Anlage 1

Beschreibung des Mainzer Wettbewerbsbeitrages zum 3. Wettbewerb Kommunale Suchtprävention: Alkoholprävention vor Ort

1. Zielsetzung vor Intervention

Der Mainzer Präventionsplan Alcopops ist ein Projekt, das den Schutz von Kindern und Jugendlichen anstrebt. Mit einer frühzeitigen Sensibilisierung soll der Einstieg in den Genuss von Alcopops/Alkohol möglichst weit hinaus geschoben werden. Außerdem soll dem Übermaßkonsum in Form des „Kampftrinkens", gerade bei jugendlichen Einsteigern, entgegen gewirkt werden.

Charakteristisch für dieses Mainzer Projekt ist die Bandbreite der Mitwirkenden. Sie reicht vom Kriminalpräventivrat, dem Wirtschaftsdezernat, den Gewerbetreibenden über das Ordnungsamt, das Jugendamt bis hin zu den Mainzer Fastnachtsvereinen, den Ortsvorstehern aller fünfzehn Stadtteile sowie dem Stadtschülerrat.

Ein weiteres Spezifikum stellt die Vielfalt der eingesetzten Medien dar, die den Einsatz von Faltblättern, Plakaten, Postkarten, Schauspielern, Fachreferenten und die Entwicklung einer jugendgemäßen Homepage umfasst. Außerdem ist es den Akteuren gelungen, das Interesse von Presse, Funk und Fernsehen zu gewinnen.

Am 4. Mai 2004 wurde ein Projektteam, bestehend aus dem Jugendschutzbeauftragten und dem Kommunalen Gesundheitsförderer, vom Kommunalen Präventivrat damit beauftragt, eine Präventionskampagne zum Thema Alcopops zu entwickeln. Der städtische Fachbereich Suchthilfe wurde mit der Beratung der Projektleitung betraut. Es wurden die folgenden Ziele des Präventionsplanes Alcopops festgelegt:

Kinder und Jugendliche sollen für das Thema Alcopops/Alkohol sensibilisiert werden.
Es soll für alternative Genussmöglichkeiten (Saftbar) geworben werden.
Es soll vermittelt werden, warum Kinder keinen Alkohol trinken sollten.
Es soll der „Früheinstieg" in den Genuss von Alkohol weiter hinaus geschoben werden.
Die Veranstalter von Jugend- und Großveranstaltungen, Einzelhändler, Wirte, Kinobetreiber und Tankstellenpächter sollen über den Charakter und die Rechtssituation von Alcopops informiert werden. Darüber hinaus sind sie aufgefordert, bei der Durchführung von Veranstaltungen bzw. beim Verkauf von Alcopops auf die Einhaltung des Jugendschutzgesetzes zu achten und insbesondere ihr Personal entsprechend anzuweisen und zu überwachen.

Am 30. September 2004 wurde der Entwurf des Präventionsplanes in der Lenkungsgruppe des Kriminalpräventivrats vorgelegt. Die Ziele sowie die vorgeschlagenen Maßnahmen des Präventionsplanes wurden am 9. November 2004 zeitgleich im Kriminalpräventivrat und im Jugendhilfeausschuss vorgestellt und fanden nach intensiver Diskussion die Zustimmung beider Gremien.

Das Mainzer Präventionsprojekt ist geplant für die Zeit von November 2004 bis November 2006 mit der Option, die Kampagne um zunächst ein Jahr zu verlängern.

Die ersten Maßnahmen des Präventionsplanes erfolgten, wie kann es in einer Karnevalshochburg anders sein, in der Fastnachtskampagne 2004/2005. Es wurden die Vorstände namhafter Mainzer Fastnachtsvereinigungen zur Unterstützung des Präventionsplanes Alcopops gewonnen. Die Fastnachter unterschrieben eine Deklaration, in der sie sich dazu bereit erklärten, die Bestimmung des Jugendschutzgesetzes einzuhalten, insbesondere keinen Alkohol an unter 16-jährige abzugeben, keine spirituosen- und branntweinhaltige Mixgetränke an unter 18-jährige abzugeben, attraktive alkoholfreie Getränke anzubieten und die Altersgrenze auch beim Einlass zu einer Veranstaltung und im Festverlauf zu beachten und zusätzlich auf den Fastnachtssitzungen ein vorgefertigtes Plakat zum Thema Alcopops in der Fastnachtszeit aufzuhängen. Während der Hochphase der Fastnacht - Altweiterfastnacht (Donnerstag) bis Rosenmontag – fanden verstärkte Alkoholkontrollen im öffentlichen Raum statt. Diese Kontrollen wurden von Teams, bestehend aus Mitarbeitern des Ordnungsamtes, der Polizei und des Jugendschutzes, durchgeführt.

