# Kein Alkohol für Kinder Aktion

# KAfKA

*Ich mach mit!*

§9 Jugendschutzgesetz

© Bezirksamt Neukölln Abteilung für Bürgerdienste und Gesundheit

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg

JobCenter Tempelhof-Schöneberg

FACHSTELLE FÜR SUCHTPRÄVENTION IM LAND BERLIN

BGI Berliner Gesellschaft für Integration mbH

Im Auftrag und auf Initiative des Bezirksamtes Tempelhof - Schöneberg, Abt. Gesundheit und Soziales.
Gefördert durch das JobCenter Tempelhof - Schöneberg. In Zusammenarbeit mit der Senatsverwaltung für Gesundheit, Umwelt und Verbraucherschutz.
Träger und durchführende Gesellschaft ist die Berliner Gesellschaft für Integration mbH.

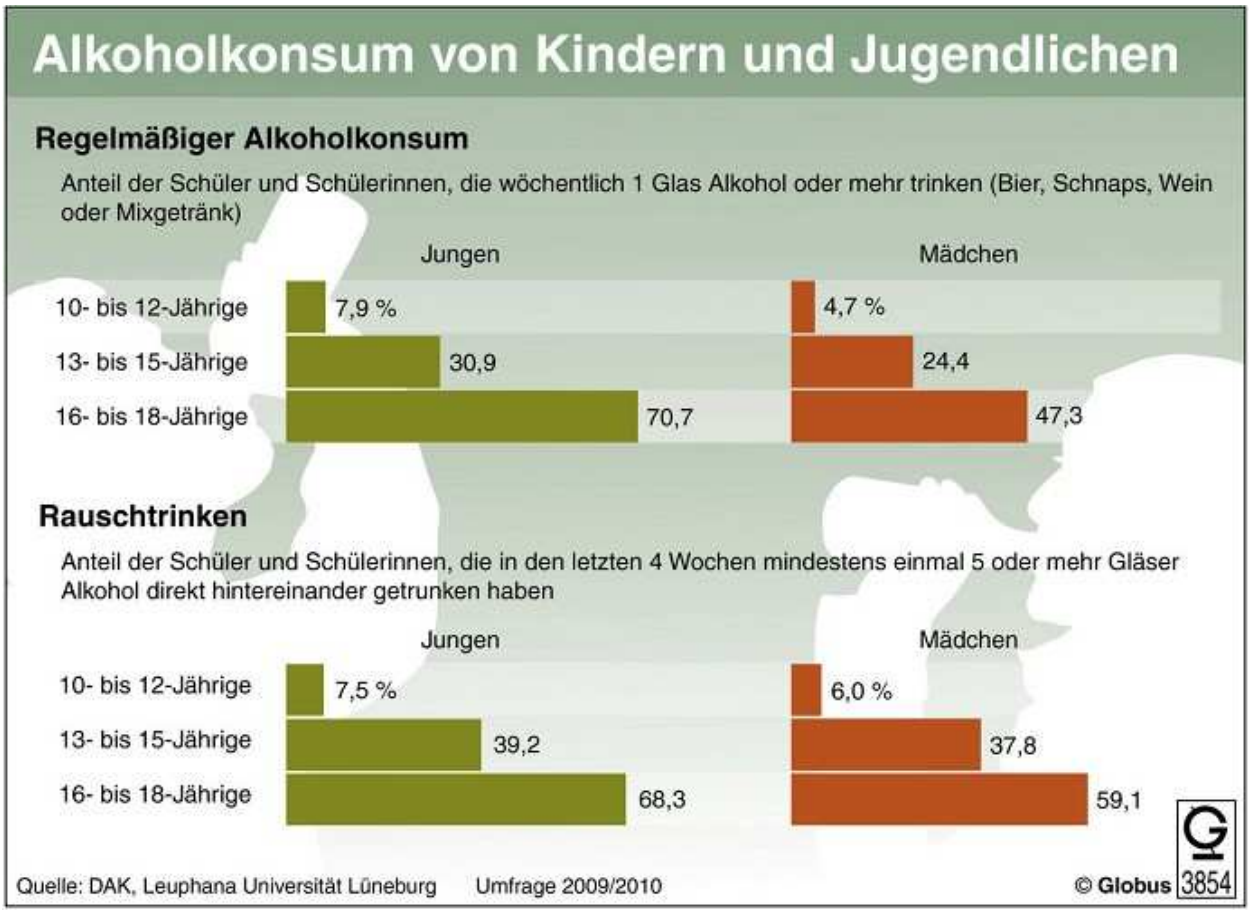
**Präsentation der Präventionsmaßnahme**

