Kindern und Jugendlichen zu tun haben und sich somit in Erziehungsverantwortung befinden.

Die einzelnen Methoden sind hier noch einmal zusammengestellt.

- Aktivierung der Vertreter der Politik für unser Anliegen, Verbesserung des Gespürs für eigene mögliche Handlungsfelder
- Plakatierung durch Werbeträger in Stadt und Landkreis
- Internetseite (siehe 10.8)
- Verteilung von Flyern zur inneren Haltung, den Bestimmungen des Jugendschutzes und den Möglichkeiten, persönlich aktiv zu werden
- Verteilung von Flyern zum Jugendschutzgesetz und Möglichkeiten der Umsetzung in Kneipe, Verkauf und Veranstaltungen, „Wirtshausedition“
- Elternabende zur Information und Aktivierung von Eltern und Lehrern mit praktischen Hilfestellungen zur konkreten Umsetzung vor Ort
- Einheitliche Powerpoint- Präsentation zum Einsatz bei Veranstaltungen
- Aktivierung der Elternbeiräte
- Veranstaltungen in Einrichtungen der offenen Jugendarbeit
- Jugendleiterschulungen zur Sensibilisierung für die eigenen Berührungspunkte mit der Thematik und Entwicklung sinnvoller settingsangepasster Handlungsstrategien.
- Fortbildungsangebot „MOVE“ für Jugendleiter
- Informationsveranstaltungen in Vereinen und anderen interessierten Gruppierungen zur Stärkung der Sensibilität für diese Thematik und Aufzeigen von Möglichkeiten struktureller Verbesserungen im Vereinsleben.
- Fortbildungen für Übungsleiter in Sportvereinen zu persönlichen Möglichkeiten der Prävention und Intervention
- Artikel in der regionalen Presse und privaten Informationsbroschüren
- Versenden von Informationsbroschüren zur Faschingssaison
- Gespräche mit Vertretern der Kneipen und Gastronomie
- Gespräche mit den Ordnungsämtern von Stadt und Landkreis mit konkreten Vorschlägen zu Auflagen („5von12“)
- Weitergabe des Flyers „Wirtshausedition“ bei den Belehrungen zum Infektionsschutzgesetz
- Verstärkte Kontrollen durch die Polizei
- Versand von Kurzsteckbriefen und Tischaufstellern zur Aktion nichtraucherfreundlicher und rauchfreier Hotel- und Gaststättenbetrieb an 647 Betriebe in Stadt und Landkreis
- Vertrieb der Stop-Karten
- Riesenpuzzle mit dem Plakatmotiv für Spielaktionen

Kampagnen sind naturgemäß zeitlich befristet, unsere war es zunächst auf ein Jahr. Nach diesem Jahr soll eine Zwischenbilanz zu Wirksamkeit und Aufwand zeigen, welche Elemente ihr Ziel erreichten und wo u.U. nachgebessert werden könnte (siehe Evaluation) Oberstes Ziel ist es, die in der Kampagne erzielten Einstellungen und Verhaltenskorrekturen langfristig und nachhaltig zu konsolidieren. Die Inhalte der Kampagne „Frei ab 12?“ ergänzen ja die bereits bestehenden Angebote zur Suchtprävention in Stadt und Landkreis. Bereits im ersten Jahr zeigte sich der Erfolg der Elternabende für Eltern heranwachsender Kinder, die deshalb auf jeden Fall im Standardangebot der Präventionsanbieter weitergeführt werden, sowie auch das Angebot des Aktionsstandes für öffentliche Veranstaltungen. Ebenfalls werden die bekannten und gut etablierten Materialien langfristig weiter verwendet. Als fester Bestandteil werden auch die Gespräche mit Bürgermeisteramt, Landrat und Ordnungsämtern bez. gezielter Auflagen bei Konzessionen von Festen und Kneipen. Schwerpunkt liegt ab Herbst 05 auf Angeboten für (Sport)-vereinen.

## 6. Umsetzung

### 6.1. Öffentlichkeit / Aktionstage ..(Anlage Fotomaterial 10.8.)

Mittelpunkt der Aktionen vor Ort war immer unser Informationsstand. Bei unterschiedlicher personeller Besetzung (1-3) boten wir Information, Gespräch und gelegentlich unseren Alcopop-Teststand, an dem Erwachsene testen konnten, ob sie Alcopops von nicht-alkoholischen, ähnlich aussehenden Getränken im Geschmack unterscheiden können.

26.06.04	Auftaktveranstaltung am Marktplatz	350
27.06.04	Straßenfest Uttenreuth	150
03.07.04	Stadtteilstadtteilfest Röthelheimpark Erlangen	100
08.07.04	Stadtstaffellauf Erlangen	150
10.07.04	Großer Bauernmarkt Höchststadt	80
17.07.04	Landkreislauf / Hemhofen	200
18.07.04	Jugendfußball-Turnier, Uttenreuth	80
24.07.04	Sommerfest Ronald McDonald Haus Erlangen	100
25.07.04	Kindertanztage Erlangen	300
28./29.07.04	„Young and free-Festival“- Höchststadt (Jugendliche und Lehrer)	200
19.09.04	Sommerfest des Kinderschutzbund	100
26.09.04	Familienfest des Landkreises in Herzogenaurach	400
17.10.04	Tag der offenen Tür, Landratsamt in Erlangen	100
22.04.05	Herzogenaurach, Lauf für Kajal	50
07.05.05	Kindermarathon Eckental	200
12.05.05	Eröffnung des neuen Sportgeländes in Marloffstein	180
16.-18.06.05	Verbrauchertage Erlangen	500
25.06.05	Bürgerfest Buckenhof	200
16.07.05	Teilnahme am Landkreislauf mit Mannschaft	150
24.07.05	Abschlussfest der Kinderwoche in Höchststadt	200
24.09.05	Kinderfest der Stadt Erlangen	300
25.09.05	Familienfest des Landkreises Erlangen Höchststadt	500

Bei diesen Aktionen wurden ca. 4500 Eltern im persönlichen Gespräch erreicht, ihnen wurden Informationsmaterialien ausgehändigt, sie wurden auf die weiteren Veranstaltungen hingewiesen.

## 6.2. Lehrer/ innen

30.09.04	und
04.10.04	zwei Lehrerfortbildungen (Siehe Anlage 10.5.)
11.01.05	Vorstellung der Kampagne im Kollegium des Förderzentrum II
14.01.05	Vorstellung der Kampagne im Lehrerkollegium des Gymnasiums Eckental
23.01.05	Vorstellung der Kampagne im Lehrerkollegium des Grundschule Eckenheid
21.04.05	Lehrerkollegium Leibniz-Gymnasium Altdorf

Teilnehmer insgesamt: 150 Lehrkräfte

Zusätzlich erhielten alle Schulen im Rundbrief zur Suchtprävention 10/04 und den Newslettern im April, Juni, September, Dezember und Juni schriftliche Informationen. Weitere Veranstaltungen für Schulkollegien sind angeboten.

## 6.3. Elternabende (siehe Anlage 10.4.)

29.09.04	Elternabend, Albert-Schweizer-Gymnasium Erlangen
05.10.04	Elternabend Montessori-Schule Erlangen
20.10.04	Elternabend Kindergarten Eltersdorf
21.10.04	Elternabend, Werner-von-Siemens-Realschule, Erlangen
10.11.04	Elternabend, Emil-von-Behring-Gymnasium, Spardorf
11.11.04	Elternabend, Gymnasium Herzogenaurach
13.11.04	Trachtenjugend und Betreuer, Burg Hoheneck
16.11.04	Elternabend, HS Lonnerstadt
18.11.04	Elternabend, Gymnasium Fridericianum, Erlangen
24.11.04	Emmy-Noether-Gymnasium, Erlangen
01.12.04	Elternabend, Wirtschaftsschule, Erlangen
12.01.05	Begegnungsstätte Röthelheimpark Erlangen
26.01.05	Erich-Kästner Schule Spardorf
27.01.05	Elternabend, Gymnasium Eckental
01.02.05	Elternabend Emmy-Noether-Gymnasium Erlangen
02.02.05	Elternabend, Ernst-Penzold-Hauptschule, Spardorf
23.02.05	Elternabend Realschule am Europakanal Erlangen
28.02.05	Elternabend Förderzentrum II
09.03.05	Elternabend Hauptschule Baiersdorf
16.03.05	Elternabend am Gymnasium Höchststadt
13.04.05	Elternabend Christian Ernst Gymnasium Erlangen
17.04.05	Elterngespräch Weisendorfer Infotage
26.04.05	Elternabend Grund- und Teilhauptschule Hemhofen
27.04.05	Elternabend Adalbert Stifter Grundschule
28.04.05	Elternabend Gymnasium Fridericianum Erlangen
03.05.05	Elternabend Haupt- und Realschule Höchststadt
08.06.2005	Elternabend der 4 Grundschulen Eckental
15.06.05	Elternabend Leibnizgymnasium Altdorf

Insgesamt nahmen bis Ende Herbst 05 ca. 1100 Eltern an diesen Veranstaltungen teil.

## 6.4. Jugendleiter / Sportvereine

Informationsblatt zu Hintergrund und Methodik der Suchtprävention im Sportverein. (Anlage 10.6.) Im Herbst 05 wird ein Konzept zur Suchtprävention im Sportverein erstellt, um es dann bei den Vereinen zu bewerben.

16.04.04	Jahrestreffen der Kreisjugendpfleger
21.09.04	Gashenker, Faschingsverein
06.10.04	Stadtverband der Sportvereine in Erlangen
19.11.04	„Sportakulum“ Landkreisveranstaltung für Sportvereine
01.12.04	Versand unseres Flyers und Infoblattes an alle Erlanger Sportvereine.
01.01.05	Versenden von Informationsbroschüren zur Faschingsaison an alle Faschingsvereine und Veranstalter von Faschingsfeiern.
22.01.05	Jugendleiterschulung im Landkreis
14.03.05	Vortrag vor allen Vereinen des Landkreises zusammen mit Landrat Irlinger
30.06.05	Vortrag im Sportverein Spielvereinigung in Erlangen
Juni 05	3-tägige- Jugendleiterschulung MOVE

## 6.5. Beschäftigte in Geschäften und der Gastronomie /Kneipen

08.11.04	Teilnahme und Repräsentation am Ball der Gastronomie
31.01.05	Koordinationsgespräch mit Vertretern von Kneipen „Runder Tisch“
04.02.05	Koordinationsgespräch mit den Organisatoren der „Erlanger Bergkirchweih“
Mai 05	Versand der „Wirthausedition“ an alle Gastbetriebe in Erlanger zusammen mit einem Schreiben von Oberbürgermeister Dr.Balleis im Vorfeld der Bergkirchweih
September 05	Versand der Nichtraucheraufsteller an 647 Hotel- und Gaststättenbetriebe in Stadt und Landkreis in Kooperation mit dem Hotel- und Gaststättenverband und dem Tourismus- und Marketingverein der Stadt Erlangen.
Oktober 05	Kontaktaufnahme mit dem ADAC Erlangen, zwecks Unterstützung beim Vertrieb der Stop-Karte

## 6.6. Vertreter der Politik und Verwaltung Gremien und Arbeitskreise

21.11.03	Koordinationsgespräch mit Oberbürgermeister Dr. Balleis, Landrat Irlinger
16.02.04	Gespräch mit Herrn Landrat Irlinger zur Sponsorsuche
23.03.04	Informationsveranstaltung mit möglichen Sponsoren zusammen mit Landrat Irlinger
Vortrag am / im ...	
22.04.04	Sozialausschuss der Stadt Erlangen
07.07.04	Herrn Landrat Irlinger: Vortrag beim Bürgermeistertreffen
15.09.04	Arbeitskreis Gesundheitsförderung der mittelfränkischen Gesundheitsämter
05.10.04	Kultur- und Sozialausschuss Herzogenaurach
12.10.04	Arbeitskreis „Prävention an der Schule“
14.10.04	Vollversammlung der Gemeinsamen Gesundheitskonferenz
22.10.04	NAKS-Arbeitskreis (Nordbayerische Beratungsstellen zur Suchtprävention)
26./27.10.04	Bayerischen Forum Suchtprävention der Landeszentrale für Gesundheitliche Aufklärung in Leitershofen
14.01.05	Gespräche mit den Ordnungsämtern Stadt und Landratsamt
03.02.05	Gespräch mit Oberbürgermeister Dr. Balleis und Kollegen im Bürgermeisteramt
	▪ Auflagen bei der Erteilung von Konzessionen
	▪ Schirmherrschaft und Bedingungen bez. des Jugendschutz
	▪ Mögliche Signale bei der „Erlanger Bergkirchweih“, Anzapfen eines

	alkoholfreien Fasses.
	▪ Alkoholsperrzone auf der Straße an besonderen Brennpunkten
03.02.05	Vorstellung der Kampagne im Suchtarbeitskreis Lauf
17.02.05	Jugendhilfeausschuss der Stadt Erlangen
23.02.05	Vorstellung der Kampagne im Landratsamt Bayreuth
10.03.05	Vortrag im Sozialausschuss der Stadt Herzogenaurach
14.04.05	Vorstellung der Kampagne im Suchtarbeitskreis Ansbach
19.05.05	Alkoholfreier Gesundheitsstammtisch an der Bergkirchweih Erlangen

