"Standfest - Dein Wille gegen Promille"
Evaluation eines jugendperspektivischen Präventionsprojektes
hinsichtlich Wissens- und Einstellungsveränderung

Master-Thesis
An der Katholischen Hochschule Nordrhein-Westfalen
Abteilung Köln, Masterstudiengang Suchthilfe
Master of Science in Addiction, Prevention and Treatment

Verfasserin: Stefanie Sütfels

Erstleserin: Dr. Anne Pauly
Zweitleser: Prof. Dr. Michael Klein

Düsseldorf, April 2012
Danksagung

Ich möchte Christina Botscher und den ehrenamtlichen Peers für ihre Unterstützung, Anregungen und Verteilung der Fragebögen danken.
Ich danke Frau Dr. Anne Pauly für die hervorragende Begleitung.
Weiterhin möchte ich meinem Ehemann für seine Geduld und Unterstützung danken!
Inhaltsverzeichnis

Einleitung .......................................................................................................................... 5

1. Grundlagen und Rahmenbedingungen .................................................................. 6

2. Forschungsanliegen ................................................................................................. 9

2.1 Definition Rauschtrinken .................................................................................. 9

2.2 Aktuelle Zahlen in Deutschland ....................................................................... 9

2.3 Aktuelle Zahlen in Düsseldorf .......................................................................... 11

2.4 Alkoholkonsum der Düsseldorfer Schüler/innen .............................................. 11

2.5 Binge-Drinking in Düsseldorf .......................................................................... 11

3. Entwicklungsaufgaben im Jugendalter ................................................................ 13

3.1 Alkoholkonsum im Jugendalter ....................................................................... 15

3.2 Motivation und Funktion des Rauschtrinkens bei Jugendlichen ...................... 16

3.3 Geschlechtsspezifische Unterschiede ............................................................. 20

3.4 Risiko des Alkoholkonsums bei Jugendlichen ................................................. 21

3.5 Alkopops ......................................................................................................... 23

3.6 Bevorzugte Getränke Jugendlicher .................................................................. 25

3.7 Lebenswelt Jugendlicher und junger Erwachsener in Düsseldorf ................. 25


4.1 Versorgungslücke ........................................................................................... 28

4.2 Vorteile der aufsuchenden, niederschwelligen und zielgruppenorientierten
Präventionsarbeit ........................................................................................................... 31

5. Konzept zur Suchtvorbeugung im Party- und Veranstaltungsstetting .......... 33

5.1. Die Einrichtung ............................................................................................... 33

5.2 Suchtvorbeugung für Jugendliche und junge Erwachsene im Party- und
Veranstaltungssetting ............................................................................................... 34

5.2.1. Zielgruppe ................................................................................................ 35

5.2.2. Zielsetzung ............................................................................................... 36

5.2.3. Arbeitsmethoden ..................................................................................... 37

5.2.4. Aufgabenfeld ........................................................................................... 37

5.2.5. Projektdauer und Zeitplan ....................................................................... 38

5.3. Der Peer-Ansatz ............................................................................................ 38

5.3.1 Peer Education .......................................................................................... 39

5.3.2 Inhalte der Peerschulung ......................................................................... 40

5.4 Kooperation ..................................................................................................... 40
5.5 Öffentlichkeitsarbeit........................................................................................................... 41
  5.5.1 Die Internetseite ......................................................................................................... 41
  5.5.2 Infopakete ................................................................................................................. 43
5.6 Die Standfest-Aktionen ..................................................................................................... 43
  5.6.1 Das Standfest-Alkoholquiz ...................................................................................... 43
  5.6.2 Der Rauschparcours ............................................................................................... 46
  5.6.3 Die Rauschbrille ....................................................................................................... 47
  5.6.4. Weitere Aktion: Alkoholfreie Cocktails ................................................................. 48
6. Zielsetzung und Fragestellung zur Auswertung des Projektes .................................................. 49
  6.1. Hypothesen .................................................................................................................. 49
7. Erhebungsmethode ............................................................................................................. 52
  7.1 Konzeptionen des Fragebogens .................................................................................... 55
  7.2 Überprüfung des Standfest-Fragebogens .................................................................... 57
  7.3 Begründung der Stichprobe .......................................................................................... 57
  7.4 Planung und Durchführung der Untersuchung ............................................................. 58
  7.5. Statistische Auswertung ............................................................................................... 59
    7.5.1 Auswertung des Fragebogens ................................................................................ 59
    7.5.2 Statistische Tests .................................................................................................... 60
8. Ergebnisse .......................................................................................................................... 62
  8.1 Durchführung der Befragung ....................................................................................... 62
  8.2 Auswertung der Hypothesen ....................................................................................... 64
9. Diskussion ............................................................................................................................ 105
  9.1 Überprüfung der Zielgruppe – Hypothesen 1 bis 2 .................................................... 105
  9.2 Alkoholkonsum der Jugendlichen – Hypothese 3 ........................................................ 106
  9.3 Getränkeauswahl der Jugendlichen – Hypothesen 4-5 ................................................. 108
  9.4 Bewertung der einzelnen Standfest-Aktionen in Bezug auf den
    Informationszuwachs – Hypothesen 6, 8 und 11 .......................................................... 109
  9.5 Bereitschaft zur Verhaltensänderung durch die Standfest-Aktionen –
    Hypothesen 7, 9, 10, 12, 13, 14 und 15 ........................................................................ 109
      9.5.1 Bereitschaft zur Verhaltensänderung aufgrund von Wissenszuwachs –
        Hypothesen 7 und 12 ............................................................................................. 110
      9.5.2 Bereitschaft zur Verhaltensänderung aufgrund der Einschätzung der
        Alkoholwirkung – Hypothese 13 ............................................................................. 110
9.5.3 Bereitschaft zur Verhaltensänderung in Abhängigkeit vom Alkoholkonsum
bzw. von der Einschätzung des eigenen Konsumverhaltens – Hypothesen 10
und 14 .......................................................................................................................... 111

10. Zusammenfassung .......................................................................................... 113

LITERATUR: ........................................................................................................... 114

Anhang 1: Der Fragebogen ................................................................................. 121
Anhang 2: Tabellen ............................................................................................ 122
Anhang 3: Erklärung ............................................................................................ 125
Einleitung


Die Fachambulanz der Diakonie Düsseldorf greift diese Idee auf und entwickelt ein ähnliches Projekt mit dem Namen „Standfest – Dein Wille gegen Promille“. Es handelt sich um eine aufsuchende Präventionsmaßnahme, die die Jugendlichen in ihren Lebensräumen abholt.

1. Grundlagen und Rahmenbedingungen


Aber nicht nur intrafamiliäre Erfahrungen spielen eine Rolle, sondern auch solche, die man in der Peergruppe, also unter Gleichaltrigen, bzw. in der Gesellschaft erlernt (vgl. Settertobulte, 2004).


2. Forschungsanliegen
Die Masterarbeit befasst sich mit einer Teilauswertung des Präventionsprojektes „Standfest - Dein Wille gegen Promille“, das seit 2010 von der Fachambulanz der Diakonie Düsseldorf durchgeführt wird.
In dieser Teilauswertung wird im Rahmen einer quantitativen Studie ermittelt, wie das Projekt Standfest bei den Jugendlichen ankommt, insbesondere in Bezug auf Wissenszuwachs und Bereitschaft zur Verhaltensänderung.

2.1 Definition Rauschtrinken

2.2 Aktuelle Zahlen in Deutschland


Im Durchschnitt konsumierten 16- bis 17-jährige Jungen im Jahr 2007 etwa 154 Gramm Alkohol, was 3,3 Litern Bier oder 2,5 Flaschen Wein entspricht (vgl. BzgA, 2007).


2.3 Aktuelle Zahlen in Düsseldorf


2.4 Alkoholkonsum der Düsseldorfer Schüler/innen


Insofern ist es in der Suchtprävention wichtig, das niedrige Einstiegsalter hinauszuzögern, um so einen verzögerten Alkoholkonsum zu fördern.

2.5 Binge-Drinking in Düsseldorf


3. Entwicklungsaufgaben im Jugendalter


Für den Übergang vom Jugendlichen zum Erwachsenen wird eine Art Aufgabenkatalog postuliert, der bewältigt werden muss, um eine individuelle und soziale Identität auszubilden (vgl. Hurrelmann, 2009).


Silbereisen und Reese (2001) haben die Funktion des Alkoholkonsums einigen Entwicklungsaufgaben zugeordnet. Das veranschaulicht die folgende Tabelle:
<table>
<thead>
<tr>
<th>Entwicklungsaufgaben:</th>
<th>Funktion des Substanzkonsums:</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Wissen, wer man ist und was man will;</td>
<td>- Ausdruck persönlichen Stils</td>
</tr>
<tr>
<td>Identität</td>
<td>- Suche nach grenzüberschreitenden, bewusstseinserweiternden Erfahrungen und Erlebnissen</td>
</tr>
<tr>
<td>Aufbau von Freundschaften; Aufnahme</td>
<td>- Erleichterung des Zugangs zu Peergruppen</td>
</tr>
<tr>
<td>intimer Beziehungen</td>
<td>- Exzessiv- ritualisiertes Verhalten</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Kontaktaufnahme mit gegengeschlechtlichen Peers</td>
</tr>
<tr>
<td>Individuation von den Eltern</td>
<td>- Unabhängigkeit von Eltern demonstrieren</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Bewusste Verletzung elterlicher Kontrolle</td>
</tr>
<tr>
<td>Lebensgestaltung, -planung</td>
<td>- Teilhabe am subkulturellen Lebensstil</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Spaß haben und genießen</td>
</tr>
<tr>
<td>Eigenes Wertesystem entwickeln</td>
<td>- gewollte Normverletzung</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Ausdruck sozialen Protestes</td>
</tr>
<tr>
<td>Entwicklungsprobleme</td>
<td>- Ersatzziel</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>- Stress und Gefühlsbewältigung (Notfallreaktion)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

(Aus Silbereisen und Reese, S.138, 2001)


3.1 Alkoholkonsum im Jugendalter


Durch die Vorbilder in der Familie, in der Peergruppe und durch die Medien animiert sind Jugendliche neugierig auf alkoholische Getränke und wollen diese ausprobieren. Sie wollen ihre Grenzen austesten und sich erwachsen fühlen (vgl.


3.2 Motivation und Funktion des Rauschtrinkens bei Jugendlichen

Im Rahmen der Prävention muss die Motivation junger Menschen erfasst werden, weswegen sie Alkohol, vor allem in größeren Mengen im Rahmen von Rauschtrinken, konsumieren.


Zu ähnlichen Ergebnissen kamen Kraus et al. (2008) in einer Befragung von 15-16 jährigen. Dabei nannten 76% „viel Spaß haben“ als wichtige Wirkung des Alkoholkonsums. 65% empfanden sich als kontaktfreudiger, 51%gaben an, sich entspannt und glücklich zu fühlen, und 41% konnten sogar ihre Probleme vergessen.

Auch in einem Forschungsprojekt des Bundesministeriums für Gesundheit (Stumpp et al., 2009) wurde abgefragt, was Jugendliche motiviert, „Rauschtrinken“ zu betreiben. Dabei wurde ebenfalls häufig „Spaß haben“ und „gut drauf sein“ angeben.
Jungen äußerten zusätzlich, dass sie Hemmungen verlieren würden, um mit Mädchen in Kontakt zu treten.


wohlhabendsten Schicht mehr Alkohol konsumieren als ihre ärmeren Altersgenossen. Hier scheint der Taschengeldfaktor eine wichtige Rolle zu spielen.

In die gleiche Richtung weisen die neueren Studien an Düsseldorfer und Kölner Schulen (vgl. Klein 2010; Schaunig & Klein, 2008 zit. in Klein, 2010), die einen höheren Alkoholkonsum bei Gymnasiasten als bei Hauptschülern fanden.


Präventionsmaßnahmen sollten vor allem bei Jugendlichen installiert werden, weil diese ihre ersten Erfahrungen mit Alkohol machen und somit einen kritischeren

3.3 Geschlechtsspezifische Unterschiede


Es wird deutlich, dass ab dem 16. Lebensjahr der größte geschlechtsspezifische Unterschied zu erkennen ist.


Im Rahmen von Präventionsangeboten ist es insofern wichtig, besonders auch männliche Jugendliche zuzugehen und die Angebote derart zu gestalten, dass sie von Jungen angenommen werden können.

3.4 Risiko des Alkoholkonsums bei Jugendlichen


In einer Pressemeldung des Gesundheitsamtes warnt die Stadt Düsseldorf im März 2011 vor den körperlichen Schäden bei Heranwachsenden durch Alkoholkonsum. Dazu bezieht sich der Autor auf die Deutschen Hauptstellen für Suchtfragen e.V. Demnach sind junge Menschen bis zum 17. Lebensjahr besonders organisch gefährdet. Da Alkohol ein Zellen- und Nervengift, wird das Gehirn am stärksten geschädigt. Dies führt zu Schwierigkeiten bei der Konzentration und der Merkfähigkeit. Je früher die jungen Erwachsenen mit dem Alkoholkonsum beginnen, desto höher ist die Gefahr, im weiteren Leben Alkoholprobleme oder eine
Abhängigkeit zu entwickeln, weil der Alkohol Einfluss auf die Hirnentwicklung nimmt (vgl. Bergmann, 2011). Zudem stört Alkohol den normalen Ablauf der Zellteilung im Körper, was sich auf Organe, das Gewebe und die Körpergröße wachstumshemmend auswirken (vgl. Karaguelle et al., 2010).


Es können bis jetzt nur eindeutig kurzfristige soziale und gesundheitliche Auswirkungen des Rauschtrinkens bei Jugendlichen ausgemacht werden. Langfristige Folgen sind aufgrund fehlender Erfahrungswerte und Studien noch nicht gegeben (vgl. Karaguelle et al., 2010).

Aufgrund der genannten, zum Teil weitreichenden Folgeerscheinungen des Alkoholkonsums bei Jugendlichen sind die Bedeutung rechtzeitiger...
Präventionsmaßnahmen sowie möglichst auch eine Reglementierung der Werbung für Alkohol an Ort, wo Jugendliche regelmäßig verkehren, hervorzuheben.

3.5 Alkopops

Alkopops werden alkoholische Getränke genannt, die mit anderen süßen Getränken gemischt sind, wie z.B. Limonade. Diese haben ein Alkoholvolumen von 5 bis 6%. Das entspricht ca. 2 Schnapsgläsern mit hochprozentigem Alkohol, also etwa 12 Gramm reinen Alkohols (vgl. DHS & BzgA, 2004).


In Präventionskampagnen ist es demnach wichtig, speziell auf Alkopops einzugehen und die Jugendlichen über das Risiko und den hohen Alkoholgehalt aufzuklären sowie Alternativen, z.B. alkoholfreie Mixgetränke, anzubieten.

3.6 Bevorzugte Getränke Jugendlicher


3.7 Lebenswelt Jugendlicher und junger Erwachsener in Düsseldorf


Des Weiteren gibt es deutschlandweit bekannte Stadtfeeste wie die Größte Kirmes am Rhein und den Düsseldorfer Karneval, die eng mit dem Alkoholkonsum verbunden sind.


Sicherlich spielen hier städtische Trinktraditionen, die seit Generationen vorgelebt werden, und das Lernen an gleichaltrigen oder elterlichen Vorbildern eine wichtige Rolle. Auch der Rollenzwang innerhalb einer Gruppe von Jugendlichen, z.B. einer Schulklasse, ist wahrscheinlich von Bedeutung.


Die Schüler/innen gaben an, am liebsten Freunde zu besuchen (70,5%), gefolgt von dem Treffen auf der Straße mit Freunden (45,2%) und dem Kino mit 36,1%. In Cafés
und Bistros gaben 16.9% an zu gehen. Discobesuche (15,1%) und Kneipenbesuche (5,4%) lagen weiter hinten, was sehr wahrscheinlich mit der Altersbeschränkung der Lokalitäten begründet ist.

Jugendzentren zu besuchen gaben 8% an. Theater- und Konzertbesuche gaben 5,1% an. 4,8% gaben an gar nicht auszugehen (vgl. Klein, 2010).

Aufgrund der dargestellten Situation sind Präventionsmaßnahmen direkt an den Orten durchzuführen, wo Jugendliche Alkohol konsumieren, z.B. in der Düsseldorfer Altstadt, oder an besonderen Zeitpunkten, an denen getrunken wird, z.B. im Karneval.
4. Ziele der Präventionsarbeit mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen


4.1 Versorgungslücke


Aufklärungskampagnen haben auf die Einstellung und das Verhalten ebenfalls nur einen geringen Effekt. Warnhinweise und Beschriftungen haben kurz- und mittelfristige, aber kaum langfristige Wirkungen (vgl. Settertobulte, 2004).

Was ist es dann, was unsere Jugend heute braucht? Ein wichtiger Ansatz ist hier vor allem, die Jugendlichen in ihrer Lebenssituation abzuholen. Präventionsmaßnahmen sollten dort durchgeführt werden, wo sich Jugendliche aufhalten und wo sie mit dem Thema konfrontiert sind, also auf Parties, auf Veranstaltungen oder auf der Straße.


Bei immer früher einsetzendem Beginn des Alkoholkonsums ist es ebenso bedeutsam, die Zielgruppe auf die 13- bis 15 jährigen auszuweiten. Hierfür sind wiederum andere Maßnahmen und Aktionen erforderlich als für die jungen Erwachsenen.
Da Wissensvermittlung und „Erziehung“ auf einer guten Beziehung basiert und gute Informationen nicht das Vertrauen ersetzen, sind Offenheit und gegenseitiger Respekt wichtige Faktoren, die durch Peers geführte Kampagnen hervorragend umgesetzt werden können (vgl. Kutter et al., 2011).


Lange Zeit war der Peeransatz eine Versorgungslücke. Man zielte früher zwar darauf ab, dass junge Sozialarbeiter präventive Arbeit leisteten, jedoch nicht Gleichaltrige, bei denen eine stärkere Identifikationsmöglichkeit besteht und die Lebenswirklichkeit der Jugendlichen im Vordergrund steht.

