



*Dr. Wolfgang Settertobulte*

# **Alkoholkonsum als Risikoverhalten europäischer Jugendlicher**

# Kulturelle Unterschiede des Alkoholkonsums in verschiedenen europäischen Regionen

## Skandinavien und Osteuropa:

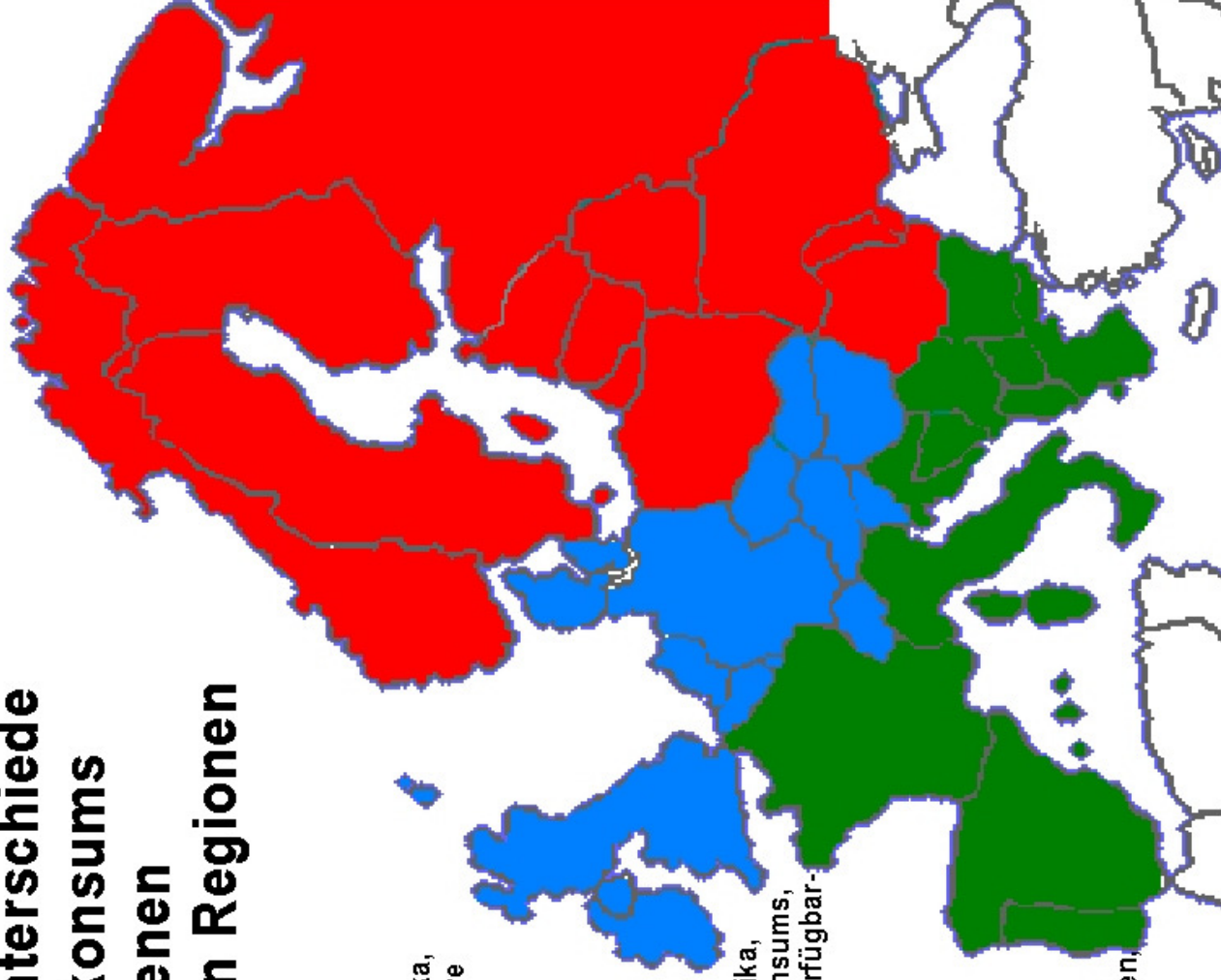
Gelegentlicher Konsum harter Alkoholika, extensives Rauschtrinken, z.T. restriktive Alkoholgesetzgebung

## Mitteleuropa und Großbritannien:

Regelmäßiger Konsum leichter Alkoholika, hohe soziale Bedeutung des Alkoholkonsums, gemäßigtes (Rausch-) Trinken, hohe Verfügbarkeit alkoholischer Getränke

## Südeuropa:

Starke Verbindung von Essen und (Alkohol-) Trinken, Genußkultur, Konsum regelmäßig in kleinen Mengen, Rauschtrinken sehr selten





## HBSC 2002: Regelmäßiger Alkoholkonsum\* bei 15-jährigen Jungen und Mädchen im europäischen Vergleich

Mitteleuropa		Nord-/Osteuropa		Südeuropa	
England	52,0 %	Ukraine	23,8 %	Italien	37,1 %
Niederlande	51,4 %	Estland	23,7 %	Kroatien	29,6 %
Dänemark	46,5 %	Russland	21,6 %	Spanien	28,3 %
Deutschland	39,3 %	Schweden	20,1 %	Griechenland	27,5 %
Belgien	39,2 %	Norwegen	19,7 %	Mazedonien	18,2 %
Österreich	34,5 %	Polen	19,2 %	Israel	18,1 %
Schweiz	33,5 %	Finnland	16,8 %	Frankreich	16,8 %
Tschechien	28,9 %	Lettland	16,7 %	Portugal	15,5 %
40,7 %		20,2 %		23,9 %	

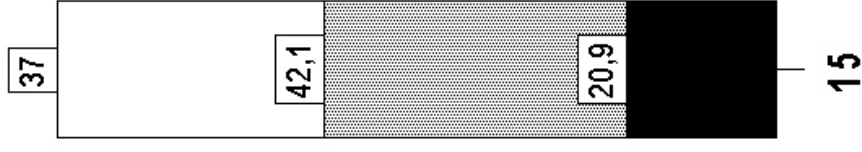
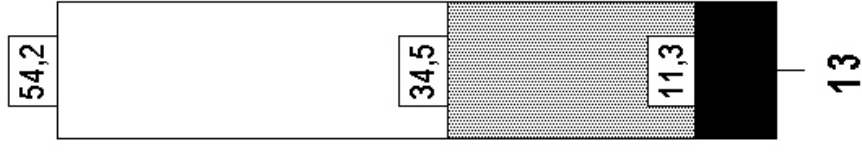
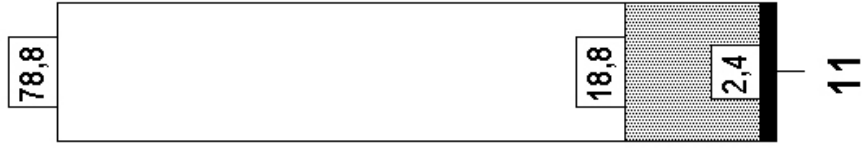
\* Alkoholkonsum mindestens einmal pro Woche



