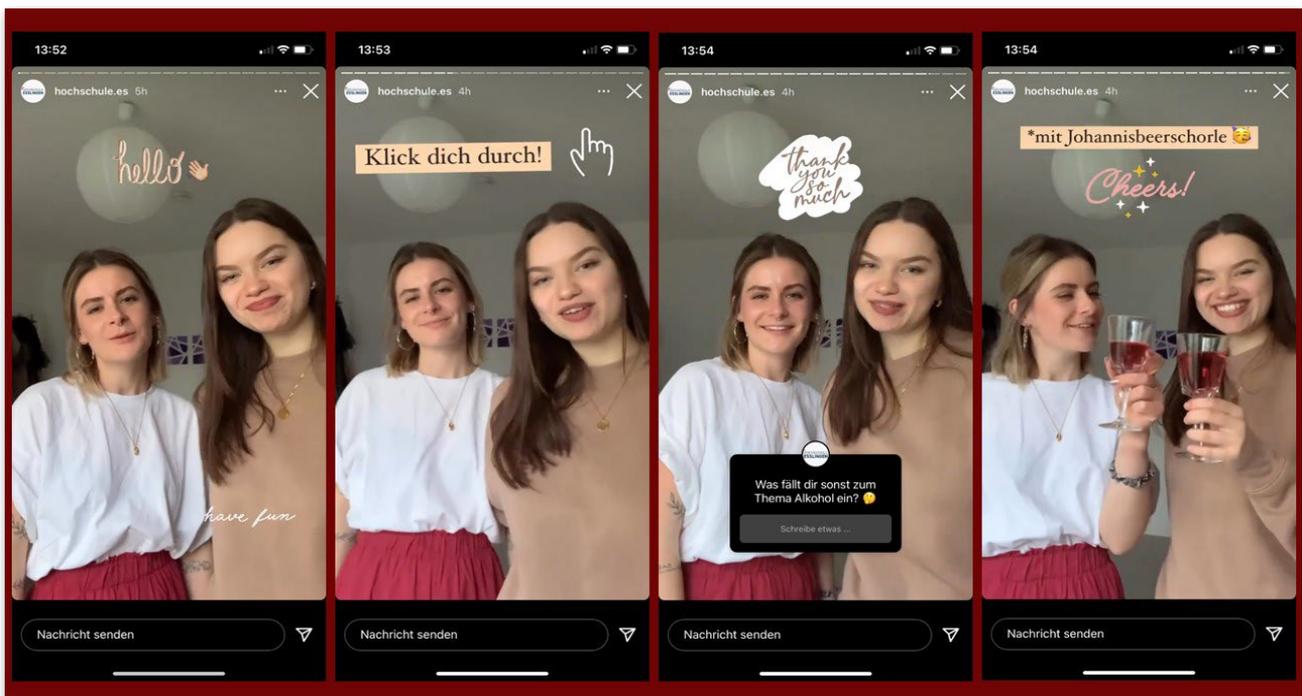


# eCHECKUP-Alkohol

## Peer-Handbuch

Informationen, Erfahrungen und Methoden zur Prävention des riskanten Alkoholkonsums im Setting Hochschule



# *eCHECKUP-Alkohol Peer-Handbuch. Informationen, Erfahrungen und Methoden zur Prävention des riskanten Alkoholkonsums im Setting Hochschule*

2022

Forschungsprojekt

eCHECKUP - Prävention des riskanten Alkoholkonsums bei Studierenden

[www.echeckup-alkohol.de](http://www.echeckup-alkohol.de)



*eCHECKUP-Alkohol* ist ein Projekt der Hochschule Esslingen, das in Kooperation mit der BARMER durchgeführt wird.

Unser Präventionspartner: BARMER

**BARMER**

## IMPRESSUM

Autor:innen:

Michael Braun, Simone Keplinger, Maja Reuter, Thomas Heidenreich, Marion Laging.

Unter Mitarbeit von:

Anna-Lena Messner, Tanja Louw, Jana Schult, Verena Deyerler, Anita Rotfuß, Theresa Stang, Matthias König, Laura Pöder, Vanessa Luickhardt, Sofia Kyrkos & Emily Nething

Herausgeber:

Hochschule Esslingen

University of Applied Sciences

Fakultät Soziale Arbeit, Bildung und Pflege

Flandernstraße 101

73732 Esslingen

**HOCHSCHULE  
ESSLINGEN**

ISBN 978-3-947390-11-3

# Inhalt

1	Einleitung	1
2	Hintergrundinformationen	2
2.1	Präventionskonzept eCHECKUP-Alkohol	2
2.1.1	Das Online-Präventionsprogramm eCHECKUP TO GO-Alkohol	2
2.1.2	Transtheoretisches Modell der Verhaltensänderung – „Stages of Change“	3
2.1.3	Motivierende Gesprächsführung (MI)	5
2.1.4	Soziale-Normen-Theorie	5
2.1.5	Peer-Education-Ansatz	6
2.2	Alkohol	7
2.2.1	Aufnahme, Wirkung und Abbau von Alkohol im Körper	7
2.2.2	Definition des riskanten Alkoholkonsums	8
2.2.3	Auswirkungen von Alkohol auf die Gesundheit und Gesellschaft	9
2.2.4	Alkoholkonsum bei Studierenden – Prävalenz, Trinkmotive und Erreichbarkeit	10
3	Peer-Aktionen	12
3.1	Ziele	12
3.2	Peer-Aktionen auf dem Campus	12
3.2.1	Planung, Zielsetzung und Durchführung	13
3.2.2	Tipps für den Gesprächseinstieg	14
3.2.3	Methoden und Aktivitäten bei Peer-Aktionen	15
3.3	Online Peer-Aktionen im virtuellen Hochschulraum	21
3.3.1	Instagram	21
3.3.2	Youtube	24
3.3.3	Podcasts	26
4	Ideen- & Materialsammlung	29
4.1	Campus-Aktionen: Flyer	29
4.2	Campus-Aktionen: Roll-Ups / Stellwände	30
4.3	Campus-Aktionen: Checkliste für die Planung	31
4.4	Campus-Aktionen: Schichteinteilung	32
4.5	virtuelle Peer-Aktionen: Vorlage Einwilligungserklärung	33
4.6	Logos	34
4.7	Rezepte für alkoholfreie Cocktails	35
5	Literaturverzeichnis	39

# 1 Einleitung

eCHECKUP-Alkohol verfolgt das Ziel, Studierende vor riskantem Alkoholkonsum und seinen schädlichen Folgen zu schützen. Dazu verzahnt das an der Hochschule Esslingen entwickelte Präventionskonzept zwei Präventionsangebote: das Online-Programm eCHECKUP TO GO-Alkohol und die studentische Peer-Beratung.

