



eine Initiative des
Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien
der Stadt Münster

zur Alkoholprävention in Münster

Konzept & Bericht

Stand: Dezember 2012

VOLL ist OUT – eine Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien zur Alkoholprävention in Münster – Konzept & Bericht zur Umsetzung

Mit dem Titel „VOLL ist OUT“ wurde in der Karnevalssaison 2004/ 2005 eine Alkoholpräventionskampagne in Münster gestartet, die auf Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien entwickelt und in Federführung der Drogenhilfe – Fachdienst Suchtvorbeugung - sowie dem Kinder- und Jugendschutz durchgeführt wurde. Die mediale Umsetzung wurde zusammen mit einer Werbeagentur konzipiert.

Primäre Zielgruppe der Kampagne sind junge Menschen in Münster im Alter von 12 bis 24 Jahren. Um eine nachhaltige Verankerung der Botschaft „VOLL ist OUT“ in der Kommune zu erreichen, richten sich zahlreiche Maßnahmen und Angebote in erster Linie an Bezugs- und Betreuungspersonen (Multiplikatoren) von Kindern und Jugendlichen. Die Kampagne ist langfristig und kontinuierlich angelegt und erreicht ihren Höhepunkt jeweils in der Karnevalssaison.

Im Sommer 2006 wurde „Voll ist out“ mit dem zweiten Platz beim bundesweiten Wettbewerb „vorbildliche Strategien kommunaler Suchtvorbeugung“ in der Kategorie kreisfreie Städte ausgezeichnet. Veranstalter waren das Bundesministerium für Gesundheit BmG und die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung BZgA. In Berlin erhielten wir aus den Händen der Bundesgesundheitsministerin Ulla Schmidt und der Drogenbeauftragten der Bundesregierung Sabine Bätzing ein Preisgeld in Höhe von 5.000 Euro. Diese Auszeichnung durch eine hochrangig besetzte Expertenjury belegt die hohe konzeptionelle Qualität der Kampagne.

1. Ausgangslage

Der Bereich der Suchtprophylaxe hat im Suchthilfesystem der Stadt Münster seit Jahren einen hohen Stellenwert. Schwerpunkte der suchtpreventiven Bemühungen waren über Jahre hinweg das Handlungsfeld Schule sowie öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen und Aktionen zur Sensibilisierung der Bevölkerung in Kooperation mit GINKO e.V., der Landeskoordinierungsstelle für Suchtprävention. Inhaltlich lag der Schwerpunkt primär auf der Kombination von suchtmittelunspezifischer und -spezifischer Prävention mit dem Schwerpunkt der Implementierung von Präventionsprogrammen (v.a. Einführung von Lebenskompetenzprogrammen), Fortbildung von Multiplikator/innen, der Beratung, Planung und Begleitung von Projektarbeit in Kindertagesstätten und an Schulen sowie der Durchführung von stadtteilbezogenen Aktionswochen. Alkoholprävention war neben der Nikotinprävention häufig wesentlicher Bestandteil dieser Präventionsangebote.

Seit einigen Jahren ist auch das Handlungsfeld Jugendarbeit und Jugendhilfe als Kooperationspartner verstärkt in den Fokus suchtpreventiver Bemühungen gerückt. Hier sind u.a. Fortbildungen für die off. Jugendarbeit, Einbindung in Aktionswochen zur Suchtprävention, Schulungen zur Sekundärprävention (MOVE), das Bundesmodellprojekt SeM - sekundäre Suchtprävention für spät-angesiedelte Jugendliche in Münster sowie Peerschulungen zu nennen. Auch hier war neben den illegalen Suchtmitteln Alkohol immer ein Thema in der Präventionsarbeit.

Besorgniserregende Entwicklungen beim Alkoholkonsum Jugendlicher in Münster waren ausschlaggebend für Überlegungen im Amt für Kinder, Jugendliche und Familien, dieser Problematik in 2004 mit einer breit und langfristig angelegten Kampagne zur Alkoholprävention zu begegnen:

- die immer noch zu einseitig auf die illegalen Drogen fixierte Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit (Alkohol ist neben Nikotin die „Einstiegsdroge“),
- ein sinkendes „Einstiegsalter“ in den Alkoholkonsum (jedes zweite Kind hat mit zwölf Jahren schon erste Erfahrungen mit Alkohol gemacht, mit 16 liegt die Quote bei 97 Prozent; besorgniserregenden Entwicklungen des Konsums von Alkopops
- problematische Konsummuster Jugendlicher (sog. Binge-drinking, „Komasaufen“)



eine Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien zur Alkoholprävention in der Stadt Münster

- die Ergebnisse der Schülerbefragungen in Münster hinsichtlich der Entwicklung des Alkoholkonsums von Schülern der Klassen 7 – 9 (Längsschnittstudie der westfälischen Wilhelms-Universität, Kriminologie, Prof. Dr. Boers)
- die durch Jugendschutzkontrollen von Polizei und Ordnungsamt auffällig gewordenen Verstöße gegen das Jugendschutzgesetz und
- die im Karneval 2004 in Münster veröffentlichten Zahlen der Sanitäts- und Rettungsdienste (103 ambulante Versorgungen, 26 Krankenhauseinlieferungen, davon über die Hälfte minderjährig).

Da verschiedene Zielgruppen mit unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten angesprochen werden sollten, wurde die Kampagne federführend vom Fachdienst Suchtvorbeugung der städtischen Drogenhilfe und dem erzieherischen Kinder- und Jugendschutz entwickelt.

