



INSTITUT FÜR STRATEGISCHE
MARKT- & MEINUNGSFORSCHUNG



FONDS
GESUNDES
ÖSTERREICH

JUGEND UND ALKOHOL

SEPTEMBER 2006

SPITZENBERGER & Co KEG

MÄRZSTRASSE 4/5
1150 WIEN

INHALTSVERZEICHNIS

1. ALKOHOLKONSUM	1
<i>1.1 Frequenz und Präferenzen</i>	3
<i>1.2 Anlässe und Motive</i>	7
<i>1.3 Exzessives Trinken</i>	11
<i>1.3.1 Binge - Drinking</i>	12
<i>1.4 Ängste und Befürchtungen</i>	13
<i>1.5 Jugendschutz und Kontrolle</i>	15
2. DIE KAMPAGNE	17
<i>2.1 Medien und Adressaten</i>	19

VORBEMERKUNG

Im vorliegenden Bericht werden die zentralen Ergebnisse einer bundesweiten face to face Umfrage bei n=510 Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 11 bis 19 Jahren referiert.

Neben den basalen Einstellungen zum Alkoholkonsum und dem Trinkverhalten wurde auch der Impact der Kampagne „Mehr Spaß mit Maß“ im Kontext zur Bekanntheit des Kommunikators erhoben.

Die Feldarbeit fand zwischen dem 22. August und 6. September 2006 statt.

Wien, im September 2006

1. ALKOHOLKONSUM

Rund drei Viertel (77%) der befragten 11-19 Jährigen geben an Alkohol zu trinken bzw. bereits getrunken zu haben. Die Konsumhäufigkeit, aber auch die Auswahl der alkoholischen Getränke, Trinkmotive und Trinkrituale sind im wesentlichen alters- und genderabhängig: zu den TrinkerInnen zählen 69% der Mädchen und 85% der Burschen.

Alkoholkonsum nach Altersgruppen

11 - 13 Jahre	45%
14 - 16 Jahre	87%
17 - 19 Jahre	99%

Zu trinken begonnen haben mit...

	Total	männlich	weiblich
Durchschnittsalter	12J.9M.	12J.8M.	12J.11M.
7 Jahren	1%	0%	1%
8 Jahren	2%	2%	1%
9 Jahren	2%	2%	3%
10 Jahren	5%	4%	6%
11 Jahren	11%	15%	7%
12 Jahren	21%	23%	17%
13 Jahren	25%	25%	24%
14 Jahren	19%	12%	27%
15 Jahren	11%	11%	10%
16 Jahren	4%	4%	4%
17 Jahren	1%	1%	-
18 Jahren	0%	0%	-

Das durchschnittliche Lebensalter in dem erste Kontakte mit dem Alkohol gemacht werden, beträgt zwölf Jahre und neun Monate und ist vom Geschlecht der Jugendlichen unabhängig. Der Einstieg erfolgt zumeist zwischen dem zwölften und vierzehnten Lebensjahr

Alter, in dem zum ersten Mal getrunken wurde:

	7 - 11 Jahren	12 - 14 Jahren	15 - 18 Jahren
Total	21%	64%	15%
männlich	24%	60%	16%
weiblich	18%	69%	14%

Männliche Befragte beginnen tendenziell früher zu trinken als Mädchen aus dem Sample.

1.1 Frequenz und Präferenzen

Der Anteil der Alkoholfahrenen ist bei den Mädchen geringer als bei Burschen, ebenso wie die Häufigkeit ihres Alkoholkonsums.

Und trinkst du Alkohol, in welcher Form auch immer...

	seltener als 1x/Woche	1x/ Woche	2-4Tagen/ Woche	5-6 Tagen/ Woche	1x/ Tag	mehrmals tägl.
Total	48%	28%	16%	3%	3%	2%
männlich	41%	25%	21%	6%	4%	3%
weiblich	57%	32%	9%	-	1%	1%
11-13 Jahre	91%	6%	-	3%	-	-
14-16 Jahre	45%	33%	18%	3%	2%	-
17-19 Jahre	31%	34%	22%	4%	5%	4%

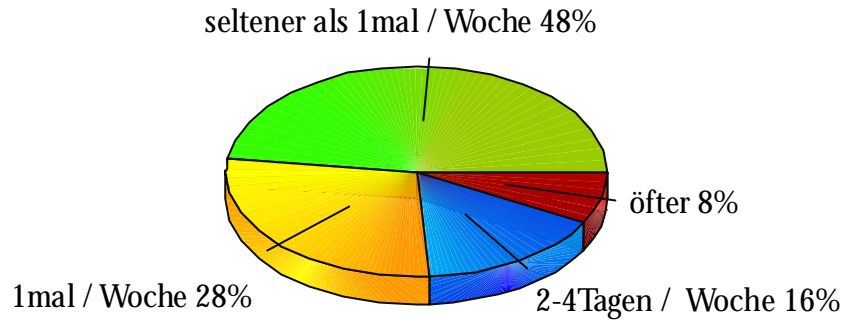
Während 9% der 11 - 13 Jährigen zumindest wöchentlich Alkohol konsumieren steigt die Trinkhäufigkeit mit dem Alter kontinuierlich an: auf 56% bei den 14 - 16 Jährigen und auf 69% bei den 17 - 19 Jährigen.

Die Vorlieben und damit auch der Konsum von diversen Alkoholika sind in der Hauptsache offenbar durch drei Faktoren bestimmt: Persuasion durch Markt und Werbung, Trinktraditionen und Gender.