Peers (Kommiliton:innen, Freund:innen, Mitbewohner:innen) spielen bei der Alkoholprävention unter Studierenden eine wichtige Rolle. Während des Studiums bieten sich Studierenden zahlreiche Anlässe für übermäßigen, häufigen Alkoholkonsum: u.a. das Kennenlernen anderer Studierender, Spaß sowie Stress und negative Emotionen. Darüber hinaus tauschen sich Studierende erfahrungsgemäß gerne mit anderen Studierenden zu Themen aus, die sie miteinander verbinden wie z. B. Stress im Studium, Feiern/ Partys und das Trinken von Alkohol. Entsprechend passend zeigte sich der Ansatz, studentische Peer-Beratende auszubilden, die als kompetente Gesprächspartner:innen rund um das Thema Alkoholkonsum agieren.

*Was ist das Ziel des eCHECKUP-Alkohol-Peer-Handbuchs?*

Das eCHECKUP-Alkohol-Peer-Handbuch wurde von Studierenden der Hochschule Esslingen im Rahmen der Peer-Qualifizierung und gemeinsam mit dem Projektteam eCHECKUP-Alkohol erstellt. Es zielt darauf ab, Peer-Beratenden neben Hintergrundinformationen einen Leitfaden für die Planung, Umsetzung und Evaluation von Peer-Aktionen an die Hand zu geben. Die im eCHECKUP-Alkohol-Peer-Handbuch enthaltenen Informationen setzen sich dabei aus den Inhalten der Peer-Qualifizierung und eigenen Erfahrungen der eCHECKUP-Peer-Beratenden zusammen.

*Wie ist das eCHECKUP-Alkohol-Peer-Handbuch aufgebaut?*

Der erste Teil des Peer-Handbuches enthält Hintergrundinformationen, die Bestandteile der Qualifizierung zum:zur eCHECKUP-Peer-Beratenden sind. Hierbei werden Inhalte rund um das Präventionskonzept eCHECKUP-Alkohol wie das Transtheoretische Modell und die Gesprächsführungstechnik des MI (Motivational Interviewing) thematisiert. Zudem werden Hintergrundinformationen zu Alkohol aufgegriffen: u. a. die Aufnahme, der Abbau und die Wirkungen des Alkohols, Auswirkungen des Alkoholkonsums auf Gesundheit und Gesellschaft sowie Alkoholkonsum bei Studierenden.

Der zweite Teil thematisiert die konkrete Planung, Durchführung und Evaluation von Peer-Aktionen auf dem Hochschulcampus und Peer-Aktionen im virtuellen Hochschulraum.

Der letzte Teil des Peer-Handbuchs führt Ideen und Materialien auf, die sich als gut geeignet für die Planung und Durchführung von Peer-Aktionen gezeigt haben und die hierfür genutzt werden können. Beispielsweise finden sich hier Checklisten, Vorlagen für Informationsmaterialien und Rezepte für alkoholfreie Cocktails.

## 2 Hintergrundinformationen

Die nun folgenden Informationen sind auch Bestandteil der Qualifizierung zum:zur eCHECKUP-Peer-Beratenden:

Das Präventionskonzept eCHECKUP-Alkohol, bestehend aus der Qualifizierung zum:zur eCHECKUP-Peer-Beratenden und dem Online-Präventionsprogramm eCHECKUP TO GO-Alkohol.

Die dem Konzept zugrundeliegenden Theorien & Ansätze wie das Transtheoretische Modell, die Motivierende Gesprächsführung, die Soziale Normen-Theorie und der Peer-Education-Ansatz.

Hintergrundinformationen zu Alkohol, bestehend aus der Aufnahme, Wirkung und Abbau der Substanz, der Definition des riskanten Alkoholkonsums, Auswirkungen von Alkohol sowie die Prävalenzen des Alkoholkonsums bei Studierenden, schließen diese Hintergrundinformationen ab.

### 2.1 Präventionskonzept eCHECKUP-Alkohol

eCHECKUP-Alkohol, in seiner Langform „eCHECKUP – Prävention des riskanten Alkoholkonsums unter Studierenden“, ist ein Präventionskonzept, das von der Hochschule Esslingen entwickelt wurde. Im Sinne der studentischen Gesundheitsförderung hat es das Ziel, Studierende vor riskantem Alkoholkonsum und seinen schädlichen Folgen zu schützen. Dazu verzahnt das Präventionskonzept zwei Präventionsangebote: Das Online-Präventionsprogramm eCHECKUP TO GO-Alkohol und die Studentische Peer-Beratung.

Beide Elemente (Onlineprogramm und Peer-Beratung) sind aufeinander bezogen und mit dem bestehenden Beratungsnetzwerk der jeweiligen Hochschule (z. B. Zentrale Studienberatung, Hochschulsport, psychologische Beratungsstellen) verknüpft. Das Konzept ist sowohl verhaltens- als auch verhältnispräventiv angelegt. Hierdurch werden die bestehenden gesundheitsförderlichen Rahmenbedingungen einer Hochschule gestärkt.

Weitere Informationen: [www.echeckup-alkohol.de/ueber-echeckup-alkohol/praeventionskonzept](http://www.echeckup-alkohol.de/ueber-echeckup-alkohol/praeventionskonzept)

#### 2.1.1 *Das Online-Präventionsprogramm eCHECKUP TO GO-Alkohol*

Ursprünglich wurde das Online-Präventionsprogramm eCHECKUP TO GO-Alkohol an der San Diego State University entwickelt. Mittlerweile ist es an über 600 Universitäten weltweit verfügbar. Das Online-Programm trägt wirksam zur Prävention des riskanten Alkoholkonsums bei. Studierende können eCHECKUP TO GO-Alkohol nutzen, um ihren Alkoholkonsum jederzeit online zu reflektieren, sich ein persönliches Risikoprofil erstellen zu lassen, ausführliche Informationen zum Thema Alkohol zu erhalten und Hilfsangebote vor Ort einzusehen. Die deutsche Adaption kann in 20 - 45 Minuten durchlaufen werden.