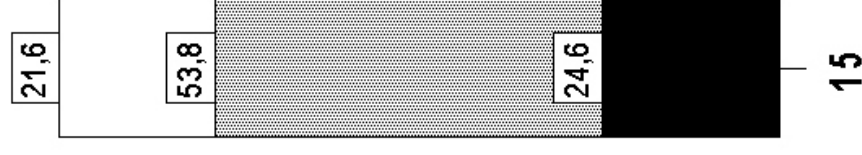
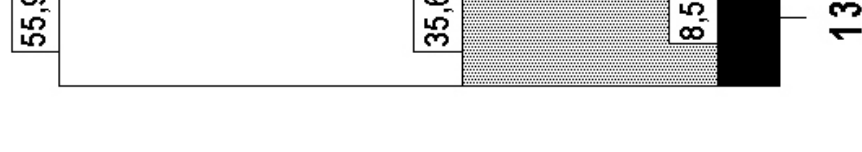
# Akloholkonsum bei deutschen Jugendlichen

## HBSC-Studie 2002

### Jungen



### Mädchen



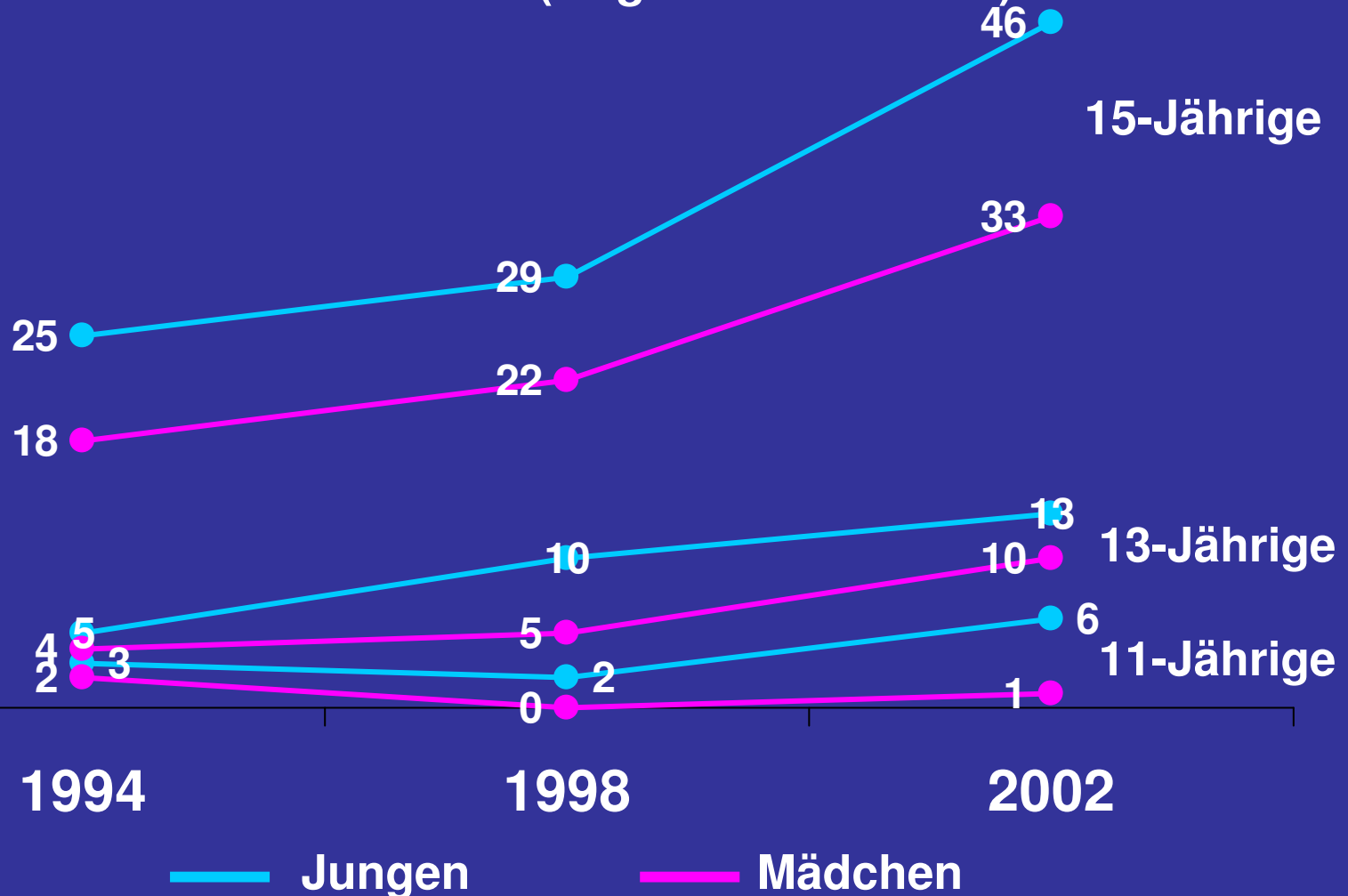
kein Alkohol

gelegentlich

regelmäßig



Regelmäßiger Alkoholkonsum bei 11- bis 15-Jährigen:  
Vergleich der ermittelten Quoten aus den Surveys  
1993 bis 2002 in NRW (Angaben in Prozent)