Allen Jugendlichen, die während des Rosenmontagszuges aufgrund Ihres Alkoholkonsums zur gesundheitlichen Stabilisierung in so genannte Unfallhilfestellen am Rande des Fastnachtszuges eingeliefert worden waren, erhielten eine Postkarte mit der Einladung, das Beratungsangebot der städtischen Jugend- und Drogenberatungsstelle „Brücke“ wahr zu nehmen.

2. Realisierung von Maßnahmen, sowohl für Kinder und Jugendliche als auch für Erwachsene

Die Deklaration, mit der die Fastnachtsvereine ihre Unterstützung zur Präventionskampagne erklärt haben, zielt auf den Schutz von Kindern und Jugendlichen und richtet sich aber auch an die erwachsenen Organisationsveranstalter, d.h. das Management der jeweiligen Fastnachtsvereine und ebenso an die Organisatoren der einzelnen Veranstaltungen.

Ein ähnliches Vorgehen bezog die Mainzer Gewerbetreibenden in die Durchführung des Präventionsplanes mit ein. Es wurden 1000 Schreiben an Gewerbetreibende versandt, in denen ihnen das Anliegen des Präventionsplanes erläutert wurde. Außerdem wurden sie befragt, ob sie die Präventionskampagne unterstützen würden und ob sie bereit seien, ein entsprechendes Plakat in ihrem Ladengeschäft gut sichtbar aufzuhängen. Mit einem formalisierten Rückantwortschreiben erklärten sich 111 Gewerbetreibende bereit, den Präventionsplan Alcopops zu unterstützen.

Die erste öffentliche Informationsveranstaltung mit dem Titel „Alcopops wirksam zur Sprache bringen ...“ richtete sich an Eltern, Lehrer, Erzieher, aber auch an Schülersprecher und Redakteure von Schülerzeitungen. Sie wurde von Schauspielschülern der Mainzer Theaterwerkstatt und dem Leiter des Fachbereichs Suchthilfe gestaltet.

Typische Szenen aus dem Leben von Jugendlichen, wie z.B. die Diskussion mit den Eltern über den Alkoholeinkauf vor einer Party, wurden ergänzt durch einen Dialog zwischen dem Suchtexperten und dem „Vater". Den Abschluss der Veranstaltung bildete ein offener Dialog mit den Veranstaltungsbesuchern.

Die Veranstaltung „Alcopops wirksam zur Sprache bringen..." fand im Jahr 2005 insgesamt 10mal statt. An den Elternabenden für die Klassenstufen 7 bis 9 nahmen bis zu 150 Eltern teil. Für das Jahr 2006 sind 6 Seminare geplant.

Zur Information der Eltern wurde außerdem ein besonderes Faltblatt herausgegeben.

Alle Aktionen des Mainzer Präventionsprojektes wurden durch intensive Pressearbeit begleitet und haben auf diesem Wege eine große Anzahl zeitungslesender Eltern auf die Alcopop-Problematik aufmerksam gemacht.

Für Kinder und Jugendliche, die in der Schule oder zuhause über einen Internetzugang verfügen, wurde eine Homepage gestaltet, die Informationen jugendgemäß z.B. als Frage-/Antwort-Spiel oder als Gewinnspiel anbietet. Für die kostenlose Gestaltung der Homepage konnte die Mainzer Agentur New Identity als Social-Sponsor gewonnen werden.

3. Realisierung von Maßnahmen der Verhaltens- und Verhältnisprävention

Es gehört zu den Zielen des Mainzer Präventionsplanes, das Eigenverhalten mit seiner Vorbildfunktion sowie das pädagogische Handeln von Eltern, Erziehern und Lehrern im Sinne der Prävention zu fördern und zu stärken, um so eine günstige mittelbare Beeinflussung des Verhaltens der Kinder und Jugendlichen zu erreichen.

Die Sensibilisierung der Mainzer Gewerbetreibenden hinsichtlich der Abgabe von Alcopops an Kinder und Jugendliche zielt einerseits auf das Verkaufsverhalten der Gewerbetreibenden und ihres Personals und hat andererseits Einfluss auf die Situation in der Stadt und kann zu einer spürbaren Erschwernis beim Erwerb von Alcopops und auch anderen alkoholischen Getränken führen.