2. Rahmenkonzept

Zielgruppen/ Adressaten

Um junge Menschen in möglichst vielen Lebensbereichen zu erreichen, Erwachsene für ihre Vorbildfunktion zu sensibilisieren, in die Verantwortung zu nehmen und nachhaltig zu wirken, spricht VOLL ist OUT mit unterschiedlichen Angeboten und Aktionen folgende Hauptzielgruppen an:

1. Handel und Gewerbe: Verkaufspersonal (Tankstellen, Kioske, Lebensmitteleinzelhandel), Gaststätten, Diskotheken
2. Eltern und Erwachsene
3. Multiplikator/innen aus Schule und Jugendhilfe
4. Jugendliche

Ziele

Die Kampagne will primär junge Menschen in Münster für ihr Trinkverhalten und die Suchtgefahren sensibilisieren und ihnen die Entwicklung von Verhaltensalternativen ermöglichen. Sie will eine bessere Einhaltung des Jugendschutzgesetzes in der Stadt Münster in Ergänzung zu den Aktionen von Polizei und Ordnungsamt erreichen und Eltern in ihrer Aufgabe unterstützen, ihren Kindern altersgerecht und lebensnah den verantwortungsvollen Umgang mit der Kulturdroge Alkohol zu vermitteln und Vorbild zu sein. Dabei geht es um die Verzögerung des Einstiegs in den Konsum von Alkohol und die Förderung eines frühzeitigen Ausstiegs aus riskanten Konsummustern. Gleichwohl ist die Kampagne realitätsnah und somit nicht abstinenzfixiert.

Für die verschiedenen Zielgruppen gelten folgende Teilziele:

Handel und Gewerbe

- Sensibilisierung der Gewerbetreibenden für jugendschutzrechtliche Bestimmungen und deren Hintergründe
- Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen
- sichtbare Selbstverpflichtung der Verkaufsstellen, die Jugendschutzbestimmungen einzuhalten

Eltern und Erwachsene

- Erziehung ihrer Kinder zu risikokompetenten Konsument/innen
- Sensibilisierung für das eigene Konsumverhalten und ihre Vorbildfunktion
- Konsequentes Verhalten beim Umgang mit dem Alkoholkonsum ihrer Kinder

Multiplikator/innen aus Schule und Jugendhilfe

- Sensibilisierung für die Suchtvorbeugung/ Alkoholprävention als Aufgabe von Schule und Jugendarbeit
- Durchführung qualifizierter Maßnahmen zur Alkoholprävention an den weiterführenden Schulen in Münster



eine Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien
zur Alkoholprävention in der Stadt Münster

Jugendliche

- Verzögerung des Einstiegs in den Konsum von Alkohol
- Reflexion des eigenen Konsumverhaltens anregen
- Risikokompetenz im Umgang mit Alkohol erwerben
- Frühzeitige Ausstiege aus riskanten Konsummustern ermöglichen

Kooperationspartner

Um die unterschiedlichen Zielgruppen möglichst umfassend zu erreichen und die Botschaften der Kampagne nachhaltig zu transportieren, ist es unverzichtbar, möglichst viele Kooperationspartner „mit ins Boot“ zu holen.

Neben den bereits seit Beginn der Kampagne kooperierenden Ämtern und Institutionen (Amt für Kinder, Jugendliche und Familien, Ordnungsamt, Polizei, Suchtberatungsstellen und Jugendschutz) sind im Laufe der Jahre laufend weitere Kooperationspartner/innen hinzugekommen wie

- Weiterführende Schulen aller Schulformen u. Einrichtungen der offenen Jugendarbeit
- Stadtteilarbeitskreise
- Das Deutsche Rote Kreuz
- Der Bürgerausschuss Münsterscher Karneval
- Die Jugendfeuerwehr
- Westfälische Wilhelms-Universität Münster
- u.v.a.

Hauptpartner der Kampagne ist seit 2006 die IKK classic, die durch ihre finanzielle Beteiligung viele Aktionen erst ermöglicht. Um eine flächendeckende Alkoholprävention in Münster zu erreichen, ist der stetige Ausbau weiterer Kooperationen angestrebt.

3. Umsetzung

In Zusammenarbeit mit einer vor Ort ansässigen Werbeagentur wurde ein massenmediales Gesamtkonzept entwickelt, das die unterschiedlichen Zielgruppen berücksichtigt und gleichermaßen ansprechend ist. Um der Kampagne einen hohen Wiedererkennungswert zu verleihen, sollte das Motto einprägsam sein und alle Altersgruppen ansprechen. Die Wahl fiel auf



mit der Unterzeile

Alkohol: mehr Probleme als du denkst.

Wichtig war uns hierbei, dass die Botschaft

- einprägsam, „peppig“, kurz und knapp, allg. verständlich ist
- Aufforderungscharakter hat und positiv formuliert ist
- realitätsnah und nicht abstinenzorientiert ist
- zu mäßigem, risikobewussten Konsum auffordert
- alle anvisierten Zielgruppen anspricht
- als Aufkleber/ „Jugendschutzsiegel“ für Gewerbetreibende verwendbar ist

Die grafische Gestaltung macht neugierig und animiert zum genauen Hinsehen - die eigentliche Botschaft erschließt sich erst auf den zweiten Blick: durch das Setzen des Wortes „ist“ in die weiße Maus des Logos liest man auf den ersten Blick „VOLL OUT“, was besonders Jugendliche neugier-



**eine Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien
zur Alkoholprävention in der Stadt Münster**

rig machen soll darauf, was „out“ ist. Liest man auf den zweiten Blick das „ist“ mit, wird die Botschaft deutlich: „Voll“ steht für besoffen, abgefüllt, Rauschtrinken ist out, nicht mehr „angesagt“.