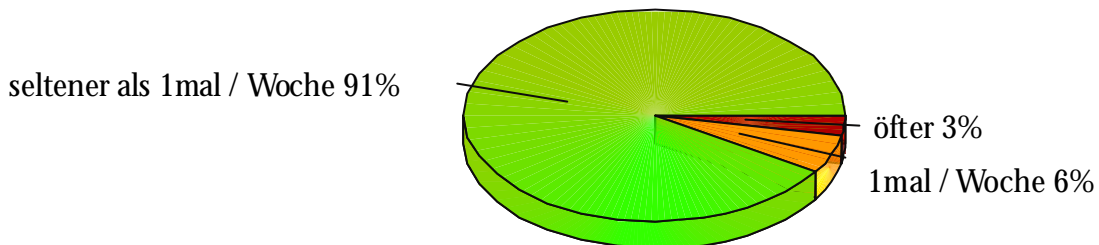
FREQUENZ

Basis: hat bereits Alkohol getrunken, n= 393

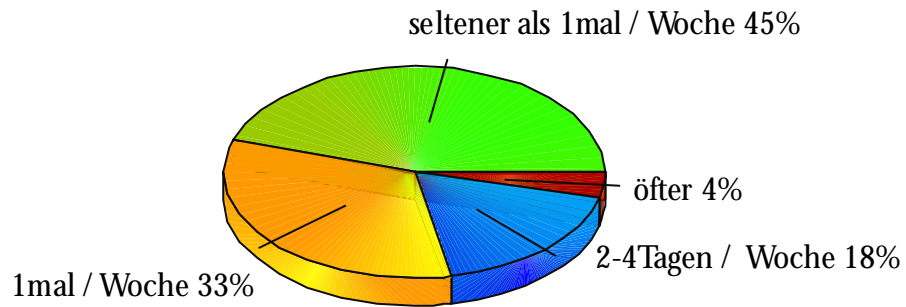
TOTAL



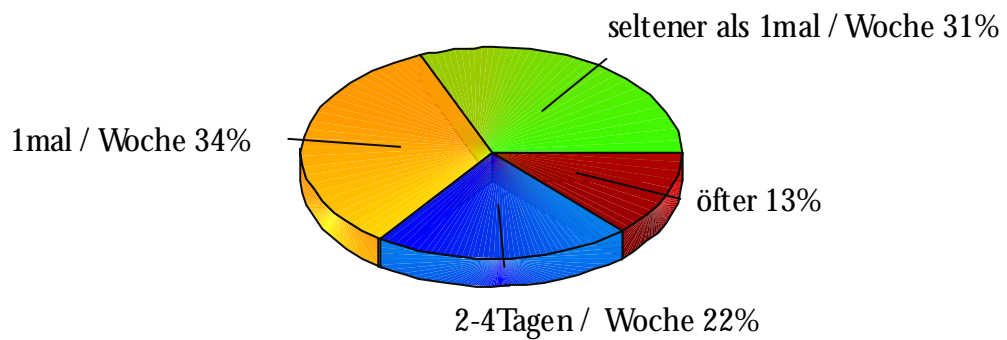
11-13 JAHRE



14-16 JAHRE



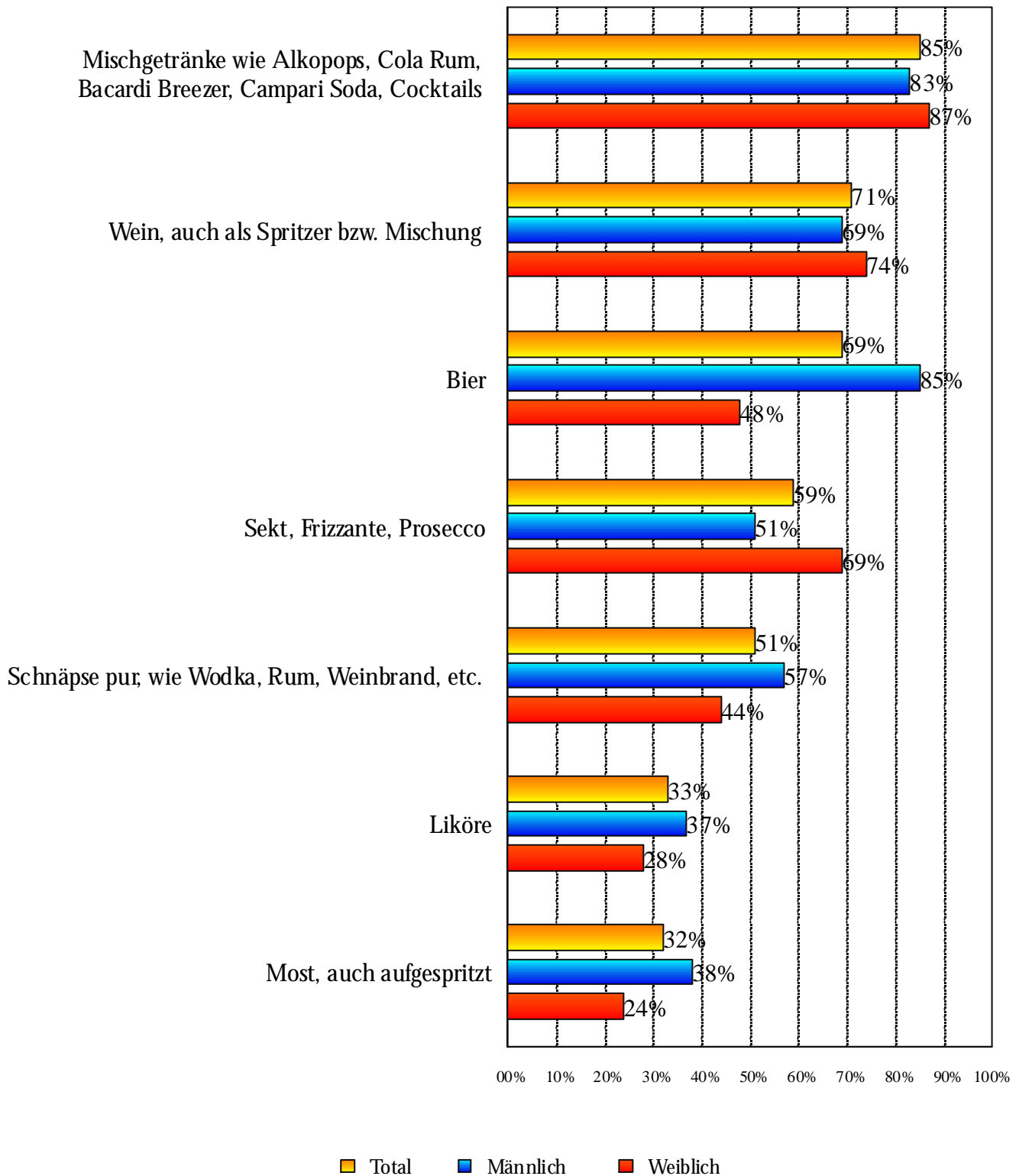
17-19 JAHRE



PRÄFERIERTE ALKOHOLIKA

Basis: hat bereits Alkohol getrunken, n= 393

Saldierte Werte aus trinke ich täglich, jede Woche, jeden Monat, seltener als einmal im Monat



Am häufigsten werden (zu 85%) die In-Getränke wie Alkopops, Bacardi Breezer, Cola Rum etc. konsumiert, gefolgt von Wein bzw. Gespritzten (71%) und Bier (69%).