Dem Konzept von eCHECKUP TO GO-Alkohol liegt die motivierende Gesprächsführung zugrunde, die in der Suchtberatung eine zentrale Rolle spielt. Das Programm macht zunächst eine Bestandsaufnahme in verschiedenen Themenbereichen, wie z. B. persönlichen Angaben (Alter, Geschlecht, Gewicht, Wohnsituation, Semester, Medikamentenkonsum, etc.), dem eigenen Alkoholkonsum und sonstigem Konsumverhalten (z. B. wie viel Geld wird wofür ausgegeben?). Gleichzeitig sind in den Programmablauf psycho-educative und informative Inhalte zu Alkohol, den möglichen Folgen des Konsums, den Richtlinien der WHO und Vielem mehr eingebunden. eCHECKUP TO GO-Alkohol folgt der Sozialen-Normen-Theorie und zeigt den Vergleich mit der Peergroup: Teilnehmende Studierende können zunächst ihren eigenen Konsum im Vergleich zum Konsum anderer Studierender einschätzen und bekommen daraufhin die tatsächlichen Ergebnisse angezeigt. Dabei können, auf Basis repräsentativer Umfragen, Vergleiche mit Studierenden deutschlandweit oder mit Studierenden der eigenen Hochschule gezogen werden (vorausgesetzt, es liegen hochschulspezifische Daten vor).

Zuletzt gibt eCHECKUP TO GO-Alkohol ein wertungsfreies, personalisiertes Feedback und zeigt Änderungsperspektiven auf. Die Studierenden werden über ihren eigenen Alkoholkonsum im Vergleich zu den Richtlinien der WHO, zu risikoarmem Alkoholkonsum und zum durchschnittlichen Konsum von Studierenden in Deutschland oder an ihrer Hochschule informiert. Das Programm motiviert dazu, gegebenenfalls Änderungen am eigenen Trinkverhalten vorzunehmen und zeigt konkrete, umsetzbare Änderungsmöglichkeiten auf. Die Anonymität beim Durchlaufen von eCHECKUP TO GO-Alkohol schützt vor Stigmatisierung und soll dabei helfen, den eigenen Alkoholkonsum vor dem Hintergrund fundierter Informationen zu reflektieren.

Es ist zu empfehlen, dass Peer-Beratende das Online-Programm eCHECKUP TO GO-Alkohol mindestens einmal durchlaufen. Einerseits können sie so ihr eigenes Konsumverhalten reflektieren und einen Standpunkt entwickeln und andererseits können sie das Programm anderen Studierenden überzeugend weiterempfehlen.

Weitere Informationen zu eCHECKUP TO GO-Alkohol: [www.echeckup-alkohol.de](http://www.echeckup-alkohol.de)

### *2.1.2 Transtheoretisches Modell der Verhaltensänderung – „Stages of Change“*

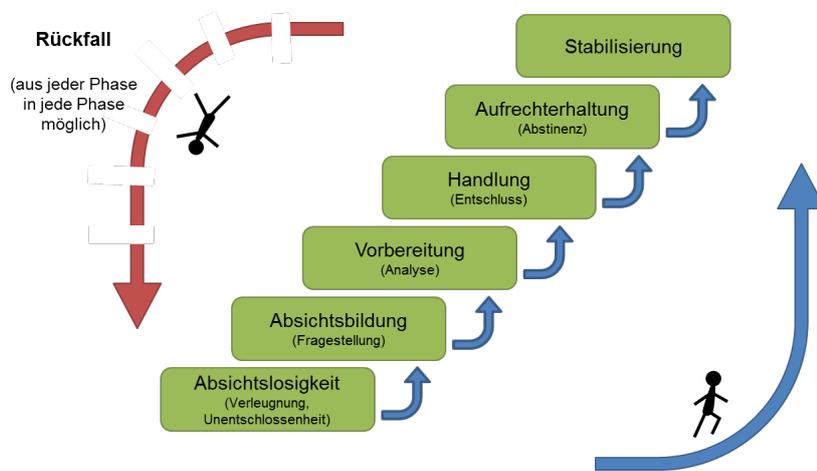
Das Transtheoretische Modell der Verhaltensänderung (TTM; Prochaska & DiClemente, 1982, 1983) ist ein Rahmen, innerhalb dessen bewusste Verhaltensänderungen auf der einen Seite beschrieben und erklärt werden können, und auf der anderen Seite beeinflusst und vorhergesagt werden können. Es basiert auf der Annahme, dass Änderungsprozesse sich über mehrere unterschiedliche, aufeinander aufbauende Stufen („Stages of Change“) vollziehen. Das Transtheoretische Modell der Verhaltensänderung wird daher auch häufig als Stufenmodell bezeichnet und dargestellt (Keller, Velicer, & Prochaska, 1999).

Im TTM durchläuft ein Individuum sechs aufeinander aufbauende Stufen zur Verhaltensänderung (Absichtslosigkeit, Absichtsbildung, Vorbereitung, Handlung, Aufrechterhaltung und Stabilisierung). Diese

„Stages of Change“ konzentrieren sich spezifisch auf Problembereiche oder Problemverhalten. Bei der Ermittlung der Stages of Change muss ein Problemverhalten definiert und eine präzise Zielbestimmung hinsichtlich des gewünschten Verhaltens vorgenommen werden, deren Erreichung eine individuelle Partizipation erfordert. Letztendlich ist die Veränderung von (gesundheitsschädlichen) Verhaltensweisen das Ziel (Faselt & Hoffmann, 2010).

### Stufen einer Verhaltensänderung

Die Stufen der Verhaltensänderung sind einerseits stabil und andererseits offen für Alternativen. Ein Großteil der Personen mit riskantem Verhalten ist nicht bereit, unmittelbar etwas zu verändern. Daher profitieren viele auch nicht von handlungsorientierten Präventionsmaßnahmen. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Maßnahmen auf die momentane Stufe (Stage of Change) abzustimmen.



eigene Darstellung nach Keller (1999)

*Absichtslosigkeit: Auf dieser Stufe besteht kein Problembewusstsein und kein Interesse, das eigene Verhalten zu verändern. Häufig wird eine Auseinandersetzung mit dem betreffenden Thema vermieden.*

Peer-Beratende können Studierende in diesem Stadium zu riskantem Alkoholkonsum informieren, ggf. eigene Beobachtungen mitteilen, alternative Sichtweisen anbieten und auf Diskrepanzen hinweisen.

