

***„Effektive Nutzung von (neuen) Medien in der
Suchtprävention der BZgA“***

von

Michaela Goecke

Dokument aus der Internetdokumentation
des Deutschen Präventionstages www.praeventionstag.de
Herausgegeben von Hans-Jürgen Kerner und Erich Marks im Auftrag der
Deutschen Stiftung für Verbrechensverhütung und Straffälligenhilfe (DVS)

Zur Zitation:

Michaela Goecke: Effektive Nutzung von (neuen) Medien in der Suchtprävention der BZgA, in:
Kerner, Hans-Jürgen u. Marks, Erich (Hrsg.), Internetdokumentation des Deutschen
Präventionstages. Hannover 2011, www.praeventionstag.de/Dokumentation.cms/1351

16. Deutscher Präventionstag in Oldenburg

Effektive Nutzung von (neuen) Medien in der
Suchtprävention der BZgA

31.05.2011

Michaela Goecke

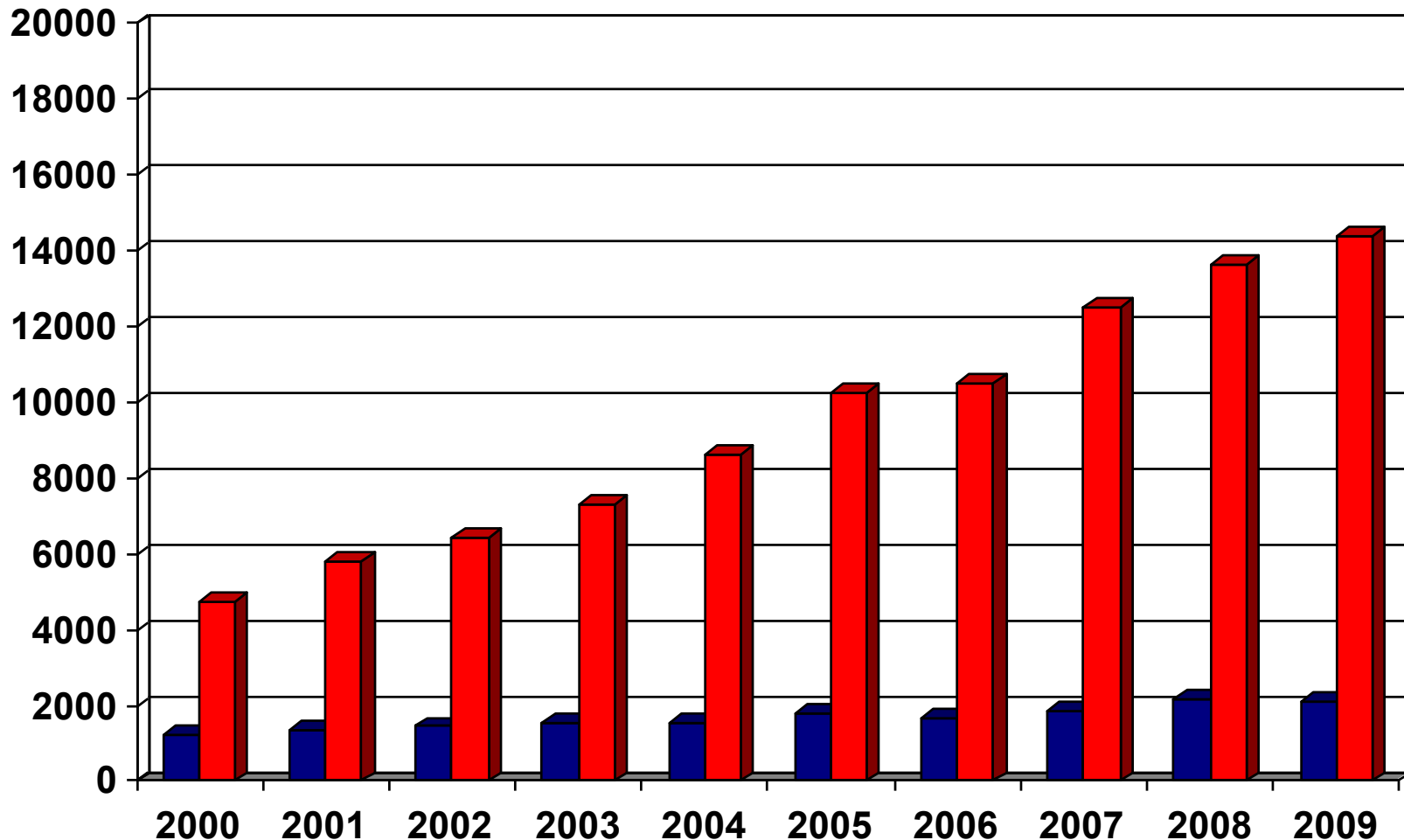
Gliederung:

- (1) Ausgangslage: Alkoholkonsum Jugendlicher in Deutschland
- (2) Die Jugendkampagne „Alkohol? Kenn dein Limit.“
- (3) Das Internetportal
- (4) Soziale Netzwerke
- (5) Schlussfolgerungen und Ausblick

Gliederung:

- (1) Ausgangslage: Alkoholkonsum Jugendlicher in Deutschland
- (2) Die Jugendkampagne „Alkohol? Kenn dein Limit.“
- (3) Das Internetportal
- (4) Soziale Netzwerke
- (5) Schlussfolgerungen und Ausblick

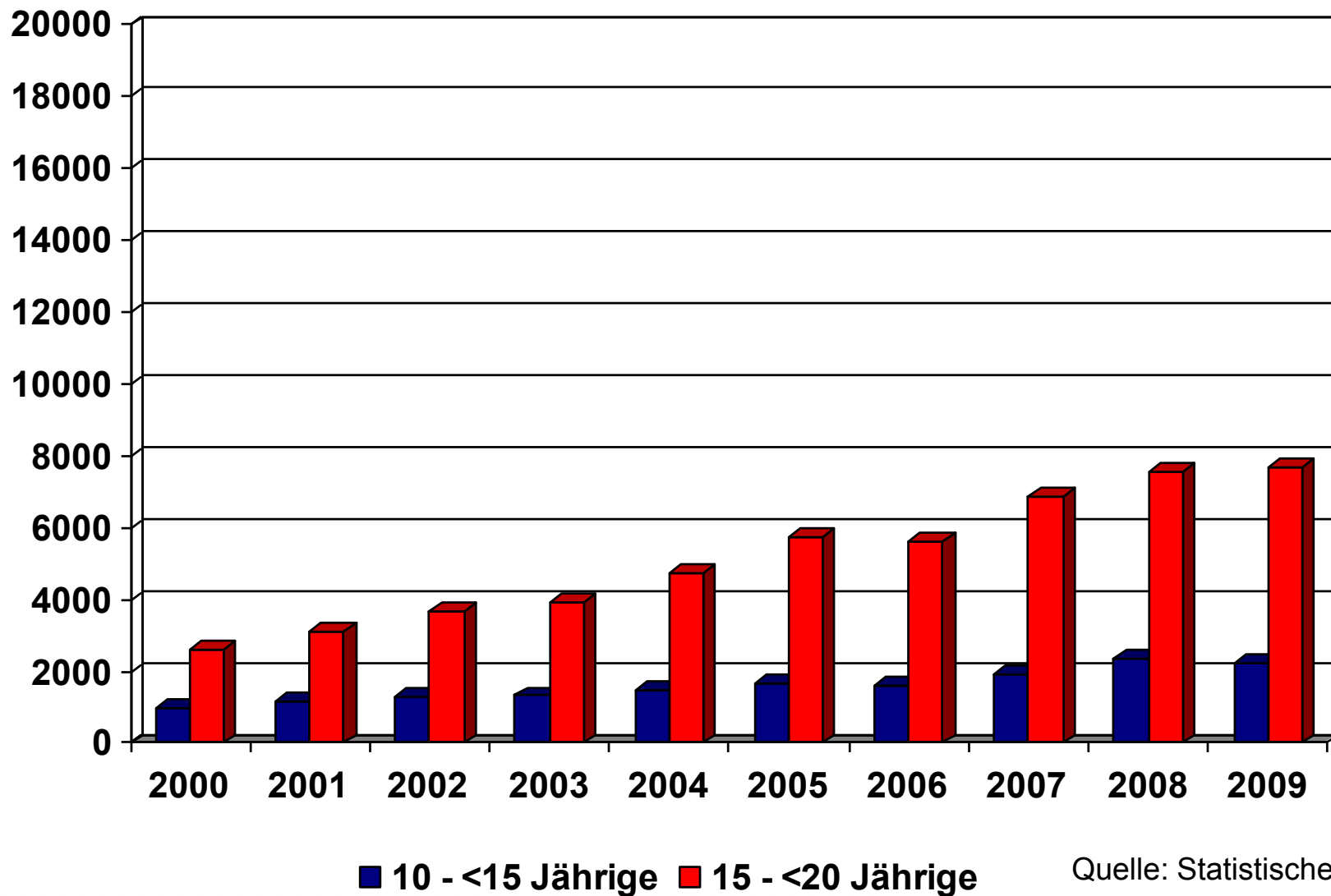
Stationäre Krankenhausaufnahmen aufgrund von Alkoholintoxikation: **Jungen/junge Männer**



