

- 2 Tabakwerbung und Jugend
- 3 Jugendliche im Zerrspiegel der Medien
- 4 Plakataktion „alkoholfrei am Arbeitsplatz“
- 5 Erziehung
- 6 Buchtipps
- 7 Konsumwahn und Kaufsucht



Warum ...

... denken wir so gern schlecht über unsere Kinder und Jugendlichen (diese „Komasäufer“!)?

Warum trauen wir ihnen selten zu, dass sie weder dümmer noch schlimmer sind als wir selber?

Warum zweifeln wir so leicht daran, dass aus ihnen zufriedene und gute Menschen werden?

Hat das vielleicht mit uns Erwachsenen zu tun? Man sagt ja auch: Wie man in den Wald hineinruft, so kommt es zurück.

Darum ...

... plädieren wir als Fachleute für Suchtprävention für eine zuseherhaltliche Haltung. Wir sind der Meinung, dass sich unsere Kinder und Jugendlichen – mit Hilfe lebenskluger und verantwortungsbewusster Erwachsener – gut entwickeln werden!

Mehr Werbung: mehr Raucher/innen

Viele Raucherkarrieren starten bereits in der Kindheit oder Jugend. Mitschuld daran trägt die Tabakwerbung: Je mehr Zigarettenwerbung Jugendliche sehen, desto stärker ist ihr Bedürfnis zu rauchen.

Schüler/innen und Werbung

Im Rahmen einer deutschen Studie beobachteten Wissenschaftler das Verhalten von rund 3.400 Schülern im Alter von zehn bis 17 Jahren. In der Gruppe mit hohem Werbekontakt hatten doppelt so viele Schüler schon einmal geraucht wie in der Gruppe mit niedrigem Werbekontakt. Die Anzahl der aktuellen Raucher lag sogar dreimal so hoch. Schüler, die zwar noch nie geraucht, aber schon viel Zigarettenwerbung gesehen hatten, würden bei Gele-

Wollen wir, dass Jugendliche mit dem Rauchen anfangen?

Nein. Aber warum lassen wir dann dafür werben?

**Denn eines ist sicher:
Werbung wirkt**



genheit eher einmal probieren wollen als Schüler mit geringem Werbekontakt.

Zielgruppe Jugendliche

Die Tabakindustrie setzt ganz bewusst auf Motive, die Jugendliche anspricht und reagiert aggressiv, wenn Werbemöglichkeiten eingeschränkt werden. So will der Tabakkonzern Philip Morris die norwegische Regierung wegen einer Bestimmung klagen, die es Geschäften verbietet, Tabakwaren sichtbar auszustellen. Die eigenwillige Argumentation des Tabakherstellers: Es gäbe „keine wissenschaftlichen Beweise, dass das Verbot gesundheitsfördernd ist“.

An wen richtet sich wohl dieses Werbemotiv?

- an ältere Herren
- an Damen im besten Alter
- an Jugendliche und junge Erwachsene

„fett – faul – süchtig“ - unsere Jugendlichen?

Sind die Jugendlichen so schlimm, wie der ORF dies zur Zeit vollmundig hinausposaunt?

Alkoholvergiftungen

Es trifft zu, dass in den letzten Jahren die Zahl der Einlieferungen Jugendlicher in die Kliniken gestiegen ist. Der weit überwiegende Anteil davon ist allerdings nicht allzu schwer alkoholisiert im Krankenhaus eingelangt, und bei fast allen war das Vorkommnis ein unbeabsichtigter „Trinkunfall“. Die so genannten „Komatrinker“ sind eine seltene Ausnahme.

4 : 1 für die Erwachsenen

So gut wie keine Beachtung haben die Medien in dieser Sache den Erwachsenen gewidmet. Zu unrecht: Über

80% aller Alkoholvergiftungen gehen auf das Konto der 20-70jährigen, wobei die meisten Fälle bei den in etwa 40jährigen zu verzeichnen sind. Dies zeigt für Tirol eine TILAK-Statistik für die Jahre 2002-2008.

Thema Rauchen

Erinnern Sie sich noch an die Schlagzeilen aus dem letzten Jahr mit den „erschreckenden“ Zahlen zum Tabakkonsum unserer Jugendlichen?

Davon einmal abgesehen, dass es sich dabei um Daten handelt, die eigentlich aus dem Jahr 2006 stammen und von den Medien seither mindestens dreimal in dramatisierender Manier „wieder aufgeköcht“ worden sind - was wurde bei dieser Studie eigentlich festgestellt?