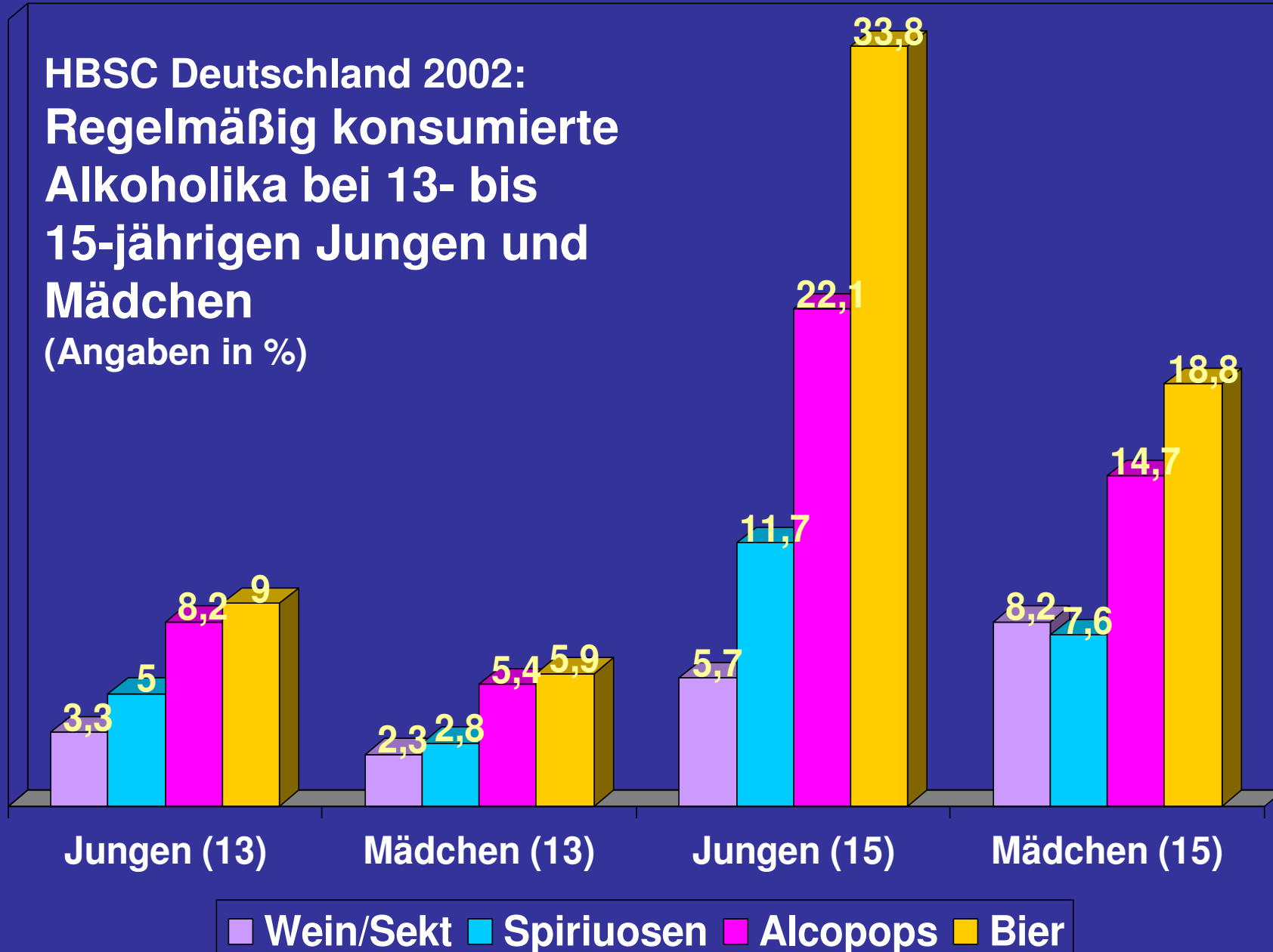


Hey kid, what's your drink?





HBSC Deutschland 2002:  
Regelmäßig konsumierte  
Alkoholika bei 13- bis  
15-jährigen Jungen und  
Mädchen  
(Angaben in %)



# Trunkenheitserfahrungen bei Jugendlichen





## HBSC 2002: Rauscherfahrungen\* bei 15-jährigen Jungen und Mädchen im europäischen Vergleich

### Mitteleuropa

Dänemark	66,2 %
England	55,0 %
Deutschland	39,2 %
Österreich	36,4 %
Tschechien	33,1 %
Schweiz	32,6 %
Belgien	31,8 %
Niederlande	28,4 %

40,3 %

### Nord-/Osteuropa

Finnland	54,5 %
Ukraine	52,8 %
Estland	49,2 %
Norwegen	39,6 %
Schweden	38,9 %
Russland	33,7 %
Lettland	32,4 %
Polen	31,0 %

41,5 %

### Südeuropa

Kroatien	28,6 %
Spanien	25,3 %
Portugal	22,0 %
Griechenland	20,1 %
Italien	19,4 %
Frankreich	18,6 %
Israel	15,3 %
Mazedonien	11,2 %