■ 10 - <15 Jährige ■ 15 - <20 Jährige

Quelle: Statistisches Bundesamt

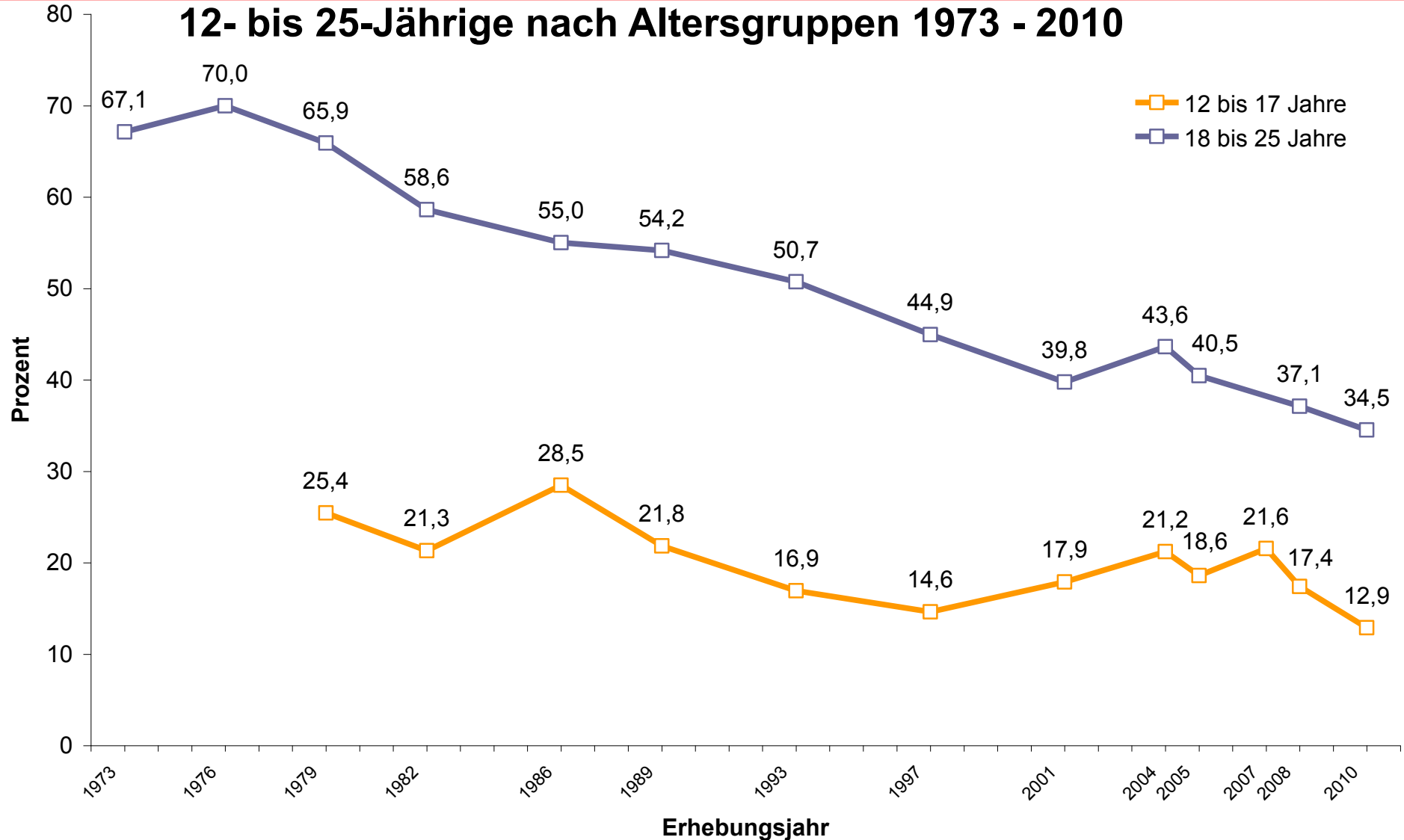
Stationäre Krankenhausaufnahmen aufgrund von Alkoholintoxikation: Mädchen/junge Frauen