# KAfKA Kein Alkohol für Kinder Aktion

Auszug aus der Projektbeschreibung

## Aufklärung und Information zur Vermeidung von Alkoholmissbrauch bei Kindern und Jugendlichen

Alkoholmissbrauch von Kindern und Jugendlichen ist ein drängendes gesundheitliches und gesellschaftliches Problem. Trotz einschlägiger Kampagnen, wie z.B. der Kampagne „Na klar“ der Berliner Senatsverwaltung für Gesundheit und der Bezirksämter, sowie einiger Selbstverpflichtungserklärungen, finden sich wöchentlich Zeitungsberichte über Vorfälle, dass wieder Kinder und Jugendliche stark alkoholisiert und hilflos aufgefunden und zur Ausnüchterung in Krankenhäuser eingeliefert werden mussten.



Alarmierend ist, dass die Tendenz zum Alkoholmissbrauch steigend ist und immer öfters minderjährige Mädchen volltrunken aufgefunden werden. Aufgrund dieser hohen Zahl ist das „Komasaufen“ kein Einzelproblem mehr, sondern zieht sich durch alle Berliner Stadtteile und durch alle gesellschaftlichen Gruppen. Weiterhin erschreckend ist dabei auch die Zahl der betrunken aufgefundenen Kinder schon im Alter von 12-14 Jahren, deren geistige und körperliche Entwicklung noch nicht abgeschlossen ist und wo besonders hier mit schweren Langzeitfolgen im gesundheitlichen und sozialen Bereich zu rechnen ist.

Trotz eindeutiger Gesetzeslage und Jugendschutzverordnungen scheint es für viele Kinder und Jugendliche immer noch zu leicht zu sein, sich im Einzelhandel, an Kiosken, an Tankstellen und sonstigen Verkaufsstellen Zugang zu Alkohol zu verschaffen, ohne dass dies ausreichend kontrolliert wird. Entsprechende Erfahrungen aus anderen Bundesländern aus „Testkäufen“ belegen dies. Verkauf von Alkohol ist kein "Kavaliersdelikt", das man leicht zum Teil aus Desinteresse und fehlendem Problembewusstsein oder gar Unkenntnis vom Personal in den Verkaufsstellen abtun darf.

**Projektaufgaben**

Aufgrund dieser Zahlen und Hintergründe will das Projekt die bestehenden Aktivitäten der Prävention von Alkoholmissbrauch unterstützen und legt seinen Schwerpunkt darauf, die MitarbeiterInnen und BetreiberInnen der unterschiedlichen Verkaufsstellen von Alkohol, wie Tankstellen, Kioske, Internetcafés, Lebensmittelgeschäfte etc. und die Öffentlichkeit im Allgemeinen über das Jugendschutzgesetz zu informieren, zu sensibilisieren und so in die Verantwortung zu ziehen, dass zumindest der Erwerb von alkoholischen Getränken für Kinder und Jugendliche erschwert wird.

Dass diese Aufklärung ein wichtiges Anliegen ist, zeigen auch sogenannte Testkäufe in Niedersachsen (Berliner Morgenpost vom 28.04.2009), wo von den so besuchten Verkaufsstellen 47% harte Alkoholika an Kinder und Jugendliche verkauft haben.

Die ProjektmitarbeiterInnen sollen folgende Aufgaben übernehmen:

- direkte und persönliche Ansprache des Verkaufspersonals, Information und Aufklärung zum Jugendschutz und zur Gesetzeslage und Sensibilisierung für das Thema mit dem Ziel, das Verkaufsverbot einzuhalten und den Kindern und Jugendlichen den Erwerb zumindest zu erschweren Informations- und Öffentlichkeitsarbeit für das Anliegen: Kein Alkohol für Kinder
- Verteilung von Informationsmaterialen und Broschüren zum Thema und des Plakates, sowie des Aufklebers: „KAfKA – Kein Alkohol für Kinder Aktion – *Ich mach mit*“
- Weiterhin ist es dem Projekt möglich, Gaststätten aufzusuchen und hier die Betreiber über das sogenannte „Apfelsaftgesetz“ zu informieren
- Mitarbeit und Unterstützung bei geplanten Kampagnen zum Thema Gesundheit und Gesundheitsprophylaxe.