## 6.7. Medien, Berichterstattung

- Internetseite [www.frei-ab-12.info](http://www.frei-ab-12.info)
- 2 verschiedene Flyer für Eltern und Gastronomie
- 14 Berichterstattungen in der Tagespresse (siehe Presse)
- Bericht in der Vereinszeitung des TV 1848, dem größten Erlanger Sportverein
- Bericht in der Cafe-Zeitung der Fa. Beck
- Abdruck /bzw. Beilegung unseres Flyers in Gemeindeblättern
- Beilage des Gastronomieflyers in einem Anschreiben des Oberbürgermeisters an alle Kneipen im Vorfeld der Bergkirchweih
- Berichte im „Newsletter“ im Netzwerk an alle Schulleitungen und Beauftragte für Suchtprävention von allen 80 Schulen in Stadt und Landkreis im April, Juni, September, Dezember 04, März und Juni 05
- Ausführlicher Bericht im „Rundbrief zur Suchtprävention Oktober 04“
- 2 Anschreiben an die Elternbeiräte aller Schulen

## 6.8. Unabhängige Maßnahmen unserer Kooperationspartner, die aber in direktem inhaltlichen Zusammenhang mit unserer Kampagne stehen und diese ergänzen.

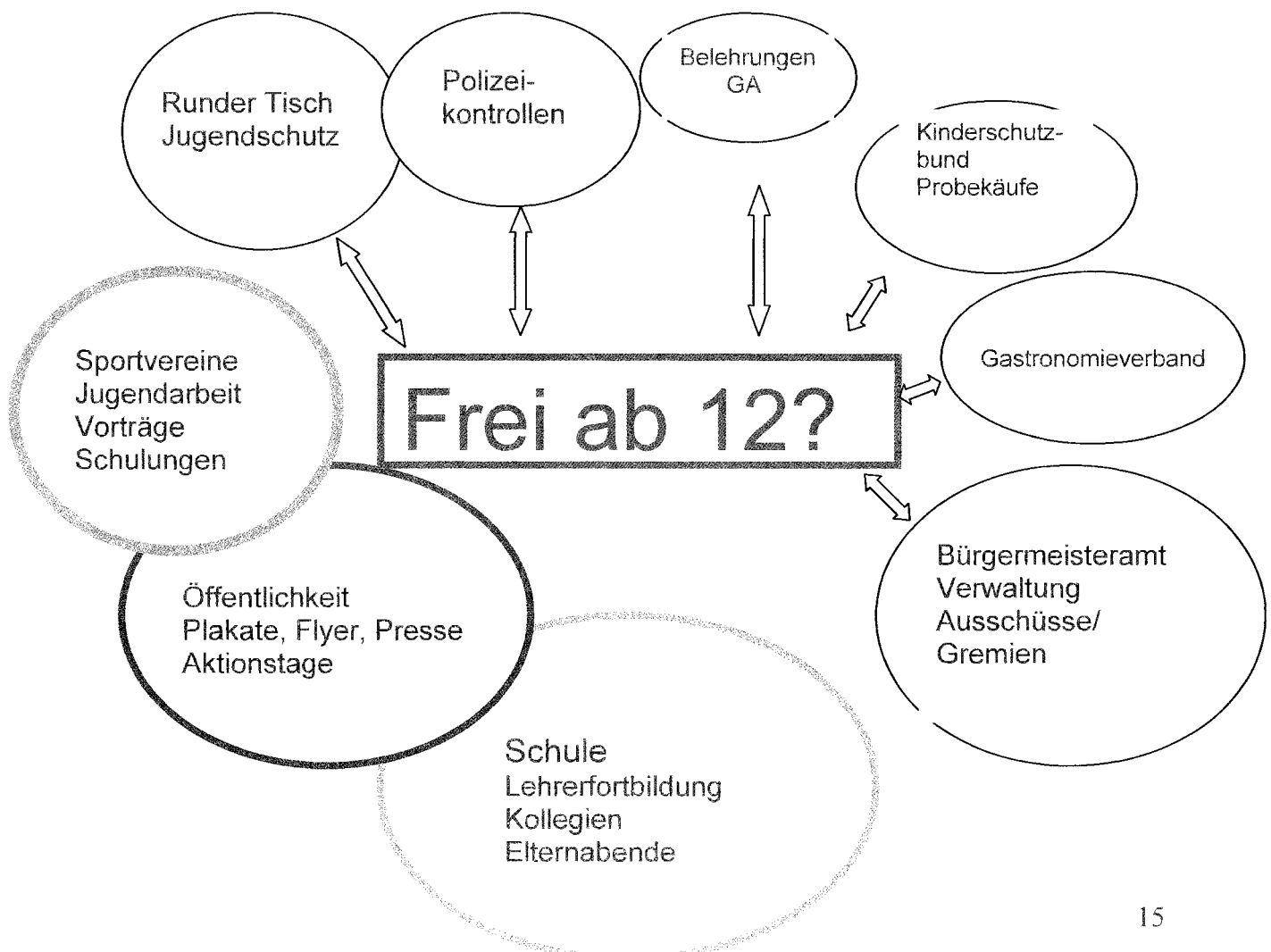
- Polizeiinspektion Erlangen.  
In der Stadt Erlangen waren bereits vor Kampagnenbeginn gesonderte Maßnahmen an bekannten Brennpunkten erforderlich. Diese wurden im Hinblick auf den Jugendschutz aber fortgeführt und intensiviert!

einzelne Maßnahmen

- > gezielte Einsätze durch eine große Anzahl von Kräften, ab 30 Polizeibeamte aufwärts (z.B. Jugendkontrollen durch Bereitschaftspolizei oder Unterstützungskommandos an Örtlichkeiten im Freien)
- > erhöhte Streifentätigkeit an den Brennpunkten (Fahrzeug-/Fußstreifen, Diensthundeführer) mit Kontrollgängen in Lokalen
- > Einbindung der Sicherheitswacht (= Privatleute, die stundenweise im Auftrag der Polizei unterwegs sind)
- > Teilnahme am "Runden Tisch" mit den Gastwirten
- > Gelegentliche Hinweise durch Eltern auf Kneipen, die Jugendlichen Alkohol ausgeschenkt hatten. Sie beriefen sich ausdrücklich auf einen "Frei ab 12?" Vortrag, in dem sie aufgefordert worden waren, solche Vorkommnisse zu melden.

- **Kinderschutzbund**  
Immer im Frühjahr führt der Kinderschutzbund Erlangen zusammen mit Schülerinnen und Schülern einer Hauptschule begleitete Testkäufe von Alkohol und Zigaretten durch Minderjährige in Geschäften und Tankstellen durch. Über die Ergebnisse wird in der Zeitung berichtet.
- **„Runder Tisch – Jugendschutz“**  
Unter der Leitung des Jugendschutzbeauftragten der Stadt Erlangen treffen sich zweimal jährlich an einem Runden Tisch Kneipenbesitzer, Polizei, Ordnungsamt, Jugendamt, Drogenberatung und Gesundheitsamt, um gemeinsam an konstruktiven Lösungswegen zur gezielten Umsetzung von Jugendschutz zu arbeiten.
- **Suchtprävention an Schulen – „Viele Teile und doch kein Ganzes“**  
Im Rahmen aller Angebote zur Suchtprävention gibt es bei uns ein formuliertes Konzept zur Suchtprävention an Schulen, das auf bewährte Projekte zurückgreifend einen langfristigen, ganzheitlichen Ansatz vertritt. (Konzept ist unter [www.das-wohlfuehlhaus.de](http://www.das-wohlfuehlhaus.de) als download verfügbar.) Nach ihm arbeiten die Schulen an sich unabhängig und wenden sich nur im Bedarfsfall für Einzelmaßnahmen, Beratung und Begleitung an uns.

## 6.9. Schaubild Aktionsfelder – Kooperationspartner



Die farbigen Kreise markieren die im Rahmen der „Frei ab 12?“ entworfenen und durchgeführten Aktionen, zu den anderen Bereichen bestehen Kooperationen.

## **6.10. Verwendete Materialien/ Projektideen anderer Anbieter**

- Bei den Veranstaltungen verteilen wir zusätzlich zu unseren eigenen Flyern Broschüren der BzGA, die Jugendschutzampel des Bayerischen Landesjugendamtes und Flyer von Mindzone.
- Unsere Vorschläge für Auflagen lehnen sich stark an „5 von 12“, kontakt&co, Suchtpräventionsstelle Südtirol.
- Aktion der nichtraucherfreundlichen und rauchfreien Hotel- und Gaststättenbetriebe des Bayerischen Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz in Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband

## **7.Evaluation**

### **7.1. Zur Verständlichkeit der Plakate**

Die erste evaluierende Maßnahme wurde von uns selber im Juli 2004 durchgeführt. Angeregt durch vereinzelte Kritik an den Plakatmotiven, die für Kinder und Jugendliche angeblich missverständlich wären, befragten wir 187 Schülerinnen und Schüler aus allen Schultypen (zu gleichen Teilen aus 5. Klassen und 8.Klassen).Ergebnis: Die Schüler verstehen es zu ca. 94% richtig , ältere Schüler verstehen sogar den Multiplikatoren-auftrag an sich („dass die Größeren auf die Kleineren aufpassen sollen“). Nur bei den jüngeren Schüler/innen mit niedrigerer Schullaufbahn überlegen 6% der Befragten, ob die Plakate die Freigabe ab 12 ansprechen.

Nach diesen Ergebnissen wurde im Herbst nochmals plakatiert, mit der Bitte an die Schulen, unser Plakat im Unterricht zu besprechen.

### **7.2. externe Strategie- und Prozessevaluation**

Angesehen von dieser Voruntersuchung wurde unsere Evaluation durch Vertreter der Universität Bayreuth, Institut für Medizinmanagement und Gesundheitswissenschaften übernommen. Aus organisatorischen und Kostengründen wurden zwei Diplomarbeiten von Studenten in Form einer Strategie- und einer Ergebnisevaluation erstellt. Betreut wurden die Arbeiten zunächst von Dr. med. Julika Loss, wissenschaftliche Assistentin am o.g. Institut , dann von Frau Dipl.oec.troph. Christine Eichhorn.

(download unter [www.frei-ab-12.info](http://www.frei-ab-12.info))



## Ausgewählte Aussagen:

### 7.2.1. „Wie lässt sich Qualitätsicherung in der Entwicklung und Implementierung von Präventionsmaßnahmen umsetzen? Strategie- und Prozessevaluation der Kampagne: „Frei ab 12?“ des Arbeitskreises für Suchtprävention in Erlangen und Erlangen-Höchstadt.“

Diplomarbeit von René Richter ([richterrene@gmx.net](mailto:richterrene@gmx.net))

Universität Bayreuth, Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät-  
Lehrstuhl Medizinmanagement.

