

Zeitschrift: SuchtMagazin
Herausgeber: Infodrog
Band: 48 (2022)
Heft: 4-5

Artikel: "Alkohol? Weniger ist besser!" : Eine erfolgreiche Präventionskampagne im Porträt
Autor: Rummel, Christina / Linde, Petra von der
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1033480>

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>

«Alkohol? Weniger ist besser!» – Eine erfolgreiche Präventions- kampagne im Porträt

2022-4 & 5
Jg. 48
S. 31 - 34

Die Aktionswoche Alkohol in Deutschland unter dem Motto «Alkohol? Weniger ist besser!» findet seit 2007 in der Regel alle zwei Jahre statt. Vom 14. bis 22. Mai 2022 wurde die bundesweite Präventionskampagne bereits zum 8. Mal aufgelegt. Die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e. V. (DHS) organisierte die Aktionswoche Alkohol 2022 in enger Zusammenarbeit mit dem Suchthilfeverband Blaues Kreuz Deutschland e. V. (BKD). Der thematische Schwerpunkt lag dieses Mal im Bereich der Sucht-Selbsthilfe. Im Folgenden werden Ziele, Rahmenbedingungen, Elemente und der Impact der Kampagne beleuchtet.

CHRISTINA RUMMEL

Master of Health Administration (MHA), Geschäftsführung und Referat Grundsatzfragen, Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e. V. (DHS), Westenwall 4, D-59065 Hamm, Tel.: +49 (0)2381 9015 0, rummel@dhs.de, www.dhs.de

PETRA VON DER LINDE

Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e. V. (DHS), Westenwall 4, D-59065 Hamm, Tel.: +49 (0)2381 9015 0, vonderlinde@dhs.de, www.dhs.de

Die Aktionswoche Alkohol – Ziele, Rahmenbedingungen und Hintergrund

Die Aktionswoche Alkohol ist eine deutschlandweite Gesundheitskampagne, die in erster Linie auf Freiwilligkeit, Bürgerengagement und Selbsthilfe baut. Ziel ist es, eine breite Öffentlichkeit auf die Risiken des Alkoholkonsums aufmerksam zu machen. Dabei geht es explizit nicht um die Diagnosestellung «Abhängigkeit» oder die Ansprache einer im Verhältnis gesehen kleineren Gruppe abhängig konsumierender Menschen, sondern darum, möglichst viele Menschen in ganz Deutschland über die Gefahren des Alkoholkonsums zu informieren und zum Nachdenken über den – gesellschaftlichen wie persönlichen – Umgang mit Alkohol anzuregen. Ein Hauptfokus der Aktionswoche Alkohol liegt auf der Kooperation und Vernetzung der Sucht-Selbsthilfe mit der Suchthilfe sowie anderen Akteur:innen aus dem Gesundheits- und Sozialwesen. Die nachhaltige Zusammenarbeit auf lokaler Ebene wird durch gemeinsame Veranstaltungen angeregt, gestärkt und ausgebaut.

Die Aktionswoche Alkohol ist seit der ersten Durchführung im Jahr 2007 stetig und öffentlichkeitswirksam gewachsen. Sie steht unter der Schirmherrschaft des Sucht- und Drogenbeauftragten der Bundesregierung und hat viele nationale wie auch internationale Partner:innen. Durchschnittlich finden während des neuntägigen Aktionszeitraums rund 1000 Veranstaltungen in ganz Deutschland statt. Einen alleinigen Veranstaltungsort oder ein bestimmtes Aktionsformat gibt es daher nicht. Vielmehr lebt die Kampagne von der Vielfalt der Aktionen an zahlreichen verschiedenen Orten. Die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e. V. (DHS) unterstützt federführend die Veranstaltenden in den Regionen. Sie gibt Anregungen und Ideen für Aktionen und Veranstaltungsformate, stellt kostenlos Plakate, Infomaterialien und Give-aways zur Verfügung, koordiniert übergeordnete Aktivitäten und macht bundesweit Öffentlichkeitsarbeit.