Die weiße Maus (im Delirium sieht man „weiße Mäuse“) erfüllt in erster Linie den Zweck der Erhöhung des Wiedererkennungswertes und dient der Ansprache Jugendlicher. Dieses Logo findet sich auf sämtlichen Medien der Kampagne wieder und hat inzwischen in Münster (und darüber hinaus) einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht.

4. Angebote und Aktionen

Um junge Menschen in möglichst vielen Lebensbereichen zu erreichen und nachhaltig zu wirken, spricht „VOLL ist OUT“ mit unterschiedlichen Angeboten und Aktionen Handel, Schule, Jugendarbeit, Eltern und Jugendliche direkt an:

Gewerbe

Speziell für die Alkoholverkaufsstellen (Gaststätten, Kioske, Tankstellen, Lebensmitteleinzelhandel) wurde ein Jugendschutzsiegel in Form eines Aufklebers als selbstverpflichtende Aussage der Alkoholverkaufsstellen in Münster entwickelt. Mit der Botschaft „Jugendschutz geht vor. Kein Alkohol unter 16.“ wird der Handel in Münster animiert, diesen Aufkleber gut sichtbar im Sinne einer selbstverpflichtenden Aussage an die Tür oder Fensterscheibe zu kleben, um Jugendlichen schon im Vorfeld zu signalisieren: „Wir beachten das Jugendschutzgesetz und stehen hinter den Inhalten“.

Ergänzt wird der Aufkleber durch die Jugendschutzkarte, auf der die Kernaussagen des Jugendschutzgesetzes zum Verkauf von Alkohol an Jugendliche in einfacher und verständlicher Form nachzulesen sind. Die Karte im DIN-A-5-Format soll dem Verkaufspersonal die Jugendschutzbestimmungen in Erinnerung rufen und als Argumentationshilfe gegenüber Jugendlichen dienen (bisherige Auflage 4.000).

Mit kleinen Anstecknadeln in Flügelform (Schutzengel-Pins) kann das Verkaufspersonal im Lebensmitteleinzelhandel, an Tankstellen und an Kiosken in der Saison 2012/2013 zudem auf charmante Art und Weise zeigen, dass es die Jugendschutzbestimmungen einhält und sich gleichzeitig mit nützlichen Tipps zum Thema Jugendschutz und dessen Einhaltung in Verkaufssituationen rüsten, die auf der dazugehörigen Engelkarte kurz und knapp zusammen gefasst sind.

Auch für Veranstalter von Partys und Festen gibt es in der Saison 2012/2013 nützliche Tipps in Form eines Faltblattes zur Umsetzung und Einhaltung des Jugendschutzgesetzes. In diesem sind die unterschiedlichen Jugendschutzbestimmungen auf einem Blick zu finden, ebenso wie konkrete Maßnahmen in Checklisten-Form, welche bei der Planung und Umsetzung einer Feier beachtet werden sollten.

Zusammen mit dem Info-Faltblatt, in dem u.a. auch die besonderen Gefahren des Alkoholkonsums für Jugendliche erklärt sind, werden die Materialien über das Ordnungsamt bei Gewerbeanmeldung, Erteilung von Konzessionen und Kontrollen verteilt. In der heißen Phase des Karnevals werden sämtliche Bierstände in der Innenstadt mit den Materialien versorgt. Zusätzlich werden über 50 Szenekneipen, in denen sich überwiegend junge Leute aufhalten, regelmäßig mit den Materialien versorgt. Diese Aufgabe übernehmen geschulte Teams aus jungen Studierenden, die ebenfalls für die stadtweite Verteilung mit persönlicher Ansprache während der jeweiligen Karnevalssaison zuständig sind (> siehe unter Jugendliche). Dieser Ansatz zur Verbreitung der Jugendschutzmaterialien hat sich auch in den Folgejahren durch die Auffrischung der Thematik ohne den „erhobenen Zeigefinger“ bewährt.

Um eine flächendeckende Verbreitung in ganz Münster sicherzustellen, wurden zusätzlich die Jugendarbeitskreise in den Stadtteilen für die Verteilung der Jugendschutzmaterialien gewonnen.



eine Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien
zur Alkoholprävention in der Stadt Münster

Im Gegenzug erhielten die Arbeitskreise die Möglichkeit, sich und ihr Engagement im Rahmen der Kampagne auf der Rückseite der Jugendschutzkarte vorzustellen.

Eltern

Für Eltern und Multiplikatoren wurde ein übersichtlich und attraktiv gestaltetes Faltblatt erstellt, das ihnen erste Hilfestellungen im Umgang mit ihren Alkohol konsumierenden Kindern und Jugendlichen geben soll. Es informiert über Motive und Gefahren des Alkoholkonsums Jugendlicher, gibt praktische Tipps, wie Eltern auf typische Situationen reagieren können, und nennt die Stellen in Münster, die Betroffenen Information und Beratung bieten. Das Faltblatt wird Eltern und Multiplikatoren regelmäßig über einen umfangreichen Verteiler (u.a. Schulen, Jugendarbeit, Bürgerbüro, Stadtbücherei, Jugend- und Sozialamt, Volkshochschule und Familienbildungsstätten) zur Verfügung gestellt. Informationsstände in der Innenstadt zur Marktzeit und in der Stadtbücherei, werden zusätzlich für die gezielte Ansprache von Eltern genutzt.