Die jungen Österreicher/innen liegen im europäischen Vergleich mit an der Spitze: 24% der 15-jährigen Bur-

schen und 30% der Mädchen gelten als „regelmäßige Raucher/innen“. Und das sind all jene, die – bitte aufgepasst: „mindestens zweimal pro Woche zur Zigarette greifen“.

Zum Vergleich: In der Altersgruppe der 30-60jährigen Erwachsenen rauchen ca. 30%, diese aber durchschnittlich 15-20 Zigaretten am Tag!

Jemals geraucht zu haben, bekennen 35% der Schüler/innen. Ist uns aber auch mitgeteilt worden, dass immerhin jede/r Zweite (49,6%) nach der Probierphase wieder aufhört?

Fazit: Wir Erwachsenen wissen de facto weit besser als die Jugendlichen, „wo der Bartel den Most (das Bier oder den Schnaps) holt“, und auch beim Rauchen langen wir viel häufiger zu. Wir sitzen übrigens auch mehr als doppelt so lang in der Freizeit vor dem Bildschirm wie die Jugendlichen :-)

Mit der aktuellen Plakat-Serie laden wir Betriebe dazu ein, mit uns zusammen ein Zeichen zu setzen und dafür zu werben, am Arbeitsplatz keinen Alkohol zu konsumieren. Sowohl für die Mitarbeiter/innen, die Unternehmen als auch deren Kunden gibt hierfür gute Gründe. Einige werden auf den Plakaten kurz angesprochen.

Engagierte Tiroler Betriebe

In den vergangenen 7 Jahren haben über 6800 Mitarbeiter/innen (davon ca. 4200 Führungskräfte) aus Tiroler Betrieben an über 300 Informationsveranstaltungen, Seminaren oder Workshops des pib-Programms teilgenommen. Es hat sich unter Führungskräften offenbar inzwischen herumgesprochen: Alkoholprobleme sind vermeidbar bzw. lösbar - wenn rechtzeitig die richtigen Maßnahmen getroffen werden.

Plakataktion „alkoholfrei am Arbeitsplatz“



Zum Einsatz der Plakate

Wir empfehlen, alle fünf Motive zu verwenden, sei dies gleichzeitig an verschiedenen Orten im Betrieb oder nacheinander (beispielsweise im wöchentlichen Wechsel).

Alkohol spielt in vielen Lebensbereichen eine Rolle, Es geht nicht darum, eine bestimmte Branche als besonders problematisch darzustellen.

Kinder brauchen Wurzeln und Flügel!



Der Vortrag rundete das 30-jährige Jubiläum des **Eltern-Kind-Zentrums Innsbruck** ab. Tagsüber konnten Eltern zu verschiedensten Themen Workshops besuchen.

Warum ist Erziehung scheinbar schwieriger geworden?

Aus der Sicht der namhaften Erziehungswissenschaftlerin **Prof. Dr. Tschöpe-Scheffler** stellen vor allem die gesellschaftlichen Veränderungen eine große Herausforderung für Eltern und Familien dar. Wertevielfalt, Individualisierung sowie der ständige Entscheidungsdruck üben Druck aus. Es fehlen Vorbilder. Anstelle von Traditionen rücken Leistungs- und Erziehungsdruck in den Vordergrund.

Nur das Kind im Mittelpunkt?

Muss ich mich ausschließlich an den Bedürfnissen meines Kindes orientieren oder darf ich auch etwas für mich tun? Schadet das dann meinem Kind? Die Bedürfnisse der Eltern dürfen nicht zu kurz kommen, betont die Referentin.

„5 Säulen der Erziehung“

- ▶ Liebe
- ▶ Achtung
- ▶ Kooperation
- ▶ eine gute Tagesstruktur
- ▶ Förderung

Diese zentralen Erziehungsbausteine bilden ein tragfähiges Fundament. Wichtig ist dabei das rechte Maß und Ausgewogenheit, damit z.B. Liebe nicht in Übervorsorge mündet oder Struktur in ein erdrückendes Kontrollsystem kippt.

Die Expertin empfiehlt Eltern, mutig zu sein und sich selbst den Kindern auch zuzumuten. Sie appelliert an die intuitive Erziehungskraft. Erziehungskonzepte der Psychologie sind nur Idealmodelle, die nicht erreichbar und auch nicht erstrebenswert sind, denn **DIE** richtige Erziehung gibt es nicht.