- zur Wahrnehmung der Kampagne: ( n=142)  
„Die Aufmerksamkeit auf die Kampagne wurde zum weitaus größten Teil durch die massenmedialen Interventionen hervorgerufen. Mit Abstand am häufigsten erfolgte die Nennung der Plakate (79,6%) und der Flyer (50,0%). Aber auch durch Presseartikel konnte ein Viertel der Befragten (23,2%) auf die Kampagne aufmerksam gemacht werden. ...Weiterhin ist bemerkenswert, dass 13,4% der befragten Personen angaben, durch Gespräche mit Freunden bzw. Bekannten auf die Kampagne aufmerksam geworden zu sein. Als Anlass für die Unterhaltungen wurde im Interview dabei mehrmals das „auffallende“ Plakat der Kampagne angegeben.“ (S. 70)
- Zur Akzeptanz der Kampagne: (n=142)  
„Es zeigte sich, dass die gesamte Kampagne von 96,5% der Befragten als sinnvoll eingeschätzt wurde... Die trotz der vereinzelt negativen Meinungen breite Zustimmung zur Kampagne äußerte sich auch darin, dass weit über drei Viertel der Befragten (85,2%) durch die Kampagne zum Nachdenken angeregt wurden. Es zeigte sich, dass 68,2% der Befragten der Meinung waren, die Kampagne führt zu einer Veränderung der Einstellungen. Nur noch 45,5% vertraten hingegen die Auffassung, die Kampagne motiviert letztendlich auch zu Verhaltensänderungen.“  
(S. 71/72)
- „Die öffentlichkeitswirksamen Aktionsveranstaltungen stellen ein wichtiges Bindeglied zwischen den massenmedialen und der interpersonellen Vermittlung der Kampagnenbotschaft bzw. -Inhalte dar.“ Besonders geeignet sind dabei Veranstaltungen, die durch ein gezieltes Rahmenprogramm vermehrt Familien, und dadurch die Eltern ansprechen. Mit der gewünschten Zielgruppe kann dann in entspannter Atmosphäre gezielt gesprochen werden. Der Alkopopteststand zeigte sich hierbei vielfach als Gesprächseinstieg.
- Zur Akzeptanz und Verständnis der Plakate (n= 85)  
„Hinsichtlich der emotionalen Akzeptanz fand die Mehrheit (82,4%) die Plakate sehr, bzw. etwas ansprechend, während 15,3% die Gestaltung ablehnten.“...  
„Knapp die Hälfte (43,5%) konnte die Botschaft sofort verstehen. Die gleiche Anzahl (43,5%) gab an, den Sinn erst nach einigem Überlegen erkannt zu haben. 8,2% der Befragten mussten nachfragen, um den Zusammenhang nachvollziehen zu können. Daraus resultiert, dass über die Hälfte (51,8%) der befragten über den Sinn der Plakate nachdachte bzw. sich erkundigte. Es wurde also wahrgenommen und weckte darüber noch hinaus Interesse.“ (S.52)

- Zur Verständnis und Nützlichkeit der Flyer (n=136)  
„Der größte Teil der Befragten verstand den Flyer (80,7%) und fand die aufgeführten Hinweise nützlich.“...“Im Interview wurde bei Personen, die den Flyer kannten, zusätzlich der Leseumfang ermittelt. Knapp drei Viertel(74,4%)gaben dabei an, den Flyer ganz oder teilweise gelesen zu haben.“ (S.53)
- „Die Entwicklung und Realisierung von spezifischen Interventionen für die Zielgruppen der Eltern und Lehrer ist ausnahmslos positiv zu bewerten. Auch die in diesem Zusammenhang differenzierte Erstellung und Verwendung von unterschiedlichen inhaltlichen Konzepten zeigt die umgesetzten Zielgruppenorientierung.“ (S.79)
- „Positiv hervorzuheben sind im Planungsverlauf die umfassende Berücksichtigung der Rahmenbedingungen und die Einbindung einer Vielzahl von regionalen Akteuren. Darüber hinaus ist auch die frühzeitige und umfangreiche Suche nach Finanzierungsquellen, die Planung von zielgruppenspezifischen Interventionen sowie der parallele Einsatz von massenmedialen und personalkommunikativen Verfahren zur optimalen Ansprache der Klienten besonders zu betonen.“ (S.75)
- „Insgesamt zeigt die Strategieevaluation, dass die elementaren Bestandteile einer qualitativ hochwertigen Planung bei der Kampagne „Frei ab 12?“ berücksichtigt wurden.... Bei diesem Zusammenhang wird die positive Funktion der Evaluation deutlich, die in ihrer Aufgabe als bewertungs- und Steuerungsinstrument zu einer qualitativen Verbesserung der Planung beigetragen hat.“ (S. 74)

## 7.2.2. „Möglichkeiten und Grenzen

### der Evaluation suchtpreventiver Maßnahmen

#### Konzept, Durchführung und Bewertung einer Ergebnisevaluation der Kampagne „Frei ab 12?“ des Gesundheitsamts Erlangen“

Diplomarbeit von Claudia Seibold ([claudia.seibold@gmx.de](mailto:claudia.seibold@gmx.de))

Universität Bayreuth, Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät-  
Lehrstuhl Medizinmanagement

#### Öffentlichkeit: (n=302)

- „Dass es „Frei ab 12?“ gelungen ist, die Aufmerksamkeit der Erwachsenen auf dieses Thema zu lenken, sieht man an ihrem Bekanntheitsgrad. So ging aus der Öffentlichkeitsbefragung hervor, dass sie innerhalb der ersten drei Monate etwa 40% der erwachsenen Bevölkerung erreichen konnte.“ (S. 73)
- „... dass die Plakate der effektivste Weg waren, die Öffentlichkeit anzusprechen. 83,2% der Kenner gaben an, diese gesehen zu haben. Darauf folgten die Flyer (52,2%), die Presseberichte (23,9%), der Infostand (16,8%), die Elternabende (15,9%) und die Internetseiten (6,2%). 14,2% gaben zudem an, die Kampagne durch „Sonstiges“ zu kennen“ (S.38). Von diesen Kennern setzten sich 63,7%, das entspricht 21,1% aller Befragten – intensiver mit den Inhalten und Zielen auseinander. (S38)

### **Elternabende:**

Von den Besuchern der Elternabende wurde eine Stichprobe von Eltern dreimal befragt, einmal vor (t1), einmal unmittelbar nach dem Abend (t2) und einmal nach 4 Wochen (follow-up= t3) (n1-3=49)

- „Etwas mehr als die Hälfte der Befragten (51,0%) gaben direkt nach dem Elternabend an, im Laufe des Abends über ihren eigenen Umgang mit Alkohol und Nikotin nachgedacht zu haben. Vier Wochen nach den Elternabenden stieg dieser Anteil sogar auf 57,1%. Die gleiche Entwicklung konnte bei der Veränderung der tatsächlichen Konsumgewohnheiten beobachtet werden. Waren es direkt nach dem Elternabend 26,5%, die sich vorgenommen hatten, in Zukunft weniger Alkohol und Nikotin zu konsumieren, so waren es vier Wochen nach dem Elternabend 32,7%, die angaben, dies auch wirklich in die Tat umgesetzt zu haben.“ (S.56)
- „Den Angaben zufolge mussten 67,3% der Eltern im Laufe des Elternabends darüber nachdenken, wie sie mit dem Alkohol- und Nikotinkonsum ihrer Kinder umgehen und knapp die Hälfte der Eltern (49,0%) mussten auch noch in der Zeit nach dem Elternabend darüber nachdenken, wie die Auswertung der Follow-up-Erhebung ergab.“ (S.57)
- „Hinsichtlich der Motivation zu einer Verhaltensänderung zeigte sich, dass 85,7% der Eltern in Zukunft verstärkt auf den Alkohol- und Nikotinkonsum ihrer Kinder achten wollten. Ebenfalls 85,7% wollten öfter mit ihren Kindern über deren Alkohol- und Nikotinkonsum sprechen. 65,3% nahmen sich vor, genauer festzulegen, ab welchem Alter sie es ihren Kindern erlauben, Alkohol und Nikotin zu konsumieren. 71,4% wollten ihre Vorstellung bezüglich der Altersgrenzen konsequenter umsetzen. 75,5% wollten sich öfter mit ihrem Partner absprechen, wenn es um den Alkohol- und Nikotinkonsum ihrer Kinder geht. 81,6% wollten ihren Kindern vermehrt Alternativen zu Alkohol und Nikotin aufzeigen.“(S.57)
- „Die Subgruppenanalyse bei der Elternbefragung zeigte, dass besonders jene Eltern von den Elternabenden profitierten, deren Kinder noch jünger waren. Sie konnten durch den Elternabend besonders motiviert werden, ihr Verhalten im Umgang mit ihren eigenen Kindern zu ändern und änderten ihr Verhalten in Folge des Elternabends größtenteils tatsächlich.“(S.71)
- „Bei der Überprüfung **der tatsächlichen Verhaltensänderung** konnte festgestellt werden, dass der Anteil der Eltern, die auf den Alkohol- und Nikotinkonsum ihrer Kinder achteten, von 91,8% (in t0) auf 98,0% (in t2) gesteigert werden konnte. Auch wenn es darum ging, mit den eigenen Kindern über deren Alkohol- und Nikotinkonsum zu sprechen, war ein Anstieg von 87,8% (in t0) auf 91,8% (in t2) zu verzeichnen. Ebenso war zu beobachten, dass nach dem Elternabend mehr Eltern Altersgrenzen bezüglich des Alkohol- und Nikotinkonsums ihrer Kinder festgelegt hatten (t0: 51,0%, t2: 75,5).“ (S.58/59)

## Fazit:

- Die Daten belegen, dass unsere Informationsveranstaltungen und Flyer deutlich die gewünschten Inhalte vermittelten. „So zeigte sich auch in diesem Fall, dass die Nutzer der Kampagne sowohl bei den Fragen zur Wahrnehmung, Verständnis und Akzeptanz der Inhalte und Ziele der Kampagne als auch bei den Fragen zur Wirksamkeitsüberprüfung signifikant besser abschnitten als die Nichtnutzer und dementsprechend mehr von der Kampagne profitieren konnten.“(S.74)
- „Dass die von der Kampagne kommunizierten Informationen über Handlungsmöglichkeiten, die sich sowohl auf den Umgang mit den eigenen Kindern als auch auf den mit fremden Jugendlichen bezogen, Wirkung zeigten, konnte bei allen drei Befragungen beobachtet werden. Konkret wurde dies daran ersichtlich, dass das Wissen der Erwachsenen diesbezüglich gesteigert werden konnte, dass die meisten Erwachsenen angeregt wurden, sich mit ihrem eigenen Verhalten auseinander zu setzen und dass sich ein Großteil von ihnen vornahm, sein Verhalten in Zukunft zu ändern.“ (S.74)
- Die Ergebnisse der vorliegenden Evaluation deuten darauf hin, dass es der Kampagne „Frei ab 12?“ gelungen ist, bei den Erwachsenen eine verstärkte Sensibilität für suchtpreventive Inhalte und suchtpreventives Verhalten zu entwickeln. Die mit der Kampagne intendierten kurz- und mittelfristigen Ziele konnten somit größtenteils erreicht werden. Da dies sowohl durch die öffentlichkeitswirksamen Elemente als auch durch die Elternabende und Lehrerfortbildungen bewirkt wurde, hat sich das gestufte Vorgehen der Kampagne als sinnvoll erwiesen. Durch den Einsatz der öffentlichkeitswirksamen Medien wird die gleichmäßige Erreichbarkeit aller Erwachsenen, auch der noch nicht für die Suchtprevention sensibilisierten, sichergestellt. Die weiterführenden personalkommunikativen Elternabende und Lehrerfortbildungen machten es möglich, den Eltern und Lehrern tiefergehendes suchtpreventives Wissen zu vermitteln und ihnen konkrete Verhaltensweisen aufzuzeigen. Dieser neue und innovative Ansatz in der Suchtprevention erwies sich somit als sehr viel versprechend. Werden nun zusätzlich die strukturellen Elemente der Kampagne in die Tat umgesetzt und die einzelnen personalkommunikativen Veranstaltungen, wie in der Diskussion aufgezeigt, ausgebaut und auch für Sport- und Jugendgruppenleiter angeboten, wie es ursprünglich geplant war, so ist davon auszugehen, dass die Kampagne auch auf die Jugendlichen eine nachhaltige Wirkung haben wird.“ (S.84)