Das starke Interesse und der hohe Informationsbedarf von Eltern werden immer wieder auf Veranstaltungen für Eltern in Schule und Jugendarbeit deutlich. Regelmäßig, insbesondere in der Karnevalssaison, werden daher Elternworkshops in Schulen und Jugendeinrichtungen angeboten.

Multiplikatoren aus Jugendhilfe und Schule

Um Schüler zur Auseinandersetzung mit der eigenen Haltung und dem Konsumverhalten im Lernfeld Schule anzuregen, wurde vom Fachdienst Suchtvorbeugung ein Handbuch für Lehrkräfte mit dem Titel „VOLL ist OUT“ – ein Manual zur Alkoholprävention an Schulen in vier Unterrichtseinheiten“ für die Jahrgangsstufen 7 - 9 zusammengestellt. Die vier Unterrichtseinheiten greifen alltägliche Situationen auf, in denen Jungen und Mädchen mit Alkohol konfrontiert werden. Wichtige Informationen regen zur Diskussion über Verhaltensmuster und zum Meinungsaustausch an. Das Manual wird in regelmäßigen Abständen auf Fortbildungsveranstaltungen zur Alkoholprävention Lehrkräften vorgestellt und den entsprechenden Schulen anschließend kostenlos zur Verfügung gestellt.

Diese Methodensammlung erweitert das Spektrum bereits bestehender suchtpreventiver Maßnahmen, ist ohne ein fundiertes, suchtspezifisches Fachwissen leicht einsetzbar und erhöht somit die Akzeptanz der praktischen Umsetzung in den Schulklassen.

Zur Auswertung wurde eine Kurzevaluation in Form eines Fragebogens durchgeführt. Die durchweg positiven Rückmeldungen der Lehrkräfte machten deutlich, dass das Manual in allen Schulformen einsetzbar ist und die Schüler sich konzentriert und mit viel Spaß mit der Thematik auseinandergesetzt haben.

Parallel zur jeweiligen Karnevalssaison bietet die Fachstelle den Beratungslehrern/innen für Suchtvorbeugung und interessierten Lehrkräften Fortbildungen an. Alljährlich werden Workshops zur Planung und Durchführung von suchtpreventiven Projekttagen/-wochen angeboten. In der Karnevalssaison 2012/2013 beispielsweise beteiligen sich mindestens 18 weiterführende Schulen in Münster mit ca. 47 Schulkassen mit „VOLL ist OUT“ Projektstunden/Projekttagen.

Um das Thema Alkohol verstärkt auch in die offene Jugendarbeit einzubringen, wurde im Jahr 2005 von der Fachstelle eine umfangreiche Methodensammlung mit bewährten und neuen methodisch-didaktischen Materialien zur Alkoholprävention für pädagogischen Fachkräfte der Jugendhilfe erstellt (Auflage 250).

Die offene Jugendarbeit, aber auch Jugendsozialarbeit und Jugendhilfe verfügen über Zugänge zu Jugendlichen, die in Zusammenarbeit mit der Suchthilfe und -prävention wertvolle Möglichkeiten der Frühintervention bieten – gerade beim Thema Alkohol. Die Methodensammlung gibt Praxishilfen an die Hand, mit denen dieses Thema in die Arbeit einbaut werden kann. Die Methoden richten sich im Wesentlichen an Jugendliche im Alter von 12 bis 17 Jahren. Die methodisch-didaktisch leicht verständlich aufgebauten Einheiten orientieren sich an der Lebensrealität der jungen Menschen und sind in die Hauptkategorien „Einstiegsübungen“, „Wissenserweiterung“, „Selbstreflexion“



eine Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien
zur Alkoholprävention in der Stadt Münster

und „Erweiterung der Handlungskompetenz“ gegliedert. Sie können sowohl separat als auch als Präventionsreihe eingesetzt werden. Im Rahmen von Schulungsveranstaltungen wird das Handbuch pädagogischen Fachkräften vorgestellt.

Während der Karnevalssaison 2007/2008, wurde auf der Internetseite (www.vollistout.de) ein Servicepoint für Multiplikatoren eingerichtet, der die Angebotsvielfalt von aktuellen Fortbildungen über methodisch-didaktische Unterrichtsmaterialien bis hin zum Verleih von „Rauschbrillen“, „Spritsack“, „Methodenkoffer zur Alkoholprävention“, etc. das ganze Jahr über präsentiert (> siehe auch: Massenmediale Begleitung).

Darüber hinaus werden gezielt Einzelveranstaltungen angeboten, wie z.B. die Kooperationsveranstaltung „Alkohol in der Antike – Vom heiligen Trank bis zum ungezügelten Missbrauch“. Sie findet seit 2009 alljährlich im Archäologischen Museum der Westfälischen Wilhelmsuniversität statt. Zielgruppen sind Multiplikator/innen aus Schule und Jugendhilfe aber auch Studierende der Hochschulen, die sich aus einem eher ungewohnten Blickwinkel der vielschichtigen Rolle des Alkohols, insbesondere der in der Antike, nähern möchten.