*Absichtsbildung: Allmählich findet eine bewusste Auseinandersetzung mit dem problematischen Verhalten statt, jedoch gibt es noch keine konkreten Pläne für die Umsetzung. Die Person befindet sich in einer starken Ambivalenz. Sie ist zwar interessiert, aber nicht fest entschlossen, das Verhalten zu ändern.*

Peer-Beratende können in diesem Stadium Anregungen zur Selbstbeobachtung geben, mit dem:der Gesprächspartner:in die Vor- und Nachteile einer Veränderung thematisieren und einen Anstoß in Richtung Verhaltensänderung geben.

*Vorbereitung: Auf dieser Stufe ist die Person hoch motiviert, konkrete Veränderungsschritte einzuleiten. Die Entscheidung für eine Verhaltensänderung ist getroffen.*

Peer-Beratende können in diesem Stadium verschiedene Optionen der Veränderung aufzeigen, gemeinsam mit dem:der Gesprächspartner:in nach realistischen und akzeptablen Veränderungsschritten suchen und Vereinbarungen und konkrete Schritte der Verhaltensänderung besprechen.

*Handlung: Hier besteht ein hohes Maß an Engagement und Entschlossenheit. Sichtbare und konkrete Veränderungsschritte werden vollzogen und über längere Zeit hinweg durchgehalten. Dennoch besteht gerade in dieser Phase ein hohes Rückfallrisiko.*

Peer-Beratende können in diesem Stadium das Selbstvertrauen des:der Gesprächspartner:in stärken, Möglichkeiten der Rückfallprophylaxe besprechen und die bereits erreichten Erfolge reflektieren.

*Aufrechterhaltung: Die Veränderungsschritte haben sich verfestigt und konnten über einen längeren Zeitraum aufrechterhalten werden.*

Peer-Beratende können in diesem Stadium das Selbstvertrauen des:der Gesprächspartnerin weiter stärken und Möglichkeiten der Rückfallprophylaxe besprechen.

*Stabilisierung: Das problematische Verhalten wird dauerhaft aufgegeben und das alternative Verhalten bereits verinnerlicht. Diese Stufe gehört nicht mehr zum ursprünglichen TTM (Keller et al., 1999).*

### *2.1.3 Motivierende Gesprächsführung (MI)*

Unter Motivierender Gesprächsführung (Motivational Interviewing, MI; Miller & Rollnick, 2009) wird eine partnerschaftliche, personenbezogene Kommunikationsweise verstanden, durch die eine Veränderungsmotivation hervorgerufen und gestärkt werden kann. Die Motivierende Gesprächsführung basiert auf den folgenden vier Prinzipien: Empathie zeigen (1), Diskrepanzen entwickeln (2), Flexibler Umgang mit Widerstand (3) und Selbstwirksamkeitserwartungen stärken (4). Strategien der Motivierenden Gesprächsführung sind dabei u. a. Aktives Zuhören, offene Fragen stellen, Wertschätzen und Bestätigen, veränderungsorientierte Aussagen fördern, Widerstand schwächen, Änderungszuversicht stärken und Zusammenfassen (Miller & Rollnick, 2009). MI sucht die behutsame und respektvolle Kommunikation, um konfliktreiches Verhalten zu verändern und neue, konstruktive Verhaltensmuster für die persönliche Weiterentwicklung zu erarbeiten, welche mit den individuellen Zielen und Werten der betroffenen Person im Einklang stehen (Naar-King & Suarez, 2012).

### *2.1.4 Soziale-Normen-Theorie*

Zufolge der Soziale-Normen-Theorie (Berkowitz, 2004) prägen insbesondere deskriptive Normen den Alkoholkonsum unter Studierenden. Deskriptive Normen beruhen auf Beobachtungen des sozialen Umfeldes, aus welchen abgeleitet wird, welches Verhalten als „normal“ gilt. Je mehr Personen ein bestimmtes Verhalten zeigen, desto wahrscheinlicher handelt es sich aus Sicht der Individuen um das „richtige“ Verhalten in der jeweiligen Situation. Infolgedessen wird Alkoholkonsum, der im Rahmen der beobachteten Norm liegt, nicht

hinterfragt und als normal verinnerlicht (Cialdini & Trost, 1998; Helmer, 2015). Dabei bestehen allerdings häufig falsche Wahrnehmungen und Einschätzungen in Bezug auf den Alkoholkonsum der anderen Studierenden. So wird beispielsweise der Alkoholkonsum der anderen überschätzt, es wird von einer hohen Akzeptanz von Alkoholexzessen ausgegangen, oder es wird von Studierenden, die selbst viel Alkohol trinken, fälschlicherweise davon ausgegangen, dass dieser Konsum der Norm entspricht (Berkowitz, 2004). Durch eine Korrektur dieser Fehlwahrnehmungen und -einschätzungen kann erreicht werden, dass sich die Studierenden stattdessen an den tatsächlichen existierenden Normen orientieren und ihren Konsum entsprechend reduzieren (Berkowitz, 2004).

### *2.1.5 Peer-Education-Ansatz*

Peer wird meist mit „Gleichaltrige:r“ übersetzt, jedoch kommt dem Begriff eine größere Bedeutung zu, als diese Übersetzung vermuten lässt: Er beinhaltet den mehr oder weniger organisierten Zusammenschluss von Personen, die sich gegenseitig beeinflussen und einen ähnlichen Status besitzen. Die Bezugsgruppe der Peers ist für die Übernahme von Werten, Normen und auch Verhaltensweisen von großer Bedeutung. Sie schafft Bezugs- und Orientierungspunkte und ist für die Identitätsbildung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen maßgeblich (Nörber, 2003). Eine Studie von Kirchler, Palomonari & Pombeni (1992) verweist darauf, dass die Bedeutung der Peers mit der Bedeutung der Eltern vergleichbar ist. Peer-Education bedeutet demnach die Entwicklung eines Angebotes von Gleichaltrigen, bei dem es darum geht, sich gegenseitig zu unterstützen, zu beeinflussen und sich aneinander anzupassen (Nörber, 2003).

