

# Arbeitskreis Healthy Nightlife



Drogenhilfe Köln e.V.



münster e.V.



## Leitfaden NACHTS LEBEN – Gesundheitsförderliche Maßnahmen im Nachtleben



### NACHTS LEBEN!

# Arbeitskreis Healthy Nightlife

## Leitfaden NACHTS LEBEN –

### Gesundheitsförderliche Maßnahmen im Nachtleben



Drogenhilfe Köln e.V.



everave



raveline



Alice – The Drug- and Culture-Project  
Amt für Kinder, Jugend und Familie der Stadt Köln  
Amt für öffentliche Ordnung der Stadt Köln  
Bundesministerium für Gesundheit und Soziale Sicherung (BMGS)  
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)  
cosmopop  
Drobs Hannover  
Drogenhilfe Köln e.V., Fachstelle für Suchtvorbeugung  
partypack.de  
eve&rave Münster e.V.  
raveline  
Triplounge-Ginko e.V.  
(Das Alice-Project trägt den Leitfaden nur in Teilbereichen.)

[www.alice-project.de](http://www.alice-project.de)  
[www.stadt-koeln.de](http://www.stadt-koeln.de)  
[www.stadt-koeln.de](http://www.stadt-koeln.de)  
[www.bmgs.de](http://www.bmgs.de)  
[www.bzga.de](http://www.bzga.de)  
[www.cosmopop.biz](http://www.cosmopop.biz)  
[www.dr-obs.de](http://www.dr-obs.de)  
[www.drogenhilfe-koeln.de](http://www.drogenhilfe-koeln.de)  
[www.partypack.de](http://www.partypack.de)  
[www.eve-rave.de](http://www.eve-rave.de)  
[www.raveline.de](http://www.raveline.de)  
[www.ginko-ev.de](http://www.ginko-ev.de)

**[www.drugcom.de/nachtsleben](http://www.drugcom.de/nachtsleben)**

Dieser Leitfaden ist kostenlos erhältlich bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) als Download unter [www.drugcom.de/nachtsleben](http://www.drugcom.de/nachtsleben)



# Vorwort

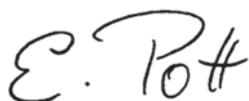
Besonders auf Partys besteht für viele Jugendliche und junge Erwachsene ein starkes Verlangen nach Ekstase und Rauscherleben, oft unterstützt durch legale und illegale Drogen. Ein aktives Party- bzw. Nachtleben erzeugt jedoch erhebliche Herausforderungen und Gefahren für die Gesundheit. Klassische Angebote der Sucht- und Drogenhilfe, ohne lebensweltbezogene Ausrichtung, erreichen diese Zielgruppen kaum oder gar nicht. Alternative Formen des Zugangs und der Ansprache sowie ein erweitertes Verständnis von Suchtprävention sind notwendig.

Der Leitfaden NACHTS LEBEN setzt an dieser Stelle an, gesundheitsförderliche Bedingungen sollen durch gezielte Maßnahmen im Nachtleben geschaffen werden. Er richtet sich mit ressourcenorientierten, suchtpreventiven und gesundheitsförderlichen Anregungen an zentrale Institutionen und Akteure, um risikominimierende Strategien im Nachtleben zu fördern. Eine Bandbreite dieser risikominimierenden Strategien wurde beispielhaft mit der Eventreihe „NACHTS LEBEN – statt krank feiern“ zum Weltdrogentag 2004 vom Arbeitskreis *Healthy Nightlife* auf fünf Partys umgesetzt.

NACHTS LEBEN ist das Resultat der engagierten Zusammenarbeit im Arbeitskreis *Healthy Nightlife*, dem Vertreter und Vertreterinnen aus Szene-Initiativen, Beratungsstellen, Behörden sowie Partyveranstalter angehören. Trotz, aber auch wegen der heterogenen Zusammensetzung gelang es konkrete Handlungsempfehlungen für relevante lokale Akteure im Partybereich zu erstellen. Nicht jede Formulierung im Leitfaden deckt sich exakt mit den Positionen und Interessen aller Beteiligten. NACHTS LEBEN verfolgt das gemeinsame Ziel, eine Unterstützung für die Praxis der Gesundheitsförderung und Suchtvorbeugung im Nachtleben zur Verfügung zu stellen. Perspektivisch kann der Leitfaden um weitere Module zu relevanten Themen ausgebaut werden.

Es bleibt zu wünschen, dass der Leitfaden mit seinen Modulen auf Partys zum Einsatz kommt, dazu beiträgt den riskanten Konsum im Nachtleben zu reduzieren, also eine wirksame Unterstützung bei der Implementierung bester suchtpreventiver Praxis leistet.

Köln, im September 2005



**Dr. Elisabeth Pott**

Direktorin der Bundeszentrale  
für gesundheitliche Aufklärung



Drogenhilfe Köln e.V.



# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Suchtprävention im Nachtleben</b>	<b>5</b>
2.1	Gründe für suchtpreventive Aktivitäten im Nachtleben	6
2.2	Ziele und Maßnahmen von Suchtprävention im Nachtleben	7
<b>3</b>	<b>Tipps für Szene-Initiativen und Drogenberatungsstellen</b>	<b>9</b>
3.1	Gesundheitsförderliche Maßnahmen und Kooperationen	10
3.2	Vorbereitungen	11
3.3	Suchtprävention auf der Party	14
3.4	Ergänzende Maßnahmen	16
3.5	Checkliste für Drogenberatungsstellen und Szene-Initiativen	19
<b>4</b>	<b>Anregungen für Jugend- und Gesundheitsämter</b>	<b>21</b>
4.1	Kommunale Suchtprävention	22
4.2	Suchtprävention im Nachtleben – NACHTS LEBEN – als Baustein im Gesamtkonzept	23
4.3	Freie Träger als Kooperationspartner – Subsidiaritätsprinzip	24
4.4	Arbeitskreise und Netzwerke	25
4.5	Jugendschutzgesetz und andere gesetzliche Grundlagen	25
4.6	Beispiel: Amt für Kinder, Jugend und Familie der Stadt Köln	26
4.7	Checkliste für Jugend- und Gesundheitsämter	28
<b>5</b>	<b>Anregungen für Clubs zur Verhinderung von Drogenproblemen</b>	<b>29</b>
5.1	Bedarf und Inhalte suchtpreventiver Angebote im Nachtleben	30
5.2	Bedeutung von suchtpreventiven Aktionen für Veranstalter	31
5.3	Voraussetzungen für eine Veranstaltung mit suchtpreventiven Elementen	32
5.4	Lohnende Eigeninitiativen	34
5.5	Checkliste für Partyveranstalter und Clubs	35

**Sponsoring für Veranstaltungen mit suchtpreventivem Angebot 37**

- 6.1 Arten und Methoden des Sponsorings 38
- 6.2 Ziele, Zielgruppen und Erfolgskontrolle des Sponsorings 39
- 6.3 Chancen und Risiken des Sponsorings 40
- 6.4 Methoden für Party- und Clubveranstaltungen mit suchtpreventiven Aktivitäten 41
- 6.5 Bedingungen für erfolgreiches Sponsoring 41
- 6.6 Schritte zur Kontaktaufnahme 44
- 6.7 Checkliste für Sponsoring 45

**Beispiele für Partys mit suchtpreventivem Angebot 47**

- 7.1 „Alice – The Drug- and Culture Project“, Frankfurt 49
- 7.2 DROBS – Jugend- und Drogenberatungszentrum Hannover 50
- 7.3 Drogenhilfe Köln e.V. – Fachstelle für Suchtprevention, „partypack.de“ 51
- 7.4 Eve&rave Münster e.V. 52
- 7.5 Das Kooperationsprojekt Triplounge aus Nordrhein-Westfalen in Oberhausen 53
- 7.6 Stadt Köln „Jeck dance“ und „Keine Kurzen für Kurze“ 53

**Checklisten 55**

- 8.1 Checkliste für Drogenberatungsstellen und Szene-Initiativen 56
- 8.2 Checkliste für Jugend- und Gesundheitsämter 58
- 8.3 Checkliste für Partyveranstalter und Clubs 59
- 8.4 Checkliste für Sponsoring 61



# 1 Einleitung

Das Nachtleben in Clubs und auf Partys der unterschiedlichen Musikrichtungen bildet vielfach einen zentralen Bezugspunkt im Leben junger Menschen. Das Spektrum der Motivation und der Teilnahme ist äußerst vielfältig. Es reicht von der Begegnung mit Freunden über das Ziel des konsumorientierten „Spaß Habens“ bis hin zum Bedürfnis nach kreativer Entfaltung, von einer Flucht aus dem Alltag, über die Entwicklung von kulturellen Freiräumen, bis hin zur Suche nach veränderten Bewusstseinszuständen. Zugleich erzeugt ein aktives Nachtleben erhebliche Herausforderungen für die Gesundheit, besonders durch Rauchen, Konsum von Alkohol und illegalen Drogen, aber auch durch risikoreiches sexuelles Verhalten, Gewalt und umgebungsbedingte Gefährdungen, wie zum Beispiel zu laute Musik. Demgegenüber zeigt die Praxis, dass durch gezielte Maßnahmen gesundheitsförderlichere Bedingungen im Nachtleben geschaffen werden können. Dazu soll der vorliegende Leitfaden einen Beitrag leisten.

NACHTS LEBEN möchte all diejenigen mit Anregungen unterstützen, die auf Party-Veranstaltungen und in Clubs ein gesundheitsförderliches Nachtleben gestalten wollen. Der Schwerpunkt des Leitfadens liegt in der Förderung von suchtpreventiven Strategien vor Ort, die darauf abzielen, den riskanten Konsum legaler und illegaler Drogen zu mindern. Das Ziel des Leitfadens NACHTS LEBEN – gesundheitsförderliche Maßnahmen im Nachtleben – ist es, Akteuren aus unterschiedlichen Organisationen speziell für sie geeignete Tipps und Anregungen vorzustellen. Denn ein Party-Veranstalter hat beispielsweise andere Interessen und Möglichkeiten als eine Mitarbeiterin einer Drogenberatungsstelle. Gleichzeitig bietet der Leitfaden die Möglichkeit, bei Bedarf Tipps und Anregungen der anderen Akteure zu lesen, die es erleichtern, lokale Kooperationen suchtpreventiver Aktivitäten vor Ort zu etablieren.

Dieser Leitfaden ist ein Arbeitsergebnis des Arbeitskreises *Healthy Nightlife*, der von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) initiiert wurde. Der Arbeitskreis *Healthy Nightlife* besteht aus Vertretern und Vertreterinnen von Drogenberatungsstellen, Szene-Initiativen, vom Bundesministerium für Gesundheit und soziale Sicherung, der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, kommunalen Behörden sowie Partyveranstaltern und hat das Ziel, risikominimierende Strategien im Nachtleben zu fördern. Im Arbeitskreis *Healthy Nightlife* findet ein überregionaler Austausch zwischen verschiedenen Institutionen und Organisationen über bewährte suchtpreventive Strategien im Nachtleben auf der Grundlage eigener Erfahrungen statt.

Der Leitfaden NACHTS LEBEN besteht aus mehreren einzelnen Kapiteln, so genannten Modulen, die Anregungen für unterschiedliche Akteure des Nachtlebens geben. Es gibt ein Modul speziell für Personen, die in Drogenberatungsstellen arbeiten oder sich in Szene-Initiativen engagieren. Dieses Modul gibt Hinweise, wie die Fachkräfte und engagierte ehrenamtliche Initiativen gesundheitsförderliche Aktivitäten auf Partys umsetzen können. Das Kapitel für Jugend- und Gesundheitsämter stellt die Möglichkeiten für Jugend- und Gesundheitsämter dar, in Kooperationen mit anderen Organisationen lokale Suchtprevention im Nachtleben durchzuführen. Das Modul für Veranstaltende von Partys zeigt auf, wie in Clubs und auf Partys durch gesundheitsförderliche Aktivitäten Drogenprobleme auf ihren Veranstaltungen gemindert werden können.

Darüber hinaus gibt es Module, die übergreifende Aspekte der Suchtprevention im Nachtleben aufgreifen, wie das nachfolgende kurze Einführungsmodul zur Bedeutung der Suchtprevention im Nachtleben und ein Modul zum Thema Sponsoring, das besonders für Drogenberatungsstellen und Szene-Initiativen von Interesse sein dürfte. Das letzte Modul beschreibt einige Beispiele gesundheitsförderlicher Aktivitäten im Nachtleben unterschiedlicher Akteure aus dem Arbeitskreis *Healthy Nightlife*.

Alle Module sind in sich geschlossen, ergänzen sich aber gegenseitig. Am Ende des Leitfadens finden sich zu verschiedenen Modulen noch jeweils die kurzen Checklisten mit den wichtigsten Informationen.



# 2

**Suchtprävention  
im Nachtleben**

## 2 Suchtprävention im Nachtleben

### 2.1 Gründe für suchtpräventive Aktivitäten im Nachtleben

Jugendliche kommen bereits früh mit legalen und illegalen Drogen in Berührung. Besonders im Nachtleben besteht für viele Jugendliche ein starkes Verlangen nach Ekstase und Rauscherleben mithilfe von legalen und illegalen Drogen. Drogenkonsum ist bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen weit verbreitet. Über 90% aller Jugendlichen haben Cannabis zumindest einmal ausprobiert und mehr als 20% haben in den letzten 12 Monaten Cannabis konsumiert. Der Konsum von Ecstasy, Amphetaminen und Kokain ist weniger verbreitet – rund 50% der jungen Erwachsenen in Deutschland experimentieren mindestens einmal damit. Im Nachtleben, z.B. in der Techno-Szene, wird allerdings deutlich mehr konsumiert. Überdies wird überdurchschnittlich viel geraucht und Alkohol konsumiert.

Drogenkonsum ist auf Partys und in Clubs weit verbreitet

Dabei ist der Konsum legaler und illegaler Substanzen gesundheitlich nicht unbedenklich. In Abhängigkeit der Dosis der Substanz, der Konstitution der Konsumierenden und der Konsumsituation können leichte und zum Teil gravierende kurz- und langfristige gesundheitliche Folgen auftreten, z.B. Herz-Kreislauf-Probleme, Austrocknung, psychische Störungen, Erkrankungen der Atemwege etc. Hinzu können Unfälle, Körperverletzung, sexuell übertragbare Krankheiten kommen.

Unterschätzte gesundheitliche Risiken des Konsums legaler und illegaler Drogen

Clubbetreiber und Partyveranstalter, die von Jugendszenen leben, von Partys, die auch drogenbedingt endlos gehen, haben eine Verantwortung, bestimmte Mindeststandards in Bezug auf Drogenaufklärung und Gesundheitsförderung zu erfüllen. Darüber hinaus haben Besitzer von Nachtlokalen und Veranstalter von Partys Probleme mit den Restriktionen und Auflagen, die ihnen Polizei und Ordnungsamt durch das Bekanntwerden von Drogenkonsum und insbesondere von Drogenhandel machen. Den Kommunen können besonders durch zu starken Alkoholkonsum zusätzliche Kosten für z.B. die Straßenreinigung entstehen. Anwohner fühlen sich durch Lärm und Vandalismus beeinträchtigt. Es gibt also vielfältige Gründe den riskanten Konsum von Drogen zu verringern.



## 2.2 Ziele und Maßnahmen von Suchtprävention im Nachtleben

Suchtprävention im Nachtleben bedeutet, den riskanten Konsum legaler und illegaler Drogen zu reduzieren

Suchtpräventive Maßnahmen bei drogenerfahrenen Jugendlichen und jungen Erwachsenen bedeuten, den riskanten Konsum legaler und illegaler Drogen zu mindern. Dazu gehört zum einen über die Risiken des Konsums illegaler, aber auch über die Risiken legaler Drogen zu informieren, zum anderen bedeutet es die Förderung gesundheitsförderlicher Bedingungen im Nachtleben.

Doch die Gruppe der drogenerfahrenen Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist kaum durch klassische Maßnahmen der Suchtprävention zu erreichen. Außer beim Auftreten ernster gesundheitlicher, sozialer und rechtlicher Probleme steht sie nicht in Kontakt mit zuständigen Institutionen. Aufklärung über Substanzen und die Risiken des Konsums findet meist über Gleichaltrige oder die Dealer selbst statt. Deshalb ist es wirkungsvoll, dass die Suchtprävention vor Ort im Nachtleben stattfindet. Damit kann die Erreichbarkeit der Zielgruppe erhöht und die Akzeptanz der Informationen gesteigert werden.

Information über die Risiken des Konsums illegaler und legaler Drogen vor Ort

Als erfolgreich gelten niedrigschwellige Angebote, die Aufklärung auf den Partys mit Informationsmedien und Aufklärungsständen sowie individuelle Beratung. Voraussetzung sind zielgruppenspezifische Ansprache und Zugangswege. Suchtprävention in der Party-Szene zielt auf eine selbstkritische Auseinandersetzung mit dem eigenen Konsum im Rahmen einer möglichst gesundheitsverträglichen Party- oder Cluborganisation. Durch die kooperative Zusammenarbeit zwischen Behörden vor Ort, Veranstaltenden und Drogenberatung soll ein gesundheitsförderndes Nachtleben strukturell verankert werden. Beispielsweise kann das bedeuten, dass während der Party die direkte Möglichkeit besteht, sich über die gesundheitlichen Auswirkungen von Drogen wie Ecstasy, Cannabis und anderen Substanzen zu informieren. Zusätzlich beraten Fachleute bei Bedarf persönlich vor Ort. Auf der Party gibt es einen ausreichend großen und ruhigen Entspannungs- und Rückzugsbereich (Chill-Out-Area). Daneben sind mehrere alkoholfreie Getränke preiswerter als das günstigste alkoholhaltige Getränk.

Gesundheitsförderliche Bedingungen im Nachtleben (gesundes Setting)

Die Aufklärung wirkt am besten, wenn sie in Maßnahmen eingebettet ist, die gesundheitsförderliche Bedingungen im Club oder auf der Party fördern. So soll Zwischenfällen vorgebeugt werden, die die Folgen von Verhaltensweisen wie Drogenkonsum, aber auch Hören von zu lauter Musik, fehlende Möglichkeiten der Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln etc. sind.