Bier ist das präferierte Getränk der männlichen Trinker (zu 85%), der Anteil der Biertrinkerinnen sinkt bei den Mädchen auf 48%. Mädchen schätzen softe Drinks, Sekt, Frizzante oder Prosecco stärker als Burschen, die vergleichsweise harte Getränke, also Schnäpse, aber auch Likör häufiger konsumieren.

Die nachstehende Tabelle zeigt die Frequenzen nach Alkoholika, Geschlecht und Alter:

- Mischgetränke wie Alkopops, Cola Rum, Bacardi Breezer, Campari Soda, Cocktails

	täglich	jede Woche	jeden Monat	seltener	nie
Total	1%	34%	30%	20%	15%
männlich	1%	36%	23%	23%	17%
weiblich	1%	31%	39%	17%	13%
11-13 Jahre	3%	4%	20%	38%	36%
14-16 Jahre	1%	39%	36%	18%	7%
17-19 Jahre	1%	43%	29%	14%	13%

- Wein, auch als Spritzer bzw. Mischung

	täglich	jede Woche	jeden Monat	seltener	nie
Total	1%	26%	22%	23%	29%
männlich	1%	29%	19%	20%	31%
weiblich	-	21%	26%	26%	26%
11-13 Jahre	-	2%	6%	21%	70%
14-16 Jahre	-	25%	23%	24%	28%
17-19 Jahre	1%	38%	28%	22%	11%

- Bier

	täglich	jede Woche	jeden Monat	seltener	nie
Total	5%	30%	15%	20%	31%
männlich	8%	42%	12%	22%	15%
weiblich	1%	13%	18%	17%	52%
11-13 Jahre	3%	3%	8%	39%	48%
14-16 Jahre	2%	29%	15%	23%	30%
17-19 Jahre	9%	42%	17%	8%	24%

- Sekt, Frizzante, Prosecco

	täglich	jede Woche	jeden Monat	seltener	nie
Total	-	5%	13%	41%	41%
männlich	-	4%	12%	34%	49%
weiblich	-	6%	14%	49%	31%
11-13 Jahre	-	2%	1%	36%	60%
14-16 Jahre	-	3%	12%	40%	45%
17-19 Jahre	-	8%	19%	44%	29%

- Schnäpse pur, wie Wodka, Rum, Weinbrand, etc.

	täglich	jede Woche	jeden Monat	seltener	nie
Total	1%	12%	17%	22%	49%
männlich	1%	16%	20%	20%	43%
weiblich	1%	6%	14%	24%	56%
11-13 Jahre	-	4%	1%	16%	79%
14-16 Jahre	1%	11%	20%	20%	48%
17-19 Jahre	1%	16%	22%	26%	35%

- Liköre

	täglich	jede Woche	jeden Monat	seltener	nie
Total	0%	2%	9%	21%	67%
männlich	0%	3%	10%	24%	63%
weiblich	-	2%	9%	18%	72%
11-13 Jahre	-	-	3%	17%	80%
14-16 Jahre	-	4%	11%	18%	67%
17-19 Jahre	1%	1%	12%	26%	61%

- Most, auch aufgespritzt

	täglich	jede Woche	jeden Monat	seltener	nie
Total	-	3%	9%	20%	68%
männlich	-	6%	11%	21%	62%
weiblich	-	1%	6%	17%	76%
11-13 Jahre	-	-	3%	20%	78%
14-16 Jahre	-	3%	10%	15%	72%
17-19 Jahre	-	6%	10%	24%	60%

1.2 Anlässe und Motive

Für die (österreichische) Alkoholkultur ist bezeichnend, dass die häufigsten Anlässe für Jugendliche und junge Erwachsene Situationen darstellen, in denen die Berausungen bereits institutionalisiert, toleriert, aber auch - zumindest teilweise sozial - erwünscht sind. Weihnachtstage oder Geburtstagsfeiern, aber auch Feuerwehrfeste und ähnliches sind willkommene und auch in einem hohen Maß freigegebene Anlässe für den Alkoholkonsum. Der weitgehende Wegfall der sozialen Kontrolle ermöglicht es, dass bereits 67% der 11-13 Jährigen bei familiären Festen Alkohol zu sich nehmen.