Bei den Besuchen der Verkaufsstellen und der Gaststätten werden keine hoheitlichen Aufgaben übernommen, sondern es soll nur informiert, für das Thema sensibilisiert und an eine Selbstverpflichtung appelliert werden. Es ist allerdings notwendig, dass das Projekt, wenn es im Ergebnis mittelfristig erfolgreich sein will, eng mit den Ordnungsämtern und den Jugend- und Gesundheitsämtern in den Bezirken zusammenarbeiten muss und die Ergebnisse der Besuche diesen Stellen gegenüber dokumentiert werden. Folgende Daten sollen von den MitarbeiterInnen erhoben werden:

- Erstellung einer Gebietskarte mit Alkoholverkaufsstellen unterschieden nach: Tankstellen, Kiosken, Lebensmittelgeschäften, Spätverkaufsstellen Getränkemärkten, Internetcafés, Imbissen etc.
- Anteil der Alkoholika am Gesamtsortiment
- Informationsgrad zum Jugendschutzgesetz und entsprechende Aushänge
- Erstbesuch, Nachbesuche und Reaktionen auf die Besuche
- Weitere Erhebungen auf Wunsch der Suchthilfekoordinatoren

In der Startphase sollen die MitarbeiterInnen die Verkaufsstellen und Gaststätten eruieren und problematische Gebiete identifizieren. Weiterhin werden Gesprächsleitfäden, Checklisten und Dokumentationsbögen für die Projektevaluation entwickelt.

In der eigentlichen Arbeits- und Informationsphase gehen die MitarbeiterInnen zu zweit und in zeitversetzter Arbeitszeit bis in die Abendstunden die zuvor recherchierten Verkaufsstellen ab, sprechen mit dem Personal, unterstützen ggf. das Personal, leisten Aufklärungsarbeit und verteilen Informationsmaterial.

**Qualifizierung**

Für den Erfolg dieses Vorhabens kommt der Qualifizierung der MitarbeiterInnen eine besondere Bedeutung zu. Die Qualifizierung erfolgt über die Fachstelle für Suchtprävention im Land Berlin.

Der Qualifizierungsanteil umfasst folgende Themen und Inhalte:

- Rechtsgrundlagen der Arbeit JuSchG, StGB, BTMG
- Kommunikation und Gesprächsführung und praktische Übungen
- Sucht und Suchtentstehung mit dem Schwerpunkt Alkohol
- Suchtprävention
- Medizinische Grundlagen
- Entwicklungspsychologische Grundlagen, Auswirkungen von Alkohol auf die physische und psychische Entwicklung und Gesundheit von Kindern und Jugendlichen
- Informationen zum Berliner Hilfesystem und Interventionsangeboten

Die Drogenbeauftragte
der Bundesregierung

Freiheit
Einheit
Demokratie

Bundesministerium für Gesundheit, 11055 Berlin

**Mechthild Dyckmans**
Drogenbeauftragte der Bundesregierung
Mitglied des Deutschen Bundestages

HAUSANSCHRIFT Friedrichstraße 108, 10117 Berlin
POSTANSCHRIFT 11055 Berlin

TEL +49 (0)30 18 441-1452
FAX +49 (0)30 18 441-4960
E-MAIL drogenbeauftragte@bmg.bund.de

An den Verteiler

Berlin, den 7. Juni 2010

**Implementierung und Erforschung des Modellprojekts „Kein Alkohol für Kinder Aktion KAfKA"**

Sehr geehrte Damen und Herren,

2008 hat das Bezirksamt Neukölln von Berlin, Abteilung Bürgerdienste und Gesundheit, das Projekt KAfKA entwickelt. Der Name KAfKA steht für Kein Alkohol für Kinder Aktion. KAfKA will die in Handel und Gastronomie tätigen Personen für die Gefahren von Alkohol für Kinder und Jugendliche sensibilisieren. Dabei soll gleichzeitig dem Jugendschutzgesetz durch Aufklärung mehr Geltung verschafft werden. Die Ziel von KAfKA ist es, den Verkauf von Alkohol an Kinder und Jugendliche durch die Motivation zu entsprechender Selbstverpflichtung so schwierig wie möglich zu machen oder möglichst ganz zu unterbinden.

