



Rückmeldungen der Gastronomen

Evaluation

aha – alternative happy hours



Alternative Happy Hours – das Projekt

- Das Projekt fand bei den teilnehmenden Gastronomen insgesamt sehr guten Anklang.
- Grundsätzlich ist die Idee, mit Jugendlichen an deren Trinkverhalten zu arbeiten, sehr willkommen – auch bei Gastronomen. Auch sie haben in der letzten Zeit einen anderen verstärkten Alkoholkonsum bei immer jüngeren Jugendlichen wahrgenommen und wollen – auch aus rechtlichen Gründen – ein Zeichen setzen, dass bei ihnen in den Lokalen der Jugendschutz eingehalten wird.
- Einiger der teilnehmenden Gastronomen haben selbst einen jugendarbeiterischen Background; sie geben in den Gesprächen auch an, dass es für sie wichtig ist, den Jugendlichen einen anderen Umgang mit Alkohol zu vermitteln. Das Projekt AHA – Alternative Happy Hours hilft dabei.
- Allgemein waren sich die Gastronomen einig, dass sie durch das Projekt keine Gäste verloren haben, dass sie auch nicht weniger verdient haben – aber auch nicht mehr. Man macht mit, weil man Gäste haben will, mit denen man keine Probleme hat, weil sie betrunken sind, oder weil es einem selbst ein persönliches Anliegen ist.
- *Es ist gut, dass man etwas tut!*
- *AHA ist gut, weil die Jugendlichen lernen müssen, mit Alkohol umzugehen.*
- *So ein Projekt muss man langfristig fortsetzen. Dann kann man damit auch wirklich etwas erreichen. Jetzt ist es vorbei – und was bleibt übrig?*
- *Ich habe mitgemacht, weil es mir wichtig ist und ich ohnehin schon immer in meinem Lokal für Jugendliche etwas angeboten habe.*



Die Unterstützung durch die Gemeinde

- In Bezug auf die Einschätzung gegenüber der Gemeinde zeigt sich vielfach ein pragmatischer Zugang: Wenn man bei einem Projekt mitmacht, dass der Gemeinde wichtig ist, ist das sicher nicht schlecht! Man erwartet andererseits von der Gemeinde, dass hier auch Unterstützung und Verständnis für die Anliegen der Gastronomen besteht.
- Die Zufriedenheit mit der Unterstützung ist aber recht unterschiedlich. Angeregt wird zum Beispiel stärkere mediale Unterstützung des Projekts (und damit der Gastronomen) mit jugendadäquaten Medien (Poster, Plakate, Flyer und andere Formen der Veranstaltungshinweise). Gefordert wird aber auch mehr Unterstützung bei Konzerten, etc.
- *In den letzten Jahren ist das Interesse der Stadtpolitik an Jugendlichen zurückgegangen. Wenn das Projekt funktionieren soll, muss man auch Konzerte machen können. Die ganzen Wege, die Genehmigungen, das sollte einen wirklich erleichtert werden.*
- *Hier wird schon viel gemacht. Da gab es eine Pressekonferenz und so, da passiert schon was.*
- *Der Stadtrat ist da persönlich dahinter, dass etwas zum Thema Alkohol und Jugendliche gemacht wird, da muss man ja dann auch mitmachen. Er hat es uns ... nahegelegt.*



