

# infoblatt



## Prävention im Spiegel der Zeit

Wie viel Witz brauchen Präventionsbotschaften? Die Frage stellten wir im letzten Infoblatt Daniel Matter. Der Zürcher Werber hatte zusammen mit den Stellen für Suchtprävention des Kantons die jüngste Kampagne für den Online-Suchtttest entwickelt. Seine Antwort: Es gehe nicht um Witz, gefragt sei eine Idee. Eine, die etwas auslöse. Anzufügen wäre: Kommt die Idee dann pointiert daher, umso besser.



Ideen, die etwas bewirken. Das Thema soll in dieser Ausgabe vertieft werden. Immerhin steht unser Jubiläumsjahr unter dem Motto «Sucht im Wandel der Zeit», und mit der Zeit hat sich nicht nur das Verständnis verändert, was Sucht umfasst. Gewandelt haben sich eben auch die Konzepte, mit denen Fachleute dem Phänomen begegneten und begegnen. Und mit den Konzepten haben sich die Ideen verändert, mit denen Präventionsbotschaften präsentiert wurden. Auf den nächsten beiden Seiten stellen wir Ihnen fünf Kampagnen aus fünf Jahrzehnten vor. Sie bringen den Wandel zum Ausdruck.

Marcel Reuss leitet bei der Suchtpräventionsstelle den Bereich Kommunikation & Support.

Und sind wir bei Ideen, die etwas bewirken: Erfreulich viel ausgelöst hat unser Jubiläums-Stadtrundgang «Von der Riviera zum Letten». An den 28 Führungen machten sich rund 1000 Interessierte auf die Spuren von Zürichs Drogen- und Präventionsgeschichte – Zürcherinnen, Schüler, Fachleute, Politikerinnen und Journalisten, was zu Medienberichten in allen Landesteilen führte. Hatten wir Glück? Trafen wir 20 Jahre nach der Auflösung der offenen Drogenszene am Letten einen Nerv? Oder können Präventionsanliegen generell mit einem gewissen Interesse rechnen, wenn sie in einen historischen Kontext eingebettet sind? Wir versuchen es herauszufinden. Zum einen sind wir daran, den Rundgang für Jugendliche nach ersten Tests weiter auszuarbeiten. Zum anderen planen wir für dieses Jahr zwei weitere öffentliche Durchführungen. Die Termine erfahren Sie auf der letzten Seite. Dort informieren wir Sie auch über den letzten grossen Anlass unseres Jubiläumsjahres: Einen Kinoabend, an dem sich alles um Kokain drehen wird.

Neben vielen Impulsen werden wir also den Stadtrundgang vom Festjahr ins Alltagsgeschäft mitnehmen. In diesem werden wir uns neben Einsätzen in Schulen und im Freizeitbereich in den kommenden Monaten vertieft mit vulnerablen Gruppen beschäftigen. Mit der Frage nämlich, wie wir diese besser erreichen können. Wie bei allen unseren Aktivitäten wird es uns dabei ein Anliegen sein, Ideen und Konzepte zu entwickeln, die etwas bewirken.

Viel Spass beim Lesen!

# Vom Totenkopf zum Parkbank-Kiffer

**Jede Zeit hat ihre Drogen und Ideen, wie sie Sucht zu verhindern versucht. Fünf Kampagnen aus fünf Jahrzehnten zeigen den Wandel von Suchtmitteln, Suchtverhalten und Präventionsbotschaften.**

Denkt man sich die Jahrzehnte als Menschen, die Drogen konsumieren, die 60er-Jahre hätten sich einen Joint gedreht. Die 70er hätten angefangen mit Heroin zu experimentieren. Die 80er hätten Kokain dazu gemischt. Die 90er hätten sich mit Ecstasy durch die Nächte getanzt, um sich dann ernüchert mit den 2000ern hinter die Computer zu setzen. Die 2010er schliesslich kaufen sich im Nachtkiosk eine Dose Bier und ziehen damit durch die Langstrasse. Kurz: Jede Zeit hat ihre Suchtmittel, und jede Zeit hat ihre Antworten, wie sie Suchtverhalten begegnet. Antworten, die von den Erfahrungen im Jahrzehnt zuvor beeinflusst wurden und sich in den Botschaften der Präventionskampagnen widerspiegeln.

1969

## «Rauschgift»

Auftraggeber: Stadtpolizei Zürich, Beratungsstelle für Verbrechenverhütung



## Rausch verbannen – bis Mitte der 1980er Jahre

In den späten 1960er-Jahren begannen mehr und mehr Jugendliche und junge Erwachsene Haschisch und LSD zu konsumieren. Anfang der 1970er-Jahre tauchte eine neue Droge in Zürich auf: Heroin. Cannabis galt nun als Einstiegsdroge. Die Stadtpolizei nahm die Entwicklung 1969 mit einem ersten Präventionsplakat vorweg. Dessen Inszenierung war drastisch und die Botschaft klar: Rauschgift, sprich Cannabis, = Tod! Das Ziel war Abstinenz. Um es zu erreichen, setzte man auf Abschreckung. Ein Ansatz, der sich heute auf Zigarettenpäckchen wieder findet. Das Konzept der Abschreckung stiess rasch an Grenzen. Es zeigte kaum Wirkung und stigmatisierte die Süchtigen.

