

**Zeitschrift:** SuchtMagazin

**Herausgeber:** Infodrog

**Band:** 33 (2007)

**Heft:** 4

**Artikel:** Alkoholpolitische Massnahmen als Teil einer ganzheitlichen Prävention

**Autor:** Zeller, Matthias / Burtscher, Astrid / Markwalder, Renate

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-800852>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 13.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Alkoholpolitische Massnahmen als Teil einer ganzheitlichen Prävention

Das Blaue Kreuz Kinder- und Jugendwerk setzt mit seinen Angeboten auf einen Mix aus Verhaltens- und Verhältnisprävention.

MATTHIAS ZELLER, ASTRID BURTSCHER, RENATE MARKWALDER\*

Die Schwerpunkte des Blauen Kreuzes haben sich in den letzten 5-10 Jahren stark verändert. Das für die Prävention und Gesundheitsförderung zuständige Kinder- und Jugendwerk wandelte sich vom klassischen Jugendverband hin zu einer etablierten Präventionsinstitution in der Schweiz. So wird heute über die angeschlossenen Mitgliederverbände eine ganze Palette von Dienstleistungen in den Bereichen Suchtprävention, Gesundheitsförderung und Freizeitgestaltung angeboten. Als Institution, die ihre Angebote mit der Unterstützung zahlreicher Freiwilliger aufbaut, haben wir intensiven Kontakt zu Jugendlichen und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren. Unser Schwerpunkt liegt also in der Verhaltensprävention. Es ist uns wichtig, die individuellen Ressourcen jedes Einzelnen zu stärken, um das Leben aktiv und selbstverantwortlich zu gestalten und so einen gesunden Lebensstil zu entwickeln und zu erhalten. Die

persönliche Auseinandersetzung mit Themen rund um Gesundheit, Risikoverhalten und Sucht fördern wir durch gezielte Informations- und Sensibilisierungsarbeit. Zudem zeigen wir Alternativen zum Suchtmittelkonsum und -missbrauch auf und versuchen im Rahmen unserer Tätigkeiten gesundheitsfördernde Lebenswelten zu realisieren.

Die beiden Beiträge weiter unten zu den Alkohol-Testkäufen und zu unserem Angebot «roundabout-moving girls», dem Streetdance-Netzwerk für Teenager-Mädchen, veranschaulichen unsere Strategie deutlich.

## Alkoholpolitik als Teil der Verhältnisprävention

Um unseren Kernauftrag noch besser zu erfüllen, engagieren wir uns seit einigen Jahren vermehrt auch im Bereich der Verhältnisprävention. Wir glauben, dass dadurch die Wirkung der Verhaltensprävention verstärkt wird.

Verhältnisprävention und Verhaltensprävention dürfen aber nicht gegeneinander ausgespielt werden. Der richtige Mix der beiden Stossrichtungen verspricht nachhaltige Wirkung. Es reicht nicht aus, Prävention auf Verbote zu reduzieren. Die kostengünstigen Massnahmen der Verhältnisprävention beeinflussen aus unserer Sicht das gesundheitsfördernde Verhalten des Individuums positiv. Sie sind aber lediglich als Ergänzung zur Verhaltensprävention zu verstehen.

In der Verhältnisprävention engagieren wir uns insbesondere mit alkoholpolitischen Massnahmen:

**Einhaltung der Jugenschutz-Gesetze**  
Seit geraumer Zeit zeigen wir mit regelmässigen Testkaufserien auf, dass es mit der Einhaltung der Jugenschutzgesetze immer noch hapert. Um verstärkter auf die large Handhabung hinzuweisen, bündeln wir die kantonalen Projekte in

ein national koordiniertes Vorgehen. Wir fordern strukturelle Massnahmen im Bereich der Verkaufsstellen, appellieren dabei aber auch an die Eigenverantwortung des Detailhandels und der Gastronomie. Einen ersten wichtigen Schritt in diese Richtung macht die Erdölvereinigung. Sie lanciert bei allen angeschlossenen Tankstellen interne Testkäufe und bietet den dort Mitarbeitenden entsprechende Schulung an. Als nächsten Schritt entwickeln wir in Zusammenarbeit mit weiteren Partnerinnen und Partnern demnächst ein nationales Jugenschutzlabel für den Detailhandel. Darüber hinaus fordern wir eine Vereinheitlichung des Abgabalters für Alkoholika auf 18 Jahre und ein Verkaufsverbot ab 21 Uhr.