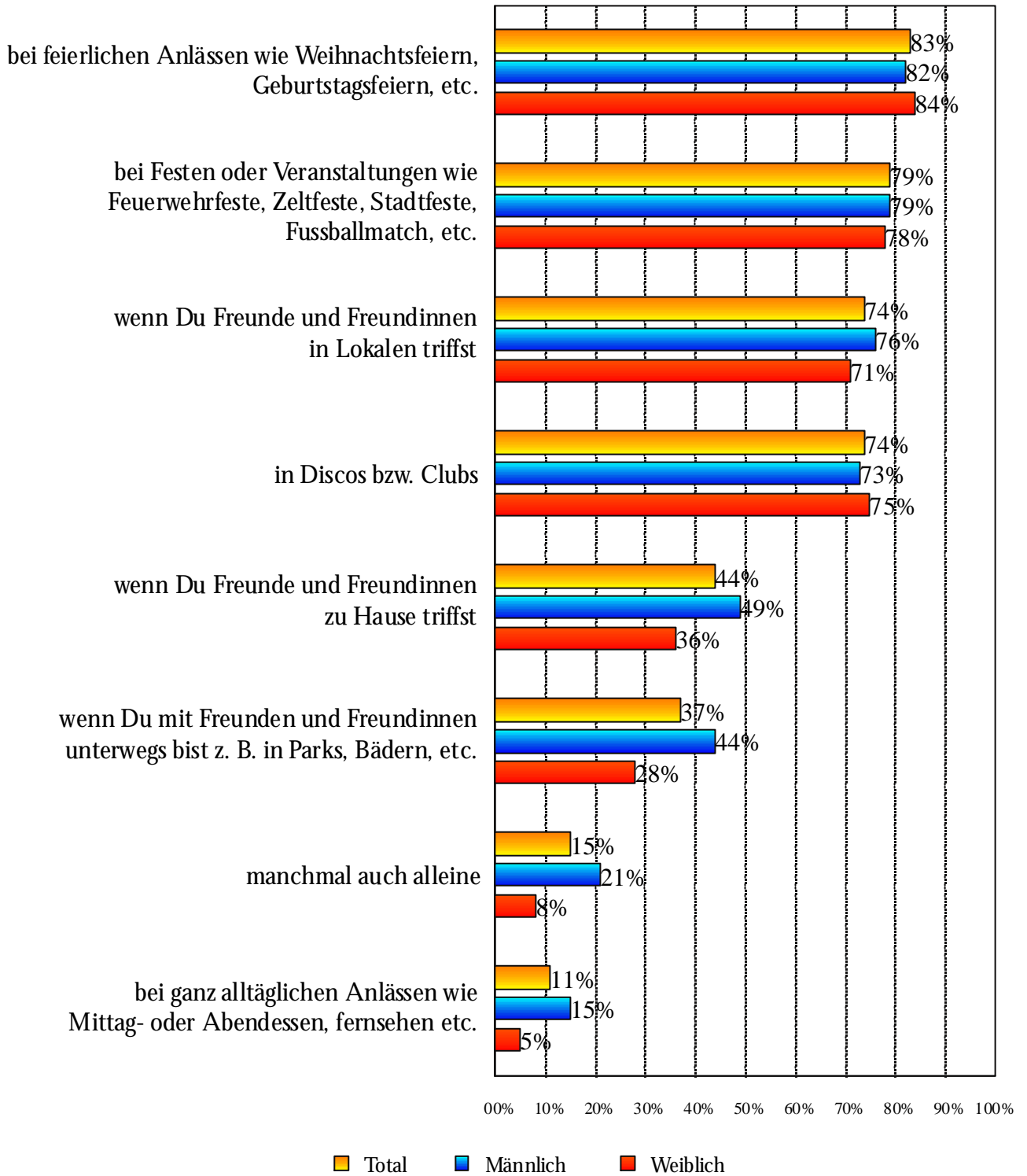
Die zentralen Bedingungen für den Alkoholkonsum sind dann gegeben, wenn soziale Kontakte mit Gleichaltrigen dort stattfinden, wo Alkohol mühelos zu bekommen ist: in Lokalen, Discotheken oder Clubs. Während bei diesen Trinkgelegenheiten verständlicherweise keine, bzw. nur geringe Unterschiede im Verhalten zwischen Burschen und Mädchen bestehen, ergeben sich genderbedingte unterschiedliche Frequenzen in Situationen bei denen Interventionen durch Erwachsene möglich und wahrscheinlich sind: beim Treffen von FreundInnen zu Hause, oder beim Trinken in der Öffentlichkeit. Hier sind Mädchen, die dem normativen Druck stärker als Burschen ausgesetzt sind, deutlich zurückhaltender.

Das möglicherweise suchtindizierende Solotrinken und der habituelle Alkoholgenuss beim essen oder fernsehen ist bei den Burschen, die wesentlich mehr als Mädchen konsumieren stärker als bei Mädchen ausgeprägt. Die Gründe zu trinken bzw. sich zu betrinken sind einerseits stark vom Lebensalter und den damit verbundenen Entwicklungsphasen der Jugendlichen und andererseits mit der Intensität des Alkoholkonsums verbunden.

Junge Erwachsene, also 17 - 19 Jährige nutzen Alkohol überhäufig sowohl als sedierendes („zur Entspannung“), als auch stimulierendes („aus Langeweile“) Mittel.