Quelle: Statistisches Bundesamt

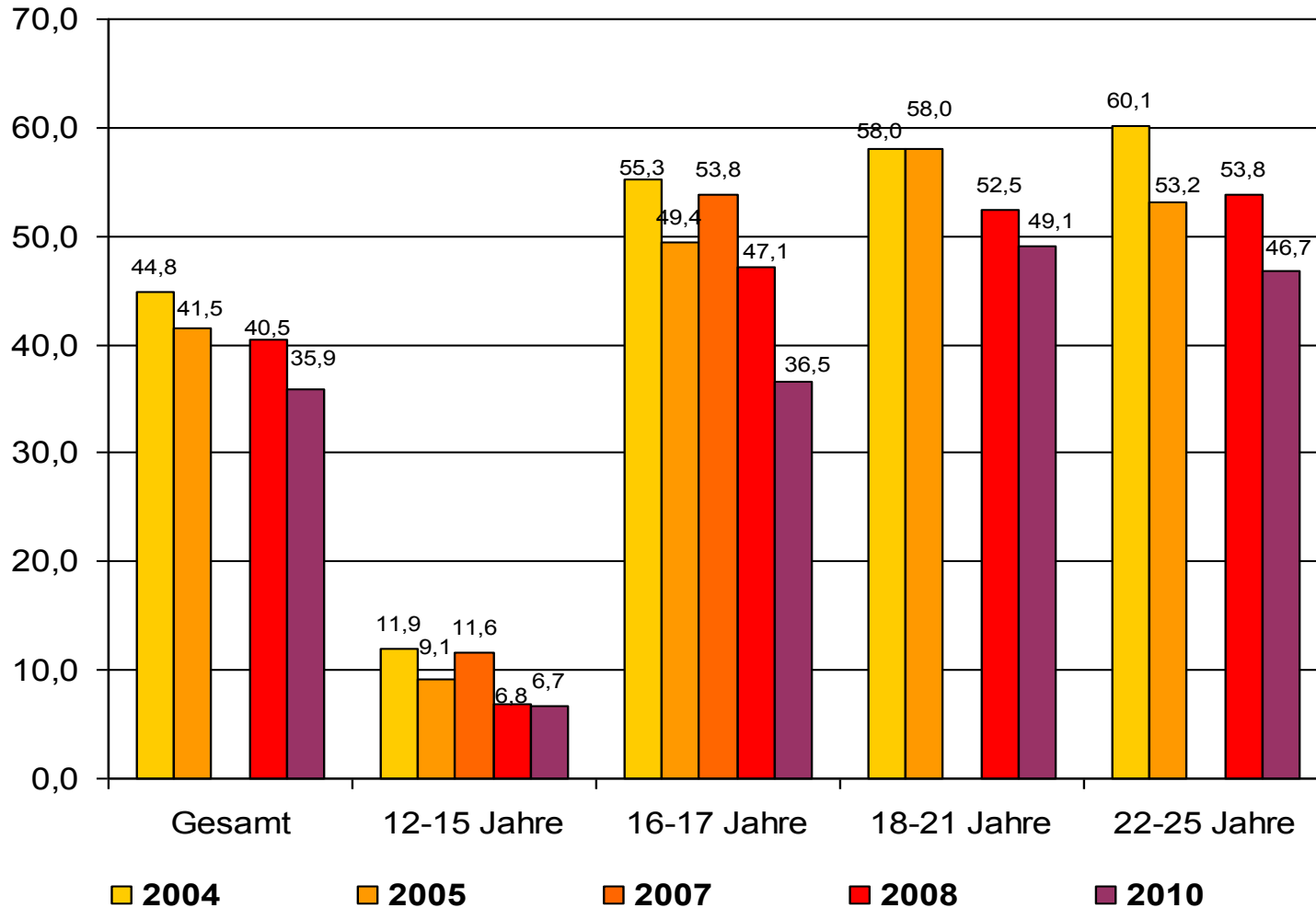
Entwicklung: Regelmäßiger Alkoholkonsum

12- bis 25-Jährige nach Altersgruppen 1973 - 2010



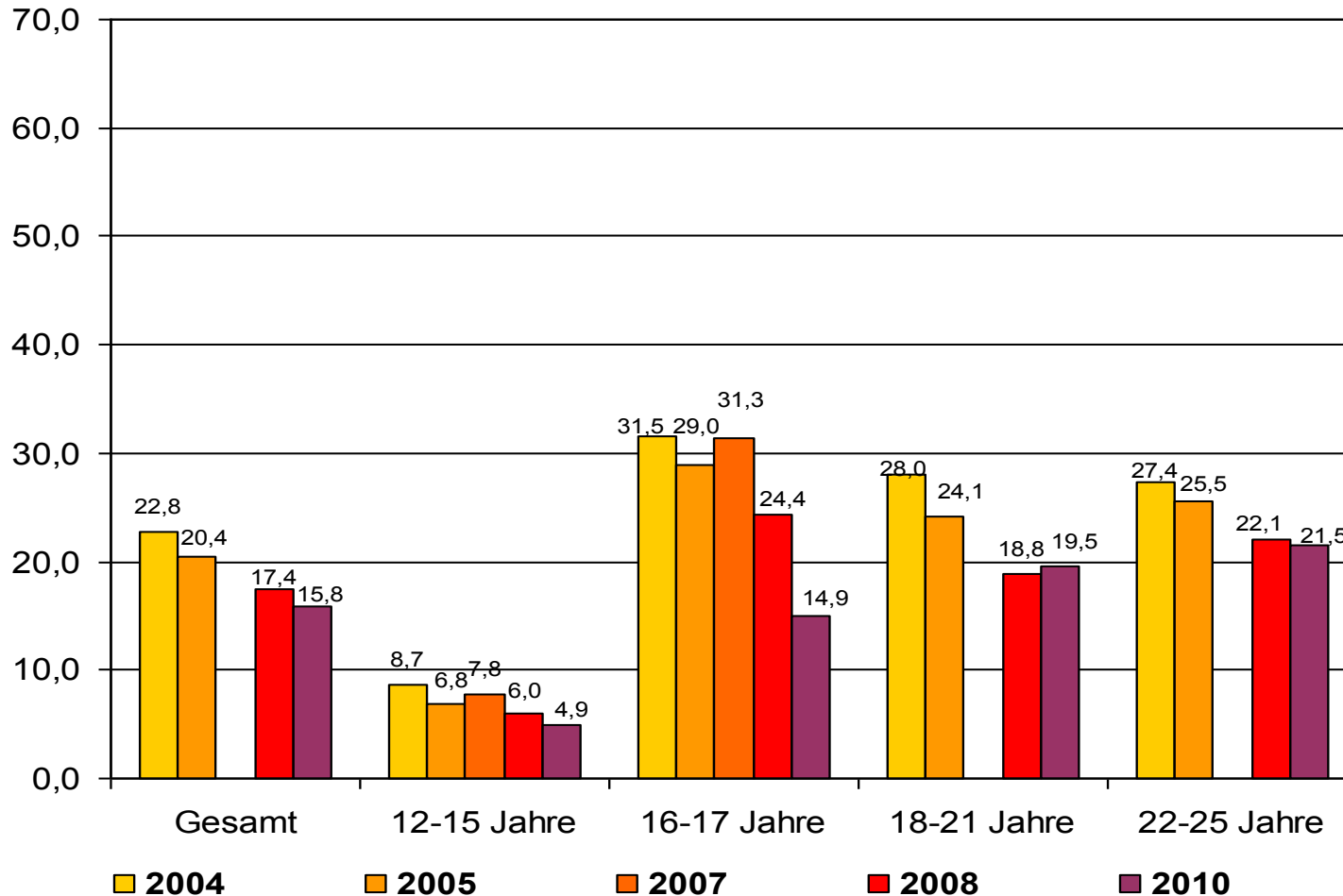
Regelmäßiger Alkoholkonsum

Jungen/junge Männer

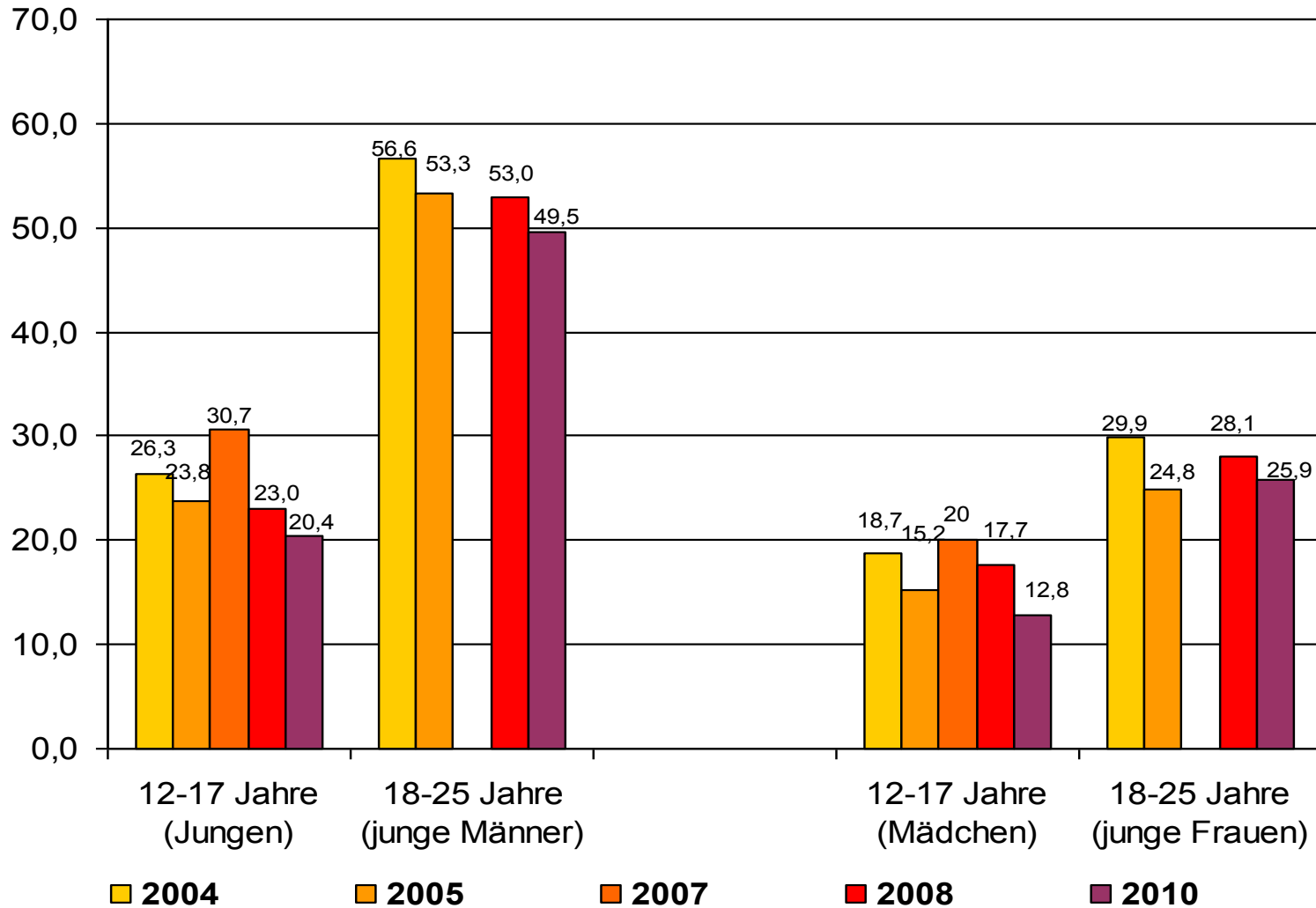


Regelmäßiger Alkoholkonsum

Mädchen/junge Frauen



30-Tage-Prävalenz Binge Trinken (Rauschtrinken)



Gliederung:

- (1) Ausgangslage: Alkoholkonsum Jugendlicher in Deutschland
- (2) Die Jugendkampagne: „Alkohol? Kenn dein Limit.“
- (3) Das Internetportal
- (4) Soziale Netzwerke
- (5) Schlussfolgerungen und Ausblick

Integriertes Kampagnenkonzzept zur Alkoholprävention

Zielgruppenspezifische Kampagnen



Zielgruppe:
Jugendliche (12 bis 16
Jahre)



Kenn dein Limit.



Kenn dein Limit.

Zielgruppe:
Erwachsene

**Zielgruppe: Junge Menschen (16 bis 20 Jahre)
rund 4,5 Mio. (Destatis, 2010)**

Ziele der Kampagne



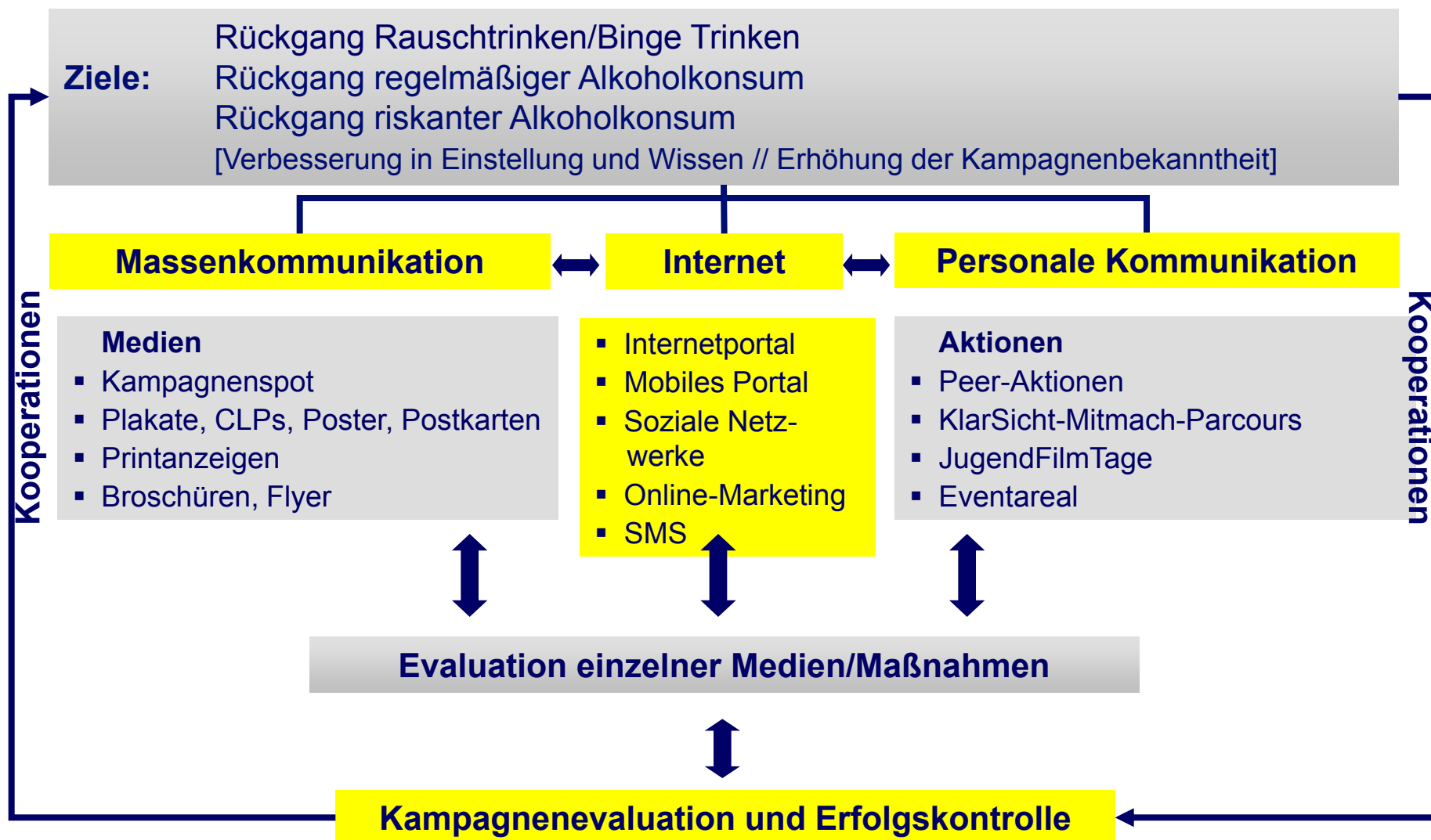
Kenn dein Limit.

Förderung des verantwortungsvollen Umgangs mit Alkohol

Messbare Ziele:

- Rückgang des Rauschtrinkens (Binge Trinken)
- Rückgang des regelmäßigen Alkoholkonsums
- Rückgang des riskanten Alkoholkonsums
- (Rückgang der Alkoholintoxikationen)

Kampagnenkonzepktion



Ansprache der Zielgruppe: Bildmotive

Sie lässt noch alle Hemmungen fallen ...

... er stellt sie nackt ins Netz.

Er feiert bis der Arzt kommt und landet auf der Intensivstation.

ALKOHOL?
Kenn dein Limit.

Alkohol macht mehr kaputt als du denkst.
www.kenn-dein-limit.info

PKV BZgA

Das Motiv der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist eine Darstellung der Merkmale der primären Krankheitsentstehung A.L. und gebildet durch die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

Er gibt später richtig Gas und rauscht morgen durch die Prüfung.

... er verliert nicht nur den Führerschein.

Sie kriegt noch die Kurve ...

ALKOHOL?
Kenn dein Limit.