Eine Aktion der BzgA (vgl. www.bzga.de) unter dem Titel „Kenn Dein Limit“ arbeitet mit Peers, allerdings mit nur 90 Aktivisten in ganz Deutschland, was bei weitem nicht ausreichend für eine Flächendeckung ist. Insofern sind lokale Projekte wichtig, die sich im Milieu der Jugendlichen vor Ort auskennen und gezielt bei Veranstaltungen der Jugend durchgeführt werden können. Bei diesen Projekten kann die Kampagne „Kenn Dein Limit“ als Vorlage dienen und um individuelle lokale Aspekte ergänzt werden. Sinnvoll ist, dass die Peers wirklich aus demselben Umfeld stammen und sich in der lokalen Szene auskennen, was bei bundesweit operierenden Maßnahmen kaum möglich ist. Zudem sollten Jugendliche die Möglichkeit haben, an wiederholten Aktionen teilzunehmen, was den Lerneffekt und den Wiederererkennungswert der Hauptbotschaften enorm fördern kann.
4.2 Vorteile der aufsuchenden, niederschwellig und zielgruppenorientierten Präventionsarbeit


Auch Bachmann et al. (2011) empfehlen, mit Hilfe der Peers der Zielgruppe Vertrauen und Motivation zu vermitteln, um weiterführende Hilfen in Anspruch zu
nehmen. Dafür sei das Vorhandensein von geeigneten Beratungs- und Therapienageboten dringend erforderlich.


Es findet also die sinnvolle Verknüpfung von niederschwelliger Vorarbeit und tiefengehenden Hilfsangeboten statt. Während über Peers Vertrauen geschaffen und erste Informationen gegeben werden, kann dann eine Verbindung zu professioneller Beratung und Therapie aufgebaut werden, vor allem da eine Beraterin bereits im Projekt-Kontext kennen gelernt werden kann. Solche Verknüpfungen sind nur bei lokalen Projekten gegeben und ermöglichen eine weit reichende Vernetzung verschiedener Hilfesysteme.
5. Konzept zur Suchtvorbeugung im Party- und Veranstaltungsstetting

Das Konzept zu dem Partyprojekt „Standfest – Dein Wille gegen Promille“ wurde auf dem Hintergrund der in den vorangegangenen Kapiteln erwähnten Versorgungslücke entwickelt.

5.1. Die Einrichtung


5.2 Suchtvorbeugung für Jugendliche und junge Erwachsene im Party- und Veranstaltungssetting


5.2.1. Zielgruppe

Die Zielgruppe, die die Fachambulanz im Rahmen dieses neuen Projektes erreichen wollen sind Jugendliche und junge Erwachsene im Party- und Veranstaltungssetting in Düsseldorf, die mit relativer Selbstverständlichkeit psychoaktive Substanzen probieren ohne diese zu missbrauchen oder davon abhängig zu sein, welches jedoch ein Konsumrisiko birgt. Auf diesen experimentellen Konsum soll reagiert werden, indem die Jugendlichen persönlich angesprochen, informiert und aufklärt werden (vgl. Schötz, 2009).

Der Fokus liegt auf den Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf Parties und Veranstaltungen in Düsseldorf, die bereits einen hochriskanten, missbräuchlichen Konsum von Alkohol und illegalen Drogen, häufig auch Mischkonsum praktizieren, durch den sich mit hoher Wahrscheinlichkeit suchtmissbräuchliche Probleme entwickeln. Auch diese gilt es zu informieren und aufzuklären und ggfs. auf andere Maßnahmen aufmerksam zu machen.


5.2.2. Zielsetzung

Mit dem Suchtvorbeugungsangebot im Party- und Veranstaltungsbereich werden nach Schötz (2009) folgende Ziele angestrebt:

- Sensibilisierung für einen verantwortungsvollen Umgang mit Suchtmitteln,
- Verständnis darüber, dass ein exzessiver Konsum von Suchtmitteln nicht selbstverständlich ist,
- Vermeidung von riskanten Konsummustern,
- Informationen über Suchtberatungsstellen in Düsseldorf,
- Senkung der Hemmschwelle, diese aufzusuchen.
5.2.3. Arbeitsmethoden

Um die voran beschriebenen Ziele zu erreichen plant die Fachambulanz der Diakonie folgende unterschiedliche Methoden und Herangehensweisen (vgl. Schötz, 2009).

- Szenenahe Vor-Ort-Prävention,
- Peer- to- Peer- Ansatz (siehe unten: Peereducation),
- Informationsvermittlung,
- Motivierende Gesprächsführung,
- Mitmachaktionen: Rauschbrille, Promillecheck, Hindernisparcours,
- Vermittlung in weiterführende Angebote der Suchtvorbeugung oder Vermittlung in eine Suchtberatungsstelle.

5.2.4. Aufgabenfeld

Bei der Beschreibung des Aufgabenfeldes ist Schötz (2009) folgende Unterscheidung vorzunehmen:


Schülerparties, sogenannte Stufen- und Abiparties, veranstalten die Schüler aller Düsseldorfer Gymnasien und Gesamtschulen, in eigens dafür angemieteten Räumlichkeiten in Düsseldorf.

Im Hinblick auf die beschriebene Partyszene gilt die Stadt Düsseldorf für Jugendliche und junge Erwachsene als Magnet, d.h. Jugendliche aus dem Umland werden ebenfalls angesprochen.

5.2.5. Projektdauer und Zeitplan


5.3. Der Peer-Ansatz


5.3.1 Peer Education


In einer Schulung werden die Peers inhaltlich und methodisch auf ihre Einsätze vorbereitet. Die Themen der Peerschulungen werden im folgenden Kapitel beschrieben.

5.3.2 Inhalte der Peerschulung

Die vorbereitende Peerschulung erstreckt sich über zwei Tage und sieht nach Schötz (2009) die Vermittlung folgender Inhalte und Trainings vor:

1. Informationen über die Themen Genuss, Missbrauch, Sucht und Suchtvorbeugung.
4. Reflexion der eigenen Haltung zum Suchtmittelkonsum.
5. Veränderung ist ein Prozess (Das transtheoretische Modell zur Verhaltensänderung).
6. Übungen zur motivierenden Gesprächsführung.

5.4 Kooperation

Ein wesentlicher Aspekt für die Etablierung der Suchtvorbeugung vor Ort ist die Zustimmung des jeweiligen Veranstalters. Veranstalter sind z.B. die Clubbetreiber, für die öffentlichen Schwimmbäder die Kommune und für Schülerparties die Jugendlichen selber. Fest steht, dass psychoaktive Substanzen - legale und illegale -

5.5 Öffentlichkeitsarbeit


Im Juni 2011 konnte die Fachambulanz für das Projekt Standfest ein eigenständiges Profil bei Facebook installieren. Vor dem Hintergrund dieses immer wichtiger werdenden sozialen Netzwerkes entstand die Idee, dort für Jugendliche präsent zu sein und ihnen eine mediale Plattform zum Thema zu bieten.

Über das Standfest-Projekt wurden im März und Oktober 2011 Fernsehbeiträge gedreht und bei Center TV und beim WDR in der Lokalzeit ausgestrahlt.

5.5.1 Die Internetseite

Die Internetseite www.sei-standfest.de ist nach diversen Recherchen und Festlegung der Inhalte im Dezember 2010 gestartet und stellt den Rezipienten folgende Inhalte zur Verfügung:
Startseite
Ferner sind auf der Startseite neben Logo und Grafiken die verschiedenen Reiter abrufbar:

1. Über Standfest: Hier wird über die Inhalte und Ziele von Standfest informiert.
2. Fragen und Antworten: Hier werden Antworten zu oft gestellten Fragen zum Thema Alkoholkonsum gegeben.
5. weitere Reiter:
   - Termine – Hier werden Zeiten und Orte für weitere Veranstaltungen angegeben.
   - Links – Diese Unterseite verweist auf weitere interessante Links zu ähnlichen Infos (Webseiten).
   - Kontakt – Kontaktformular mit Telefonnummer und Textfeld für das Schreiben von Nachrichten.


5.5.2 Infopakete

Jeder Jugendliche bekommt am Standfest-Bus ein Infopaket mit, das eigens für Standfest produziert und gestaltet wurde. Für das Projekt wurde eine neue Form der Herausgabe der Infomedien/Give-Aways festgelegt. Durchsichtige Druckverschlusstücke wurden mit folgenden Medien gefüllt, um so die Herausgabe der entsprechenden Infos schneller und damit effektiver gestalten zu können:


5.6 Die Standfest-Aktionen


Bei den Aktionen werden die Jugendlichen und jungen Erwachsenen gezielt angesprochen und zum Mitmachen animiert. Um einen Anreiz zu schaffen, wird darauf hingewiesen, dass sie nach der Aktion ein BzgA-Infopaket inklusive einer Handytasche, eines MousePads oder eines Wasserball erhalten.

5.6.1 Das Standfest-Alkoholquiz

Das Standfest-Alkoholquiz wurde von der Fachambulanz zunächst in Anlehnung an das BzgA-Quiz entwickelt. Da es Wiederholungsbesuche von Jugendlichen gab, wurde das Quiz um weitere Fragen ergänzt und zudem ein Quizrad eingeführt (siehe unten).
Das Quiz beinhalten folgende Fragen:
- Wie viel Würfelzucker sind in einer Flasche Alkopop enthalten (0,275l, 5,5 Vol. %)?
- Was versteht man unter Branntwein?
- Wie wirkt sich regelmäßiger Alkoholkonsum auf den Körper aus?
- Ab wie viel Uhr dürfen Werbefilme für Alkohol im Fernsehen gezeigt werden?
- In welcher Situation sollte man gar keinen Alkohol trinken? Als Kind, in der Schwangerschaft, wenn man Medikamente nimmt, im Straßenverkehr?
- Wie alt muss man sein, um laut Gesetz Wodka und Alkopops in der Öffentlichkeit kaufen und verzehren zu dürfen?
- Wer hat nach einem Mixgetränk einen höheren Alkoholgehalt im Blut? Männer oder Frauen oder haben beide den gleichen Alkoholgehalt?
- Warum werden Frauen schneller betrunken als Männer? Weil die weiblichen Hormone die Alkoholaufnahme ins Blut beschleunigen oder weil der Flüssigkeitsanteil im Körper von Frauen geringer ist als bei Männern oder es gibt gar keinen Unterschied?
- Wie lässt sich der Alkoholabbau beschleunigen? Durch Schlafen und viel Trinken oder durch Bewegung und Sport oder durch gar nichts?
- Wird man schneller nüchtern, wenn man sich übergibt?
- Was ist ein alkoholbedingter Blackout / Filmriss? Kurze Ohnmacht, vorübergehende Gedächtnisstörung, Vergesslichkeit?
- Nenne 3 schädliche Langzeitfolgen, den erhöhter Alkoholkonsum bewirken kann.
- Was hat mehr Kalorien, ein Mixgetränk, eine Apfelschorle oder haben beide gleich viele Kalorien?
- Was wird unter starkem Alkoholeinfluss wahrscheinlich passieren? Deine Gedächtnisleistung steigt oder die Unfallgefahr sinkt oder die Kontrolle über deinen Körper und deine Kondition sinkt.
- Wie viel Kalorien hat reiner Alkohol pro Gramm? 2,7 oder 15 Gramm?
- Für wen ist Alkohol schädlicher, für Kinder, Jugendliche oder Erwachsene?
- Was entspricht ungefähr der Kalorienzahl eines Becks-Bieres (0,5l)? (Snickers, Apfel, Big Mäc?)
- Wie wirkt sich Alkohol auf Sex aus? Männer kriegen schneller eine Erektion oder man wird hemmungsloser und lässt sich schneller mit jemandem auf Sex ein oder die Kondition verbessert sich?
Wie lange dauert es, bis Alkohol beim Trinken ins Blut gelangt? 10 Sekunden, 2 oder 15 Minuten?

Welche Organe werden durch übermäßiges Trinken von Alkohol geschädigt? Herz, Haut, Nieren oder nur die Leber und das Gehirn oder alle Organe?

Während des Quiz dürfen sich die Mitmachenden gegenseitig beraten und damit ihr Wissen untereinander prüfen. Dies bietet die Grundlage für weiterführende Diskussionen zum Thema.

**Ziel:**
Das interaktive Quiz zum Thema Alkohol bietet die Möglichkeit, das eigene Wissen rund um das Thema Alkohol und seine Wirkungen und Risiken zu testen, zu erweitern oder zu korrigieren. So werden spielerische Information und Wissensvermittlung zum Thema Alkohol sowie meist auch die Reflexion des eigenen Konsumverhaltens ermöglicht.

**Erweiterung des Standfest-Alkoholquiz**
Das Alkoholquiz, welches schon zu Beginn des Projekts bestand, wurde konzeptionell zu einem Quizrad erweitert. Dies wurde durch den Kauf eines Glücksrades und die Umgestaltung desselben ermöglicht.

Inhaltlich hat sich die Menge der Fragen erweitert. Formal wird das Quiz jetzt durch das Quizzen am Quizrad durchgeführt. Der Vorteil liegt hier bei der Optik und Akustik. Die Jugendlichen sind dabei dazu aufgefordert, selbst das Rad zu betätigen, was wiederum einen akustischen Reiz bedeutet. Ebenso werden die Fragen durch verschiedene Kategorien unterteilt, die durch Drehen des Rades gewählt werden.

Sie stellen sich wie folgt dar:
- Alkohol/Alkoholkonsum
- Allgemeines
- Körper und Gesundheit
- Joker (Kategorie darf selbst gewählt werden)
- Verhalten
5.6.2 Der Rauschparcours

Nach dem Aufsetzen einer Rauschbrille (0,8 oder 1,3 Promille) soll der Jugendliche im Slalom die aufgestellten Pylone durchlaufen. Währenddessen wird ein bunter Jonglierball auf das Übungsfeld und in die Nähe der Pylone geworfen. Diesen gilt es aufzuheben. Am Ende, nach etwa 4m, wird dieser Ball dem Anleiter gegeben. Im Anschluss bekommt der Jugendliche einen Schlüsselbund mit 2 Schlüsseln angereicht und wird aufgefordert, ein Schloss aufzuschließen. Nachdem das Schlüsselloch gefunden und aufgeschlossen wurde, ist die Aktion beendet.

Reflexionsschwerpunkte:

Durch die entstehenden Diskussionen zum Thema sind anschließende Gespräche über das eigene Konsumverhalten wahrscheinlich und können in diesem Zusammenhang benannt bzw. kritisch reflektiert werden.

Ziel:
Es findet eine kreative Auseinandersetzung mit der verminderten Sehfähigkeit durch den simulierten Alkoholrausch statt. Im Anschluss an die Übung wird der Jugendliche nach dem Schwierigkeitsgrad der Übung und seinen wahrgenommenen Einschränkungen gefragt. Unterstützend dazu
dient ein Schaubild, welches die vielfältigen körperlichen und geistigen Einschränkungen bei entsprechender Promille-Anzahl verdeutlicht.

5.6.3 Die Rauschbrille

Neben dem bewährten Rauschparcours gibt es Aktionen, die die Jugendlichen mit der sogenannten Rauschbrille durchführen.

Rauschbrille und Telefonbuch
Mit dem Aufsetzen der Rauschbrille (0,8 oder 1,3 Promille) werden Name und Telefonnummer einer Taxizentrale herausgesucht.

Rauschbrille und Sonderzeichen nachmalen
Ziel ist, nach dem Aufsetzen einer der zwei Rauschbrillen, aktiv eine bestimmte Anzahl an Schrift- und Sonderzeichen nachzuzeichnen. Nachdem der Jugendliche die Brille aufgesetzt hat, wird er vom Anleiter dazu aufgefordert, die verschiedenen Zeichen neben den abgebildeten in korrekter Form nachzuzeichnen.

Reflektionsschwerpunkt:
Auch hier werden die Einschränkung des Blickfeldes und das verschwommene Blickfeld reflektiert, was zum „Doppelt-Sehen“ und zu einer verminderten und falschen Einschätzung von Distanzen führt. Die geminderte Konzentrationsfähigkeit wird ebenfalls nachgeahmt.

Ziel:
Auch hier findet, wie beim Rauschparcours, eine kreative Auseinandersetzung mit der verminderten Sehfähigkeit durch den simulierten Alkoholrausch statt.
5.6.4. Weitere Aktion: Alkoholfreie Cocktails


Ziel:
Alternativmöglichkeiten zu alkoholhaltigen Getränken vermitteln, die nicht nur Spaß machen, gesund sind, sondern zudem noch gut schmecken.
6. Zielsetzung und Fragestellung zur Auswertung des Projektes

Das Projekt Standfest hat die Zielsetzung, Jugendliche und junge Erwachsene für einen verantwortungsvollen Umgang mit Suchtmitteln, insbesondere Alkohol, zu sensibilisieren. Das Projekt soll Jugendliche informieren, dass ein exzessiver Konsum von Suchtmitteln nicht selbstverständlich ist, und sie auf riskante Konsummuster hinweisen, um letztendlich eine Verhaltensänderung erreichen zu können. Ferner sollen Informationen über die Suchtberatungsstellen der Stadt Düsseldorf gegeben und die Hemmschwelle gesenkt werden, diese Hilfsangebote in Anspruch zu nehmen.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, wie das Präventionsprojekt Standfest bei der Zielgruppe ankommt. Es soll vor allem untersucht werden, ob die Aktionen interessant sind und ob es die Bereitschaft zu einem bewussteren Umgang mit Alkohol erhöht.

Dies lässt sich anhand folgender Fragen darstellen:

- Gibt es einen Wissenszuwachs?
- Gibt es eine Veränderungsbereitschaft im Bezug auf das eigene Trinkmuster?
- Sind die Jugendlichen für das Thema sensibilisiert?

Die gewonnenen Informationen sollten Aufschluss geben, ob die methodische Umsetzung für die Zielgruppe geeignet ist. Somit kann überprüft werden, ob die Präventionsmaßnahme zielgenau greift und letztendlich wirksam sein kann.

6.1. Hypothesen

Folgende Hypothesen konnten durch die Literaturrecherche bei der Entwicklung des Fragebogens einfließen. Die Hypothesen sollen bei der Auswertung überprüft werden.

2. Es werden gleichermaßen beide Geschlechter angesprochen.


7. Die Jugendlichen werden angeben, einen Informationszuwachs über Alkohol und seine Wirkung durch die Standfest-Aktion bekommen zu haben.

8. Das Standfestquiz wirkt sich hierbei besonders positiv auf den Informationszuwachs aus.


10. Die Einschätzung über den eigenen Alkoholkonsum wirkt sich positiv auf das angegebene zukünftige Trinkverhalten aus: Diejenigen, die ihren Alkoholkonsum als zu hoch einschätzen, werden angeben, künftig weniger zu trinken.


13. Je besser die Jugendlichen die Alkoholwirkung einschätzen, desto mehr lässt sich die Bereitschaft zur Verhaltensänderung abbilden.