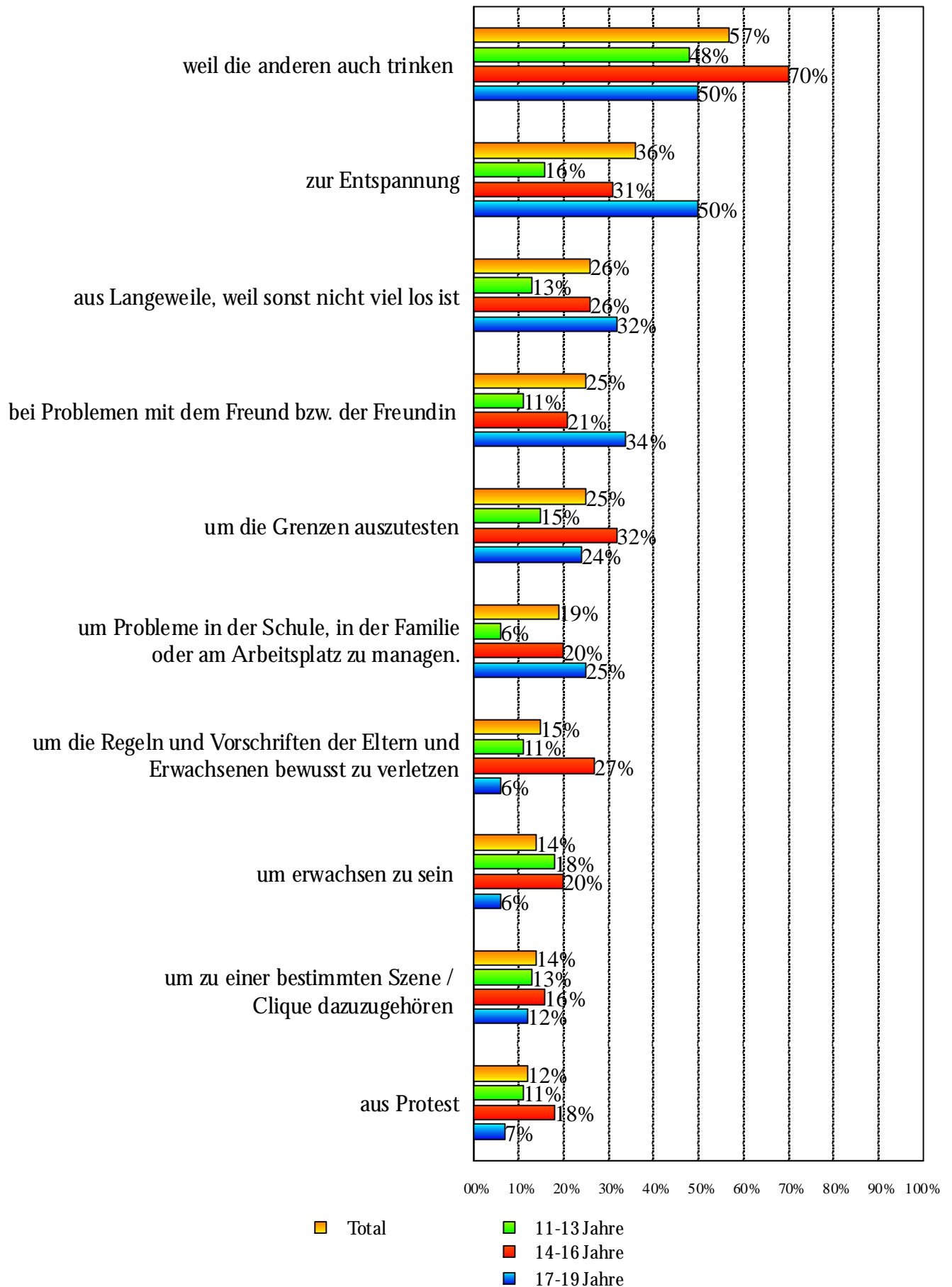
SITUATIONEN

Basis: hat bereits Alkohol getrunken, n= 393



MOTIVE

Basis: hat bereits Alkohol getrunken, n= 393



Probleme mit der PartnerIn oder in der Schule bzw. am Arbeitsplatz können durch Alkoholaufnahme subjektiv zumindest kurzfristig verdrängt werden.

Vor allem die 14- 16 Jährigen erleben das schwierige Alter der Pubertät und leiden unter dem, für diesen Lebensabschnitt typischen Mangel an Selbstwertgefühl. Sie trinken vor allem um die eigenen Grenzen auszutesten, die Regeln und die Vorschriften der Erwachsenen bewusst zu verletzen, aus Protest und nicht zuletzt um erwachsen zu sein. 70% aus dieser Gruppe trinken, weil in ihren peer-groups auch getrunken wird.

Die nachstehende Übersicht, in der Personengruppen zusammengefasst sind, die zwar schon zumindest einmal betrunken waren und innerhalb der letzten drei Monate vier und mehr Räusche, bis zu drei, bzw. überhaupt keinen Rausch hatten, lässt ein bekanntes Muster erkennen: Personen, die zum Alkoholismus inklinieren, bzw. bereits Alkoholiker sind, suchen eine Vielzahl von Gründen um ihr Trinken zu rechtfertigen, wobei Interdependenzen zwischen subjektiv gesuchter Ursache und der Realität entstehen.

- weil die anderen auch trinken

	ja
Total	60%
Berauschung	
4mal-öfter	70%
1mal-3mal	61%
nicht	38%

- zur Entspannung

	ja
Total	48%
Berauschung	
4mal-öfter	60%
1mal-3mal	45%
nicht	36%

- aus Langeweile, weil sonst nicht viel los ist

	ja
Total	35%
Berauschung	
4mal-öfter	59%
1mal-3mal	25%
nicht	29%

- bei Problemen mit dem Freund bzw. der Freundin

	ja
Total	35%
Berauschung	
4mal-öfter	54%
1mal-3mal	29%
nicht	21%

- um Probleme in der Schule, in der Familie oder am Arbeitsplatz zu managen

	ja
Total	27%
Berauschung	
4mal-öfter	43%
1mal-3mal	22%
nicht	19%

- um zu einer bestimmten Szene / Clique dazuzugehören

	ja
Total	12%
Berauschung	
4mal-öfter	23%
1mal-3mal	10%
nicht	3%

- aus Protest

	ja
Total	12%
Berauschung	
4mal-öfter	17%
1mal-3mal	12%
nicht	4%

1.3 Exzessives Trinken

64% jener Jugendlicher, die trinken, geben an zumindest einmal stark betrunken gewesen zu sein. Die Rauscherfahrung variiert auch hier wieder stark nach Geschlecht und Alter der Befragten:

STARKE ALKOHOLISIERUNG

	ja
Total	64%
männlich	68%
weiblich	58%
11-13 Jahre	20%
14-16 Jahre	59%
17-19 Jahre	88%

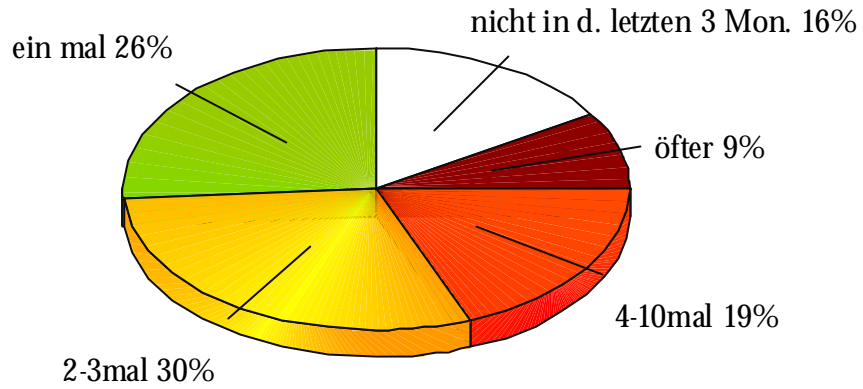
30% der UnterstufenschülerInnen und 78% jener, die eine Oberstufe besuchen waren bereits einmal stark betrunken.

91% der Burschen und 76% der Mädchen geben an innerhalb des vergangenen Vierteljahres heftig betrunken gewesen zu sein.