Nach einer umfassenden Qualifikation besuchen seit September 2008 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Projekts jeweils zu zweit Alkohol-Verkaufsstellen in Berlin-Neukölln. Fast 1.300 wurden durch das KAfKA-Team erfasst, die meisten wurden bereits ein zweites und drittes Mal besucht, wobei ein besonderes Augenmerk dem Umfeld von Schulen gilt. Die Reaktionen in den besuchten Verkaufsstellen wie auch in der Öffentlichkeit sind durchgehend positiv. Bestandteil des Projektes ist überdies eine ausführliche Dokumentation und Auswertung.
Als Bundesdrogenbeauftragte habe ich die Schirmherrschaft für KAfKA übernommen und wünsche mir eine möglichst weitreichende Ausweitung und Verstetigung des Projekts. Finden sich weitere Kommunen oder Städte für das Projekt, ist nach einem Erprobungszeitraum die wissenschaftliche Begleitung und Evaluation geplant, damit

die Nachhaltigkeit der Arbeit gewährleistet werden kann. Gern unterstütze ich die Implementierung dieses erfolgreichen Projektes in Ihrem Bereich.

Die Nutzung der eingeführten Wort-Bild-Marke „KAfKA" ist bei Einhaltung der Qualitätsstandards des Konzeptes und Durchführung durch einen geeigneten Träger problemlos mit dem Inhaber der Rechte an der geschützten Wort-Bild-Marke „KAfKA", dem Bezirksamt Neukölln, Abteilung Bürgerdienste und Gesundheit, zu vereinbaren.

In Neukölln führt der Beschäftigungsträger Bequit GmbH KAfKA durch – z.Z. mit Fördermitteln des Jobcenters Neukölln (BEZ - Beschäftigungszuschuss) und des Landes Berlin (ÖBS - Öffentlicher Beschäftigungssektor), wobei andere Förderinstrumente denkbar sind. In anderen Berliner Bezirken ist der Träger BGI – Berliner Gesellschaft für Integration mbH aktiv. Beide Unternehmen, Bequit wie BGI, haben sich als leistungsfähige und engagierte Träger erwiesen, die wesentlich für den Erfolg von KAfKA mitverantwortlich sind und für diesbezügliche Beratung zur Verfügung stehen. Ich würde mich freuen, wenn auf diesem Wege eine Implementierung des Projektes in Ihrem Bereich ermöglicht würde.

Mit freundlichen Grüßen

Mechthild Dyckmans, MdB
Drogenbeauftragte der Bundesregierung

**KAfKA**
**Kein Alkohol für Kinder Aktion**
**in Tempelhof-Schöneberg**

Am 1. Juni 2011, befristet bis zum 31.12.2011, startete das neue Projekt dieser bereits bezirksübergreifende Präventionsmaßnahme im Bezirk Tempelhof-Schöneberg im Auftrag und auf Initiative des Bezirksamtes Tempelhof - Schöneberg, Abt. Gesundheit und Soziales, in Zusammenarbeit mit der Senatsverwaltung für Gesundheit, Soziales und Verbraucherschutz und gefördert durch das Jobcenter Tempelhof – Schöneberg.

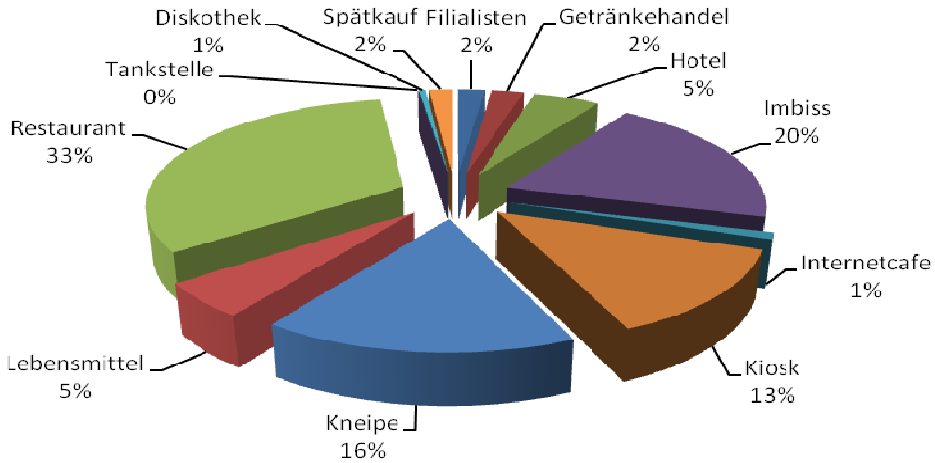
Ziele dieses Projektes sind zum einen die Aufklärung und Information zur Vermeidung von Alkoholmissbrauch bei Kindern und Jugendlichen und zum anderen die Erhöhung der beruflichen Chancen der teilnehmenden MitarbeiterInnen auf dem Arbeitsmarkt.