## Verbesserung der Verkehrssicherheit

Die Herabsetzung der Blutalkoholgrenze im Strassenverkehr von 0,8 auf 0,5 Promille zeigt seit der Einführung am 1. Januar 2005 ihre Wirkung. Die Polizei stellt fest, dass die Zahl der Verkehrsunfälle wegen Trunkenheit abgenommen hat. Es ist uns wichtig, die Zahl der Unfälle, Todesfälle und Verletzungen, die auf Alkohol am Steuer zurückzuführen sind, weiter erheblich zu verringern. Neben der Sensibilisierung von Junglenkern über das Projekt «Be my angel» fördern wir die Diskussion über eine weitere Herabsetzung der Promillegrenze.

## Kostengünstige alkoholfreie Getränke

Die Erfahrungen aus den Einsätzen unserer «Blue Cocktail Bar» (alkoholfreie, mobile Bar) zeigen, dass alkoholfreie Getränke häufig nur unwesentlich günstiger sind als die billigsten alkoholischen Getränke. Hier sollten aus unserer Sicht mittels verbindlicher Preisgestaltung – sowohl im Gastrobereich wie auch bei bewilligungspflichtigen Anlässen – stärkere Anreize geschaffen werden, nichtalkoholische Getränke zu konsumieren.

\* Matthias Zeller, Geschäftsführer Blaues Kreuz, Kinder- und Jugendwerk der deutschen Schweiz, Lindenrain 5, Postfach 8957, 3001 Bern, 031 302 13 75, matthias.zeller@blaueskreuz.ch, www.blaueskreuz.ch, www.bemyangel.ch, www.bluecocktailbar.ch  
Astrid Burtscher, Leiterin der Fachstelle für Prävention, Blaues Kreuz Zürich, Mattengasse 52, Postfach 1167, 8031 Zürich, 044 272 04 12, astrid.burtscher@blaueskreuzzuerich.ch, www.blaueskreuzzuerich.ch  
Renate Markwalder, nationale Leiterin roundabout, Blaues Kreuz, Kinder- und Jugendwerk der deutschen Schweiz, Lindenrain 5, Postfach 8957, 3001 Bern, 031 302 13 75, info@roundabout-network.org, www.roundabout-network.org

### Steuerliche Massnahmen

Prävention über das Portmonee zeigte bei der Einführung der Alcopops-Sondersteuer seine Wirkung. Der Konsum der süssen Alcopops brach kurz nach der Einführung der Sondersteuer massiv ein. Die Steuer für Biere und insbesondere für die neuen Bier-Premixes, die den Alcopops stark gleichen, sollte ebenfalls angehoben werden, um eine Lenkungswirkung zu erzielen.

### Früherkennung, Frühintervention und Vernetzung

Früherkennung ist eine zentrale Methode zur Bewältigung von Problemen, welche die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen behindern. Es handelt sich somit zuzusagen um eine «präventive Primär- und Sekundärprävention». Damit eine nachhaltige Wirkung erzielt wird, muss die Früherkennung sowie Frühintervention ein fester, integrierter Bestandteil in den Institutionen werden. Zudem kann Früherkennung die Vernetzung unter den Fachstellen in der Schweiz – insbesondere zwischen Prävention und Beratung – weiter fördern.