20,1 %

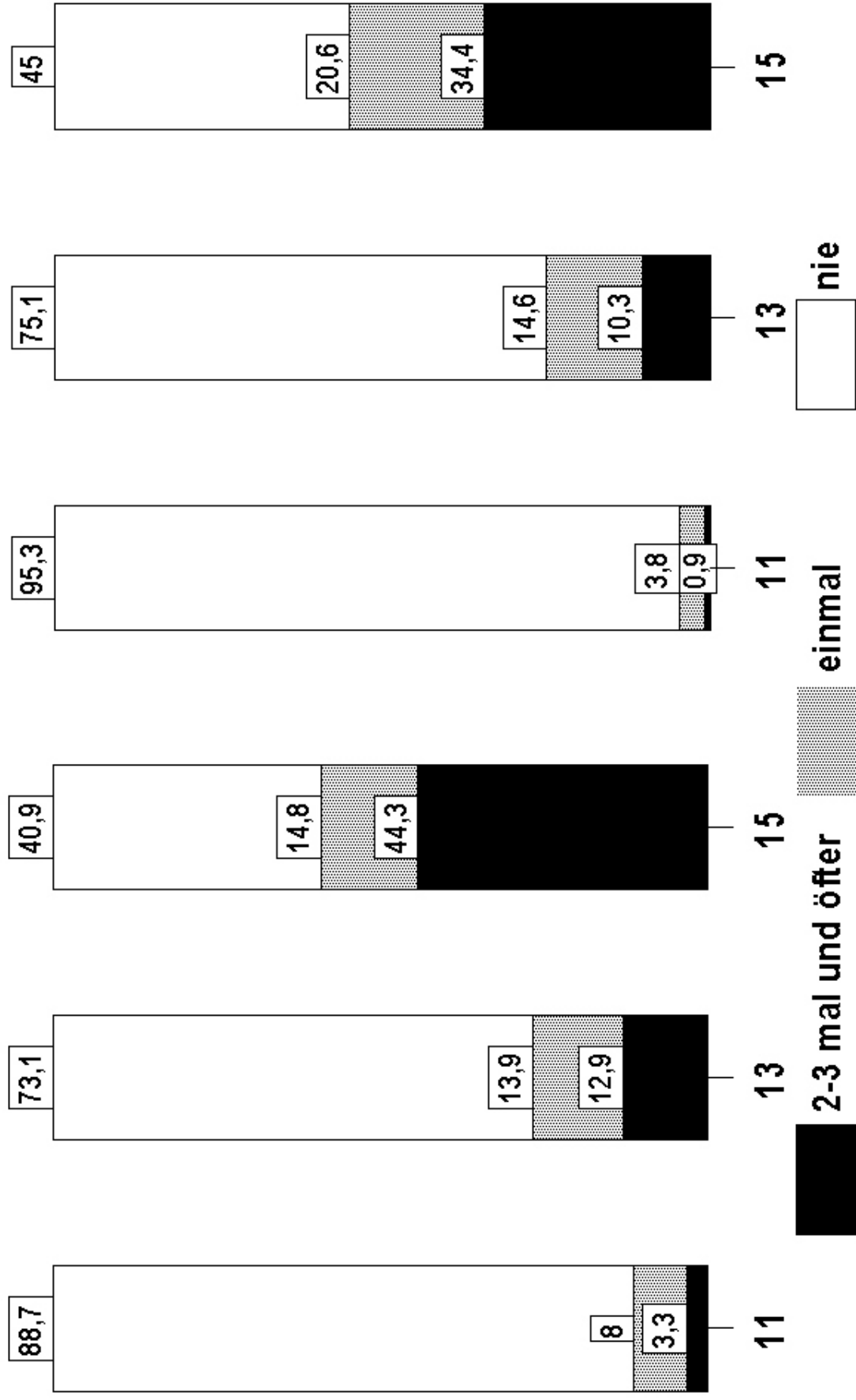
\* Zweimal oder häufiger Betrunken

# Akloholbedingte Rauscherfahrungen bei deutschen Jugendlichen

HBSC-Studie 2002

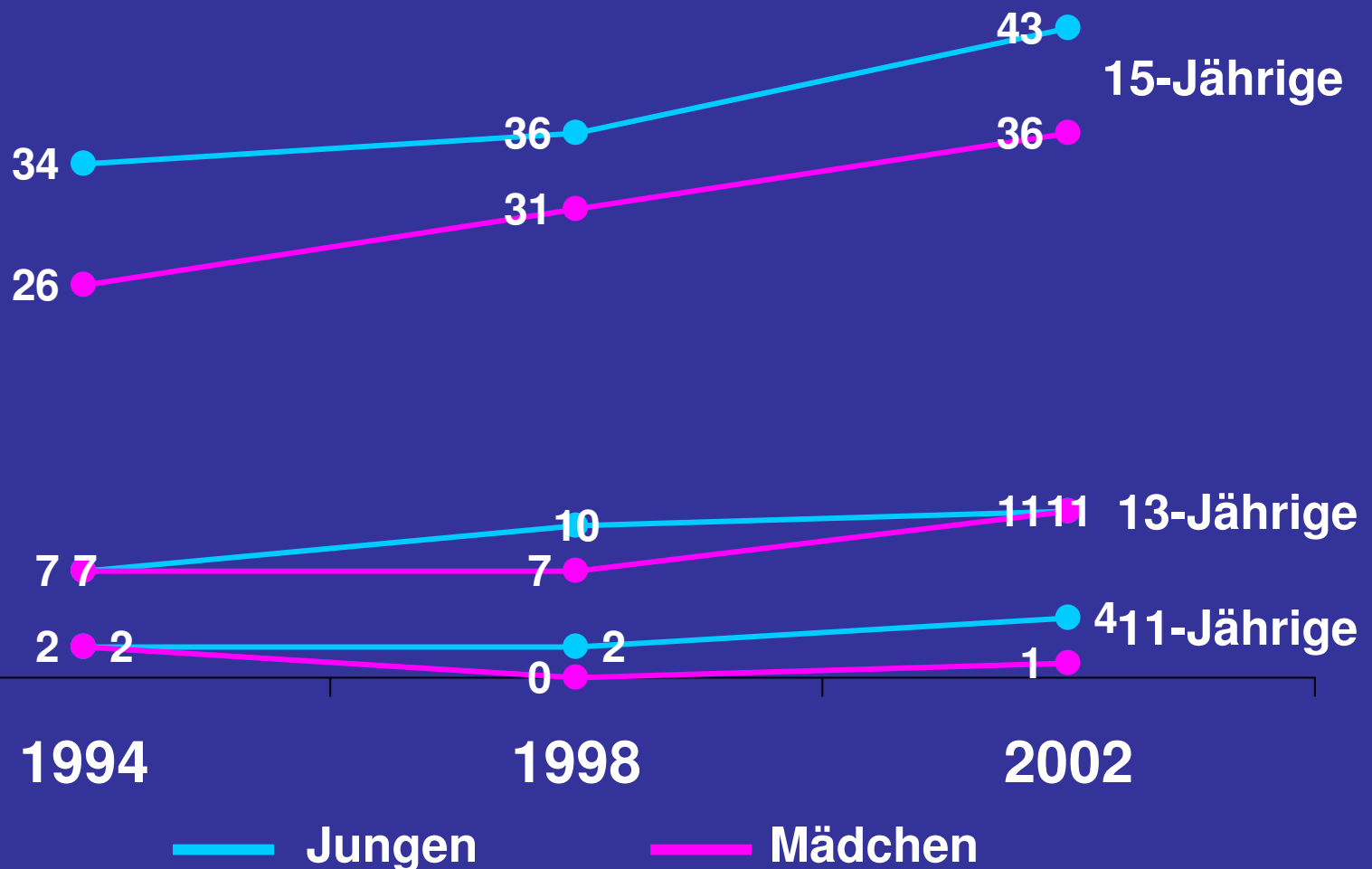
**Jungen**

**Mädchen**





Alkoholbedingte Rauscherfahrungen bei 11- bis 15-Jährigen:  
Vergleich der ermittelten Quoten aus den Surveys  
1993 bis 2002 in NRW (Angaben in Prozent)



# Einstiegsalter





## Durchschnittsalter des ersten Alkoholkonsums und des ersten Rausches

	<b>Gesamt</b>	<b>Jungen</b>	<b>Mädchen</b>
Durchschnittsalter des ersten Alkoholkonsum <sup>1</sup>	12,8	12,8	12,9
Durchschnittsalter des ersten Alkoholrausches <sup>2</sup>	13,8	13,7	13,9

<sup>1</sup> (15-Jährige, die jemals Alkohol getrunken haben)