Die Androhung der vorübergehenden Schließung von Geschäften und die unregelmäßige und nicht angekündigte Vornahme von Testkäufen durch angeleitete Gruppen von Jugendlichen und Kindern sind wirksame Maßnahmen zur Durchsetzung des Jugendschutzes und stellen Maßnahmen der Verhältnisprävention dar.

Auch das konzertierte Handeln der einzelnen Akteure in ihren Einflusssphären bewirkt eine Verstärkung des gemeinsamen Anliegens und fördert alle Wirkfaktoren der gemeinsamen Kampagne und auch anderer Aktivitäten, die sich in der gleichen Zeitspanne in der Kommune ereignen. Auf diesem Wege wird ein suchtpräventives Klima innerhalb der Stadt Mainz stark begünstigt. An einer derartigen Klimabeeinflussung

wirken im Rahmen des Mainzer Präventionsplanes die folgenden Institutionen mit: das Sozialdezernat, das Wirtschaftsdezernat, das Jugendamt, der Jugendschutz, der Fachbereich Suchthilfe, das Amt für Wirtschaft und Liegenschaften, das Amt für Recht und Ordnung, Mainzer Fastnachtsvereine, die Polizei, die Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V. Schulen, der Stadtschülerrat, die Ortsvorsteher der Mainzer Stadtteile, die lokalrelevanten Medien und politische Gremien, wie z.B. der Kriminalpräventivrat und der Jugendhilfeausschuss,

Die Aufzählung dieser mitwirkenden Institutionen macht deutlich, mit welcher sozialen Einflusskraft auf die Einhaltung rechtlicher Normen, wie z.B. der des Jugendschutzes hingewirkt wird und damit deren rechtliche Verbindlichkeit gesteigert wird.

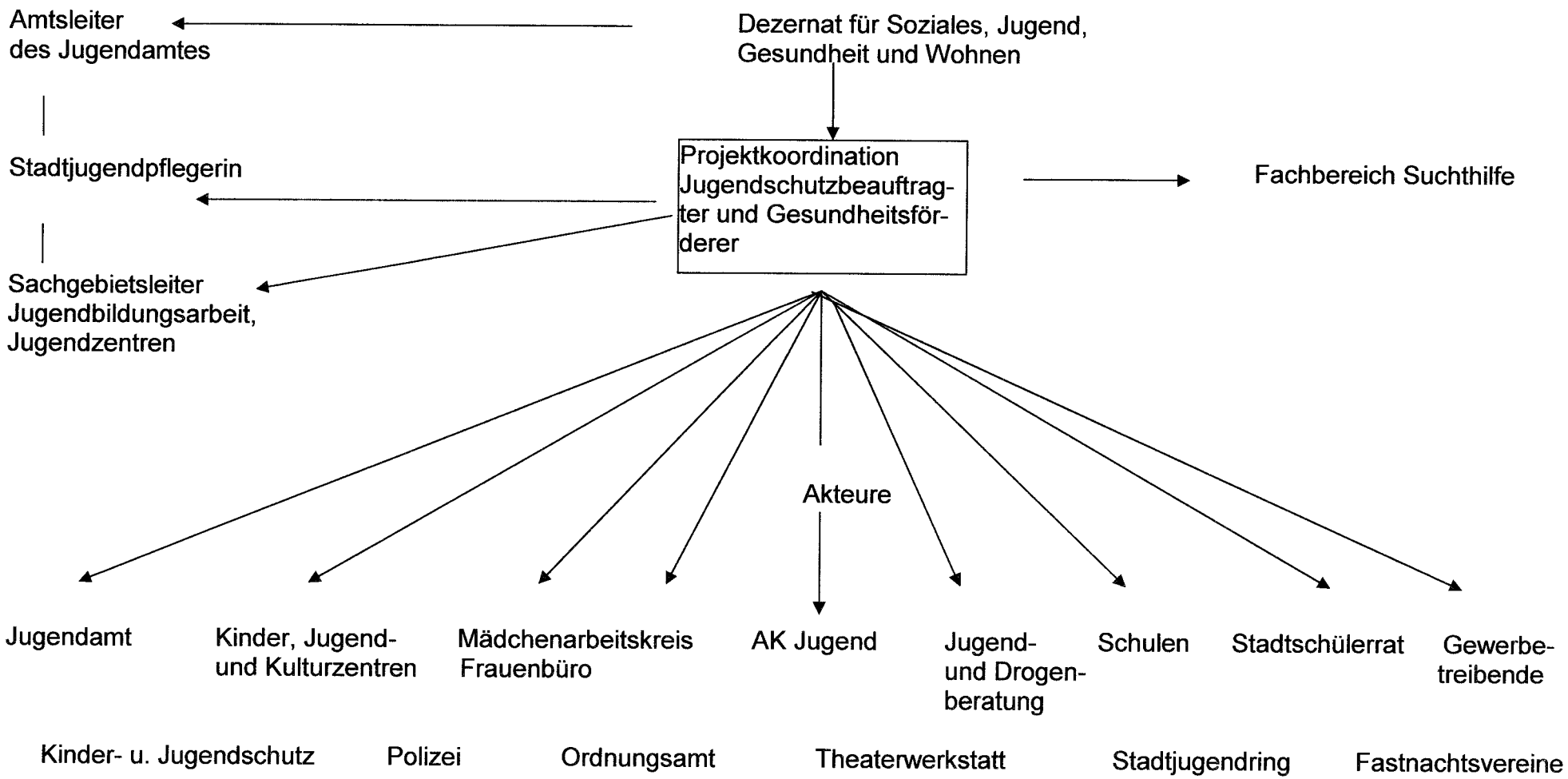
Vor Beginn der Fastnachtskampagne 2004/2005 kam es zu Sondierungsgesprächen mit führenden Mainzer Karnevalisten, bei denen eine Deklaration für die Fastnachtskorporationen ausgearbeitet wurde. Sie wurde den Vorständen der Vereine zugeschickt mit der Bitte, sie durch vertretungsberechtigte Vorstandsmitglieder unterzeichnen zu lassen. Alle großen Mainzer Fastnachtsvereinigungen haben sich nach Beratung in ihren Vorständen dieser Deklaration angeschlossen. Außerdem wurden Plakate für Fastnachtssitzungen entworfen,
die auf den Jugendschutz auch in der Fastnachtszeit hinweisen und die bei den Veranstaltungen aufgehängt werden sollen.