### Verbot von Angeboten, die Trinkexzesse direkt fördern

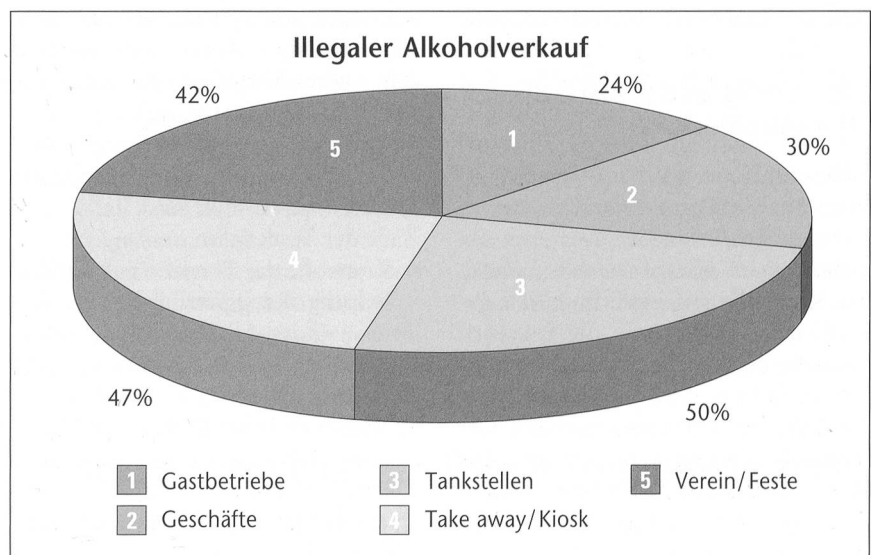
Flatrate-Parties und Happy Hours müssen verboten werden. Bei sämtlichen gesetzlichen Massnahmen ist besonderes Augenmerk auf die Durchsetzung der Verbote zu legen. Die politisch Verantwortlichen sind gefordert, sich von Beginn weg Gedanken über die konkrete Durchführung von Kontrollen zu machen und die finanziellen Mittel dafür bereitzustellen.

## Verhältnisprävention am Beispiel der Alkohol-Testkäufe des Kantons Zürich

Das Thema «Testkäufe» wurde in Folge des problematisch gewordenen Jugendalkoholismus aktuell. Im Jahr 2002 wurden im Kanton Zürich in einer grossen Aktion zusammen mit dem Blauen Kreuz Zürich 392 Betriebe in ausgewählten Gemeinden getestet. In der Medienmitteilung dazu stand: «Bei Jugendlichen ist der Konsum von alkoholischen Getränken und besonders von so genannten Alcopops in den letzten Jahren stark angestiegen. Dies obwohl die eidgenössischen und kantonalen Jugendschutz-Bestimmungen den Verkauf von Spirituosen, wie sie in den meisten Mischgetränken (Alcopops) vorkommen, an unter 18-Jähri-

ge verbieten. Bier und Wein sowie andere Alkoholika dürfen nicht an unter 16-jährige verkauft werden. Testkäufe, die in den letzten Wochen im Kanton durchgeführt wurden, zeigten aber, dass in 55% der Fälle gesetzeswidrig Alkoholika an Jugendliche verkauft wurden.»<sup>1</sup>

Trotz etlicher, begleitender Massnahmen im Anschluss an diese erste Testkauf-Serie blieb die Quote der Betriebe, die Alkoholika an Minderjährige verkauften, bei einer anderen Testkauf-Serie im Herbst 2005 mit 40% sehr hoch. Unter dem Eindruck solcher negativer Ergebnisse schlossen sich bis Oktober 2006 insgesamt 54 Gemein-



## Übersicht Testkäufe 2006

Betriebe	Testbetriebe	Alkohol verkauft	Alkohol nicht verkauft	Betrieb nicht getestet
Gastbetriebe	520	109	343	68
Geschäfte	278	78	183	17
Tankstellen	85	36	36	13
Take away/Kiosk	125	52	58	15
Vereine/Feste	77	29	40	8
<b>Summe</b>	<b>1085</b>	<b>304</b>	<b>660</b>	<b>121</b>

Betriebe	Getestete Betriebe	Alkohol verkauft	Alkohol nicht verkauft
Gastbetriebe	452	24%	76%
Geschäfte	261	30%	70%
Tankstellen	72	50%	50%
Take away/Kiosk	110	47%	53%
Vereine/Feste	69	42%	58%

den des Kantons Zürich dem Projekt «Testkäufe» an und liessen Alkohol verkaufende Betriebe auf die Einhaltung des Jugendschutzgesetzes testen.