**Jürgen Hardt; Matthias Ochs;
Uta Cramer-Düncher:
Verloren in virtuellen Welten
2009**

Mit seinem Avatar durch das Mittelalter, den undurchdringlichen Dschungel oder durch Städte der Zukunft streifen – virtuelle Welten wie „World of Warcraft“, „Counter Strike“ oder „Second Life“ machen es möglich. Besonders Jugendliche gehen auf Entdeckungsreise und können sich manchmal kaum noch von ihren Computern lösen.

Der übermäßige Gebrauch ist oft schwer von Missbrauch und Sucht abzugrenzen. Wie sind solche Online-Spielwelten aufgebaut, was macht ihre Faszinationskraft aus? Wann werden die Ausflüge in andere Wirklichkeiten gefährlich und wie kann man Betroffenen helfen? Damit beschäftigt sich dieser Band.



Online-Recherchen in unserer Bibliothek sind auf der Website des Österreichischen Büchereiverbandes möglich:

www.kontaktco.at/bibliothek

**Meinolf Bachmann:
Lust auf Abstinenz
2009**

Erst die Ausbildung von Alternativen eröffnet die Chance auf den Suchtmittelverzicht und ein ausgewogenes Leben. Das vorliegende Therapiemanual ist ein Arbeitsheft sowohl für Patient/innen als auch Therapeut/innen. Ein Gesamtkonzept strukturiert die Behandlung von Beginn bis zum Ende. Themen sind u.a. die Krankheitseinsicht und ein umfassender Änderungswunsch, ein besserer Umgang mit Gefühlen, das Rückfallrisiko, Partnerschafts- und Beziehungsprobleme und die Nachsorge. Entscheidend für die Patient/innen ist, dass sie an vielen Dingen wieder Spaß und Freude haben und so die „Lust auf Abstinenz“ geweckt werden kann.

Konsumwahn & Kaufsucht

Ein Kaufhaus sperrt auf, und in Innsbruck haben an einem Freitag um 8 Uhr in der Früh mehr als 2000 Menschen nichts Besseres zu tun, als sich am Eingang zu stauen. Man kann dies als Symptom einer Gesellschaft werten, in welcher der Konsum eine überragende Bedeutung einnimmt und für immer mehr Menschen auch zum Lebensinhalt wird.



Ich muss es haben! Jetzt!

Der Einkauf dient weniger seinem eigentlichen Sinn, also dem Erwerb von Gütern oder Dienstleistungen, sondern dem impulsiven Ausgleich einer inneren Leere bzw. eines niedrigen Selbstwerts. Die weit über den Bedarf hinaus gekauften Gegenstände werden dann teilweise un- ausgepackt in der Wohnung gelagert oder gar weggeworfen.

Was ist Kaufsucht?

Das zwanghafte Kaufen wird derzeit noch ähnlich wie die Spielsucht oder die Arbeitssucht nicht als eigenständige Krankheit gesehen, sondern zu den Zwangsstörungen gerechnet, manchmal auch zu den Impulskontrollstörungen.

Symptome

- ▶ unwiderstehlicher Drang
- ▶ Verlust der Selbstkontrolle
- ▶ Tendenz zur „Dosissteigerung“ (es wird immer häufiger und teurer gekauft)
- ▶ „Entzugserscheinungen“
- ▶ Fortsetzung des Verhaltens trotz negativer Folgen (z.B. Schulden).

Erst wenn mehrere solcher Merkmale im Kaufverhalten klar ausgeprägt sind, kann von süchtigem Kaufverhalten gesprochen werden.

Sucht entsteht nicht von heute auf morgen

Eine Kaufsucht entwickelt sich. Eine Phase in diesem Entwicklungsprozess sind die sogenannten „Frustkäufe“. Sie haben die Funktion, Unzufriedenheit kurzfristig auszugleichen und Problemen auszuweichen. Dies kann ganz bewusst geschehen und ist grundsätzlich eine „normale“ und funktionale Strategie für die Psyche. Gefährlich wird es, wenn solche Situationen regelmäßig durch Käufe überwunden werden, der Frustkauf zur Gewohnheit wird. Das Problem, vor dem ausgewichen wird, ist dann nicht mehr nur ein vorübergehendes, sondern liegt in einem Persönlichkeitsdefizit, in der Regel einer Selbstwertschwäche, die sehr unterschiedliche Ursachen haben kann.