Diesen Ansatz des gesunden Settings umzusetzen, verlangt eine Beteiligung einer Bandbreite von Akteuren: Organisationen, die sich um suchtpreventive Informationen bemühen, Drogenberatungsstellen, ehrenamtliche Szene-Initiativen, kommunale Behörden wie Ordnungs-, Gesundheits- oder Jugendämter, Veranstalter und Clubmanager, Clubangestellte und nicht zuletzt die Besucher und Besucherinnen selbst. Langfristig profitieren alle beteiligten Akteure von der Umsetzung eines gesunden Settings, z.B. durch die reduzierte Nachfrage nach Ressourcen aus der medizinischen Versorgung, weniger Einsätze der Polizei und sinkende Probleme für das Club-Management. Dennoch ist der Fokus auf das Thema Drogenkonsum, wenn es um Gesundheit geht, nicht immer einfach umzusetzen, da die Interessenlage aller Akteure sehr unterschiedlich ist und Vorbehalte existieren.



## Literaturhinweise

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (2004):  
Die Drogenaffinität Jugendlicher in der Bundesrepublik Deutschland 2004.  
Teilband Illegale Drogen  
(erhältlich als pdf-Datei: [www.bzga.de](http://www.bzga.de))

Hughes K., Bellis M. A. (Eds.) (2003):  
Safer Nightlife in the North West of England.  
A Report by the North West Safer Nightlife Group.  
Liverpool: Centre for Public Health, Liverpool John Moores University  
(erhältlich als PDF-Datei: [www.nwpho.org.uk/network/](http://www.nwpho.org.uk/network/))

Webster R., Goodman M., Whalley G. (2002):  
Safer Clubbing: Guidance for Licensing Authorities,  
Club Managers and Promoters.  
London: Home Office (erhältlich als PDF-Datei:  
[www.clubhealth.org.uk/pages/downloads/Safer%20Dancing.pdf](http://www.clubhealth.org.uk/pages/downloads/Safer%20Dancing.pdf))





# 3

**Tipps für Szene-Initiativen  
und Drogenberatungsstellen**

## 3 Tipps für Szene-Initiativen und Drogenberatungsstellen

Ziel dieses Moduls ist es Szene-Initiativen oder Drogenberatungsstellen bei der Planung und Durchführung von gesundheitsförderlichen und suchtpreventiven Maßnahmen im Nachtleben zu unterstützen. Darüber hinaus möchte der Leitfaden schon im Vorfeld Kooperationen mit anderen Akteuren fördern, um Konflikte zu vermeiden und mehr Ressourcen zur Verfügung zu haben. Das Modul wendet sich sowohl an Drogenberatungsstellen, Fachkräfte aus der Suchtprävention als auch an Szene-Initiativen und selbst organisierte Gruppierungen in der Suchtprävention. Mit gezielten ineinander greifenden Maßnahmen soll die Gestaltung eines gesundheitsförderlichen Nachtlebens unterstützt werden. Es gilt, risikominimierende Strategien zu fördern.

Ziel des Leitfadensmoduls

### 3.1 Gesundheitsförderliche Maßnahmen und Kooperationen

In Discotheken und Clubs aller Musikrichtungen treffen sich abends, insbesondere am Wochenende, Jugendliche und junge Erwachsene, um sich zu vergnügen und dabei nicht selten neben Alkohol und Zigaretten auch verschiedene illegale Drogen zu konsumieren. Eine Information über die Wirkungen und Risiken des Drogenkonsums findet im Nachtleben meist nur über Gleichaltrige oder Dealer statt. Von der klassischen Drogenberatung werden die Drogenkonsumierenden auf Partys nicht erreicht, obwohl der Konsum nicht ohne Risiken für die Gesundheit ist. Die Lösung liegt im Angebot niedrigschwelliger Suchtprävention im Nachtleben durch szenenahe Projekte, die entweder Bestandteil der Arbeit einer Drogenberatungsstelle sind oder durch eigene Vereine getragen werden.

Gesundheitliche Risiken des Konsums illegaler Drogen

Bewährt haben sich niedrigschwellige Angebote im Rahmen der Sekundärprävention zur Förderung des risikominimierenden Konsums von psychoaktiven Substanzen. Die Praxis zeigt, dass Partybesucher und -besucherinnen durch differenzierte Informationen mit unterschiedlichen Informationsmedien wie Infocards und Flyer gut erreichbar sind.

Gesundheitsförderung auf Veranstaltungen direkt im Nachtleben kommt die höchste Priorität der suchtpreventiven Maßnahmen für drogenaffine Jugendliche und junge Erwachsene zu. Daneben können eine spezielle Sprechstunde in der eigenen Institution, Öffentlichkeitsarbeit, Bereitstellung und Pflege von Online-Informationen sowie regionale und überregionale Vernetzung die Arbeit ergänzen. Ein umfangreiches suchtpreventives Angebot von Anfang an sichert die Aussicht auf eine positive Resonanz der Konsumierenden und dokumentiert die Ernsthaftigkeit der Bestrebungen. Optimal wäre die Nutzung aller Zugangswege zur Zielgruppe (Partys, Sprechstunde, Internet) und Intensitäten (anonym per E-Mail bis zur intensiven Beratung durch geschultes Personal in der eigenen Einrichtung).

Gesundheitsförderung im Setting Nachtleben

Kooperationen zur Umsetzung suchtpräventiver Aktivitäten

Zur Durchführung gesundheitsförderlicher Maßnahmen ist es wesentlich mit anderen Institutionen zusammenzuarbeiten: Ohne den Veranstalter ist es in der Regel nicht möglich, einen Informationsstand oder andere suchtpräventive Aktivitäten auf einer Party oder in einem Club anzubieten. Der Konsum von legalen, aber insbesondere illegalen Drogen wird von Polizei, Ordnungsbehörde, Jugendamt und Justiz aus ihren unterschiedlichen Perspektiven problematisiert. Teilweise wird mit Maßnahmen darauf reagiert, die bis zum Verbot der geplanten Party führen können. Zur Kontaktaufnahme untereinander kommt es oft erst bei Konflikten, wenn Vorbehalte eine Kommunikation bereits erschweren.

Der Vorteil einer Kooperation zur Umsetzung von Suchtprävention ist die verbesserte Akzeptanz bei regionalen Entscheidungsträgern und potentiellen Förderern, sowie ein Einblick in die Organisation regionaler Hilfesysteme und deren eventueller Einsatz für die Arbeit vor Ort. Die Zusammenarbeit zwischen den Institutionen wie Polizei und Ordnungsamt stärkt das Fundament der Präventionsarbeit innerhalb der Region, so dass es auch anderen Akteuren leichter möglich ist, direkt mit der Zielgruppe der drogenaffinen Jugendlichen zu kommunizieren.

## 3.2 Vorbereitungen

### Das Team

Soziale und fachliche Kompetenz des Teams

Für suchtpräventive Maßnahmen auf den Partys ist bei Jugendlichen der Ansatz des Peer Support/Peer Education zu empfehlen, d.h. im Idealfall informieren sich Gleichgestellte (Gleichaltrige) gegenseitig. Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die sich mit dem jeweiligen Lifestyle und den Erlebniswelten der Partybesucher und -besucherinnen auskennen und nicht zu sehr vom Alter der Zielgruppe abweichen, sind bei der Kontaktaufnahme im Vorteil. Sie erfolgt meist über ein lockeres Gespräch am Infostand und kann sich zu einer umfassenderen problemorientierten Information mit ggf. einer Weiterleitung in eine Sprechstunde entwickeln. Da es nicht immer möglich ist, ausreichend junge Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu rekrutieren, sollten ältere Mitarbeiter offen eingestellt sein gegenüber dem Party-Nachtleben, um eine ungezwungene Kontaktaufnahme mit der Zielgruppe zu ermöglichen.

Das Team sollte aus mindestens vier MitarbeiterInnen bestehen. Das Alter der Beteiligten sollte zwischen 18 und 35 Jahren liegen. Die einzelnen Stärken der Teammitglieder sollten bei der Planung der Einsätze berücksichtigt werden.

Erfahrene Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sollten in regelmäßigen Teamsitzungen mit den jüngeren bzw. neueren sprechen, um eine minimale Supervision zu gewährleisten und eine einheitliche Vorgehensweise in der Beratung zu sichern.

Regelmäßige Information auf Fachkongressen, teaminterne Vorträge und Teilnahme an gezielten Fortbildungskonzepten, wie z.B. von eve&rave Münster e.V., sind hilfreich, um allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Wissensvorsprung gegenüber der Zielgruppe zu verschaffen, der die Akzeptanz bei den Jugendlichen erhöht.



## Analyse der Party-Szene und Veranstaltungsräume

Eine genaue Untersuchung der Veranstaltungen unter Berücksichtigung von Anzahl und Alter der Gäste ist absolut essentiell für erfolgreiche Maßnahmen. Prävention zu Partydrogen hat sich beispielsweise auf Techno- und Houseveranstaltungen in Clubs und Discotheken ab ca. 500 Besuchern pro Abend bewährt. Auf Events mit Hip-Hop- oder Rockmusik existieren weniger Erfahrungen.

Für Suchtprävention im Nachtleben ist ein fundiertes Basiswissen bei den Mitarbeitern der Szene-Initiativen und Drogenberatungsstellen über die gängigen Drogen, deren Wirkungen und Nebenwirkungen, besonders im Kontext der anvisierten Szene, nötig. Nur eine kompetente Beratung, die sowohl die typischen Substanzen als auch die Lebenswelten der Jugendlichen auf einer Veranstaltung kennt, wird von den Konsumierenden akzeptiert. Die suchtpreventiven Aktivitäten sollten im Idealfall authentisch oder „aus der Szene“ heraus gestaltet werden.

Die Auswahl des Veranstaltungszeitpunkts und -orts sollte unter Einbezug größtmöglicher Informationen getroffen werden, um z.B. nicht durch eine konkurrenzstarke andere Veranstaltung zu wenig Jugendliche zu erreichen. Darüber hinaus muss beispielsweise ein ausreichender, nicht zu lauter, für Gespräche angemessener Platz für den Stand gefunden werden.

Auswahl der  
Veranstaltung

## Lokale Kooperation

Bei der Planung ist eine genaue Analyse der Institutionen, die direkt oder indirekt mit der lokalen Drogenszene arbeiten, unbedingt zu empfehlen. Um die Maßnahmen durchzuführen, ist das Verständnis der kommunalen Achse aus Politik, Drogenhilfe, Veranstalter und Polizei hinsichtlich der Möglichkeiten einer zielführenden Kooperation zu überprüfen.

Zielführende  
Zusammenarbeit

Club-Manager, Veranstalterinnen und Veranstalter sind essentiell für die Möglichkeit einer niedrigschwelligen Arbeit mit Drogenkonsumenten im Partyumfeld. Sie stellen die Räumlichkeit und sind deshalb ausschlaggebend für die Ausprägung der Präventionsarbeit vor Ort. Häufig müssen Veranstalter von der Notwendigkeit einer Zusammenarbeit überzeugt werden, da die Eventorganisatoren Komplikationen mit dem Ordnungsamt befürchten, falls sie Drogenkonsum auf ihrer Veranstaltung thematisieren. Gastronomiebetreiber, Veranstalterinnen und Veranstalter können u. U. durch eine Kooperation mit der Polizei gewonnen werden.



## Kooperations- bedingungen

Die Kooperation zwischen professionellen Fachkräften der Drogenberatungsstelle und szeneorientierten, häufig ehrenamtlich arbeitenden Mitgliedern von Drogenberatungsprojekten (z.B. Szene-Initiative) macht sich für beide Seiten in einer verbesserten Akzeptanz bei der Zielgruppe bemerkbar. Die Drogenberatungsstelle verfügt durch die Szene-Initiative über einen wichtigen Zugangsweg zu Drogen konsumierenden Jugendlichen, die sich nicht für die Angebote der Institution interessieren würden. Berührungspunkte zwischen KonsumentInnen und Drogenberatungsstelle können so leichter abgebaut werden. Nach der Kontaktaufnahme auf der Party kann bei Bedarf unkompliziert eine Weitervermittlung in professionelle Beratungs- und Therapieangebote der klassischen Drogenhilfe erfolgen. Somit ist eine Erkennung der Konsummuster und Drogenkonsumtrends für die Institution frühzeitig möglich.

Damit die Zielgruppe der drogenaffinen Jugendlichen und jungen Erwachsenen erreicht wird, ist eine authentische Präsentation aller Beteiligten und eine klare Abgrenzung der Aufgabengebiete aller Partner sinnvoll. Unter Umständen ist sogar eine räumliche Trennung der Infostände zweckmäßig, um Hemmschwellen nicht zu erhöhen.

Eine Kooperation ist dann angebracht, wenn sie der verbesserten Ansprache der Zielgruppe oder der Verbesserung der Bedingungen für die Durchführung dient. Führt eine Zusammenarbeit z.B. zu einer besseren Verhandlungsbasis mit dem Veranstalter, dann ist eine Kooperation zweckmäßig. Gleichzeitig muss für alle Kooperationspartner eine gemeinsame Arbeitsgrundlage geschaffen werden, die die Bedingungen der Zusammenarbeit klärt und möglichst viele Eventualitäten einschließt. Werden Grenzen der Arbeitsfelder jedes Kooperationsakteurs nicht deutlich gezogen, besteht die Gefahr von Gesichtsverlust gegenüber der NutzerIn der Angebote bzw. es kann zu Missverständnissen kommen. Nur regelmäßige Thematisierung von Problemen, offener Umgang miteinander und gemeinsame Einleitung neuer Projekte kann Anlaufschwierigkeiten bei der Kooperation minimieren.

## Kooperationsplanung

Die Planung beinhaltet die Kontaktaufnahme mit allen EntscheidungsträgerInnen im Partyumfeld, wie Veranstalter, Polizei, Ordnungs- und Jugendamt. Mit diesen Institutionen muss eine Durchführbarkeit der geplanten Maßnahmen abgeklärt werden. Zu beachten ist, dass Kompetenzüberschreitungen und Einsatzfeldeinschränkungen vermieden werden sollten. Eventuell sind auf diesem Weg weiterführende Anpassungen des Konzeptes angezeigt, z.B. die Einbindung zusätzlicher KooperationspartnerInnen.

Eine gute Kontaktpflege durch regelmäßige Treffen mit allen Kooperationspartnern – und ggf. auch Institutionen, die nicht Kooperationspartner sind, aber zu deren institutioneller Aufgabe die Auseinandersetzung mit dem lokalen Drogenkonsum gehört – ist eine unersetzliche Grundlage für NACHTS LEBEN. Besteht kein Konsens zwischen Veranstalter und der Beratungsstelle/Szene-Initiative oder bestehen unüberwindbare Bedenken bei Polizei und anderen wichtigen lokalen Institutionen, ist eine Umsetzung von NACHTS LEBEN stark eingeschränkt.

Weiterhin kann die Einbeziehung von Sponsoren von Interesse sein, eine Zusammenarbeit erfolgt aber zumeist erst nach erfolgreicher Etablierung. Überregional ist die Integration in Netzwerke zur Partygestaltung wie [www.sterneck.net/sonics](http://www.sterneck.net/sonics) oder [www.basics-network.org](http://www.basics-network.org) für einen Informationsaustausch zu empfehlen.



### 3.3 Suchtprävention auf der Party

#### Der Informationsstand

Für ein Angebot auf Veranstaltungen hat sich der Informationsstand bewährt. Der Infostand ist die essentielle Grundlage und sichert den guten Kontakt zum Publikum. Er wird an einer von Besuchern und Besucherinnen ausreichend frequentierten Stelle innerhalb oder außerhalb einer Veranstaltung errichtet und mit geschultem Personal von 2–4 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ausgestattet (bei ca. 500 Besuchern).

Ausstattung des Infostands

Die MitarbeiterInnen am Stand können sich aus verschiedenen Institutionen der Kooperationspartner zusammensetzen, z.B. Szene-Initiative, Drogenhilfe und Jugendamt. Dies sollte für die Besucher und Besucherinnen zu erkennen sein (beispielsweise durch Infomaterialien, Banner oder Bekleidung). Allerdings ist vorher einzukalkulieren, dass u. U. Teile der Zielgruppe davon abgehalten werden, am Infostand Kontakt aufzunehmen.

Sinnvoll erscheint ein optisch ansprechendes und der Veranstaltung angepasstes Design des Infostands. Unbedingt sollten Informationsmaterialien, wie Flyer, zu den gängigsten Partydrogen verfügbar sein. Die angebotenen Materialien bieten oft die erste Einstiegsmöglichkeit in ein Gespräch. Deshalb sollten diese gut sichtbar positioniert und übersichtlich angeordnet sein. Drugchecking bzw. lokale, aktuelle Informationen diesbezüglich würden die Akzeptanz und die Gesprächsbereitschaft bei den Partybesuchern erhöhen, doch die Gesetzeslage in Deutschland ermöglicht dieses nicht.



Besonders auf Events mit einer entspannten Atmosphäre sind Kontakte sehr gut möglich. Oft bekommen Mitarbeiter, die aktiv an der Party teilhaben, schneller Kontakt zur Zielgruppe. Hier ergeben sich auch Gespräche, die nicht am Infostand stattfinden, sondern eventuell im Bistro, an der Theke oder im Chill-Out. Ein durchschnittliches Gespräch am Infostand dauert ca. fünf Minuten. Es kann aber auch zu Gesprächen von über einer Stunde, z.B. bei weniger gut besuchten Partys oder am Anfang und am Ende von Veranstaltungen kommen. Einige Besucher kommen regelmäßig zu den Ständen. Teilweise können sich daraus langfristige Kontakte ergeben. Es werden meist verschiedene Fragen zu folgenden Themen erörtert (nach Häufigkeit der Anfragen geordnet):

- Substanzeigenschaften von verschiedenen Drogen (Zusammensetzung, Wirkung, Gefahren)
- Umgang mit der Justiz
- Möglichkeiten für Screening von Blut/Urin/Haaren
- Drogenhilfe (Infostand-Angebot, Sprechstunden, Service)
- Beratungsmöglichkeit wegen Problemen mit Arbeitgeber/Familie
- Gesundheit im Zusammenhang mit Partydrogen
- Fragen nach Möglichkeiten zum Drugchecking in Deutschland

Themen am Infostand

Nicht drogenspezifische Fragen, die Party betreffend, kommen ebenso häufig vor, d.h. dass Gäste nach dem Line Up, der Garderobe oder dem Ort, wo man Getränkemarken bekommt, fragen.