### 7.3. Zu den Grenzen aber auch der Bedeutung der Evaluation:

#### 7.3.1. Frau Seibold in Ihrer Diplomarbeit:

- „Allerdings ist dabei zu bedenken, dass es trotz sorgfältiger Planung, Durchführung und Auswertung nicht gelang, die hier vorgestellte Evaluation methodisch optimal umzusetzen. Die in der Diskussion aufgezeigten methodischen Probleme führen dazu, dass sowohl die interne Validität, die kausale Schlüsse zwischen der untersuchten Maßnahme und den beobachteten Ergebnissen ermöglicht, als auch die externe Validität, welche die Generalisierbarkeit der Ergebnisse auf die untersuchte und andere Populationen zulässt, nur bedingt gewährleistet sind. Im vorliegenden Fall spielte dabei sicherlich eine große Rolle, dass die Evaluation erst sehr spät an den Evaluator vergeben wurde und die für die Evaluation zur Verfügung stehenden Mittel stark begrenzt waren. Allerdings stehen zur Durchführung einer Evaluation im Bereich der Suchtprävention oft nur sehr begrenzte finanzielle, zeitliche und personelle Mittel zur Verfügung. Deshalb wird es in der Praxis nur in Ausnahmefällen möglich sein, eine Evaluation so zu gestalten, dass sie keine methodischen Probleme aufweist. Der Aussagekraft einer Evaluation sind folglich zumeist Grenzen gesetzt. Dies sollte allerdings kein Grund sein, auf sie verzichten. So war es im vorliegenden Fall erst durch die wissenschaftliche Vorgehensweise der Evaluation möglich, die grundsätzliche Wirksamkeitsvermutung, die „Frei ab 12?“ ohne Evaluation zugrunde gelegen hätte, auf ein empirisch nachweisbares Fundament zu stellen. Dies kann als Legitimation gegenüber den Geldgebern verwendet werden. Zudem konnte die Evaluation aufzeigen, in welchen Bereichen die Kampagne noch verbessert werden kann. Die Kampagne kann dadurch besser an die Zielgruppe angepasst und die Qualität der Kampagne verbessert werden. Darüber hinaus regte sie im Vorfeld der Evaluation die Mitarbeiter des Arbeitskreises zu einer tiefgehenden Auseinandersetzung mit den Fragen „Welche Ziele sollen erreicht werden?“ und „Wer soll mit der Kampagne erreicht werden?“ an. Dies systematisierte nicht nur die Planung der Kampagne, sondern trug auch zu ihrer stärkeren Bedarfsorientierung bei. Daneben gibt sie im wissenschaftlichen Sinne erste Hinweise darauf, dass es auch in Deutschland sinnvoll ist, Erwachsene in die Suchtprävention einzubeziehen.“ (Claudia Seibold, S. 84)

Siehe hierzu auch 8.2.

- Sinngemäß schreibt Frau Seibold:  
Grenzen gibt es auch bei der Umsetzung der Inhalte, also der tatsächlichen Verhaltensänderung. Hier bleiben die Werte hinter denen der Einstellungsänderung zurück, bei Fragen zu Interventionen bei fremden Kindern und Jugendlichen reduzieren sie sich sogar unter den Ausgangswert. Es wird vermutet, dass zum einem für tatsächliche Änderungen eines festgefahrenen Verhaltensrepertoires mehrere längerfristige Interventionen möglichst mit praktischen Übungsangeboten erforderlich sind. Zum anderen wurden aber wohl auch so ungefähre positivere Selbsteinschätzungen seitens der Eltern bei der ersten Befragung durch die Diskussion über konkrete Situationen erst auf ihren tatsächlichen Wahrheitsgehalt überprüft und dann realistisch beantwortet. Hier sind noch intensivere Maßnahmen und Angebote anzudenken.

## 8. 1. Kosten

Plakataktion:

- Plakatdruck
- Anmietung der privatwirtschaftlichen und kommunalen Werbeflächen

Flyer (30 000 Elternausgabe, 10 000 Wirthausedition)

Give aways zu Werbezwecken (T-shirts, Aufkleber, Postkarten, Buttons, Luftballons)

Informationstheke für Aktionstage

Evaluation

Verwaltungsgebühren

Auftaktveranstaltung

Tischaufsteller für Nichtraucherfreundliche oder rauchfreie Gaststätten

Stoppkarte

**Kalkulierte Gesamtkosten : ca. 12 550.-€**

.

## 8.2. Finanzierung

### 8.2.1. Vorgeschichte:

Nachdem im Winter 04/05 entgegen dem Tenor aller informellen Vorgespräche die Anträge auf finanzielle Förderung an die Landeszentrale für Gesundheit in München, die Aktion Jugendschutz in München, sowie die Staatsministerien `Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen` und für `Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz` wegen unerwarteter Haushaltssperren abschlägig beantwortet wurden, etwaige Fördermittel der europäischen Gemeinschaft und aus verschiedensten Fonds und Stiftungen, die angefragt wurden, bzw. anderen Projektgeldern nicht erworben werden konnten, musste das gesamte ursprüngliche Konzept verkleinert werden. Erst durch den persönlichen Einsatz von Herrn Landrat Eberhard Irlinger, der mit seinem Namen für die Qualität unseres Konzeptes stand und uns Sponsoren anwarb, konnte mit einem Ausgangskapital von 10500.-€ (siehe 8.1.) die konkreten Maßnahmen umgesetzt werden.

### 8.2.2. Auswirkungen auf die Kampagnenplanung und speziell die Evaluation

Im Ausgangskonzept (Herbst 03) war ein wesentlicher höherer Kostenaufwand durch Buswerbung und Plakatierung an Bushäuschen vorgesehen. (ca. 60 000.-€) Von diesem Plan musste in Anbetracht der geringeren Mittel abgesehen werden. Der

Arbeitskreis einigte sich daraufhin, die Kampagne mit geringerem Werbeeinsatz dennoch durchzuführen.

Betroffen war aber auch die professionelle Planung der Evaluation.

Wie Frau Seibold und auch Herr Richter zu Recht anmerken, wurde die Evaluation erst relativ spät in den Prozess miteinbezogen. Dies lag nicht am Konzept, sondern an dem großen Problem der Finanzierung. Wie bekannt orientiert sich der Rahmen der Evaluation am Gesamtbudget. Die lange ungeklärten Rahmenbedingungen und das dann schmale Budget ermöglichte aber zu keinem Zeitpunkt des Planungsfortschritts die Beauftragung einer Agentur zur Evaluation. Auch Evaluationsanfragen an das Familienministerium, das schon andere Aktionen übernommen hatte, wurden nach sehr langer Bearbeitungszeit dann doch abgelehnt. Erst im April 04 ergab sich mehr aus Zufall der Kontakt zur Universität Bayreuth, die dann diese Aufgabe dankenswerter Weise übernahm.

### 8.3. Sponsoren

Wir danken hier nochmals ganz herzlich für Ihre Unterstützung:

Stadtsparkasse Erlangen	5000.-€
Siemens AG	3000.-€
Kreissparkasse Erlangen-Höchstadt	1000.-€
Lions Club Eckental	1000.-€
Stadt Erlangen, Bürgermeisteramt	350.- €
Kreissparkasse Erlangen-Höchstadt	500.- €
Stadt und Kreissparkasse Erlangen	1000.-€
Verein therapeutische Wohngemeinschaft e.V.	700.- €
	-----
	12 550.-€

Das Landratsamt Erlangen-Höchstadt übernahm alle laufenden Kosten für den Schriftverkehr, Papier- und Kopierkosten etc., kleinere Einzelausgaben konnten mit den allgemeinen Projektgeldern der Regierung abgedeckt werden.

Die Finanzmittel sind momentan nahezu erschöpft, eine Finanzierung weiterer Maßnahmen noch ungesichert.

## 9. Was wir noch zu sagen hätten...

### 9.1. Danke

Wir danken allen, die sich in unterschiedlichster Weise für unser Anliegen eingesetzt haben:

Die Sponsoren, ohne deren Beitrag die Kampagne nicht möglich geworden wäre.

Unsere Schirmherren,

Herr Landrat Eberhard Irlinger - Landkreis Erlangen-Höchstadt  
Herr Oberbürgermeister Dr. Siegfried Balleis – Stadt Erlangen,  
die durch ihren persönlichen Beitrag bei Veranstaltungen, aber auch durch ihr eindeutiges Stellung- beziehen in Gremien und Arbeitskreisen die Bedeutung unserer Botschaft öffentlich dokumentieren.

Besonders danken wir noch Herr Landrat Irlinger, der mit seinem Namen für uns bei potentiellen Sponsoren vorsprach und so die Spendenbereitschaft forcierte.

Wir danken aber auch den vielen Mitgliedern unseres Arbeitskreises, die, bereits in andern Arbeitsfeldern umfangreich engagiert, unserer Kampagne dennoch mit ihrer Zeit, ihrem persönlichen Einsatz und ihren beruflichen Einflussmöglichkeiten zu diesem großem Erfolg verhalfen und immer noch verhalfen.

Wir danken aber auch unserer „Zielgruppe“, den Lehrern und Multiplikatoren, den Eltern und jungen Erwachsenen, die unser Anliegen interessiert prüfen und mit ihren Beiträgen zum Leben erwecken. Wir freuen uns sehr, dass unser Angebot so lebendig aufgenommen wird. Die durchwegs positive Resonanz stärkt unsere Motivation und Energie.

Wir danken unseren Evaluatoren, die uns mit ihren präzisen Fragen lehrten, Zielsetzungen und Mittel aufs Genaueste zu hinterfragen und die nun mit ihrem festen Datenmaterial den Sinn unseres Einsatzes belegen. Die Zusammenarbeit mit Ihnen für uns alle spannend und sehr bereichernd.

Wir danken aber auch all denen, die unauffällig aus dem Hintergrund uns die Arbeit erleichterten, Tätigkeiten abnahmen oder uns durch ihre Anerkennung den Rücken stärkten.

Fehlen soll aber auch nicht unser Dank an unseren Designer und Mitarbeiter Markus Hladik vom Landratsamt Erlangen-Höchstadt, der uns mit seinem unverwechselbaren Motiv, den flotten Flyern und der lebendigen Internetseite eine Grundlage für unsere vielen positiven Rückmeldungen schuf.



## 9.2. abschließende persönliche Worte

„Frei ab 12?“ – wir übertreiben nicht, wenn wir die Kampagne als unser Lieblingskind bezeichnen. Selten wurde von uns ein Produkt zur Suchtprävention angeboten, das auf so viel Zustimmung und Unterstützung in der Bevölkerung, bei Eltern und Lehrkräften, aber auch bei der Presse stieß. Um es salopp zu sagen, wir liefen offene Türen ein. Dies unterstützte natürlich unsere Motivation und unser Engagement, ohne die die vielen Aktionen nicht bewältigbar gewesen wären.

Wichtig ist uns aber, bei aller Freude über die gelungene Arbeit, diese im richtigen Kontext eines gesamtpräventiven Ansatzes zu sehen. Wie bereits unter „1. Ausgangslage“ dargestellt wurde, wurde die Kampagne in einem bereits bestehenden Netzwerk von verschiedensten Angeboten eingefügt. Wie erhofft, verstärkte sie die Aufmerksamkeit für alle anderen Elemente unserer Anbieter. An diesem Prozess muss aber weiter gearbeitet werden. Die Kampagne schafft alleine noch keine Veränderung, nur die Themen rücken mehr ins Bewusstsein, Vernetzung kann entstehen und die Entwicklung weitergehender Konzepte auf der Basis gemeinsamer Verantwortung werden möglich (siehe Streetwork in Erlangen, Angebote an Sportvereine, eventuell Jugendclubs).

Aber auch die Schulen, als ein Hauptschauplatz vieler Präventionsangebote, müssen den Präventionsthemen feste Räume in ihren Lehrplänen einrichten, sonst werden Beiträge der Kampagne zur Alibi- Veranstaltung. Hier ist die Etablierung eines langfristigen Konzeptes gefordert, das mit Unterstützung der Schulleitung umgesetzt wird. (Vorlage unter [www.das-wohlfuehlhaus.de](http://www.das-wohlfuehlhaus.de), „Viele Teile und doch kein Ganzes“) Wir hoffen, dass die Pflicht zur Rauchfreien Schule einen Impuls geben wird, entsprechende zielgerichtete Maßnahmen aufzubauen.

