



Evaluation

aha – alternative happy hours

Gruppengespräche mit Jugendlichen in den AHA-Lokalen

Juni-September 2008

Bozen – Bruck/Mur – Graz – Mödling – Steyr – Wr. Neudorf



Lokalauswahl

- Anscheinend hat sich die Palette der Lokale in den einzelnen Städten in dem Jahr nicht besonders verändert: Es werden die gleichen für Jugendliche interessanten Lokale wie am Beginn des Projekts genannt. Auch bei der Lokalauswahl lassen sich keine Änderung der Vorlieben der einzelnen erkennen.
- Als Hauptargumente für die Auswahl sind gute Stimmung, Musik und Sozialkontakte.
- Die zentrale Lage ist ein weiterer Grund für die Wahl. Die untersuchten Lokale sind sehr oft auch der Startpunkt für weitere Unternehmungen (Luxor, Milkyway, Papperlapapp).
- Keine Änderung aber auch bei der Angabe, dass kein ausreichendes Angebot in der Gemeinde besteht. Besonders deutlich wird dies in Guntramsdorf / Mödling. Am seltensten wird das Argument in Graz gebraucht. In Bruck/Mur suchen die Jugendlichen szenemäßig ihre Lokale aus, wo es für Punks nur ein Lokal gibt, Krocha oder Emos haben mehr Angebote.

- *Weil's nah ist.*
- *Da trifft man immer Leute die man kennt.*
- *Hier triffst du die Kollegen, die du sonst nicht triffst.*
- *Es gibt sonst nichts.*
- *Wenn Konzerte sind, komm ich immer hier her.*



Rituale im Lokal

- Die Jugendlichen haben Stammgetränke, die sie in dem Lokal immer wieder bestellen. Die Kellner / Gastwirte wissen bescheid und fragen bereits, wenn die Gäste herein kommen. Die Getränke variieren bei Mädchen mehr als bei den Burschen (hier hat bei der untersuchten Gruppe eindeutig Bier den Getränkekonsum dominiert)
- Der Ablauf des Aufenthalts in bestimmten Lokalen läuft nach wie vor stets nach demselben Muster ab. Diese Muster sind gruppenspezifisch und lokalabhängig.
- Es konnten in Folge des Projekts keine neuen, alternativen Rituale in den einzelnen Lokalen gefunden werden.
- *Das ist immer gleich: Wir treffen uns hier, die Loge zwei ist unser Platz, dann kommt schon ein Kellner, fragt was wir wollen, dann reden wir. Da ist immer was los.*
- *Wenn ich rein komm, weiß man schon, was ich will.*
- *Ja, unser Platz ist da hinten, bei der Tanzfläche. Da kommen alle vorbei und man sieht wer da ist.*



Aktionen im Rahmen von AHA

- Welche AHA-Aktionen in Lokalen wahrgenommen wurde? Praktisch keine!
- Man erinnert sich an Events (Vinylparty, Kübelsaufen...), an Konzerte und Happy Hours in den untersuchten und in anderen Lokalen.
- AHA-Aktionen werden nur im Papperlapapp ungestützt genannt (Weinverkostung, Schnapsverkostung, Punsch mal anders, Bierverskostung [im Moskito]).
- Im Röda erinnert man sich nach einigem Reden über Konzerte, dass eine Alkoholausstellung stattfand und es ein breiteres Tee-Angebot gab.
- Das heißt, dass manchmal die Veranstaltung oder Aktion erinnert wird, aber nicht mit den Namen AHA in Verbindung gebracht wird – was der Wirksamkeit keinen Abbruch tut.
- In den anderen Lokalen erinnert man sich – vielleicht – an Getränkeaktionen; diese AHA-Aktionen sind für die dort befragten Jugendlichen aber nicht einmal annähernd mit den lauten, grellen und lustigen Events vergleichbar, über die man sonst so viel spricht.
- *Im Papperla hat es eine Schnapsverkostung gegeben. Da ist ein Schnapsfachmann gekommen und hat fünf verschiedene Schnäpse mitgebracht – einen Trebern, einen Whisky, Motenegro – so einen Bitterschnaps. Dann hat er uns erklärt wie das geht, woher das kommt und das Papperla hat natürlich Snacks angeboten. Das war sehr fein.*
- *Da gibt es immer irgend etwas. Jetzt ist zum Beispiel jeden Donnerstag ein Shot um einen Euro! AHA? Ja da war doch einmal so eine Aktion, dass Soda Zitron nur 1,50 gekostet hat. War das von AHA?*
- *Bei uns gibt es immer zum Wein ein Glas Wasser, auch zu Shots. Bei Cocktails nicht so, also natürlich bekommt man es, wenn man bestellt.*