Alkohol macht mehr kaputt als du denkst.
www.kenn-dein-limit.info

PKV BZgA

Das Motiv der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist eine Darstellung der Merkmale der primären Krankheitsentstehung A.L. und gebildet durch die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

Er verliert noch völlig die Kontrolle ...

... sie wird ihm das nie verzeihen.

Er feiert ohne Ende und wacht in seiner Kotze auf.

ALKOHOL?
Kenn dein Limit.

Alkohol macht mehr kaputt als du denkst.
www.kenn-dein-limit.info

PKV BZgA

Das Motiv der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist eine Darstellung der Merkmale der primären Krankheitsentstehung A.L. und gebildet durch die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

Massenkommunikation



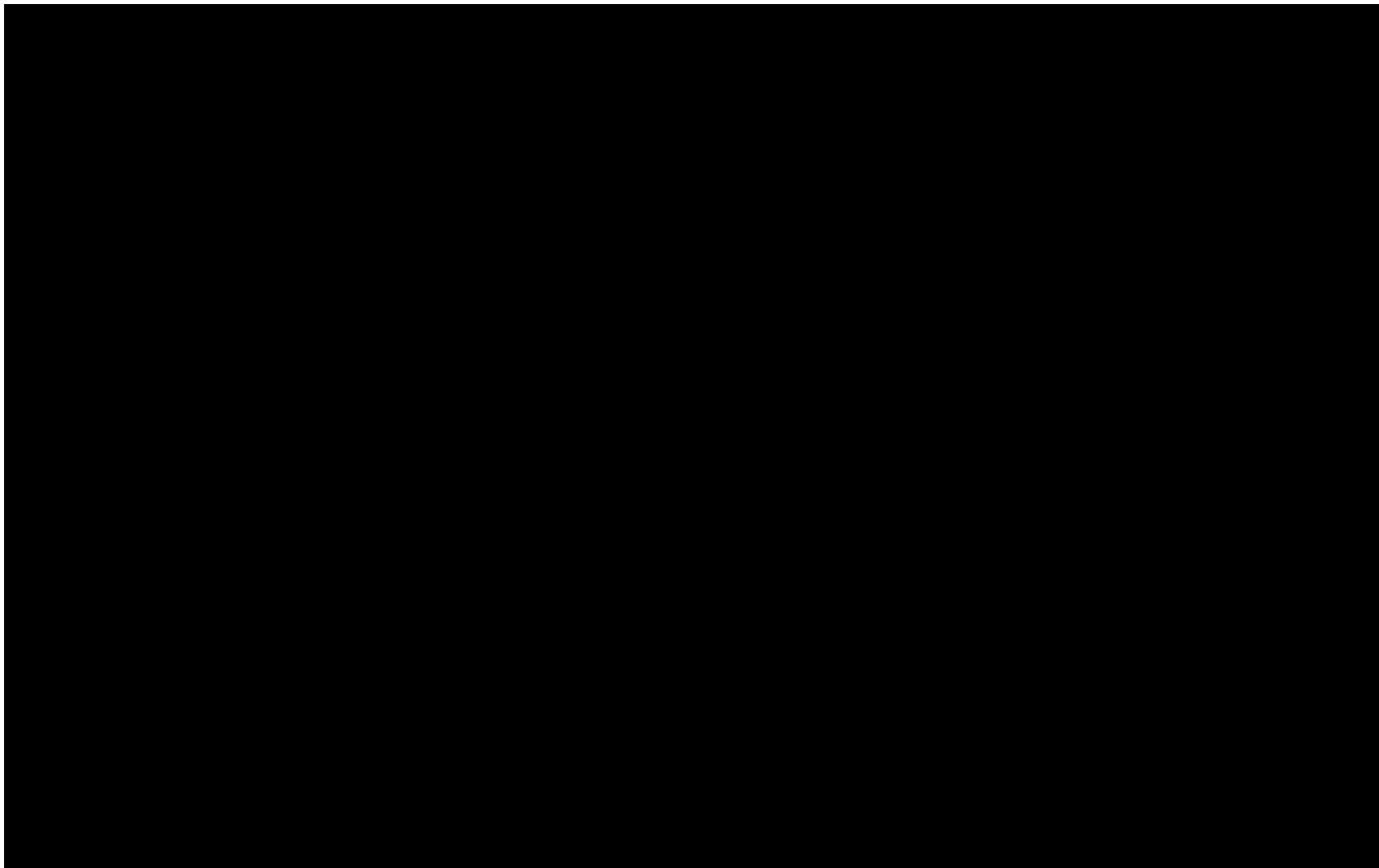
Mit Anzeigenschaltungen in Publikumszeitschriften wurden in 2010 204 Millionen Kontakte erzeugt.

Mit Plakaten wurden 72 % der Zielgruppe erreicht.



Mit Spotschaltungen im Kino und TV wurden mehr als 34 Millionen Kontakte erzeugt.

Ansprache der Zielgruppe: Kampagnenspot




Gliederung:

- (1) Ausgangslage: Alkoholkonsum Jugendlicher in Deutschland
- (2) Die Jugendkampagne „Alkohol? Kenn dein Limit.“
- (3) Das Internetportal**
- (4) Soziale Netzwerke
- (5) Schlussfolgerungen und Ausblick

Internetportal: www.kenn-dein-limit.info

Sitemap Materialien Peers Forum Kontakt Impressum



Alkohol macht mehr kaputt, als du denkst!

ALCOHOL WIE VIEL IST DRIN? KENNST DU DEIN LIMIT? ÜBER DEM LIMIT IM LIMIT BLEIBEN FREUNDEN HELFEN

Die Peer-Aktion

DU BIST HIER: STARTSEITE



NEWS

Achtung Alkohol: krebserregend!

Zu viel Alkohol ist auf Dauer schädlich für den Körper. Soweit, so klar. Aber wusstet ihr, dass Alkohol auch ...

[Mehr Infos](#)

Probleme mit Alkohol? Ich doch nicht!

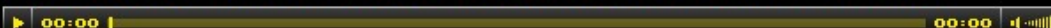
Alkohol kann abhängig machen - daran zweifelt wohl kaum jemand. Viele Menschen, die es aber tatsächlich betrifft, erkennen zu spät, dass sie zu viel trinken ...

[Mehr Infos](#)

[Alle Meldungen anzeigen](#)

THOMAS W. - UNSER KENN-DEIN-LIMIT-PEER - IM INTERVIEW AUF BIG FM!

Hört hier das Radio-Interview von Thomas W. zum Cityeinsatz vom 04.-05.02.2011 in Frankfurt.



ALKOHOL DIARY LOGIN

E-Mail

Prävention auf Augenhöhe: Die Peer-Aktion



In bundesweiten Einsätzen werden pro Jahr mehr als 34.000 Jugendliche in persönlichen Gesprächen erreicht.



Fotos der Peer-Aktion



CHECK YOUR DRINKING



Interaktion auf dem Internetportal

5%

Wie oft nimmst du alkoholische Getränke zur dir (Konsumtage)?

- Nie
- 1x im Monat oder weniger
- 2-4x im Monat
- 2-3x in der Woche
- 4x oder mehr in der Woche

WEITER

ALKOHOL-KALORIENZÄHLER



WÄHL' AUS

- BIER
- BIER-MIXGETRÄNK
- ALCOPOP
- WEIN
- SEKT/PROSECCO
- SCHNAPS/LIKÖR
- LONGDRINK
- COCKTAIL
- ALKOHOLFREI

EINHEITENRECHNER



WAS IST ZU TUN?
Wählst du noch ein weiteres Getränk auswählen und zu deiner Liste hinzufügen?