15. Die Jugendlichen geben an, sich das mitgegebene Infopaket anzuschauen, möglicherweise mit der Absicht, sich weiterhin mit dem Thema Alkohol zu beschäftigen.
7. Erhebungsmethode


Offene Fragen setzen voraus, dass die antwortende Person sich verbal gut ausdrücken kann. Es wurde versucht, bei den Formulierungen für die geschlossenen Fragen die gesamte Breite der Antwortmöglichkeiten abzudecken (vgl. Wellhöfer,


Häufigkeitsbereiche vorgegeben werden, muss berücksichtigt werden, dass letztendlich wirklich exakte Angaben nicht erhoben werden können (vgl. Porst, 2009).


Der Fragebogen sollte jedoch nicht nur übersichtlich und klar verständlich für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen sein, sondern so gestaltet sein, dass er sich positiv und motivierend auf die Zielgruppe auswirkt. Vor allem ist es hier wichtig gewesen, kurze prägnante Fragen und Antworten vorzugeben, die gut lesbar sind. Wichtige Beispiele lieferte hierfür Rolf Porst (2009) in seinem Buch „Fragebogen“.


7.1 Konzeptionen des Fragebogens

Aufgrund der speziellen Fragestellung wurde ein individueller Fragebogen entwickelt, der sich passgenau mit dem in Punkt 3 dargestellten Fragen zur Zielsetzung beschäftigt.


Im Folgenden werden die einzelnen Fragen auf ihre Methodik und Zielsetzung erläutert:

Nach einer allgemeinen Informationsabfrage über das Alter, Geschlecht und die aktuelle Beschäftigung sollte der Jugendliche in Frage 2 einen „Alkoholcheck“ machen.

In diesem wird zuerst abgefragt, welche alkoholischen Getränke der Jugendliche normalerweise an einem Abend trinkt und wie viele er von diesen zu sich nimmt. Im zweiten Schritt werden Angaben darüber verlangt, an wie vielen Tagen die Jugendlichen in der Woche trinken. Diese Fragen dienen zum einen der Informationsgewinnung, zum anderen der bewussten Auseinandersetzung der Befragten mit ihrem Trinkverhalten, da sie für diese Einschätzung genau überlegen müssen, wie viel sie trinken.

Die Frage nach der Art der Aktion ist von Bedeutung im Hinblick auf die Bewertung der Informationsgewinnung und der Veränderungsbereitschaft. So sollte es in der Auswertung möglich sein, Rückschlüsse über den Zusammenhang der Aktion, die der Jugendliche gemacht hat, mit der Zielsetzung zu ziehen.

In Frage 4 können die jeweiligen Aktionen individuell von Jugendlichen bewertet werden. Hiermit soll unter anderem der „Spaß-Faktor“ bei der Informationsvermittlung erhoben werden. Zudem könnte eine zusätzliche Einschätzung, wie die einzelnen Aktionen bei den Jugendlichen ankommen, erlangt werden, was zur Verbesserung der Aktionen beitragen kann.


In Frage 7 wird erhoben, ob die Jugendlichen und jungen Erwachsenen für das Thema sensibilisiert sind und somit eine Veränderungsbereitschaft erkennbar wird.
7.2 Überprüfung des Standfest-Fragebogens


Ein weiterer wichtiger Hinweis war u.a. bei der Frage der Häufigkeit des Trinkens. Hier wurde kritisch angemerkt, dass es die Antwortmöglichkeit geben sollte weniger als einmal pro Woche Alkohol zu trinken.


Im Gesamten fiel die Bewertung durch die Peer-Mitarbeiter/innen positiv aus. Die Gestaltung des Fragebogens gefiel ihnen ebenfalls.

7.3 Begründung der Stichprobe


7.4 Planung und Durchführung der Untersuchung

7.5. Statistische Auswertung

Im Folgenden wird beschrieben, wie die statische Auswertung vorgenommen wird.

7.5.1 Auswertung des Fragebogens


Gewisse Schwierigkeiten bereitete die Auswertung der Frage 2, da hier Mengengruppen, z.B. 1-2 Getränke, angegeben sind. Für die statistische Auswertung wurde möglichst ein Mittelwert dieser Mengenangaben gewählt. Die Auswahl kann den Tabellen 7.1 und 7.2 entnommen werden.

Tabelle 7.1: Statistische Auswertung zu Frage 2.1 im Fragebogen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Normalerweise trinke ich an einem Abend</th>
<th>Gemittelte Werte für die weitere Auswertung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Keine Angabe</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>1-2 Getränke</td>
<td>1,5</td>
</tr>
<tr>
<td>3-5 Getränke</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>6-10 Getränke</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Mehr Getränke</td>
<td>11</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tabelle 7.2: Statistische Auswertung zu Frage 2.2 im Fragebogen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Normalerweise trinke ich in der Woche</th>
<th>Gemittelte Werte für die weitere Auswertung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>weniger</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>1x</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>2x</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>3x</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>öfter</td>
<td>5</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Bestimmungen für den Verkauf von alkoholischen Getränken in Deutschland sowie der Vorgabe der Zielgruppe, nämlich 12 bis 17 Jahre.

7.5.2 Statistische Tests


Es wird folgende Formel verwendet:

\[
\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}
\]

Chi-Quadrat ist also die Summe der Quadrate der standardisierten Residuen, die über alle Felder der Kreuztabelle gebildet wird. Als nächstes werden die Freiheitsgrade (df) der Kreuztabelle nach folgender Formel errechnet:

\[
\text{Freiheitsgrade } df = (\text{Zeilen} - 1) \times (\text{Spalten} - 1).
\]

Anhand der Freiheitsgrade wird die Irrtumswahrscheinlichkeit (p) bestimmt. Ein signifikantes, also aussagekräftiges Ergebnis wird bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 %, also \( p \leq 0,05 \), angenommen. Das bedeutet, es besteht eine Wahrscheinlichkeit von \( \leq 5 \% \), dass eine Hypothese, obwohl sie als zutreffend errechnet wurde, dennoch falsch ist.

Der Chi-Quadrat-Test setzt jedoch voraus, dass nur in höchstens 20 % der Felder der Kreuztabelle erwartete Häufigkeiten < 5 auftreten dürfen. Zudem müssen Zeilen- und Spaltensummen stets > 0 sein. Die entsprechenden Daten werden in den Tabellen mit angegeben.

In einigen Fällen wurde zusätzlich der Mantel-Haenszel-Test für einen linearen Zusammenhang berechnet, wenn nämlich der Zusammenhang zwischen den Zeilen und Spalten der Kreuztabelle linear zu sein scheint. Dazu wird folgende Formel verwendet:

\[
\chi^2 = r^2 \times (n - 1).
\]

Handelt es sich um eine Vierfeldertafel, wird zusätzlich der exakte Test nach Fisher angegeben.
In einigen Fällen werden Mittelwerte bei zwei unabhängigen Stichproben verglichen. Dazu wird zunächst der Levene-Test auf Varianzgleichheit durchgeführt. Zeigt er signifikante Unterschiede zwischen den Varianzen der Mittelwerte an, wird bei einer angenommenen Normalverteilung ein T-Test angeschlossen. Dabei werden die beiden Mittelwerte $x_1$ und $x_2$, die beiden Standardabweichungen $s_1$ und $s_2$ sowie die beiden Fallzahlen $n_1$ und $n_2$ benötigt. Die Formel lautet: 
\[
 t = \frac{|\bar{x}_1 - \bar{x}_2|}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}
\]
Anhand des t-Wertes kann in Abhängigkeit von den Freiheitsgraden (df) die Signifikanz ermittelt werden.

Bei einem nicht-normalverteilten (nicht parametrischen) Vergleich von genau zwei unabhängigen Stichproben wird der zweiseitige Mann-Whitney-U-Test angewendet, bei dem die Werte beider Gruppen in eine gemeinsame Rangreihe gesetzt werden. Es werden die mittleren Ränge und die Rangsummen für die beiden Gruppen angegeben. Zudem wird die Prüfgröße $Z$ und die 2-seitige Signifikanz bestimmt.

8. Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Teilauswertung des Projektes „Standfest – Dein Wille gegen Promille“ der Fachambulanz der Diakonie Düsseldorf dargestellt.

8.1 Durchführung der Befragung

Es wurden an neun Aktionen im Zeitraum von Januar bis März 2012 insgesamt 238 Fragebögen von Teilnehmern der Standfest-Aktion ausgefüllt. Insgesamt 42,7 % der Jugendlichen, die Kontakt zur Standfest-Aktion hatten, wurden befragt. 61 % der Fragebögen wurden an prinzipiellen Trinkorten durchgeführt, so vor allem in der Düsseldorfer Altstadt. Allerdings erfolgten die Aktionen am späten Nachmittag bzw. frühen Abend, wo die Altstadt auch als Einkaufsmeile dient. Eine sichere Zuordnung zu Trinkorten sind die Aktionen im Düsseldorfer Karneval, bei denen 40 % der Fragebögen ausgefüllt wurden.

Es folgt eine Beschreibung der Orte, an denen die Standfest-Aktionen im genannten Zeitraum durchgeführt wurden.

Am 07.01.12 fand eine Standfest-Aktion in der Benrather Eissporthalle statt. Die Aktion erfolgte von 19:00 bis 22:00 Uhr während der Eislauf-Disko (vgl. www.eissporthalle-benrath.de). An dem Tag wurden 90 Kontakte gezählt und 38 Fragebögen ausgefüllt.

Am Dienstag, den 24.01.12 stand der Standfest – Bus von 16:00 bis 18:00 Uhr in der Bolkerstraße in der Düsseldorfer Altstadt. Hier gibt es einen zentralen Punkt, direkt an der U-Bahnhaltestelle „Heinrich-Heine-Allee“, wo sich Jugendliche zum Ausgehen, Einkaufen und „Rumhängen“ treffen.


An dem Tag wurden 67 Kontakte gezählt. 25 Fragebögen konnten ausgefüllt werden.

Am Mittwoch, dem 01.02.12, stand der Standfest – Bus von 16:00 bis 17:30 Uhr erneut in der Bolkerstraße in der Düsseldorfer Altstadt.

An dem Tag wurden 16 Kontakte gezählt. 10 Fragebögen konnten ausgefüllt werden.

Am 16.02.12 waren die Peers an Altweiber von 11:00 bis 14:00 Uhr im Düsseldorfer Karneval unterwegs.

An diesen Tag wurden insgesamt 140 Kontakte gezählt und 25 Fragebögen ausgefüllt.


An dem Tag wurden 100 Kontakte gezählt, und es konnten 44 Fragebögen ausgefüllt werden.

Am 20.02.12 waren die Peers von 12:00 bis 14:00 Uhr an Rosenmontag, dem Höhepunkt des Karnevals, in der Düsseldorfer Altstadt unterwegs. Es wurden 80 Kontakte gezählt und 26 Fragebögen ausgewertete.
Am Donnerstag, dem 22.03.12, stand der Standfest –Bus von 16:00 bis 18:00 Uhr erneut an den Bilker Arcaden in Düsseldorf. Es konnten 60 Kontakte gezählt und 40 Fragebögen gesammelt werden.

Am Mittwoch, dem 28.03.12, war der Standfest – Bus von 16:30 bis 18:00 Uhr in der Bolkerstraße in der Düsseldorfer Altstadt unterwegs. Dort stand er direkt an der U-Bahnhaltelstelle „Heinrich-Heine-Allee“, dem wichtigsten Verkehrsknotenpunkt der Stadt. Es wurden 40 Kontakte gezählt, und es konnten 15 Fragebögen ausgewertet werden.

8.2 Auswertung der Hypothesen

Hypothese 1: Die Zielgruppe wird erreicht, es werden hauptsächlich Jugendliche zwischen 12 und 17 Jahren an den Standfest-Aktionen teilnehmen. Von den 238 befragten Teilnehmern der Standfest-Aktionen sind 3,8 % 10 bis 11 Jahre alt, 49,6 % 12 bis 15 Jahre alt, 26,1 % 16 bis 17 Jahre alt und 20,6 % 18 bis 25 Jahre alt. Innerhalb der Zielgruppe von 12 bis 17 Jahren liegen rund drei Viertel der Befragten (75,6 %). Insofern kann festgestellt werden, dass die geforderte Altersklasse gut erreicht wird.

Wegen der geringen Häufigkeit von Teilnehmern in der untersten Altersklasse < 12 Jahren (9 Befragte) kann diese Gruppe in den weiteren altersbezogenen Auswertungen nicht mehr berücksichtigt werden.
Tabelle 8.1: Altersgruppen der Stichprobe

<table>
<thead>
<tr>
<th>Altersgruppe</th>
<th>Häufigkeit</th>
<th>Prozent</th>
<th>Gültige Prozente</th>
<th>Kumulierte Prozente</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>10 - 11 Jahre</td>
<td>9</td>
<td>3,8</td>
<td>3,8</td>
<td>3,8</td>
</tr>
<tr>
<td>12 - 15 Jahre</td>
<td>118</td>
<td>49,6</td>
<td>49,6</td>
<td>53,4</td>
</tr>
<tr>
<td>16 - 17 Jahre</td>
<td>62</td>
<td>26,1</td>
<td>26,1</td>
<td>79,4</td>
</tr>
<tr>
<td>18 – 25 Jahre</td>
<td>49</td>
<td>20,6</td>
<td>20,6</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>238</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Altersverteilung der Stichprobe

Weiterhin entspricht es der Zielgruppe, dass 83,3 % der Befragten Schüler sind. 10,1 % befinden sich in Ausbildung, 4,3 % arbeiten bereits und 1,7 % studieren. Ein Befragter gibt sich als arbeitssuchend an (0,4 %).

Tabelle 8.2: Was machst du gerade?

<table>
<thead>
<tr>
<th>Aktivität</th>
<th>Häufigkeit</th>
<th>Prozent</th>
<th>Gültige Prozente</th>
<th>Kumulierte Prozente</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Schule</td>
<td>195</td>
<td>81,9</td>
<td>83,3</td>
<td>83,3</td>
</tr>
<tr>
<td>Ausbildung</td>
<td>24</td>
<td>10,1</td>
<td>10,3</td>
<td>93,6</td>
</tr>
<tr>
<td>Arbeiten</td>
<td>10</td>
<td>4,2</td>
<td>4,3</td>
<td>97,9</td>
</tr>
<tr>
<td>Studium</td>
<td>4</td>
<td>1,7</td>
<td>1,7</td>
<td>99,6</td>
</tr>
<tr>
<td>Arbeitssuchend</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>234</td>
<td>98,3</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Fehlend</td>
<td>4</td>
<td>1,7</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>238</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
Hypothese 2: Es werden gleichermaßen beide Geschlechter angesprochen.
In den 238 Fragebögen ist in 236 Fällen das Geschlecht angegeben. 42,8 % der Teilnehmer sind Jungen, 57,2 % Mädchen. Dieser Unterschied ist im Chi-Quadrat-Test signifikant (Irrtumswahrscheinlichkeit p = 0,027). Insofern muss die Hypothese 2 bezüglich der gleichmäßigen Geschlechterverteilung verworfen werden.

Tabelle 8.3: Geschlechterverteilung der Stichprobe

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Häufigkeit</th>
<th>Prozent</th>
<th>Gültige Prozente</th>
<th>Kumulierte Prozent</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>42,4</td>
<td>42,8</td>
<td>42,8</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>135</td>
<td>56,7</td>
<td>57,2</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Fehlend</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>238</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Geschlechterverteilung der Stichprobe

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Beobachtete Anzahl (N)</th>
<th>Erwartete Anzahl</th>
<th>Residuum</th>
<th>Statistik für Test</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>118,0</td>
<td>-17,0</td>
<td>Chi-Quadrat 4,898a</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>135</td>
<td>118,0</td>
<td>17,0</td>
<td>Freiheitsgrade (Df) 1</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>236</td>
<td>238</td>
<td></td>
<td>Asymptotische Signifikanz .027</td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. Bei 0 Zellen (0%) werden weniger als 5 Häufigkeiten erwartet. Die kleinste erwartete Zellenhäufigkeit ist 118,0.

Zur Ermittlung Höhe des Alkoholkonsums in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht werden die Fragen 2.1 und 2.2 des Fragebogens ausgewertet.

Die Frage 2.1 gibt die Menge unterschiedlicher alkoholischer Getränke an, die an einem Abend konsumiert werden. Die Jugendlichen konnten verschiedene Gruppe („1-2 Getränke“, „3-5 Getränke“, „6-10 Getränke“ und „mehr“) ankreuzen. Ein Getränk entspricht z.B. einem Glas Bier á 0,25 l, einem Glas Schnaps á 0,02 l oder einem Glas Wein á 0,1 l. Für die statistische Auswertung müssen diese Gruppen in gemittelte Zahlen übersetzt werden (siehe Kapitel 7.5 statische Auswertung).

Die Frage 2.2 fragt nach der Häufigkeit von Alkoholkonsum innerhalb einer Woche. Durch Multiplikation der aus beiden Fragen gewonnenen Werte kann der wöchentliche Alkoholkonsum abgeschätzt werden.

Im Folgenden werden zunächst die Ergebnisse zum Alkoholkonsum pro Gelegenheit und anschließend diejenigen zum wöchentlichen Konsum dargestellt.

a) Untersuchung des Alkoholkonsums pro Gelegenheit

Anhand der oben genannten Werte wird der Konsum pro Abend errechnet (siehe Tabelle A.1 im Anhang), wobei 45,1 % der Jugendlichen nicht trinken, 9,4 % trinken wenig (1-2 Getränke pro Abend), 10,6 % mäßig (3-4 Getränke pro Abend), 7,7 % viel (5-6 Getränke pro Abend), 11,1 % sehr viel (7-10 Getränke pro Abend) und 16,2 % sogar extrem viel (> 10 Getränke pro Abend). Somit erfüllen 35 % der Jugendlichen das Kriterium für Binge-Drinking (ab 5 alkoholischen Getränken pro Gelegenheit). Die maximale errechnete Trinkmenge pro Gelegenheit beträgt 46 Getränke.