Jugendliche

Für die direkte Ansprache der Jugendlichen wird Wert darauf gelegt, in jugendgerechter Form ohne „erhobenen Zeigefinger“ zu informieren und zur Entwicklung einer kritischen Haltung zum Alkoholkonsum anzuregen:

In Zusammenarbeit mit der Werbeagentur und enger Rückkoppelung mit Jugendlichen werden jährlich neue Voll-ist-out-Themenkarten entwickelt, die in kurzen Szenen typische Erfahrungen Jugendlicher mit Alkohol aufgreifen (Auflage je Motiv 15.000). Dabei suchen wir nach Themen, die einen hohen Stellenwert in der Adoleszenz junger Menschen haben. Das Ergebnis sind prägnante „Kurzgeschichten“, in denen Jugendliche sich wiederfinden, die sie zum Teil schon mal erlebt haben, sie zum Nachdenken über den eigenen Umgang mit Alkohol anregen und eine kritische Einstellung fördern.

Sechzehn Themen mit hoher Relevanz für Jugendliche verbergen sich hinter den Kurzgeschichten:

Alkohol und...

- Fitness/ Sport
- Sexualität/ Enthemmung
- Ausbildung/ Job
- Peinlich-sein
- Aggressivität/ Gewalt
- Beziehung/ Eifersucht
- Freunde/ Gruppendruck
- Vorglühen/Warmtrinken vor dem Ausgehen (seit 2005/2006)
- Flirten/ Anbaggern (seit 2005/2006)
- Straßenverkehr (seit 2006/2007)
- Eltern als Vorbild (seit 2007/2008)
- Komasaufen (seit 2007/2008)
- Verantwortung füreinander in der Clique (seit 2008/ 2009)
- Entscheidungen/ Eigenverantwortung (seit 2009/2010)
- Kontrollverlust/ Vandalismus (seit 2011/2012)
- Jugendschutz (seit 2012/2013)

Diese aus zwei bis drei Sätzen bestehenden Kurzgeschichten – optisch in Anlehnung an die Warnhinweise auf Zigarettenschachteln gestaltet – erzielen ihre Wirkung in der Kombination mit ansprechenden Motiven, die auf den ersten Blick provozieren und neugierig machen. In der Karnevalszeit sind diese Karten in über 60 Szenekneipen in den Kartenständern zu finden und sind immer wieder schnell vergriffen (Auflage 10.000). Parallel dazu werden sie zum Einsatz in der Prä-



eine Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien
zur Alkoholprävention in der Stadt Münster

vention den Schulen und der offenen Jugendarbeit zur Verfügung gestellt. Weitere Informationen zu den Karten sind auf der Internetseite der Kampagne zu finden.

Zwei „Test-Karten“, ein Wissens- und ein Persönlichkeitstest zur Einschätzung des eigenen Konsumverhaltens ergänzen die Postkartenserie seit Beginn der Kampagne.

Im Anfangsjahr der Kampagne wurde der Wissenstest zum Thema Alkohol als Gewinnspiel für Jugendliche mit attraktiven Preisen vermarktet. Aufgrund der hohen Resonanz und positiver Rückmeldungen sind Gewinnspiele und Wettbewerbe seitdem regelmäßiger Baustein der Kampagne und werden im Rahmen der aufsuchenden Arbeit der „Voll-ist-out-Teams“ als „Türöffner“ genutzt.

Um Jugendliche zu motivieren, sich intensiver mit den eigenen Erfahrungen zum Thema auseinander zu setzen und deren Kreativität zu nutzen, haben wir zum Start der Karnevalssaison 2005/2006 einen Wettbewerb ausgeschrieben mit dem Titel „Gestalte deine eigene Voll-ist-out-Karte“. Auf einer Blanko-Postkarte oder online auf der Internetseite konnten Jugendliche ihr eigenes Motiv gestalten und sich einen kurzen Text dazu ausdenken. Die prämierten Gewinnerentwürfe sind seitdem als Wanderausstellung in der Fachstelle ausleihbar. Das häufig aufgegriffene Thema „Alkohol und Straßenverkehr“ haben wir im Jahr darauf als neue Themenkarte umgesetzt.

In der Saison 2006/2007 nutzten wir eine Befragung zu Konsummustern und –motiven, wie auch zu Bekanntheitsgrad und Akzeptanz der Kampagne als Gewinnspiel. Die Ergebnisse belegen, dass sich die Problematik in Münster analog bundesweiter Entwicklungen verhält. Besonders erfreulich waren die Ergebnisse bzgl. der Kampagne selbst: Bereits 50% der Befragten kannten „VOLL ist OUT“; den höchsten Bekanntheitsgrad hatte sie mit 61% in der Hauptzielgruppe, den 12 bis 15-jährigen. 80% der Befragten bewerteten die Kampagne mit gut oder sehr gut.

Für die Saison 2007/2008 entwickelten wir ein Kreuzworträtsel zum Thema Alkohol, an dem sich rund 700 Jugendliche beteiligten.

In der Saison 2008 /2009 haben wir Jugendliche unter dem Motto „Mach' dir einen Reim drauf“ aufgefordert, uns ihre selbstverfassten Reime zum Thema „Voll ist Out“ zuzuschicken.

In der Saison 2009/2010 setzten wir den Fokus auf das Thema „Voller Genuss“ und animierten Jugendliche, ihre schönsten Genuss-Fotos, ob mit oder ohne Alkohol, einzusenden. Die prämierten Fotos sind im Rahmen einer Wanderausstellung für Einrichtungen in Münster kostenlos ausleihbar.

Zusammenarbeit war bei dem Quiz in der Saison 2010/2011 gefragt. Bei diesem konnten Erwachsene und Jugendliche nur im Team gewinnen, indem sie jeweils Fragen über die Trinkgewohnheiten der anderen Generation beantworten mussten.