### Der Auftrag an das Blaue Kreuz als Kontrollinstanz

Politische Gemeinden und verantwortliche Suchtpräventionsstellen stellen Listen mit zu testenden Betrieben zusammen und übergeben den Auftrag zur Kontrolle auf Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben an die Präventionsstelle des Zürcher Blauen Kreuzes. Dieser Auftrag wird an einen neutralen Dritten übertragen, um auf Gemeindeebene eine klare Trennung von Auftraggeberin und Kontrollinstanz zu

gewährleisten. Somit ist eine objektive Beurteilung und Sanktionierung von Seiten der Auftraggebenden möglich und kann von den Betroffenen nicht als persönlicher Angriff beurteilt werden. Dieses Vorgehen wird auch von der Eidg. Alkoholverwaltung (EAV) unterstützt, deren Kontrollmöglichkeiten auf die korrekte Versteuerung des Alkohols beschränkt sind.<sup>2</sup>

Ziele der Testkäufe:

- Kontrolle der Betriebe auf die Einhaltung der gesetzlichen Grundlagen: «*Kein Alkoholverkauf an Jugendliche unter 16 Jahren (LMV Artikel 37a) und kein gebranntes Wasser an Jugendliche unter 18 Jahren*» (Eidgenössisches Alkoholge-setz Artikel 41).<sup>3</sup>

- Jugendliche und Erwachsene sensibilisieren, die für Kinder und Jugendliche Verantwortung übernommen haben. Diese sollen das Thema Alkohol und die Folgen des Missbrauchs in der Gruppe diskutieren und den Schutz, der in unserem Zivilisationskonstrukt für Kinder und Jugendliche erarbeitet wurde, mittragen und vertreten.

### Vorbereitung der Testkäufe

Die Testkäufe werden innerhalb eines definierten Projektzeitraumes 2 bis 3-mal durchgeführt, wobei der Zeitpunkt der Durchführung keinem fixen Rhythmus folgt. Die Auftraggeberin (Gemeinde oder Betrieb) stellt zuhanden des Blauen Kreuzes eine Liste mit den zu testenden Betrieben zusammen. In Frage kommen Lebensmittel-detailhandel, Ladenketten, Kioske, Tankstellen-Shops, Take-aways, Bars und Restaurants, aber auch Vereinslokale, in denen Alkohol ausgeschenkt wird, sowie Veranstaltungen, zu denen Jugendliche Zutritt haben. So werden auch Standbetreibende an Jahrmärkten auf die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften kontrolliert.

Ein Testteam besteht aus 2–3 Personen, nämlich den Testkäuferinnen und Testkäufern sowie einer erwachsenen Begleitperson. Die Testteams werden vor ihrem ersten Einsatz genauestens instruiert. Testpersonen sind Kinder bzw. Jugendliche im Alter zwischen 13 und 15 Jahren, die oftmals via andere Jugendverbände für die Teilnahme an



den Testkäufen gewonnen werden können.<sup>4</sup> Bedingung ist, dass sie deutlich unter 16 Jahren alt sind und das Einverständnis der erziehungsberechtigten Personen vorweisen können. Mittlerweile melden sich sehr viele Jugendliche von selbst, um beim Projekt mitzumachen. Die Begleitpersonen müssen über 18 Jahre alt sein und die Verantwortung für die Dokumentation übernehmen. Die Begleitpersonen sind entweder Leiterinnen der entsprechenden Jugendorganisationen, private Bezugspersonen oder Polizeibeamte.