Bezogen auf das Geschlecht lassen sich signifikante Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen darstellen (Chi-Quadrat-Test mit Signifikant p = 0,001). 37,6 % der Jungen konsumieren keinen Alkohol gegenüber 50,7 % der Mädchen. Der Anteil, der das Kriterium des Binge-Drinkings erfüllt, beträgt bei den Jungen 47,4 %, bei den Mädchen 25,5 %. Die Ergebnisse bestätigen die Hypothese, dass Jungen signifikant mehr trinken als Mädchen und fast doppelt so häufig Binge-Drinking betreiben.
Tabelle 8.4: Alkoholkonsum bei einer Gelegenheit in Abhängigkeit vom Geschlecht

<table>
<thead>
<tr>
<th>Konsum gruppiert</th>
<th>Geschlecht</th>
<th>Anzahl</th>
<th>% innerhalb von Geschlecht</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kein Konsum</td>
<td>männlich</td>
<td>38</td>
<td>37,6%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>weiblich</td>
<td>68</td>
<td>50,7%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gesamt</td>
<td>106</td>
<td>45,1%</td>
</tr>
<tr>
<td>Wenig (1 bis 2 Einh.)</td>
<td>männlich</td>
<td>9</td>
<td>8,9%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>weiblich</td>
<td>13</td>
<td>9,7%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gesamt</td>
<td>22</td>
<td>9,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mittel (3 bis 4 Einh.)</td>
<td>männlich</td>
<td>6</td>
<td>5,9%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>weiblich</td>
<td>19</td>
<td>14,2%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gesamt</td>
<td>25</td>
<td>10,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>Viel (5 bis 6 Einh.)</td>
<td>männlich</td>
<td>6</td>
<td>5,9%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>weiblich</td>
<td>12</td>
<td>9,0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gesamt</td>
<td>18</td>
<td>7,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sehr viel (7 bis 10 Einh.)</td>
<td>männlich</td>
<td>16</td>
<td>15,8%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>weiblich</td>
<td>10</td>
<td>7,5%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gesamt</td>
<td>26</td>
<td>11,1%</td>
</tr>
<tr>
<td>Extrem viel (&gt; 10 Einh.)</td>
<td>männlich</td>
<td>26</td>
<td>25,7%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>weiblich</td>
<td>12</td>
<td>9,0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gesamt</td>
<td>38</td>
<td>16,2%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gesamt</td>
<td>235</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Chi-Quadrat-Test

<table>
<thead>
<tr>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>20,286&lt;sup&gt;a&lt;/sup&gt;</td>
<td>5</td>
<td>,001</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anzahl der gültigen Fälle: 235

a. 0 Zellen (0%) haben erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 7,74.

Alkoholkonsum pro Gelegenheit (gruppiert) in Abhängigkeit vom Geschlecht

![Graphik](image.png)
Jungen trinken im Mittel 7,2 Getränke pro Gelegenheit, Mädchen weniger als die Hälfte davon, nämlich 3,2 Getränke pro Gelegenheit. Die Varianzen sind im Levene-Test signifikant verschieden, so dass im T-Test die Mittelwerte für signifikant verschieden erklärt werden können (p = 0,000).

Tabelle 8.5: Mittelwerte des Alkoholkonsums pro Gelegenheit in Abhängigkeit vom Geschlecht

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>N</th>
<th>Mittelwert</th>
<th>Standardabweichung</th>
<th>Standardfehler des Mittelwertes</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>7,213</td>
<td>10,0770</td>
<td>1,0027</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>3,194</td>
<td>5,2037</td>
<td>.4495</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Test bei unabhängigen Stichproben

<table>
<thead>
<tr>
<th>Konsum pro Abend</th>
<th>Levene-Test der Varianzgleichheit</th>
<th>T-Test für die Mittelwertgleichheit</th>
<th>95% Konfidenzintervall der Differenz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>F</td>
<td>Signifikanz</td>
<td>T</td>
</tr>
<tr>
<td>Varianzen sind gleich</td>
<td>25,235</td>
<td>.000</td>
<td>3,969</td>
</tr>
<tr>
<td>Varianzen sind nicht gleich</td>
<td>3,657</td>
<td>.000</td>
<td>139,986</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Bei der Untersuchung des Alkoholkonsums pro Gelegenheit in Abhängigkeit vom Alter geben 66,7 % der 12-15 jährigen an, nicht zu trinken, bei den 16-17 jährigen sind es 21,0 %, bei den über 18 jährigen nur noch 16,3 %. Die Unterschiede im Konsumverhalten sind zwischen den Altersgruppen hochsignifikant im Chi-Quadrat-Test (p = 0,000) und scheinen sogar linear verteilt zu sein (Mantel-Haenszel-Test für linearen Zusammenhang p = 0,000). Insofern kann behauptet werden, dass der Alkoholkonsum mit dem Alter zunimmt.

Die Kriterien für Binge-Drinking (ab 5 Getränke pro Gelegenheit) erfüllen 19,7 % der 12-15 jährigen, 48,4 % der 16-17 jährigen und sogar 59,2 % der über 18 jährigen.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Konsumgruppiert</th>
<th>Altersgruppen</th>
<th>12 - 15 Jahre</th>
<th>16 - 17 Jahre</th>
<th>18 – 25 Jahre</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kein Konsum</td>
<td>Anzahl</td>
<td>78</td>
<td>13</td>
<td>8</td>
<td>99</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>66,7%</td>
<td>21,0%</td>
<td>16,3%</td>
<td>43,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Wenig</td>
<td>Anzahl</td>
<td>8</td>
<td>9</td>
<td>5</td>
<td>22</td>
</tr>
<tr>
<td>(1 bis 2 Einh.)</td>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>6,8%</td>
<td>14,5%</td>
<td>10,2%</td>
<td>9,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mittel</td>
<td>Anzahl</td>
<td>8</td>
<td>10</td>
<td>7</td>
<td>25</td>
</tr>
<tr>
<td>(3 bis 4 Einh.)</td>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>6,8%</td>
<td>16,1%</td>
<td>14,3%</td>
<td>11,0%</td>
</tr>
<tr>
<td>Viel</td>
<td>Anzahl</td>
<td>4</td>
<td>10</td>
<td>5</td>
<td>19</td>
</tr>
<tr>
<td>(5 bis 6 Einh.)</td>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>3,4%</td>
<td>16,1%</td>
<td>10,2%</td>
<td>8,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sehr viel (7 bis 10 Einh.)</td>
<td>Anzahl</td>
<td>7</td>
<td>12</td>
<td>7</td>
<td>26</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>6,0%</td>
<td>19,4%</td>
<td>14,3%</td>
<td>11,4%</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Extrem viel (&gt; 10 Einh.)</td>
<td>Anzahl</td>
<td>12</td>
<td>8</td>
<td>17</td>
<td>37</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>10,3%</td>
<td>12,9%</td>
<td>34,7%</td>
<td>16,2%</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>Anzahl</td>
<td>117</td>
<td>62</td>
<td>49</td>
<td>228</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Chi-Quadrat-Test**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Chi-Quadrat nach Pearson</th>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Mantel-Haenszel-Test für linearen Zusammenhang</td>
<td>39,149</td>
<td>1</td>
<td>0,000</td>
</tr>
</tbody>
</table>

*a. 2 Zellen (11,1%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,08.*
Der mittlere Alkoholkonsum pro Gelegenheit nimmt mit dem Alter statistisch hochsignifikant zu (ANOVA-Test, p = 0,000). Während die 12-15jährigen im Durchschnitt 3,1 Getränke pro Gelegenheit konsumieren, sind es im Alter von 16 bis 17 Jahren 5,5 und bei den über 18jährigen sogar 8,9 Getränke am Abend.

Tabelle 8.7: Mittelwerte des Alkoholkonsum bei einer Gelegenheit in Abhängigkeit vom Alter

<table>
<thead>
<tr>
<th>Altersgruppen</th>
<th>Mittelwert</th>
<th>N</th>
<th>Standardabweichung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>12 - 15 Jahre</td>
<td>3,115</td>
<td>117</td>
<td>7,1846</td>
</tr>
<tr>
<td>16 - 17 Jahre</td>
<td>5,540</td>
<td>62</td>
<td>6,0322</td>
</tr>
<tr>
<td>18 – 25 Jahre</td>
<td>8,939</td>
<td>49</td>
<td>10,1968</td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>5,026</td>
<td>228</td>
<td>7,9624</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ANOVA-Tabelle

<table>
<thead>
<tr>
<th>Konsum_Abend * Altersgruppen</th>
<th>Quadratsumme</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Mittel der Quadrate</th>
<th>F</th>
<th>Signifikanz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zwischen den Gruppen</td>
<td>Kombiniert</td>
<td>1193,684</td>
<td>2</td>
<td>596,842</td>
<td>10,175</td>
</tr>
<tr>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td></td>
<td>13198,158</td>
<td>225</td>
<td>58,658</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td></td>
<td>14391,842</td>
<td>227</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Auch innerhalb der Geschlechtergruppen ist die altersabhängige Zunahme der Trinkmenge nachvollziehbar, wobei die Jungen mit zunehmendem Alter kontinuierlich mehr zu trinken scheinen, während die Mädchen mit 16-17 Jahren am meisten trinken und danach den Alkoholkonsum wieder etwas mäßigen. Allerdings ist das Ergebnis des Chi-Quadrat-Tests aufgrund zu geringer Häufigkeiten in einigen Gruppen nicht verwertbar, so dass diese Ergebnisse statistisch nicht sicher bestätigt werden können.
### Tabelle 8.8: Alkoholkonsum pro Gelegenheit in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Kein Konsum</th>
<th>Wenig (1 bis 2 Einh.)</th>
<th>Mittel (3 bis 4 Einh.)</th>
<th>Viel (5 bis 6 Einh.)</th>
<th>Sehr viel (7 bis 10 Einh.)</th>
<th>Extrem viel (&gt; 10 Einh.)</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>Anzahl</td>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>Anzahl</td>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>Anzahl</td>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>Anzahl</td>
</tr>
<tr>
<td>12 - 15 Jahre</td>
<td>25</td>
<td>59,5%</td>
<td>3</td>
<td>7,1%</td>
<td>1</td>
<td>2,4%</td>
<td>42</td>
</tr>
<tr>
<td>16 - 17 Jahre</td>
<td>8</td>
<td>28,6%</td>
<td>3</td>
<td>10,7%</td>
<td>4</td>
<td>10,7%</td>
<td>28</td>
</tr>
<tr>
<td>18 – 25 Jahre</td>
<td>2</td>
<td>7,4%</td>
<td>3</td>
<td>11,1%</td>
<td>6</td>
<td>7,4%</td>
<td>13</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>35</td>
<td>36,1%</td>
<td>9</td>
<td>9,3%</td>
<td>6</td>
<td>6,2%</td>
<td>97</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Kein Konsum</th>
<th>Wenig (1 bis 2 Einh.)</th>
<th>Mittel (3 bis 4 Einh.)</th>
<th>Viel (5 bis 6 Einh.)</th>
<th>Sehr viel (7 bis 10 Einh.)</th>
<th>Extrem viel (&gt; 10 Einh.)</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>Anzahl</td>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>Anzahl</td>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>Anzahl</td>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>Anzahl</td>
</tr>
<tr>
<td>12 - 15 Jahre</td>
<td>52</td>
<td>70,3%</td>
<td>5</td>
<td>6,8%</td>
<td>7</td>
<td>9,5%</td>
<td>42</td>
</tr>
<tr>
<td>16 - 17 Jahre</td>
<td>5</td>
<td>14,7%</td>
<td>6</td>
<td>17,6%</td>
<td>7</td>
<td>23,8%</td>
<td>28</td>
</tr>
<tr>
<td>18 – 25 Jahre</td>
<td>6</td>
<td>28,6%</td>
<td>2</td>
<td>9,5%</td>
<td>5</td>
<td>14,7%</td>
<td>19</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>63</td>
<td>48,8%</td>
<td>13</td>
<td>10,1%</td>
<td>19</td>
<td>14,7%</td>
<td>97</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Chi-Quadrat-Test**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Chi-Quadrat nach Pearson</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>29,154&lt;sup&gt;a&lt;/sup&gt;</td>
<td>10</td>
<td>,001</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>37,662&lt;sup&gt;b&lt;/sup&gt;</td>
<td>10</td>
<td>,000</td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. 11 Zellen (61,1%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,67.

b. 9 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,63.

Dennoch lassen sich anhand der Daten die Häufigkeiten von Binge-Drinking im Zusammenhang mit Alter und Geschlecht darstellen. Das Rauschtrinken nimmt bei

Tabelle 8.9: Häufigkeiten von Binge-Drinking (ab 5 Getränke pro Gelegenheit) in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>12-15 Jahre</th>
<th>16-17 Jahre</th>
<th>18-25 Jahre</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Jungen</td>
<td>30,9 %</td>
<td>50,0 %</td>
<td>74,0 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Mädchen</td>
<td>13,6 %</td>
<td>47,0 %</td>
<td>38,1 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Bei der Betrachtung des Alkoholkonsums pro Gelegenheit sind signifikante Unterschiede zwischen Alter und Geschlecht festzustellen. Es ist eine lineare Zunahme des Konsums mit dem Alter sowie ein erhöhter Konsum bei Jungen im Vergleich zu Mädchen festzustellen. Insofern ist die Hypothese für den Bereich des Alkoholkonsums pro Gelegenheit bestätigt.

**b) Untersuchung des Alkoholkonsums pro Woche**

Anhand der Angabe aus Frage 2.1 des Fragebogens bezüglich der Trinkmenge an einem Abend und aus Frage 2.2 bezüglich der Trinkgelegenheiten pro Woche wird durch Multiplikation die Anzahl der Getränke pro Woche ermittelt. Daraus ergibt sich, dass 45,3 % der Jugendlichen gar nicht trinken, 60 % 0 bis 4 Getränke pro Woche konsumieren, 75 % 0 bis 12 Getränke und 90 % 0 bis 30 Getränke (siehe Tabelle A.2
im Anhang). Der maximal errechnete Konsum pro Woche beträgt 138 Getränke, das entspräche knapp 20 Getränken am Tag. Aufgrund der breiten Streuung der ermittelten Konsummengen und den unrealistisch anmutenden Spitzenwerten, die wahrscheinlich durch die unpräzise Abfragung der Trinkmenge zustand kommt, werden Konsumgruppen zur besseren Auswertbarkeit eingerichtet. Es werden folgende Gruppen aufgestellt:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Konsumgruppe</th>
<th>Getränke pro Woche</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kein Konsum</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Wenig</td>
<td>1-5</td>
</tr>
<tr>
<td>Mittel</td>
<td>6-10</td>
</tr>
<tr>
<td>Viel</td>
<td>11-20</td>
</tr>
<tr>
<td>Extrem viel</td>
<td>&gt; 20</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Die Bezeichnung der Gruppen mit „wenig“, „mittel“ etc. soll dabei keine Wertung darstellen, sondern es handelt sich vielmehr um eine statistisch sinnvolle Einteilung. Die Namen der Gruppen sind hier kein absolutes, sondern ein relatives Maß innerhalb der untersuchten Stichprobe.

Die Auswertung der Konsumgruppen in 234 Fragebögen (4 Bögen sind bezüglich dieser Frage nicht auswertbar) ergibt, dass 45,3 % der Befragten keinen Alkohol konsumieren, 17,5 % wenig trinken, 7,7 % mittelmäßig und 12,8 % bzw. 16,7 % viel bzw. extrem viel Alkohol zu sich nehmen. Bei den Jungen trinken 38 % nicht, 12 % wenig, 6 % mittelmäßig, 16 % viel und 28 % extrem viel. Die Mädchen trinken deutlich weniger: 50,7 % konsumieren keinen Alkohol, 21,6 % wenig, 9 % mittelmäßig, 10,4 % viel und nur 8,2 % extrem viel. Sie sind also in der Gruppe der Nicht-Trinker stärker und in der Gruppe der viel und extrem viel Trinkenden deutlich geringer vertreten als die Jungen. Diese Unterschiede sind anhand des Chi-Quadrat-Testes als hochsignifikant zu bewerten (p = 0,000).
### Tabelle 8.10: Wöchentlicher Alkoholkonsum (gruppiert) in Abhängigkeit von Geschlecht

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Geschlecht</th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>männlich</td>
<td>weiblich</td>
<td>Gesamt</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Kein Konsum</td>
<td>38</td>
<td>68</td>
<td>106</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Geschlecht</td>
<td>38,0%</td>
<td>50,7%</td>
<td>45,3%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Wenig (1 bis 5 Einheiten)</td>
<td>12</td>
<td>29</td>
<td>41</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Geschlecht</td>
<td>12,0%</td>
<td>21,6%</td>
<td>17,5%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Mittel (6 bis 10 Einheiten)</td>
<td>6</td>
<td>12</td>
<td>18</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Geschlecht</td>
<td>6,0%</td>
<td>9,0%</td>
<td>7,7%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Viel (11 bis 20 Einheiten)</td>
<td>16</td>
<td>14</td>
<td>30</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Geschlecht</td>
<td>16,0%</td>
<td>10,4%</td>
<td>12,8%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Extrem viel (&gt; 20 Einheiten)</td>
<td>28</td>
<td>11</td>
<td>39</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Geschlecht</td>
<td>28,0%</td>
<td>8,2%</td>
<td>16,7%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>100</td>
<td>134</td>
<td>234</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Geschlecht</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### Chi-Quadrat-Tests

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Chi-Quadrat nach Pearson</td>
<td>20,577a</td>
<td>4</td>
<td>,000</td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl der gültigen Fälle</td>
<td>234</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

*a. 0 Zellen (.0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 7,69.*

### Wöchentlicher Alkoholkonsum (gruppiert) in Abhängigkeit von Geschlecht

Beim Vergleich der Mittelwerte der konsumierten Getränke ist ersichtlich, dass Jungen im Mittel 17,8 Getränke pro Woche zu sich nehmen, Mädchen dagegen nur 6,3. Auch dieser Unterschied ist hochsignifikant (*p* = 0,000 im Levene-Test der Varianzgleichheit).
Insofern kann die Hypothese, dass Jungen mehr Alkohol trinken als Mädchen bestätigt werden.