Auf Partys halten Frauen und Männer sich bei den Gesprächen am Infostand die Waage, von der Altersstruktur gibt es eine leichte Tendenz in Richtung älterer Besucher und Besucherinnen, die Fragen stellen und das Gespräch suchen. Jüngere sind eher an Informationsbroschüren interessiert.

Ein regelmäßiger Infostand im gleichen Club (ca. einmal pro Monat) erhöht die Akzeptanz und schafft zusätzliches Vertrauen unter den Besuchern. Durch den Aufenthalt in einer ausgewählten Szene und die damit verbundenen Erlebnisse besteht die Möglichkeit, die neuesten Drogentrends und die damit verbundenen Probleme und Erlebnisse der Konsumenten und Konsumentinnen zu beobachten, darauf zu reagieren und Präventionskonzepte entsprechend anzupassen.

## Informationsmaterialien

### Broschüren und Flyer

Neben der persönlichen Kommunikation ist die schriftliche Information über die Wirkungen und Risiken von Drogen zentrales Element der Sekundärprävention. Mit an die Zielgruppe angepassten Broschüren und Flyern sind Drogen konsumierende Jugendliche und junge Erwachsene gut zu erreichen. Flyer und Infobroschüren zu Partydrogen müssen nicht zwingend selbst gestaltet werden. Hier kann auf bereits bestehende Materialien überregionaler Institutionen, die über universell einsetzbare und erprobte Produkte der Konsumentenaufklärung verfügen, zurückgegriffen werden.

Wichtige Ergänzung zur Information über Partydrogen sind Materialien zu weiteren Themen der Gesundheit im Sinne von NACHTS LEBEN, z.B. Gehörschutz, Safer Sex, Verhalten im Notfall, Aufklärung zu legalen Drogen wie Alkohol und Tabak.

## Safer-House-Kriterien

Zu den Safer-House-Standards für größere Clubs und Partys gehören neben Informations- und Beratungsangeboten eine gute Belüftung und Klimatisierung der Räumlichkeiten, ein freier Zugang zu kühlem Trinkwasser, deutlich billigere Abgabe von vitamin- und mineralhaltigen Getränken im Vergleich zu Alkohol sowie die Schulung des Personals hinsichtlich des Umgangs mit Notfällen.

## Chill-Out

Im Gegensatz zum Tanzbereich, der von starken akustischen und visuellen Reizen geprägt ist, steht Chill-Out für eine Räumlichkeit, die Entspannung und Erholung ermöglicht. Sie bietet Sitz- und Liegegelegenheiten in einer angenehmen Atmosphäre sowie ruhige Musik in einer Lautstärke, die Gespräche erlaubt und somit ein ideales Umfeld für Info-Stände bildet.

Erfahrungsgemäß findet bei Veranstaltungen, in denen nur ein Dancefloor vorhanden ist ein risikoreicherer Drogenkonsum statt als bei Partys auf denen zusätzlich ein Chill-Out angeboten wird, der das Umfeld für ein vergleichsweise sanftes Ausklingen bilden kann. Nicht zuletzt bietet ein Chill-Out ein angemessenes Umfeld für einen Infostand bzw. entsprechende Gespräche.



## Die Öffentlichkeitsarbeit

Die Grundlage der Öffentlichkeitsarbeit bieten selbst erstellte Informationsbroschüren, die alle suchtpreventiven Angebote im Nachtleben detailliert erläutern und sowohl für Konsumenten als auch für Multiplikatoren geeignet sind. Diese Informationsbroschüren können zusätzlich Informationen zu Partydrogen enthalten.

Einen erheblichen Anteil am Erfolg von suchtpreventiven Angeboten im Nachtleben hat eine ausgewogene und umfassende Öffentlichkeitsarbeit. Im Idealfall ist sie weitgehend selbst initiiert und erfolgt in Kooperation mit der Öffentlichkeitsarbeit des Veranstalters. So können in Pressemitteilungen Verzerrungen, z.B. durch unsachliche Reportagen in den Medien zur Drogenproblematik vermieden werden. Auf diese Weise wird die Zugehörigkeit zur Szene dokumentiert und steigert die Akzeptanz und den Bekanntheitsgrad bei der Zielgruppe.

Kontakt zur Presse

Neben regelmäßigen Pressemitteilungen in den regionalen Medien, die über aktuelle Produkte und Serviceleistungen des Projektes informieren, sollten Inserate z.B. in monatlich erscheinenden Lokalmagazinen geschaltet werden, um zusätzlich auf die suchtpreventiven Angebote im Nachtleben hinzuweisen. Dabei ist einem kleinen häufig erscheinenden Inserat mit Hinweis auf die Angebote Vorrang zu gewähren vor einer einmaligen Großanzeige, mit einer weniger nachhaltigen Wirkung.

Gezielte Öffentlichkeitsarbeit

Eine Ergänzung der Öffentlichkeitsarbeit kann ein Infostand im Rahmen anderer kommunaler Veranstaltungen sein, um das Thema Drogenkonsum stärker ins öffentliche Bewusstsein zu bringen bzw. die Akzeptanz des Projektes zu steigern. Das Angebot am Infostand muss den Gegebenheiten angepasst sein, d.h. für eine Verteilung von Information außerhalb der Veranstaltung ist es sinnvoll einen kurzen Flyer zu entwerfen, der lediglich die Angebote beschreibt und nicht näher auf die Drogen eingeht, um unnötige Neugier auf die Substanzen und Missverständnisse zu vermeiden. Auf keinen Fall sollten Infobroschüren der Sekundärprävention ungezielt gestreut werden, z.B. an Schulen. Der Inhalt der Broschüren richtet sich vorwiegend an Konsumenten und dies kann besonders bei Erziehungsberechtigten als Konsumaufforderung missverstanden werden.



### 3.4 Ergänzende Maßnahmen

Zusätzlich zur Ergänzung der suchtpreventiven Angebote im Nachtleben sollten zeitliche und personelle Kontingente innerhalb der Woche für organisatorische Tätigkeiten, wie die Planung von Informationsständen, Versendung von Informationsmaterial und Öffentlichkeitsarbeit vorgesehen sein.

### Spezielle Sprechstunden

Zur Ergänzung bietet eine Sprechstunde die Möglichkeit, sowohl Kontakte auszubauen und die Betreuung zu intensivieren, als auch neue Zielgruppen zu erreichen. Die Sprechstunde als niedrigschwellige Kontaktmöglichkeit kann als Ergänzung

in bereits bestehende Angebote der regionalen Drogenhilfe integriert werden, um Ressourcen zu schonen. Gegebenenfalls sollte sie in der Öffentlichkeitsarbeit als Sprechstunde, speziell zu Partydrogen, wahrgenommen werden bzw. von etwaigen Angeboten im Opiatbereich abgegrenzt werden, da Partydrogenkonsumierende sich mit dieser Klientel nicht identifizieren können.

Der Durchführungsmodus sollte mindestens einmal pro Woche zu festgelegten Zeiten sein. Bewährt hat sich das Angebot zu Beginn der Woche, da hier der Beratungsbedarf von Partydrogenkonsumenten nach einem durchgeführten Wochenende oft am höchsten ist und im Laufe der Woche in Vergessenheit gerät. Für die Erreichbarkeit ist das persönliche Gespräch in der Institution sinnvoll, es kann aber auch eine schriftliche bzw. fernmündliche Beratung angemessen sein für Interessenten und Interessentinnen, denen ein Besuch der Institution nicht adäquat erscheint.

In die Sprechstunde kommen Drogenkonsumenten und -konsumentinnen, Multiplikatoren und Eltern von Betroffenen. Die Bandbreite der Serviceleistung in der Sprechstunde reicht von anonymer Information über Partydrogen bis hin zur Vermittlung von Konsumenten an die Drogenhilfe und anderen Therapie- und Rehabilitationsangeboten im psychischen, medizinischen und sozialen Bereich im Rahmen der Tertiärprävention. Aus der Sprechstunde heraus kann ein ausgeweitetes System der Zusammenarbeit im regionalen Drogenhilfebereich entwickelt werden.

## **Bereitstellung von Online-Informationen**

Die Zielgruppe durch das Internet informieren

Als wichtige Ergänzung von suchtpreventiven Angeboten im Nachtleben ist ein Auftritt im Internet anzusehen. Dieser Bereich bietet bei moderaten Unterhaltskosten eine 24-stündige Verfügbarkeit von Informationen, die besonders Jugendliche anspricht. Mit einer eigenen Internetseite mit möglichst kurzer und prägnanter Adresse kann diese Zielgruppe einfach und effektiv erreicht werden.

Minimalanforderung ist eine aussagekräftige Kurzbeschreibung des Projektes in möglichst übersichtlicher Darstellung. Die Webseiten können mit Informationen über relevante Partydrogen, gesundheitliche Hintergründe zum Drogenkonsum und Neuigkeiten zu diesem Thema bis hin zur individuellen Beratung via E-Mail zu einem umfassenden Serviceangebot einer szenorientierten Drogeninformations- und Beratungsseite im Internet erweitert werden.

Für die bleibende Akzeptanz beim Besucher der Internetseite ist die regelmäßige Pflege und Aktualisierung der bereitgestellten Informationen und eine schnelle Bearbeitung eingegangener E-Mails zu empfehlen.

## **Hinweis für Szene-Initiativen**

Szene-Initiativen leiden häufig unter dem Stigma der Selbsthilfegruppe oder der „Konsumverherrlichung“, welches eine Kooperation mit Institutionen und Veranstaltern erschweren kann. Eine klare Positionierung der Initiative mit genauer Definition der Ziele und politischer, gesellschaftlicher und rechtlicher Ansichten hilft lokale Barrieren abzubauen und Missverständnisse bei Kooperationspartnern zu vermeiden.



Die Organisationsform des Vereins hat sich als Grundlage etwaiger Geschäftsbeziehungen mit Institutionen bewährt. Wichtig erscheint der Erhalt der Unabhängigkeit für die Initiative, um die Akzeptanz in der Party-Szene nicht zu verlieren.

Positionierung  
als Szene-Initiative

Eine Aufwandsentschädigung für die Mitarbeit am Projekt ist sinnvoll, um eine Kontinuität und Verbindlichkeit zu gewährleisten. Diese sollte aber nicht im Mittelpunkt des Interesses stehen.

## Kontrolle/Qualitätssicherung

Eine regelmäßige Aktualisierung des Konzeptes ist unbedingt zu empfehlen. Es kann entscheidend sein, um die Zielgruppe zu erreichen. Gerade die Jugendlichen haben ein ausgeprägtes Trendbewusstsein und sind eine allseits stark umworbene Zielgruppe, deshalb müssen erfolgreiche Konzepte genau auf den Geschmack und die Bedürfnisse der Zielgruppe angepasst sein. Geplante Aktionen und Maßnahmen sollten in dieser Hinsicht stets kritisch hinterfragt und überprüft werden, um ein Scheitern schon vorab zu vermeiden. Gerade bei begrenzten finanziellen Budgets kann eine falsche Positionierung des Projektes das frühzeitige Ende bedeuten.

Aktualität  
der Aktionen

Die Akzeptanz der Aktivitäten kann an der Frequenz und der Intensität der Anfragen in den einzelnen Tätigkeitsfeldern gemessen werden, wobei eine gewisse Vorlaufzeit bei der Arbeit vor Ort (mindestens drei Monate) einkalkuliert werden sollte. Selbst konzipierte Fragebögen (auch online) zu diesem Thema können helfen den Bedarf der Konsumenten und Konsumentinnen zu erkennen und das Angebot zu verbessern. Die statistische Auswertung ist hilfreich bei Gesprächen mit Förderern und Kooperationspartnern. Wenn eine Aktion wider Erwarten nicht den gewünschten Erfolg zeigt, ist eine veränderte Disposition zu erwägen und eine schnelle Neuorientierung zu empfehlen.

## Literaturhinweis

Sterneck W. (2005):  
Zwischen Druff-Sein und Drogenmündigkeit – Basisorganisationen und Cybertribes in der Partykultur.  
In: FDR (Hrsg.): Addicted to Party. Münster. edition octopus

## Weiterführende Adressen

[www.alice-project.de](http://www.alice-project.de)  
[www.dr-obs.de](http://www.dr-obs.de)  
[www.eve-rave.de](http://www.eve-rave.de)  
[www.ginko-ev.de](http://www.ginko-ev.de)  
[www.partypack.de](http://www.partypack.de)



### 3.5 Checkliste für Drogenberatungsstellen und Szene-Initiativen

#### Vorbereitungen

Welche Ziele möchten Sie als Szene-Initiative oder Drogenberatungsstelle in der Kooperation im Rahmen von NACHTS LEBEN erreichen?

##### Das Team

- Sind die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen im Bereich der Partydrogen und des Party-Settings fortgebildet?
- Sind die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in der Gesprächsführung mit der Zielgruppe geschult und haben sie eine ausreichende Nähe zur Zielgruppe?
- Wie ist die Bereitschaft der verfügbaren Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sich ggf. auf Nachtarbeit innerhalb von Partys eines bestimmten Stils einzulassen?
- Ist das Verhältnis zwischen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen vor Ort ausgeglichen?

##### Analyse der Party-Szene und Veranstaltungsräume

- Welche Gestalt hat die Partyszene und welche Konsumierenden halten sich in dieser auf? Wie hoch sind die Besucherzahlen?
- Wann ist der Zeitpunkt für eine NACHTS LEBEN-Aktion günstig?
- Gibt es einen möglichst zentralen Platz für den Beratungsstand, an dem ohne zu schreien Gespräche geführt werden können?

##### Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern

- Wie ist die Drogenpolitik in der Stadt strukturiert? Wer kommt als lokaler Kooperationspartner in Frage?
- Besteht die Bereitschaft von Veranstalterinnen und Veranstaltern einen Kontakt zur Szene herzustellen?
- Welche Vorteile soll die Kooperation bringen?
- Zu welchen Nachteilen könnte die Kooperation führen?



## Suchtprävention auf der Party

### Informationsstand

- Entspricht die Gestaltung des Infostands dem Stil der Veranstaltung und der anzusprechenden Drogenszene?
- Ist der Infostand gut platziert?
- Ist die Altersstruktur der MitarbeiterInnen am Stand der Zielgruppe einigermaßen angepasst?
- Gibt es einen Ansprechpartner für jeden Kooperationspartner und sind die Kompetenzen am Stand geklärt?
- Harmonisieren die Kooperationspartner auf der NACHTS-LEBEN-Veranstaltung miteinander? Wird durch beteiligte Kooperationspartner die Kontaktaufnahme behindert?

### Informationsmaterialien

- Sind ausreichend und angemessene Broschüren und Flyer zur Information über Drogen und andere gesundheitliche Risiken der Veranstaltung bzw. der Party vorhanden?
- Welchen Charakter haben die Informationen?
- Für welche Zielgruppe sind sie geeignet?
- Besteht ein ausgewogenes Verhältnis in Hinsicht auf den Umfang der Information?

### Öffentlichkeitsarbeit

- Welche Ziele sind mit der Öffentlichkeitsarbeit zu erreichen?
- Welche Medien werden von den Zielgruppen benutzt?
- Sind die vorhandenen Medien für den Informationsstand oder die Pressearbeit zweckmäßig?
- Besteht Kontakt mit dem Veranstalter bzgl. Öffentlichkeitsarbeit?

## Ergänzende Maßnahmen

### Spezielle Sprechstunden

- Ist eine regelmäßige Sprechstunde möglich?
- Werden Art, Aufbau, spezielle Zielgruppe etc. der Sprechstunde in der Öffentlichkeit kommuniziert?

### Bereitstellung von Online-Informationen

- Bestehen Ressourcen, Wissen und technische Voraussetzungen das Internet zur Informationsbereitstellung zu nutzen und den Auftritt im Web regelmäßig zu pflegen?

### Hinweis für Szene-Initiativen

- Möchte sich die Initiative binden oder unabhängig bleiben?
- Wer kommt als Kooperationspartner/Förderer in Frage?
- Wie sind die Strukturen in der Initiative?
- Können verbindliche Absprachen mit Partnern getroffen werden?

### Kontrolle/Qualitätssicherung

- Wie wird die Qualität der Serviceleistung gemessen?
- Besteht ein Ziel bzgl. der gewünschten Frequenz der Konsumentenkontakte am Infostand?





**4**

**Anregungen für Jugend-  
und Gesundheitsämter**

## 4 Anregungen für Jugend- und Gesundheitsämter

Ziel dieses Moduls ist es vor allem Jugend- und Gesundheitsämter bei der Planung und Durchführung von gesundheitsförderlichen und suchtpreventiven Maßnahmen im Nachtleben zu unterstützen. Darüber hinaus sollten durch den Leitfaden schon im Vorfeld Kooperationen mit andern Akteuren gefördert werden, um Konflikte zu vermeiden und mehr Ressourcen zur Verfügung zu stellen. Suchtpreventive Angebote im Nachtleben – NACHTS LEBEN – können ein Element im Rahmen der kommunalen Suchtprevention sein, das das Setting „Musikveranstaltungen“ (Partys, Clubs, Open Airs) im Freizeitbereich für die kommunalen Einrichtungen erschließt.

### 4.1 Kommunale Suchtprevention

Der Konsum legaler und illegaler Drogen unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen hat sich in den letzten Jahren erhöht und ist gerade in vielen Bereichen der Freizeit für Jugendliche selbstverständlich geworden. Eine immer größer werdende Bedeutung kommt dabei den Musik-Clubs und kommerziellen Großpartys zu. Hier ist die Möglichkeit gegeben, ein Arbeitsfeld der kommunalen Suchtprevention zu erschließen, das ähnlich wie die Schule einen hohen Grad an Erreichbarkeit Jugendlicher und junger Erwachsener bietet.

Suchtprevention, so zeigte es der Wettbewerb „Vorbildliche Strategien kommunaler Suchtprevention“ 2002, gilt in den meisten Städten, Gemeinden und Landkreisen Deutschlands grundsätzlich als ein gut verankerter Auftrag. Die Nutzung von Synergieeffekten durch Netzwerke, die Bearbeitung der damit verbundenen Arbeitsfelder in der Jugendhilfe, der Gesundheitsförderung und der Schule sowie das politische Mandat, z.B. per Ratsbeschluss, sind je nach Größe der Gemeinde und Entwicklungsgeschichte der jeweiligen Suchtpreventionsaktivitäten verschieden.