DEIN GESCHLECHT: ♀ ♂

DEIN ALTER: 19 Jahre

WÄHLE EIN GETRÄNK:

DEINE GETRÄNKELISTE:

Bier, 1 Glas à 1 l	Gesamt: 1 Liter
Bier, 1 Glas à 0,5 l	Gesamt: 0,5 Liter

INSGESAMT GETRUNKEN:
1,50 Liter

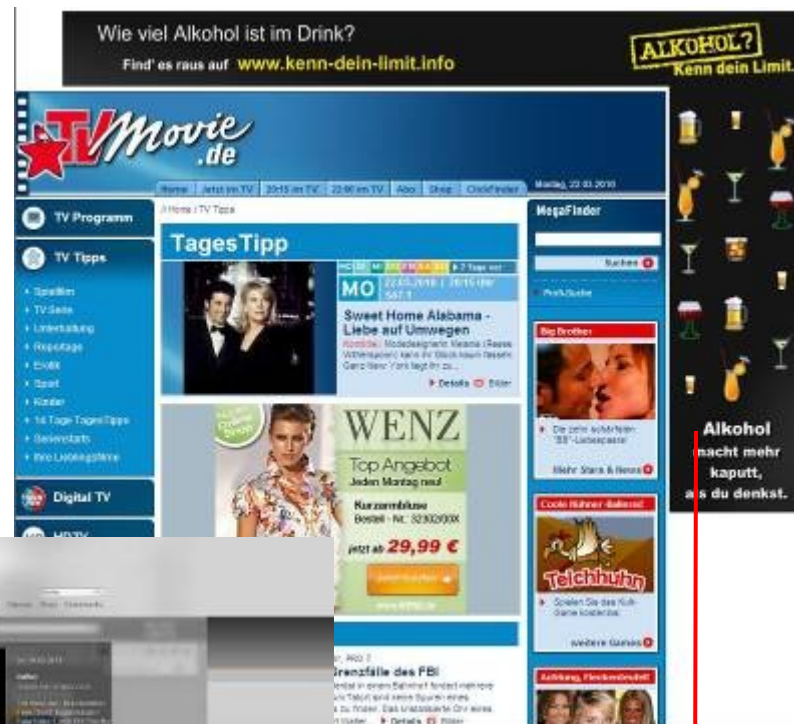
Möchtest du berechnen lassen, wie viel reinen Alkohol du insgesamt aufgenommen hast? Dann klicke auf den unteren Button. Hier erfährst du auch, was der Wert für dich bedeutet.