### Vorgehen

Mit Hilfe der Betriebsliste und der Strassenpläne gehen die Testteams «einkaufen». Der Testkauf soll wie ein «normaler» Einkauf getätigt werden. Es dürfen nur Bier, Wein oder Alcopops gekauft werden. Der Aufforderung seitens des Verkaufspersonals, einen Ausweis zu zeigen, müssen die Testpersonen nachkommen. Auf die Frage nach dem Alter oder für wen die gekauften Alkoholika sind, müssen sie wahrheitsgetreu antworten. Wenn der beabsichtigte Kauf durch das Verkaufspersonal verhindert wird, verlassen die Testpersonen ohne Waren den Betrieb. Wird Alkohol illegal abgegeben, verlangen die Jugendlichen (nach Möglichkeit) den Kassabon als Beleg. Im optimalen Fall können die Testpersonen den Namen der Verkaufsperson festhalten, ansonsten dokumentieren sie andere markante Wahrnehmungen der Verkaufsperson (z. B. Haarfarbe, Geschlecht, Alter, Grösse) auf dem Testkaufprotokoll. Darauf wird auch für jeden Testkauf(versuch) Name und Anschrift des Betriebs, Tag und Uhrzeit des Testkaufs, ob es zum illegalen Alkoholverkauf gekommen ist oder ob kein Verkauf stattgefunden hat, notiert. Eine genaue Produktbezeichnung des erstandenen Alkohols inkl. Preis wird notiert und nach Möglichkeit der Kassenbeleg angeheftet. Positive oder negative Reaktionen der Anbieter werden ebenfalls festgehalten und es wird auch vermerkt, ob nach dem Ausweis oder dem Alter gefragt wurde. Es passiert oft, dass zwar ein Ausweis verlangt und angeschaut wird und danach trotzdem Alkoholika verkauft werden. Die Protokolle sind die Basis für die Statistik und dienen als Beweismaterial für Verzeigungen und allfällige Sanktionen. Die Alkoholika sind Eigentum

der Auftraggebenden und werden diesen abgeliefert.

### Sanktionen für die fehlbaren Betriebe

Betriebe, die sich an die gesetzlichen Vorgaben halten, werden benachrichtigt, dass ein Testkauf durchgeführt wurde und sich das Personal des Betriebs korrekt verhalten hat. Wo dies nicht der Fall ist, können die Gemeinden Sanktionen aussprechen: An einigen Orten werden Patentinhabende, die sich des illegalen Alkoholverkaufs an Kinder und Jugendliche nachweislich schuldig gemacht haben, zu einer Stellungnahme und Nachschulung vorgeladen. Andernorts werden bei wiederholtem illegalem Verkauf Bussen ausgesprochen und Schulungen zum Thema Jugendschutz und Alkohol angeordnet. Wieder andere sprechen sofort, beim ersten Missachten der gesetzlichen Vorschriften bereits Bussen aus. Bei Testkäufen, die durch die Polizei begleitet werden, wird die Verzeigung vor Ort eröffnet. Auch schriftliche Verwarnungen mit der Ankündigung der Verzeigung im Wiederholungsfall oder sogar temporäre Patententzüge sind möglich. Ein Vergleich der Resultate war bisher nur bedingt möglich, da das Vorgehen meistens nicht identisch und die

Summe der getesteten Betriebe zu unterschiedlich waren. Am aussagekräftigsten sind die Ergebnisse einer Testkaufserie im Kanton Zug. Sämtliche Testkäufe dort wurden in Zusammenarbeit mit den politischen Gemeinden, der Polizei und dem Zürcher Blauen Kreuz unter gleich bleibenden Bedingungen durchgeführt. Bei der ersten Testkaufserie verkauften 49% der getesteten Betriebe illegal Alkohol. Diese Zahl sank nach dreimaliger Durchführung auf 25%!

### Wirksamkeit

Die Resultate zeigen sowohl die Wirksamkeit des Instruments der Testkäufe als auch die Notwendigkeit, die Bemühungen weiter zu verstärken.

Es sollen so viele Gemeinden und Endanbietende von Alkoholika wie möglich für das Projekt gewonnen werden. Dadurch wird der Aufwand pro Testkauf bzw. Betrieb für alle Beteiligten kleiner und die Rechtsgleichheit und Vergleichbarkeit der Resultate gewährleistet.

Es ist unser Ziel, eine konsequente, flächendeckende und kontinuierliche Kontrolle, wie sie im Gesetz vorgesehen ist, zu verankern. Von hoher Bedeutung sind dabei die begleitenden Schulungs- und Sensibilisierungsmassnahmen.