Kommunaler Auftrag  
„Suchtprevention“

Der Auftrag „Suchtprevention“ ist in den Großstädten Deutschlands häufig bei den Gesundheitsämtern angesiedelt, während in den mittleren und kleineren Städten, Gemeinden und Landkreisen die Jugendämter zuständig sind. In seltenen Fällen werden Suchtpreventionsprojekte von Sozialämtern initiiert. Der folgende Text ist überwiegend aus der Perspektive eines Jugendamtes geschrieben, doch ist die Suchtpreventionsarbeit eines Gesundheitsamtes oder einer anderen Behörde ähnlich gestaltet.



Jugendhilfegesetz,  
Jugendförderung-  
und Jugendschutz-  
stellen

Soweit die gesundheitsfördernden und suchtpreventiven Maßnahmen von den Gesundheitsämtern ausgehen, ist die Rechtsgrundlage in den jeweiligen Landesgesetzen zum öffentlichen Gesundheitsdienst festgeschrieben.

Die gesetzliche Grundlage für Suchtprävention durch das Jugendamt begründet sich im Kinder- und Jugendhilfegesetz (KJHG), §14 Erzieherischer Kinder- und Jugendschutz. Die Zielsetzung liest sich hier verkürzt wie folgt:

- junge Menschen in ihrer Persönlichkeits- und sozialen Entwicklung fördern,
- sie vor Gefahren für ihr Wohl schützen,
- Benachteiligungen abbauen,
- Eltern und sonstige Erziehungspersonen unterstützen und
- positive Lebensbedingungen für junge Menschen und ihre Familie erhalten oder schaffen.

Die Jugendförderung bzw. der Jugendschutz haben das Anliegen, diese Zielsetzung umzusetzen. Suchtprävention versteht sich hier als spezialisierter Jugendschutz. Vor dem Beginn einer Suchtpräventionsmaßnahme im Sinne von NACHTS LEBEN muss unbedingt abgeklärt werden, welche Akteure mit welchen Maßnahmen in der Kommune bereits aktiv sind.

#### **4.2 Suchtprävention im Nachtleben – NACHTS LEBEN – als Baustein im Gesamtkonzept**

Suchtprävention entwickelt sich ständig weiter und ist bemüht, sich auf die aktuellen Lebenslagen von Kindern und Jugendlichen zu beziehen und auf die sich verändernden Problemlagen und Gefährdungen zu reagieren. Deshalb ist es zur Erreichung der Zielgruppe wichtig, sie in dem Kontext anzusprechen, indem sie sich in ihrer Freizeit aufhalten. Dies sind häufig Orte, wo sie Musik hören und tanzen. Hier setzt der Leitfaden NACHTS LEBEN an.

NACHTS LEBEN eignet sich als Baustein eines kommunalen Suchtpräventionskonzeptes. Es bietet eine Chance zur Entwicklung von suchtpreventiven Ansätzen auf Tanz-Veranstaltungen und/oder die Möglichkeit bestehende Maßnahmen zu unterstützen.

Suchtprävention in der Party-Szene zielt auf eine selbstkritische Auseinandersetzung der Konsumenten und Konsumentinnen mit ihrem eigenen Konsum, eingebettet in eine möglichst gesundheitsverträgliche Partyorganisation. Durch die kooperative Zusammenarbeit zwischen Behörden vor Ort, Veranstaltern und Beratungsstellen soll ein „Gesundes Nachtleben“ strukturell verankert werden. Gemeinsam werden wirksame Präventionsmöglichkeiten entwickelt, um risikominimierende Strategien im Nachtleben zu etablieren.



Mögliche Kriterien sind beispielsweise (siehe auch Modul 7):

- Während der Party besteht die direkte Möglichkeit, sich über die gesundheitlichen Auswirkungen von psychoaktiven Substanzen und Konsum zu informieren. Fachleute vor Ort informieren persönlich, bieten Infomaterial an.
- Es wird für einen Entspannungsbereich (Chill-Out-Area) gesorgt.
- Mindestens zwei alkoholfreie Getränke sind preiswerter als das günstigste alkoholhaltige Getränk.
- Bei der Planung der Veranstaltung sind lokale Behörden eingebunden.
- Leitungswasser ist in Trinkqualität ausreichend verfügbar.

Infostand & Flyer

Chill-out-Bereich

Günstigere alkoholfreie Getränke

Trinkbares Leitungswasser

Die Wirksamkeit suchtpreventiver Projekte hängt u.a. von der Kontinuität und Einbettung in ein Gesamtkonzept ab. Nicht nur der Wiederholungseffekt ist von Bedeutung, sondern ebenso die schrittweise Entwicklung und Umsetzung eines Konzepts. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, NACHTS LEBEN langfristig anzulegen und in ein kommunales Gesamtkonzept zu integrieren. Der Stellenwert von NACHTS LEBEN im Gesamtkontext der Suchtprevention ist zu beachten.

### 4.3 Freie Träger als Kooperationspartner – Subsidiaritätsprinzip

Für jedes Projekt der Suchtprevention gilt es, potenzielle Partner zu finden. Um möglichst bei der Recherche von Zuständigkeiten, Auflagen, Anträgen etc. Reibungsverluste zu verringern, lohnt es sich, zunächst nach einer Koordination für Suchtprevention, einem Drogenreferat o.ä. zu suchen.

sichergestellte Rettungskette

Viele kommunale Behörden vergeben die Aufgabe „Suchtprevention“ gemäß des Subsidiaritätsprinzips an Träger der freien Jugendhilfe, die nicht selten Teil eines Verbundsystems der örtlichen Beratungs- und Behandlungsstellen sind. Die Träger bieten teilweise Jugendlichen zusätzlich weitergehende Hilfen an, die über Präventionsaktivitäten hinausgehen, insbesondere unterschiedliche Formen der Beratung.

Kooperation mit Behörden

Die Fachkräfte der Suchtprevention bei den freien Trägern verfügen über fundierte Kenntnisse der Pädagogik, Entwicklungspsychologie, Beratung und Psychotherapie. Sie erstellen zielgruppenspezifische Konzepte, setzen sie unter Verwendung verschiedener kreativer Methoden und Medien um. Die Recherche von relevanten Daten mit Blick auf „Drogen und Sucht“ gehört zu ihren Aufgaben. Das Projekt NACHTS LEBEN könnte von einem freien Träger durchgeführt werden, dies muss abgeklärt werden. Wenn man eine NACHTS LEBEN-Veranstaltung plant, sollte man sich an die Träger der Suchtpreventionsstellen wenden. Je nach Größe der Veranstaltung müssen die Genehmigungsverfahren beachtet werden (siehe Veranstaltermodul).

Freie Träger einbinden



## 4.4 Arbeitskreise und Netzwerke

Netzwerke bilden –  
Synergieeffekte  
nutzen

Die Koordination von Arbeitskreisen und Netzwerken zur Suchtprävention ist vielerorts Standard. Für die Behörde bieten sie die Vorteile, Informationswege zu verkürzen und Synergieeffekte zu erzielen. Deshalb ist hier ein guter Anknüpfungspunkt zum Start einer Kooperation im Sinne von NACHTS LEBEN.

Die Aufgaben der AG ~~SKHIG~~ sind u.a. die Abstimmung aller Angebote und Maßnahmen auf Gesamtstadt oder Kreisebene, Diskussion, Planungsvorbereitung, Aussprechen von Empfehlungen sowie Interessenvertretung. Vertreten sind alle Träger, die spezialisiert Suchtprävention (im weitesten Sinne) anbieten, sowie die tangierten Ämter (Gesundheit, Schule, Jugend) und andere Behörden (Polizei) ~~die~~ für NACHTS LEBEN Synergien zu nutzen, sind unbedingt die bereits vorhandenen Gremien im Vorfeld anzufragen.

## 4.5 Jugendschutzgesetz und andere gesetzliche Grundlagen

Gesetzliche  
Rahmenbedingungen  
beachten:  
Jugendschutz

Die Jugendschutzgesetze bedeuten eine Alters- und Abgabebeschränkung und setzen einen Rahmen, indem sich die Arbeit der Behörden bewegen muss.

Kommunale Behörden wie das Amt für Kinder, Jugend und Familie sprechen sich grundsätzlich gegen rechtsfreie Räume aus. Daher ist auch bei der Gestattung von Projekten in Szenen, in denen der Konsum von illegalen Drogen vermutet wird, die entsprechende Achtsamkeit geboten. Die Grenzen, die das Betäubungsmittelgesetz und das Jugendschutzgesetz der Suchtprävention setzen, müssen hier in aller Klarheit beachtet werden.

- Abgabe von Alkohol (niedrigprozentig) und Tabakwaren ab 16 Jahren, Alkohol (hochprozentig, auch „Alkopops“) ab 18 Jahren.
- Aufenthalt in Gaststätten, öffentlichen Tanzveranstaltungen, Discotheken unter 16 Jahren nicht erlaubt, für 16-Jährige bis 21 (diese Zeitspanne gilt nicht, wenn Jugendliche von den Personenberechtigten oder einer erziehungsberechtigten Person begleitet werden)
- Aufenthalt in Nachtbars, Nachtclubs oder vergleichbaren Vergnügungsbetrieben erst ab 18 Jahren.

Die Jugendbehörde ist verantwortlich für die Durchführung des erzieherischen Kinder- und Jugendschutzes gemäß § 8 SGB VIII (Initiierung von Aktionen und Maßnahmen, Fertigen von Stellungnahmen, usw.) Ordnungsbehördliche Aufgaben im Bereich der Kontrolle der Einhaltung von Jugendschutzvorschriften im Gast- und Veranstaltungsgewerbe sowie im Mediengewerbe nehmen in den Kommunen in der Regel die Ordnungsämter wahr. Daran ist oft auch die Polizei beteiligt.



## 4.6 Beispiel: Amt für Kinder, Jugend und Familie der Stadt Köln

Am Beispiel des Jugendamtes der Stadt Köln werden die Möglichkeiten und Grenzen der Suchtprävention mit Blick auf das Projekt NACHTS LEBEN skizziert.

Der Rat der Stadt Köln siedelte laut Beschluss Anfang der 90er Jahre die Koordinationsstelle für Suchtprävention im Amt für Kinder, Jugend und Familie (früher „Jugendamt“), und zwar in der Jugendförderung, an. In Köln ist es Aufgabe dieser Koordinationsstelle, zum einen gemeinsam mit den relevanten Trägern entsprechend der aktuellen Datenlage und Praxiserfahrungen zielgruppenspezifische Konzepte zu entwickeln und diese auf ihre Wirksamkeit zu überprüfen, zum anderen werden von hier aus Kampagnen, Fachveranstaltungen etc. initiiert. Die fachliche Information der politischen Gremien ist obligatorisch. Die Kölner Suchtprävention setzt in zahlreichen Arbeitsfeldern an. Jugendhilfe und Schule seien hier nur exemplarisch erwähnt.

Koordinierungsstelle:  
Entwicklung und  
Überprüfung ziel-  
gruppen-spezifischer  
Konzepte

Das Amt für Kinder, Jugend und Familie der Stadt Köln vergibt die Aufgabe „Suchtprävention“ gemäß des Subsidiaritätsprinzips an Träger der freien Jugendhilfe und fördert u.a. die Fachstellen der Drogenhilfe Köln e.V. und des Sozialdienst Kath. Männer e.V. Beide Fachstellen gehören in je ein Verbundsystem mit Beratungs- und Behandlungsstellen. Die Drogenhilfe Köln e.V. rief das Internetprojekt [www.partyack.de](http://www.partyack.de) als Ergebnis einer längeren Vorbereitung ins Leben.

In Köln gründete sich Ende der 90er Jahre ein Arbeitskreis zu Ecstasy, um Fragen nachzugehen wie: Wie groß ist die Gruppe der Jugendlichen, die Ecstasy konsumieren, wie erreichen wir die Gruppe der gefährdeten Jugendlichen? Welche Strategien der Vorbeugung und Behandlung sind unter Berücksichtigung der Konsummuster und des Mischkonsums wirksam? Bei der Suche nach Antworten wurde schnell deutlich, dass Hilfe über das allgemeine Drogenhilfesystem nur in Einzelfällen geleistet werden konnte. Die betroffenen Jugendlichen betrachteten sich nicht als abhängig und scheuten die Inanspruchnahme der Hilfeangebote. Dieses auch deshalb, weil die Beratungs- und Behandlungsangebote der allgemeinen Drogenhilfe nicht auf die Zielgruppe der Partyszene ausgerichtet waren. Der Arbeitskreis Ecstasy konzipierte einen Fragebogen für Schulen, den die „Beratungslehrer Sucht“ verteilten. Die Daten wurden wissenschaftlich ausgewertet, die Fachtagung zur Auswertung „Ecstasy – was steckt eigentlich dahinter“ besuchten zahlreiche Schulen und Jugendeinrichtungen. In der Folge beschlossen die politischen Gremien die Einrichtung des o.g. Internetprojektes. In Köln versteht sich das Netzwerk Suchtprävention als Arbeitskreis der zentralen Arbeitsgemeinschaften nach § 78 KJHG.



## Literaturhinweise

Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz,  
Landesstelle Nordrhein-Westfalen e.V. (Hrsg.)  
Jugendschutz-Info. Köln. AS

Deutsches Institut für Urbanistik (Difu)(Hrsg.)  
Bundeswettbewerb „Vorbildliche Strategien kommunaler Suchtprävention“  
Oktober 2005 bis Juni 2006 Dokumentation. Berlin

Farke W., Graß H., Hurrelmann K.,  
Drogen bei Kindern und Jugendlichen.  
Legale und illegale Substanzen in der ärztlichen Praxis. Stuttgart. Thieme

Graß H., Renkawitz M. (Hrsg.)  
Kölner Schülerbefragung zum Thema „Ecstasy“ Herzogenrath. Shaker

JSchG BGB I 2005 Sachgebiet FNA GESTA

Schellhorn (Hrsg.)  
SGB VIII/KJHG. Sozialgesetzbuch achtes Buch –Kinder- und Jugendhilfe.  
Neuwied. Luchterhand

Verein für Kommunalwissenschaften (VfK)(Hrsg.)  
Vorbildliche Strategien kommunaler Suchtprävention. Fachtagung 2005  
Dokumentation. Aktuelle Beiträge zur Kinder- und Jugendhilfe Bd. 3 Berlin. VfK

## Weitere Information zum Jugendschutz unter:

[www.jugendschutz.de](http://www.jugendschutz.de)  
[www.aj.nrw.de](http://www.aj.nrw.de)



## 4.7 Checkliste für Jugend- und Gesundheitsämter

### Kommunale Suchtprävention

- Gibt es einen Auftrag „Suchtprävention“ innerhalb der Kommune?
- Wenn ja, bei wem?
- Gibt es eine kommunal koordinierende Stelle?
- Welche weiteren kommunalen Behörden kommen als Kooperationspartner oder Ansprechpartner (Kulturamt, Ordnungsamt) in Frage?

### Suchtprävention im Nachtleben – NACHTS LEBEN – als Baustein im Gesamtkonzept

- Gibt es bereits Suchtpräventionsaktivitäten oder Drogeninformationsprojekte in Clubs, auf Partys oder anderen Musikgroßveranstaltungen? Wie sehen diese aus? Wer sind die Ansprechpartner?
- Existiert ein kommunales Konzept der Suchtprävention?

### Freie Träger als Kooperationspartner – Subsidiaritätsprinzip

- Welche freien Träger machen in der Kommune Suchtprävention?
- Besteht Interesse bei einer NACHTS LEBEN-Veranstaltung zusammenzuarbeiten?

### Arbeitskreise und Netzwerke

- Gibt es einen sich regelmäßig treffenden Arbeitskreis? Wer ist Ansprechpartner?
- Welche Aktivitäten hat der Arbeitskreis bisher durchgeführt, was ist geplant?
- Gibt es ein Suchtpräventionskonzept nach dem der Arbeitskreis vorgeht oder sind es nur Einzelaktivitäten?
- Weitere mögliche Ansprechpartner finden Sie in den Netzwerken und Arbeitsgemeinschaften, insbesondere in der AG § 78 KJHG.

### Jugendschutzgesetz und andere gesetzliche Grundlagen

- Sind die Jugendschutzgesetze eingehalten?





# 5

**Anregungen für Clubs zur Ver-  
hinderung von Drogenproblemen**

## 5 Anregungen für Clubs zur Verhinderung von Drogenproblemen

Ziel dieses Moduls ist es Party-Veranstalter und -Veranstalterinnen sowie Clubbetreiber für gesundheitsförderliche und suchtpreventive Maßnahmen im Nachtleben zu gewinnen. Darüber hinaus möchte der Leitfaden schon im Vorfeld Kooperationen mit andern Akteuren fördern, um Konflikte zu vermeiden und mehr Ressourcen zur Verfügung zu haben. Mit gezielten ineinander greifenden Maßnahmen soll die Gestaltung eines gesundheitsförderlichen Nachtlebens unterstützt werden, risikominimierende Strategien gilt es zu fördern.

### 5.1 Bedarf und Inhalte suchtpreventiver Angebote im Nachtleben

In Clubs und auf Großpartys aller Musikrichtungen treffen sich abends, insbesondere am Wochenende, Jugendliche und junge Erwachsene, um sich zu vergnügen und dabei nicht selten, neben Alkohol und Zigaretten, auch verschiedene illegale Drogen zu konsumieren. Der Konsum von legalen Drogen (Alkohol, Nikotin) aber insbesondere illegalen Drogen (Cannabis, Ecstasy, Kokain, Amphetamine etc.) wird von unterschiedlichen Institutionen, insbesondere Polizei, Ordnungsbehörde, Jugend- und Gesundheitsamt problematisiert. Teilweise wird mit Maßnahmen darauf reagiert, die bis zur Einstellung der Party oder Schließung des Clubs führen können. Zur Kontaktaufnahme zwischen Clubbetreibern und Partyveranstaltern mit Polizei, Ordnungsbehörden und Drogenberatungsstellen kommt es oft erst bei Konflikten, dann, wenn Vorbehalte eine Kommunikation bereits erschweren.

Konflikte mit Polizei und Ordnungsamt wegen Drogenkonsum

Hinzu kommen die gesundheitlichen Risiken für die Gäste der Veranstaltung, die mit dem Drogenkonsum verbunden sind. Eine Information über die Wirkungen und Risiken des Drogenkonsums findet im Nachtleben meist nur über Gleichaltrige oder Dealer statt. Von der klassischen Drogenberatung werden die Drogenkonsumierenden auf Partys nicht erreicht. In Abhängigkeit von Dosis der Substanz, Konstitution der Konsumierenden und der Konsumsituation können leichte und zum Teil gravierende kurz- und langfristige gesundheitliche Folgen auftreten, z.B. Herz-Kreislauf-Probleme, Austrocknung, psychische Störungen, Erkrankungen der Atemwege etc. Hinzu können Unfälle, Körperverletzung, sexuell übertragbare Krankheiten kommen.