Angelehnt an die Herangehensweise der Aktionswoche Alkohol wird auch ausserhalb Deutschlands der Blick auf die Gefahren des Alkoholkonsums ge-

lenkt. Vom 17. bis 23. Mai 2021 wurde in Österreich und Liechtenstein die Dialogwoche Alkohol online durchgeführt. Im Fokus stand ebenfalls der kritische Umgang mit Alkohol. Die Dialogwoche Alkohol findet in Liechtenstein bereits seit 2011 alle zwei Jahre statt. Österreich war 2017 erstmalig dabei. Die Dialogwoche Alkohol in der Schweiz fand erstmalig 2015 und letztmalig 2019 statt. Unter der Fragestellung «Wie viel Alkohol ist zu viel?» gab es zahlreiche Veranstaltungen und Aktionen. Die zweite Ausgabe der Aktionswoche Alkohol in Luxemburg vom 18. bis 26. Mai 2019 stand unter dem Schwerpunktthema «Alkohol am Arbeitsplatz».

Zur Erinnerung: Deutschland ist eine «Alkoholnation»

Der Alkoholkonsum in Deutschland ist selbstverständlich und weit verbreitet. Aus diesem Grund ist eine Aktionswoche Alkohol so notwendig und wichtig.

Der Konsum keines anderen Suchtmittels ist in der Bundesrepublik gesellschaftlich derart breit akzeptiert. Dass

Alkohol abhängig machen kann, wissen zwar die meisten, aber wie hoch die gesundheitlichen Risiken – auch eines geringen bis moderaten – Alkoholkonsums wirklich sind, wird häufig verdrängt (vgl. Artikel von Gmel in dieser Ausgabe). Hartnäckig hält sich die Meinung, Alkohol sei gesund. Er wird sogar zum Kulturgut verklärt. Diese Mythen überschatten seit jeher einen realistischen Blick auf die Gefahren des Konsums von Alkohol. Zuallererst gesundheitlich: Alkohol ist ein Zellgift. Zahlreiche körperliche Erkrankungen, z. B. der Leber und auch Krebserkrankungen, sind auf den Konsum von Alkohol zurückzuführen. Auch für Personen, die keinen Alkohol trinken, kann der Konsum in gesundheitlicher und/oder sozialer Hinsicht zur Gefahr werden. Betroffen sind bspw. Angehörige und Partner:innen, Kinder und Jugendliche (sowie Ungeborene im Mutterleib), Strassenverkehrsteilnehmende, Kolleg:innen am Arbeitsplatz oder weitere Unbeteiligte im privaten und öffentlichen Raum. Dies wird als «Passivtrinken» bezeichnet (Rummel 2018; vgl. Artikel von Rummel in dieser Ausgabe).

Deutschland bleibt im internationalen Vergleich weiterhin ein Hochkonsumland für Alkohol, obwohl der Verbrauch an alkoholischen Getränken gegenüber dem Vorjahr und auch längerfristig sank: von 14,4 Litern Reinalkohol im Jahr 1970 auf 10,2 Liter im Jahr 2019 pro Bundesbürger:in ab 15 Jahren (John & Hanke 2018; John et al. 2022).

In einer Statistik der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) nahm Deutschland im Jahr 2019 beim Alkoholkonsum unter 44 Nationen die 13. Position ein. Damit liegt der Verbrauch deutlich über dem Durchschnitt der OECD-Länder pro Bürger:in ab 15 Jahren (OECD 2020).

2016 starben in Deutschland 19 000 Frauen und 43 000 Männer an einer alkoholbezogenen Todesursache. Das entspricht 4 % aller Todesfälle unter Frauen und 9,9 % aller Todesfälle unter Männern (Global Burden of Disease 2016 Alcohol Collaborators 2018; John et al. 2022). Es gibt keine gesundheitsförderliche Wirkung bestimmter alkoholischer

Getränke oder geringer bis moderater Trinkmengen. Daher gilt in puncto Alkohol der Grundsatz: Weniger ist besser!