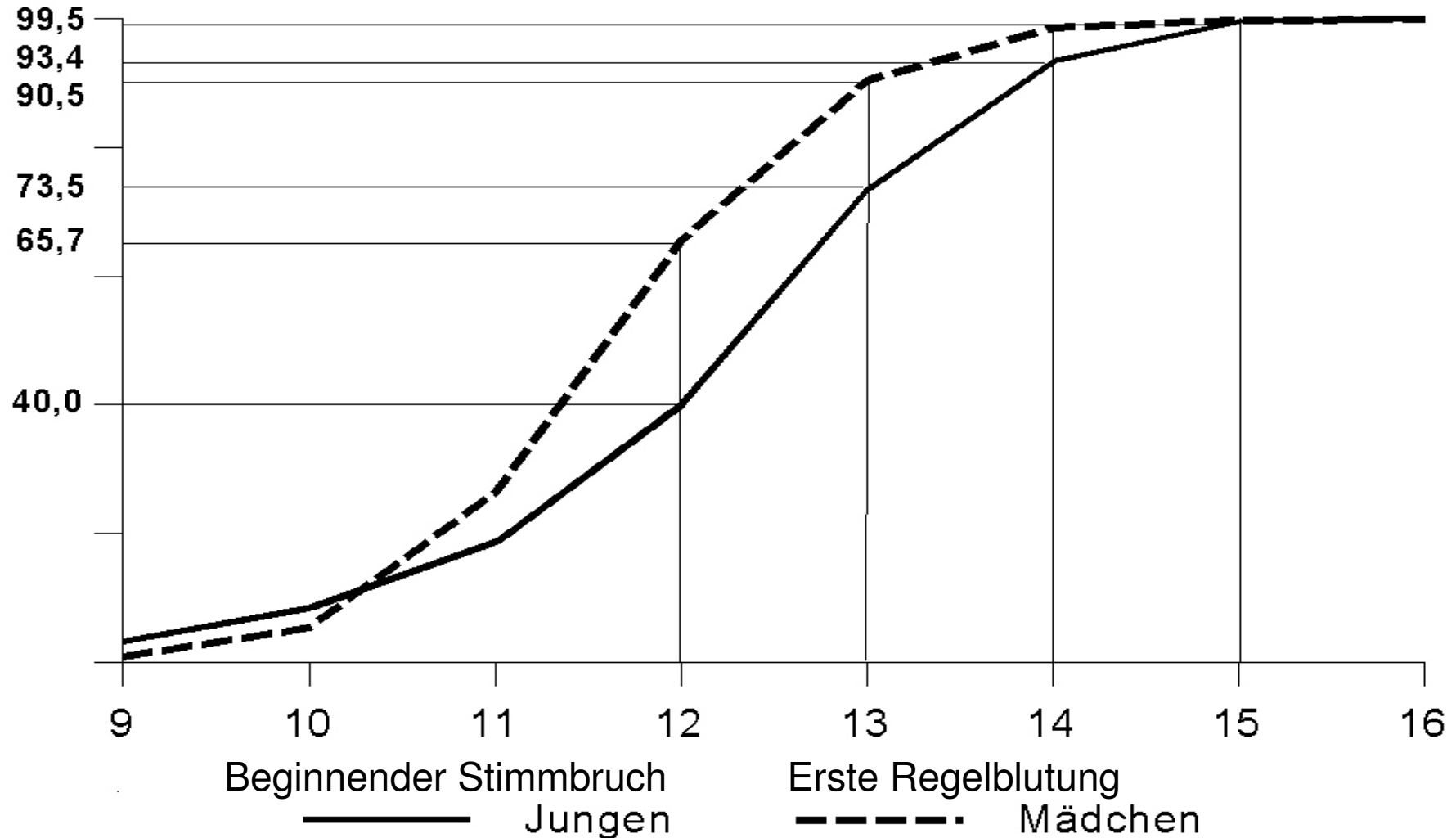
<sup>2</sup> (15-Jährige, die jemals einen Rausch hatten)

Quelle: HBSC 2001/02: Daten für Deutschland (N = 5.650)

**Einstiegsalter Alkoholkonsum:** Italien 13,5      Österreich 11,9

**Erster Alkoholrausch:** Italien 14,3      Österreich 13,3

# Körperliche Entwicklung und Geschlechtsreife bei Jungen und Mädchen



# Der Prozeß der Drogensozialisation

<b>2-6 Jahre</b>	<b>Imitation des Elternverhaltens (Modellernen) Umweltverarbeitung im Rollenspiel Aufbau eines latenten Verhaltensrepertoires</b>
<b>7-11 Jahre</b>	<b>Probieren echter Substanzen (Neugier) Erlernen der Ursache-Wirkungsbeziehungen Erwerb gesundheitsrelevanter Einstellungen Aufbau des Konsumverhaltens</b>
<b>Pubertät</b>	<b>steigende Bedeutung der Gleichaltrigen Gruppenprozesse (Mutproben, Konformitätsdruck) Symbolisches Erwachsenenverhalten</b>
<b>14-18 Jahre</b>	<b>Identitätssuche (Kommunikation durch Symbole) Erlernen des Umgangs mit psychoaktiven Substanzen (Funktionalisierung des Konsums)</b>
<b>Danach:</b>	<b>Konsum von Attributen der Selbstdarstellung Konsum als Mittel der Selbstregulation</b>

# Funktion des Alkohols in der Entwicklung vom Kind zum Erwachsenen

## Entwicklungsaufgabe:

## Funktion des Alkoholkonsums:

Identität finden: Wer bin ich?

Ausdruck des persönlichen Stils,  
Experimente mit Grenzerfahrungen

---

Freundschaften und Liebe

---

Erleichterung des Gruppenzugangs,  
soziale Rituale, Kontaktaufnahme mit  
dem anderen Geschlecht