Am 1. und 3. Juni bekamen die MitarbeiterInnen ihre Erstunterweisung entsprechend dem ArbSchG § 12 und anschließend die fast zweimonatige (06.06.2011 – 29.07.2011) Qualifizierung durch die Fachstelle für Suchtprävention im Land Berlin und der Berliner Gesellschaft für Integration mbH, um den hohen Qualitätsstandard dieser Aktion weiterhin zu gewährleisten.

Ab dem 1. August kehrte die Gruppe zurück in ihren Projektstandort und begann mit den Begehungsarbeiten. Es finden täglich, abhängend der Anwesenheit der Mitarbeiter, im Durchschnitt vier Touren statt, die von jeweils zwei bis drei Mitarbeitern begangen werden. Eine der Tour wird der Nachbegehung gewidmet, d.h. zur Kontrolle der Erfassungslisten auf Veränderungen; z.B. neu geöffnete Geschäfte, Schließungen oder Umbenennungen. Die anderen drei Touren befassen sich mit der Sensibilisierungsarbeit der bereits erfassten Verkaufsstellen. Durchschnittlich werden pro Tour sieben Alkoholverkaufsstellen besucht und bei der Nachbegehung werden, abhängend von der Größe des Areals und der Geschäftsdichte 20 bis 50 Verkaufsstellen auf dessen bestehen kontrolliert bzw. neu erfasst.

**Zwischenbilanz** (bis einschließlich 31.08.2011)
Insgesamt wurden im August 360 bereits erfasste Alkoholverkaufsstellen besucht und 43 bei der Nachbegehung neu erfasst. Die Summe dieser Geschäfte teilt sich wie folgt nach Gewerbeart auf:

**Aufteilung der besuchte Alkoholverkaufsstellen nach Gewerbeart**



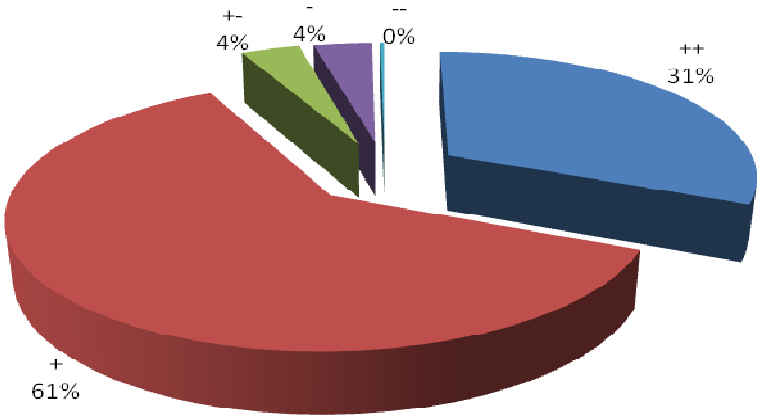
Die Gesamtsumme der bereits erfassten Alkoholverkaufsstellen in Bezirk beträgt zurzeit 1611, wobei diese Anzahl bei den täglichen Nachbegehungen aktualisiert wird. So wurden z.B. im August dieses Jahres 43 neue Geschäfte registriert.

Von den erfassten Gewerben werden nur im Einzelfall in Tankstellen und Filialisten Sensibilisierungsgespräche geführt, da hierfür eine Genehmigung der jeweiligen Zentralverwaltungen notwendig ist. Diese Zustimmungen u.a. für die Anbringung von Plakaten oder Aufklebern hatte das Vorgängerprojekt noch nicht erhalten, aus diesem Grund wurden diese Verkaufsstellen in den ersten Begehungstouren noch nicht besucht. Die Anzahl der erfassten Filialisten im gesamten Bezirk beträgt 191, und die der Tankstellen 26. Dies entspricht jeweils dem 11,9% und 1,6% der gesamten Verkaufsstellen.