Rückblick auf die Aktionswoche Alkohol 2022

Innerhalb des Aktionszeitraums im Mai 2022 waren Tausende Engagierte bei insgesamt rund 900 Veranstaltungen in ganz Deutschland aktiv: Mitglieder von Sucht-Selbsthilfegruppen, die die Aktionswoche Alkohol insbesondere zur Vernetzung und zur Darstellung ihrer Angebote nutzten, aber auch Fachleute von Beratungsstellen, Fachkliniken und aus der Suchtprävention, Mediziner:innen, Apotheker:innen, Betriebe, Hochschulen, Einrichtungen der Verkehrssicherheit und Menschen, die sich in Vereinen und Kirchen engagieren. Nach den erfolgreichen Schwerpunktthemen 2017 «Kein Alkohol unterwegs!» und 2019 «Kein Alkohol am Arbeitsplatz!» stand in diesem Jahr thematisch die Sucht-Selbsthilfe im Vordergrund.

Verdeutlicht wurde, dass die Sucht-Selbsthilfe mit ihren Angeboten und Erfolgen sowie ihrer Wirkweise und Netzwerkarbeit ein unverzichtbarer Bestandteil effektiver Suchthilfe in Deutschland ist. Unter der zentralen Fragestellung «Wie ist deine Beziehung zu Alkohol?» regte die Aktionswoche Alkohol 2022 dazu an, den Umgang mit der «Volksdroge Nr. 1» zu überdenken.

Mit vielfältigen und kreativen Veranstaltungsformaten und Aktionen gingen Veranstalter:innen in ganz Deutschland an den Start. So präsentierte der Sucht-Selbsthilfeverband Guttempler e. V. in Bielefeld in der «Galerie im Guttemplerhaus» eine überaus erfolgreiche Kunstaussstellung und lud zu einer Autor:innenlesung mit der Journalistin Nathalie Stüben ein, die aus ihrem Buch «Ohne Alkohol - die beste Entscheidung meines Lebens» las. Vielerorts, wo zahlreiche Menschen unterwegs waren, – etwa in Einkaufszentren oder in den Innenstädten – gab es Aktionsstände, teils auch mit interaktiven Elementen (z.B. Rauschbrillenparcours). Dort gingen Ehrenamtliche und Fachleute mit interessierten Bürger:innen in einen intensiven Dialog über Alkohol und Gesundheit. Auf

Konzerten in Freiburg setzte sich das Electro-Pop-Duo WILLMAN mit Fragen rund um das Thema Alkoholkonsum auseinander.

Neben einer Tour durch Suchtkliniken, Jugendhäuser und Clubs in Kooperation mit Suchtbeauftragten in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz standen Aktionen auf Instagram und TikTok auf dem Programm. Bei diversen Sport-Events, z. B. einer grossen Fahrradtour durch die Stadt Offenbach, stellten örtliche Selbsthilfegruppen ihre Arbeit einer interessierten Öffentlichkeit vor. Auch Kliniken beteiligten sich: So bot das LVR-Klinikum Essen u. a. Telefonsprechstunden zu verschiedenen Aspekten der Alkoholabhängigkeit an. Prof. Dr. Norbert Scherbaum, Direktor der Klinik für Abhängiges Verhalten und Suchtmedizin am LVR-Klinikum Essen und Vorstandsvorsitzender der DHS, informierte in einem Video zum Start der Aktionswoche Alkohol über die häufigste Suchterkrankung in Deutschland. Dieses und weitere Videos und Info-Beiträge wurden auf den Social-Media-Kanälen des psychiatrisch-psychosomatischen Fachkrankenhauses veröffentlicht.

Zudem gab es in etlichen Betrieben Informationsangebote und betriebliche Mitarbeiter:innenveranstaltungen rund um das Thema Alkohol. Deutschlandweit wurde vor, während und auch noch einige Zeit nach dem Aktionszeitraum im Fernsehen, im Radio, in den Printmedien sowie auf Onlineportalen und in den Sozialen Medien ausführlich über die Aktionswoche Alkohol berichtet.

Impact der Aktionswoche Alkohol

Was für einen Impact hat die Aktionswoche Alkohol? Dazu müssen die Ziele, die Zielgruppe und die Massnahmen der Kampagne näher betrachtet werden.