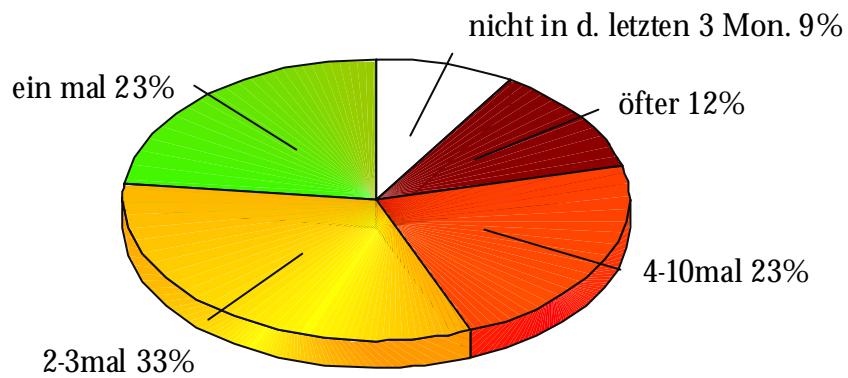
STARKE ALKOHOLISIERUNG INNERHALB DER LETZTEN DREI MONATE

Basis: hat bereits Alkohol getrunken, n= 393

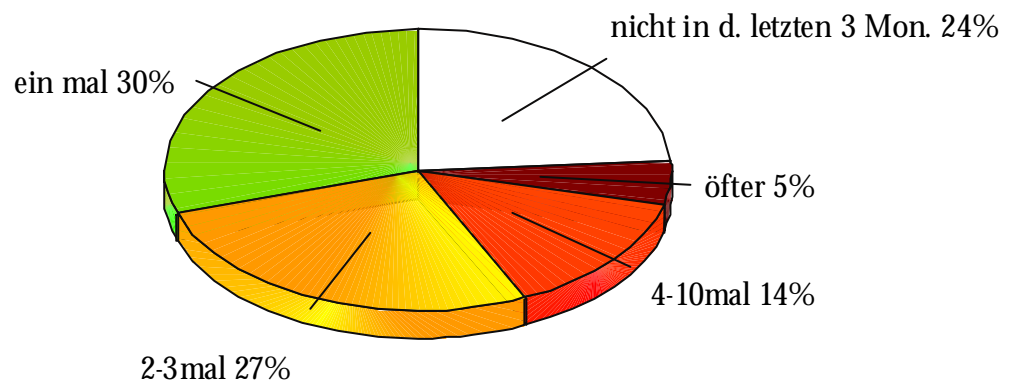
TOTAL



MÄNNLICH



WEIBLICH



1.3.1 Binge - Drinking

31% der Befragten, die Erfahrung mit Betrunkenheit haben, geben an manchmal mit Freunden oder Bekannten um die Wette zu trinken. Das Kampftrinken, mit dem Ziel herauszufinden, wer am meisten verträgt hat aggressiv-experimentelle Grundstrukturen und wird somit von Burschen und im Pubertätsalter relativ häufig erprobt:

	ja
Total	31%
männlich	41%
weiblich	15%
11-16 Jahre	36%
17-19 Jahre	27%
Oberstufe	36%
Unterstufe	26%

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Frage nach dem forcierten Wirkungstrinken, das von einem Fünftel praktiziert wird, („Trinkst du manchmal innerhalb kürzester Zeit absichtlich so viel, dass du fast umfällst?“), die von 27% der Burschen und 10% der Mädchen zustimmend beantwortet wird.

Beide Formen des juvenilen Alkoholabusus werden häufig kombiniert: 63% der Wirkungstrinker betrinken sich auch im Wettkampf.

1.4 Ängste und Befürchtungen

Die negativen Folgen des Alkoholkonsums werden von der Gesamtheit der Befragten (trinkende und nicht trinkende Jugendliche) zumindest in der Theorie durchaus ernst genommen.

Zwischen Burschen und Mädchen bestehen dabei nur relativ geringe Unterschiede in den Einschätzungen. Prinzipiell sind die Ängste bei weiblichen Befragten stärker ausgeprägt, was mit einem vergleichsweise höheren Grad an Selbstkontrolle zusammenhängen mag.

71% aller Befragten befürchtet den Hang-Over nach übermäßigem Alkoholkonsum und zwei Drittel Kontrollverluste und damit verbundene alkoholbedingte Amnesien („Filmriss“).

61% haben Angst vor der Freisetzung des Aggressionspotentials und den damit verbundenen Folgen wie Schlägereien, Gewalt in der Familie, etc. gefolgt von 59%, die alkoholbedingte Verkehrsunfälle befürchten.

57% schätzen Probleme mit den Eltern als realistisch ein (38% Probleme mit dem Freund bzw. der Freundin). Jeder Zweite (52%) hat Angst mit dem Gesetz in Konflikt zu geraten, 76% vor dem Verlust des Führerscheins.

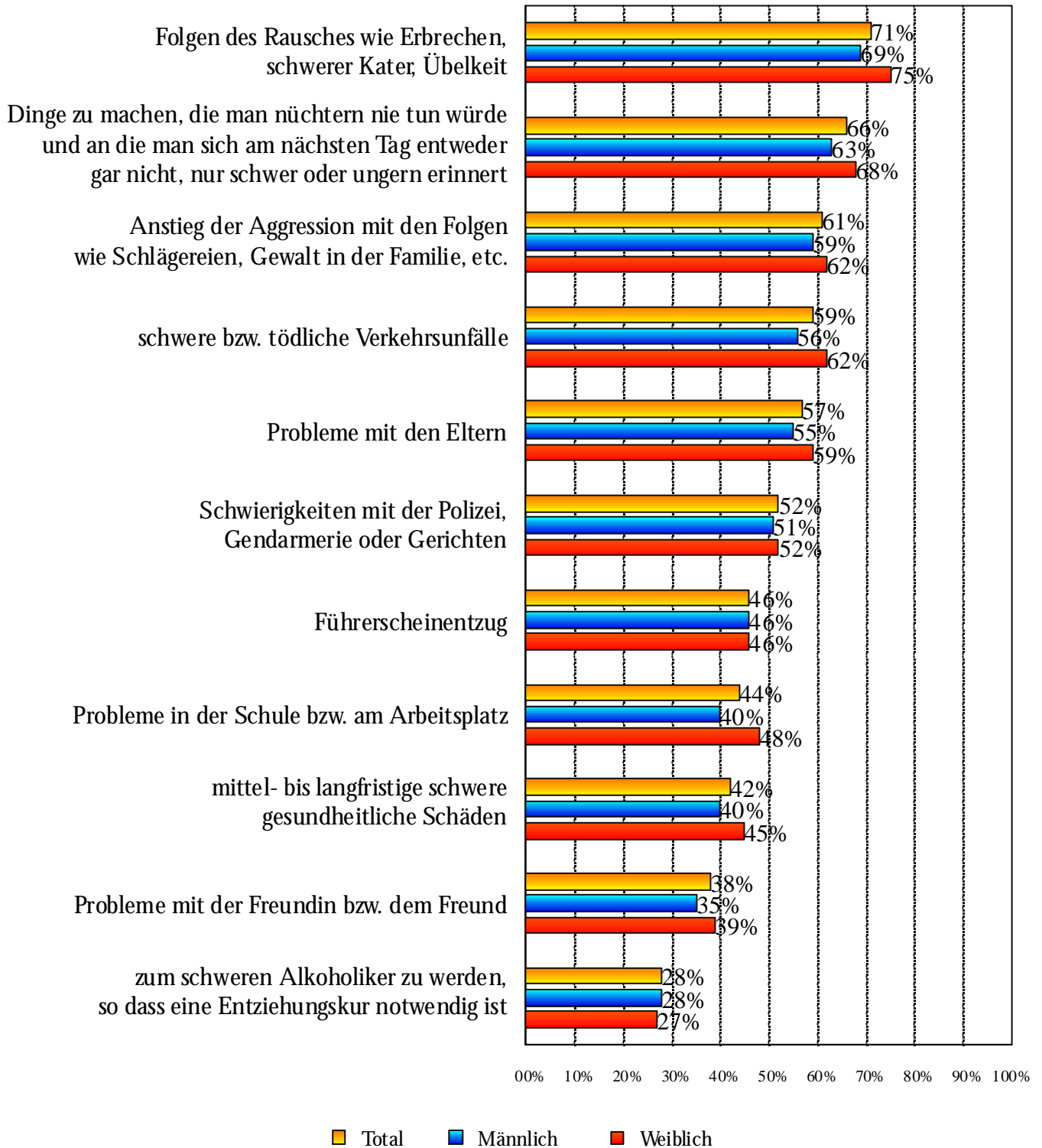
Negative soziale Folgen in der Schule bzw. dem Arbeitsplatz gewärtigen 44% und physische bzw. psychische Schäden werden zu 42% („mittel- bis langfristige schwere gesundheitliche Schäden“) bzw. zu 28% („zum schweren Alkoholiker zu werden, so dass eine Entziehungskur notwendig ist“) befürchtet.