Mäuse vor dem Ertrinken aus einem Bierglas retten war die Aufgabe bei dem Onlinegewinnspiel in der Saison 2011/2012, bei der es um Schnelligkeit und Geschick ging.

Neben tollen Preisen können die Jugendlichen bei dem Jugendschutz-Quiz in der Saison 2012/2013 auch nützliche Tipps zum Thema Jugendschutz gewinnen.

Die Gewinner eines jeden Gewinnspiels werden nach Ende der Karnevalssaison zu einer Preisverleihung eingeladen und mit attraktiven Preisen belohnt, die von münsteraner Geschäften gesponsert sind.

Eine „Erste-Hilfe“-Karte im Scheckkartenformat, die auf der Rückseite Tipps gegen den Kater und weiterführende Hilfen bereithält, ergänzt seit der Saison 2006/2007 die Jugendmaterialien. Diese Karte eignet sich besonders für Gelegenheiten, in denen Jugendliche bereits alkoholisiert sind und kein Interesse an längeren Gesprächen zeigen. Rund 20.000 „Erste-Hilfe“-Karten wurden inzwischen an Jugendliche verteilt.



**eine Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien
zur Alkoholprävention in der Stadt Münster**

Sogenannte „Schutzengel pins“, die in der Saison 2008/ 2009 an Jugendliche verteilt wurden, entwickelten sich innerhalb kürzester Zeit zum beliebten Accessoire in der Zielgruppe. Dabei war gut zu beobachten, wie die Voll-ist-Out-Teams bei ihren Touren immer öfter von Jugendlichen angesprochen wurden, die an den Pins interessiert waren. Auch in der nachfolgenden Saison wurden die inzwischen bekannten Pins stark nachgefragt, sodass in zwei Jahren rund 15.000 Exemplare in Münster verteilt wurden.

Eine provokante Karte mit „Tipps für den Totalabsturz“, ebenfalls im Scheckkartenformat, rundet seit der Saison 2009/2010 die give-aways der Kampagne ab. Die paradoxe Intervention als unübliche Herangehensweise stößt bei den Jugendlichen auf reges Interesse.

Im Bereich der schulischen Alkoholprävention setzt die Kampagne auf eine kontinuierliche und langfristig angelegte Zusammenarbeit, ob in Form von regelmäßig stattfindenden Projekttagen zur Alkoholprävention oder gezielten Einzelveranstaltungen wie u.a dem Jugendtheaterstück „Skol“ als Koproduktion mit Cactus Junges Theater oder die Jugendfilmtage der BzGA „Alkohol und Nikotin – Alltagsdrogen im Visier“.

Für den Bereich der Jugendarbeit wurde 2007 ein Workshop zum Thema Alkohol und Flirten konzipiert. Unter dem Titel „Voll ist out – Flirt ist in“ setzten Jugendliche sich in dem interaktiven Stationenparcours mit Hilfe von Brett- oder Rollenspielen auf spielerische Art mit Themen wie Körperwahrnehmung, Outfit, Flirtstrategien und der Rolle von Alkohol beim Flirten auseinander. Der „Flirtkurs“ wurde inzwischen mehrmals als Multiplikatorenfortbildung angeboten und stößt auch überregional auf hohes Interesse.

Gezielte Aktionen am Rosenmontag runden die Kampagne inzwischen ab: In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Roten Kreuz wurde am Rosenmontag 2009 erstmals ein Voll ist Out Zelt aufgestellt, um Ansprechpartner für die Cliques zu sein, deren Freund/innen aufgrund von zu viel Alkohol behandlungsbedürftig in das Erste- Hilfe- Zelt des DRK gebracht wurden. Auf Grund der positiven Resonanz zählt diese Aktion inzwischen zu einem festen Baustein der Kampagne.

Eine Gruppe engagierter Jugendlicher (Schulsanitätsdienst des DRK) beteiligte sich bereits zweimal als Voll-ist-Out-Fußgruppe am Karnevalsanzug und verteilte Infomaterialien und Give-aways und hat bereits Wiedererkennungswert bei den Besuchern des Umzugs erlangt.

Die Jugendfeuerwehr Münster beteiligte sich mit einem eigenen Karnevalswagen, der unter dem Motto „Feuer und Flamme für null Promille“ u. a. mit dem Voll-ist-Out-Logo und dem Jugendschutzsiegel plakatiert war und ebenfalls für die Kampagne öffentlichkeitswirksam warb.

Durch die Zusammenarbeit mit dem Bürgerausschuss Münsterscher Karneval ist es uns nicht nur gelungen, Kooperationen mit verschiedenen Karnevalsgesellschaften zu schließen, welche die Botschaft „VOLL ist OUT“ kreativ im Rahmen der Wagengestaltung und der Materialverteilung im Karnevalsanzug aufgriffen, sondern in der Saison 2009/2010 auch eine besondere Aufmerksamkeit der Presse für die Thematik „Alkohol im Karneval“ zu erlangen.

Auch außerhalb der Karnevalssaison finden regelmäßig Infostände in Discotheken statt, um die Jugendlichen direkt im Partysetting anzusprechen und zur Auseinandersetzung mit dem Konsum anzuregen. Inzwischen ist das Team von „VOLL ist OUT“ sowohl bei den Jugendlichen als auch den Betreibern bekannt. Dies wurde u.a. durch die Kooperation mit dem Veranstalter von Abipartys in Münster erreicht.