1. Die Botschaft: «Alkohol? Weniger ist besser!»

Die DHS mit ihren Verbänden und Kooperationspartner:innen will die Bevölkerung in Deutschland hinsichtlich der Gefahren des Alkoholkonsums sensibilisieren. Dabei stehen nicht Abhängigkeit oder Sucht im Fokus, sondern der Alkohol und seine Wirkungen. Der Fokus

auf das Suchtmittel macht es leichter, sich mit dem Thema Alkohol sachlich zu beschäftigen.

Insbesondere bei der Öffentlichkeitsarbeit und den qualitativ hochwertigen Materialien, die kostenfrei von allen Veranstaltenden bei der DHS zur weiteren Verteilung bestellt werden können, ist die Informationsvermittlung ein wichtiger Bestandteil. Die DHS greift hierbei auf einen grossen Pool wissenschaftlicher Expertise zurück. Einerseits wird die Medienarbeit überregional von der DHS durchgeführt, andererseits werden die Veranstaltenden ermuntert, vor Ort eigene Pressearbeit zu leisten. Unterstützend dazu werden Leitfäden, Vorlagen für Pressemeldungen und Tipps für Pressegespräche bereitgestellt.

Ein weiterer möglicher Erfolgsfaktor der Aktionswoche Alkohol in Deutschland ist der Verzicht des Begriffs der «Verantwortung», der bei der ersten Suchtwoche im Jahr 2007 noch im Mittelpunkt stand. Die Erfahrung zeigt, dass die meisten Menschen der Ansicht sind, mit Alkohol verantwortlich umzugehen. Allerdings wird der Konsum und seine gesundheitlichen Folgen meist falsch eingeschätzt – siehe die sehr niedrigen Grenzwerte. Aufgrund dieser Relativität des Verantwortlichkeitsbegriffs wird die eindeutige Botschaft der Aktionswoche Alkohol hervorgehoben: «Alkohol? Weniger ist besser!».

2. Wer wird angesprochen?

Nicht Jugendliche und deren Konsum stehen im Fokus der Aktionswoche Alkohol, sondern die erwachsene Bevölkerung in Deutschland, die Alkohol trinkt.

Dies ist ein ungewöhnliches Vorgehen im Kanon gängiger Alkoholpräventionskampagnen, denn damit wird eine extrem grosse Zielgruppe in den Blick genommen. Diese wird jedoch mit unterschiedlichen Aspekten auf unterschiedlichen Kanälen und auf unterschiedliche Arten angesprochen. Hilfreich sind dazu u. a. die zehn vorgeschlagenen Veranstaltungsformate (z. B. «Suchthilfe und Selbsthilfe – Wir gehen raus!» oder «Alkoholprävention am Arbeitsplatz») als auch die zur Verfügung stehenden Materialien (Flyer, Broschüren, Give-aways ...). Die Veranstaltenden haben somit freie Wahl, wie und wo sie ihre eigene

Aktion gestalten, welche Materialien sie verteilen und welche Massnahmen sie für richtig erachten. Jede Veranstaltung, ob gross oder klein, trägt so zum Erfolg der Aktionswoche Alkohol bei.

Die Aktionswoche Alkohol ist nicht aus theoretischen Erwägungen konzipiert worden. Zum Zeitpunkt der ersten Durchführung im Jahr 2007 war sie ein neues Modell: Die Kommunikation der zentralen Botschaft und der Informationen sollte über den direkten Kontakt zur Bevölkerung gehen – und nicht ausschliesslich über die Politik oder Expert:innen. Gleichwohl diese natürlich (nach wie vor) einbezogen sind.

Dabei muss realistisch anerkannt werden, dass es eine Gruppe von Menschen gibt, die auch mit dem grössten Aufwand von den Risiken des Alkoholkonsums nicht überzeugt werden können. Diese Menschen sind oft mit dem Konsumgut Alkohol verwoben. Deswegen sollen in erster Linie jene Menschen angesprochen werden, die ein offenes Interesse an der Thematik haben und für Argumente zugänglich sind bzw. bereit sind, diese Argumente zu überdenken. Dies ist die Kern-Zielgruppe der Aktionswoche Alkohol.