«Ecstasy führte Mitte der 1990er-Jahre zu einer Rückbesinnung: Dessen Konsum machte deutlich: Jugendliche greifen nicht nur zu Drogen, um Probleme zu vergessen. Bisweilen nehmen sie Drogen einfach nur zum Spass.»

1989

## «Tobias B.»

Auftraggeber: Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich



## Sucht verstehen – ab Mitte der 1980er Jahre

Ab Mitte der 1970er begannen die Fachleute sachlicher über die Risiken von Drogen aufzuklären. Der Erfolg blieb bescheiden, weil reines Wissen als Faktor für Verhaltensänderungen überschätzt wurde. Anfang der 1980er-Jahre kam es zu einem Paradigmenwechsel. Statt des Drogenkonsums rückte die Sucht in den Fokus. Man versuchte Abhängigkeit zu verstehen und interpretierte Sucht als Flucht vor Konflikten. Mit diesem Ansatz begann die Suchtpräventionsstelle im April 1985 ihre Arbeit. Sie plädierte für einen Suchtbegriff, der nicht nur illegale Drogen wie Heroin umfasste, sondern auch legale Substanzen wie Alkohol und Tabak. Und sie plädierte dafür, dass Sucht nicht nur einige wenige angeht, sondern alle. Dieses Denken floss 1989 in die Kampagne «Sucht hat viele Ursachen» ein. Sie gab dem anonymen Drogensüchtigen auf dem Platzspitz ein Gesicht und eine Geschichte. Die Kampagne «Tobias B.» überraschte mit ihrer menschlichen Botschaft und hatte auch in Deutschland Signalwirkung.

1996

## «Jugendliche ohne Ausbildung»

Auftraggeber: Die Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich



## Gesundheit fördern – 1990er-Jahre

Gegen Ende der 1980er-Jahre verlagerte sich die Ausrichtung der Präventionsarbeit erneut – weg von der Ursachenorientierung hin zur Gesundheitsförderung. Der Fokus richtete sich auf individuelle, aber auch auf strukturelle Risiko- und Schutzfaktoren. Ziel war es, Schutzfaktoren wie soziale Kompetenz, Konfliktfähigkeit, stabile emotionale Beziehungen zu stärken. Die neue Ausrichtung hatte jedoch zur Folge, dass sich Suchtprävention teils kaum mehr von der herkömmlichen Gesundheitsförderung unterschied. Das Aufkommen von Ecstasy führte Mitte der 1990er-Jahre zu einer Rückbesinnung. Der Konsum der Partydroge machte deutlich: Jugendliche greifen nicht nur zu Drogen, um Probleme zu vergessen. Bisweilen nehmen sie Drogen zum Erkunden neuer Gefühlswelten, als Lifestyle-Produkte oder einfach nur zum Spass. Was den Jugendlichen und jungen Erwachsenen dabei oft fehlte, war das Wissen um mögliche Risiken. Aus dieser Einsicht heraus entwickelte sich Ende der 1990er-Jahre ein neuer Ansatz: Das Konzept der Risiko- respektive Konsumkompetenz.

2008

## «Login»

Auftraggeber: Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich



## Risiken erkennen – 2000er-Jahre

Lange Zeit wurde Sucht mit Drogen verknüpft – mit legalen wie Alkohol oder illegalen wie Heroin. Dass Sucht auch eine Verhaltenskomponente birgt und diese sich nicht nur beim Kiffen zeigt, sondern auch beim Shoppen oder hinter dem Computer, veranschaulicht dieses Plakat. Mit dem Aushang lud die Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich 2008 zur «Login»-Veranstaltung. Diese thematisierte «Faszination und Abhängigkeit im Internet». Dahinter steht das zuvor erwähnte Präventionsmodell, das aus der Erfahrung mit der Partydroge Ecstasy entstand: Das zuvor erwähnte Konzept der Risiko-respektive Konsumkompetenz. Es bezieht sich auf Substanzen wie auch auf das Verhalten. Es geht davon aus, dass die Grenzen zwischen risiko-armem Konsum und problematischem fließend sind. Und es will Jugendliche und junge Erwachsene im selbstverantwortlichen Umgang mit Substanzen und Tätigkeiten mit Suchtpotenzial unterstützen. Zentral ist dabei das Zusammenwirken von Risiko- und Schutzfaktoren.