---

Ablösung von den Eltern

---

Elterliche Kontrolle verletzen,  
Unabhängigkeit demonstrieren

---

Erwachsen werden

---

Symbole des Erwachsenen verwenden

---

Lebensgestaltung, -planung

---

subkultureller Lebensstil, Spass haben,  
geniessen

---

Eigene Werte entwickeln

---

absichtliche Normverletzung, sozialer  
Protest

---

Entwicklungsprobleme

---

Statuskompensation, Ersatzziel  
Stress- und Gefühlsbewältigung

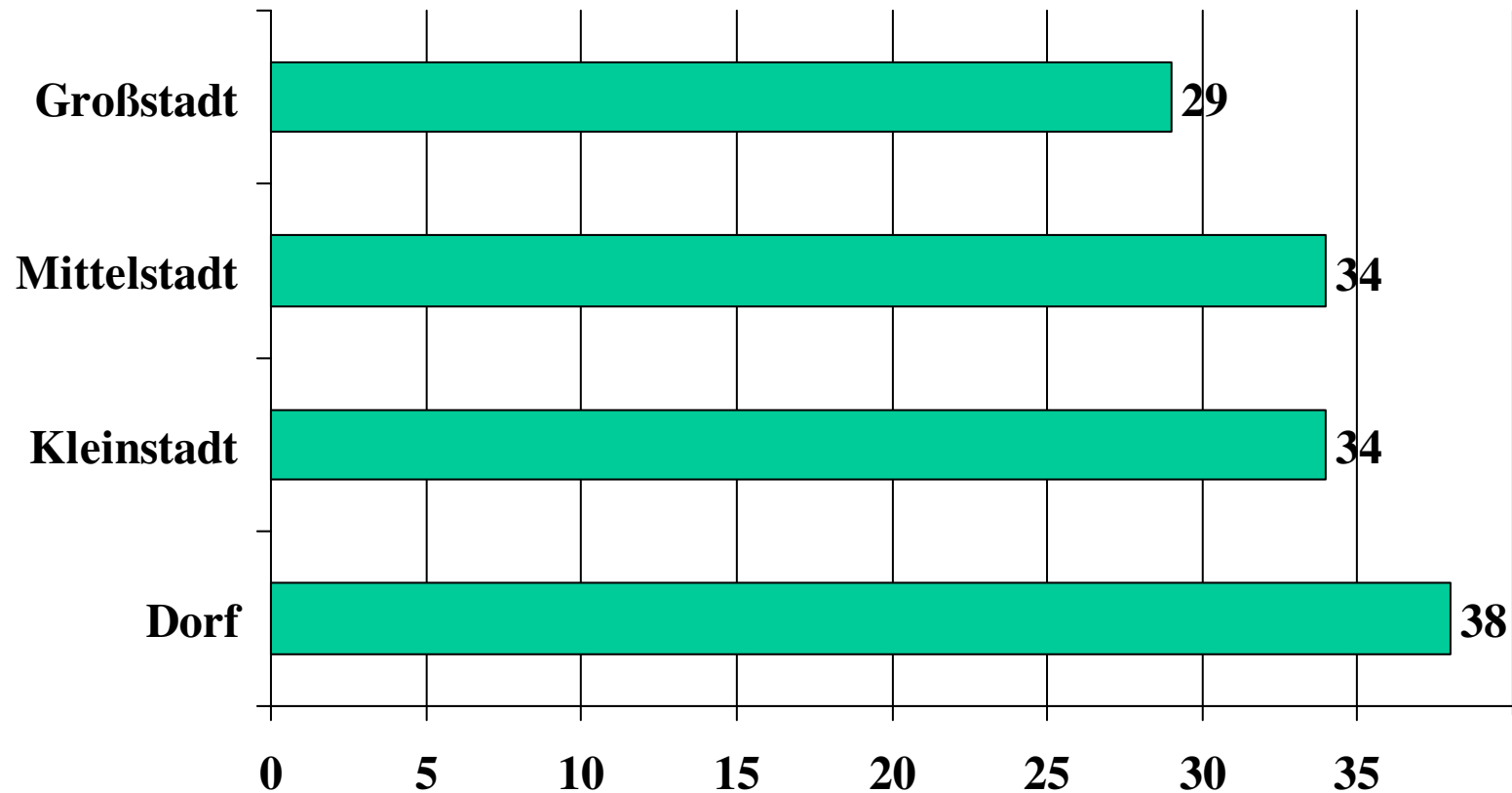
## Ursachen für den jugendlichen Alkoholkonsum:

**Gleichaltrige, soziale Lage,  
Milieu und Freizeitangebot**



# Ursachen für den Alkoholkonsum Jugendlicher:

Regelmäßiger Alkoholkonsum  
bei 15-Jährigen nach Größe des Wohnortes  
(HBSC - Daten für Deutschland, 2002; Angaben in %)



## Regelmäßiger Alkoholkonsum nach familiärem Wohlstand Odds Ratios, 95% Konfidenzintervalle, Jungen und Mädchen <sup>a</sup>

		Alkoholkonsum (mindestens einmal in der Woche)	
Familiärer Wohlstand		Jungen	Mädchen
I (hoher Wohlstand)		1.00 <sup>b</sup>	1.00 <sup>b</sup>
II		1.01 (0.71-1.42)	1.20 (0.81-1.79)
III		1.01 (0.72-1.42)	1.13 (0.75-1.70)
IV		0.74 (0.51-1.06)	0.99 (0.66-1.49)
V (niedriger Wohlstand)		0.53* (0.35-0.79)	0.78 (0.51-1.20)
p-Werte		P = 0.006	ns

\* Die Kategorien, die im Vergleich zur Referenzgruppe ein signifikant höheres bzw. niedrigeres Risiko aufweisen.

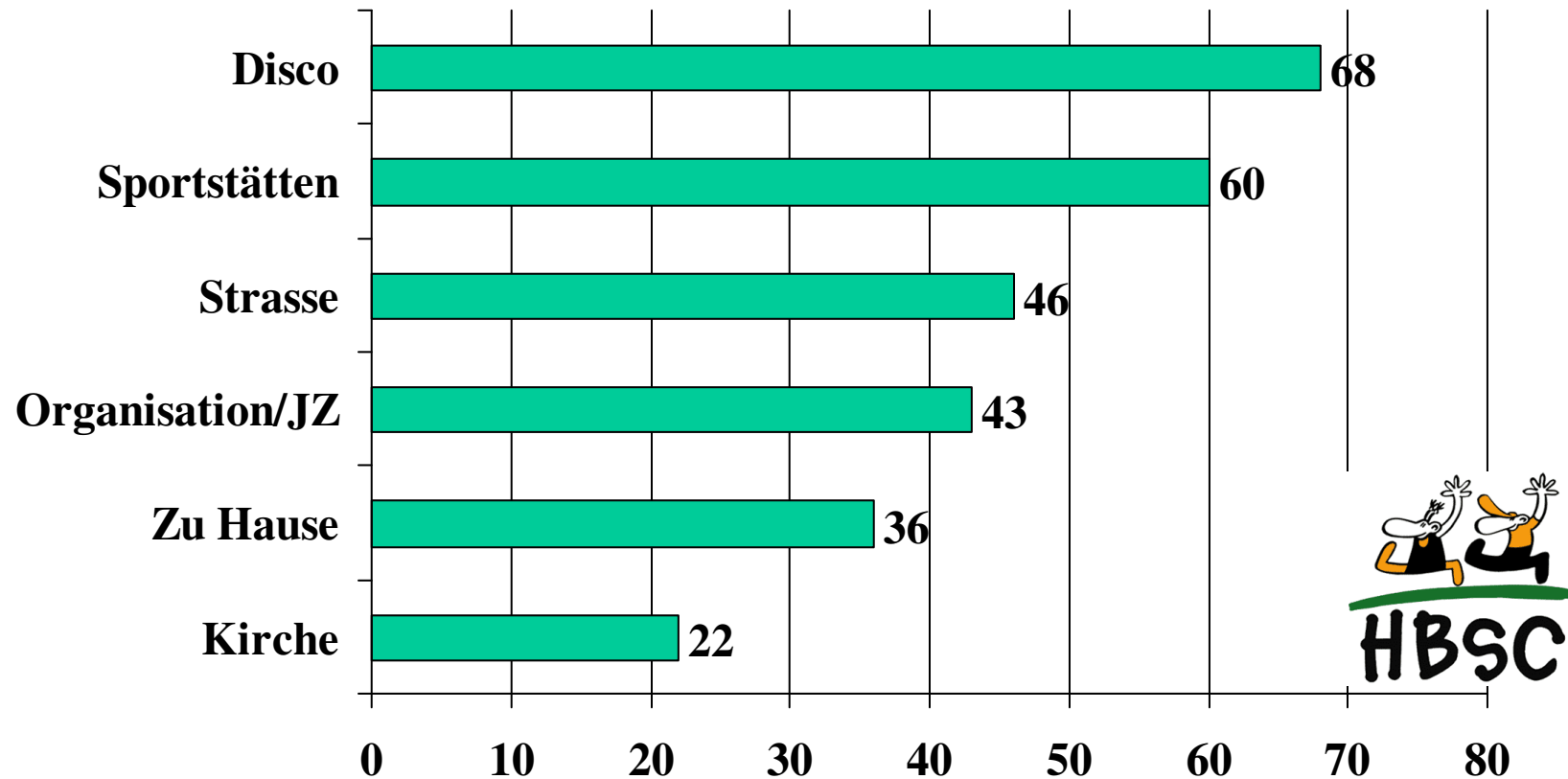
<sup>a</sup> Multiple logistische Regressionsmodelle, kontrolliert für Alter