Im laufenden Projekt wurde bereits Kontakt zu diesen Zentralverwaltungen Kontakt aufgenommen. Abhängend der Zustimmungen werden wir während diesem Projekt die Sensibilisierungsgespräche in diesen Verkaufsstellen nachholen.

Bei den bisher durchgeführten Gesprächen haben wir eine gute Resonanz zu dieser Aktion erhalten. Anbei die Übersicht in fünf Stufen.

**Einstufung der erhaltenen Resonanz auf unsere Aktion**




Diese gute Resonanz addiert zur hohen Bereitschaft seitens der GeschäftsinhaberInnen und -mitarbeiterInnen zur Beteiligung an dieser Aktion ist sehr erfreulich und steigert natürlich die Motivation aller Involvierten in diesem Projekt.

**KAfKA – Kein Alkohol für Kinder Aktion**
*Machen Sie mit!*

**KAfKA**
**Kein Alkohol für Kinder Aktion**
**in Tempelhof-Schöneberg**
Auszüge aus dem Abschlussbericht des Vorgänger Projektes
(01.05.2010 – 31.04.2011)

In der ersten Projektphase wurden die Alkoholverkaufsstellen über eine Endlosliste erfasst. Dies geschah durch Vor-Ort-Begehung; allerdings noch ohne Ansprache der VerkaufsmitarbeiterInnen.

In der zweiten Phase wurden die MitarbeiterInnen sensibilisiert und qualifiziert. Diese Beschulung fand in dem Zeitraum vom 01.10.2009 – 30.10.2009 statt. Es folgte die Planung für die Routen und die Gruppenzusammenstellung der Teams. Es wurde eine Gesprächsstrategie entwickelt und die MitarbeiterInnen erhielten Jacken und Taschen auf denen das Logo des Projektes aufgedruckt war. Dieses sollte sie auf den Straßen deutlich von den anderen Passanten unterscheiden und die Thematik auch optisch sichtbar machen. In der Abfolge führte diese Tatsache zu vermehrten Gesprächen mit Passanten und Kunden der Geschäfte.

Zunächst wurde für die grundlegende Dokumentation noch einmal die Gesamtzahl der zu begehenden Geschäfte erfasst und davon jene Geschäfte gefiltert, die im Spätverkauf Alkohol im Sortiment hatten sowie Tankstellen und Filialisten, so dass es als erstes Ziel galt, 1200 Geschäfte aufzusuchen und mit dem Verkaufspersonal die Sensibilisierungsgespräche zu führen.

**Zusammenfassung der Ergebnisse**
Die MitarbeiterInnen erstellten eine Dokumentation, die die besuchten Verkaufsstellen und Verkaufsorte in einer sehr detaillierten Aufarbeitung der gesammelten Daten wiederspiegelten:

- Vollständige Erfassung der Alkoholverkaufsstellen des Bezirkes (2035 Geschäfte)
- Begehung seit Anfang Dezember von 100% der Straßen und Plätzen im Bezirk
- 610 Plakate wurden aufgehängt bzw. es wurde den Mitarbeitern zugesagt, dass das Plakat aufgehängt wird
- In 120 Restaurationen haben Jugendliche unter 18 Jahre keinen Zugang.
- 185 Geschäfte wurden erst in den Abendstunden geöffnet.
- 35 Geschäfte müssten nochmals aufgesucht werden, da niemand Verantwortliches zu sprechen war oder weil kein Platz für ein Plakat vorhanden war.
- 30 Geschäfte haben inzwischen ganz oder zeitweise geschlossen
- In 10 Geschäften war aufgrund von Sprachbarrieren kein Gespräch möglich
- 390 Geschäfte finden das Projekt gut, wollen aber kein Plakat aufhängen
- 160 Geschäfte wollten kein Plakat aufhängen und zeigten dabei ein klares Desinteresse oder sogar Ablehnung
- Die übrigen 90 Geschäfte liegen entweder nicht im Bezirk oder die Reaktionen sind nicht klar definiert.