## Verhaltensprävention am Beispiel des Streetdance-Netzwerks «roundabout – moving girls»

Sieben Jahre «roundabout»: Im Sommer 1998 steht die Idee, ein HipHop-Projekt für junge Frauen zwischen 12 und 20 Jahren soll es werden. Regelmässiges Tanztraining, ergänzt durch einen gemütlichen Teil, in dem die Teilnehmerinnen einen Raum erhalten, wo sie sich nicht verstellen müssen, sich frei bewegen und offen sprechen können und Ernst genommen werden. Am 1. Januar 2000 wird das Projekt mit dem Namen «roundabout – moving girls» geboren, ein HipHop-Projekt des Blauen Kreuzes, Kinder und Jugendwerk. Die ersten Tanzgruppen werden gegründet.

14. Juni 2007, 18.30 Uhr. Aus einem Raum des Kirchgemeindehauses Saas hört man HipHop-Beats. Gisela Rade

leitet sieben Mädchen durch das Warmup, dann lernen sie den nächsten Teil der Choreografie. Nach dem Training sitzen alle wohligh erschöpft in einer Runde, bei Snacks wird geschwätzt und ausgetauscht.

Saas ist eine der 73 «roundabout»-Gruppen, die es heute in der Schweiz gibt. Die Tendenz ist steigend. Streetdance ist cool. Deshalb und aufgrund des niedrigen Preises liegt die Hemmschwelle tief, bei «roundabout» mitzumachen. Wie in Saas trainieren viele Gruppen in ländlichen Gegenden und nicht etwa nur in Städten und Vororten.

Inzwischen ist «roundabout» sieben Jahre alt und fester Bestandteil des Angebots des Blauen Kreuzes. Street-

## «roundabout» aus Sicht einer Leiterin

Gisela Rade, 25 Jahre, Lehrerin und Musicaldarstellerin, ist ehrenamtliche Leiterin der «roundabout»-Gruppe Saas, die sie vor eineinhalb Jahren selbst gegründet hat. Sie empfindet es als wichtig, dass jedes Mädchen ungeachtet seines tänzerischen Niveaus bei «roundabout» mitmachen kann, auch wenn dies gleichzeitig für sie als Leiterin eine der grösseren Herausforderungen darstellt. Zudem betont sie die Bedeutung des gemütlichen Teils, der Raum für Gespräche bietet. Dabei tauchen oft ganz alltägliche Themen auf, die von den Mädchen selbst eingebracht werden. Interessant war zu erleben, wie eine Diskussion über Werte anschliessend Auswirkungen auf den Umgang untereinander zeigte.

Gisela Rade schätzt das «roundabout»-Netzwerk sehr, die damit verbundenen vielseitigen Schulungen, den Austausch mit anderen Leiterinnen und die Unterstützung durch die kantonale Leiterin. Ein Höhepunkt war z.B., als die Gruppe die Videoaufnahme eines Auftritts auswertete und sich jede Teilnehmerin ein persönliches Verbesserungsziel setzte.

dance ersetzt heute in der Erläuterung den Begriff HipHop, weil so der Tanzstil genauer beschrieben wird. «roundabout» ist ein nationales Netzwerk und in vielen Regionen der Deutschschweiz aktiv. Drei nationale Events haben schon stattgefunden. Am wichtigsten ist aber, was vor Ort geschieht: Rund 140 junge Frauen leiten die Gruppen – grösstenteils ehrenamtlich – und führen wöchentlich ein Training durch.

### Ziele und Methoden

Ziel ist es, junge Frauen in ihrer Einzigartigkeit zu unterstützen und sie zu ermutigen, liebevoll mit sich selbst umzugehen. Basis und Motivation dazu sind das christliche Menschenbild: Jeder Mensch ist ein einzigartiges und wertvolles Geschöpf. Ausgehend von der ursachenorientierten Prävention sollen Mädchen und junge Frauen befähigt werden, sich eigenverantwortlich mit der Umwelt und natürlich auch mit sich selbst auseinander zu setzen, Schwierigkeiten zu überwinden und Konflikte anzugehen. Streetdance macht zuerst und vor allem Spass. Gleichzeitig fördert regelmässiges Training das Rhythmusgefühl sowie die Koordinationsfähigkeit, Kraft, Beweglichkeit und Ausdauer. Dies wiederum führt zu einem guten Körpergefühl und zu mehr Selbstbewusstsein. Auch Auftritte sind wichtig, sie können verbindende und einmalige Erlebnisse sein. Der Applaus tut gut und macht stolz und selbstsicher. Die Erfahrung, als junge Frau etwas zu bewirken sowie zeigen zu können, was sie kann, ist ein wichtiger suchtpräventiver Schutzfaktor.