3. Es braucht viele Menschen an vielen Orten, um die Botschaft zu vermitteln

Die Veranstaltenden vor Ort, die Ehrenamtlichen und Engagierten sind der Motor der Aktionswoche Alkohol. Hier wird nicht einfach Wind verursacht, um Aufmerksamkeit zu erregen, sondern es geht um das konkrete Ziel, die Risiken des Alkoholkonsums und den Umgang mit Alkohol breit zu thematisieren. Die zahlreichen Facetten der Thematik lassen sich unter dem «Dach» der Aktionswoche Alkohol mit einer gemeinsamen Stimme darstellen, wodurch ihre Botschaft hörbarer wird. Wichtig ist zudem, dass die Suchtprävention, die Suchthilfe und die Sucht-Selbsthilfe sich nach aussen präsentieren. Sie bekommen im Rahmen der Aktionswoche Alkohol die Gelegenheit, öffentlichkeitswirksam zu signalisieren: Wer Hilfe benötigt, bekommt sie bei uns.

Eindrücklich zeigen aber auch die gemeinsamen Kooperationspartner:innen, dass sie sich gemeinschaftlich in der Aktionswoche Alkohol engagieren.

Burkhard Blienert, Beauftragter für die Bundesregierung für Sucht- und Drogenfragen, unterstützt die Aktionswoche Alkohol 2022 als Schirmherr. Bewährt hat sich auch die Kooperation mit Gesundheitsministerien der Länder, Landesstellen für Suchtfragen, Landeszentralen für Gesundheit und regionalen Netzwerken der Suchthilfe und Suchtprävention. Die Steuerungsgremien auf Landesebene spielen eine bedeutende Rolle in der Koordinierung regionaler Aktionen.

Selbstverständlich sind auch die DHS Mitgliedsverbände involviert und organisieren und informieren rund um die Aktionswoche Alkohol. Grosser Dank gilt insbesondere den fördernden Institutionen, darunter die GKV-Gemeinschaftsförderung¹ sowie die Deutsche Rentenversicherung Bund.

4. Veränderte Einstellungen, Normen und Konsumrückgang?

Die Aktionswoche Alkohol wird als DIE Plattform genutzt, um auf notwendige strukturelle Veränderungen aufmerksam zu machen. Dazu gehören die langjährigen Forderungen der DHS, die Verfügbarkeit und Werbung von Alkohol einzuschränken, die Preise zu erhöhen und über das Abgabalter nachzudenken (vgl. auch WHO 2022).

Die Aktionswoche Alkohol trägt zu einem veränderten Umgang mit Alkohol sowie einer veränderten Einstellung und Stimmung bei. Denn: Nur wenig Kritisches zum Alkoholkonsum geschieht in Deutschland so konsequent und dauerhaft wie eben durch die Aktionswoche Alkohol, nun bereits im 15. Jahr.

Erkennbar sind veränderte Einstellungen sowohl bei der Veranstaltungsanmeldung als auch in der Darstellung in den Medien sowie in der Bevölkerung. Nachfolgend ein Beispiel: Eine Veranstaltungsanmeldung und Veröffentlichung auf der Aktionswochen-Webseite² ist zwingend notwendig, um a) auf die eigene Veranstaltung aufmerksam zu machen und um b) kostenfrei die Aktionsmaterialien bestellen zu können. Bei den ersten Aktionswochen gab es hierzu deutliche Widerstände – vor allem von betrieblicher Seite: Mitmachen ja, aber dies öffentlich zu erklären, stellte ein Problem dar. Hier hat eindeutig ein Wandel stattgefunden: Betriebe hinterfragen

dieses Prozedere nicht mehr, sondern können damit werben, in der betrieblichen Suchtprävention aktiv zu sein.

Vonseiten der Öffentlichkeit kamen in den Anfängen der Aktionswoche Alkohol zunächst auch Rückmeldungen, die in die Richtung gingen: «Ihr Abstinenzler wollt allen den letzten Spass verderben!», begleitet von einer negativ gefärbten Berichterstattung. Gespiegelt wurde, dass sich Menschen hierdurch persönlich kritisiert fühlten (was allerdings nie die Absicht war und nicht getan wurde). Diese Rückmeldungen gibt es mindestens seit der Aktionswoche Alkohol 2017 nicht mehr.