Der Peer-Education-Ansatz hat dabei das Potential, den Alkoholkonsum wirksam zu reduzieren: Eine Metaanalyse von MacArthur et al. (2016) zeigte bezüglich der Peer-Education in Bildungseinrichtungen auf, dass peergestützte Interventionen in Bezug auf die Reduktion des Alkohol-, Tabak- und (ggf. auch) Cannabiskonsums bei jungen Menschen effektiv sein können. Zudem zeigte eine Studie von Larimer et al. (2001), dass ein durch Peer-Beratende gegebenes Feedback im Rahmen eines kurzen motivierenden Interviews den Alkoholkonsum in Hochrisikogruppen bei Studierenden reduzieren kann.

In Bezug auf das Präventionskonzept eCHECKUP-Alkohol wurde die Möglichkeit einer Peer-Qualifizierung im Rahmen der Adaptation des Online-Präventionsprogramms eCHECKUP TO GO-Alkohol und der dabei durchgeführten studentischen Fokusgruppen thematisiert. Dabei wurde deutlich, dass die Peer-Qualifizierung aus Sicht der Studierenden eine gute Möglichkeit darstellt, um Studierende auf das Programm hinzuweisen und diese dadurch zur Durchführung zu motivieren.

## 2.2 Alkohol

### 2.2.1 Aufnahme, Wirkung und Abbau von Alkohol im Körper

Alkohol (Ethanol) wird überwiegend über den Darm (Duodendum / Leerdarm) aufgenommen. Zudem wird bis zu einem Viertel über die Magenschleimhaut und ein kleiner Teil über die Mundschleimhaut und die Schleimhaut der Speiseröhre absorbiert. Die vollständige Absorption des konsumierten Alkohols dauert ungefähr zwei Stunden, wobei die maximale Blutalkoholkonzentration in der Regel nach etwa 45 Minuten erreicht ist. Männer „vertragen“ dabei mehr Alkohol als Frauen, da sich der aufgenommene Alkohol bei Männern auf mehr Körperflüssigkeit verteilt: Alkohol löst sich schneller im Körperwasser als im Körperfett und bei Männern macht das Körperwasser ca. 65 % des Gewichts aus, bei Frauen ca. 51 % des Gewichts. Folglich ist (bei der gleichen Menge konsumierten Alkohols) der Blutalkoholspiegel bei einer Frau in der Regel höher als bei einem Mann mit demselben Körpergewicht. Darüber hinaus hängt die Aufnahme des Alkohols primär davon ab, ob der Konsum auf nüchternen oder vollen Magen, bzw. in Verbindung mit Essen, erfolgt. Verglichen mit dem Konsum auf nüchternen Magen ist sowohl der insgesamt absorbierte Alkohol als auch die maximal erreichte Blutalkoholkonzentration bei einem Konsum in Verbindung mit Nahrung um etwa zwei Drittel reduziert und auch der Alkoholabbau wird verkürzt (Rommelsbacher in Singer et al., 2011).

Die folgende Tabelle in Anlehnung an Feuerlein, Kufner & Soyka (2008, S. 163 - 165) gibt einen Überblick über einige Effekte, die bei verschiedenen Blutalkoholkonzentrationen auftreten können:

<b>Blutalkoholkonzentration (BAK)</b>	<b>Potenzielle Effekte</b>
<b>Leichte Rauschzustände (0,5 – 1 oder 1,5 ‰)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• neurologisch:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Gang- und Standunsicherheit, verwaschene Sprache</li><li>○ Beeinträchtigung komplexer motorischer Funktionen</li><li>○ Störung der Koordination und der Augenbewegungen</li><li>○ Typisch ist eine Gesichtsrötung.</li></ul></li><li>• psychisch:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Enthemmung, Verminderung der Kritikfähigkeit und der Selbstkontrolle</li><li>○ häufig Antriebssteigerung, umgekehrt aber auch zunehmende Müdigkeit und Beeinträchtigung der Gedächtnisleistung möglich</li><li>○ vermehrter Rede- und Tatendrang, erhöhte Bereitschaft zu sozialen Kontakten</li><li>○ subjektives Gefühl der erhöhten Leistungsfähigkeit</li></ul></li></ul>
<b>Mittelgradige Rauschzustände (BAK 1,5 – 2,5 ‰)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zunahme der neurologischen und motorischen Störungen</li><li>• psychisch:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Höhere psychische Funktionen können beeinträchtigt sein, das Denken ist aber meist geordnet und die Orientierung bleibt erhalten.</li></ul></li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Umweltkonstellationen und ihre soziale Bedeutung werden meist richtig erkannt.</li> <li>○ Verminderung der Selbstkritik</li> <li>○ affektive Enthemmung und häufig gehobene Stimmungslage bis hin zur Euphorie</li> <li>○ leicht ablenkbar, nach außen orientiert; Erleben auf die unmittelbare, unreflektierte Bestrebung, triebhafte Bedürfnisse zu befriedigen, eingeengt;</li> <li>○ andererseits auch Benommenheit möglich</li> <li>○ schneller Wechsel der Intentionen, Bereitschaft zu primitiven, vorwiegend explosiven Reaktionsweisen</li> </ul>
<b>Schwere Rauschzustände (BAK über 2,5 ‰)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● neurologische Symptome in verstärkter Form: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sprach-, Gleichgewichtsstörungen und Krampfanfälle</li> </ul> </li> <li>● psychisch: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zunehmende Bewusstseins- und Orientierungsstörungen</li> <li>○ Benommenheit</li> <li>○ Angst, Erregung und illusionäre Verknennung</li> </ul> </li> </ul>
<b>Alkoholisches Koma (BAK über 4 ‰)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Eine BAK von über 4 ‰ ist in der Regel lebensbedrohlich.</li> <li>● Bei einer BAK über 5 ‰ liegt die Letalität bei über 50 %.</li> <li>● besonders gefährlich: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dämpfung von Atmung und Atemzentrum</li> <li>○ Aspiration von Erbrochenem (Erstickungstod)</li> </ul> </li> </ul>

Der Alkoholabbau erfolgt überwiegend in der Leber; zudem werden bis zu 10 % des Alkohols über die Lungen, Nieren und die Haut ausgeschieden. So werden im Körper pro Stunde etwa 0,1 bis 0,2 Promille abgebaut. Dieser Vorgang kann nicht beschleunigt oder verlangsamt werden. Die Geschwindigkeit des Abbaus ist – wie die der Aufnahme – von diversen Faktoren abhängig, zum Beispiel vom Gewicht und Geschlecht einer Person, so wird Alkohol bei Männern schneller abgebaut als bei Frauen (Rommelsbacher in Singer et al., 2011).