Interessante Unterschiede in der Risikobewertung ergibt der Vergleich der Einschätzungen zwischen Jugendlichen mit und ohne Alkoholerfahrung.

ÄNGSTE UND BEFÜRCHTUNGEN

Basis: Trinker und Nichttrinker, n= 510

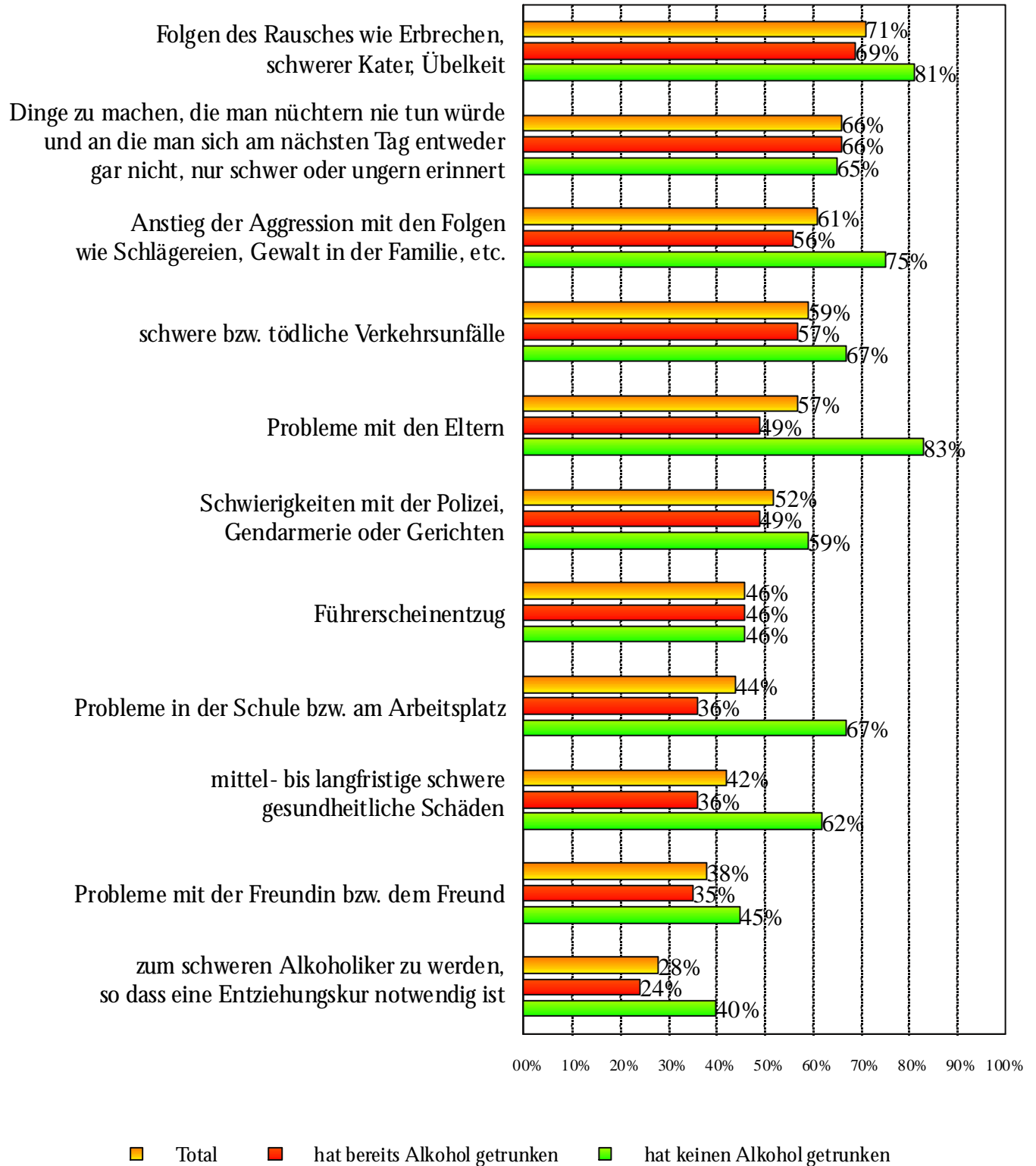
Saldierte Werte aus befürchte ich sehr bzw. eher



ÄNGSTE UND BEFÜRCHTUNGEN

Basis: Trinker und Nichttrinker, n= 510

Saldierte Werte aus befürchte ich sehr bzw. eher



Nichttrinker (vorwiegend jüngere Befragte) stehen nahezu allen Bedrohungsdimensionen empfindsamer gegenüber als Alkoholkonsumenten. Ausnahme davon ist die Angst vor dem Kontrollverlust und dem Führerscheinentzug. Beides wurde von der (älteren) Gruppe der Trinker vermutlich schon im Freundeskreis bzw. selbst erlebt.