Tabelle 8.11: Alkoholkonsum (Mittelwerte in Einheiten / Woche) in Abhängigkeit vom Geschlecht

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Beobachtete Anzahl (N)</th>
<th>Mittelwert (Einheiten / Woche)</th>
<th>Standardabweichung</th>
<th>Standardfehler des Mittelwertes</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>100</td>
<td>17,770</td>
<td>28,3465</td>
<td>2,8346</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>6,284</td>
<td>14,1775</td>
<td>1,2247</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Levene-Test der Varianzgleichheit

<table>
<thead>
<tr>
<th>Varianzen sind gleich</th>
<th>F</th>
<th>Signifikanz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>28,384</td>
<td>.000</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Im Folgenden wird die Altersverteilung der Trinkmengen pro Woche anhand der oben beschriebenen Konsumgruppen ermittelt. Wie bereits erwähnt wird die Gruppe der unter 12 jährigen wegen zu geringer Häufigkeiten ausgelassen (n = 9). 66,7 % der 12-15 jährigen trinken nicht, 12 % wenig, 2,6 % mittelmäßig, 8,5 % viel und 10,3 % extrem viel. In der Altersgruppe 16-17 Jahre konsumieren 21,3 % nicht, 26,2 % wenig, 16,4 % mittelmäßig, 19,7 % viel und 16,4 % extrem viel. Bei den Volljährigen (Altersgruppe 18-25 Jahre) ist das Konsumverhalten noch ausgeprägter: Nur 16,3 % der Befragten trinken keinen Alkohol, 22,4 % trinken wenig, 12,2 % mäßig, 16,3 % viel und sogar 32,7 % extrem viel. Die Unterschiede zwischen den Gruppen sind sowohl im Chi-Quadrat-Test nach Pearson als auch im Mantel-Haenszel-Test für den linearen Zusammenhang hochsignifikant (jeweils p = 0,000).
Tabelle 8.12: Wöchentlicher Alkoholkonsum in Abhängigkeit vom Alter

<table>
<thead>
<tr>
<th>Alkoholkonsum pro Woche (gruppiert)</th>
<th>12 - 15 Jahre</th>
<th>16 - 17 Jahre</th>
<th>18 - 25 Jahre</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kein Konsum</td>
<td>78</td>
<td>13</td>
<td>8</td>
<td>99</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>66,7%</td>
<td>21,3%</td>
<td>16,3%</td>
<td>43,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>Wenig (1 bis 5 Einh.)</td>
<td>14</td>
<td>16</td>
<td>11</td>
<td>41</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>12,0%</td>
<td>26,2%</td>
<td>22,4%</td>
<td>18,1%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mittel (6 bis 10 Einh.)</td>
<td>3</td>
<td>10</td>
<td>6</td>
<td>19</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>2,6%</td>
<td>16,4%</td>
<td>12,2%</td>
<td>8,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Viel (11 bis 20 Einh.)</td>
<td>10</td>
<td>12</td>
<td>8</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>8,5%</td>
<td>19,7%</td>
<td>16,3%</td>
<td>13,2%</td>
</tr>
<tr>
<td>Extrem viel (&gt; 20 Einh.)</td>
<td>12</td>
<td>10</td>
<td>16</td>
<td>38</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>10,3%</td>
<td>16,4%</td>
<td>32,7%</td>
<td>16,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>117</td>
<td>61</td>
<td>49</td>
<td>227</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Chi-Quadrat-Test

<table>
<thead>
<tr>
<th>Test</th>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Chi-Quadrat nach Pearson</td>
<td>59,612&lt;sup&gt;a&lt;/sup&gt;</td>
<td>8</td>
<td>.000</td>
</tr>
<tr>
<td>Mantel-Haenszel-Test für</td>
<td>34,176</td>
<td>1</td>
<td>.000</td>
</tr>
<tr>
<td>linearen Zusammenhang</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl der gültigen Fälle</td>
<td>227</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. 1 Zellen (6,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,10.

Wöchentlicher Alkoholkonsum in Abhängigkeit von Alter

![Bar chart showing weekly alcohol consumption by age group](image)

In allen Altersgruppen zwischen 12 und 25 Jahren trinken nur etwa ein Drittel der Jungen (36,5 %) keinen Alkohol, aber knapp die Hälfte der Mädchen (48,8 %). Während bei den Jungen der Alkoholkonsum mit dem Alter kontinuierlich zunimmt – in der Gruppe der 18-25 jährigen trinken sogar 48,1 % extrem viel - , ist bei den Mädchen kurvenhafter Verlauf zu verzeichnen. In der Altersklasse 12-15 Jahre trinken nur knapp 30 % der Mädchen Alkohol. Es folgt ein deutlicher Anstieg des Alkoholkonsums in der Altersklasse 16-17 Jahre, in der nur 14,7 % der Mädchen keinen Alkoholkonsum angeben, mit einem erneuten Abfall in der Altersgruppe der über 18 jährigen – hier trinken wiederum 28,6 % der Mädchen gar keinen Alkohol. Der Chi-Quadrat-Test nach Pearson zeigt hier signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern und Altersgruppen an (p < 0,001), allerdings ist die Verwendung wegen der geringen Häufigkeiten in den einzelnen Gruppen eingeschränkt.

Tabelle 8.13: Wöchentlicher Alkoholkonsum in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht und Alkoholkonsum pro Woche (gruppiert)</th>
<th>Altersgruppen</th>
<th>12 - 15 Jahre</th>
<th>16 - 17 Jahre</th>
<th>18 - 25 Jahre</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>männlich Kein Konsum</td>
<td>Anzahl</td>
<td>25</td>
<td>8</td>
<td>2</td>
<td>35</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>59,5%</td>
<td>29,6%</td>
<td>7,4%</td>
<td>36,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Wenig (1 bis 5 Einh.)</td>
<td>Anzahl</td>
<td>3</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>7,1%</td>
<td>14,8%</td>
<td>18,5%</td>
<td>12,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mittel (6 bis 10 Einh.)</td>
<td>Anzahl</td>
<td>1</td>
<td>4</td>
<td>1</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>2,4%</td>
<td>14,8%</td>
<td>3,7%</td>
<td>6,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Viel (11 bis 20 Einh.)</td>
<td>Anzahl</td>
<td>4</td>
<td>6</td>
<td>6</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>9,5%</td>
<td>22,2%</td>
<td>22,2%</td>
<td>16,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Extrem viel (&gt; 20 Einh.)</td>
<td>Anzahl</td>
<td>9</td>
<td>5</td>
<td>13</td>
<td>27</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>21,4%</td>
<td>18,5%</td>
<td>48,1%</td>
<td>28,1%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>Anzahl</td>
<td>42</td>
<td>27</td>
<td>27</td>
<td>96</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich Kein Konsum</td>
<td>Anzahl</td>
<td>52</td>
<td>5</td>
<td>6</td>
<td>63</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>70,3%</td>
<td>14,7%</td>
<td>28,6%</td>
<td>48,8%</td>
</tr>
<tr>
<td>Wenig (1 bis 5 Einh.)</td>
<td>Anzahl</td>
<td>11</td>
<td>12</td>
<td>6</td>
<td>29</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>14,9%</td>
<td>35,3%</td>
<td>28,6%</td>
<td>22,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mittel (6 bis 10 Einh.)</td>
<td>Anzahl</td>
<td>2</td>
<td>6</td>
<td>4</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>2,7%</td>
<td>17,6%</td>
<td>19,0%</td>
<td>9,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Viel (11 bis 20 Einh.)</td>
<td>Anzahl</td>
<td>6</td>
<td>6</td>
<td>2</td>
<td>14</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>8,1%</td>
<td>17,6%</td>
<td>9,5%</td>
<td>10,9%</td>
</tr>
<tr>
<td>Extrem viel (&gt; 20 Einh.)</td>
<td>Anzahl</td>
<td>3</td>
<td>5</td>
<td>3</td>
<td>11</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>4,1%</td>
<td>14,7%</td>
<td>14,3%</td>
<td>8,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>Anzahl</td>
<td>74</td>
<td>34</td>
<td>21</td>
<td>129</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Altersgruppen</td>
<td></td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Chi-Quadrat-Test

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>26,732a</td>
<td>8</td>
<td>.001</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>35,799b</td>
<td>8</td>
<td>.000</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anzahl der gültigen Fälle

- männlich: 96
- weiblich: 129

a. 7 Zellen (46,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,69.
b. 7 Zellen (46,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,79.

Deshalb wird eine Varianzanalyse angeschlossen, bei der die Unterschiede zwischen den Altersgruppe bei den Mädchen signifikant sind (p = 0,034), bei den Jungen jedoch nicht (p = 0,141). Im Test der Zwischensubjekteffekte im Rahmen der univarianten Varianzanalyse zeigt sich ein insgesamt signifikantes Modell, aber bei
der Analyse von Alter, Geschlecht und Geschlecht mit Alter kombiniert findet sich ein signifikantes Ergebnis nur für die Angabe Alter.

Tabelle 8.14: Wöchentlicher Konsum in Zusammenhang mit Alter und Geschlecht: ONEWAY ANOVA (Varianzanalyse)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Quadratsumme</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Mittel der Quadrate</th>
<th>F</th>
<th>Signifikanz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Zwischen den Gruppen</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>3228,381</td>
<td>2</td>
<td>1614,191</td>
<td>1,997</td>
<td>,141</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>75154,608</td>
<td>93</td>
<td>808,114</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gesamt</td>
<td>78382,990</td>
<td>95</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>1383,927</td>
<td>2</td>
<td>691,963</td>
<td>3,467</td>
<td>,034</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>25144,228</td>
<td>126</td>
<td>199,557</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gesamt</td>
<td>26528,155</td>
<td>128</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tabelle 8.15: Wöchentlicher Konsum in Zusammenhang mit Alter und Geschlecht: Tests der Zwischensubjekteffekte

<table>
<thead>
<tr>
<th>Quelle</th>
<th>Quadratsumme vom Typ III</th>
<th>Freiheitsgrade</th>
<th>Mittel der Quadrate</th>
<th>F</th>
<th>Signifikanz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Korrigiertes Modell</td>
<td>11307,960</td>
<td>3</td>
<td>3769,320</td>
<td>8,375</td>
<td>,000</td>
</tr>
<tr>
<td>Konstanter Term</td>
<td>1045,377</td>
<td>1</td>
<td>1045,377</td>
<td>2,323</td>
<td>,129</td>
</tr>
<tr>
<td>Geschlecht</td>
<td>57,934</td>
<td>1</td>
<td>57,934</td>
<td>,129</td>
<td>,720</td>
</tr>
<tr>
<td>Alter</td>
<td>3607,089</td>
<td>1</td>
<td>3607,089</td>
<td>8,014</td>
<td>,005</td>
</tr>
<tr>
<td>Geschlecht * Alter</td>
<td>368,348</td>
<td>1</td>
<td>368,348</td>
<td>,818</td>
<td>,367</td>
</tr>
<tr>
<td>Fehler</td>
<td>101719,914</td>
<td>226</td>
<td>450,088</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>142126,000</td>
<td>230</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Korrigierte Gesamtvariation</td>
<td>113027,874</td>
<td>229</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. R-Quadrat = ,100 (korrigiertes R-Quadrat = ,088)

c) Zusammenfassung der zu Hypothese 3 erhobenen Daten

Aus den Daten können folgende Feststellungen getroffen werden:

1. Die Analyse der Alkoholkonsums pro Gelegenheit und pro Woche ergeben ähnliche Ergebnisse.

2. Kein Alkoholkonsum ist in der Gruppe der 12-17 jährigen am häufigsten, nämlich 66,7 %, im Vergleich zu 21,3 % bei den 16-17 jährigen und 16,3 % bei den über 18 jährigen.

3. Der Zusammenhang zwischen Alter und Konsummenge pro Gelegenheit bzw. pro Woche ist linear (Mantel-Haenszel-Test für den linearen Zusammenhang), das heißt: Je älter die Befragten sind, desto mehr trinken sie.


Die oben genannte Hypothese des linearen Zusammenhangs zwischen Alter und Alkoholkonsum kann anhand dieser Untersuchungen bestätigt werden.
Hypothese 4: Jungen und Mädchen werden sich bei der Auswahl der alkoholischen Getränke unterscheiden: Jungen werden vermehrt angeben, Bier und Spirituosen zu konsumieren, Mädchen eher Sekt und Cocktails.

Für die Überprüfung der Hypothese 4 wird Frage 2.1 des Fragenbogens ausgewertet, in der die Jugendlichen angeben sollten, welche Getränke und welche Einheiten (auf das Getränk abgestimmte Anzahl der Gläser) an einem Abend konsumiert werden. Die Ergebnisse sind in Tabelle 8.16 dargestellt. Signifikante Unterschiede bezüglich der Getränkeauswahl zwischen den Geschlechtern finden sich im Levene-Test der Varianzgleichheit und im nachfolgenden T-Test für die Mittelwertgleichheit bei Bier (T-Test: p = 0,000), Schnaps-Mixgetränken (T-Test: p = 0,044) und Schnaps (T-Test: p = 0,003). Diese Signifikanzen werden im Rangsummentest nach Mann und Whitney bestätigt (siehe Tabelle A.3 im Anhang).


<table>
<thead>
<tr>
<th>Getränkesorte</th>
<th>Geschlecht</th>
<th>N</th>
<th>Mittelwert</th>
<th>Standardabweichung</th>
<th>Standardfehler des Mittelwertes</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Bier 0,25l männlich</td>
<td>101</td>
<td>2,297</td>
<td>3,2366</td>
<td>.3221</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>.631</td>
<td>1,4444</td>
<td>.1248</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Bier-Mixgetränk 0,33l</td>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>1,020</td>
<td>2,1999</td>
<td>2,189</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>.575</td>
<td>1,5199</td>
<td>.1313</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Schnaps-Mixgetränke 0,25l männlich</td>
<td>101</td>
<td>.995</td>
<td>2,1754</td>
<td>.2165</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>.470</td>
<td>1,6312</td>
<td>.1409</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Schnaps 0,02l männlich</td>
<td>101</td>
<td>1,455</td>
<td>2,9471</td>
<td>.2932</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>.463</td>
<td>1,7935</td>
<td>.1549</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Wein 0,11 männlich</td>
<td>101</td>
<td>.257</td>
<td>1,1696</td>
<td>.1164</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>.127</td>
<td>.7527</td>
<td>.0650</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Sekt 0,1l männlich</td>
<td>101</td>
<td>.594</td>
<td>1,7113</td>
<td>.1703</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>.563</td>
<td>1,4424</td>
<td>.1246</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Cocktails 0,3l männlich</td>
<td>101</td>
<td>.594</td>
<td>1,6151</td>
<td>.1607</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>.366</td>
<td>.9717</td>
<td>.0839</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
## Test bei unabhängigen Stichproben

<table>
<thead>
<tr>
<th>Levene-Test der Varianzgleichheit</th>
<th>T-Test für die Mittelwertgleichheit</th>
<th>95% Konfidenzintervall der Differenz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Varianzen sind gleich</td>
<td>Varianzen sind gleich</td>
<td>Varianzen sind gleich</td>
</tr>
<tr>
<td>Varianzen sind nicht gleich</td>
<td>Varianzen sind nicht gleich</td>
<td>Varianzen sind nicht gleich</td>
</tr>
<tr>
<td>F</td>
<td>Sign.</td>
<td>T</td>
</tr>
<tr>
<td>---------------------</td>
<td>-------</td>
<td>-----</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Bier 0,25l</strong></td>
<td>74,215</td>
<td>.000</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4,825</td>
<td>130,070</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Bier-Mixgetränk 0,33l</strong></td>
<td>7,852</td>
<td>.006</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1,744</td>
<td>168,503</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Schnaps-Mixgetränke 0,25l</strong></td>
<td>11,821</td>
<td>.001</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2,032</td>
<td>178,598</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Schnaps 0,02l</strong></td>
<td>27,093</td>
<td>.000</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2,993</td>
<td>154,565</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Wein 0,1l</strong></td>
<td>3,492</td>
<td>.063</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>.979</td>
<td>160,413</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Sekt 0,1l</strong></td>
<td>.175</td>
<td>.676</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>.145</td>
<td>193,954</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Cocktails 0,3l</strong></td>
<td>5,738</td>
<td>.017</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1,260</td>
<td>153,423</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tabelle 8.17: Geschlechterabhängige Rangfolge der Getränkesorten

<table>
<thead>
<tr>
<th>Rang</th>
<th>Jungen</th>
<th>Mittelwert (a)</th>
<th>Mädchen</th>
<th>Mittelwert (a)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Bier</td>
<td>2,297</td>
<td>Bier</td>
<td>0,631</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Schnaps</td>
<td>1,455</td>
<td>Bier-Mixgetränke</td>
<td>0,575</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Bier-Mixgetränke</td>
<td>1,020</td>
<td>Sekt</td>
<td>0,563</td>
</tr>
</tbody>
</table>

\(a\). Mittelwert von konsumierten Getränken pro Abend

Hypothese 5: Es wird einen Zusammenhang zwischen Alter und Wahl des alkoholischen Getränkes geben: Im jüngeren Alter trinken Jugendliche gleichermaßen mehr alkoholische Mischgetränke. Im höheren Jugendalter greifen Jugendliche eher zu reinem Alkohol, z.B. Bier und Schnaps.

Bei der Betrachtung der Wahl der Getränkesorten in Abhängigkeit zur Altersgruppe fällt eine Bevorzugung von Bier in allen Altersklassen auf. Bei den 10-11 jährigen werden ausschließlich Bier (Mittelwert MW 0,89 Getränke pro Gelegenheit) sowie Bier- und Schnapsmixgetränken (MW jeweils 0,44 Getränke pro Gelegenheit) konsumiert. Da die Anzahl der Befragten in dieser Gruppe sehr gering ist (n = 9), wird sie in der weiteren Auswertung nicht mehr berücksichtigt.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Rang</th>
<th>10-11 Jahre</th>
<th>12-15 Jahre</th>
<th>16-17 Jahre</th>
<th>18-25 Jahre</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.</td>
<td>Bier</td>
<td>Bier</td>
<td>Bier</td>
<td>Bier</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Bei den 12-15 jährigen steht Bier mit im Mittel 0,73 Getränken pro Gelegenheit an erster Stelle, dicht gefolgt von Schnaps (MW 0,62) und Bier-Mixgetränken (MW 0,50).

Die Altersklasse 16 bis 17 Jahre trinkt vor allem Bier (MW 1,65 Getränke pro Gelegenheit), Bier-Mixgetränke (MW 1,16) und Sekt (MW 0,89).

In der Gruppe der 18- bis 25 jährigen wird bevorzugt Bier (MW 2,47 Getränke pro Gelegenheit) konsumiert, gefolgt von Schnaps (MW 2,25), Schnaps-Mixgetränken (MW 1,31) und Cocktails (MW 1,16).