Neben allen schülerorientierten Programmen empfiehlt sich aber dringend qualitativ hochwertige Elternarbeit. Wie in der Evaluation bestätigt, sind gerade auch die Eltern der jüngeren Kinder nicht nur sehr interessiert und aufgeschlossen, sie suchen auch noch nach Verhaltensstrategien und nehmen konkrete Anregungen direkt in ihr praktisches Handeln auf. Solche pädagogische Themen kommen an fast allen Schulen viel zu kurz, verständlich, fühlen sich doch auch die Lehrkräfte oft selbst überfordert und wünschen sich verstärkt Fortbildungsangebote.

Flankierend müssen wir uns aber den Vereinen und der Jugendarbeit widmen. Die in unseren Materialien geforderten Rahmenbedingungen müssen in einzelne kleine Präventionsbausteine untergliedert werden, die einfach umsetzbar sind und in den oft starren Strukturen akzeptiert werden.

So sehen auch wir uns auf dem Weg – gehen Sie mit.

Einen Beitrag bieten wir gerne an. Wir haben auf unsere Materialien kein Copyright eingetragen und überlassen sie bei Angabe der Urheberschaft kostenlos zur freien Verfügung. Wir freuen uns, dass bereits Roth, Lauf, Ansbach, Neustadt/ Aisch und Bayreuth dies Angebot nützen wollen, andere werden wohl folgen.

(9.2. von Ottmar Stadtmüller/ Luitgard Kern

## Rauchen und Saufen : Frei ab 12 ?!

Das ist schon fast Realität. Dabei sagt das Jugendschutzgesetz doch was ganz anderes! Klar, Gesetze sind geduldig. Jeder Erwachsene kann letztlich selber entscheiden, ob er zu schnell fährt oder bei der Steuererklärung schummelt. Er ist ja auch alt genug, um die Verantwortung dafür zu übernehmen. Kinder können und sollen diese Eigenverantwortung aber nicht tragen. Sie sind noch zu jung dafür!

## Gesetz nutzt wenig :

Das Jugendschutzgesetz (JuschG) richtet sich daher hauptsächlich an die Erziehungsbeauftragten und fordert sie zum Schutz der Minderjährigen vor gefährdenden Einflüssen auf. Gesetzliche Kontrolle ist das eine. Viel wichtiger ist die soziale Kontrolle!

## Das "JuschG" im Klartext :

### Unter 16 geht gar nix !

Jugendlichen unter 16 Jahren, die nicht in Begleitung eines Personensorgeberechtigten sind, darf der Kauf und Konsum von Alkohol und Zigaretten generell nicht gestattet werden.

### Alcopops und Schnaps ab 18 !

Branntweinartige Getränke wie Schnäpse, Liköre und fast alle Alcopops sind erst ab 18 Jahren erlaubt. Wer jünger ist darf diese Getränke gar nicht bekommen bzw. konsumieren. Und das aus gutem Grund: Branntwein richtet bei Kindern massive Schäden an und führt schnell zu Abhängigkeit.

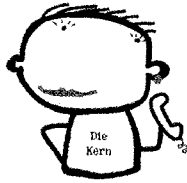
### Kenn ich nicht, gibt's nicht!

Die Bestimmungen des Jugendschutzgesetzes müssen an jeder Verkaufsstelle aushängen und sind beim Jugendamt oder Ordnungsamt erhältlich.



**Frei ab 12 ? Sie entscheiden mit!**

## Sprechen Sie uns an:



Luitgard Kern (Dipl.-Soz.-Päd.FH)  
Gesundheitsamt  
09131/ 7144445  
luitgard.kern@ga.erlangen-  
hoechstadt.de

Ottmar Stadtmüller  
(Diplompsychologe)  
Drogenberatung der Stadt  
Erlangen  
09131 / 862295  
Ottmar.Stadtmueller@  
stadt.erlangen.de



## Jugendämter



Landkreis : Herr Bayer,  
Jugendschutz  
Tel. 09131 / 803-156

Stadt : Herr Held  
Jugendschutz  
0 91 31 / 86 27 40

**Internet :**  
[www.frei-ab-12.info](http://www.frei-ab-12.info)

## Was noch ?

Informationsmaterial zu Sucht, Prävention und Jugendschutz  
Informationsabende an Vorschuleinrichtungen, Schulen, in Ihrer Gemeinde, in Vereinen.  
Straßenaktionen z.B. vor Supermärkten

Mit freundlicher Unterstützung durch :



**SIEMENS**

**Der Beck**

SPARKASSE ERLANGEN  
www.ssbk-erlangen.de



Club Eckental-  
Heroldsberg

# Frei ab 12 ?



"Rauchen, saufen, tralala..."

Design & Layout: Markus Hladik, Jugendhilfeplanung ERH, 09131 803-255

Ein Aufruf an Erwachsene zu Suchtprävention, Jugendschutz und Zivilcourage in Erlangen und Erlangen-Höchststadt



## Rauchen

Täglich sterben in Deutschland 300 Menschen an den Folgen des Rauchens. JEDEN Tag. "Nur" 21 sterben bei Verkehrsunfällen.

Jeder zweite 9. Klässler raucht schon regelmäßig.

Das Einstiegsalter für rauchende Jungs ist auf 11,8 Jahre gesunken.

13jährige Mädchen zeigen bei einem Konsum von 2 Zigaretten pro Tag schon nach 4 Wochen erste Abhängigkeitserscheinungen.

Quellen: BZgA, Krebshilfe



## Saufen

27

Eine kleine Flasche "Alcopop" (200 ml) enthält 40 ml Spirituosen. Soviel wie zwei Gläser Schnaps!

Jeder zweite 14-17jährige trinkt mindestens einmal pro Monat Alcopops, obwohl das erst ab 18 Jahren erlaubt ist.

Die Hälfte aller unter 14jährigen war schon einmal betrunken.

In den letzten 3 Jahre hat sich die Anzahl der Alkoholvergiftungen bei Jugendlichen verdoppelt.



## Tralala.....

Alkohol- und Zigarettenkonsum bei Jugendlichen ist kein Tabubruch mehr, sondern fast schon normal. Jeder kann. Jeder darf. Überall. Alles erlaubt. Alles egal. Alles tralala! Wen stört's?



**Frei ab 12 ? Sie entscheiden mit!**

## Starke Kinder

"Sie sind selbstbewußt und mutig, sagen ihre Meinung und lassen sich nicht von der Clique unter Druck setzen. Sie gestalten ihr Leben verantwortungsbewußt und mischen sich ein, wenn Unrecht geschieht."

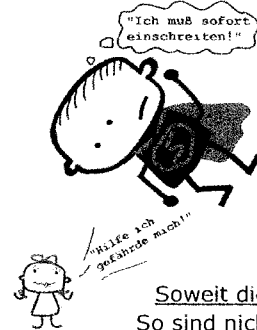


Soweit die Idealvorstellung.

So sind aber nicht alle Kinder - das können nicht alle Kinder. Aber sie können es lernen. Dafür brauchen sie starke Vorbilder.

## Erwachsene sollen was tun

"Sie sind selbstbewußt und mutig. Sie weichen Problemen nicht aus und sehen ihre Verantwortung zum Einschreiten dort, wo sich vor ihren Augen Kinder und Jugendliche gefährden."



Soweit die Idealvorstellung.

So sind nicht alle Erwachsenen - das können nicht alle Erwachsenen. Aber sie können es lernen.

## Mit dem Hinschauen fängt's an

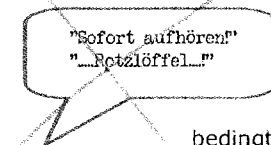
Wer was sehen will, der muß auch hinschauen! Wegschauen lässt den Eindruck entstehen, daß wir das Verhalten akzeptieren. Erziehungsverantwortliche die Konflikte immer nur vermeiden, sind jungen Menschen keine Hilfe auf dem schwierigen Weg in die Erwachsenenwelt.



Viele sagen :

"Die machen ja eh was sie wollen!"  
Ja, stimmt! Vor allem dann, wenn niemand reagiert!

## Mit Handeln geht's weiter



Jugendliche anzuschmauen bringt gar nichts und bewirkt meist das Gegenteil. Auch Abschreckung hilft nur bedingt. Die meisten 14jährigen halten sich sowieso für unsterblich. Was Sie tun können:

### ! **Verbieten**

11jährige Raucher, 13jährige Schnapstrinker? Hier gibt's null Diskussion. Sprechen Sie klare Verbote aus, wenn Sie in Erziehungsverantwortung stehen und setzen Sie vor allem deren Einhaltung durch!

### ! **Einmischen**

Wenn Sie sehen, wie Alkohol und Zigaretten an offensichtlich Minderjährige verkauft wird : Machen Sie Ärger! Drohen Sie der Verkäuferin notfalls mit einer Meldung an das Jugendamt oder einer Anzeige bei der Polizei.

### ! **Stellung beziehen**

Sagen Sie deutlich Ihre Meinung, ohne die Erwartung zu haben, dass Jugendliche sie übernehmen. Sein Sie ehrlich! Das, was Sie von Jugendlichen fordern, sollten Sie auch selbst vorleben können.

### ! **Meinung machen**

Sprechen Sie andere Eltern, Kollegen oder Freunde auf das Thema an und suchen Sie sich Verbündete.

### ! **Vorbild sein**

Können Sie problemlos auch mal auf Alkohol und Zigaretten verzichten? Ihr Vorbild bewirkt meist mehr als alle Worte !

### ! **Diskutieren und Interessieren**

Diskutieren Sie offen mit Kindern und Jugendlichen und informieren Sie sachlich über Gefahren. Damit geben Sie Orientierung und können gefährlichen Entwicklungen entgegensteuern.

## Rauchen und Saufen : Frei ab 12 ?!

Das ist schon fast Realität. Der aktuelle Trend unter Jugendlichen : "Immer früher - Immer öfter - Immer härter." Klar, auf den vergilbten Jugendschutztafeln in der Gaststätte oder an der Tanke steht was anderes. Wen stört's? Die Kinder und Jugendlichen sicher nicht!

### Gesetz nutzt wenig

Das Jugendschutzgesetz (JuschG) richtet sich daher in erster Linie an Erwachsene und fordert sie zum Schutz von Minderjährigen vor gefährdenden Einflüssen auf. Es appelliert an die Einsicht und Vernunft der Geschäftsleute, Veranstalter und Erziehungsverantwortlichen.

### Das "JuschG" im Klartext :

#### Time Out

Kinder und Jugendliche unter 16 dürfen sich zwischen 5-23 Uhr nur zum Essen oder Trinken in Gaststätten oder Kneipen aufhalten. Wenn Sie sich in Begleitung eines "Erziehungsbeauftragten" (glaubhafter Erziehungsauftrag durch die Eltern) oder "Erziehungsberechtigten" befinden auch länger. 16-18 Jährige müssen um 24 Uhr abhauen.


#### Unter 16 geht gar nix !

Jugendlichen unter 16 dürfen weder Alkohol trinken noch Rauchen! Ausnahmen gibt es nur, wenn eine erziehungsberechtigte Person (Eltern, Vormund) sie begleitet.

#### Schnäpse und Liköre ab 18 !

Branntweinhaltige Getränke wie Schnäpse, Liköre und viele Alkopops sind erst ab 18 erlaubt. Wer jünger ist kriegt nix. Auch nicht in Begleitung eines Sorgeberechtigten.

Sie müssen übrigens auch einschreiten, wenn alkoholische Getränke von Erwachsenen gekauft und an Minderjährige weitergegeben werden.

 **Frei ab 12 ? Sie entscheiden mit!**

Eine Kampagne für Suchtprävention, Jugendschutz und Zivilcourage in Erlangen und Erlangen-Höchstadt initiiert vom Arbeitskreis Suchtprävention der GGK und dem Landratsamt Erlangen-Höchstadt, Gesundheitsamt.