Voll ist Out - Teams

Junge Studierende der Sozialen Arbeit werden jeweils zu Beginn der Karnevalssaison zum Thema Alkohol sowie den Inhalten der Kampagne geschult und mit einem Outfit analog zu den Werbeteams der Alkohol- und Zigarettenindustrie ausgestattet. In Zweiertteams suchen sie in der Karnevalshochphase (und inzwischen auch bei weiteren öffentlichen Festivitäten) in Szenegaststätten, Diskotheken, in der City, in Jugendeinrichtungen und andere Jugendtreffpunkten das Gespräch mit Jugendlichen. Die Teams sprechen junge Menschen auf das Thema Alkoholkonsum an und verteilen Informationsmaterialien sowie attraktive „Give-aways“. Dabei erweisen sich die Wettbewerbe als „Eintrittskarte“ in das Gespräch als sehr hilfreich. Analog dazu suchen sie Alkoholverkaufsstellen in der Innenstadt auf, sensibilisieren für den Jugendschutz, verteilen die Jugendschutzmaterialien und motivieren für eine Unterstützung der Kampagnenziele. Auch diese Aktion stößt auf bundesweites Interesse.

Massenmediale Begleitung der Kampagne

Obwohl die Kampagne zeitlich und saisonal nicht begrenzt ist, liegt doch der Schwerpunkt in der Karnevalszeit, wo in erhöhtem Maße Alkohol in der Öffentlichkeit konsumiert wird. Hier ist unsere Zielsetzung, durch eine hohe Dichte von Aktivitäten und Maßnahmen zur Alkoholprävention in der Öffentlichkeit möglichst präsent zu sein und nachhaltig für die Problematik zu sensibilisieren. Die Aufmerksamkeit der münsterschen Bevölkerung wird über eine intensive Öffentlichkeitsarbeit in Form von Presseberichten, Radio- und Fernsehbeiträgen erreicht.

Begleitet wird diese Öffentlichkeitsarbeit durch Plakatierungen an Litfaßsäulen, den „Edgar-cards“ in den Szenekneipen und durch Platzierung der Voll-ist-out-Karten-Motive auf oder in Bussen in der Karnevalshochphase. Werbeanzeigen in der Tagespresse und in Szenezeitschriften runden die Medienarbeit ab.

Intensive Öffentlichkeitsarbeit wird auch weiterhin notwendig sein, um das Thema in der Bevölkerung präsent zu halten. Wegen der ständigen Weiterentwicklung mit vielen Verbesserungen und neuen Bausteinen wird die Kampagne jedes Jahr zum Karnevalsbeginn mit einer Pressekonferenz wieder der Öffentlichkeit präsentiert. Die Materialienverteiler werden regelmäßig ausgewertet und optimiert, um eine gezielte Verteilung der Materialien zu erreichen. Anstelle der Busaußenwerbung wird seit dem zweiten Kampagnenjahr auf Plakatwerbung mit den Themenkartenmotiven in allen Bussen gesetzt, um Schüler/innen und junge Menschen noch effektiver auf die Kampagne und deren Botschaften aufmerksam zu machen.

Internetauftritt: www.vollistout.de

Begleitet wird die Kampagne durch eine Web-Seite im Internet. Unter der Adresse www.vollistout.de sind aktuelle Meldungen und Veranstaltungen sowie weiterführende Informationen zur Kampagne zu finden. Die Seite ist nach Zielgruppen unterteilt und informiert sowohl Eltern als auch Handel und Gewerbe, insbesondere aber junge Menschen. Neben Hintergrundinformationen zu den Postkartenmotiven besteht hier die Möglichkeit, den Wissens- und Persönlichkeitstest auch online durchzuführen. „Specials“ wie ein Puzzle, Fotos und weiterführende Links runden die Seite ab.

Bestätigt durch die gute Resonanz auf den Internetauftritt (bereits nach 3 Monaten online 1200 Besucher auf den Seiten mit 24500 Hits/ Mausclicks) wurde die Nutzerfreundlichkeit der Seiten kontinuierlich verbessert. Neben der Ergänzung um interaktive Elemente wie der Möglichkeit, auch online an Wettbewerben teilzunehmen und neuen Download-Möglichkeiten (z.B. alle bisher erschienenen Postkartenmotive), besteht auch das Angebot für Jugendliche, online (anonym) Kontakt aufzunehmen, um Fragen zum Thema zu stellen oder die Onlineberatung zu nutzen. Eine Sammlung besonders häufig gestellter Fragen (FAQ's) ergänzt dieses Angebot.

Während der Karnevalssaison 2007/2008 wurde auf der Internetseite ein Servicepoint für Multiplikatoren eingerichtet, der die Angebotsvielfalt von aktuellen Fortbildungen über methodisch-didaktische Unterrichtsmaterialien bis hin zum Verleih von Rauschbrillen das ganze Jahr über prä-



**eine Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien
zur Alkoholprävention in der Stadt Münster**

sentiert. Dieses Angebot wird nicht nur von Multiplikatoren vor Ort genutzt. Auch Anfragen von Institutionen außerhalb Münsters nach Informationsmaterialien oder den Methodensammlungen für Schule und Jugendhilfe sind inzwischen die Regel und werden gegen Erstattung der Selbstkosten bedient. Dies trägt zu einem höheren bundesweiten Bekanntheitsgrad der Kampagne bei.

