

Jahrbuch-Serie: Was Sie außerirdischen Besuchern besser nicht zu erklären versuchen ...

Teil 2: Suchtprävention

Raphael Gaßmann

Stets wenn ein dickes Kind in den Brunnen gefallen ist, erschallt der Ruf nach „Prävention“. Einstieg in den Zigarettenkonsum durchschnittlich schon im zarten Alter von 13 Jahren? Wir brauchen Prävention! Amoklauf an einer Schule? Da fehlt es an Prävention! 98.562 Notaufnahmen wegen Alkoholvergiftung? Da machen wir Prävention!

Mit Prävention ist in diesem Zusammenhang beinahe ausnahmslos die sog. „Verhaltensprävention“ gemeint. Also Informationen über Risiken und Schäden; Appelle an die Vernunft; die Aufforderung, das eigene Verhalten zu überdenken. Manchmal auch Imagekampagnen: Nüchtern ist cool, Rauchen stinkt, macht hässlich und tötet.

„Verhältnisprävention“ ist zwar unverzichtbar, doch in der Regel unbeliebter. Das Verbot von Zigarettenautomaten, Steuererhöhungen auf alkoholische Produkte, umfassende Nichtraucherbereiche, Altersbeschränkungen – all das wird schnell als Bevormundung durch einen Verbotsstaat diffamiert. Doch wollen wir das weitreichende Verbot von Schusswaffen tatsächlich als Bevormundung verstehen? Oder das Verbot, für Heroin zu werben? Oder den hilfreichen und überschaubaren Katalog des Jugendschutzes? Wohl kaum.

Verhältnisprävention ist wichtig, Verhaltensprävention auch. Ein Beispiel: Vor 50, vor 40, ja noch vor 30 Jahren wurde, nicht zuletzt betrieben von der Zigarettenindustrie und von ihr bezahlten, vorgeblichen Wissenschaftlern bezahlter, vorgeblicher Wissenschaftler, bezweifelt, dass Rauchen schädlich sei. Aus heutiger Sicht unglaublich, ein Witz. Damals aber ganz alltäglich und selbstverständlich. Verhaltensprävention hat über die Jahrzehnte dazu beigetragen, diese lebensgefährliche Propaganda zu beenden, diesen Irrtum zu enttarnen. (Als die Sache entschieden war, streuten vorgebliche Wissenschaftler tatsächlich, Passivrauchen aber sei wirklich unschädlich. Nun ja ...)

Ein weiteres Beispiel? Bis 1966 durften und konnten Sie – so Sie denn wollten oder alkoholabhängig waren – noch mit einer Blutalkoholkonzentration von 1,5 Promille (also absolut betrunken) munter durch den Straßenverkehr rauschen. Heute sind 0,5 Promille noch so gerade drin. Und wohl jeder weiß, dass auch dieser Wert unter Sicherheitsaspekten zu hoch gegriffen ist. Für diese Gewissheit brauchte es eine Menge Verhaltensprävention und ein geändertes Gesetz – also Verhältnisprävention.

Prävention ist keine Bevormundung, Prävention ist ein Hinweis. Prävention definiert den Rahmen des Verantwortbaren. Prävention verbreitet wichtige Informationen und Botschaften, sie wirbt für sinnvolles Verhalten – und wo riskantes Verhalten auch für andere gefährlich wird, setzt sie Grenzen. Nicht zuletzt dafür leben wir in einem Staat und nicht in einer Lobby. Die wenigsten Menschen lesen psychologische, medizinische, soziologische oder kriminalistische Fachliteratur. Die wenigsten Menschen besuchen entsprechende Kongresse. Und Fernsehprogramme als Medien präventiver Botschaften? Das müssen wir – in der Breite – wohl leider vergessen. Also brauchen wir Prävention.

Verhaltensprävention verbreitet komplexe Erkenntnisse allgemein verständlich, Verhältnisprävention setzt sie durch. Wenn Verhaltensprävention gut gemacht ist, wirkt sie. (Schlecht gemacht ist sie Besserwisserei, ganz schlecht gemacht bewirkt sie nichts oder gar das Gegenteil dessen, was sie vorgibt, zu bezwecken.) Gut gemacht hat sie ein positives, für jeden einzelnen angesprochenen Menschen oder für die Gemeinschaft sinnvolles Ziel vor Augen. Geistesgeschichtlich ist sie ein Kind der Aufklärung. Sie setzt auf Einsicht und Verständnis. Ein kompliziertes Unterfangen und eines, das sich lohnt.

Ganz anders die Botschaften der Werbung, gleich ob für Zigaretten oder Alkohol. In erster Linie werben sie für den Kauf einer bestimmten Marke. In zweiter Linie, und das macht sie gefährlich, für den Konsum des Produktes schlechthin. Erinnern Sie sich noch an den jahrelang plakatierten Slogan „Ich rauche gern“? Der sagte unverhüllt auch und vor allem: Rauchen tut gut, Rauchen ist klasse!