<sup>b</sup> Referenzgruppe



# Ursachen für den Alkoholkonsum Jugendlicher :

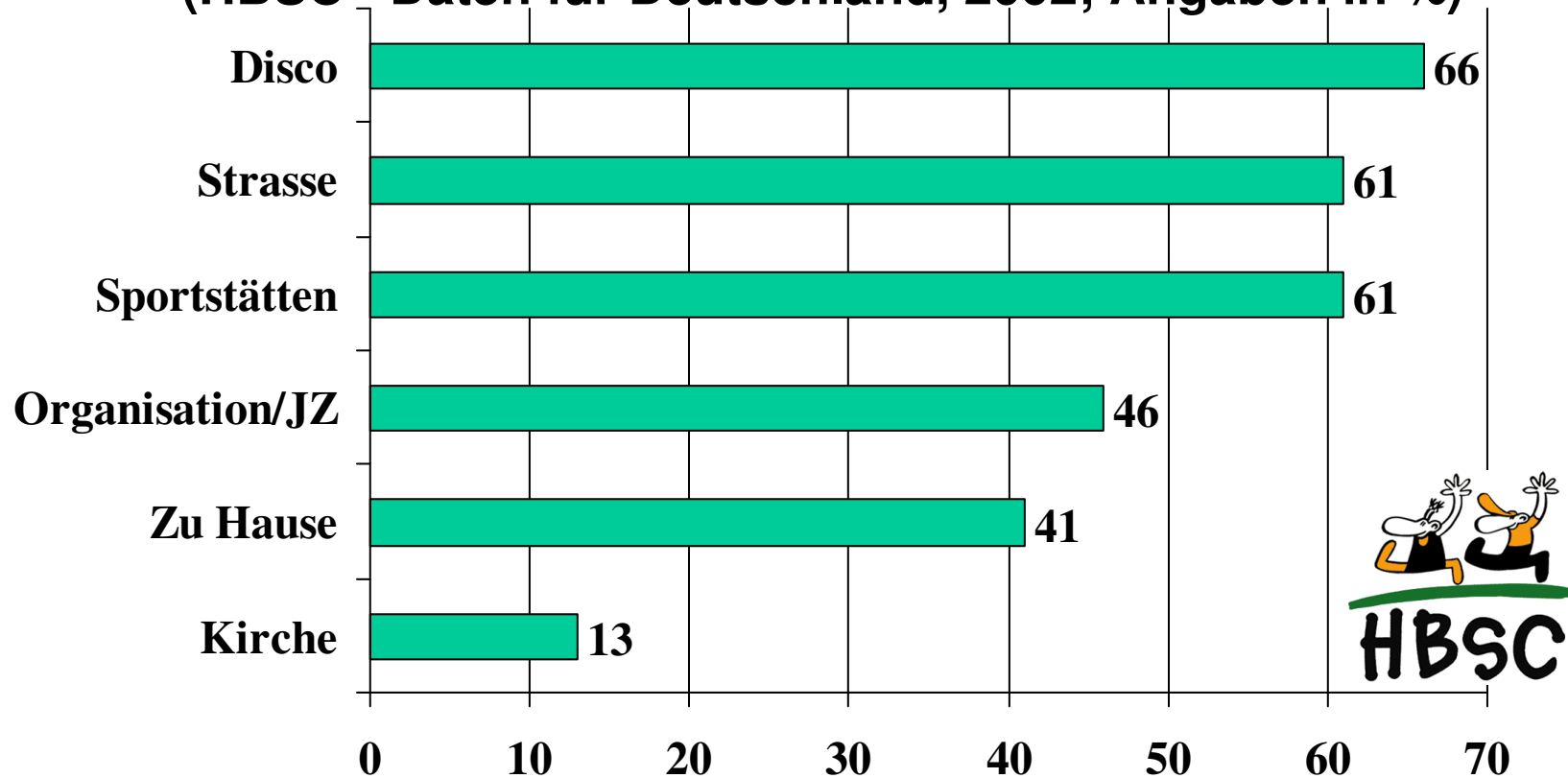
**Regelmäßiger Alkoholkonsum  
bei 15-Jährigen nach Orten der Freizeitgestaltung  
(HBSC - Daten für Deutschland, 2002; Angaben in %)**



# Ursachen für den Alkoholkonsum Jugendlicher :

## Mehrfache Trunkenheit

bei 15-Jährigen nach Orten der Freizeitgestaltung  
(HBSC - Daten für Deutschland, 2002; Angaben in %)



## Einfluss der Peer-Group auf den Alkoholkonsum und die Rauscherfahrungen bei 11- bis 15-jährigen Jugendlichen nach Geschlecht

Method: Logistic regression, Odds Ratios;	11		13		15	
	♂	♀	♂	♀	♂	♀
Regelmäßiger Alkoholkonsum (>2mal pro Woche) bei mehr als 3 Freunden des gleichen Geschlechts	1,2	1,6	1,2	1,4	1,5	1,3
Regelmäßiger Alkoholkonsum (>2mal pro Woche) bei mehr als 3 Freunden des anderen Geschlechts	1,3	1,7	1,5	2,5	1,6	2,1
Rauscherfahrungen (> 2 mal im Leben) bei mehr als 3 Freunden des gleichen Geschlechts	1,2	1,3	1,3	1,4	1,5	1,2
Rauscherfahrungen (> 2 mal im Leben) bei mehr als 3 Freunden des anderen Geschlechts	1,8	1,8	1,8	2,5	1,6	1,8
Regelmäßiger Alkoholkonsum (>2mal pro Woche) bei häufigen Treffen mit Freunden am Abend (>3Woche)	2,3	2,0	2,6	3,9	2,2	3,6
Rauscherfahrungen (> 2 mal im Leben) bei häufigen Treffen mit Freunden am Abend (>3Woche)	2,9	3,9	3,4	4,0	2,6	3,0

# Jugendliche Subkulturen

Die **Erfolgsorientierten** wollen ...

- nicht arm sein
- intelligent sein
- erfolgreich sein
- leistungsfähig sein

(Jungen und Mädchen gleich häufig)

Alkoholkonsum: Unter dem Durchschnitt

Die **Selbstbewußten** wollen ...

- widerstandsfähig sein
- selbstbewußt sein
- leistungsfähig sein

(Mädchen häufiger als Jungen)

Alkoholkonsum: Durchschnittlich

# Jugendliche Subkulturen

Die **Geselligen** wollen ...