### 2.2.2 Definition des riskanten Alkoholkonsums

Als riskanter Alkoholkonsum wurde bis 2019 in einer Empfehlung des Wissenschaftlichen Kuratoriums der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) bei Frauen der Konsum von 2 oder mehr Standardgetränken pro Tag definiert. Bei Männern sprach man bei einem Konsum von 3 bis 4 oder mehr Standardgetränken pro Tag von einem riskanten Alkoholkonsum. Ein Standardgetränk entspricht etwa 10 g Reinalkohol, das sind beispielsweise 0,3 l Bier oder 0,1 l Wein. Sogenanntes Rauschtrinken, also das Konsumieren von mehr als 4 bis 5 Standardgetränken bei einer Trinkgelegenheit, galt ebenfalls als riskanter Alkoholkonsum, ebenso wie Alkoholkonsum an mehr als fünf Tagen pro Woche (Seitz & Bühringer, 2010).

Die gesundheitlichen Risiken des Alkoholkonsums sind erheblich: Eine Meta-Analyse mit fast 600.000 Alkoholkonsumierenden ergab, dass bei einem Konsum von mehr als 100 Gramm Alkohol pro Woche (entspricht ca. 1 l Wein oder 2,5 l Bier) die Sterblichkeit gravierend ansteigt, so hängt beispielsweise das Risiko

eines Schlaganfalls fast linear mit dem Alkoholkonsum zusammen (Wood et al., 2018). Basierend auf dieser neueren wissenschaftlichen Evidenzlage wurde auch von der DHS die Schlussfolgerung gezogen, dass eine Definition von Schwellenwerten für risikofreien Konsum nicht möglich ist. Die Empfehlung der DHS wurde entsprechend dahingehend angepasst, dass Männern von einem Konsum über 24 g Reinalkohol pro Tag abgeraten wird, Frauen wird von über 12 g Reinalkohol pro Tag. Dies gilt nur unter der Voraussetzung, dass an wenigstens zwei bis drei Tagen pro Woche komplett auf Alkohol verzichtet wird (DHS, 2019).

### *2.2.3 Auswirkungen von Alkohol auf die Gesundheit und Gesellschaft*

Alkohol ist eine psychoaktive Substanz, die Abhängigkeit erzeugen kann. Gesundheitsschädlicher Alkoholkonsum zählt weltweit zu den fünf wesentlichen Risikofaktoren für Krankheiten, Beeinträchtigungen und Todesfälle. Alkohol wird als an der Entstehung von mehr als 200 Erkrankungen beteiligt angesehen und ist für die Entstehung vieler (un)beabsichtigter Verletzungen mit verantwortlich (WHO, 2014). Das Statistische Bundesamt (Destatis) und das Deutsche Institut für Medizinische Dokumentation und Information (DIMDI) benennen 17 Krankheiten, die zu hundert Prozent als alkoholbedingt anzusehen sind (Robert Koch-Institut, 2015). Danach wurde im Jahr 2014 in Deutschland bei 14.099 Verstorbenen eine ausschließlich alkoholbedingte Erkrankung als Todesursache festgestellt (Statistisches Bundesamt, 2016). Zudem zeigen Schätzungen aus der "Global Burden of Disease Studie", dass weltweit 5 % aller durch Tod oder Beeinträchtigung verlorenen Lebensjahre (DALYs) auf Alkohol zurückgeführt werden können (WHO, 2015).

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) unterscheidet bei den Auswirkungen des Alkoholkonsums neben den gesundheitlichen Folgen für die Konsument:innen auch zwischen sozioökonomischen Folgen für die Betroffenen sowie den Schäden für andere Personen und für die Gesellschaft insgesamt. Die Schäden für das Individuum bestehen in chronischen Gewebe- und Organschädigungen aufgrund der toxischen Wirkung von Alkohol, akuter Alkoholintoxikation, die sich in Beeinträchtigungen der Koordination, des Bewusstseins, der Wahrnehmung und des Auffassungsvermögens äußern kann, sowie der Entwicklung einer Alkoholabhängigkeit. Die individuellen sozioökonomischen Folgen eines riskanten, missbräuchlichen oder abhängigen Alkoholkonsums können von Stigmatisierung, sozialem Rückzug, familiären Problemen, bis zum Verlust des Arbeitsplatzes, der Wohnung und sozialer Ausgrenzung reichen. Schädigungen Dritter erfolgen vor allem durch körperliche Verletzungen infolge von Gewalt oder Unfällen, durch psychische Verletzungen und Belastungen von Partner:innen, Familie, Freund:innen, Kolleg:innen sowie Schädigung von Kindern im Mutterleib (Fetale Alkoholspektrum-Störungen, FASD). Zu den gesellschaftlichen Folgen des Alkoholkonsums zählen, neben den direkten Kosten für das Gesundheitssystem, Produktivitätsverluste wie Fehlzeiten am Arbeitsplatz oder Frühberentungen sowie immaterielle Kosten zum Beispiel durch den Verlust von Lebensqualität. Diese volkswirtschaftlichen Kosten des Alkoholkonsums werden in Deutschland je nach

Schätzungen auf einen Betrag von bis zu 40 Milliarden Euro im Jahr taxiert, wovon rund ein Viertel auf direkte Kosten für das Gesundheitssystem entfällt (Effertz, 2015; Robert Koch-Institut, 2015).