Werbung stellt gesundheitsschädliche Produkte in ein Umfeld von guter Laune, Erfolg, Humor, Gemeinschaft, Lifestyle, Attraktivität, erotischer Ausstrahlung usw. Dabei führt Alkohol, in den enormen Ausmaßen konsumiert, die hierzulande üblich sind, zu etwa 73.714 vorzeitigen Todesfällen. Allein in Deutschland und Jahr für Jahr. Alkoholkonsum steht in Verbindung mit etwa 274.867 schweren Verbrechen, von Körperverletzung über Vergewaltigung bis zu Raubmord. Nötigung und „kleinere“ Schlägereien etwa sind da noch gar nicht mitgezählt. Etwa 8 Prozent der Bevölkerung konsumieren etwa 40 Prozent der verkauften Alkoholmenge. „Hoch riskant“ ist da als Einschätzung noch stark untertrieben. Und die durchschnittliche Konsummenge deutscher Raucherinnen und Raucher liegt bei etwa einer Schachtel Zigaretten. Ergebnis: bis zu 140.000 Tabaktote. Ebenfalls allein in Deutschland und Jahr für Jahr. Nichts davon hat etwas mit Humor, Erfolg oder Attraktivität zu tun – es sei denn, Sie haben ein besonderes Gespür für Sarkasmus.

In Tabak- und Alkoholwerbung werden in Deutschland jährlich etwa **660 Millionen** Euro investiert. In Kampagnen der Verhaltensprävention großzügig geschätzte 30 Millionen. **(22:1)**. Ein krasseres Missverhältnis zu Gunsten der problematischen Verbreitung von Rausch- und Suchtmitteln ist schwer denkbar. Und kaum jemals verbreiten sich jene, die eilfertig nach Prävention rufen, wenn wieder mal ein dickes Kind in den Brunnen gefallen ist, zu der Frage, wer diese Prävention in welcher Höhe bezahlen soll. Noch seltener folgt dem Ruf eine Tat. Und das ist etwas, das Sie außerirdischen Besuchern besser gar nicht erst zu erklären versuchen.

Literatur

- Adams, Michael (2009): Jugendschutz durch Lenkungsabgaben und Zigaretten. In: Sucht 55(1), 35-38
- Babor, Thomas (u.a.) (2005): Alkohol – Kein gewöhnliches Konsumgut. Forschung und Alkoholpolitik. Göttingen (u.a.): Hogrefe
- Backmann, Astrid; Sandra Siebenhüter (2009): Politische Steuerungsmechanismen als Instrument zur Suchtprävention. Theoretische Betrachtungen zu einer umstrittenen Maßnahme. In: Greca, Rainer; Stefan Schäfferling; Sandra Siebenhüter: Gefährdung Jugendlicher durch Alkohol und Drogen? Eine Fallstudie zur Wirksamkeit von Präventionsmaßnahmen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 105-139
- Bundesministerium der Innern (2009): Polizeiliche Kriminalstatistik 2008. Berlin. Internet: http://www.bka.de/pks/pks2008/download/pks2008_imk_kurzbericht.pdf, Stand: 19.08.2009
- Deutscher Bundestag (2007): Antrag der Abgeordneten Dr. Martina Bunge ... Gesundheitsförderung und Prävention als gesamtgesellschaftliche Aufgaben stärken – Gesellschaftliche Teilhabe für alle ermöglichen. Drucksache 16/7471. 12.12.2007

Deutscher Bundestag (2006): Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Harald Terpe ... Wirksamkeit von Maßnahmen zur Reduzierung des Alkoholkonsums. Drucksache 16/3424. 15.11.2006

Diagnosedaten der Krankenhäuser ab 2000 nach ICD-10. Suchkriterium: F10.0 Psychische und Verhaltensstörungen durch Alkohol: Akute Intoxikation Internet: www.gbe-bund.de, Stand: 19.08.2009

Graf, Michel (2007): Die Suchtprävention im Spannungsfeld von Wissenschaft, Politik und ökonomischen Interessen. In: Abhängigkeiten, 13(2), 5-12

Hallmann, Hans-Jürgen; Ingeborg Holterhoff-Schulte; Christa Merfert-Diete (2007): Qualitätsanforderungen in der Suchtprävention. Hamm

John, Ulrich; Monika Hanke (2001): Tabakrauch-attributable Mortalität in Deutschland. In: Das Gesundheitswesen, 63(6), 363-369

Riemenschneider, Sabine (2000). Fahrunsicherheit oder Blutalkoholgehalt als Merkmal der Trunkenheitsdelikte – zugleich ein Beitrag zur Rechtsentwicklung. Berlin: Duncker und Humblot. (Strafrechtliche Abhandlungen; N.F. Bd. 127)

Ruff, L.K. (et al.) (2000): The economic impact of smoking in Germany. In: European Respiratory Journal, 16, 385-390

Quelle: Jahrbuch Sucht 2010 (ISBN 978-3-87581-310-4)