Gesundheitliche Risiken durch Drogenkonsum



selbstkritische  
Auseinandersetzung  
mit dem eigenen  
Drogenkonsum  
im Rahmen einer  
gesundheits-  
verträglichen  
Partyorganisation

Suchtprävention in der Party-Szene zielt auf eine selbstkritische Auseinandersetzung der Gäste mit dem eigenen Drogenkonsum im Rahmen einer möglichst gesundheitsverträglichen Party- oder Cluborganisation. Szenenahe Projekte, die entweder Bestandteil der Arbeit einer Drogenberatungsstelle sind oder durch einen eigenen Verein getragen werden, bieten für diesen Zweck niedrigschwellige Suchtprävention im Nachtleben an. Die Praxis zeigt, dass Partybesucher und -besucherinnen u.a. durch Info-Flyer und Beratung vor Ort gut erreichbar sind. Jüngliche Konsumentinnen und Konsumenten sollen dabei zu einer kritischen Reflektion ihres Drogenkonsums angeregt und zu einer selbstkritischen, verantwortungsvollen Haltung befähigt werden.

Durch die kooperative Zusammenarbeit zwischen Behörden vor Ort, Veranstaltern und Beratungseinrichtungen soll ein gesundheitsförderndes Nachtleben strukturell verankert werden. Die umfassenden Strategien zur Suchtprävention und Gesundheitsförderung, die direkt im Nachtleben ansetzen, werden als NACHTS LEBEN bezeichnet. Zur Durchführung suchtpreventiver Maßnahmen im Sinne von NACHTS LEBEN ist es wesentlich, mit einer oder mehreren Institutionen zusammenzuarbeiten: Ohne eine Drogenberatungsstelle oder ehrenamtliche Szene-Initiative ist es nicht möglich, einen Informationsstand oder andere suchtpreventive Aktivitäten auf einer Party oder in einem Club qualitätsgesichert anzubieten.

## 5.2 Bedeutung von suchtpreventiven Aktionen für Veranstalter

Suchtpreventive Maßnahmen in einem Club oder auf einer Party sind für Veranstalter eine Möglichkeit des proaktiven Umgangs mit dem Thema Drogenkonsum im Nachtleben. Sie sind für Besucher und Besucherinnen, für Behörden und für die Öffentlichkeit ein positives Signal, für Dealer die Botschaft, dass dieser Club kein sicheres Terrain für ihre Geschäfte ist.

Verantwortungs-  
bewusstsein zeigen

Der Veranstalter zeigt mit der Unterstützung suchtpreventiver Aktionen nach innen und außen sein Verantwortungsbewusstsein und sein soziales Engagement, dies kann für verschiedene Behördenvertreter und -vertreterinnen ein relevanter Aspekt sein. Darüber hinaus ermöglicht ein proaktiver Umgang mit der Drogen-thematik dem Veranstalter auf mögliche Probleme in diesem Zusammenhang schneller, flexibler und sicherer reagieren zu können. Die Botschaft für die Gäste, ein offener Konsum ist nicht erwünscht, es gibt aber die Möglichkeit den Konsum, die Risiken und Folgen des Konsums zu thematisieren und sich beraten zu lassen. Hiermit übernimmt der Veranstalter eine Vorbildfunktion, speziell für das jüngere Publikum.

Gerade ehrenamtliche Szene-Initiativen können Präventionsaktivitäten anbieten, die authentisch sind und beim Publikum auf positive Resonanz stoßen. Sie können durch das Kennen der Szene im Club sensibel vorgehen. Ein entsprechend professionelles Programm kann für den Club und für die Gäste eine erhöhte Attraktivität bedeuten.

Durch die Gespräche der Beratungsstelle oder Szene-Initiative mit den Gästen kann Kritik an eine quasi neutrale Instanz bzgl. des Clubs/Events gegeben und auch für den Veranstalter genutzt werden, z.B. Rückmeldungen zu Getränkepreisen, Belüftung, sanitären Anlagen, Besucherstruktur. Für den Veranstalter können externe Akteure zu relevanten Feedback-Kanälen werden, da sie über Gespräche und Beobachtungen aktuelle Themen der Szenen erfahren.



Ein Veranstalter, der suchtpreventive Maßnahmen auf seiner Party oder in seinem Club durchführt oder -führen lässt, hat die Möglichkeit Verbesserungspotential für den Club zu entdecken.

Der Umsetzungsaufwand ist für den Club oder die PartyveranstalterIn in der Regel minimal, meist fallen keine oder geringe Kosten an. Neben einer prinzipiellen Bereitschaft und dem Bereitstellen der Location ist zumeist kein erhöhter Aufwand notwendig. Die Nutzung der suchtpreventiven Maßnahme als Aufhänger für eine Pressemeldung ist für die PR-Abteilung des Clubs interessant, um einer öffentlichen Meinung von Drogenmissbrauch vorab entgegen zu wirken und das Handeln des Clubs als proaktiv vorzustellen. Ein gemeinsamer offensiver Auftritt in der Öffentlichkeit, bei dem die kooperierenden Institutionen, z.B. Behörden, zusammen mit dem Club in Erscheinung treten, ist hier behilflich.

Durch die Kooperation mit einer Einrichtung der Suchtvorbeugung können im Rahmen einer Aktion der Austausch zwischen Veranstalter und Behörden initiiert bzw. verbessert und zugleich die Folgen des Drogenkonsums verringert werden.

### 5.3 Voraussetzungen für eine Veranstaltung mit suchtpreventiven Elementen

Eine Voraussetzung für suchtpreventive Aktionen ist, dass sie in das normale Clubangebot integriert werden können, d.h. sie sollten in Design und Image zur Veranstaltung passen. Die Beratungsstellen bzw. Szene-Initiativen kommen deshalb zumeist mit jüngeren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die dem Alter des Publikums entsprechen, da so die Hemmschwelle für den Erstkontakt mit den Jugendlichen verringert wird. Die Maßnahmen und Aktionen sollten szenekompatibel angezeigt und beworben werden. Darüber hinaus wäre eine konzertrierte Presseaktion bzw. ein Pressekit, um die örtliche Presse zu bemustern, für Veranstalter begrüßenswert.

Eine Regelmäßigkeit der Aktionen sollte angestrebt und nach außen kommuniziert werden, um sie den Gästen als festes Angebot offerieren zu können. Die Besucherinnen und Besucher mit Gesprächsbedarf sollten wissen, wann eine Beratung möglich ist.

Suchtpreventive Angebote zur Erhöhung der Attraktivität

Gemeinsamer offensiver Auftritt in der Öffentlichkeit



Information, Klärung und Abstimmung der suchtpreventiven Aktivitäten vorab

Der Clubbetreiber benötigt vor dem Veranstaltungstermin für seine Vorbereitungsphase dezidierte Informationen, um sich für die konkreten suchtpreventiven Maßnahmen zu entscheiden, die die Fachleute der Suchtprevention bereitstellen müssen, z.B. in Form eines Konzepts. Folgende Fragen sollten von den Fachleuten beantwortet werden:

- Welche Aktionen sind genau geplant und wie lassen sie sich umsetzen?
- Wie erfolgt die Ansprache der Gäste?
- Sieht die Aktion Angebote zu Gesprächen vor oder nur die Auslage von Infomaterial?

Weitere für den Veranstaltungstermin bedeutsame Aspekte:

- Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kooperationspartner sind vor Ort beteiligt?
- Welche Beteiligung ist vom Betreiber gefordert?
- Haben die suchtpreventiven Maßnahmen Auswirkungen auf das Programm bzw. sind interaktive Elemente geplant, wie z.B. Drunkbuster und Mindmachines?
- Welche technischen Voraussetzungen sind nötig?
- Müssen weitere Mitarbeiter der Party in die Kooperation und die dafür notwendigen Vorbereitungen eingebunden sein?

Das Clubpersonal sowie der Sicherheitsdienst sollten über die suchtpreventiven Aktivitäten für sie aufbereitete Informationen erhalten. Sämtliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die mit Publikum in Kontakt kommen, müssen über die Aktionen informiert sein. Darüber hinaus benötigt der Veranstaltende Informationen über Hintergrund, Träger/Verein, Maßnahme etc., die für eine Pressemitteilung aufbereitet werden können.

Vorab muss darüber informiert werden, wer die Koordination der Akteure, der verschiedenen Kooperationspartner übernimmt. Auch die Kommunikation auf der Veranstaltung sollte im Vorfeld abgesprochen werden.

Der Kontakt mit lokal zuständigen Behörden gehört zu den originären Aufgaben eines Veranstalters vor einer Party. Für eine Veranstaltung, die die NACHTS LEBEN-Richtlinien beinhaltet, sind verschiedene Elemente zu beachten, dies kann z.B. bedeuten:

- Eine oder mehrere Aktionen zur Suchtprevention finden auf der Veranstaltung statt. Während der Party besteht die direkte Möglichkeit, sich über die gesundheitlichen Auswirkungen von psychoaktiven Substanzen und Konsum zu informieren, sowohl durch Fachleute vor Ort wie auch durch Infomaterial. Gegebenenfalls werden Flyer über die Einrichtung, die Suchtprevention vor Ort durchführt, ausgelegt.
- Bei der Planung der Veranstaltung sind lokale, kommunale Behörden eingebunden. Die Kooperation der Behörde wird nach außen gegebenenfalls durch die Nennung auf dem Plakat gezeigt.
- Ein Chill-Out-Raum bzw. -Bereich ist auf der Veranstaltung vorhanden.
- Mindestens zwei alkoholfreie Getränke sind im Verkauf preiswerter als das günstigste alkoholische Getränk.
- Leitungswasser ist in Trinkqualität ausreichend verfügbar.
- Die Rettungskette für Erste Hilfe bei Drogennotfällen wird durch die Suchtpreventionsfachkräfte vor Ort überprüft. Zusätzlich werden den Veranstaltern Schulungsangebote gemacht.

Elemente suchtpreventiver Aktionen auf Partys



Es empfiehlt sich begleitende Maßnahmen einzuleiten:

- Wegen der Glaubwürdigkeit bei der Zielgruppe sollte auf die Unterstützung und Werbemittel der Alkoholindustrie verzichtet werden.
- Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit und des Sponsorings sollten gegebenenfalls prominente Personen angesprochen werden.
- Dem Jugend- bzw. dem Gesundheitsamt sollte das Konzept der Aktion weitergeleitet werden, mit der Bitte um eine fachliche Stellungnahme.
- Vorsorge für Unfälle treffen, mit Hilfe der Prävention über das vorgeschriebene Maß hinaus.
- Rückmeldungen über die suchtpreventive Aktion sollten von der Drogenberatungsstelle oder der Szene-Initiative erbeten werden, z.B. statistische Daten zur Aktion, die Anzahl der Gespräche, die populärsten Themen. Im Idealfall wird der Veranstalter automatisch mit Informationen versorgt.

## 5.4 Lohnende Eigeninitiativen

Die meisten Veranstalter reagieren erst, wenn sie von einer Beratungsstelle oder Szene-Initiative angesprochen werden. Ihre Motivation, sich an einer Aktion zu beteiligen, steigt, je besser die Aktion geplant ist. Veranstalter können aber auch über die Kooperation hinaus zur Verbesserung der Atmosphäre in ihrem Club und zur Verringerung von unangenehmen und kostenintensiven Begleiterscheinungen des Konsums legaler und illegaler Drogen eigenständig suchtpreventive, gesundheitsförderliche Maßnahmen umsetzen.

Über den Sicherheitsdienst an der Tür erhält der Veranstalter Transparenz. An der Eingangstür und evtl. an anderen markanten Punkten könnten Hinweisschilder mit entsprechenden Slogans aufgehängt werden. Das Aufstellen von Terminals mit einer Verlinkung zu entsprechenden Websites kann relativ einfach umgesetzt werden und schafft einen zusätzlichen Programmpunkt, ist sozusagen Infotainment für die Besucher und Besucherinnen.

Drogennotfall- und Erste-Hilfe-Kompetenzen sollten vorhanden sein. Die Anwesenheitspflicht von Sanitätern ab einer bestimmten Größe der Veranstaltung ist gesetzlich abgesichert. Auf kleineren Veranstaltungen und in Clubs sollte immer ein Sanitäter pro Schicht anwesend sein.

Ein Gütesiegel und eine Zertifizierung von Clubs würde eine Aufwertung der Veranstaltungen bzw. des Clubs bedeuten. Unterschiedliche Beispiele für Selbstverpflichtungen von Clubs mit suchtpreventiver Zielsetzung gibt es in Stuttgart („clubs against drugs“ und in der Schweiz „safer clubbing-Label“

Suchtpreventive  
Aktionen des  
Veranstalters

Selbstverpflichtung  
und Gütesiegel

## 5.5 Checkliste für Partyveranstalter und Clubs

### Vorbereitungen

- Sind die suchtpreventiven Maßnahmen professionell und attraktiv?
- Gibt es für den Veranstalter oder den Clubbetreiber die Möglichkeit sein soziales Engagement und sein Verantwortungsbewusstsein öffentlich zu machen?
- Das Jugend- oder das Gesundheitsamt sollten ein Konzept der Aktion erhalten und um eine fachliche Stellungnahme gebeten werden.
- Das Interesse an gemeinsamen PR-Aktionen mit den Kooperationspartnern muss formuliert werden.
- Der Veranstalter muss mit der Beratungsstelle oder der Szene-Initiative klären, welche Aktionen und suchtpreventiven Elemente aus seiner Sicht gewünscht und umsetzbar sind.
- Die Szene-Initiative bzw. die Beratungsstelle sollten gebeten werden, die suchtpreventive Aktion konzeptionell darzulegen.
- Es sollte überprüft werden, ob die suchtpreventive Aktion in das Clubangebot integriert werden kann.
- Sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Szene-Initiative oder der Beratungsstelle zielgruppenkompatibel?
- Bekommt der Veranstalter für die Vorbereitungsphase dezidierte Informationen über die konkrete Aktion zur Verfügung gestellt?



## Party

- Es ist zu klären, wer die Koordination der Maßnahmen auf der Veranstaltung übernimmt.
- Sämtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen über die Aktionen informiert sein.
- Der Sicherheitsdienst und die Mitarbeiter mit Besucherkontakt benötigen konkrete Informationen.
- Mit Hilfe der Prävention könnte Vorsorge gegen Unfälle über das vorgeschriebene Maß hinaus getroffen werden.
- Clubrelevante Rückmeldungen der Gäste könnten über die Akteure der Kooperationspartner eingeholt werden.



## Ergänzende Maßnahmen

- Gibt es Interesse, eigene suchtpreventive Aktionen umzusetzen?
- Kann wegen der Glaubwürdigkeit bei der Zielgruppe auf die Unterstützung und Werbemittel der Alkoholindustrie verzichtet werden?
- Besteht die Möglichkeit im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit und des Sponsorings gegebenenfalls prominente Personen anzusprechen?
- Rückmeldungen über die suchtpreventive Aktion sollten von den Kooperationspartnern erbeten werden.





***Sponsoring für Veranstaltungen  
mit suchtpreventivem Angebot***

## 6 Sponsoring für Veranstaltungen mit suchtpreventivem Angebot

Das Sponsoring-Modul soll Club- und Eventveranstaltern jeglicher Art in kurzer Form über Möglichkeiten der Refinanzierung durch Sponsoring bei der Durchführung von Party-, Club- und Musikveranstaltungen mit suchtpreventivem Charakter informieren. Es soll über die Arten, Charakteristiken, Voraussetzungen und Risiken des Sponsorings Auskunft geben und dem Veranstaltenden Wege des Fundraising – also der Akquisition von Geldern aus der Industrie – aufzeigen.

### 6.1 Arten und Methoden des Sponsorings

Grundsätzlich versteht man unter Sponsoring die Unterstützung einer kulturellen, sportlichen, wissenschaftlichen oder sozialen Einrichtung mit Finanz- oder Sachmitteln durch eine Person oder ein Unternehmen. Ziel ist das Ansehen oder die Bekanntheit des Sponsoringgebers zu verbessern. Dabei fußt diese Marketingaktivität immer auf einem Sponsoring-Vertrag, der die Eckdaten, die Art und Weise des Engagements, dessen Dauer und Umfang sowie die gegenseitigen Leistungen festschreibt.

Definition von Sponsoring

Die Abgrenzung zum Mäzenatentum oder auch Spendenwesen besteht darin, dass beim Sponsoring immer eine klar definierte Leistung und Gegenleistung verhandelt wird. Ein weiterer Unterschied ist, dass das Sponsoring fest in die Kommunikationspolitik des Unternehmens integriert ist und somit geplant und systematisch betrieben wird. Sponsoring wird in Unternehmen als Teil des Marketing-Mixes angesehen. Große Unternehmen beschäftigen oft eine oder mehrere Personen innerhalb der Marketingabteilung, die sich ausschließlich mit dem Instrument des Sponsorings beschäftigen. Zum Teil ist das Sponsoring in der PR-Abteilung angesiedelt, da es beim Sponsoring auch um die Verbesserung des Kontaktes zur Öffentlichkeit geht.

Im Gegensatz zur klassischen Werbung geht es beim Sponsoring weniger um die Verbreitung einer Werbebotschaft für ein konkretes Produkt, sondern eher um die positive Darstellung der Marke bzw. des Unternehmens. Es wird zwischen der sich engagierenden Institution/Person, dem Sponsoringgeber, und der empfangenden Organisation/Person, dem Sponsoringnehmer, unterschieden.

Bei der Wahl des Sponsoring-Gegenstandes wird in den sich engagierenden Organisationen zunächst von der Frage ausgegangen, welche Imagekomponenten kommuniziert bzw. verstärkt werden sollen. Will ein Unternehmen seine Marke eher sportlich aufladen, bietet sich ein Engagement im Sportbereich an. Glaubt es von einem sozialen Image profitieren zu können, macht ein Sponsoring im sozialen Bereich Sinn.