Kaufsucht bleibt oft lange unerkannt

Kaufen ist gesellschaftlich gebilligt, sogar erwünscht. Man hat zunächst kein schlechtes Gewissen, „sich etwas zu gönnen“. Geldprobleme können kurzfristig mit Kontoüberziehungen, Krediten oder dem Auflösen von Sparbüchern versteckt werden. Kreditkarten erleichtern dies noch. Häufig tritt die Kaufsucht auch abwechselnd oder gleichzeitig mit anderen Süchten auf.

Österreich

Mit 5,6 % stark kaufsuchtgefährdeten Personen über die ganze Bevölkerung hinweg betrachtet, stellt Kaufsucht auch in Österreich ein relevantes Thema dar.

Laut einer Erhebung aus dem Jahr 2004 hat das Alter einen Einfluss auf eine Kaufsuchtgefährdung. Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 24 Jahren seien stärker betroffen.

Konsumkritik

Jede starke Bewegung erzeugt auch Gegenkräfte. „No logo“, das Buch von Naomi Klein hat schon vor ein paar Jahren viele Leser/innen gefunden, weitere aktuelle Neuerscheinungen weisen in dieselbe Richtung (siehe hinten).

Es gibt inzwischen auch innovative Vorstöße im Internet, die zum Konsumverzicht anregen, wie die Website zum alljährlichen „**Buy Nothing Day**“ („shop less, live more“). Ein weiteres charmantes Beispiel ist die Website **“threebeautifulthings“**, die immerhin schon über 300.000 Besucher/innen zählen kann. Sie bietet nichts anderes als dankbare Worte für die vielen schönen Dinge des Lebens, die kein Geld kosten.

<http://www.buynothingday.co.uk/>

<http://threebeautifulthings.blogspot.com/>

Zahlen

Die Datenlage ist nicht sehr gut und auch nicht aktuell. Die Schätzungen bezüglich der Häufigkeit dieser Form von Suchtverhalten liegen für die Industrienationen in einer beträchtlichen Schwankungsbreite von 1,1% bis 9%.

Das **Verhältnis von Frauen und Männern** mit einem krankhaften Zwang einzukaufen liegt laut deutschen Studien etwa bei 60 zu 40. Das Einkaufen scheint vor allem für junge Frauen eine gute Möglichkeit zu sein, sich von Problemen abzulenken.

Frauen kaufen vor allem Kleidung, Schuhe, Schmuck, Haushaltsgeräte, Lebensmittel oder Bücher. Männer zieht es eher zu Autozubehör, technischen Geräten, Sportartikeln und Antiquitäten. Nicht selten kommt es zur völligen Überschuldung.

Aktuelle Bücher

John Naish: Genug.

Wie Sie der Welt des Überflusses entkommen

Marianne Gronemeyer: Genug ist genug.

Über die Kunst des Aufhörens

Marianne Gronemeyer: Die Macht der Bedürfnisse: Überfluss und Knappheit

Martin Lindstrom: Buy-ology

Warum wir kaufen, was wir kaufen

Peter Walsh: Alles zuviel!

Selbsttest zur Kaufsucht

<http://www.palverlag.de/Psychotest-Kaufsucht.html>

Quellen: Studie: Kaufsucht in Österreich, 2004

Wissenschaftliche Leitung: ao Univ. Prof. Dr. Karl Kollmann

www.arbeiterkammer.at/bilder/d85/AKStudie_Kaufsucht.pdf

2008

Reisch, Neuner, Raab: Kaufsucht als nichtstoffgebundene

Abhängigkeit entwickelter Konsumgesellschaften, 2009



kontakt+co Suchtprävention Jugendrotkreuz ist seit 1996 im Auftrag des Landes Tirol tätig. Die Fachstelle ist in der Trägerschaft Rotes Kreuz/Jugendrotkreuz eingerichtet.

Aufgaben:

- Information, Fachberatung und Bildungsarbeit
- Servicestelle für Materialien etc
- Projekt- und Programmentwicklung
- Vernetzung und Koordination
- Qualitätssicherung
- Öffentlichkeitsarbeit

Zielgruppen:

Familie, Schule, Jugendarbeit, Gemeinde, Arbeitswelt

Impressum: kontakt+co Suchtprävention Jugendrotkreuz
Mag. Sandra Aufhammer, Dipl.Päd. Brigitte Fitsch,
Mag. Gerhard Gollner, MMag. Harald Golser,
MMag. Gregor Herrmann
Anschrift: Bürgerstraße 18, 6020 Innsbruck
Tel. 0512/585730 | Fax 0512/585730-20
office@kontaktco.at | www.kontaktco.at