#### *2.2.4 Alkoholkonsum bei Studierenden – Prävalenz, Trinkmotive und Erreichbarkeit*

Sowohl in Europa (Wicki, Kuntsche, & Gmel, 2010) als auch in den USA (White & Hingson, 2013) zeigt sich, dass Studierende zu hohem Alkoholkonsum und häufigem Rauschtrinken neigen. In Deutschland ist der Anteil der riskant Alkohol-konsumierenden Personen in der Altersgruppe von 18 bis 29 Jahren geschlechtsübergreifend am höchsten (RKI, 2014). Ergebnisse der Drogenaffinitätsstudie 2019 der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Orth & Merkel, 2020) zeigen, dass höhere Bildung bei 18- bis 25-Jährigen mit verstärktem regelmäßigem Alkoholkonsum einhergeht. Ebenso verdeutlicht das HISBUS-Studierendenpanel 2017, dass riskanter Konsum von Alkohol auch unter Studierenden in Deutschland weit verbreitet ist (Grützmaker, Gusy, Lesener, Sudheimer, & Willige, 2018). Demnach trinken 64,1 % der Studierenden mindestens zweimal pro Monat Alkohol, wobei Studenten mehr Alkohol konsumieren als Studentinnen (68,8 % vs. 59,5 %). Ein riskanter Alkoholkonsum (hier: Screening anhand des AUDIT-C mit Cut-Off-Werten > 3 bei Frauen und > 4 bei Männern) zeigt sich dabei bei etwa 40 % der Studierenden (Grützmaker et al., 2018). Vergleiche mit der Allgemeinbevölkerung verdeutlichen, dass der riskante Alkoholkonsum bei Studierenden deutlich höher ist. Während in der Gesamtbevölkerung 12,9 % der Frauen und 14,4 % der Männer riskanten Alkoholkonsum praktizieren, sind es 40,3 % der Studentinnen und 40,6 % der Studenten (Grützmaker et al., 2018). Des Weiteren zeigen die Ergebnisse des HISBUS-Studierendenpanels, dass 39,5 % der Studenten und 22,7 % der Studentinnen mindestens einmal pro Monat Rauschtrinken betreiben und entsprechend sechs oder mehr alkoholische Getränke bei einer Gelegenheit trinken (Grützmaker et al., 2018). Darüber hinaus stufen etliche Studierende ihren Alkoholkonsum selbst als problematisch ein. Im HISBUS-Panel gaben 29 % der Studierenden an, dass sie schon einmal das Gefühl hatten, dass sie ihren Alkoholkonsum reduzieren sollten. 9 % glaubten nicht, dass sie jederzeit auf alkoholische Getränke verzichten könnten und bei 11 % der Studierenden führte studienbedingter Stress dazu, mehr Alkohol zu trinken (Middendorff, Poskowsky, & Becker, 2015). Hinsichtlich des Alkoholkonsums bei Studierenden während der Corona-Pandemie führen Dietz und Kolleg:innen (2021) an, dass sich dieser nicht verändert habe.

Befragungen unter Studierenden zeigen, dass Alkohol aus einer Vielzahl von Gründen konsumiert wird. Heine (2011) fasst dabei zwei Hauptfaktoren für den Alkoholkonsum bei Studierenden zusammen: einerseits soziale/externale Faktoren und andererseits persönliche/internale Faktoren. Heine zufolge konsumieren Studierende Alkohol sowohl zur „Erzeugung von kameradschaftlichen Gefühlen, Vertrauen, Spaß, Verbesserung der Stimmung im sozialen Kontext“ (S. 56) als auch „zur Reduktion von Spannungen, Stress [und] negativen Emotionen“ (S. 56).

Studierende sind eine Zielgruppe, die mit traditionellen Hilfsangeboten für problematischen Alkoholkonsum bislang nur schwer zu erreichen sind (Klein, Hörning, Krapohl, Lammel, & Pauly, 2004). Sie zeigen ausgeprägte Hemmungen gegenüber der Inanspruchnahme psychosozialer Hilfen (Cellucci, Krogh, & Vik, 2006), wobei sie insbesondere traditionellen Beratungsformen skeptisch gegenüberstehen (Black & Coster, 1996). Jedoch zeigt eine Studie von Laging et al. (2012) auch, dass Studierende sich durchaus Angebote zur Prävention alkoholbedingter Störungen wünschen, und zwar insbesondere solche, bei denen die Merkmale Vertraulichkeit und Anonymität beachtet werden. Anonyme Angebote wie beispielsweise Infobroschüren, Flyer, Plakate und webbasierte Angebote wurden von den Studierenden häufiger präferiert als Angebote mit persönlichem Kontakt. Diese wurden von den befragten Studierenden deutlich häufiger abgelehnt. Für Studierende scheint es von besonderer Bedeutung zu sein, unerkannt zu bleiben. Es zeigte sich, dass insbesondere anonyme webbasierte Präventionsangebote von großer Attraktivität sind: 40 % der Studierenden konnten sich vorstellen, ein anonymes, webbasiertes Präventionsangebot zum Thema Alkoholkonsum zu nutzen (Laging et al., 2012).

## 3 Peer-Aktionen

Im Rahmen der eCHECKUP-Alkohol- Peer-Beratung wurden bereits zahlreiche Peer-Aktionen an unterschiedlichen Hochschulen geplant und durchgeführt. Die hierbei gemachten Erfahrungen werden in diesem Kapitel zusammengetragen. Die Peer-Aktionen können sowohl [Offline, auf den Campi der Hochschulen](#), als auch [Online, im virtuellen Hochschulraum](#), stattfinden. Da sich diese beiden Ansätze maßgeblich voneinander unterscheiden werden beide Ansätze separat vorgestellt.

### 3.1 Ziele

Wie im vorangegangenen Abschnitt erläutert, sind Studierende durch traditionelle Präventions- und Hilfsangebote häufig schwer zu erreichen. Im Rahmen der Qualifizierung werden Studierende daher aktiv in die Gesundheitsförderung bzw. Alkoholprävention eingebunden. Durch (virtuelle) Peer-Aktionen entsteht ein niedrigschwelliges Präventionsangebot für Studierende von Studierenden. Die studentischen Peer-Beratenden tragen dabei zur Enttabuisierung des Themas Alkohol bei, indem sie andere Studierende auf dem Campus, z. B. mit Hilfe eines Standes und dem Ausschank von alkoholfreien Cocktails – oder im virtuellen Hochschulraum beispielsweise via Podcasts oder Instagram-Stories – niedrigschwellig, nicht verurteilend und auf Augenhöhe auf das Thema Alkohol ansprechen.