BERECHNEN

Online-Marketing



Medium Rectangle z.B. auf www.bravo.de

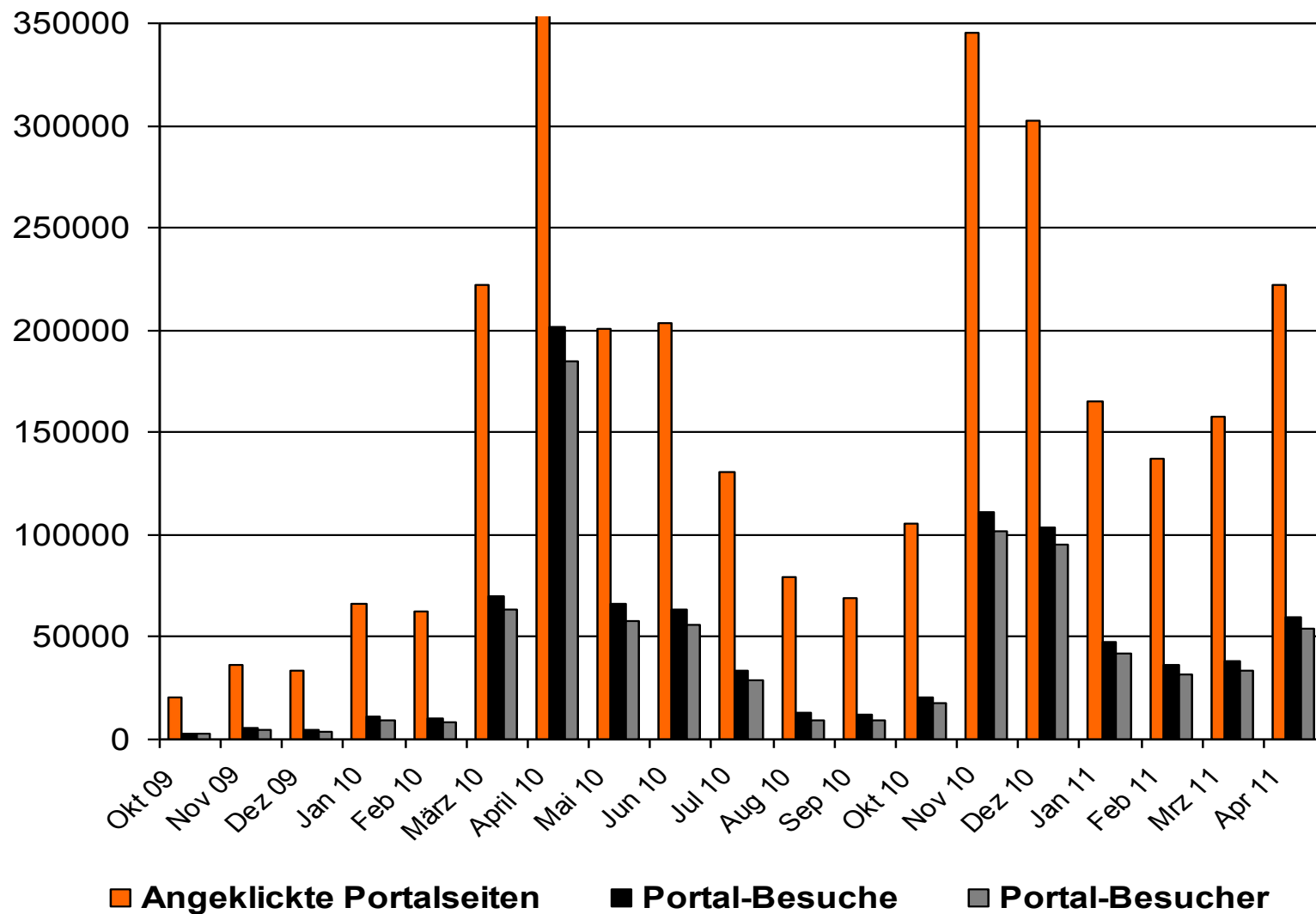


Wallpaper auf z.B. www.tvmovie.de

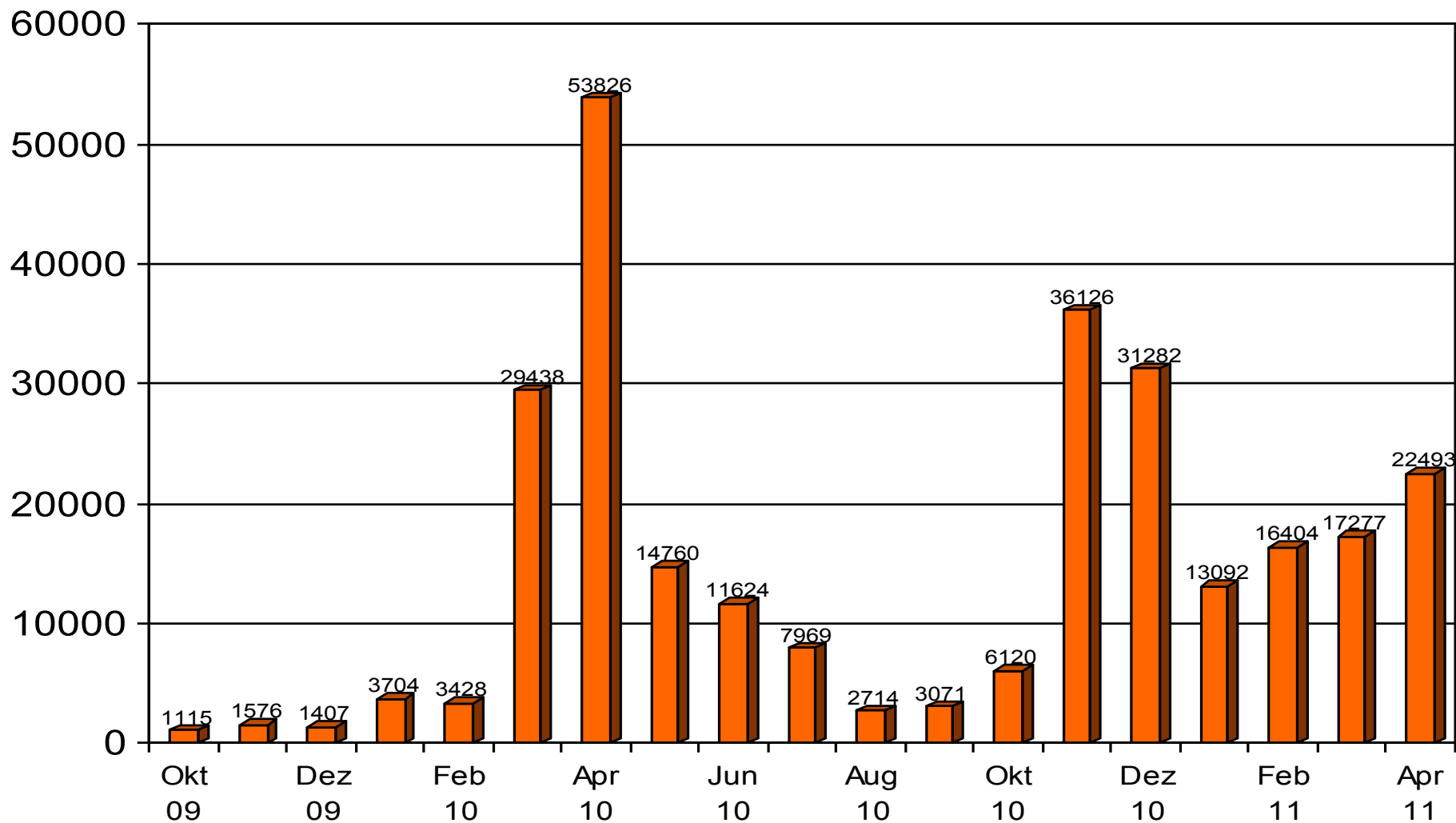


Spotschaltung auf z.B. Auf www.prosieben.de

Wirkung des Online-Marketings



Zugriffe auf den Selbsttest „Check-your-drinking“



Mobiles Surfen

Mobiles Kampagnenportal

Weitere Integration der Kampagne in Kommunikationsprozesse der Zielgruppe

- Verknüpfung mit einem SMS-Infotool
- Nutzung von QR-Codes (Anzeigen, Plakate)
- Verknüpfung mit Sozialen Netzwerken



Gliederung:

- (1) Ausgangslage: Alkoholkonsum Jugendlicher in Deutschland
- (2) Die Jugendkampagne „Alkohol? Kenn dein Limit.“
- (3) Das Internetportal
- (4) **Soziale Netzwerke**
- (5) Schlussfolgerungen und Ausblick

Warum in Soziale Netzwerke gehen?

- Moderne, niedrighschwellige Ansprache der Zielgruppe (junge Menschen von 16 bis 20 Jahren)
- Wichtiges Kampagnenziel: Selbstreflexionsprozesse und Peerdiskussionen initiieren (Veränderung der Sozialen Norm)
- Kampagnen-Internetportal „bwerben“!
- Virale Effekte nutzen!
- (Statistische Auswertungen über Netzwerkbetreiber verfügbar: Useranzahl, Alter der User, Reichweite, Kommentierungen, Response-Rate etc.)

Facebook-Fanseite



Alkohol? Kenn dein Limit.

Gefällt mir

Gemeinnützige Organisation [Info bearbeiten](#)



Pinnwand

Alkohol? Kenn dein Limit. · [Neueste Beiträge](#)

Teilen: [Status](#) [Foto](#) [Link](#) [Video](#)

Schreib etwas ...



Alkohol? Kenn dein Limit.

In Sachsen kann es in Zukunft verboten werden, auf öffentlichen Straßen und Plätzen Alkohol zu trinken oder mitzuführen, wenn von den betreffenden Personen Straftaten ausgehen könnten. Das Verbot unterliegt zwar erheblichen Einschränkungen, aber es soll im Grunde Gefahren abwehren. Was haltet ihr davon?



Nachrichten aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen

nachrichten.lvz-online.de

Dresden. Die sächsische CDU-FDP-Koalition informiert die 'Leipziger Volkszeitung' über das neue Polizeigesetz.

vor 3 Stunden · [Gefällt mir](#) · [Kommentieren](#) · [Teilen](#)

[17 Personen gefällt das.](#)

[Alle 21 Kommentare anzeigen](#)

Start im Juli 2010

Mai 2011: mehr als 17.000 Fans

Pinnwand

Verborgene Beiträge

Info

Wissenstest

Downloads

Forum

Tools

Video

Fotos (2)

Mehr

Info [Bearbeiten](#)

"Alkohol? Kenn dein Limit." auf facebook. <http://www.kenn-dein-limit.info>

10.261

Personen gefällt das

Informationen zum aktuellen Tagesgeschehen, Meinungsumfragen, Wissensfragen

Facebook-Fanseite



Alkohol? Kenn dein Limit.

Wieder ein Kenn-dein-Limit-Peer im Radio: BIG FM brachte eine Live-Schaltung zum Einsatz der Peers in der Frankfurter City.

Diesmal im Interview Thomas W. Hört 'rein und erfährt mehr über die bundesweiten Peer-Einsätze von "Alkohol? Kenn dein Limit." Viel Spaß!



Startseite: **Alkohol? Kenn dein Limit.**

www.kenn-dein-limit.info

12.562 Impressionen · 0,11 % Feedback

📅 24. März um 16:49 · Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

👍 13 Personen gefällt das.



Tim Dorn Souveräne Ansage!!

24. März um 19:59 · Gefällt mir

Schreibe einen Kommentar ...

Infos zu Kampagnenaktivitäten



Alkohol? Kenn dein Limit.

Übrigens sind auch alkoholfreie Drinks sehr lecker. Wir haben einen Rezeptvorschlag für euch: "Limit"-Spezial Drink - natürlich ohne Alkohol, aber - serviert in einem schwarzen Glas - mit sehr viel Stil. Damit gelingt es ganz leicht, im Limit zu bleiben.



„Limit“-Spezial-Drink: Alkohol? Kenn dein Limit.

www.kenn-dein-limit.info

Alternativen zum Alkoholkonsum



Alkohol? Kenn dein Limit.

Dortmund, 18. und 19.03.2011



Dortmund, 18. und 19.03.2011

20 neue Fotos

20.676 Impressionen · 0,23 % Feedback

📅 24. März um 15:38 · Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

👍 38 Personen gefällt das.

💬 Alle 9 Kommentare anzeigen



Alkohol? Kenn dein Limit. Wir freuen uns über euer Interesse an den Peer-Einsätzen.

Ob es in nächster Zeit auch welche in eurer Nähe gibt, könnt ihr hier

Fotos, Videos und Infos zur Peer-Aktion

Facebook-Fanseite

Aktionen

- Wissenstest
- Digitaler Adventskalender
- Neujahrs-Motiv-Voting

The screenshot shows the Facebook profile of 'Alkohol? Kenn dein Limit.'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links for 'Startseite' and 'Profil'. The main content area features a large banner with the 'ALKOHOL? Kenn dein Limit.' logo. Below the banner is a section titled '„Kenn dein Limit.“ - Adventskalender' with a call to action: 'Klick' auf den heutigen Tag und sieh nach, was sich hinter dem Törchen verbirgt...'. The advent calendar is a 5x5 grid of 25 numbered boxes (1-25) overlaid on a photo of four young people at a bar. At the bottom of the page, there are buttons for 'MEINEN FREUNDEN ZEIGEN' and 'WWW.KENN-DEIN-LIMIT.INFO'. The left sidebar contains information about the page, including its founding year (2009), a list of friends who liked it (Stefan Ludwigs, Nadjeschda Ask, Maik Centgraf, Thomas Bergmann, Tobias Nuß), and a photo album with 76 photos.