Vielfältige Methoden des Sponsorings

Die Methoden des Sponsorings sind vielfältig. Von der Logopräsentation auf Trikots, Postern, Flyern, Anzeigen, Gewinnspielen und TV/Radio-Spots, der Präsentation der Produkte vor Ort durch Verteilen oder Verköstigen der Produkte, über die Einladung von Kunden und Geschäftspartnern mit persönlichem Anschreiben zu einem bestimmten Event, der Präsentation eines eigenen Bereichs wie zum Beispiel einer VIP-Area bis hin zum Titelsponsoring ist alles möglich. Wichtig ist, dass der Name des Sponsor-Gebers mit dem des Sponsor-Gegenstandes in Verbindung gebracht wird. Zumeist wird der Sponsor mit Vermerken wie: „mit freundlicher Unterstützung von ...“ oder „powered by...“ genannt.

Sponsoring unterscheidet sich weiterhin in Haupt- und Co-Sponsoring. Diese Unterscheidung zielt bei der Integration mehrerer Sponsoren auf den Umfang des Engagements im Vergleich der Sponsoren ab. Der Hauptsponsor ist in der Regel wesentlich sichtbarer und zahlt dementsprechend auch einen weitaus größeren Betrag an den Sponsoring-Nehmer.

## 6.2 Ziele, Zielgruppen und Erfolgskontrolle des Sponsorings

Beim Sponsoring gibt es zwei globale Ziele: erstens die schlichte Bekanntmachung einer Marke oder eines Unternehmens, zweitens die Verbesserung des Images. Beim ersten Ziel geht es lediglich darum, das Logo oder Produkt des Unternehmens möglichst oft und präsent der Zielgruppe vorzuführen, um die entsprechenden Lerneffekte zu erzielen.

Bekannt machen der Marke – Positives Image erzeugen

Ziel Nummer zwei ist ein wenig komplexer. Hier geht man davon aus, dass der Sponsoring-Gegenstand über ein positives Image verfügt, welches durch das Engagement auf den Sponsoring-Geber übergeht. Man spricht in diesem Zusammenhang von einem positiven Imagetransfer. Mögliche Images könnten eine hohe Sportlichkeit, Dynamik, Coolness, Sympathie, Fortschrittlichkeit etc. sein.

Für beide Ziele ist wichtig, dass die Zielgruppe des Sponsoring-Gegenstandes mit der Wunschzielgruppe des Unternehmens übereinstimmt. Hier sollte der Sponsoringnehmer bei der Selektion der möglichen Partner schon im Vorfeld überprüfen, ob grundsätzliche sozio-demographische Kriterien wie Alter, Geschlecht, Einkommen oder Interessengebiet der eigenen Zielgruppe mit der des potentiellen Sponsors übereinstimmen.

Durch die Beobachtung der Aktivitäten des Unternehmens, wie sonstige Sponsorings oder auch Gestaltung der Spots und Auswahl der Medien für die Werbung, kann man schon einige Schlüsse auf die Zielsetzung des möglichen Partners ziehen.

Viele Unternehmen haben das Instrument Sponsoring im Laufe der letzten Jahre zunehmend professionalisiert. Bei solchen Sponsor-Profis gibt es eine genaue Erfolgskontrolle, die bei der Befragung von Eventbesuchern bezüglich der Wahrnehmung anfängt und in Langzeitstudien über die Veränderung der Bekanntheit und des Images bei der Zielgruppe endet.



### 6.3 Chancen und Risiken des Sponsorings

Sowohl auf Seiten des Sponsors als auch auf der Seite des Sponsoring-Nehmers gibt es Chancen und Risiken. Für den Nehmer bietet sich die Möglichkeit der budgetären Entlastung, bzw. der Verbesserung der Event-Infrastruktur, der Organisation, der Werbung für sein Produkt oder der Verbesserung seiner Einkommenssituation. Der Sponsoring-Geber erhofft sich, wie beschrieben, eine Verbesserung des Images und des Bekanntheitsgrades. Diese Ziele lassen sich am besten erreichen, wenn das Engagement als passend empfunden wird und der Sponsor sich sichtbar, aber nicht störend, in den Event integriert. Sehr positiv ist auch, wenn der Sponsor den Besuchern einer Veranstaltung einen Service oder Zusatznutzen bietet, der sonst auf solchen Veranstaltungen üblicherweise nicht möglich ist und damit positiv auf den Sponsor zurückstrahlt.

Die Risiken bestehen in erster Linie in der falschen Auswahl des Sponsors bzw. des Sponsorgegenstandes. Der Sponsor muss in jedem Fall zum Sponsor-Gegenstand passen. Wenn beispielsweise ein Produzent von Anti-Schuppen-Schampoo einen Clubevent sponsert und auf dem DJ-Pult ein Logo des Produzenten erscheint, ist dies erstmal erklärungsbedürftig. Die Assoziation, dass der DJ eventuell vermeiden will, dass seine Schuppen auf die Schallplatten rieseln, führt sicherlich eher zu einem Lustigmachen der Besucher über das Placement. Dies schadet eher dem Image des Sponsors. Sowohl der Sponsor als auch der Gesponserte muss also darauf achten, dass ein Fitting zwischen den Partnern besteht oder dass das Engagement genügend erklärt wird. Auch der Gesponserte muss aufpassen, dass das Image seiner Veranstaltung nicht dadurch leidet, dass der Sponsor nicht in die Veranstaltung passt, ein zu schlechtes Image hat oder sich unpassend präsentiert. Wenn zum Beispiel ein Spirituosenproduzent als Sponsor auf einem Festival auftritt, zu dem in der Mehrzahl jugendliche Besucher erwartet werden, kann dies in der Öffentlichkeit zu negativen Reaktionen führen, die sowohl schlecht für das Image des Veranstalters, als auch für das des Sponsors sind.

Risiko des falschen Sponsors

Weitere Risiken sind, dass die anvisierten Zuschauerzahlen nicht erreicht werden, die Medienberichte ausbleiben, schlecht sind oder unvorhersehbare Dinge passieren, wie Schlägereien, Drogenexzesse oder Ausfälle von gebuchten Künstlern. Auch Organisationsfehler wie das Verpassen von Anzeigenschlüssen oder dem Vergessen wichtiger Komponenten können zu fatalen Folgen führen. In diesen Fällen ist der Veranstalter nicht nur für seine eigenen Probleme verantwortlich, sondern wird unter Umständen noch einem enttäuschten oder verärgerten Sponsor Erklärungen schuldig sein, sich im schlimmsten Falle Regressforderungen gegenüber sehen.

Ein besonderes Risiko für Veranstaltungen mit suchtpreventivem Ansatz besteht darin, dass es trotz der ausdrücklichen Ausschreibung als NACHTS LEBEN-Party zu Drogen-Vorfällen kommt. Aufgrund der darauf folgenden Negativ-Berichterstattung kann es sowohl für den Veranstalter als auch für den Sponsor zu Imageschäden kommen. Dieses Risiko ist nicht ganz auszuschließen, da NACHTS LEBEN dort stattfinden soll, wo riskant Konsumierende erreicht werden können, lässt jedoch keine Rückschlüsse auf das Konzept zu. Dennoch muss dies dem Sponsor im Vorfeld bekannt sein.

Gesundheitliche Risiken des Konsums illegaler Drogen

## 6.4 Methoden für Party- und Clubveranstaltungen mit suchpräventiven Aktivitäten

Wenn alle bisher genannten Voraussetzungen erfüllt sind, also in erster Linie das Fitting zwischen dem Geber und dem Event besteht, können alle Methoden des Sponsorings eingesetzt werden. Es können die Logos der Sponsoren auf Werbemittel übernommen werden, der Sponsor kann sich vor Ort mit Sampling-Aktionen – also dem Verköstigen oder Verteilen der Produkte engagieren, wenn diese nicht zu aufdringlich sind. Er kann den Besuchern einen besonderen Service bieten (z.B. Rückenmassagen), er kann sich sogar als Titelsponsor integrieren.

Beim Titelsponsoring sollte man allerdings beachten, dass der Image-Bezug zwischen Sponsor und Event besonders deutlich ist, dass also dem Sponsor bereits eine Kompetenz für den Event zugeordnet wird, so dass dies nicht zu gekauft aussieht. Wenn zum Beispiel ein Getränkehersteller eine Party sponsert, ist dies noch nachvollziehbar, wenn allerdings die Barmer Ersatzkasse einen Rockevent sponsert, sollte sie lieber auf ein Logosponsoring als auf ein Titelsponsoring abzielen, denn eine Veranstaltung die z.B. „BEK-Rocknacht“ heißt, wird bei der Zielgruppe eher auf Reaktanz stoßen. Je nach Größe der Veranstaltung können auch mit mehreren Sponsoren Verträge abgeschlossen werden. Es sollte jedoch darauf geachtet werden, dass jeder Sponsor einen prägnanten Auftritt hat.

## 6.5 Bedingungen für erfolgreiches Sponsoring

Um Sponsoring im Eventbereich erfolgreich durchführen zu können, müssen bestimmte Bedingungen erfüllt sein. Zunächst einmal muss der Sponsor davon überzeugt werden, dass ein Markt für die Veranstaltung besteht. Das wichtigste Kriterium für einen Sponsor sind die erreichbaren Kontakte (Besucherinnen und Besucher vor Ort, Kontakte durch Medienberichte vor und nach der Veranstaltung und die Kontakte durch die werblichen Maßnahmen des Veranstalters). Es ist unmöglich, eine konkrete Zahl zu nennen, ab wie vielen Kontakten eine Veranstaltung interessant ist. Hier geht es nur um die Relation zwischen finanziellem Engagement und potentiell erreichbarer Zielgruppe. Als Daumenregel für die Höhe des Engagements kann man sagen, dass Sponsoren für ein Event-Sponsoring € 0,50 pro Besucher ausgeben. Bei kleinen Veranstaltungen kann der Betrag höher ausfallen und bei besonders starkem Medieninteresse wird der Sponsor sicherlich mehr zahlen können.

Bei bereits durchgeführten Veranstaltungen kann der Veranstalter die bisherigen Besucherzahlen und die Medienberichte sowie Werbekontakte als Verkaufsargument für den potentiellen Sponsor vorlegen. Alle Zahlen, Belege und Berichte sollten dem Interessenten gezeigt werden, damit er sich ein Bild über den subjektiven Marktwert machen und somit eine Entscheidung über das Engagement und das damit in Verbindung stehende Budget treffen kann.

Bei erstmalig durchgeführten Veranstaltungen sollte stichhaltig dargelegt werden, warum der Veranstalter an den Erfolg der Aktion glaubt (Nennung erfolgreicher Events in anderen Regionen, Trends, eigene Erfolge bei anderen Events etc.).



Dem Sponsor muss ferner dargelegt werden, dass die Zielgruppe auf dem Event mit der bereits erreichten oder der gewünschten Zielgruppe des Sponsors übereinstimmt. Hier ist der Abgleich mit dem Sponsor unabdingbar und es ist vorteilhaft, dem Finanzier einige Eckdaten wie Alter, Geschlecht, Szenezugehörigkeit, regionale Streuung vorzulegen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Exklusivität. Sollte der Sponsor sich bereit erklären, nicht als einziger Sponsor aufzutreten, muss auf jeden Fall klar sein, dass kein Mitbewerber aus der gleichen Branche infrage kommt. Jedem Sponsor sollte ein individueller Auftritt zugesagt werden. Generell sollte die Zahl der Sponsoren nicht zu groß werden, damit der einzelne Sponsor nicht untergeht.

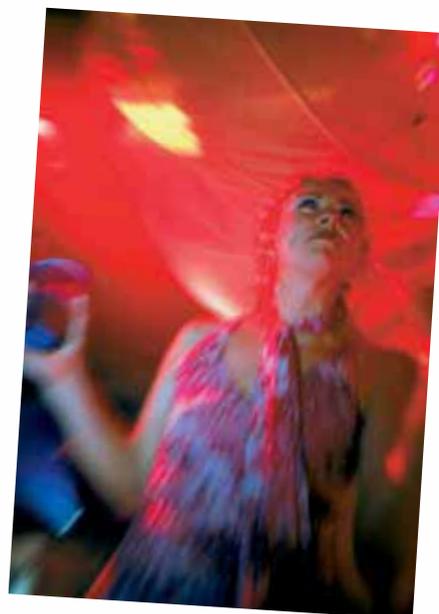
Wenn diese Bedingungen erfüllt sind, geht es darum, mit dem Sponsor einen passenden Auftritt zu finden. Im Idealfall wird dem Sponsor ein fertiges, individuelles Konzept vorgelegt, das Interesse weckt und den Interessenten durch das Fitting überzeugt. Oft ergeben sich durch die Diskussion mit dem Unternehmen neue Ideen oder Weiterentwicklungen, die dann noch adäquater sind.

Überzeugen des Sponsors durch ein Konzept

Da jeder Sponsoring-Geber andere Interessen verfolgt und andere Produkte vermarktet, ist es unmöglich, Mindestanforderungen zu nennen, die eine Veranstaltung interessant oder nicht interessant erscheinen lassen. Manche Sponsoren bevorzugen Massenveranstaltungen wie z.B. ein Rolling-Stones-Konzert, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Andere Sponsoren begnügen sich z.B. mit Straßenfesten oder Golf-Turnieren, weil sie nur an regionalen Kontakten interessiert sind oder nur eine spezielle Zielgruppe erreichen wollen.

Exklusivität des Sponsors

Generell kann man sagen, dass ein positives Image in Verbindung mit klar abgesteckten Zielgruppen vorteilhaft ist. Tendenziell werden Veranstaltungen mit vielen Besuchern und Kontakten eher gebucht als kleinere. Der Nachweis eines professionellen Medien- und Event-Managements ist auf jeden Fall unabdingbar, da ein Sponsor sich auf einer chaotischen Veranstaltung sicherlich nicht gut präsentiert fühlt.



Langer Vorlauf  
meist notwendig

Je länger der Vorlauf, desto besser. Die meisten Unternehmen planen ihre Werbeausgaben für das Geschäftsjahr schon sehr weit im Voraus. Das heißt, dass bestimmte Aktivitäten schon festgelegt sind, bevor das Geschäftsjahr beginnt und somit keine Mittel mehr für andere Aktivitäten frei sind. Das heißt nicht, dass man nicht kurzfristig noch einen Sponsor gewinnen kann, aber gerade bei großen Engagements ist es besser, mindestens ein halbes Jahr im Voraus Konzepte einzureichen. Oft ist es gut am Anfang des 4. Quartals anzufragen, da dann viele Unternehmen für das kommende Jahr planen. Am Anfang des Geschäftsjahres sind die Budgettöpfe noch voll.

Sponsoren müssen  
zur Suchtprävention  
passen

Veranstaltungen mit suchtpreventivem Charakter schließen von vornherein bestimmte Gattungen von Sponsoren aus: Alle Produzenten von suchtgefährdenden oder auch gesundheitsgefährdenden Produkten, wie Tabakhersteller, Kaffeeröster, Alkoholproduzenten und z.T. auch Pharma-Firmen können auf solchen Veranstaltungen kaum glaubhaft auftreten. Ein solcher Auftritt könnte insbesondere für den Veranstalter kontraproduktiv wirken. Auf der anderen Seite ergibt sich ein großes Feld an möglichen Sponsoren, die gesundheitsförderliche Produkte (Mineralwasserproduzenten, Kondomhersteller, Lärmschutzproduzenten, Krankenkassen etc.) oder die gesundheitsneutrale Produkte anbieten (Banken, Versicherungen, Kosmetikhersteller etc.), sich gerne in Umfeldern zeigen, die Party- und Eventcharakter haben, aber gleichzeitig sozial engagieren. Wünschenswert wäre bei Sponsoren aus dem gesundheitsneutralen Bereich, dass sie in den Augen der Öffentlichkeit schon ansatzweise ein soziales Image haben. Auch Produzenten von Produkten, die als Alternative zu suchtgefährdenden Produkten gelten, wären als Sponsor denkbar (zum Beispiel Anti-Raucher-Kaugummis, alkoholfreies Bier etc.).

Gerade Sponsoren, die normalerweise vor dem Sponsoring von konventionellen Partys/Events zurückschrecken, weil sie sich vor möglichen negativen Nachrichten über Drogenkonsum auf solchen Partys abschrecken lassen, könnten positiv entscheiden, wenn im Konzept öffentliche Partner beteiligt sind.



## 6.6 Schritte zur Kontaktaufnahme

Erstellung einer Liste der in Frage kommenden Sponsoren anhand von Zielgruppen-Ähnlichkeit zwischen Event und Sponsor;

### Informationen über den Sponsor einholen (via Internet/Medien oder von Geschäftspartnern) über

- Firmenstruktur (Welche Abteilung ist wofür zuständig?)
- Ansprechpartner (Telefonnummer, E-Mail, Position, eventuell Alter und sonstige Infos, je mehr, desto besser)
- Bisherige Sponsor-/Werbe-Aktivitäten (Was hat das Unternehmen bisher an ähnlichen Aktionen durchgeführt?)
- Sponsor-Logos für mögliche Präsentationen einholen

### Erstellung eines individuellen Sponsoring-Konzepts mit allen Infos zum Event

- Besucherzahlen
- Zielgruppe
- Auflistung der Bericht erstattenden Medien
- Anzahl der Kontakte
- Integrationsmöglichkeiten für den Sponsor

### Kontaktaufnahme

- Erster Kontakt am besten persönlich per Telefon
- Kurze, präzise Vorstellung des Anliegens
- Bei erstem Interesse, Termin verabreden oder, wenn gewünscht, vorab ein detailliertes, schriftliches Konzept mit allen Infos anbieten
- Persönliche Präsentation des Konzeptes vorbereiten (Bildschirm oder Hand-out in mehreren Ausfertigungen etc.)

Auf Vorschläge des Sponsors eingehen; hier hat man die größte Chance, sein Anliegen durchzubringen. Deshalb muss der Auftritt absolut professionell sein. Achtung: Der Sponsor verlangt immer viel, soll die Aktion jedoch lediglich begleiten und nicht übernehmen. Die Veranstaltung und die Zielgruppe müssen immer im Vordergrund der Verhandlungen stehen.

### Vertragsabschluss

- Immer schriftlich, unter Umständen durch Rechtsberater absichern;
- Die Leistungen beider Partner genau definieren. Alle Punkte sollten vorher bis ins Detail mit dem Sponsor abgesprochen sein (Logogrößen, Design, Farben, Timing etc).