Tabelle 8.19: Mittelwerte des Konsums unterschiedlicher Getränkesorten an einem Abend in Abhängigkeit vom Alter

<table>
<thead>
<tr>
<th>Altersgruppen</th>
<th>Bier</th>
<th>Bier-Mixgetränke</th>
<th>Schnaps-Mixgetränke</th>
<th>Schnaps</th>
<th>Wein</th>
<th>Sekt</th>
<th>Cocktails</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>10-11 Jahre</td>
<td>0,25l</td>
<td>0,25l</td>
<td>0,33l</td>
<td>0,25l</td>
<td></td>
<td></td>
<td>0,3l</td>
</tr>
<tr>
<td>12-15 Jahre</td>
<td>0,726</td>
<td>0,504</td>
<td>0,453</td>
<td>0,615</td>
<td>0,11</td>
<td>0,323</td>
<td>0,887</td>
</tr>
<tr>
<td>16-17 Jahre</td>
<td>1,653</td>
<td>1,161</td>
<td>0,685</td>
<td>0,435</td>
<td>0,11</td>
<td>0,323</td>
<td>0,887</td>
</tr>
<tr>
<td>18-25 Jahre</td>
<td>2,469</td>
<td>2,245</td>
<td>1,306</td>
<td>0,435</td>
<td>0,11</td>
<td>0,323</td>
<td>0,887</td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>1,335</td>
<td>0,759</td>
<td>0,690</td>
<td>0,882</td>
<td></td>
<td></td>
<td>0,578</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Getränkesorten in Abhängigkeit vom Alter

Bei der Betrachtung der einzelnen Getränkesorten werden aufgrund der zu geringen Häufigkeiten in der Gruppe der unter 12 jährigen nur die Altersklassen 12 bis 25 Jahre berücksichtigt.

Für Bier ist eine kontinuierliche Zunahme des Konsums mit steigendem Alter zu verzeichnen. Die über 18 jährigen trinken 3,4mal soviel Bier bei einer Gelegenheit wie die 12-15 jährigen. Die Unterschiede zwischen den Altersgruppe sind in der ANOVA-Varianzanalyse hochsignifikant (p = 0,000). Auch beim Konsum von Schnaps-Mixgetränken und Cocktails ist eine signifikante altersabhängige Zunahme des Konsums pro Gelegenheit festzustellen (p = 0,031 bzw. 0,000). Der Verzehr von Schnaps nimmt von der Altersklasse der 12-15 jährigen zu den 16-17 jährigen zunächst etwas ab, bei den über 18 jährigen jedoch wieder deutlich zu und belegt dort Rang 2 der am häufigsten konsumierten alkoholischen Getränke. Die Unterschiede zwischen den Altersgruppen sind hochsignifikant (p = 0,000). Der Konsum von Bier-Mixgetränken nimmt zur mittleren Altersgruppe deutlich zu und fällt bei den über 18 jährigen wieder leicht ab. Ein Signifikanzniveau wird jedoch knapp verfehlt (p = 0,066).
Getränkesorten in den Altersgruppen

![Graph showing average consumption of drinks in different age groups]

**Tabelle 8.20: Konsum verschiedener Getränkesorten in Abhängigkeit vom Alter -ANOVA-Varianzanalyse**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Getränkesorten * Altersgruppen</th>
<th>Quadratsumme</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Mittel der Quadrate</th>
<th>F</th>
<th>Signifikanz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Bier 0,25l *</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zwischen den Gruppen</td>
<td>112,582</td>
<td>2</td>
<td>56,291</td>
<td>9,615</td>
<td>,000</td>
</tr>
<tr>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>1317,246</td>
<td>225</td>
<td>5,854</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>1429,828</td>
<td>227</td>
<td>6,503</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Bier-Mixgetränk 0,33l *</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zwischen den Gruppen</td>
<td>18,832</td>
<td>2</td>
<td>9,416</td>
<td>2,752</td>
<td>,066</td>
</tr>
<tr>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>769,808</td>
<td>225</td>
<td>3,421</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>788,640</td>
<td>227</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Schnaps-Mixgetränk 0,25l *</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zwischen den Gruppen</td>
<td>25,153</td>
<td>2</td>
<td>12,577</td>
<td>3,520</td>
<td>,031</td>
</tr>
<tr>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>804,017</td>
<td>225</td>
<td>3,573</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>829,170</td>
<td>227</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Schnaps 0,02l *</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zwischen den Gruppen</td>
<td>111,421</td>
<td>2</td>
<td>55,711</td>
<td>10,142</td>
<td>,000</td>
</tr>
<tr>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>1235,995</td>
<td>225</td>
<td>5,493</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>1347,417</td>
<td>227</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Wein 0,1l *</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zwischen den Gruppen</td>
<td>1,543</td>
<td>2</td>
<td>0,772</td>
<td>0,822</td>
<td>,441</td>
</tr>
<tr>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>211,347</td>
<td>225</td>
<td>0,939</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>212,890</td>
<td>227</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Sekt 0,1l *</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zwischen den Gruppen</td>
<td>9,478</td>
<td>2</td>
<td>4,739</td>
<td>1,910</td>
<td>,150</td>
</tr>
<tr>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>558,202</td>
<td>225</td>
<td>2,481</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>567,680</td>
<td>227</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Cocktails 0,3l *</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zwischen den Gruppen</td>
<td>28,464</td>
<td>2</td>
<td>14,232</td>
<td>8,619</td>
<td>,000</td>
</tr>
<tr>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>371,532</td>
<td>225</td>
<td>1,651</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>399,996</td>
<td>227</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
Hypothese 6: Die Einschätzung der Alkoholwirkung wird abhängig vom Gefallen der Standfest-Aktion sein: Wenn der Jugendliche die Aktionen für gut hält, wird er eher einen Informationszuwachs angeben.

96,6 % der Teilnehmer geben an, dass ihnen die Standfest-Aktionen gefallen haben. Nur acht Jugendliche kreuzen an, dass sie die Aktionen nicht gut fanden. Insofern ist die Auswertung des Zusammenhangs zwischen Gefallen der Standfest-Aktion und des Wissenszuwachses in seiner Aussagekraft deutlich eingeschränkt (aufgrund der geringen Zahl der Personen, denen die Aktionen nicht gefallen haben).

<table>
<thead>
<tr>
<th>Häufigkeit</th>
<th>Gültige Prozente</th>
<th>Kumulierte Prozente</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Gültig</td>
<td>(%)</td>
<td>(%)</td>
</tr>
<tr>
<td>ja</td>
<td>225</td>
<td>94,5</td>
</tr>
<tr>
<td>nein</td>
<td>8</td>
<td>3,4</td>
</tr>
<tr>
<td>Ges.</td>
<td>233</td>
<td>97,9</td>
</tr>
<tr>
<td>Fehlend</td>
<td>5</td>
<td>2,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>238</td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Vergleicht man dennoch die Aussage „Mir haben die Aktionen gefallen“ mit der Aussage „Ich weiß jetzt mehr über Alkohol und darüber, wie er wirkt“, findet man einen direkten und sogar linearen Zusammenhang (Chi-Quadrat-Test nach Pearson $p = 0,020$, Chi-Quadrat-Test des linearen Zusammenhangs $p = 0,020$). Auch der exakte Test nach Fisher ist signifikant ($p = 0,034$).

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ich weiß jetzt mehr über Alkohol und darüber, wie er wirkt.</th>
<th>Mir haben die Aktionen gefallen.</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ja Anzahl</td>
<td>161</td>
<td>164</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>74,5%</td>
<td>37,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>nein Anzahl</td>
<td>55</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>25,5%</td>
<td>62,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt Anzahl</td>
<td>216</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Chi-Quadrat-Test

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
<th>Exakte Signifikanz (2-seitig)</th>
<th>Exakte Signifikanz (1-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Chi-Quadrat nach Pearson</td>
<td>5,396$^a$</td>
<td>1</td>
<td>,020</td>
<td>,034</td>
<td>,034</td>
</tr>
<tr>
<td>Exakter Test nach Fisher</td>
<td></td>
<td>1</td>
<td>,020</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Mantel-Haenszel-Test für linearen Zusammenhang</td>
<td>5,372</td>
<td>1</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl der gültigen Fälle</td>
<td>224</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,14.
b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

### Wissenszuwachs in Zusammenhang mit Gefallen der Aktionen

- **Ja.** Mir haben die Aktionen gefallen.
- **Nein.** Mir haben die Aktionen nicht gefallen.

Hypothese 7: Die Jugendlichen werden angeben, einen Informationszuwachs über Alkohol und seine Wirkung durch die Standfest-Aktion bekommen zu haben.

Knapp drei Viertel (73,4 %) der Befragten kreuzen an, dass sie durch die Standfest-Aktion mehr Wissen über Alkohol und seine Wirkung bekommen haben. Die Hypothese ist damit bestätigt.

Tabelle 8.23: Ich weiß jetzt mehr über Alkohol und darüber, wie er wirkt.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Gültige Prozente</th>
<th>Häufigkeit</th>
<th>Prozent</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ja</td>
<td>168</td>
<td>70,6</td>
</tr>
<tr>
<td>nein</td>
<td>61</td>
<td>25,6</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>229</td>
<td>96,2</td>
</tr>
<tr>
<td>Fehlend</td>
<td>9</td>
<td>3,8</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>238</td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Hypothese 8: Das Standfestquiz wirkt sich hierbei besonders positiv auf den Informationszuwuchs aus.


| Tabelle 8.24: Wissenszuwachs in Abhängigkeit vom Standfestquiz |
|---------------------|-----------------|-----------------|
|                     | Standfestquiz   | Gesamt          |
|                     | ja   | nein | ja   | nein |
| Ich weiß jetzt mehr über Alkohol und darüber, wie er wirkt. | | | | |
| ja                  | 117  | 44   | 161  |      |     |
| % innerhalb von Standfestquiz | 76,0% | 69,8% | 74,2% |     |
| nein                | 37   | 19   | 56   |      |
| % innerhalb von Standfestquiz | 24,0% | 30,2% | 25,8% |     |
| Gesamt              | 154  | 63   | 217  |      |
| % innerhalb von Standfestquiz | 100,0% | 100,0% | 100,0% |     |

Chi-Quadrat-Tests:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Chi-Quadrat nach Pearson</th>
<th>Wert</th>
<th>df</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
<th>Exakte Signifikanz (2-seitig)</th>
<th>Exakte Signifikanz (1-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Anzahl der gültigen Fälle</td>
<td>217</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 16,26.
b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet
Hypothese 9: Nach der Standfest-Aktion wird mindestens ein Drittel der Befragten eine Veränderungsbereitschaft zu einem reduzierten Alkoholkonsum angeben.

Die Jugendlichen werden auch dem weiteren Konsumverhalten gefragt. Von den 138 Jugendlichen, die Alkohol konsumieren, geben 58,7 % an, weiter zu trinken wie bisher. 4,3 % wollen sogar „mal mehr trinken“ als bisher. 28,3 % möchten dagegen „in Zukunft weniger trinken“, weitere 8,7 % sogar „ab sofort weniger trinken."

Tabelle 8.25: Wie wirst du Dich in Zukunft verhalten, was Alkohol trinken angeht?

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Gültig</th>
<th>Gültige Prozent</th>
<th>Kumulierte Prozente</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>weitere trinken wie bisher</td>
<td>81</td>
<td>58,3</td>
<td>58,7</td>
</tr>
<tr>
<td>in Zukunft vielleicht auch mal mehr trinken</td>
<td>6</td>
<td>4,3</td>
<td>63,0</td>
</tr>
<tr>
<td>in Zukunft weniger trinken</td>
<td>39</td>
<td>28,1</td>
<td>91,3</td>
</tr>
<tr>
<td>ab sofort weniger trinken</td>
<td>12</td>
<td>8,6</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>138</td>
<td>99,3</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Fehlend</td>
<td>1</td>
<td>.7</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>139</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Wie wirst du Dich in Zukunft verhalten, was Alkohol trinken angeht?

- weiter trinken wie bisher (58,7%)
- in Zukunft vielleicht auch mal mehr trinken (4,3%)
- in Zukunft weniger trinken (28,3%)
- ab sofort weniger trinken (8,7%)
Insgesamt geben also 37,2 % der Befragten an, künftig weniger Alkohol trinken zu wollen, und zwar ohne signifikanten Geschlechterunterschied (39,1 % der Jungen bzw. 35,6 % der Mädchen).

Tabelle 8.26: Zukünftiges Trinkverhalten in Abhängigkeit vom Geschlecht

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Geschlecht</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>männlich</td>
<td>weiblich</td>
</tr>
<tr>
<td>Weniger trinken</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl</td>
<td>25</td>
<td>26</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Geschlecht</td>
<td>39,1%</td>
<td>35,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>Weiter wie bisher oder mehr</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl</td>
<td>39</td>
<td>47</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Geschlecht</td>
<td>60,9%</td>
<td>64,4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>64</td>
<td>73</td>
</tr>
<tr>
<td>% innerhalb von Geschlecht</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Chi-Quadrat-Test

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
<th>Exakte Signifikanz (2-seitig)</th>
<th>Exakte Signifikanz (1-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Chi-Quadrat nach Pearson</td>
<td>.173</td>
<td>1</td>
<td>.677</td>
<td>.725</td>
<td>.405</td>
</tr>
<tr>
<td>Exakter Test nach Fisher</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl der gültigen Fälle</td>
<td>137</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. 0 Zellen (0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 23,82.

Die Hypothese bezüglich der Veränderungsbereitschaft kann bestätigt werden. Rund 37 % der Befragten geben an, künftig weniger Alkohol zu sich nehmen zu wollen.
Hypothese 10: Die Einschätzung über den eigenen Alkoholkonsum wirkt sich positiv auf das angegebene zukünftige Trinkverhalten aus: Diejenigen, die ihren Alkoholkonsum als zu hoch einschätzen, werden angeben, künftig weniger zu trinken.

Die Jugendlichen, die Alkohol konsumieren (n = 138), werden untersucht auf ihr zukünftiges Trinkverhalten in Abhängigkeit von der Einschätzung des eigenen Alkoholkonsums. Von den Jugendlichen mit einem grenzwertigen Alkoholkonsum („gerade noch ok“), möchten 26,7 % „in Zukunft weniger trinken“ und 16,7 % sogar „ab sofort weniger trinken“ – insgesamt möchten also 43,4 % den Alkoholkonsum reduzieren. Von den Jugendlichen mit der Einschätzung eines zu hohen Alkoholkonsums geben ein Drittel (33,3 %) an, „in Zukunft weniger“ zu trinken. Allerdings können sich auch 22,2 % „in Zukunft vielleicht auch mal mehr“ zu trinken.

Die Unterschiede sind im Chi-Quadrat-Test – auch wegen der geringen Häufigkeiten in den einzelnen Gruppen – nicht signifikant.

Tabelle 8.27: Künftiges Trinkverhalten in Abhängigkeit von der Einschätzung des bisherigen Konsums

<table>
<thead>
<tr>
<th>Wie wirst du Dich in Zukunft verhalten, was Alkohol trinken angeht?</th>
<th>Jetzt wo Du Bescheid weißt: Wie ist Dein bisheriger Alkoholkonsum?</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>weiter trinken wie bisher</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl</td>
<td>60</td>
<td>17</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>60,6%</td>
<td>56,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>in Zukunft vielleicht auch mal mehr trinken</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl</td>
<td>4</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>4,0%</td>
<td>0,0%</td>
</tr>
<tr>
<td>möchte in Zukunft weniger trinken</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl</td>
<td>28</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>28,3%</td>
<td>26,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>ab sofort weniger trinken</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl</td>
<td>7</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>7,1%</td>
<td>16,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl</td>
<td>99</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>100%</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Chi-Quadrat-Test

<table>
<thead>
<tr>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>11,718*</td>
<td>a</td>
<td>0,069</td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. 6 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .39.
Aufgrund der geringen Häufigkeiten werden die vier Gruppen bezüglich des zukünftigen Trinkverhaltens in zwei Gruppen zusammengefasst, nämlich „weniger trinken“ und „weiter wie bisher oder mehr“ trinken. Aber auch bei dieser Auswertung zeigen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen, so dass die Hypothese verworfen werden muss.

Tabelle 8.28: Zukünftiges Trinkverhalten (gruppiert) in Abhängigkeit zum bisherigen Alkoholkonsum

<table>
<thead>
<tr>
<th>Künftiges Trinkverhalten</th>
<th>Jetzt wo Du Bescheid weißt:</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Wie ist Dein bisheriger Alkoholkonsum.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>ok</td>
<td>gerade noch ok</td>
</tr>
<tr>
<td>Weniger trinken</td>
<td>35,4%</td>
<td>43,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Weiter wie bisher oder mehr</td>
<td>64,6%</td>
<td>56,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Chi-Quadrat-Tests

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Chi-Quadrat nach Pearson</td>
<td>0,683³</td>
<td>2</td>
<td>0,711</td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl der gültigen Fälle</td>
<td>138</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. 1 Zellen (16,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 3,33.

Bei dem negativen Ergebnis ist nun interessant, ob die Jugendlichen ihre Trinkgewohnheiten richtig einschätzen. Dazu wird die Einschätzung der Befragten mit dem Mittelwert des wöchentlichen Alkoholkonsums der entsprechenden Gruppe verglichen. Dabei zeigt sich, dass die Nichttrinker ihr Verhalten annähernd richtig
angegeben (0,1 Getränk pro Woche). Diejenigen jedoch, die ihre Trinkgewohnheiten für „ok“ halten, konsumieren im Mittel 14,5 Einheiten pro Woche, was zum Beispiel 2 Glas (à 0,25 l) Bier am Tag entspricht. Die Jugendlichen, die ihren Alkoholkonsum „gerade noch ok“ finden, erreichen sogar einen Mittelwert von 31,2 Einheiten Alkohol pro Woche, was etwa 1,1 Liter Bier am Tag entspricht.

Insofern besteht die Problematik, dass die Einschätzung des eigenen Konsumverhaltens nicht mit dem tatsächlichen Alkoholkonsum übereinstimmt.

### Tabelle 8.29: Einschätzung des eigenen Konsumverhaltens in Abhängigkeit vom tatsächlichen Alkoholkonsum (Mittelwerte des wöchentlichen Konsums in Getränkeeinheiten pro Woche)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Jetzt wo Du Bescheid weißt:</th>
<th>Mittelwert</th>
<th>N</th>
<th>Standardabweichung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Wie ist Dein bisheriger Alkoholkonsum?</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ich trinke nicht</td>
<td>1,108</td>
<td>97</td>
<td>0,5412</td>
</tr>
<tr>
<td>ok</td>
<td>14,505</td>
<td>99</td>
<td>21,9142</td>
</tr>
<tr>
<td>gerade noch ok</td>
<td>31,183</td>
<td>30</td>
<td>35,6200</td>
</tr>
<tr>
<td>zu hoch</td>
<td>26,611</td>
<td>9</td>
<td>19,0719</td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>11,155</td>
<td>235</td>
<td>22,0651</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### ANOVA-Tabelle

<table>
<thead>
<tr>
<th>Konsumeinschätzung * Trinkmenge (wöchentlich)</th>
<th>Quadratsumme</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Mittel der Quadrate</th>
<th>F</th>
<th>Signifikanz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zwischen den Gruppen Kombiniert</td>
<td>27132,089</td>
<td>3</td>
<td>9044,030</td>
<td>24,070</td>
<td>,000</td>
</tr>
<tr>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>86795,491</td>
<td>231</td>
<td>375,738</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>113927,581</td>
<td>234</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Einschätzung des Konsumverhaltens in Abhängigkeit vom tatsächlichen Konsum

- zu hoch
- gerade noch ok
- ok
- ich trinke nicht

umgerechnet in Liter Bier pro Tag
Hypothese 11: Bei positiver Bewertung der Standfest-Aktion lässt sich eine deutlichere Veränderungsbereitschaft erkennen.

