

Kampf dem Kindersuff!

Gemeinschaftsaktion warnt mit einer Kampagne vor kindlichem Missbrauch von Schnaps und Bier

Die Zeit ist reif. In den vergangenen Monaten leuchtete das Thema „Kinder und Alkohol“ gerade bei Großereignissen wie der Kieler Woche immer wieder hoch. Nachdem das Problem bei Winderjährigen

vollends aus dem Ruder zu laufen drohte, haben sich die Landesstelle gegen Suchtgefahren (LSSH), das Jugendamt Kiel und das Kieler Institut für Suchtprävention (KIS) zu einer Kampagne entschlossen.

Vor dem morgigen Weltjugentag steht die Aktionskündel als Projekt gegen den immer bedrohlicher werdenden Kindersuff von. Die Botschaft: „Alkohol ja – aber nicht für Kinder“.

Kurz und knapp gegen Alkoholmissbrauch der unter 18-Jährigen, so dass vor allem jene die Botschaft mitbekommen, die sie am ehesten. Deren gängige Kommunikationsform ist die Handy-Kurzmitteilung (SMS). Also zeigt das Aktions-Plakat ein überdimensionales Display mit der SMS „cool... lieber o.k. als k.o. :-))“. Aber vielleicht lässt es sich ja noch klarer „ausmalen“ innerhalb der Aktion: „Kiss ohne Alkohol... lieber o.k. als k.o.“ wird jetzt die kürzeste Begrüßung gemacht, warum Kinder und Alkohol so gar nicht zusammen passen. Unter anderem via Postkarten, Plakaten und Faltblättern will das Bündnis das Problem Alkohol bei Kindern und Jugendlichen angehen. „Die Maßnahmen der Kampagne konzentrieren sich um die Thema Handy“, erklärt Regina Kostrowa, Bildungsbereitsin des LSSH. Und Jugendamtleiter Hans-Joachim Ogarreck ergänzt: „LSSH, Jugendamt und das KIS wollen vor allem eine Botschaft verbreiten: Alkohol ist eine gesellschaftlich akzeptierte Droge – aber nicht für Kinder“.



Stand der Kampagne auf der Kistina: Brigitta Krüger, Regina Kostrowa, Nina Kamp, Malene Harten und Felice Scheffel (von links nach rechts) werben für „Kiss ohne Alkohol“.

Display-Plakate ausgehängt werden, wurde schon vor der Kieler Woche über Surf und Sucht bei Jugendlichen gesprochen.

Dazu kommen Maßnahmen des Jugendamtes: Erhellung der Lage, Streifen von Jugendleitern, dem Allgemeinen Sozialdienst und der Polizei sowie Ausfallgruppen für betreute Kinder. Hintergrund der von Sponsoren fi-

nanzierter Aktion, so LSSH-Leiter Bernd Heinsenmann, sei das Phänomen zunehmenden Alkoholkonsums sogar von Kindern, die mit Beibehalten voller „Stoff“ zur Kieler Woche anreisten. Zum Thema Sperrung sagt Heinsenmann: „Das Tier ist noch offen“. Im Dezember habe sich die Kartovonweisung für eine derartige Kampagne ausgesprochen. „Die Reaktion ist sehr gut“, sagt Jugend-

schaftsbeauftragte der Stadt, Ernst-Thought Krutz, der bereits die neuen Jugendstreifen begleitet hat, die auf der Kieler Woche Kinder ansprechen, für die Alkohol ein Problem sein könnte. Das positive Echo bestätigt auch Kieler-Wochen-Büro-Leiter Jörg Amsberg: „Für viele Jugendliche scheint das Gefühl wichtig zu sein, dass sich überhaupt jemand darum kümmert und als Ansprech-

partner bereit steht“, sagt er. Man habe, so Ogarreck, etwa 1000 Alkoholwachen geschrieben und Schulanfänger angeboten. Dabei sind weniger die Standstreifen gemeint als vielmehr die, bei denen sich die Kinder stochern, um dann Schnaps und Bier Kartonsweise im Kabinack ans Wasser zu befeuern. Werben sei das nicht, sagt Krutz, da gebe es eine Gesellschaft.

Foto: mug