Die Adoleszenz stellt in vielerlei Hinsicht eine besonders anforderungsreiche Lebensphase dar. In dieser Zeit können sich gesundheitsgefährdende Verhaltensweisen, Suchtverhalten und Essstörungen vermehrt entwickeln. «roundabout» will in dieser Phase gesundheitsfördernd einwirken. Das körperliche Wohlbefinden soll durch das Tanztraining gesteigert werden. Ebenso wichtig ist aber auch das psychische und soziale Wohlbefinden: Die Gemeinschaft in einer Gruppe ist elementar, der Austausch erweitert den eigenen Horizont und hilft, eine eigene Meinung zu bilden. Weil diese noch nicht so fest gefügt ist, suchen junge Menschen nach Vorbildern, Menschen, die sie verstehen, eine klare Haltung einnehmen und glaubwürdig leben. Der konstante Kontakt zu den Gruppenleiterinnen kann ihnen einen Halt bieten.

### «roundabout» als Netzwerk

Die Beziehungen innerhalb der Gruppe sind sehr wichtig. Doch auch die Verbindungen innerhalb des Netzwerks werden hoch gewertet. Kantonale Leiterinnen betreuen und coachen die Gruppenleiterinnen. Diese nehmen regelmässig an nationalen oder kantonalen Schulungen teil, die auch dem Erfahrungsaustausch unter den Leiterinnen dienen. Gemeinsame Events stellen oft Höhepunkte dar. Vernetzung in den Ortschaften der Gruppen entsteht unter anderem auch dadurch, dass hinter jeder Gruppe eine lokale Partnerorganisation steht (Kirchgemeinde, offene Jugendarbeit etc.), welche das Netzwerk finanziell unter-

stützt, Räumlichkeiten zur Verfügung stellt und nach Möglichkeit die Gruppe in die örtliche Jugendarbeit integriert.

Der Netzwerkgedanke gewann in den letzten Jahren an Bedeutung: Mit Unterstützung aus der Schweiz wurden in Namibia drei «roundabout»-Gruppen gegründet und in Schweden sind es bereits acht Gruppen, eine Zahl die stetig steigt. So bildet «roundabout» mittlerweile sogar ein internationales Netzwerk.

### Bestätigte Wirkung

Dass es «roundabout» gelingt, seine Ziele zu erreichen, wird durch die im Jahr 2004 durchgeführte umfangreiche Evaluation bestätigt: *«Insgesamt kann «roundabout» somit als günstiger Einfluss auf wesentliche Gesundheitskompetenzen der Mädchen im Sinne des nutbeam-Modells (Ruckstuhl & Abel 2001) bewertet werden. Dieser günstige Einfluss hilft den Mädchen, einen gesunden Lebensstil aufrecht zu halten und zu festigen. Die Wirkung des Projektes geht somit über eine reine Verbesserung der körperlichen Fitness hinaus. Es kann bei «roundabout» insofern von einem Mehrwert in Richtung Gesundheitsförderung gesprochen werden.»*<sup>5</sup> ■

#### Fussnoten

- <sup>1</sup> Paul Gisin, lic. phil., Stellenleiter der Fachstelle «Alkohol am Steuer nie» – Medienmitteilung vom 24.10.2002
- <sup>2</sup> Vgl. Renate Heer, Jugendschutz und Alkohol in der Schweiz, in: Abhängigkeiten 3/2005 sfa, S. 25.
- <sup>3</sup> Unter dieses Gesetz fallen Spirituosen, Liköre, Aperitive und auch Alcopops
- <sup>4</sup> Viele Organisationen nutzen die Möglichkeit, die Thematik auf diesem Weg in der Gruppe aufzunehmen und zu diskutieren.
- <sup>5</sup> David Weibel, Gisela Bähler, Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Bern, Evaluation «roundabout – moving girls», Bern 2004, S. 62