Ausgeprägter Alkoholkonsum und seine potentiellen sozialen, psychischen und physischen Folgeschäden werden offenbar, wie auch andere negative Verhaltensmuster verdrängt bzw. verniedlicht.

1.5 Jugendschutz und Kontrolle

Zwei Drittel der Befragten (67%) sind mit der gesetzlichen Regelung, wonach Alkohol erst ab sechzehn Jahren konsumiert werden darf, einverstanden. Das restliche Drittel plädiert zu 61% für eine Freigabe ab zwölf Jahren, 22% wollen eine restriktivere Lösung (Alter zwischen 17 und 21 Jahren) und 17% wünschen den Wegfall diesbezüglicher Gesetze.

Der Vollzug, also die Kontrolle des Jugendschutzes in diesem Bereich ist regional unterschiedlich stark. In den westlichen Bundesländern wird sie stärker gehandhabt.

- Kontrolle der Altersgrenze in der Gastronomie z.B. Diskos, Pubs

	gar nicht	kaum	teilweise	oft	immer
Total	30%	35%	22%	10%	2%
OÖ, Salzburg	15%	44%	25%	14%	2%
Tirol, VlbG	11%	48%	34%	7%	-
Stmk., Kärnten	36%	24%	19%	12%	8%
Wien, NÖ, Bgld.	41%	32%	18%	8%	-

- Kontrolle der Altersgrenze in Supermärkten oder Tankstellen

	gar nicht	kaum	teilweise	oft	immer
Total	20%	23%	29%	21%	6%
Tirol, VlbG	9%	14%	43%	25%	9%
OÖ, Salzburg	16%	25%	31%	23%	6%
Wien, NÖ, Bgld.	21%	26%	29%	20%	4%
Stmk., Kärnten	30%	22%	20%	16%	11%

Generell ist festzustellen, dass Kontrollen in Supermärkten oder Tankstellen häufiger stattfinden als in der Gastronomie

2. DIE KAMPAGNE

Die Kampagne „Mehr Spaß mit Maß“ hatte in der jugendlichen Zielgruppe einen sehr starken Impact. 77% kannten sie, davon 53% spontan und 24% gestützt. Einen besonders hohen Bekanntheitsgrad hatte sie bei den älteren Jugendlichen.

	spontan bekannt	gestützt bekannt	bekannt	nicht bekannt
Total	53%	24%	77%	24%
11-13 Jahre	45%	29%	74%	26%
14-16 Jahre	51%	23%	75%	25%
17-19 Jahre	61%	19%	80%	20%

Den höchsten Bekanntheitsgrad erzielte sie in Wien, Niederösterreich, Burgenland (82%) sowie in Oberösterreich und Salzburg (83%), den niedrigsten in der Steiermark und Kärnten mit 58%.

Im Rahmen der gestützten Fragestellung (Vorlage der einzelnen Sujets) konnten folgende Varianten erinnert werden: Sujet Kondom 44%, Sujet Ampel 40%, Sujet Trink dich nicht weg 35% Sujet Flasche 28%, Sujet Schnuller 14%.

Die gesamte Werbung wurde überwiegend positiv aufgenommen und bewertet, wobei charakteristischerweise die subjektive relative Ablehnung mit dem Alkoholkonsum der Jugendlichen Befragten zusammen hängt. Je häufiger getrunken wird, desto eher tendiert man dazu, aus Gründen der kognitiven Dissonanzminderung, die Kampagne schlechter zu bewerten.

Und wie hat dir diese Werbung ganz allgemein gefallen? War sie deiner Ansicht nach.....

	sehr gut	eher gut	eher schlecht	sehr schlecht
Total	26%	47%	19%	8%
Alkoholkonsum				
nein	38%	40%	16%	6%
ja	24%	49%	20%	8%
Alkoholisierung innerhalb der letzten drei Monate				
nicht	36%	36%	25%	3%
4 mal und öfter	21%	28%	31%	19%

Ein ähnliches Muster zeigt sich bei der verhaltenssteuernden Dimension der Kampagne. Ein Viertel der Jugendlichen (26%) gab an durch die Werbelinie „Mehr Spaß mit Maß“ zum Überdenken des Alkoholkonsums angeregt worden zu sein bzw. darüber zu diskutieren. Nichttrinkende Jugendliche taten dies zu 37%, Befragte mit Alkoholerfahrung dagegen nur zu 23%

2.1 Medien und Adressaten

„Und wo ist dir diese Werbung aufgefallen?“
Basis spontane Recognition

Fernsehen	83%
Kino	25%
Zeitungen	17%
Zeitschriften	17%
Internet	14%

Als Adressaten werden genannt
Basis: Befragte, die die Kampagne kennen

FGÖ	16%
Andere	8%
keine Angabe	77%

Der Großteil der Nennungen in der Kategorie „Andere“ entfällt auf das Gesundheitsministerium..

Der Fonds Gesundes Österreich hat, unterstützt durch die Kampagne, bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen einen außerordentlich hohen Bekanntheitsgrad von insgesamt 43% wobei die Bekanntheit mit zunehmendem Alter steigt und wie bereits erwähnt auch von der Kampagnewahrnehmung abhängig ist.

Bekanntheit des Fonds Gesundes Österreich:

	spontan bekannt	gestützt bekannt	bekannt	nicht bekannt
Total	12%	31%	43%	57%
11-13 Jahre	4%	26%	30%	70%
14-16 Jahre	12%	30%	42%	58%
17-19 Jahre	19%	36%	56%	44%
Kampagne				
spontan bek.	19%	35%	54%	46%
gest.bek.	9%	28%	36%	64%
bekannt	16%	33%	48%	52%
nicht bek.	-	24%	24%	76%