Kenn dein Limit.

VZ-Netzwerke

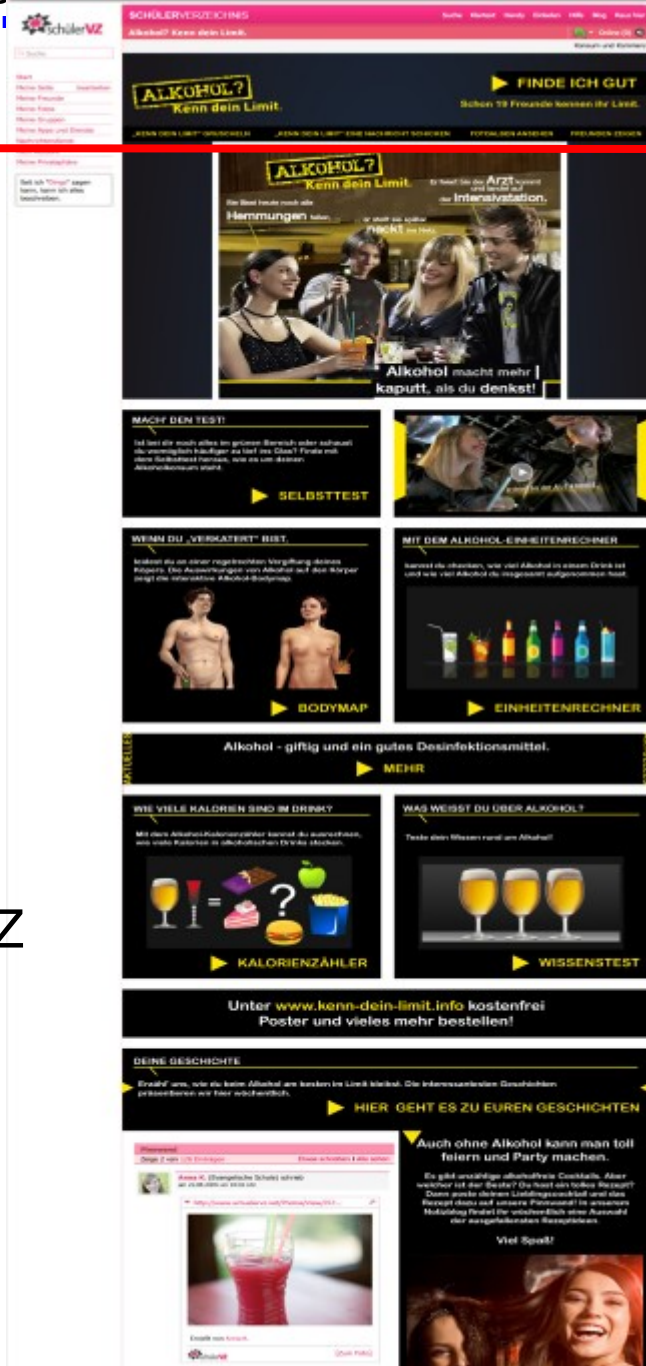
Kampagnenprofile auf
schuelerVZ, meinVZ, studiVZ

Start im November 2010

Mai 2011:

→ mehr als 18.000 Fans auf schuelerVZ

→ mehr als 14.000 Fans auf studi- und meinVZ



YouTube



Suchen Kategorien Video hochladen Konto erstellen Anmelden

ALKOHOL? Kenn dein Limit (BZgA)



0:16 / 0:57 360p

Mag ich Hinzufügen zu Weiterleiten Einbetten 12.670

Von: bamfaces | Erstellt: 26.03.2010
Im Kampagnen-Spot wird gezeigt, dass ein schöner Disco-Abend ziemlich
Vollständige Beschreibung anzeigen

Kommentare mit den höchsten Bewertungen

GEILES VIDEO...wirdlich gtu gemacht
HyateObsidan vor 6 Monaten 14

Endlich mal ne Werbung mit Sinn :)
3ng3el vor 5 Monaten 10

Viele Kommentare und Diskussionen zu Spot und Track

Eine, wie ich finde, sehr gelungene Kampagne!
MariaxGr1 vor 2 Tagen

Ich verweise, was die Musik angeht, mal nicht auf Slam sondern auf ILS - Angels.
;) VshAaron vor 3 Monaten 4

die absolut beste werbung zur zeit!!!! im kino kommt die werbung durch die musik
noch besser rüber.. super!! Musikfan02 vor 3 Monaten

german
TheShyJulia vor 4 Monaten

sorry, is this german or austrian commercial?
atentat99 vor 4 Monaten

Endlich mal ne Werbung mit Sinn :)
3ng3el vor 5 Monaten 10

mhhhh 0:29 das könnte ich sein, rein optisch natürlich xD
Havanaroyal87 vor 6 Monaten

echt gute werbung
TwilightFanSarah91 vor 6 Monaten

Erfahrungen: Herausforderungen der Sozialen Netzwerke

- User-Reaktionen können nicht antizipiert werden.
- Meinungen und Kommentare der User dürfen nicht zu stark zensiert werden („Netikette“, Selbstregulierung, Peerdiskussionen, Selbstreflexion).
- Ansprache und Atmosphäre müssen für die Kommunikation der Kampagnenbotschaften stimmig sein (selektiv).
- Aufwändige Betreuung und Monitoring sind nötig: kreativ, offen, flexibel, innovativ (kein Stillstand).
- **Mut zum „Learning by doing“!**

Gliederung:

- (1) Ausgangslage: Alkoholkonsum Jugendlicher in Deutschland
- (2) Kampagnenkonzzept „Alkohol? Kenn dein Limit.“
- (3) Das „Alkohol? Kenn dein Limit.“-Internetportal: interaktiv und modern
- (4) Web 2.0: Soziale Netzwerke
- (5) Schlussfolgerungen und Ausblick

Schussfolgerungen und Ausblick

- Präventive Botschaften können in Sozialen Netzwerken große Reichweiten erzielen: Nutzung ist also sinnvoll.
- „Alkohol? Kenn dein Limit.“ hat erfolgreich Kampagnenprofile in ausgewählten Sozialen Netzwerken etabliert (lebendig / interaktiv / steigende Fanzahlen / Imagewerbung).
- Die Entwicklung einzelner Sozialer Netzwerke ist schwer vorhersehbar (Beispiel: MySpace), Kampagne bleibt flexibel (wer-kenn-wen.de).

Schlussfolgerungen und Ausblick

→ Mittel- und langfristig:

- mehr Möglichkeiten zur Partizipation an Kampagnenaktivitäten („user-generated content“)
 - mehr „spielerische“ Auseinandersetzung mit dem Thema
 - genauere Zielgruppenansprache
 - mehr Verknüpfung mit anderen Kampagnenaktivitäten („Peer-Aktion“, „Festivals des Sports“)
- Kontinuierliche Bewertung und Verbesserung des Prozesses (formative Evaluation) läuft.
- **Evaluation der Wirkung im Rahmen einer Studie ist geplant.**

Trotz der Bedeutung von Sozialen Netzwerken wird die Kampagne weiterhin auf einen **crossmedialen Strategien-Mix** setzen.





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt:

Michaela Goecke

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

E-Mail: michaela.goecke@bzga.de

Tel.: 0221-8992-474