Gemeinsam mit der Medienagentur New Identity AG wurde eine jugendgemäße Hompage zum Thema „Alcopops" entwickelt, die u.a. mit der Homepage des Mainzer Jugendamtes verlinkt wurde. In dieser Homepage wird Wissen zu den Themen Alcopops und Alkohol in sachlicher, aber auch in bildhaft anschaulicher sowie spielerischer Form angeboten. So ist z. B. vorgesehen, dass Jugendliche, die sich erfolgreich an einem Wissenstest beteiligt haben, an einer monatlichen Verlosung teilnehmen können. Diese Homepage soll dauerhaft Bestand haben und aktuellen Entwicklungen des jugendlichen Konsumverhaltens angepasst werden.

4. Flächendeckende Umsetzung

Die über das gesamte Stadtgebiet verteilten Kooperationspartner stehen dafür ein, dass überall in Mainz im Sinne des Präventionsplanes Alcopops Aktivitäten entwickelt werden.

5. Vernetzung der Akteure



6. Langfristigkeit und Nachhaltigkeit

Die Projektdauer wurde für einen Zeitraum von zwei Jahren festgelegt. Bereits in der rund sechs Monate dauernden Entwicklungs- und Vorbereitungsphase von Mai bis November 2004 wurden bestehende und zum Teil gute erprobte Kooperationsverbindungen genutzt und darüber hinaus neue Verbindungen hergestellt.

Zwischen der Jugend- und Drogenberatung, den Fachbereich Suchthilfe, dem Jugendschutz, dem Ordnungsamt, der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e. V., der Kommunalen Gesundheitsförderung und den Schulen gab es eine Zusammenarbeit, die in projektorientierten Aktivitäten und auch in auf Dauer angelegten Arbeitszusammenhängen gelebt wurde, wie z. B. in der gemeinsamen Arbeit im Regionalarbeitskreis Prävention und Gesundheitsförderung (AKP).

Mit der Ausweitung der Vernetzung auf Gewerbetreibende, Fastnachtsvereine, den Stadtschülerrat und die Mainzer Theaterwerkstatt wurde eine neue Qualität der suchtpräventiven Arbeit erreicht. Der bereits bestehende Zusammenhang von Personen und Institutionen mit professionellem Engagement in der Suchtprävention wurde erweitert, um gesellschaftliche Bereiche, die sich primär mit ganz anderen Aufgaben befassen, wie z. B. mit dem Vertrieb von Waren oder der Kulturpflege. Durch diese weitergehende Verzahnung wurde das suchtpräventive Anliegen des Präventionsplanes Alcopops in seiner Bedeutsamkeit gestärkt und entwickelte sich zu einem gesellschaftlichen Anliegen auf kommunaler Ebene. Die Förderung dieses Prozesses wurde begünstigt durch die initiierende und begleitende Rolle, die der Mainzer Kommunale Präventivrat in diesem Zusammenhang übernahm.