### Sprechen Sie uns an:

Luitgard Kern  
Gesundheitsamt  
09131/ 7144445  
luitgard.kern@ga.erlangen-  
hoechstadt.de



Ottmar Stadtmüller  
Drogenberatung der Stadt Erlangen  
09131 / 862295  
Ottmar.Stadtmueller@  
stadt.erlangen.de

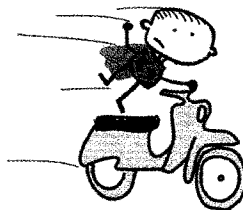


Helmut Bayer  
Landratsamt, Jugendschutz  
Tel. 09131 / 803-156  
helmut.bayer@erlangen-  
hoechstadt.de



Christian Held  
Stadt Erlangen, Jugendschutz  
0 91 31 / 86 27 40  
christian.held@stadt.erlangen.de

**Weitere Infos :**  
[www.frei-ab-12.info](http://www.frei-ab-12.info)



Aktuelle Termine zu  
**Frei ab 12 -on Tour**  
im Internet!

Mit freundlicher Unterstützung durch :



**Der Beck**

**SIEMENS**

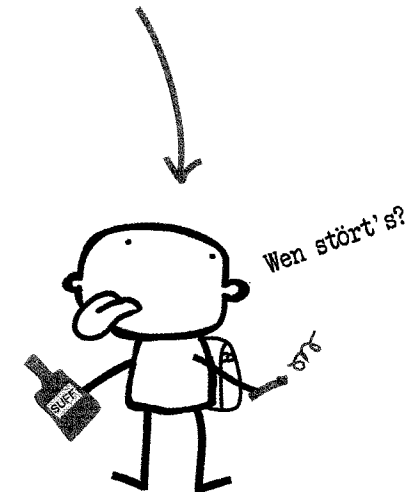
**Kreissparkasse  
Höchstadt/Aisch**



**Club Eckental-  
Heroldsberg**

Ein Aufruf an Erwachsene zu Suchtprävention, Jugendschutz und Zivilcourage in Erlangen und Erlangen-Höchstadt

# Frei ab 12 ?



"Rauchen, saufen, tralala..."

Informationen und Tipps für Fachkräfte,  
Kneipen, Geschäftsleute, Vereine und andere  
Veranstalter  
**Die Wirtshaus  
Edition!**



## Rauchen

Täglich sterben in Deutschland 300 Menschen an den Folgen des Rauchens. JEDEN Tag. "Nur" 21 sterben bei Verkehrsunfällen.

Jeder zweite 9. Klässler raucht schon regelmäßig.

Das Einstiegsalter für rauchende Jungs ist auf 11,8 Jahre gesunken.

13jährige Mädchen zeigen bei einem Konsum von 2 Zigaretten pro Tag schon nach 4 Wochen erste Abhängigkeitserscheinungen.

Quellen: BZgA, Krebshilfe



## Saufen

Die Hälfte aller unter 14jährigen war schon einmal betrunken.

In den letzten 3 Jahre hat sich die Anzahl der Alkoholvergiftungen bei Jugendlichen verdoppelt.

Eine kleine Flasche "Alcopop" (200 ml) enthält 40 ml Spirituosen. Soviel wie zwei Gläser Schnaps!

Jeder zweite 14-17jährige trinkt mindestens einmal pro Monat Alcopops, obwohl das erst ab 18 Jahren erlaubt ist.



## Tralala.....

Alkohol- und Zigarettenkonsum bei Jugendlichen ist kein Tabubruch mehr, sondern fast schon normal. Jeder kann. Jeder darf. Überall. Alles erlaubt. Alles egal. Alles tralala! Wen stört's?



**Frei ab 12 ? Sie entscheiden mit!**

## Wo gilt das Jugendschutzgesetz?

Bei Ihnen! Genauer : Überall im öffentlichen Raum. Das sind Orte oder Gebäude die jedem zugänglich sind. z.B. Straßen, Parks, Einrichtungen, Kinos, Gaststätten, Veranstaltungen, Jugendclubs, etc.

## Kann teuer werden :

Verantwortlich für die Einhaltung des Gesetzes ist der Abgebende, also die Bedienung oder der Ausschenkende. Die müssen auch das Bußgeld zahlen. Das können im ärgsten Fall 200- 400 € sein. Ist das auch keine Lehre, können dem Betreiber oder Veranstalter lt. Gesetz bis zu 50.000 € Strafe aufgebremmt werden.

## Vernunft gefragt

Um's Bestrafen und Bezahlen geht es bei dem Gesetz aber nicht. Kann ja 'eh nicht alles kontrolliert werden.

Vielmehr wird an die Vernunft appelliert. Erziehung findet eben auch im öffentlichen Raum statt. Da ist es wichtig, konsequent zu bleiben.



## Tipps für Geschäfte und Tanke :

### 1. Klare Ansage

Bringen Sie die Jugendschutzhinweise deutlich an den entsprechenden Regalen an. Das spart nervige Diskussionen und macht Ihre Einstellung klar.

### 2. Alter checken

Fragen Sie bei Kindern und Jugendlichen beim Kauf von Alkohol und Zigaretten grundsätzlich nach dem Ausweis. Kinder schauen oft sehr erwachsen aus.

### 3. Kein Trick 17

Die Zigaretten für den Papa? Der Baccardi für die Schwester? Glaubt ja kein Mensch. Nach dem neuen Juschg ist das sowieso nicht mehr erlaubt.

## Kneipen und Gaststätten

### 1. Alkfreies Angebot

Bieten Sie coole und günstige Getränke ohne Alkohol an. Hochprozentiges möglichst erst ab 24 Uhr ausschenken. Da sind die "Kurzen" schon weg.

### 2. Ein Meter Vollrausch?

Keine pauschale Abgabe von vielen Getränken an eine Person („Meter“) Bei wem landet der Alk?



### 3. Kommt alle saufen!

Bewerben Sie Veranstaltungen nicht mit Alkohol. Trinken als Selbstzweck kann's ja nicht sein....

### 4. Alles unter Kontrolle

Führen Sie z.B. an der Tür Kontrollen durch und kassieren Sie Ausweise von Minderjährigen bis 24 Uhr ein. Verschiedene Einlassstempel lassen kurze Checks zu. Das mit den "Erziehungsbeauftragten" ist so eine Sache. Falls Sie Zweifel haben, lassen Sie z.B. den Jugendlichen mit seinem Handy daheim anrufen und fragen Sie die Eltern.

## Veranstaltungen von Vereinen und Schulen

### 1. Sie erziehen mit!

Ermutigen Sie nicht zum Rauchen und trinken von Alkohol und legen Sie beim Sport keine Zigarettenpausen ein. Seien Sie sich immer Ihrer persönlichen Vorbildfunktion bewusst. Sie repräsentieren Ihren Verein!

### 2. Ohne Pop's und Qualm

Veranstaltung mit vielen Kids und Jugendlichen unter 18 kommen auch ohne Alk und Zigaretten aus.

Wenn's doch sein muß :

Keine Schnäpse / Alcopops verkaufen und Raucher in die Ecke. Bei einem Gewinnspiel ist Alk als Preis tabu. Jugendliche die Alkohol ausschenken, sollten das übrigens nur unter Aufsicht tun.



### **Konzept des interaktiven Elternabends Frei ab 12?**

Bisher 28x durchgeführt bei ca. 1000 Teilnehmer/innen.

**Personal:** Luitgard Kern , Diplom Sozialpädagogin,  
Landratsamt/ Gesundheitsamt Erlangen  
Ottmar Stadtmüller, Diplompsychologe, Drogenberatung Stadt Erlangen  
Rolf Bornitzky, Kriminalhauptkommissar, Polizeidirektion Erlangen

**Zeit:** 2 Stunden incl. 30 Min. Gruppenarbeit

**Raumbedarf:** Vortragsraum und entsprechend der Teilnehmer Gruppenräume für die Gruppenarbeit (max. Größe 15 TN)

**Material:** Powerpoint- Präsentation  
Laptop und Beamer

#### **Ziele des Elternabends:**

1. **Wahrnehmung:**
  - 1.1. Wahrnehmung der konkreten Inhalte der Aktion
  - 1.2. Verbessertes Kenntnisstand von Fakten zu Verbreitung und Gefahren des frühen Suchtmittelkonsums
2. **Mitverantwortung**
  - 2.1. Wahrnehmung, wo ich selber mit dem Thema in Berührung komme
  - 2.2. Wahrnehmung der eigenen Möglichkeiten zu handeln
3. **Handlungskompetenz**
  - 3.1. Reflexion der eigenen Werte und des eigenen Konsumverhaltens
  - 3.2. Entwicklung einer Motivation (Gefühl der Sinnhaftigkeit)
  - 3.2. Erlernen von konkreten Handlungsmöglichkeiten

#### **Ablauf:**

- Jugendschutz – helfen da Gesetze? Was macht die Polizei?  
Powerpoint- Präsentation vorgestellt von Rolf Bornitzky
- Hintergründe und Motivation für frühes Rauchen und Trinken  
Powerpoint- Präsentation vorgestellt von Ottmar Stadtmüller
- Wo begegne ich dem Thema? Gibt es konkrete Handlungsmöglichkeiten? Was kann ich tun?  
Einleitung und Überleitung zur Gruppenarbeit durch Luitgard Kern
- Auswertung der Gruppenarbeit im Gespräch mit den drei Referenten

## **Umsetzung:**

### **R.Bornitzky:**

- Kurze Vorstellung von aktuellem Zahlenmaterial, um die verschärfte Gefährdung deutlich zu machen und zu begründen, warum wir dies Thema jetzt gezielt angehen.
- Suchtmittelmissbrauch in der Presse
- Alkopops und Testkäufe
- Staatliche Maßnahmen zur Reduktion des Konsums
- Jugendschutzgesetz

### **O.Stadtmüller**

- Motive und Raucherimage
- Einstiegsalter an Hand einer Erlanger Befragung
- Rauscherfahrungen und Alkoholvergiftungen bei Kindern und Jugendlichen
- Einstiegssetting Familie

### **L. Kern**

- Was prägte die Einstellung unserer Kinder bis heute?
- Wo können wir ab heute aktiv gestalten?
- Überleitung zur Gruppenarbeit an Hand eines Fallbeispiels  
Wie fühle ich mich? Was kann ich tun?

### **R.Bornitzky, O.Stadtmüller, L. Kern**

- Auswertung der Gruppenergebnisse und Integration in eine Sammlung von praktischen Handlungsmöglichkeiten

## **Die Basisaussagen für Eltern und Multiplikatoren**

- Durch veränderte Konsummuster und – mittel, insbesondere durch den immer früheren Einstieg in den Konsum von Alkohol und Nikotin sind unsere Kinder und Jugendlichen mehr gefährdet als früher.
- Untersuchungen belegen deutlich den positiven Lernerfolg schneller Sekundärinterventionen bei konsumierenden Jugendlichen.
- Diese zunehmende Gefährdung betrifft uns alle. Konsumverhalten lernen Kinder zunächst vom Vorbild der Erwachsenen, daher muss das eigene Verhalten reflektiert werden. Auch die Wahl der Freundescliquen wird deutlich vom zu Hause erlernten Verhalten beeinflusst.
- Unsere Kinder brauchen zur Orientierung klare Rahmenbedingungen und wir müssen Mut haben, unbequem zu sein und diese festzulegen, zu vertreten und durchzusetzen.
- Es gibt kein „Nicht-Handeln“, wer sich in entscheidenden Situationen nicht äußert signalisiert indirekt seine Zustimmung.
- Durch die gemeinsame Verantwortung sind wir gefordert, zu handeln, nicht nur bei eigenen, sondern auch bei fremden Kindern.
- Wir brauchen Allianzen, alleine geht es nicht. Gemeinsam können wir etwas erreichen.