2015

## «Suchtkopf»

Auftraggeber: Die Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich



## Kontrolle behalten – 2015

Das Bild zeigt ein Motiv der jüngsten Kampagne der Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich. Der Unterschied zum «Rauschgift»-Plakat von 1969 könnte kaum grösser sein. Abstinenz war dessen Ziel. Das Mittel, um es zu erreichen, war Abschreckung. Den Preis bezahlte der Süchtige. Das Plakat erklärte ihn zum «Totenkopf» und liess ihn gleichzeitig im «Drogensumpf» stehen. Die Kampagne von 2015 verurteilt den Kiffer nicht. Dem Konzept der Risikokompetenz folgend, fragt sie nur, ob er seinen Konsum im Griff habe und bietet ihm mit dem «Suchtttest» eine Hilfestellung an. Ob er sie nutzt, liegt an ihm. Deutlich verändert hat sich auch die Bildsprache: Ist das «Rauschgift»-Plakat kompromisslos inszeniert, setzt die «Suchtkopf»-Kampagne auf Humor, auf ein Stilmittel also, dem die Aids-Präventionskampagnen die Türen öffneten. Ob Humor ankommt und wie, ist eine Frage des Geschmacks. Eine Frage des Zeitgeistes ist es, ob ein ernstes Thema humorvoll eingepackt werden soll. Die internationale Werbe-Fachzeitschrift «Lürzer's Archiv» bejaht die Frage. Sie hat die Arbeit nach ihrem Erscheinen in ihre digitale Auswahl aufgenommen.



### «Von der Riviera zum Letten»: Die nächsten Stadtrundgänge

Was in den 1960er-Jahren am Limmatquai mit einer gewissen Neugierde und Lebensfreude begann, endete drei Jahrzehnte später am Letten in einer Katastrophe. «Von der Riviera zum Letten»: In unserem Stadtrundgang gehen wir nochmals den Spuren von Zürichs Drogengeschichte nach: **Donnerstags 2. Juni und 1. September, ab 18 Uhr.** Näheres ab Mai auf unserer Website.



### Kokain-Stadt Zürich: Mythos oder Wirklichkeit?

Wer am Morgen eine Probe aus der Kläranlage nimmt, kenne den Drogenkonsum einer Stadt vom Vorabend. So kommentierte 2014 ein ETH-Forscher die Resultate einer neuen Studie. Diese hatte in einem europäischen Städtevergleich Kokain-Spuren im Abwasser gemessen. Das Resultat: Hinter Amsterdam und Antwerpen belegte Zürich den dritten Platz. Kokain, dem Stoff widmen wir uns zum Abschluss unseres Jubiläumsjahres. Für den Mythos gibt es ein Wiedersehen mit Samirs «Snow White», über die Wirklichkeit wird anschliessend an einem Podium diskutiert – am Dienstag, 12. April, im Zürcher Kino Riffraff. Näheres demnächst auf unserer Website, siehe Impressum.

### Teenager gegen Polizisten: Das Quizduell 2016

Auch dieses Jahr lädt die OJA Zürich Nord zum Generationenduell: **Teenager gegen Polizisten**, Leute von der Jugendanwaltschaft oder kurz: Erwachsene aus dem Sicherheitsbereich der Stadt. Für beide Parteien gilt es, Antworten nach Häufigkeiten zu erten. Antworten, die 100 Junge und 100 Erwachsene zu Fragen zu Gesundheit, Umwelt, Konsum, digitale Medien usw. gegeben hatten. Also, was ist das wichtigste in einer Liebesbeziehung: Humor, Sex, Freiheit oder doch Treue? Was denken Sie, was Junge dazu denken? Seien Sie herzlich willkommen, am Donnerstag, 8. April 2016, um 19 Uhr in der OJA Oerlikon, Dörflistrasse 76, Zürich. Durch den Abend führt die vom Jugendsender Joiz bekannte Moderatorin Gülsha Adilji.

### Cannabis-Suchtberatung im Netz: Chatten hilft!

Helfen webbasierte Selbsthilfe-Programme Cannabis-Raucher und –Raucherinnen, die ihren Konsum reduzieren wollen? Und wenn ja, wie sehr? «CANreduce» heisst das Angebot, welches das Schweizer Institut für Sucht- und Gesundheitsforschung entwickelt und evaluiert hat. Das dreimonatige Programm bietet automatisch generierte Antworten plus die Möglichkeit, sich persönlich durch einen Chat begleiten zu lassen. Die im letzten Oktober publizierte Studie zeigt: Die grössten Konsum-Reduktionen erreichte die Gruppe, welche das Programm mit Chat-Begleitung durchlief. Verglichen wurde mit einer Kontrollgruppe, die nicht am Programm teilnahm, und einer Gruppe, die am Programm teilnahm auf die Chat-Begleitung aber verzichtete.

### 2015: Ein guter Jahrgang!

Das letzte Jahr in Zahlen? Mit 752 Beratungen, Infoveranstaltungen, Kurzinterventionen, Elternabenden und Kursen haben wir 8210 Menschen erreicht: Kinder und Jugendliche, Eltern, Lehrerinnen und Lehrer, Behördenmitglieder, Journalisten. Das sind 481 oder 6,2 Prozent mehr als noch 2014.

**Herausgeberin**  
Stadt Zürich  
Suchtpräventionsstelle  
Röntgenstrasse 44  
8005 Zürich

Telefon +41 44 412 83 30  
suchtpraevention@zuerich.ch  
www.stadt-zuerich.ch/suchtpraevention  
März 2016

**Auflage**  
1600 Exemplare, gedruckt auf Balance Pur, 100 % Recyclingpapier