- beliebt sein
- interessant sein
- bekannt sein
- witzig sein
- cool sein

(Jungen häufiger als Mädchen)

Alkoholkonsum: Deutlich über dem Durchschnitt

Die **Modernen** wollen ...

- Erfahrungen haben
- schlank sein
- im Trend sein
- erwachsen sein

(Mädchen wesentlich häufiger als Jungen)

Alkoholkonsum: Deutlich über dem Durchschnitt



**Wie wirksam sind  
Prävention und  
Jugendschutz?**

## Effekte von Präventions- und Aufklärungskampagnen:

- Schulische Programme führen zu Wissenszuwachs, verändern aber nur geringfügig die Einstellungen und kaum das Verhalten.
- Aufklärungskampagnen haben nur einen sehr begrenzten Effekt auf die Einstellungen und das Verhalten (Ausnahme: Alkohol im Strassenverkehr)
- Warnhinweise und Beschriftungen haben kurz- und mittelfristige Effekte, langfristig aber nicht.
- Kampagnen verändern mittelfristig das „soziale Klima zum Alkoholkonsum“ und unterstützen daher andere Maßnahmen

Quelle: Griffith Edwards (Hrsg.)(1997): Alkoholkonsum und Gemeinwohl - Strategien zur Reduktion des schädlichen Gebrauchs in der Bevölkerung. Stuttgart: Enke Verlag.

## **Effekte von Altersbeschränkungen auf der Alkoholerwerb:**

- **Altersbeschränkungen reduzieren die Anzahl von alkoholbedingten Verkehrsunfällen.**
- **Die Einführung von Altersbeschränkungen reduziert die Häufigkeit des Alkoholkonsums, jedoch nicht die jeweils konsumierte Menge.**
- **Altersbeschränkungen sind nur so effektiv wie ihre Durchsetzung und Kontrolle.**
- **Altersbeschränkungen orientieren sich an den kulturellen Vorstellungen zum adäquaten Alter für den Alkoholkonsum.**

Quelle: Griffith Edwards (Hrsg.)(1997): Alkoholkonsum und Gemeinwohl - Strategien zur Reduktion des schädlichen Gebrauchs in der Bevölkerung. Stuttgart: Enke Verlag.

## **Effekte der Steuerung der Verfügbarkeit für Alkohol:**

- **Die Einschränkung des Verkaufsnetzes für Alkoholika wirkt nur begrenzt auf die Konsumrate.**
- **Die Einführung von spezifischen alkoholischen Getränken steigerte in allen Fällen die Konsumrate.**
- **Das Angebot von Produkten mit niedrigerem Alkoholgehalt kann den Pro-Kopf-Verbrauch von reinem Alkohol verringern.**
- **Beschränkte Öffnungszeiten für den Alkoholverkauf reduzierten den Alkoholkonsum und dessen Folgen.**

Quelle: Griffith Edwards (Hrsg.)(1997): Alkoholkonsum und Gemeinwohl - Strategien zur Reduktion des schädlichen Gebrauchs in der Bevölkerung. Stuttgart: Enke Verlag.

## Effekte der Steuerung des Preises für Alkohol:

- Der Preis des Alkohols im Verhältnis zum Durchschnittseinkommen ist entscheidend für die Konsumrate.
- Preiserhöhungen verringern immer den Konsum von Alkohol, wenn die übrigen Bedingungen gleich bleiben.
- Die Preiselastizität für verschiedene Getränke ist vom Kulturkreis abhängig.
- Der Substitutionseffekt ist in der Regel gering, da Geschmackspräferenzen und Trinkgewohnheiten ausschlaggebend sind

Quelle: Griffith Edwards (Hrsg.)(1997): Alkoholkonsum und Gemeinwohl - Strategien zur Reduktion des schädlichen Gebrauchs in der Bevölkerung. Stuttgart: Enke Verlag.

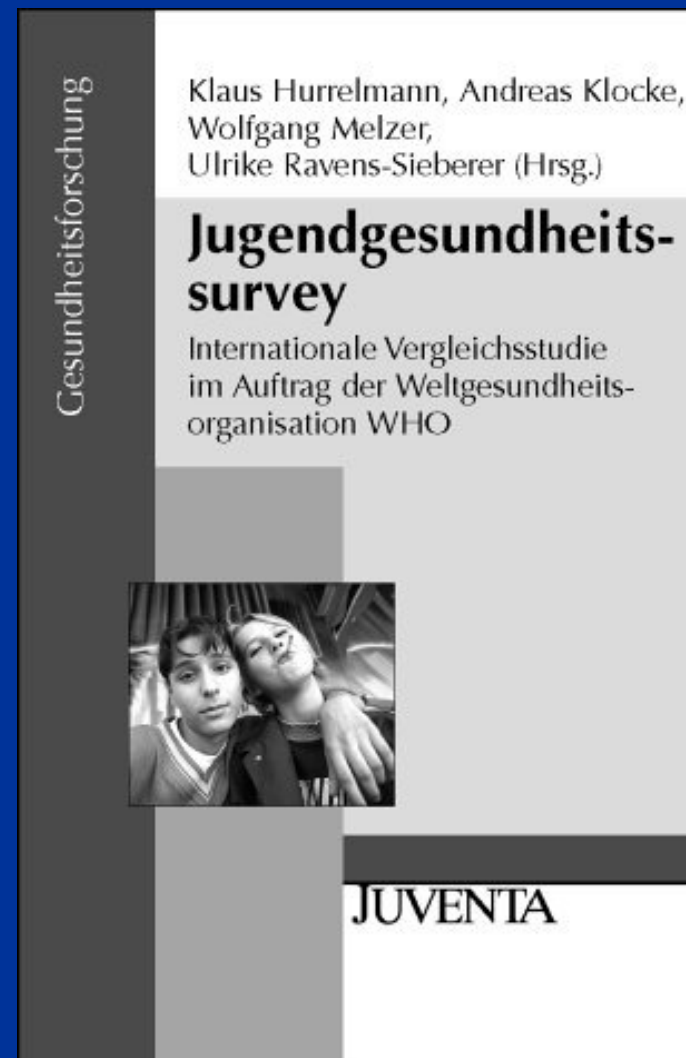
# **Fazit:**

**Problematischer Alkoholkonsum kann  
- nach den bisherigen Erkenntnissen -  
nur durch eine Mischung von Strategien  
erfolgreich verhindert werden.**

**Ziel dabei ist die Veränderung des  
„sozialen Klimas zum Alkohol“  
(Alkoholkultur).**



Farke, W., Graß, H. & Hurrelmann, K. (Hrsg.) (2003): Drogen bei Kindern und Jugendlichen. Stuttgart: Thieme Verlag



Hurrelmann K., Klocke, A., Melzer, W. & Ravens-Sieberer, U. (Hrsg.) (2003): Jugendgesundheits-survey. Weinheim, München: Juventa.