Hinsichtlich einer nachhaltigen Normveränderung in der Gesellschaft sollte dennoch vorsichtig geurteilt werden. Zu bemerken ist, dass die DHS und die Veranstaltenden auf das Thema Risiken des Alkoholkonsums/Umgang mit Alkohol deutlicher und ergebnisreicher hinweisen können und sich Gehör in den bundesweiten Medien verschaffen.

Der deutschen Alkoholpolitik kann für die Vergangenheit leider nur ein bescheidenes Zeugnis ausgestellt werden: Es gab hinsichtlich verhältnispräventiver Massnahmen³ einen grossen Stillstand. Eine positive Richtung in Bezug auf die verhältnispräventiven Massnahmen zu Alkohol ist aktuell laut dem Koalitionsvertrag der Ampelkoalition nur bei der Reduzierung von Werbung erkennbar – allerdings ist unscharf definiert, welche Einschränkungen genau passieren sollen.

Fazit

Eine Aktionswoche Alkohol ist ein wunderbarer Anfang, aber eine alleine ist gar nichts. Die bundesweite Präventionskampagne hat sich in Deutschland inzwischen etabliert und wird breit wahrgenommen. 2021 erreichten die DHS besonders viele Anfragen, da die für dieses Jahr turnusmässig anstehende Aktionswoche aufgrund der Coronapandemie und der daraus resultierenden organisatorischen Schwierigkeiten auf das Folgejahr verschoben werden musste. Es kamen zahlreiche Nachfragen, wann und ob die Aktionswoche Alkohol stattfindet, wo dennoch Material bestellt werden könne, wann berichtet würde, was das nächste Schwerpunktthema sei. Es wurde deutlich: Die Aktionswoche ist wichtig, sie bewegt eine Menge, die Veranstaltenden tragen die Botschaft «Alkohol? Weniger ist besser!» erfolgreich in die Öffentlichkeit und leisten damit einen Beitrag zur Gesundheit und Gesunderhaltung breiter Bevölkerungsgruppen. Es gilt, diese Erfolgsgeschichte weiter zu schreiben.

Literatur

Global Burden of Disease (2016)/Alcohol Collaborators (2018): Alcohol use and burden for 195 countries and territories, 1990–2016: A systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. *Lancet* 392(10152): 1015–1035. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31310-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31310-2), Zugriff: 14.07.2022.

John, U./Hanke, M./Freyer-Adam, J./Baumann, S./Meyer, Ch. (2022): Alkohol. S. 33–51 in: Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) (Hrsg.), *DHS Jahrbuch Sucht 2022*. Lengerich: Pabst Science Publishers.

John, U./Hanke, M. (2018): Trends des Tabak- und Alkoholkonsums über 65 Jahre in Deutschland. *Das Gesundheitswesen* 80(2): 160–171. doi:10.1055/s-0043-110854

OECD (2020): *Health at a glance. Europe 2020, state of health in the EU cycle*. Paris. <https://doi.org/10.1787/82129230-en>, Zugriff: 14.07.2022.

Rummel, C. (2018): Passivtrinken als gesamtgesellschaftliches Problem. S. 198–211 in: Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) (Hrsg.), *DHS Jahrbuch Sucht 2018*. Lengerich: Pabst Science Publishers.

WHO – World Health Organization (2022): No place for cheap alcohol. The potential value of minimum pricing for protecting lives. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe. <https://apps.who.int/iris/rest/bitstreams/1435687/retrieve>, Zugriff: 14.07.2022.

Endnoten

- ¹ Die gesetzlichen Krankenkassen und ihre Verbände unterstützen und fördern gemäss § 20h SGB V seit vielen Jahren Strukturen und Aktivitäten der gesundheitsbezogenen Selbsthilfe.
- ² Vgl. Website: www.aktionswoche-alkohol.de, Zugriff 14.07.2022.
- ³ Verhältnispräventive Massnahmen zielen auf die Veränderung der Umwelt und der Strukturen der Zielgruppe(n) (in Abgrenzung zur Verhaltensprävention).