Wahrnehmung von AHA

- Im Gegensatz zu den Aktionen kann man sich an die Key Visual und an die Gimmicks recht gut erinnern.
- Nicht in allen Lokalen kann man sich an die Botschaften, an die Sprüche erinnern, dass es aber etwas gegeben hat – daran erinnern sich die Jugendlichen.
- Grundsätzlich sind die Jugendlichen sehr positiv gegenüber solchen Aktivitäten eingestellt. Sie geben aber an, dass man sich dadurch nicht zuviel erwarten darf: Wenn man abends weggeht, wird man etwas trinken, und eben auch mal zuviel trinken.
- *Da sind auch so Karten mit Sprüchen da gewesen. Ich weiß jetzt nicht mehr was genau, aber so etwas wie Ein guter rausch braucht Zeit. Das ist gut. Das ist nicht so verkrampt.*
- *Nein, da ist mir nichts aufgefallen. Wie soll das ausgesehen haben? Nein.*
- *Das waren doch diese Kaugummis. Die hatten geile Farben – pink und grün. Da ist noch was drauf gestanden? Nein ich les mir doch nicht durch, was da drin ist.*



Änderungen durch AHA

- Offenbar kommt es aufgrund von AHA zu keinen mittel- oder langfristigen Änderungen in der Trinkkultur in einem Lokal.
 - Lokale, die bereits einen sehr reflektierten Umgang mit Alkoholgenuss haben, machen gerne mit, AHA wird dort aber nicht als Besonderheit gesehen. Vom Publikum wird es nicht einmal als Verstärkung der Bemühungen gesehen.
 - Im jugendkulturellen / sozialarbeiterischen Setting besteht ebenfalls ein reflektierter Umgang mit Alkohol. Dass man dem Genuss akzeptierend gegenübersteht, wird von den Jugendlichen positiv gesehen. Man ist aber nicht überrascht, dass man sich mit dem Thema auseinandersetzt.
 - Lokale, in denen eine problematische Alkoholkultur herrscht, ändern diese nicht – oder nur tageweise, aufgrund von öffentlichem Druck. Das Publikum nimmt die sehr zarten Aktionen kaum wahr, da sie anders und weniger spektakulär positioniert sind als die üblichen Events und Aktionen.
- *Das ist typisch für's Papperla. Die machen so was.*
- *Im Moskito funktioniert das.*
- *Bei uns da haben wir jeden Tag eine Aktion: Samstag ist jeder Cocktail für Mädchen die Hälfte, oder Mittwoch alle um 4,80. Also immer etwas.*



Trinkverhalten Jugendlicher

- *Rausch gehört dazu!*
- *Aber gesoffen haben die Leute doch immer schon!*
- Das sind die beiden Hauptaussagen zum Thema Alkoholkonsum von Jugendlichen.
- Auffallend ist, dass in diesen untersuchten Gruppen alle sagen, dass sie schon einmal zuviel getrunken haben. Es sind aber auch alle der Meinung, dass Alkoholmissbrauch bei Jugendlichen zum Aufwachsen dazugehört – und sich das Problem von selbst löst, sobald ein Führerschein da ist. Dann kriegt man mit, dass man auch ohne sich zu betrinken, einen (berauschenden) Abend mit viel Spaß haben kann.
- In der österreichischen Kultur ist Alkoholkonsum ein integrierter und allgemein akzeptierter Bestandteil. Daher wird in allen untersuchten Regionen Alkoholkonsum toleriert und akzeptiert. Es gehört einfach dazu. Daher zeigen Erwachsene eine akzeptierende Grundhaltung.
- Übermäßiger Alkoholkonsum wird abgelehnt – bei Erwachsenen genauso wie bei Jugendlichen.
- Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben an, dass Erwachsene im Trinken Jugendlicher ein etwas größeres Problem sehen, als im Alkoholkonsum Erwachsener. Allerdings ist bei normalen Konsum (also kein zu starker Rausch) bei den meisten Erwachsenen Toleranz vorherrschend.
- Betrunkene Erwachsene werden eher als Problem und Belästigung wahrgenommen, als betrunkene Jugendliche.



Änderungen beim Trinkverhalten Jugendlicher

- Die Thematisierung des „Koma-Saufens“ in den Medien im Lauf des letzten Jahres hat nach Ansicht der Jugendlichen eindeutig Einfluss auf die Einstellung zu Alkohol gehabt. Die Gesellschaft ist insgesamt aufmerksamer geworden. Eltern kümmern sich mehr um ihre Kinder (wenn sie auch immer noch naiv annehmen, dass ihre Kinder doch gar nichts trinken), Wirte und Veranstalter machen stärkere Kontrollen, die Polizei ist aktiver.
- All dies hat Auswirkungen auf das Trinkverhalten Jugendlicher: man sieht nicht mehr so viele Alkoholischen wie noch vor einem Jahr. Vor allem die Kleineren (12-, 13-Jährige) werden offensichtlich mehr im Auge behalten.
- Nachlassender Alkoholkonsum ist nach Ansicht der Jugendlichen stark durch die Kontrollmaßnahmen, und durch steigende Preise beeinflusst. Als Hauptgrund für eine Änderung des Konsumverhaltens wird aber ein persönlicher Reifungsprozess gesehen.
- Aktionen wie AHA haben nach Ansicht der Jugendlichen (in den Lokalen) keine bzw. kaum Auswirkungen auf das Trinkverhalten – weil sie nur punktuell stattfinden und keine Nachhaltigkeit mit sich bringen.



jugendkultur.at -
Institut für Jugendkulturforschung
und Kulturvermittlung
Alserbachstraße 18/7.OG
1090 Wien