7. Erfolgskontrolle und Dokumentation

Eine direkte Erfolgskontrolle der Kampagne, die eine Aussage über die Entwicklung des Konsumverhaltens der Jugendlichen geliefert hätte, wurde aufgrund der hierfür fehlenden Finanzmittel nicht eingeplant.
Zur Einschätzung des Erfolges stützt sich das Projektteam deshalb auf Daten, die Aussagen über Teilbereiche des Gesamtprojektes zulassen. So wurden die Fastnachtsvereine ebenso wie die Gewerbetreibenden mit dem an sie gerichteten Anschreiben um eine formalisierte Rückantwort gebeten. Die Besucherinnen und Besucher der Auftaktveranstaltung im November 2004 wurden schriftlich zu ihren Aktivitäten und ihrem Wunsch nach Unterstützung befragt.
Ein weiteres Indiz für den Erfolg der Präventionskampagne lieferten die Besucherzahlen der Elternabende, die im Rahmen des Präventionsplanes Alcopops für die Klassenstufen 7 bis 9 durchgeführt wurden.

Direkte Daten über das Interesse und den Wissensstand liefert die speziell für die jugendliche Zielgruppe konzipierte interaktive Homepage.

8. Einbeziehung auch von bildungsfernen Schichten

Die unter Nummer 1. beschriebene Postkartenaktion richtete sich an alle Jugendlichen, die aufgrund ihres Alkoholkonsums hilfsbedürftig geworden waren und schließt die Gruppe dieser Jugendlichen jedenfalls mit ein.

9. Einbindung der Zielgruppe in die Planung der Maßnahmen

Bei der überwiegenden Anzahl der Einzelaktionen des Präventionsplanes wurden die jeweiligen Zielgruppen miteinbezogen.

Bei der Entwicklung der Medien der Kampagne – Faltblätter, Poster, Postkarten, Homepage – wurde eine Arbeitsgruppe des Stadtschülerrates miteinbezogen.

Die Elternabende zum Thema „Alcopops" wurden mit den Suchtpräventionslehrern und den Elternsprechern abgestimmt.

Bei Vorbereitung und Durchführung der Testkäufe durch Kinder und Jugendliche wurden Mitglieder des Stadtschülerrates integriert.

Die Deklaration, die den Fastnachtsvereinen zur Unterschrift zugeleitet wurde, war zuvor mit führenden Fastnachtern der Stadt Mainz abgesprochen worden.

10. Geschlechtsspezifische bzw. geschlechtssensible Umsetzung

Der Präventionsplan sieht vor, dass z. B. der Mädchenarbeitskreis der Stadt Mainz sich mit der Thematik „Alcopops" befasst.

11. Verankerung auf der kommunalpolitischen Leitungsebene

Der Präventionsplan Alcopops basiert auf einer Initiative des Kriminalpräventivrates, dem der Oberbürgermeister der Stadt Mainz vorsteht und in dem der Sozialdezernent und der Wirtschaftsdezernent mitwirken. Die Entwicklung und Ausführung des Präventionsplanes Alcopops geschah bzw. geschieht unter der Federführung des Sozialdezernenten mit Unterstützung des Wirtschaftsdezernenten. Eine grundsätzliche Beratung des Präventionsplanes erfolgte im Kommunalen Präventivrat und im Jugendhilfeausschuss.

12. Kommunenübergreifende Kooperation bzw. Einbindung in überregionale Kampagnen/Initiativen der Alkoholprävention

Die Stadt Mainz als Mitglied der Regionalkonferenz Rhein-Main mit mehr als 30 Kommunen und Landkreisen hat sich für die Resolution gegen Alcopops stark gemacht, die von der Regionalkonferenz am 16. November 2004 verabschiedet wurde. Bei dieser Regionalkonferenz wurde der Mainzer Präventionsplan Alcopops allen Mitgliedsstädten überreicht. Außerdem wurde der Plan und die besondere Form der Elterninformation auf einer Tagung des rheinland-pfälzischen Innenministeriums präsentiert. Der Inhalt und die Erfahrungen bei der Umsetzung des Präventionsplanes werden im Jahre 2006 auf der landesweiten Tagung zur Suchtprävention vorgestellt werden.