## Die wichtigsten Handlungsmöglichkeiten in Kurzform:

- Ehrliches Interesse an der Meinung und dem Werdegang des Kindes, der Respekt vor seiner Person mit seiner eigenen Meinung und Gefühlen und die intensive Förderung seines Selbstwertgefühles und seines Selbstbewusstseins.
- Gezielte Stärkung der Selbstbestimmung und Selbstverantwortung
- Förderung der nicht-leistungsbezogenen Fähigkeiten, keine Überbewertung schulischer Noten
- Kritische Reflexion der eigenen Werte und des eigenen Konsumverhaltens
- Bilden einer fachlich begründeten Meinung und Mut, diese auch bei strittigen Fragestellungen zu vertreten.
- Förderung von verantwortungsbewussten Familiennormen für den allgemeinen Umgang mit Rauchen und Alkohol
- Ein verbindliches angemessenes Regelwerk, dass überwacht wird (Klare Regeln für Partys zuhause, grundsätzlich kein Alkohol unter 15/16, zu Hause herrscht striktes Rauchverbot, kein stillschweigendes Dulden von Rauchen, **nie** zum Rauchen oder Alkoholkonsum auffordern)
- Bei Regeln Prioritäten setzen, Kompromissbereitschaft auf Nebenschauplätzen, Fantasie, durchaus auch unorthodoxe Lösungen. Über die Motive und Wünsche des Jugendliche/n findet man oft gute, für alle akzeptable Lösungen
- Absprachen mit Eltern der Freunde/innen mit dem Ziel einheitlicher Regelungen
- Immer mit dem Jugendlichen im Gespräch bleiben, interessiert, nicht moralisierend. Welche Funktion hat der Konsum? Gibt es Alternativen?
- Mischen Sie sich ein, wenn Sie in Geschäften sehen, wie Jugendliche unter 16/ bzw. 18 Alkohol, bzw. Schnaps verkauft bekommen, bzw. in Gaststätten und dgl. ausgeschenkt bekommen.

Um den veranstaltenden Lehrkräften oder Elternbeiräten die Arbeit zu erleichtern erhalten alle Veranstalter zwei standardisierte Einladungsschreiben als Formulierungshilfe ihrer Einladung zur beliebigen Verwendung.



## 2 Textvorschläge für eine Einladung für einen Elternabend

Der Text kann jederzeit beliebig verändert und den jeweiligen Voraussetzungen angepasst werden. Wir empfehlen, den Brief immer unter dem schuleigenen Briefkopf zu versenden.

Liebe Eltern

### Warum ist rauchen und trinken plötzlich so gefährlich?

Das gab's doch schon immer!!

**Ja und nein,**

geraucht und getrunken wurde schon immer, aber noch nie so jung und soviel. Die steigenden Zahlen sind alarmierend. Wir alle, die wir in Erziehungsverantwortung stehen, sind gefordert, Antworten zu finden.

Im Rahmen der Kampagne „Frei ab 12?“ laden wir Sie zu einem Elternabend ein. Wir möchten Ihnen konkrete Möglichkeiten aufzeigen, wie jeder allein, aber auch wir gemeinsam in unserem täglichen Alltag realistisch und sinnvoll handeln können. Wir sprechen über schwierige Situationen, eigene Unsicherheiten und die Grenzen unseres Mutes, und entwickeln Wege, dem zu begegnen. Es geht uns vornehmlich um die tägliche Praxis und reale Strategien.

Liebe Eltern

### Warum ist rauchen und trinken plötzlich so gefährlich?

Das gab's doch schon immer!!

**Ja und nein,**

geraucht und getrunken wurde schon immer, aber noch nie so jung und soviel. Die steigenden Zahlen machen uns Sorgen. Wir alle haben Kinder oder haben mit Kindern zu tun, und wir wünschen uns, dass unsere Kinder in einer Umgebung leben können, wo alle auf sie acht geben und ihnen helfen, unbeschadet groß zu werden. Das ist möglich.

Im Rahmen der Kampagne „Frei ab 12?“ laden wir Sie zu einem Elternabend ein. Wir möchten Ihnen konkrete Möglichkeiten aufzeigen, wie jeder allein, aber auch wir gemeinsam in unserem täglichen Alltag realistisch und sinnvoll handeln können. Wir sprechen über schwierige Situationen, eigene Unsicherheiten und die Grenzen unseres Mutes, und entwickeln Wege, dem zu begegnen. Es geht uns nicht um große Worte und Taten, sondern um die kleinen Alltäglichkeiten und reale Strategien.

## **Konzept der Lehrerfortbildung Frei ab 12?**

Zweimal durchgeführt bei 19 Teilnehmer/innen.

**Personal:** Luitgard Kern , Diplom Sozialpädagogin,  
Landratsamt/ Gesundheitsamt Erlangen  
Ottmar Stadtmüller, Diplompsychologe, Drogenberatung Stadt Erlangen

**Zeit:** 3 Stunden

**Raumbedarf:** Vortragsraum

**Material:** Powerpoint- Präsentation  
Laptop und Beamer  
Moderationsmaterialien, Flipchart etc., Materialien der Kamopagne

### **Ziele der Lehrerfortbildung:**

2. Wahrnehmung:
  - 1.3. Wahrnehmung der konkreten Inhalte der Aktion
  - 1.4. Verbessertes Kenntnisstand von Fakten zu Verbreitung und Gefahren des frühen Suchtmittelkonsums
3. Mitverantwortung
  - 3.1. Wahrnehmung, wo ich selber mit dem Thema in Berührung komme
  - 3.2. Wahrnehmung der eigenen Möglichkeiten zu handeln
3. Handlungskompetenz
  - 3.3. Reflexion der eigenen Werte und des eigenen Konsumverhaltens
  - 3.2. Entwicklung einer Motivation (Gefühl der Sinnhaftigkeit)
  - 3.4. Erlernen von konkreten Handlungsmöglichkeiten

### **Ablauf:**

- Verdeutlichung der immer riskanteren Konsummuster und dem Handlungsbedarf an Hand ausgewählter Untersuchungen  
Reflexion der Hintergründe und Motivation für frühes Rauchen und Trinken,  
  
Powerpoint- Präsentation
- Bedeutung struktureller Veränderungen in der Schule, „Rauchfreie Schule“
- Sinn und Nutzen von Früherkennung und Frühintervention
- Das Phasenmodell der Verhaltensänderung
- „Unbequem sein“ leichter gesagt als getan  
Wo begegnet mir das Thema? Wie kann ich handeln? Was hilft mir dabei?

## Die Basisaussagen für Lehrkräfte

- Durch veränderte Konsummuster und – mittel, insbesondere durch den immer früheren Einstieg in den Konsum von Alkohol und Nikotin sind unsere Kinder und Jugendlichen mehr gefährdet als früher.
- Bedeutung struktureller Veränderungen: Schulen benötigen ein klares Regelwerk mit konsequenter Kontrolle und sinnvollen Sanktionen beim Umgang mit rauchenden Schüler/innen. Ein verbindlicher Handlungsrahmen für alle Lehrkräfte stärkt die Autorität und Glaubwürdigkeit des Kollegiums und der Einzelaussagen. Er bietet aber auch die nötige Transparenz für die Schüler und fördert so die Verantwortlichkeit. Beispiele sind das Modell der rauchfreien Schule, Regelwerke und Sanktionskataloge und Richtlinien für Klassenfahrten.
- Untersuchungen belegen deutlich den positiven Lernerfolg schneller Sekundärinterventionen bei konsumierenden Jugendlichen. Ziel ist es, dem Betroffenen zu helfen, sich wahrzunehmen und die Realität zu akzeptieren, um, wenn auch widerwillig, die Notwendigkeit zu erkennen, Hilfe anzunehmen, bzw. sich selbst zu ändern. Sie ist somit Teil eines längeren Veränderungsprozesses.
- Es gibt kein „Nicht-Handeln“, wer sich in entscheidenden Situationen nicht äußert signalisiert indirekt seine Zustimmung. Wir müssen den Mut haben, unbequem zu sein.
- Das Phasenmodell der Verhaltensänderung (nach Prochaska, Diclemente und Velicer) als Orientierungshilfe bei der Wahl der Interaktionen, aber auch bei den Erwartungen an die Intervention
  - Absichtslosigkeit „niemals“
  - Absichtsbildung „eines Tages“
  - Vorbereitung „bald“
  - Aktion „jetzt“
  - Aufrechterhaltung „für immer“

Grundsätzlich ist festzustellen, dass jede Form von Feedback die Selbsteinschätzung fördert, verschiedene Handlungsalternativen die persönliche Verantwortung betonen.

Jugendliche brauchen Empathie und ehrliches Interesse an ihrer Person und ihrer Meinung. Sie benötigen Unterstützung, um an die eigenen Kräfte glauben zu können. Mit Widerständen kann konstruktiv gearbeitet werden, Diskrepanzen/ Ambivalenzen in der Einstellung rückgespiegelt werden.

- Lehrkräfte als Vorbild  
(Auch) Lehrkräfte sind Vorbilder, eine wichtige Orientierungsmöglichkeit als Alternative für die Eltern, besonders die Beliebten. Den Kindern und Jugendlichen sollte daher immer wünschenswertes Verhalten vorgelebt werden, es sollte nicht in ihrer Gegenwart geraucht werden. Auch auf Feiern sollte auf Alkohol verzichtet werden, wenn Jugendliche dabei sind, das gilt auch für Gruppenfahrten.

## Frei ab 12? Suchtprävention im Sportverein

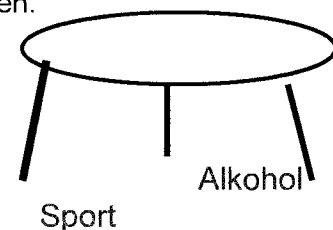
Anlage 10.6.

Was brauchen Kinder und Jugendliche, um suchtfrei heranwachsen zu können?



- Neue Jugendbefragungen machen das positive Image des Rauchens und Alkoholtrinkens deutlich. Während die Zigaretten bei den Jungs Attribute typisch männlichen Verhaltens, Unterstützung bei der Identitätsfindung und Ausdruck von Selbstbewusstsein, Erwachsensein und Rebellion sind, verbinden die Mädchen damit modisches Verhalten, mit dem Ziel, sich nicht aus der peer-group auszugrenzen und einen Weg schlank zu bleiben. Raucherinnen wirken auf sie selbstbewusst, autonom, sexuell attraktiv und aufgeschlossen. Motive für das Trinken von Alkohol liegen im Wesentlichen ähnlich.
- Wenn nun die Jugendlichen zur Stärkung ihres Selbstbewusstseins und ihrer Außenwirkung diese Hilfsmittel einsetzen, ist es Ziel der Prävention, Jugendlichen alternative Wege auf zu zeigen, ein persönliches starkes und gruppentaugliches Selbstbild auf zu bauen. Hier hat der Sport eine große Chance, durch Förderung individueller Fähigkeiten nicht nur sportlicher Art, durch Integration von Außenseitern, durch Lob und Anerkennung und durch das Angebot herausfordernder Aufgaben die Persönlichkeitsentwicklung intensiv zu fördern. Fördern durch Fordern ist das Ziel, wir kennen ja den Satz: „Wie weit man gehen kann, merkt man meist erst wirklich, wenn man zu weit gegangen ist“, das heißt, ein Gespür für eigene individuelle Kompetenz und Belastbarkeit erfährt man mehr in Herausforderungen und Grenzsituationen als im alltäglichen Trott. Das muss nicht immer ein sportlicher Erfolg sein, es kann auch eine große Verantwortung sozialer Natur wie eine Gruppenleitung etc. sein.
- Neben dieser gezielten Unterstützung durch das sportlich- soziale Angebot bieten aber alle Übungsleiter als Persönlichkeit Orientierung und prägen Werte. Jugendliche suchen sich in der Pubertät verstärkt ihre Vorbilder außerhalb der Familie, engagierte Jugendleiter bieten diese. Von ihnen (und gerade von den Beliebten!!) übernehmen die Jugendlichen den ganzen Verhaltenskatalog, nicht nur das Positive. Sie schaffen u.U., je nachdem was sie den Jugendlichen vorleben auch die Verbindung von „beliebt, cool...“ und „Rauchen, Alkohol...“
- Aber auch das Vereinsleben prägt Lebensgewohnheiten. Die Art, wie Sieg oder Niederlage gefeiert wird, wie Pausen und Feiern gestaltet werden und was zum Spaß „dazugehört“, wird den Kindern und Teenies hier vorgelebt. Hier prägen sich Wünsche, wie man mal werden will und was man mal erleben will. Man sollte immer prüfen, ob bei den Angeboten des Vereinslebens wie Sport und Gemeinschaft/Geselligkeit Alkohol so oft zwingend dabei sein muss, oder ob es nicht auch öfter „ohne“ geht, wenn Kinder im Vordergrund stehen. Hierzu noch eine kleine bildliche Darstellung:

Wie ein Hocker steht das Vereinsleben auf verschiedenen Füßen, dem Sport, der Geselligkeit,..., und oft auch dem Alkohol. Würde etwas geschehen, und wenn ja, was, Geselligkeit wenn Sie an dem Bein „Alkohol“ etwas sägen?