Betrachtet man die Veränderungsbereitschaft in Abhängigkeit von der Bewertung der Standfest-Aktion durch die Alkohol-konsumierenden Jugendlichen, finden sich keine signifikanten Unterschiede. Das liegt unter anderem daran, dass die Gruppe derjenigen, denen die Aktion nicht gefallen hat, extrem klein ist (4 Jugendliche). Insofern muss die Hypothese verworfen werden.

Tabelle 8.30: Veränderungsbereitschaft in Abhängigkeit von der Bewertung der Standfestaktion

<table>
<thead>
<tr>
<th>Künftiges Trinkverhalten (zusammengefasst)</th>
<th>Mir haben die Aktionen gefallen.</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>ja</td>
<td>nein</td>
</tr>
<tr>
<td>Weniger trinken</td>
<td>Anzahl 49</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>% 37,7%</td>
<td>25,0%</td>
</tr>
<tr>
<td>Weiter wie bisher oder mehr</td>
<td>Anzahl 81</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>% 62,3%</td>
<td>75,0%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>Anzahl 130</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>% 100,0%</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Chi-Quadrat-Tests

<table>
<thead>
<tr>
<th>Chi-Quadrat nach Pearson</th>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
<th>Exakte Signifikanz (2-seitig)</th>
<th>Exakte Signifikanz (1-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1,000</td>
<td>.521</td>
<td>1</td>
<td>.605</td>
<td>1,000</td>
<td>.521</td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,49.
Hypothese 12: Je mehr Informationszuwachs die Jugendlichen in dem Fragebogen angeben, desto eher zeigt sich eine Veränderungsbereitschaft.

Die angegebene Veränderungsbereitschaft bezüglich des künftigen Alkoholkonsums wird auch in Abhängigkeit zum Wissenszuwachs durch die Standfest-Aktion betrachtet. Von den 134 Alkohol-trinkenden Jugendlichen, von denen die Daten vorliegen, möchten 46 % derjenigen, die nach der Aktion mehr über Alkohol bescheiden wissen, ihren Konsum reduzieren. Im Gegensatz dazu sind es nur 21,3 % bei Befragten, die keinen Wissenszuwuchs angeben. Der Unterschied ist im Chi-Quadrat-Test signifikant (p = 0,014). Insofern kann die Hypothese bestätigt werden.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Künftiges Trinkverhalten</th>
<th>Ich weiß jetzt mehr über Alkohol und darüber, wie er wirkt.</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>ja</td>
<td>nein</td>
</tr>
<tr>
<td>Weniger trinken</td>
<td>40</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>46,0%</td>
<td>21,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Weiter trinken wie bisher oder mehr</td>
<td>47</td>
<td>37</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>54,0%</td>
<td>78,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>87</td>
<td>47</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>100,0%</td>
<td>100,0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Chi-Quadrat-Test</th>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Chi-Quadrat nach Pearson</td>
<td>8,576$^a$</td>
<td>2</td>
<td>0,014</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| Anzahl der gültigen Fälle | 135 |

a. 2 Zellen (33,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 3,7.
Hypothese 13: Je besser die Jugendlichen die Alkoholwirkung einschätzen, desto mehr lässt sich die Bereitschaft zur Verhaltensänderung abbilden.

Betrachtet man die Einschätzung der Alkoholwirkung, geben 64,4 % der Jugendlichen an, die Alkoholwirkung bereits vor der Standfest-Aktion richtig eingeschätzt zu haben. 28,3 % meinen, die Wirkung unterschätzt zu haben. 7,3 % gehen davon aus, die Alkoholwirkung überschätzt zu haben.

Tabelle 8.32: Einschätzung der Alkoholwirkung

<table>
<thead>
<tr>
<th>Was hast du vor den Aktionen über Alkohol und seine Wirkung gedacht?</th>
<th>Anzahl</th>
<th>Prozent</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Wirkung unterschätzt</td>
<td>62</td>
<td>28,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Wirkung richtig eingeschätzt</td>
<td>141</td>
<td>64,4 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Wirkung überschätzt</td>
<td>16</td>
<td>7,3 %</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>219</td>
<td>100 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Setzt man die Einschätzung der Alkoholwirkung vor der Aktion in Zusammenhang mit dem angegebenen künftigen Trinkverhalten, wollen 61,3 % der Befragten, die die Wirkung des Alkohols unterschätzt haben, künftig weniger trinken. Bei denjenigen, die die Wirkung richtig eingeschätzt haben, sind es noch 39 %. Sogar 31,3 % der Jugendlichen, die die Wirkung überschätzt haben, gedenken, ihren Alkoholkonsum zu mäßigen. Die Auswertung ist sowohl im Chi-Quadrat-Test nach Pearson als auch im Chi-Quadrat-Test des linearen Zusammenhangs signifikant (p = 0,007 bzw. 0,003). Insofern kann festgestellt werden, dass je mehr die Jugendlichen die Wirkung des Alkohols unterschätzt haben, desto eher sind sie nach der Standfest-Aktion bereit, ihr Trinkverhalten zu reduzieren.

Tabelle 8.33: Künftiges Trinkverhalten in Abhängigkeit von der Einschätzung der Alkoholwirkung

| Zukünftiges Trinkverhalten | Was hast du vor den Aktionen über Alkohol und seine Wirkung gedacht? | | |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------|---|---|---|
|                            | Wirkung unterschätzt | Wirkung richtig eingeschätzt | Wirkung überschätzt | Gesamt |
| Weniger trinken             | Anzahl               | %                          | %                          | %                  | 98 |
| %                          | 38                   | 61,3%                      | 39,0%                      | 31,3%              | 44,7% |
| Weiter wie bisher oder mehr | Anzahl               | %                          | %                          | %                  | 121 |
| %                          | 24                   | 38,7%                      | 61,0%                      | 68,8%              | 55,3% |
| Gesamt                     | Anzahl               | %                          | %                          | %                  | 219 |
| %                          | 62                   | 100,0%                     | 100,0%                     | 100,0%             | 100,0% |
Die Hypothese kann bestätigt werden. Die richtige Einschätzung der Alkoholwirkung ist eine relevante Größe für die angegebene Verhaltensänderung. Besonders diejenigen, die die Alkoholwirkung bisher unterschätzt haben, wollen ihr Trinkverhalten reduzieren. Insofern kann möglicherweise die Rolle des Rauschparcours bei den Aktionen hervorgehoben werden, der genau diese Kenntnisse vermitteln soll.
Hypothese 14: Je größer der angebende Alkoholkonsum ist, desto größer wird eine Bereitschaft ersichtlich werden, den eigenen Alkoholkonsum zu verringern.

Wird dagegen das künftige Konsumverhalten der Jugendlichen in Abhängigkeit vom tatsächlichen wöchentlichen Alkoholkonsum betrachtet, geben vor allem die Jugendlichen, die gar nicht (55,4 %) oder viel trinken (46,7 %), an, ihr Verhalten mäßigen zu wollen. Von denjenigen, die bisher extrem viel (> 20 Einheiten pro Woche) getrunken haben, kreuzten sogar zwei Drittel (66,7 %) an, künftig weiter wie bisher oder mehr zu trinken. Die Unterschiede sind signifikant (Chi-Quadrat-Test p = 0,048) und scheinen linear verteilt zu sein (Mantel-Haenszel-Test für den linearen Zusammenhang p = 0,026). Im angeschlossenen Vergleich der Mittelwerte mittels des Levene-Tests der Varianzgleichheit und des T-Tests der Mittelwertgleichheit wurden signifikante Unterschiede insofern gefunden, als dass diejenigen, die angeben, künftig weniger zu trinken, im Mittel nur 8,2 Getränke pro Woche konsumieren, während diejenigen, die unverändert weiter oder sogar mehr trinken möchten, einen relevant höheren Mittelwert von knapp 15 Getränken pro Woche aufweisen. Insofern scheint folgender linearer Zusammenhang zu bestehen: Je weniger Alkohol pro Woche konsumiert wird, desto höher ist die Bereitschaft nach der Standfest-Aktion, das Trinkverhalten zu mäßigen. Das heißt, die Vieltrinker werden von der Aktion weniger erreicht.

Tabelle 8.34: Künftiges Trinkverhalten (zusammengefasst) in Abhängigkeit vom wöchentlichen Alkoholkonsum (gruppiert)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Alkoholkonsum in Einheiten pro Woche (gruppiert)</th>
<th>Künftiges Trinkverhalten (zusammengefasst)</th>
<th>Gesamt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Weniger trinken</td>
<td>Weiter wie bisher oder mehr</td>
</tr>
<tr>
<td>Kein Konsum</td>
<td>51</td>
<td>41</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>55,4%</td>
<td>44,6%</td>
</tr>
<tr>
<td>Wenig (1 bis 5 Einh.)</td>
<td>15</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>38,5%</td>
<td>61,5%</td>
</tr>
<tr>
<td>Mittel (6 bis 10 Einh.)</td>
<td>5</td>
<td>14</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>26,3%</td>
<td>73,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Viel (11 bis 20 Einh.)</td>
<td>14</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>46,7%</td>
<td>53,3%</td>
</tr>
<tr>
<td>Extrem viel (&gt; 20 Einh.)</td>
<td>13</td>
<td>26</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>33,3%</td>
<td>66,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>98</td>
<td>121</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>44,7%</td>
<td>55,3%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Chi-Quadrat-Test

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Wert</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Chi-Quadrat nach Pearson</td>
<td>9,584^a</td>
<td>4</td>
<td>,048</td>
</tr>
<tr>
<td>Chi-Quadrat-Test des linearen Zusammenhangs</td>
<td>4,930</td>
<td>1</td>
<td>,026</td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl der gültigen Fälle</td>
<td>219</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. 0 Zellen (.0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 8,50.

T-Test: Gruppenstatistiken

<table>
<thead>
<tr>
<th>Künftiges Trinkverhalten (zusammengefasst)</th>
<th>N</th>
<th>Mittelwert</th>
<th>Standardabweichung</th>
<th>Standardfehler des Mittelwertes</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Weniger trinken</td>
<td>98</td>
<td>8,260</td>
<td>15,9109</td>
<td>1,6072</td>
</tr>
<tr>
<td>Weiter wie bisher oder mehr</td>
<td>121</td>
<td>14,950</td>
<td>26,5941</td>
<td>2,4176</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Test bei unabhängigen Stichproben

<table>
<thead>
<tr>
<th>Levene-Test der Varianzgleichheit</th>
<th>T-Test für die Mittelwertgleichheit</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>F</td>
<td>Signifikanz</td>
</tr>
<tr>
<td>Varianzen sind gleich</td>
<td>7,657</td>
</tr>
<tr>
<td>Varianzen sind nicht gleich</td>
<td>-2,304</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Die oben genannte Hypothese muss verworfen werden. Der Zusammenhang ist umgekehrt, indem nämlich die Jugendlichen, die wenig trinken, eher ihren Alkoholkonsum reduzieren möchten, und diejenigen, die viel oder extrem viel trinken, eher weiter wie bisher oder sogar mehr konsumieren möchten.
Hypothese 15: Die Jugendlichen geben an, sich das mitgegebene Infopaket anzuschauen, möglicherweise mit der Absicht, sich weiterhin mit dem Thema Alkohol zu beschäftigen.

In der Befragung geben 62,8 % der Jugendlichen an, sie wollten sich das Infopaket zuhause noch einmal anschauen. Die Hypothese kann bestätigt werden.

Tabelle 8.35: Wirst du dir das Infopaket zu Hause noch mal anschauen?

<table>
<thead>
<tr>
<th>Häufigkeit</th>
<th>Prozent</th>
<th>Gültige Prozente</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Gültig</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ja</td>
<td>140</td>
<td>58,8</td>
</tr>
<tr>
<td>nein</td>
<td>83</td>
<td>34,9</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>223</td>
<td>93,7</td>
</tr>
<tr>
<td>Fehlend</td>
<td>15</td>
<td>6,3</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>238</td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Diejenigen Jugendlichen, die sich das Infopaket zu Hause anschauen möchten, haben einen tendenziell niedrigeren wöchentlichen Alkoholkonsum (9,6 Einheiten Alkohol pro Woche) als die Befragten, die das Informationsmaterial nicht zur Hand nehmen möchten (14,4 Einheiten pro Woche). Der Unterschied ist jedoch nicht statistisch signifikant in der ANOVA-Varianzanalyse.

Tabelle 8.36: Anschauen des Infopaketes in Abhängigkeit vom mittleren wöchentlichen Alkoholkonsum (Einheiten Alkohol pro Woche)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Wirst du dir das Infopaket zu Hause noch mal anschauen?</th>
<th>Mittelwert</th>
<th>N</th>
<th>Standardabweichung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ja</td>
<td>9,656</td>
<td>138</td>
<td>21,9176</td>
</tr>
<tr>
<td>nein</td>
<td>14,434</td>
<td>83</td>
<td>23,4514</td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>11,450</td>
<td>221</td>
<td>22,5724</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ANOVA-Tabelle

<table>
<thead>
<tr>
<th>Infopaket anschauen * wöchentlicher Konsum</th>
<th>Quadratsumme</th>
<th>Freiheitsgrade (df)</th>
<th>Mittel der Quadrate</th>
<th>F</th>
<th>Signifikanz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Zwischen den Gruppen Kombiniert</td>
<td>1183,167</td>
<td>1</td>
<td>1183,167</td>
<td>2,336</td>
<td>,128</td>
</tr>
<tr>
<td>Innerhalb der Gruppen</td>
<td>110909,786</td>
<td>219</td>
<td>506,437</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insgesamt</td>
<td>112092,952</td>
<td>220</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

104
9. Diskussion

Die vorliegende Untersuchung soll anhand eines Fragbogens die Aufnahme und Wirkung des Projektes Standfest der Fachambulanz der Diakonie Düsseldorf bei Jugendlichen überprüfen. Wichtige Aspekte sind das Erreichen der Zielgruppe, der Wissenszuwachs und die Bereitschaft zur Verhaltensänderung.

Im Zeitraum von Januar bis März 2012 wurde im Stadtgebiet von Düsseldorf bei insgesamt neun Standfest-Einsätzen der Fragebogen von 238 Jugendlichen ausgefüllt, was die im Vorfeld angestrebte Zahl übersteigt. Da 42,7 % der Standfest-Teilnehmer einen Fragebogen ausfüllten, kann eine gute Aussagekraft erzielt werden.

9.1 Überprüfung der Zielgruppe – Hypothesen 1 bis 2


9.2 Alkoholkonsum der Jugendlichen – Hypothese 3

Etwa 45 % der befragten Jugendlichen zwischen 10 und 25 Jahren geben an, keinen Alkohol zu trinken. In der Altersklasse 12-15 Jahre sind es 66,7 %, bei den 16-17 jährigen 21,3 % und bei den über 18 jährigen noch 16,3 %. Der Alkoholkonsum in der Stichprobe nimmt mit dem Alter linear zu.


9.3 Getränkeauswahl der Jugendlichen – Hypothesen 4-5


9.4 Bewertung der einzelnen Standfest-Aktionen in Bezug auf den Informationszuwachs – Hypothesen 6, 8 und 11

Im Rahmen des Standfest-Projektes werden verschiedene Aktionen durchgeführt, z.B. die Rauschbrille, der Rauschparcours und das Standfest-Quiz. Es soll untersucht werden, ob eine bestimmt Aktion bei den Jugendlichen besondere Effekte erzielen kann.

Zunächst ist erfreulicherweise festzustellen, dass knapp 97 % der Befragten die Standfest-Aktionen gefallen haben. Aufgrund der sehr positiven Resonanz ist eine differenzierte Auswertung in Abhängigkeit vom Gefallen der Aktionen nicht möglich. Auch das Standfest-Quiz, das im Rahmen des Projektes besonders weiter entwickelt wurde, zeigt keine vorrangige Stellung in Bezug auf den Wissenszuwachs der Teilnehmer. Bedeutsam scheint jedoch die richtige Einschätzung der Alkoholwirkung für die Jugendlichen zu sein – was unten noch erläutert werden soll -, und insofern kommen dem Rauschparcours und der Rauschbrille eine besondere Bedeutung zu.

Wichtig ist es ferner – wie oben bereits erwähnt -, Aktionen zu entwickeln, die besonders männliche Jugendliche ansprechen, da in dieser Gruppe ein besonders ausgeprägtes Konsumverhalten zu verzeichnen ist.

9.5 Bereitschaft zur Verhaltensänderung durch die Standfest-Aktionen – Hypothesen 7, 9, 10, 12, 13, 14 und 15

Weiterhin geben knapp 63 % der Befragten an, sich zu Hause das mitgegebene Informationspaket noch einmal anzuschauen, sich also weiterhin mit dem Thema Alkohol zu beschäftigen.


9.5.1 Bereitschaft zur Verhaltensänderung aufgrund von Wissenszuwachs – Hypothesen 7 und 12

Knapp drei Viertel (73,4 %) der befragten Standfest-Teilnehmer geben an, durch die Aktion mehr über Alkohol und seine Wirkung erfahren zu haben. Dies stellt einen deutlichen Wissenszuwachs dar. Die Verknüpfung der Daten derjenigen, die einen Wissenszuwachs angeben, mit der Frage nach der Bereitschaft zur Verhaltensänderung ergibt einen signifikanten positiven Zusammenhang. Während in der Gruppe mit einem Wissenszuwachs knapp die Hälfte (46 %) ihren Alkoholkonsum mäßig möchten, sind es bei den Jugendlichen ohne Wissenszuwachs nur ein Fünftel (21,3 %).