### Während der Umsetzungsphase

Den Sponsor über alle Veränderungen informieren und diese ggf. schriftlich fixieren. Bei Problemen, z.B. bei Verzug durch Schwierigkeiten mit der Druckerei, Sponsor sofort informieren und Lösungsvorschlag machen; nicht hinterher Ausreden suchen. Der Sponsor ist Partner! Sponsor und Sponsorengäste persönlich einladen und vor Ort betreuen.

### Nach der Veranstaltung

Dem Sponsor eine komplette Auswertung mit Fotos, Presseberichten etc. zukommen lassen, inklusive einem Dankeschreiben. Eventuell eine Nachbesprechung anregen.

## 6.7 Checkliste für Sponsoring

### Arten und Methoden des Sponsorings

- Welche Art von Sponsoring bietet sich an?
- Welche Präsentationsmöglichkeiten können dem Sponsor geboten werden?
- Bietet die Veranstaltung genügend Fläche für mehrere Sponsoren?

### Ziele, Zielgruppen und Erfolgskontrolle des Sponsorings

- Hat meine Veranstaltung ein Image, wenn ja welches?
- Welche Unternehmen streben ein solches Image an?
- Was ist über die Zielgruppe bekannt?
- Welche Sponsoren könnten dieselbe Zielgruppe anvisieren?

### Chancen und Risiken des Sponsorings

- Kann ein Sponsor durch sein Engagement auf der Veranstaltung seinen Bekanntheitsgrad oder sein Image signifikant verbessern?
- Sind die Sponsoren passend?
- Können die angestrebten Kontakte mit der Veranstaltung wirklich geknüpft werden?
- Ist alles getan, um unerwünschte Vorfälle zu vermeiden?

### Methoden für Party- und Clubveranstaltungen mit suchtpreventiven Aktivitäten

- Wurden wirklich alle Präsentations-Möglichkeiten für einen Sponsor ausgeschöpft?



## Bedingungen für erfolgreiches Sponsoring

- Stimmt die Relation zwischen erwarteten Sponsorgeldern und Gegenleistung?
- Stimmt die Event-Zielgruppe mit der gewünschten Zielgruppe des Sponsors überein?
- Wird die Exklusivität für den/die Sponsor/en gewahrt?
- Ist der geplante Auftritt passend?
- Ist genügend Zeit für die Sponsoren-Akquisition eingeplant?
- Sind die Vorläufe der wichtigen Medien bekannt?
- Ist die eigene Timing-Checkliste gemacht?
- Welche Sponsoren kommen für eine solche Veranstaltung in Frage?
- Sind wirklich alle in Frage kommenden Firmen aufgelistet?
- Nimmt man dem angestrebten Sponsor ein Engagement bei einem Event mit suchpräventivem Charakter ab?
- Sind die Vereinbarungen mit den Sponsoren durchsetzbar?
- Wissen alle Sponsoren, wer noch beteiligt ist?
- Kommen die Sponsoren sich in die Quere?
- Ist die Exklusivität der Partner gewährleistet?
- Ist die Anzahl der Sponsoren sinnvoll?





# 7

***Beispiele für Partys mit  
suchtpräventivem Angebot***

## 7 Beispiele für Partys mit suchtpreventivem Angebot

Als ein Baustein kommunaler Suchtprävention bietet NACHTS LEBEN die Möglichkeit qualitativ gute Maßnahmen zur Suchtprävention auf Tanzveranstaltungen zu entwickeln und/oder bestehende Maßnahmen zu unterstützen. Die Kooperation unterschiedlicher Institutionen ist zur Förderung suchtpreventiver Maßnahmen im Sinne von NACHTS LEBEN wesentlich. Zur Veranschaulichung, der in den anderen Modulen ausgeführten Vorschläge und Kriterien zur Umsetzung von suchtpreventiven Maßnahmen im Nachtleben und im Freizeitbereich, folgen hier Beispiele zur gelungenen Umsetzung. Die Möglichkeiten und Grenzen von NACHTS LEBEN werden anhand der „NACHTS LEBEN – statt krank feiern“ Kooperationsprojekte und eines weiteren Praxisbeispiels – „Jeck Dance“ aus Köln – aufgezeigt.

NACHTS LEBEN  
Kooperative Projekte

### „NACHTS LEBEN – statt krank feiern“

Anlässlich des Welt-Drogen-Tages am 26.06.2004 hat der Arbeitskreis *Healthy Nightlife* das Projekt „NACHTS LEBEN – statt krank feiern“ initiiert und als Kooperationsprojekt der BZgA mit kommunalen Behörden, Drogenberatungsstellen, Szene-Initiativen und Partyveranstaltern durchgeführt. „NACHTS LEBEN – statt krank feiern“ bot Partygängern auf Techno-Partys in 5 deutschen Großstädten die Gelegenheit, in einem Ambiente zu tanzen und zu feiern, das suchtpreventive und gesundheitliche Aspekte berücksichtigte.

Das Bewusstsein für die Gefahren des riskanten legalen und illegalen Drogenkonsums sollte sowohl bei den jungen Menschen selbst als auch bei den Erwachsenen, die Kontakt mit Jugendlichen haben, z.B. Diskotheken- und Clubbetreibern, geschärft und zu einem verantwortungsbewussten Verhalten angeregt werden.

NACHTS LEBEN hat sich zur Aufgabe gestellt wirksame Präventionsmöglichkeiten zu entwickeln und risikominimierende Strategien im Nachtleben zu etablieren. Suchtprävention in der Partyszene zielt auf eine selbstkritische Auseinandersetzung mit dem eigenen Konsum im Rahmen einer möglichst gesundheitsverträglichen Partyorganisation. Durch die kooperative Zusammenarbeit zwischen Behörden vor Ort, Veranstaltern, Drogenberatungen, Suchtpreventionsstellen und Szene-Organisationen soll ein „Gesundes Nachtleben“ strukturell verankert werden. Ziel der Eventreihe „NACHTS LEBEN – statt krank feiern“ war die Umsetzung wirksamer, risikominimierender Präventionsstrategien im Nachtleben. Grundlage der Überprüfung bildeten sechs Kriterien, die Partys oder Clubs, die eine Veranstaltung nach NACHTS LEBEN durchführen wollen, berücksichtigen sollen.

Etablierung  
wirksamer Sucht-  
präventionsstrategien

Szenenahe  
Aufklärungs- und  
Beratungsarbeit

- Eine oder mehrere Aktionen zur Suchtprävention finden auf der Veranstaltung statt. Während der Party besteht die direkte Möglichkeit, sich über die gesundheitlichen Auswirkungen von psychoaktiven Substanzen und Konsum zu informieren, sowohl von Fachleuten vor Ort wie auch durch Infomaterial. Gegebenenfalls werden Flyer über die Einrichtung, die die Suchtprävention vor Ort durchführt, ausgelegt.
- Bei der Planung der Veranstaltung sind lokale, kommunale Behörden eingebunden. Die Kooperation der Behörde wird nach außen gegebenenfalls durch die Nennung auf dem Plakat gezeigt.
- Ein Chill-Out-Raum bzw. -Bereich ist auf der Veranstaltung vorhanden.
- Mindestens zwei alkoholfreie Getränke sind im Verkauf preiswerter als das günstigste alkoholische Getränk.
- Leitungswasser ist in Trinkqualität ausreichend verfügbar.
- Die Rettungskette für Erste Hilfe bei Drogennotfällen wird durch die Suchtpräventionsfachkräfte vor Ort überprüft. Zusätzlich werden den Veranstaltern Schulungsangebote gemacht.

### 7.1 „Alice – The Drug- and Culture Project“, Frankfurt

Das Alice-Project ist seit Mitte der Neunziger Jahre in verschiedenen Jugendkulturen tätig und wird mit Mitteln des Frankfurter Drogenreferats gefördert. Im Zentrum steht eine szenenahe Aufklärungs- und Beratungsarbeit in Bezug auf psychoaktive Substanzen, die gezielt an der Lebenswelt von Jugendlichen ausgerichtet ist. Zentral sind eine kurzfristige Risikominderung, eine Bewusstseinsentwicklung und bei Bedarf Hilfe bei Problemen. Das Ziel liegt in der Förderung einer Drogenmündigkeit. Generell bildet Alice einen Bezugspunkt vieler Jugendlicher, die ansonsten nicht erreicht werden bzw. ihren eigenen Aussagen gemäß nicht mit Erwachsenen über Drogen sprechen. Dabei thematisiert Alice auch die soziokulturellen Rahmenbedingungen und versucht verändernd auf diese einzugehen.

Das Alice-Team entschied sich bewusst für die Kooperation mit dem Tanzhaus West und dem daran anschließenden Club Cantina. Das Tanzhaus gehört zu den größeren Clubs in Frankfurt, ist aber nicht ausschließlich kommerziell ausgerichtet. Die Betreiber waren für die Safer-House-Kriterien offen und setzten diese im Rahmen ihrer Möglichkeiten bereitwillig um. Die Vorstellung, einen rein kommerziellen Club über die NACHTS LEBEN-Veranstaltung aufzuwerten, erschien dem Alice-Project als völlig unangemessen.

NACHTS LEBEN fand im Rahmen des jährlichen Sommerfestes der Clubs statt. Dem Alice-Project war es dabei wichtig auch Elemente zu integrieren, die den üblichen Rahmen einer Party-Veranstaltung bzw. insbesondere die weit verbreitete reine Konsumhaltung etwas aufbrechen und generell zu einer kritischen Auseinandersetzung anregen. Umgesetzt wurden unter anderem folgende Angebote, die durchgängig positiv angenommen wurden:



- Infostand zu Drogen und zu kulturellen Aspekten, sowie Gesprächs- und Beratungsangebote, kostenloser Tee, Vitamin- und Mineral-Tabletten, Ohrschutz, Kondome etc.,
- Chill-Out-Raum,
- Nachmittagsprogramm für Kinder,
- Literatur-Lesung,
- Gestaltung einer „Cybertribe-Lesecke“ und einer „Lesewand“, insbesondere mit Büchern bzw. Texten und Fotos zur Drogenthematik und zur Party-Kultur,
- Live-Painting und Auftritt experimenteller Musiker,
- Vorführung einer Filmdokumentation über kulturelle Bezüge psychoaktiver Pilze.

Alice verband mit dieser Veranstaltung einen hohen Anspruch, der ein ebenso hohes Maß an Vorbereitung und Absprachen wie auch an Erfahrungen voraussetzte. Praktisch bedeutet dies einen Personalaufwand, der in Anbetracht des hohen Arbeitsaufkommens und der geringen Aufwandsentschädigung eine idealistische Grundhaltung voraussetzte. Dabei konnte das Ziel einer vielfältigen Veranstaltung umgesetzt werden, die stimmungsmäßig, inhaltlich und künstlerisch ein Erfolg wurde.

## 7.2 DROBS – Jugend- und Drogenberatungszentrum Hannover

Die Präventionsarbeit der Drobs auf Technopartys ist seit 1994 fester Bestandteil der Suchtprävention in Hannover. Risikofaktoren zur Suchtentwicklung sollen vermieden und Schutzfaktoren gestärkt werden. Die Konsumenten und Konsumentinnen sollen zu einem genussorientierten und risikoarmen Umgang mit Rauschmitteln angeregt werden. Der NACHTS-LEBEN-Event wurde im „Spiralgang“, einer Lounge-Kneipe mit Saal im „GIG-Neue Welt“, als Goa-Party veranstaltet. Die Zielgruppe der Party waren Goa-Freunde im Alter von 18–40 Jahren. Die suchtpreventiven Elemente umfassten ein Informations- und Beratungsangebot und einen Chill-Out-Bereich. Die Kooperationspartner waren das Mantron als Veranstalter und der Fachbereich Jugend und Familie der Stadt Hannover.

Genussorientierter  
und risikoarmer  
Umgang

Leider wirkte sich eine riesige Alternativparty nachteilig auf die Besucherzahl aus, es konnten nur 50% der anvisierten 300–450 Besucher erreicht werden. Geht man von einer 5-prozentigen Nutzung des Chill-Out-Bereichs aus, bedeutete das eine zu geringe Auslastung im Verhältnis zu dem Personalaufwand. Zusätzlich wirkte sich negativ aus, dass das Drobs-Infomobil nicht vor Ort sein konnte und dass die Pillenidentifikation, die 2004 eingestellt wurde, nicht mehr als Publikums-magnet funktionierte. Die Kooperation mit dem Fachbereich Jugend und Familie der Stadt Hannover beschränkte sich auf die Planung. Die NACHTS LEBEN-Kriterien konnten zwar eingehalten werden, dennoch zeigte die Veranstaltung aus den oben genannten Gründen leider nicht den angestrebten Erfolg.



### 7.3 Drogenhilfe Köln e.V. – Fachstelle für Suchtprävention, „partypack.de“

„Partypack“ wendet sich vor allem an Jugendliche und junge erwachsene Konsumentinnen und Konsumenten von sog. Partydrogen und bietet neben einem umfangreichen Informationsspektrum eine professionelle Online-Beratung. Träger dieser seit September 2000 bestehenden sekundärpräventiven Maßnahme ist die Fachstelle für Suchtvorbeugung der Drogenhilfe Köln e.V. Die NACHTS LEBEN-Veranstaltung fand im Kölner Filmhaus statt und wurde von einer, von der Drogenhilfe Köln e.V. dafür beauftragten, Eventagentur durchgeführt. Der Event beinhaltete folgende Aktionen:

- Drogen-Info-Lounge mit Materialien sowie zwei Internet-Terminals mit interaktiven Tests zum eigenen Drogenkonsumverhalten, kostenlose Kondome,
- Chill-Out-Bereich mit gemütlichen Sitzmöglichkeiten, einer Lichtanimation sowie Mindmachines, die über eine Verknüpfung von Musik und Licht eine legale Rausch- und Entspannungsalternative herstellten,
- Präsentationswand und Logopräsenz von partypack.de in den beiden Party-Areas,
- Buffet mit leichter Kost.

Mit vier kommunalen Kooperationspartnern, zu denen schon im Vorfeld Kontakte bestanden, gab es eine sehr gute Zusammenarbeit. Die Fachstelle für Suchtvorbeugung kooperierte mit dem Amt für Kinder, Jugend und Familie der Stadt Köln, welches sich dann mit dem Amt für Öffentliche Ordnung bezüglich der Veranstaltung verständigte. Das Kulturamt der Stadt Köln stand dem Veranstalter beratend zur Verfügung und präsentierte sich mit Logo auf Flyern und Plakaten. Die Durchführung der suchtpreventiven Aktionen während der Party wurde von der Drogenhilfe Köln e.V./partypack.de übernommen.

Auch die Zusammenarbeit mit dem Veranstalter stellte sich als kooperativ und konstruktiv heraus. Alle NACHTS LEBEN-Kriterien wurden akzeptiert und eingehalten, da eine finanzielle Unterstützung der Veranstaltung möglich war. Ohne finanzielle Unterstützung hätte der Veranstalter die Kriterien aus wirtschaftlichen Gründen nicht einhalten können. Vor allem beim Kriterium „Keine Werbung der Alkoholindustrie“ musste der Veranstalter auf erhebliche Einnahmen verzichten, die nur über eine Gegenfinanzierung gedeckt werden konnten. Bezüglich der Getränkepreise gab es ausführliche Gespräche, insgesamt erschwerten die Kriterien die Zusammenarbeit mit den Veranstaltern. Trotz der klaren Absprachen von Zuständigkeiten, der gegenseitigen Wertschätzung und inhaltlicher Auseinandersetzung mit dem Veranstalter, war der Organisations- und Arbeitsaufwand, aufgrund der vorgegebenen Herangehensweise, sehr hoch. Normalerweise hätte der Veranstalter ein Partykonzept entwickelt und die Suchtprävention wäre als Partnerin dazu gekommen. Bei einem solchen Vorgehen scheinen die Arbeitsschwerpunkte sinnvoller verteilt zu sein. Der Veranstalter zeichnet für Konzept und Umsetzung der Party verantwortlich, die Prävention ist für die Umsetzung der „Info-Area“ zuständig. Die Ressourcen der Präventionskraft können so für die originären Präventionsinhalte besser genutzt werden.



## 7.4 Eve&rave Münster e.V.

Eve&rave Münster e.V. sieht sich als „Szeneinitiative, die als integraler Bestandteil des regionalen Drogenhilfesystems agiert. Seit 1996 sind sie aktiv in der Förderung und Umsetzung schadensminimierender Ansätze in der Drogenprävention tätig. Eine dauerhafte, institutionalisierte Zusammenarbeit mit dem Amt für Kinder, Jugendliche und Familien der Stadt Münster und der Drogenhilfe Münster besteht seit 1999. Eve&rave knüpfte mit NACHTS LEBEN an ihr Konzept der Vorläufer-Party „Fließende Grenzen“ an, es beinhaltet folgende Angebote:

- Vielseitigkeit der angebotenen elektronischen Musik (Techno, Acid, Goa ...), die von brandaktuell bis Oldschool variieren kann,
- Indoor- und Outdoor-Floors,
- eve&rave und externe DJ's, ein Floor für DJ-Neulinge, die sich der Öffentlichkeit präsentieren wollen,
- Light Jokey,
- Info-Stand mit eve&rave-Mitarbeitern und Fachkräften öffentlicher Stellen,
- eve&rave-Personal am Eingang (Türsteher), kein Geld für Wiedereintritt oder Garderobe,
- kostenlose Abgabe von Kondomen, Ohrstöpseln und Süßigkeiten am Infostand
- Spielzeug, wie z.B. den Erogenerator (Kopfmassagegerät) zur Benutzung,
- nicht eingebundene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf der Tanzfläche.

Die Organisation sowie auch die Umsetzung wurden von eve&rave übernommen. Kooperationspartner waren neben dem Amt für Kinder, Jugendliche und Familien der Stadt Münster und der Drogenhilfe Münster, die Streetwork Münster und der Fusion-Club Hawerkamp. Die bestehende Zusammenarbeit konnte intensiviert und ein neuer Kooperationspartner gewonnen werden. Die NACHTS LEBEN-Kriterien wurden umgesetzt, selbst die umfangreicheren eve&rave Kriterien konnten bis auf die Türsteherin berücksichtigt werden. Besonders bewährt hat sich die starke Bewerbung des Events in lokalen Magazinen, vor allem da das weitere Werbematerial nicht rechtzeitig zur Verfügung stand. Die Qualitätsstandards für Veranstaltungen konnten verbessert werden. Insgesamt war es ein attraktives Angebot für die Partybesucher und -besucherinnen, mit der Möglichkeit der kritischen Reflektion des eigenen Konsumverhaltens.