Was kann man tun?

Ihr persönliches Verhalten

- Lob stärkt, dies brauchen besonders auch die Schwächeren, die Anerkennung nicht aus dem sportlichen Erfolg ziehen können, aber u.U. andere, für die Gruppe wertvolle Fähigkeiten haben und einbringen können, z.B. ihr Organisationstalent.
- Sie als Übungsleiter sind aber immer Vorbild, eine wichtige Orientierungsmöglichkeit als Alternative für die Eltern. Leben Sie den Kindern und Jugendlichen daher wünschenswertes Verhalten vor, rauchen sie nicht in ihrer Gegenwart, trinken sie auf Feiern nie exzessiv, wenn Jugendliche dabei sind. Vergeben Sie keine alkoholischen Preise für Siege, die Spendiermaß am Tisch sollte alkoholfrei sein, fordern Sie nie zum Alkoholtrinken oder Rauchen auf.
- Haben Sie Mut, seien Sie unbequem und beziehen Sie Stellung, wenn Sie mit unerwünschtem Verhalten bei Kindern und Jugendlichen konfrontiert sind. „Nichts sagen“ hat auch eine Botschaft, nämlich eine stille Erlaubnis.
- Alles dient dem Image ihres Vereines, sie sind persönlich immer Repräsentant.

Sinnvolle Rahmenbedingungen ersparen im Verein viele Diskussionen

- Kein Alkoholausschank bei Veranstaltungen mit vorwiegend jugendlichen Teilnehmern
- Auch selbst mitgebrachter Alkohol darf nicht getrunken werden. Es langt hier nicht der einmalige Hinweis, sie müssen auch Sorge tragen, dass es eingehalten wird.
- Bei allgemeinen Feiern nichts Hochprozentiges/ keine Alcopops ausschenken
- Vereinssitzungen, an denen Jugendliche teilnehmen, sollten immer rauch- und alkoholfrei sein.
- Bei Vereinsfeiern lassen Sie Jugendliche nicht ausschenken oder Alkohol bedienen. Sollte es nicht anders gehen, nur unter Aufsicht.
- Einigen Sie sich mit den anderen Vereinsverantwortlichen auf eine gemeinsame Verhaltensstrategie. Persönliche Statements wirken glaubhafter, wenn sie von allen getragen werden.
- Wenn Sie an Umzügen z.B. im Fasching beteiligt sind, verteilen Sie keinen Alkohol vom Wagen aus und erlauben Sie auch keinen Konsum auf den Wagen.
- Auf Trainingsfahrten und –lagern auch Alkoholverzicht bei den Gruppenleitern

Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten!

**Ihre Ansprechpartner:**

Luitgard Kern (Dipl.Soz.Päd.FH), Gesundheitsamt,  
Tel: 09131-7144 445, 0179 / 78 79 190, luitgard.kern@ga.erlangen-hoechstadt.de

Ottmar Stadtmüller (Diplompsychologe), Drogenberatung Stadt Erlangen  
Tel: 09131 / 86 2295, ottmar.stadtmueller@stadt.erlangen.de

Rolf Bornitzky, (Kriminalhauptkommissar), Kriminalpolizeiliche Beratungsstelle  
Tel: 09131 / 760 318, pp-mfr.erlangen.kpi@polizei.bayern.de

Unsere Angebote: (in der Stadt Erlangen und dem Landkreis ERH kostenlos)

Informationsvorträge

Eintägige Schulungen für Jugend /Übungsleiter zu den Möglichkeiten der Förderung von Kindern und Jugendlichen

Informationsmaterialien zu Suchtmitteln und Jugendschutzgesetz

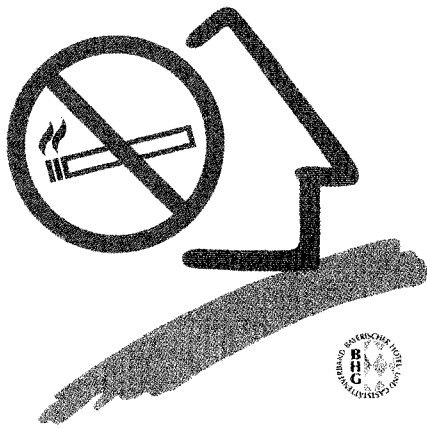
Jugendschutzgesetz als Aushangtafel für die Gastronomie (gesetzliche Pflicht)

# Machen Sie mit!

## Aktion „Rauchfreier Betrieb“ oder „Nichtraucherfreundlicher Betrieb“

Veranstalter der Aktion	Arbeitskreis Suchtprävention des Landratsamtes ERH/ Gesundheitsamt in Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband, dem Erlanger Tourismus- und Marketingverein und dem Bayerischen Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz im Rahmen der Kampagne „Frei ab 12?“
Teilnahmeberechtigt	Alle Betriebe im Hotel- und Gaststättenbereich mit einer Konzession für Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, die Mindestanforderungen im Nichtraucherschutz erfüllen
Voraussetzungen für „Rauchfrei“	Im Betrieb darf in allen den Gästen zugänglichen Bereichen überhaupt nicht geraucht werden
Voraussetzungen für „Nichtraucherfreundlich“	Der Betrieb verfügt über → einen gekennzeichneten getrennten Nichtraucher-Raum <b>oder</b> → ausgewiesene, getrennte Bereiche (mind. 40% der Tische; Mindestgröße des Gastraums 10 Tische oder 75qm) <b>und</b> über ausreichende Lüftung, um den nicht rauchenden Gästen weitgehend rauchfreie Luft zu bieten.
Was müssen Sie tun?	Antragstellung mit entsprechendem Formular beim Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz/ Referat 1A3
Wo gibt es Formulare für den Antrag	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online Antrag unter <a href="http://www.nichtraucher.bayern.de">www.nichtraucher.bayern.de</a></li> <li>• Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband, Bezirksstelle Mittelfranken, Tel. 0911/ 26 26 11</li> <li>• Staatsministerium Tel. 089/ 92 14- 23 53</li> </ul>
Was kostet es?	50€ für das Starterpaket zur Kennzeichnung des Betriebs einschließlich Urkunde, Logo, Tischaufsteller, Internetauftritt
Welche Vorteile haben Sie davon?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berechtigung, das ‚Aktionslogo‘ zu führen und damit zu werben</li> <li>• Veröffentlichung in der Internetdatenbank der bayerischen nichtraucherfreundlichen Betriebe</li> <li>• Eintrag der teilnehmenden Betriebe in ER und ERH in die Internetseiten der Suchtprävention Erlangen, verlinkt mit den Seiten „Erlangen-Höchstadt“ und „Erlangen“</li> <li>• Extraflyer über die ersten 50 nichtraucherfreundlichen/ rauchfreien Betriebe in ER und ERH in der Auflage von ca. 5000 Stück</li> <li>• Sie erhalten in ER und ERH vom Landratsamt/ Gesundheitsamt kostenfreie Tischaufsteller (wie beigelegt), die sich auch für Tischkennzeichnungen wie „Reserviert“ oder zum Bewerben von Sonderangeboten eignen.</li> </ul>
Zeitraum der Aktion	Die Aktion des Ministeriums läuft bereits und ist zeitlich unbefristet

Landratsamt Erlangen-Höchstadt / Gesundheitsamt / Arbeitskreis Suchtprävention Frau Kern

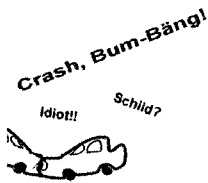
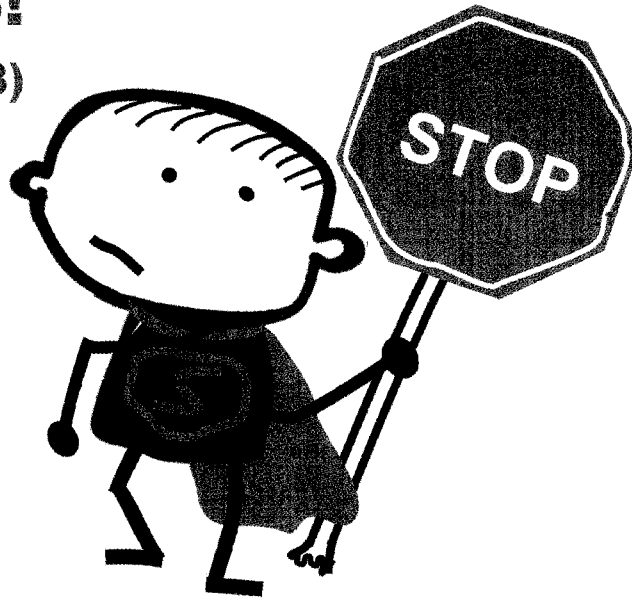


Eine Aktion nichtraucherfreundlicher Hotel- und Gaststättenbetriebe + der Jugendschutzkampagne "Frei ab 12?"



# Hier gibt's keinen Alk unter 16!

(Schnaps erst ab 18)



"Frei ab 12" Eine Kampagne für Suchtprävention, Jugendschutz und Zivilcourage der Stadt Erlangen und des Landkreises Erlangen-Hochstadt

## Kein Alk unter 16!

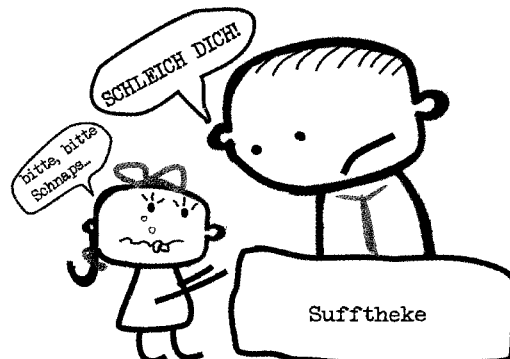
Was soll das denn?..... denkst Du jetzt wahrscheinlich. Ist doch dein "Bier" und geht uns garnix an.

Geht es uns aber! Als Betreiber einer Gasstätte oder Verkaufsstelle unterliegen wir den Bestimmungen des Jugendschutzgesetzes  
**Wir dürfen an Jugendliche unter 18 keinen Schnaps ausschenken. Und unter 16 gar keinen Alkohol.**  
Auch kein Bier. Auch kein Alkoirgendwas.

Wir können auch nicht so tun als wüssten wir es nicht so genau. Dann handeln wir nämlich "fahrlässig".  
Und auch das kann mit saftigen Geldstrafen belegt werden. Theoretisch sogar mit bis zu 50.000 Euro. Soviel Alkohol könnten wir gar nicht an Minderjährige verkaufen, damit sich das lohnt.

Und wenn Du jetzt deine älteren Kumpels oder Freundinnen fragst.... ob sie nicht vielleicht für Dich.....  
Vergiss es! Auch das müssen wir lt. Gesetz verhindern. Und blöd sind wir auch nicht.

Also probier es mal nur mit Cola heute abend!



www.frei-ab-12.info



Frei ab 12 ? Kampagne für Suchtprävention, Jugendschutz und Zivilcourage in Erlangen und Erlangen-Höchstadt

# Frei ab 12?

Neu Infos

Kampagne für Suchtprävention, Jugendschutz und Zivilcourage in Erlangen und Erlangen-Höchstadt



Rauchen



Starke Kinder



Erwachsene  
tun was



Hinschauen



Handeln



Saufen



Tralala



Kontakt



Klamotten  
& more



rauchen, saufen, tralala..

## Rauchen und Saufen : Frei ab 12?!

Das ist schon fast Realität. Dabei sagt das Jugendschutzgesetz doch etwas ganz anderes!

Das "JuschG" richtet sich hauptsächlich an die Erziehungsbeauftragten und fordert sie zum Schutz der Minderjährigen vor gefährdenden Einflüssen auf.

Gesetzliche Kontrolle ist das eine. Viel wichtiger ist die soziale Kontrolle.

Diese Kampagne wird unterstützt von

SIEMENS

Kreissparkasse  
Höchstadt/Aisch

Der Beck

Club Eckental Heroldsberg

SPARKASSE ERLANGEN  
www.sparkasse-erlangen.de

Anlage 10.9.  
Internetseite  
[www.frei-ab-12.info](http://www.frei-ab-12.info)