5. Wie es weitergeht

Um eine hohe Nachhaltigkeit zu gewährleisten, ist die Kampagne über die Karnevalszeit hinaus ganzjährig und langfristig über Jahre hinaus angelegt. Ziel ist, die Kampagne in Münster zu etablieren und die Botschaft „Voll ist out“ in den Köpfen der münsterschen Bevölkerung zu verankern. Konzeptionell wird die Kampagne kontinuierlich weiterentwickelt, durchgeführte Maßnahmen und Aktionen werden nach Möglichkeit evaluiert und ausgewertet, um sie zu optimieren und durch weitere Bausteine zu ergänzen. Jährlich werden neue Schwerpunkte gesetzt ohne die bisherigen aus den Augen zu verlieren.

Aktuell liegt ein weiterer Schwerpunkt angesichts der hohen Zahlen von Krankenhauseinlieferungen mit Alkoholintoxikation auf der Entwicklung neuer Wege, bereits riskant Alkohol konsumierende Jugendliche möglichst frühzeitig zu erreichen.

Ein ständiges Ziel ist es, die Kampagne auf „breitere Schultern“ zu stellen. Neben den bereits kooperierenden Ämtern und Institutionen kommen ständig neue Kooperationspartner hinzu; zunehmend sind dies Personen und Institutionen, die sich aus Eigenmotivation heraus im Rahmen von Voll ist out engagieren möchten.

Aktuell wird die Kampagne aus Mitteln des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien und die Krankenkasse IKK classic finanziert. Eine dauerhafte Finanzierung durch Sponsoren wird angestrebt.

Anhang

- Info-Materialien
- Schaubild zur Kampagne



Impressum/ Kontakt

Drogenhilfe der Stadt Münster
- Fachstelle für Suchtvorbeugung
Schorlemerstraße 8
48143 Münster
Tel.: 02 51 / 4 92 – 51 73
Fax: 02 51 / 4 92 – 77 82
e-mail: suchtvorbeugung@stadt-muenster.de
www.muenster.de/stadt/drogenhilfe
www.vollistout.de

Stand 12/2012

**DIE DROGENHILFE IST EINE EINRICHTUNG
DES AMTES FÜR KINDER, JUGENDLICHE UND FAMILIEN
DER STADT MÜNSTER**



**eine Initiative des Amtes für Kinder, Jugendliche und Familien
zur Alkoholprävention in der Stadt Münster**

Schwerpunkt 2012/13: Eine konsequente Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen in der Stadt Münster

Handel/ Gewerbe

Ziel: Sensibilisierung für die jugendschutzrechtlichen Bestimmungen und deren Hintergründe

- **Gezielte Information von Verkaufspersonal** an Kiosken, Tankstellen und Gastronomie hinsichtlich jugendschutzrechtlicher Bestimmungen und deren Hintergründe; in Kooperation mit Stadtteilarbeitskreisen und dem Ordnungsamt
- **Faltblatt „Bei Partys & Festen auf der sicheren Seite“** für Veranstalter von Tanzveranstaltungen und Festen
- **Jugendschutzsiegel** für Betreiber der o.g. Verkaufsstellen
- **Infocard** zu jugendschutzrechtlichen Bestimmungen in verständlicher Sprache
- **„Schutzengelkarte“** für Verkaufspersonal
- **Runder Tisch** mit Ordnungsamt, Drogenhilfe und Polizei zur Abstimmung der Maßnahmen des Jugendschutzes
- **Webseite www.vollistout.de**

Eltern

Ziel: Unterstützung bei der Erziehung ihrer Kinder zu risikobewussten Konsument/innen

- **Faltblatt** für Eltern und sonstige Bezugspersonen von Jugendlichen; Verteilung u.a. über die Schulen, Jugendarbeit, Krankenhäuser und bekannte Verteilerstellen
- **Elternabende** in Schule und Jugendarbeit
- **Infostände** auf dem Domplatz und in der Stadtbücherei
- **Elternberatung** in der Drogenhilfe
- **Gesprächsangebot für Eltern** bei alkoholbedingten Auffälligkeiten Jugendlicher
- **Webseite www.vollistout.de**

Multiplikatoren aus Jugendhilfe und Schule

Ziel: Unterstützung/ Qualifizierung für Maßnahmen zur Alkoholprävention

- **Fortbildungen u. Workshops** für Lehrkräfte u. Referendare
- **Servicepoint im Internet**
- **Kooperationsaktionen im Karneval**
 - Fußgruppe an Rosenmontag
 - Bürgerausschuss Karneval
 - Jugendprinzenpaar; Prinzengarde
 - Karnevalsgesellschaften
- **Fachvortrag im archäolog. Museum** „Kulturgeschichte des Alkohols“
- **Schaufenstergestaltung** (u.a. Poertgen/ Infopunkt Hiltup)
- **ViO-Wanderausstellung(en)**
- **Webseite www.vollistout.de**

Jugendliche

Ziel: Reflexion des eigenen Konsumverhaltens; Förderung der Risikokompetenz

- **Jugendgerechte Infomaterialien, Giveaways:** neue Voll-ist-out-Karte „Jugendschutz“
- **„Voll-ist-out-Teams“** in der Innenstadt, Gastronomie, Diskotheken, Jugendeinrichtungen
- **„Voll-ist-out-Zelt“** mit DRK am Rosenmontag
- **Aktionen am ZiBoMo**
- **Infostände** i. d. Innenstadt, auf Abipartys, Zibomo-Zeltparty
- **Projekttag, Workshops, Angebote und Aktionen** in Schule und Jugendarbeit
- **Buswerbung und Plakatierungen**
- **Einzelberatung und Gruppenangebote** für riskant konsumierende Jugendliche
- **Webseite www.vollistout.de**