9.5.2 Bereitschaft zur Verhaltensänderung aufgrund der Einschätzung der Alkoholwirkung – Hypothese 13

Wichtig für eine mögliche Verhaltensänderung scheint auch die Einschätzung der Wirkung von Alkohol zu sein. Nach Teilnahme an der Standfest-Aktion geben die Mehrheit der Jugendlichen, nämlich 64,4 %, an, die Alkoholwirkung auch vorher richtig eingeschätzt zu haben. Mehr als ein Viertel der Teilnehmer (28,3 %) hätten die Wirkung unterschätzt. Diese Jugendlichen, die während der Standfest-Aktion die
Alkoholwirkung haben richtig einschätzen lernen, zeigen eine signifikant höhere Bereitschaft, ihren Konsum zu reduzieren, nämlich in 61,3 % der Fälle. Das heißt, dass die Standfest-Aktion, vermutlich vor allem über den Rauschparcours und mit Hilfe der Rauschbrille, den Jugendlichen eine richtige Einschätzung der negativen Auswirkungen eines zu hohen Alkoholkonsums vermitteln kann und dadurch die Bereitschaft signifikant erhöht, in Zukunft weniger zu trinken. Die beiden genannten Aktionen sollten also zusammen mit dem Quiz (siehe Kapitel 9.51) weiterhin einen wichtigen Bestandteil des Präventionsprogrammes darstellen.

9.5.3 Bereitschaft zur Verhaltensänderung in Abhängigkeit vom Alkoholkonsums bzw. von der Einschätzung des eigenen Konsumverhaltens – Hypothesen 10 und 14


Wird die Bereitschaft zur Verhaltensänderung mit der Einschätzung des eigenen Konsumverhaltens in Bezug gesetzt, so findet sich kein signifikanter Ergebnis. Die Bereitschaft, die Trinkmenge zu reduzieren, ist also nicht abhängig von der Höhe des selbst eingeschätzten Alkoholkonsums.

Da dies etwas verwunderlich erscheint, wird eine Analyse angeschlossen, ob die Jugendlichen ihr Trinkverhalten überhaupt richtig einschätzen. Dabei kommen erheblichen Fehleinschätzungen zu Tage. Die Gruppe mit der unauffälligen Einschätzung (Antwort: „ok“) konsumiert im Mittel 14,5 Getränken pro Woche (z.B. á

Dazu wäre es wichtig, ein Maß zu schaffen, was dem Jugendlichen (ab 16 Jahren und ab 18 Jahren) vergegenwärtigt, was ein verantwortungsvoller Umgang mit Alkohol bedeutet. Für Erwachsene gibt es von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung hierzu eine Empfehlung bezüglich des Umgangs mit Alkohol in der Broschüre „Alles klar“. Sie gibt in Form einer „Ampel“ an, was ok (= grün), bedenklich (= grenzwertig) und rot (= gefährlich) ist (vgl. www.bzga.de). Für Jugendliche liegt eine solche Empfehlung nicht vor. Dies ist ungünstig, weil die Präventionsmaßnahmen zum Ziel haben, einen verantwortungsvollen Umgang aufzuzeigen, jedoch dafür kein Maß definiert ist. Somit fehlt den Jugendlichen ein (Vor-) Bild, welche Menge an Alkohol noch akzeptabel ist, damit sie ihr Trinkverhalten richtig einschätzen können. Die Gleichaltrigen und oft auch die Erwachsenen stellen nur eine unzureichende Orientierung dar. Die Entwicklung einer Empfehlung für Jugendliche könnte hier weiter helfen und würde es überhaupt erst ermöglichen, dass die ehrenamtlichen Peers die Frage nach einem verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol beantworten können.


Insgesamt ist die Standfest-Aktion ein sinnvolles Mittel, Jugendliche über Alkohol und seine Wirkung aufzuklären und sie zu motivieren, ihr Konsumverhalten zu hinterfragen.
LITERATUR:


Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) (2007): Alkoholkonsum
der Jugendlichen in Deutschland 2004–2007. Eine Repräsentativbefragung

der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Köln: BzgA Bundeszentrale für
gesundheitliche Aufklärung.

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) (Hrsg.). (2009). Drogen und

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) (2011 a). Generation
Komasaufen? Neue Studie der BzgA zeigt wie viel Jugendliche wirklich trinken.
Alkoholspiegel, S.1-2.

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) (2011 b). Suchtprävention
leistet einen zentralen Beitrag zur Verbesserung der Bevölkerungsgesundheit. Köln:
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
www.BzgA.de/themenschwerpunkte/suchtpraevention (Stand 11.01.2012)

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) (2011 c). Der Alkoholkonsum
Jugendlicher und junger Erwachsener in Deutschland 2010. Kurzbericht zu
Ergebnissen einer aktuellen Repräsentativbefragung und Trend. Köln: BzgA.
www.BzgA.de/forschung/studien-untersuchungen/studien/suchtpraevention/ (Stand
12.01.2011)

München:Pearson Studium.

Deutsches Ärzteblatt, Jg. 106, Heft 19, S. 197.

Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V. (DHS) & Bundeszentrale für
gesundheitliche Aufklärung (BzgA) (2004). Alkopops - Eine Information für Eltern,

Dyckmans, M. (Februar 2011). Kein Alkoholkonsum im öffentlichen
Personennahverkehr ist Vorbild für Kinder und Jugendliche. Pressemitteilung der
Drogenbeauftragten, Nr.2.


Golschinski, M. Landeshauptstadt Düsseldorf (Hrsg.) (2010): Einkommensverteilung und soziale Mindestsicherung in Düsseldorf. *Kommunale Sozialberichterstattung, IV10-0.3*


Klein, M. (2010). *Gesundheits- und Risikoverhalten Jugendlicher in Düsseldorf.* Deutschen Institut für Sucht- und Präventionsforschung (DISuP) an der Katholischen Hochschule Nordrhein-Westfalen (KatHO NRW) www.duesseldorf.de/ratsinfo/duesseldorf/45677/QmVyaWNodF9EdWVzc2VsZG9yZI9WZXJzaW9uXzEtNF8xMjA5MTBfTUtMS5wZGY=/1Z/n/157307.doc;jsessionid=7487DCC6BE465B56CBB47BD4708BD415 (Stand:05.01.2011)


www.duesseldorf.de/statistik/stadtforschung/download/gesamtstadt.pdf (Stand: 15.01.2012)

www.duesseldorf.de/thema/sights/altstadt/index.html (Stand: 15.01.2012)

www.duesseldorf-altstadt.de/ (Stand 08.02.2012)

www.duesseldorf-arcaden.de/ (Stand 08.02.2012)

www.eissporthalle-benrath.de/ (Stand 08.02.2012)

www.unterrather-funken.de/ (Stand 02.04.2012)
Anhang 1: Der Fragebogen

Meinungsumfrage der Diakonie Düsseldorf zum Projekt

Standfest. Dein Wille gegen Promille.

Mein Alter: _____ Jahre. Ich bin: □ männlich □ weiblich

1. Was machst Du gerade?
□ Schule □ Ausbildung □ Arbeiten □ Studium □ Arbeitssuchend

2. Alkoholcheck

2.1 Normalerweise trinke ich
an einem Abend

□ Bier 1 Glas 0,25l □ Bier-Mixgetränke 1 Fl. 0,33l □ Schnaps-Mixgetränke* 1 Fl. 0,25l □ Schnaps 1 Glas 0,32l □ Wein 1 Glas 0,1l □ Sekt 1 Glas 0,1l □ Cocktails 1 Glas 0,3l □ ich trinke gar nicht

2.2 Normalerweise trinke ich in der Woche:
□ weniger □ 1 x □ 2 x □ 3 x □ öfter

3. Welche Standfest Aktionen hast Du gemacht? (Du kannst mehrere ankreuzen)
□ Rauschparcours + Gespräch □ Rauschbrille + Gespräch □ Standfestquiz □ andere Aktion:

4. Wie findest Du die Aktionen?
Mir haben die Aktionen gefallen. □□□□□
Ich weiß jetzt mehr über Alkohol und darüber, wie er wirkt. □□□□□
Wirst Du Dir das Infopaket zu Hause noch mal anschauen? □□□□□

5. Was hast Du VOR den Aktionen über Alkohol und seine Wirkung gedacht?
□ ich habe die Wirkung von Alkohol unterschätzt. □ ich habe die Wirkung richtig eingeschätzt. □ ich habe die Wirkung überschätzt.

6. Jetzt wo Du Bescheid weißt: Wie ist Dein bisheriger Alkoholkonsum?
□ ich trinke nicht □ ok □ gerade noch ok □ zu hoch

7. Wie wirst Du Dich in Zukunft verhalten, was Alkoholtrinken angeht?
□ ich werde weiter trinken wie bisher.
□ ich werde in Zukunft vielleicht auch mal mehr trinken.
□ ich möchte in Zukunft weniger trinken.
□ ich werde ab sofort weniger trinken.

Vielen lieben Dank für Deine Hilfe!!! :D
## Anhang 2: Tabellen

### Tabelle A.1: Alkoholkonsum in Getränken pro Abend

<table>
<thead>
<tr>
<th>Getränke pro Abend</th>
<th>Häufigkeit</th>
<th>Prozent</th>
<th>Gültige Prozente</th>
<th>Kumulierte Prozente</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Gültig</td>
<td>0</td>
<td>107</td>
<td>45,0</td>
<td>45,1</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1,5</td>
<td>22</td>
<td>9,2</td>
<td>9,3</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3,0</td>
<td>13</td>
<td>5,5</td>
<td>5,5</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4,0</td>
<td>12</td>
<td>5,0</td>
<td>5,1</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4,5</td>
<td>10</td>
<td>4,2</td>
<td>4,2</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>5,5</td>
<td>9</td>
<td>3,8</td>
<td>3,8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>7,0</td>
<td>11</td>
<td>4,6</td>
<td>4,6</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>8,0</td>
<td>6</td>
<td>2,5</td>
<td>2,5</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>8,5</td>
<td>2</td>
<td>,8</td>
<td>,8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>9,5</td>
<td>7</td>
<td>2,9</td>
<td>3,0</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>11,0</td>
<td>8</td>
<td>3,4</td>
<td>3,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>11,5</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>12,0</td>
<td>2</td>
<td>,8</td>
<td>,8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>13,5</td>
<td>3</td>
<td>1,3</td>
<td>1,3</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>15,0</td>
<td>4</td>
<td>1,7</td>
<td>1,7</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>16,0</td>
<td>3</td>
<td>1,3</td>
<td>1,3</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>17,5</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>19,0</td>
<td>2</td>
<td>,8</td>
<td>,8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>20,0</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>21,5</td>
<td>2</td>
<td>,8</td>
<td>,8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>22,0</td>
<td>2</td>
<td>,8</td>
<td>,8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>23,0</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>26,0</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>27,0</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>28,5</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>31,0</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>33,5</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>44,0</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>45,5</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>46,0</td>
<td>1</td>
<td>,4</td>
<td>,4</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>237</td>
<td>99,6</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<p>| Fehlend System    | 1          | ,4      |                 |                     |
| Gesamt            | 238        | 100,0   |                 |                     |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th>Konsumierte Getränke pro Woche</th>
<th>Häufigkeit</th>
<th>Prozent</th>
<th>Gültige Prozente</th>
<th>Kumulierte Prozente</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>.0</td>
<td>107</td>
<td>45,0</td>
<td>45,3</td>
<td>45,3</td>
</tr>
<tr>
<td>1,5</td>
<td>13</td>
<td>5,5</td>
<td>5,5</td>
<td>50,8</td>
</tr>
<tr>
<td>3,0</td>
<td>12</td>
<td>5,0</td>
<td>5,1</td>
<td>55,9</td>
</tr>
<tr>
<td>4,0</td>
<td>5</td>
<td>2,1</td>
<td>2,1</td>
<td>58,1</td>
</tr>
<tr>
<td>4,5</td>
<td>11</td>
<td>4,6</td>
<td>4,7</td>
<td>62,7</td>
</tr>
<tr>
<td>5,5</td>
<td>3</td>
<td>1,3</td>
<td>1,3</td>
<td>64,0</td>
</tr>
<tr>
<td>6,0</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td>.8</td>
<td>64,8</td>
</tr>
<tr>
<td>7,0</td>
<td>4</td>
<td>1,7</td>
<td>1,7</td>
<td>66,5</td>
</tr>
<tr>
<td>8,0</td>
<td>6</td>
<td>2,5</td>
<td>2,5</td>
<td>69,1</td>
</tr>
<tr>
<td>9,0</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td>.8</td>
<td>69,9</td>
</tr>
<tr>
<td>9,5</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td>.8</td>
<td>70,8</td>
</tr>
<tr>
<td>11,0</td>
<td>4</td>
<td>1,7</td>
<td>1,7</td>
<td>72,5</td>
</tr>
<tr>
<td>12,0</td>
<td>4</td>
<td>1,7</td>
<td>1,7</td>
<td>74,2</td>
</tr>
<tr>
<td>13,5</td>
<td>5</td>
<td>2,1</td>
<td>2,1</td>
<td>76,3</td>
</tr>
<tr>
<td>14,0</td>
<td>6</td>
<td>2,5</td>
<td>2,5</td>
<td>78,8</td>
</tr>
<tr>
<td>15,0</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td>.8</td>
<td>79,7</td>
</tr>
<tr>
<td>16,0</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td>.8</td>
<td>80,5</td>
</tr>
<tr>
<td>16,5</td>
<td>3</td>
<td>1,3</td>
<td>1,3</td>
<td>81,8</td>
</tr>
<tr>
<td>19,0</td>
<td>4</td>
<td>1,7</td>
<td>1,7</td>
<td>83,5</td>
</tr>
<tr>
<td>21,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>83,9</td>
</tr>
<tr>
<td>22,0</td>
<td>5</td>
<td>2,1</td>
<td>2,1</td>
<td>86,0</td>
</tr>
<tr>
<td>24,0</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td>.8</td>
<td>86,9</td>
</tr>
<tr>
<td>25,5</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>87,3</td>
</tr>
<tr>
<td>26,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>87,7</td>
</tr>
<tr>
<td>28,5</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td>.8</td>
<td>89,0</td>
</tr>
<tr>
<td>30,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>89,4</td>
</tr>
<tr>
<td>32,0</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td>.8</td>
<td>90,3</td>
</tr>
<tr>
<td>33,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>90,7</td>
</tr>
<tr>
<td>34,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>91,1</td>
</tr>
<tr>
<td>34,5</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>91,5</td>
</tr>
<tr>
<td>35,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>91,9</td>
</tr>
<tr>
<td>36,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>92,4</td>
</tr>
<tr>
<td>38,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>92,8</td>
</tr>
<tr>
<td>44,0</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td>.8</td>
<td>93,6</td>
</tr>
<tr>
<td>45,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>94,1</td>
</tr>
<tr>
<td>46,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>94,5</td>
</tr>
<tr>
<td>48,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>94,9</td>
</tr>
<tr>
<td>54,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>95,3</td>
</tr>
<tr>
<td>60,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>95,8</td>
</tr>
<tr>
<td>64,5</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>96,2</td>
</tr>
<tr>
<td>66,0</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td>.8</td>
<td>97,0</td>
</tr>
<tr>
<td>81,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>97,5</td>
</tr>
<tr>
<td>93,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>97,9</td>
</tr>
<tr>
<td>100,5</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>98,3</td>
</tr>
<tr>
<td>107,5</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>98,7</td>
</tr>
<tr>
<td>114,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>99,2</td>
</tr>
<tr>
<td>136,5</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>99,6</td>
</tr>
<tr>
<td>138,0</td>
<td>1</td>
<td>.4</td>
<td>.4</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>236</td>
<td>99,2</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Fehlend System</td>
<td>2</td>
<td>.8</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>238</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
Tabelle A.3: Mann-Whitney-Test für Konsum von Getränkesorten in Abhängigkeit vom Geschlecht

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>N</th>
<th>Mittlerer Rang</th>
<th>Rangsumme</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Bier 0,25l</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>137,31</td>
<td>13868,50</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>103,44</td>
<td>13861,50</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>235</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Bier-Mixgetränk 0,33l</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>124,92</td>
<td>12616,50</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>112,79</td>
<td>15113,50</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>235</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Schnaps-Mixgetränke 0,25l</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>126,66</td>
<td>12793,00</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>111,47</td>
<td>14937,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>235</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Schnaps 0,02l</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>130,46</td>
<td>13176,00</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>108,61</td>
<td>14554,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>235</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Wein 0,1l</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>121,78</td>
<td>12300,00</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>115,15</td>
<td>15430,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>235</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Sekt 0,1l</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>116,88</td>
<td>11805,00</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>118,84</td>
<td>15925,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>235</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Cocktails 0,3l</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>121,50</td>
<td>12271,50</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>115,36</td>
<td>15458,50</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>235</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Getränke an einem Abend</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>männlich</td>
<td>101</td>
<td>132,02</td>
<td>13334,00</td>
</tr>
<tr>
<td>weiblich</td>
<td>134</td>
<td>107,43</td>
<td>14396,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>235</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Statistik für Test

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Bier 0,25l</th>
<th>Bier-Mixgetränk 0,33l</th>
<th>Schnaps-Mixgetränke 0,25l</th>
<th>Schnaps 0,02l</th>
<th>Wein 0,1l</th>
<th>Sekt 0,1l</th>
<th>Cocktails 0,3l</th>
<th>Getränke an einem Abend</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Mann-Whitney-U</td>
<td>4816,50</td>
<td>6068,500</td>
<td>5892,000</td>
<td>5509,00</td>
<td>6385,000</td>
<td>6654,000</td>
<td>6413,500</td>
<td>5351,000</td>
</tr>
<tr>
<td>Wilcoxon-W</td>
<td>13861,500</td>
<td>15113,500</td>
<td>14937,000</td>
<td>14554,00</td>
<td>15430,00</td>
<td>11805,00</td>
<td>15458,500</td>
<td>14396,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Z</td>
<td>-4,510</td>
<td>-1,841</td>
<td>-2,567</td>
<td>-3,619</td>
<td>-1,607</td>
<td>-.309</td>
<td>-.1028</td>
<td>-.2900</td>
</tr>
<tr>
<td>Asymptotische Signifikanz (2-seitig)</td>
<td>.000</td>
<td>.066</td>
<td>.010</td>
<td>.000</td>
<td>.000</td>
<td>.757</td>
<td>.304</td>
<td>.004</td>
</tr>
</tbody>
</table>

a. Gruppenvariable: Geschlecht
Anhang 3: Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe.

Düsseldorf, 15.04.2012
Stefanie Sütfels