Förderung  
und Unterstützung  
schadens-  
minimierender  
Ansätze



## 7.5 Das Kooperationsprojekt Triplounge aus Nordrhein-Westfalen in Oberhausen

Risikominimierende  
Beratung

Triplounge ist ein Kooperationsprojekt der Landeskoordinierungsstelle für Suchtprophylaxe des Landes NRW. Zu dem Kooperationsnetzwerk gehören drei Fachstellen für Suchtvorbeugung, ein Kommissariat Vorbeugung und eine Aidsberatung, Intob e.V. und das ginkomobil. Seit 2002 wird die mobile Drogenberatung und Suchtprävention in Großdiskotheken durchgeführt, um die Kontaktaufnahme zu Jugendlichen in ihrer Lebenswelt zu erleichtern. Ziel des Triploungeeinsatzes ist die Risikominimierung bei riskant konsumierenden Disco- und Eventbesuchern, insbesondere bei dem Konsum von so genannten Partydrogen. Methoden sind die risikominimierende Beratung (u.a. freiwilliger Alkoholtest) zu Suchtmittelkonsum – auch zu Suchtmittelkonsum im Straßenverkehr. Außerdem wird Öffentlichkeitsarbeit und Werbung für Drogenberatungsstellen bei Discothekenbesuchern (16–27 Jahren) gemacht, die eine Kontaktaufnahme zu Beratungsstellen bislang ablehnen.

Triplounge hat „NACHTS LEBEN – statt krank feiern“ auf dem „Olga-Gelände“ mit „Ruhr in love“ und in der Turbinenhalle mit „Emotion in love“ in Oberhausen umgesetzt. Es wurden zwei Beratungszelte und die Ginkomobilbühne aufgebaut. Besondere Angebote waren: Infobereich mit geschulten Peers in Zusammenarbeit mit Fachleuten, Frage- und Quizbögen, Szene-Frisör mit Infotalk und Lifestyletalk, Unfallwagen der Polizei (drogenbedingter Unfall) und kostenlose Kondome und Vitaminbonbons.

Sämtliche NACHTS LEBEN-Kriterien konnten umgesetzt werden. Die Erfahrungen des, über diesen Event hinaus existierenden, Kooperationsnetzwerkes haben sich äußerst positiv auf den Erfolg der Veranstaltung ausgewirkt. Für zukünftige Aktionen wäre zu überlegen, früher Absprachen mit den Veranstaltern zu treffen und evtl. durch Kooperationsverträge eine höhere Verbindlichkeit für alle Kooperationspartner zu erreichen. Überlegungen zu Gendermainstreaming sollten ebenso in die Planung mit einfließen.

## 7.6 Stadt Köln „Jeck dance“ und „Keine Kurzen für Kurze“

„Jeck dance“  
Kampagne gegen  
Alkoholmissbrauch  
bei Kindern und  
Jugendlichen

„Jeck dance“ und „Keine Kurzen für Kurze“ ist eine Kampagne der Stadt Köln, die seit 1999 vom Amt für Kinder, Jugend und Familie in Kooperation mit dem Festkomitee des Kölner Karnevals, dem Paritätischen und der städtischen Stabsstelle Events durchgeführt und weiter entwickelt wird. Eine tragende Rolle mit Blick auf die Aktion „Keine Kurzen für Kurze“ hat das Ordnungsamt. Ausgangspunkt war die Auseinandersetzung mit dem Alkoholmissbrauch bei Kindern und Jugendlichen an den Karnevalstagen.

Die Stadt Köln lädt zweimal jährlich zu einem Runden Tisch ein. Hier sind die tangierten Ämter für Gesundheit, Schule und Ordnung beteiligt sowie engagierte Institutionen und prominente Personen, u.a. Rettungsdienst, Polizei, der Landschaftsverband Rheinland, die Fachstellen für Suchtprävention und die Drogenberatungsstellen.



Die Kampagne besteht aus drei ineinander greifenden Ansätzen:

- „Keine Kurzen für Kurze“ ist eine Plakataktion und richtet sich an Erwachsene sowie an den Einzelhandel und an Gaststätten. Sie besteht aus Plakaten, die zweimal jährlich im Stadtbild und in den Kölner Verkehrsbetrieben zu sehen sind, Informationsblättern sowie gleichnamigen Postkarten, die in Kölner Szenelokalen verteilt werden.
- „Jeck dance“ lädt zu einer open-air-party ein, auf der Jugendliche und junge Erwachsene in der Zeit von 13.00 Uhr – 22.00 Uhr kostenlos ihren Straßenkarneval feiern. Bekannte Gruppen der Kölner Karnevalsszene treten ebenso wie Jugendgruppen auf. Außerdem bieten Schulen und Jugendeinrichtungen flankierende Projekte an. Auf dem „Jeck dance“ verteilen „Präventatoren“ Visitenkarten mit den suchtspezifischen Beratungsmöglichkeiten in der Stadt (Katersprechstunde).
- Gegen den Einzelhandel und die Gaststätten, die sich bezüglich der Abgabe von Alkohol nicht an die Bestimmungen des Jugendschutzgesetzes halten, verhängt das Ordnungsamt Sanktionen, die im Einzelfall bis zur Schließung der abgebenden Stelle führen. Im Vorfeld informiert die Stadt über dieses Vorgehen. Es wird außerdem das Alter der konsumierenden Jugendlichen an den Karnevalstagen überprüft und ggf. der mitgebrachte Alkohol ausgeschüttet.

Die erklärte Zielsetzung war und ist es, die Zahlen der stark betrunkenen Jugendlichen zu reduzieren. Dieses Ziel erreichten Stadt und Kooperationspartner mit der Kampagne. Es wurden seit 2000 keine stark alkoholisierten Kinder in der Statistik der Polizei und des Rettungsdienstes mehr verzeichnet, die Anzahl der zwischen 14jährigen und 18jährigen nahm um 50% ab. Die Zusammenarbeit funktioniert gut, der Identifikationsgrad mit der Kampagne ist hoch. Jeder der beteiligten Akteure agiert gemäß des eigenen Auftrags und folgt dem abgestimmten Ziel. Die Kampagne wird überwiegend aus Mitteln von Sponsoren und Spenden finanziert. Die Veranstaltungsgemeinschaft bemüht sich nunmehr seit vielen Jahren erfolgreich das Finanzierungsproblem auf diese Weise zu lösen.

## Links

[www.alice-project.de](http://www.alice-project.de)  
[www.dr-obs.de](http://www.dr-obs.de)  
[www.drugcom.de/nachtsleben](http://www.drugcom.de/nachtsleben)  
[www.eve-rave.de](http://www.eve-rave.de)  
[www.ginko-ev.de](http://www.ginko-ev.de)  
[www.partypack.de](http://www.partypack.de)  
[www.stadt-koeln.de](http://www.stadt-koeln.de)





8

**Checklisten**

## 8.1 Checkliste für Drogenberatungsstellen und Szene-Initiativen

### Vorbereitungen

Welche Ziele möchten Sie als Szene-Initiative oder Drogenberatungsstelle in der Kooperation im Rahmen von NACHTS LEBEN erreichen?

#### Das Team

- Sind die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen im Bereich der Partydrogen und des Party-Settings fortgebildet?
- Sind die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in der Gesprächsführung mit der Zielgruppe geschult und haben sie eine ausreichende Nähe zur Zielgruppe?
- Wie ist die Bereitschaft der verfügbaren Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sich ggf. auf Nachtarbeit innerhalb von Partys eines bestimmten Stils einzulassen?
- Ist das Verhältnis zwischen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen vor Ort ausgeglichen?

#### Analyse der Party-Szene und Veranstaltungsräume

- Welche Gestalt hat die Partyszene und welche Konsumierenden halten sich in dieser auf? Wie hoch sind die Besucherzahlen?
- Wann ist der Zeitpunkt für eine NACHTS LEBEN-Aktion günstig?
- Gibt es einen möglichst zentralen Platz für den Beratungsstand, an dem ohne zu schreien Gespräche geführt werden können?

#### Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern

- Wie ist die Drogenpolitik in der Stadt strukturiert? Wer kommt als lokaler Kooperationspartner in Frage?
- Besteht die Bereitschaft von Veranstalterinnen und Veranstaltern einen Kontakt zur Szene herzustellen?
- Welche Vorteile soll die Kooperation bringen?
- Zu welchen Nachteilen könnte die Kooperation führen?



## Suchtprävention auf der Party

### Informationsstand

- Entspricht die Gestaltung des Infostands dem Stil der Veranstaltung und der anzusprechenden Drogenszene?
- Ist der Infostand gut platziert?
- Ist die Altersstruktur der MitarbeiterInnen am Stand der Zielgruppe einigermaßen angepasst?
- Gibt es einen Ansprechpartner für jeden Kooperationspartner und sind die Kompetenzen am Stand geklärt?
- Harmonisieren die Kooperationspartner auf der NACHTS-LEBEN-Veranstaltung miteinander? Wird durch beteiligte Kooperationspartner die Kontaktaufnahme behindert?

### Informationsmaterialien

- Sind ausreichend und angemessene Broschüren und Flyer zur Information über Drogen und andere gesundheitliche Risiken der Veranstaltung bzw. der Party vorhanden?
- Welchen Charakter haben die Informationen?
- Für welche Zielgruppe sind sie geeignet?
- Besteht ein ausgewogenes Verhältnis in Hinsicht auf den Umfang der Information?

### Öffentlichkeitsarbeit

- Welche Ziele sind mit der Öffentlichkeitsarbeit zu erreichen?
- Welche Medien werden von den Zielgruppen benutzt?
- Sind die vorhandenen Medien für den Informationsstand oder die Pressearbeit zweckmäßig?
- Besteht Kontakt mit dem Veranstalter bzgl. Öffentlichkeitsarbeit?

## Ergänzende Maßnahmen

### Spezielle Sprechstunden

- Ist eine regelmäßige Sprechstunde möglich?
- Werden Art, Aufbau, spezielle Zielgruppe etc. der Sprechstunde in der Öffentlichkeit kommuniziert?

### Bereitstellung von Online-Informationen

- Bestehen Ressourcen, Wissen und technische Voraussetzungen das Internet zur Informationsbereitstellung zu nutzen und den Auftritt im Web regelmäßig zu pflegen?

### Hinweis für Szene-Initiativen

- Möchte sich die Initiative binden oder unabhängig bleiben?
- Wer kommt als Kooperationspartner/Förderer in Frage?
- Wie sind die Strukturen in der Initiative?
- Können verbindliche Absprachen mit Partnern getroffen werden?

### Kontrolle/Qualitätssicherung

- Wie wird die Qualität der Serviceleistung gemessen?
- Besteht ein Ziel bzgl. der gewünschten Frequenz der Konsumentenkontakte am Infostand?



## 8.2 Checkliste für Jugend- und Gesundheitsämter

### Kommunale Suchtprävention

- Gibt es einen Auftrag „Suchtprävention“ innerhalb der Kommune?
- Wenn ja, bei wem?
- Gibt es eine kommunal koordinierende Stelle?
- Welche weiteren kommunalen Behörden kommen als Kooperationspartner oder Ansprechpartner (Kulturamt, Ordnungsamt) in Frage?

### Suchtprävention im Nachtleben – NACHTS LEBEN – als Baustein im Gesamtkonzept

- Gibt es bereits Suchtpräventionsaktivitäten oder Drogeninformationsprojekte in Clubs, auf Partys oder anderen Musikgroßveranstaltungen? Wie sehen diese aus? Wer sind die Ansprechpartner?
- Existiert ein kommunales Konzept der Suchtprävention?

### Freie Träger als Kooperationspartner – Subsidiaritätsprinzip

- Welche freien Träger machen in der Kommune Suchtprävention?
- Besteht Interesse bei einer NACHTS LEBEN-Veranstaltung zusammenzuarbeiten?

### Arbeitskreise und Netzwerke

- Gibt es einen sich regelmäßig treffenden Arbeitskreis? Wer ist Ansprechpartner?
- Welche Aktivitäten hat der Arbeitskreis bisher durchgeführt, was ist geplant?
- Gibt es ein Suchtpräventionskonzept nach dem der Arbeitskreis vorgeht oder sind es nur Einzelaktivitäten?
- Weitere mögliche Ansprechpartner finden Sie in den Netzwerken und Arbeitsgemeinschaften, insbesondere in der AG § 78 KJHG.

### Jugendschutzgesetz und andere gesetzliche Grundlagen

- Sind die Jugendschutzgesetze eingehalten?



## 8.3 Checkliste für Partyveranstalter und Clubs

### Vorbereitungen

- Sind die suchtpreventiven Maßnahmen professionell und attraktiv?
- Gibt es für den Veranstalter oder den Clubbetreiber die Möglichkeit sein soziales Engagement und sein Verantwortungsbewusstsein öffentlich zu machen?
- Das Jugend- oder das Gesundheitsamt sollten ein Konzept der Aktion erhalten und um eine fachliche Stellungnahme gebeten werden.
- Das Interesse an gemeinsamen PR-Aktionen mit den Kooperationspartnern muss formuliert werden.
- Der Veranstalter muss mit der Beratungsstelle oder der Szene-Initiative klären, welche Aktionen und suchtpreventiven Elemente aus seiner Sicht gewünscht und umsetzbar sind.
- Die Szene-Initiative bzw. die Beratungsstelle sollten gebeten werden, die suchtpreventive Aktion konzeptionell darzulegen.
- Es sollte überprüft werden, ob die suchtpreventive Aktion in das Clubangebot integriert werden kann.
- Sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Szene-Initiative oder der Beratungsstelle zielgruppenkompatibel?
- Bekommt der Veranstalter für die Vorbereitungsphase dezidierte Informationen über die konkrete Aktion zur Verfügung gestellt?



## Party

- Es ist zu klären, wer die Koordination der Maßnahmen auf der Veranstaltung übernimmt.
- Sämtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen über die Aktionen informiert sein.
- Der Sicherheitsdienst und die Mitarbeiter mit Besucherkontakt benötigen konkrete Informationen.
- Mit Hilfe der Prävention könnte Vorsorge gegen Unfälle über das vorgeschriebene Maß hinaus getroffen werden.
- Clubrelevante Rückmeldungen der Gäste könnten über die Akteure der Kooperationspartner eingeholt werden.



## Ergänzende Maßnahmen

- Gibt es Interesse, eigene suchtpreventive Aktionen umzusetzen?
- Kann wegen der Glaubwürdigkeit bei der Zielgruppe auf die Unterstützung und Werbemittel der Alkoholindustrie verzichtet werden?
- Besteht die Möglichkeit im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit und des Sponsorings gegebenenfalls prominente Personen anzusprechen?
- Rückmeldungen über die suchtpreventive Aktion sollten von den Kooperationspartnern erbeten werden.



## 8.4 Checkliste für Sponsoring

### Arten und Methoden des Sponsorings

- Welche Art von Sponsoring bietet sich an?
- Welche Präsentationsmöglichkeiten können dem Sponsor geboten werden?
- Bietet die Veranstaltung genügend Fläche für mehrere Sponsoren?

### Ziele, Zielgruppen und Erfolgskontrolle des Sponsorings

- Hat meine Veranstaltung ein Image, wenn ja welches?
- Welche Unternehmen streben ein solches Image an?
- Was ist über die Zielgruppe bekannt?
- Welche Sponsoren könnten dieselbe Zielgruppe anvisieren?

### Chancen und Risiken des Sponsorings

- Kann ein Sponsor durch sein Engagement auf der Veranstaltung seinen Bekanntheitsgrad oder sein Image signifikant verbessern?
- Sind die Sponsoren passend?
- Können die angestrebten Kontakte mit der Veranstaltung wirklich geknüpft werden?
- Ist alles getan, um unerwünschte Vorfälle zu vermeiden?

### Methoden für Party- und Clubveranstaltungen mit suchtpreventiven Aktivitäten

- Wurden wirklich alle Präsentations-Möglichkeiten für einen Sponsor ausgeschöpft?



## Bedingungen für erfolgreiches Sponsoring

- Stimmt die Relation zwischen erwarteten Sponsorgeldern und Gegenleistung?
- Stimmt die Event-Zielgruppe mit der gewünschten Zielgruppe des Sponsors überein?
- Wird die Exklusivität für den/die Sponsor/en gewahrt?
- Ist der geplante Auftritt passend?
- Ist genügend Zeit für die Sponsoren-Akquisition eingeplant?
- Sind die Vorläufe der wichtigen Medien bekannt?
- Ist die eigene Timing-Checkliste gemacht?
- Welche Sponsoren kommen für eine solche Veranstaltung in Frage?
- Sind wirklich alle in Frage kommenden Firmen aufgelistet?
- Nimmt man dem angestrebten Sponsor ein Engagement bei einem Event mit suchpräventivem Charakter ab?
- Sind die Vereinbarungen mit den Sponsoren durchsetzbar?
- Wissen alle Sponsoren, wer noch beteiligt ist?
- Kommen die Sponsoren sich in die Quere?
- Ist die Exklusivität der Partner gewährleistet?
- Ist die Anzahl der Sponsoren sinnvoll?









**BZgA**

**Bundeszentrale  
für  
gesundheitliche  
Aufklärung**

## Impressum

Herausgeber:

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), Köln, im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit und Soziale Sicherung

Alle Rechte vorbehalten.

Projektleitung: Susanne Jordan, Evelin Strüber

Konzeption und Text: Arbeitskreis Healthy Nightlife

Gestaltung: Donner & Nagel, Essen

Bildnachweis:

Alice – The Drug- and Culture-Project

Amt für Kinder, Jugend und Familie der Stadt Köln

drugcom.de

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

eve&rave Münster e.V.

partypack.de

Drogenhilfe Köln e.V.

Triplounge-Ginko e.V.

Druck: Silber Druck, Niestetal

Stand: September 2005

Bestelladresse:

Dieser Leitfaden ist kostenlos erhältlich bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) als Download unter [www.drugcom.de/nachtsleben](http://www.drugcom.de/nachtsleben)



**BZgA**

Bundeszentrale  
für  
gesundheitliche  
Aufklärung

*Arbeitskreis Healthy Nightlife*

# **Leitfaden NACHTS LEBEN –**

*Gesundheitsförderliche Maßnahmen im Nachtleben*



**NACHTS LEBEN!**