Die Umsetzung des Projekts

- Die Gastronomen waren auf die von ihnen gesetzten Aktionen durchaus stolz, doch gaben sie an, dass man mehr machen und umsetzen könnte, wenn es
 - auch finanzielle Unterstützung gäbe
 - mediale Unterstützung da wäre
 - man mit anderen Projekten und anderen Lokalen Zusammenarbeit gäbe.
- Einige der durchgeführten Aktionen werden die Gastronomen fortsetzen – außerhalb des Projekts, ohne Namen AHA. Das zeigt, dass sie mit den Aktionen zufrieden waren.
- Die Unterstützung durch die Regionalkoordinatoren wurde durchwegs positiv gesehen, man hätte sich manchmal mehr Betreuung (z.B. im Sinne von mehr Unterstützungen im Umgang mit der Gemeinde) gewünscht.
- Die generelle Umsetzung des Projekts wurde jedoch durchaus kritisiert. Vor allem die verwendeten Gimmicks wurden als stilistisch nicht zu dem Setting im Lokal passend eingestuft.
- *Wenn du einen echten Workshop machen willst, dann brauchst du auch Geld dafür, da kannst du nicht selbst ständig nach Sponsoren suchen, dafür sollte es Mittel geben.*
- *Das kannst du bei uns nicht verteilen. Diese Farben! Pink und grün. Das kann ich doch nirgends hinlegen.*
- *Mit Plakaten sollte man auf die Aktionen aufmerksam machen, das kostet aber Geld. Wenn die Gemeinde das schon unterstützt, sollte sie uns bei der Werbung auch unterstützen, dann kann man mehr machen.*
- *Zu mir kommt immer die gleiche Gruppe von Leuten. Es (Anm.: das Projekt) ist aber wichtig. Das heißt es sollten mehr Lokale mitmachen.*



Zielerreichung des Projekts

- Insgesamt erreichen solche Projekte nach Ansicht der Gastwirte bei der Zielgruppe zwar ein bisschen aber nicht genug.
- Ausschlaggebend dafür ist, dass diese Projekte immer nur punktuelle Änderungen zeigen. Die Jugendlichen besuchen aber mehrere Lokale, trinken auch bei anderen Gelegenheiten. Daher ist es nach Ansicht der Gastronomen notwendig so ein Projekt auszuweiten und in mehreren Lokalen – jeweils in passender Mutation – anzubieten.
- Parallel muss man auch mit anderen Einrichtungen arbeiten.
- So erreicht man nicht nur mehr Jugendliche, sondern kann auch intensiver mit ihnen arbeiten.
- Wenn das Projekt nur über einen kurzen Zeitraum läuft, sind auch keine nachhaltigen Veränderungen zu erwarten.
- Die Jugendlichen zeigten sich an den Aktionen, die stattgefunden haben immer sehr interessiert, aber die Gastronomen meinen, sie können keine langfristigen Änderungen im Alkoholkonsum feststellen. Sie berichten aber davon, dass sie von den Jugendlichen auf das Projekt (resp. auf die Aktionen und Aktivitäten) angesprochen wurden.
-
- *Wenn das Projekt mit anderen Projekten zusammenarbeitet, da würde man mehr erreichen.*
- *Die Jugendlichen haben bei den Aktionen mitgemacht und waren ganz begeistert. Aber ich glaube nicht, dass sie ihr Trinkverhalten langfristig ändern werden, nur weil sie bei einer Aktion dabei waren.*
- *Auswirkungen hat das kaum, weil die Jugendlichen doch woanders auch trinken. Die kaufen doch im Supermarkt die Bottle. Im Lokal trinken Jugendliche gar nicht so viel.*



Verbesserungsvorschläge

- Die einzelnen Gemeinden sollten die teilnehmenden Lokale mehr unterstützen, und sich auch darum bemühen, dass mehr Lokale teilnehmen. So können immer wieder neue AHA-Veranstaltungen gemacht werden, wodurch kann man mehrere Gruppen von Jugendlichen und insgesamt auch intensiver ansprechen kann.
- Die Unterstützung durch Informationsmaterial und Give aways muss zielgruppenspezifisch und dem jeweiligen Lokal angepasst erfolgen. Eine Verpflichtung, bestimmte regionen-übergreifende, allgemeine Streumaterialien zu verwenden, sollte nicht bestehen. Damit könnten sich Gastronomen leichter mit ihre spezielle Ausrichtung einbringen.
- Nach Ansicht der Gastronomen sollten in Zukunft Aktionen durch die Medien, die von Jugendlichen genutzt werden, stärker unterstützt werden.



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