Durch die Nutzung des „Peer-Education“-Ansatzes können viele Studierende erreicht werden: Einerseits werden unmittelbar die Studierenden erreicht, die sich als Peer-Beratenden ausbilden lassen. Andererseits werden mittelbar die Studierende erreicht, die durch sogenannte Peer-Aktionen der ausgebildeten Peer-Beratenden angesprochen werden. Die Studierenden werden dabei zur Reflexion des eigenen Alkoholkonsums angeregt und über riskanten Alkoholkonsum aufgeklärt. Gleichzeitig werden sie auf das Online-Programm eCHECKUP TO GO-Alkohol aufmerksam gemacht und zur Durchführung motiviert.

### 3.2 Peer-Aktionen auf dem Campus

Durch Peer-Aktionen auf dem Hochschulcampus kann auf originelle Weise auf das Thema Alkohol aufmerksam gemacht werden: Die studentischen Peer-Beratenden agieren von einem ansprechend gestalteten Stand aus und verteilen beispielsweise kostenlose alkoholfreie Cocktails. Vorbeilaufende Studierende werden von den Peer-Beratenden angesprochen und zu einem Gespräch über Alkohol eingeladen. Dabei werden sie darüber aufgeklärt, ab wann von riskantem Alkoholkonsum gesprochen wird und dass mit Hilfe des [Online-Programmes eCHECKUP TO GO-Alkohol](#) der eigene Alkoholkonsum reflektiert werden kann.

### *3.2.1 Planung, Zielsetzung und Durchführung*

Bei der Planung einer Peer-Aktion sind einige Aspekte zu beachten. Neben den organisatorischen Abläufen sollten auch die Ziele der Peer-Aktion klar definiert werden. Dabei ist insbesondere zu beachten, dass es sich um ein realistisches Ziel handelt. Zwar ist es möglich, dass sich mit einzelnen Studierenden die Gelegenheit ergibt, ein tiefergehendes Gespräch über ihr Alkoholkonsumverhalten zu führen, jedoch stellt dies erfahrungsgemäß eher die Ausnahme dar. Eine Peer-Aktion kann beispielsweise dazu dienen, auf die Peer-Beratenden und auf das [Online-Programm eCHECKUP TO GO-Alkohol](#) aufmerksam zu machen.

#### *Ort*

Es empfiehlt sich, einen Standort zu wählen, an dem möglichst viele Studierende erreicht werden können. Am besten eignen sich daher die (Haupt-)Eingänge oder das Foyer der Hochschule. Im Winter ist es ratsam, die Aktionen in die Innenräume zu verlegen; hierfür eignet sich beispielsweise der Eingangsbereich eines Gebäudes. Ungünstig erscheint ein Stand vor oder in der Mensa, da die Studierenden dort vor allem (unter Zeitdruck) ihren Hunger stillen möchten.

#### *Uhrzeit und Dauer*

Besonders die Uhrzeit und der Zeitpunkt einer Peer-Aktion sind entscheidend dafür, wie viele Personen angesprochen werden können. Es ist nicht ratsam, die Peer-Aktion gegen Ende des Semesters durchzuführen, da viele Studierende aufgrund von Prüfungsvorbereitungen wenig Zeit haben oder Vorlesungen und Seminare nicht mehr besuchen. Für eine Peer-Aktion sollte ein Zeitfenster von mindestens 1,5 Stunden eingeplant werden. Auch die Uhrzeit sollte sorgfältig gewählt werden. Am besten eignet sich die Mittagspause für die Durchführung der Aktion, da in diesem Zeitraum die meisten Studierenden Zeit finden, um sich den Stand genauer anzusehen.

#### *Genehmigungen*

Es empfiehlt sich, rechtzeitig vor der Peer-Aktion verschiedene Genehmigungen für z. B. den Aktions-Stand oder das Auslegen und Verteilen von Flyern einzuholen. Folgende Genehmigungen werden in der Regel benötigt:

- Genehmigung der Aktion
- Genehmigung des Zeitrahmens (Veranstaltungskalender beachten)
- Genehmigung des Standorts (Brandschutzvorschriften beachten)

Erfahrungsgemäß ist es sinnvoll, wenn der:die Dozent:in des Peer-Seminars die Genehmigungen beantragt, da dies den Bürokratieablauf vereinfacht. Wer für die Genehmigung zuständig ist unterscheidet sich von Hochschule zu Hochschule, dies kann erfahrungsgemäß über die Sekretariate der Hochschulleitung oder der Fakultäten in Erfahrung gebracht werden.

### *Schicht- und Aufgabeneinteilung*

Ab einer bestimmten Gruppengröße (ab ca. 8 Personen) ist es ratsam, die Gruppe der Peer-Beratenden in Schichten aufzuteilen, da sonst zu viele Peer-Beratende am Stand stehen und dies abschreckend wirken kann. Zusammen mit der Schichteinteilung sollte auch eine Aufgabenverteilung vorgenommen werden. So kann zum Beispiel ein:e Peerberater:in die alkoholfreien Cocktails zubereiten und ein:e Peerberater:in kann auf dem Campus Flyer und Cocktails verteilen und aktiv auf den Stand aufmerksam machen. Im Anhang ist eine beispielhafte [Schichttabelle](#) aufgeführt.

### *Standaufbau und Materialien*

Der Stand sollte möglichst ansprechend und informativ gestaltet werden. Hierfür eignen sich [Plakate und Stellwände](#). Auch Dekoration, wie beispielsweise Topfpflanzen oder Luftballons, erhöhen die Attraktivität des Standes. Falls [alkoholfreie Cocktails](#)/ Getränke verteilt werden sollen, sollten im Vorfeld die notwendigen Zutaten und Becher besorgt werden. Es ist sinnvoll, darauf zu achten, dass die jeweiligen Getränke zur Jahreszeit passen. Ein eisgekühlter Cocktail eignet sich besonders gut im Sommer, ein heißer Punsch wird dagegen im Winter größeren Anklang finden. Eine sinnige Aufteilung und Nutzung des Standes ist ebenfalls wichtig. Ein Tisch kann z. B. dazu dienen, die Cocktails zuzubereiten und auszugeben, der andere zum Auslegen von Informationsmaterial wie z. B. [Flyer](#). So kann verhindert werden, dass das Infomaterial beschmutzt und beschädigt wird. Außerdem wirkt der Stand dadurch optisch ansprechender. Zusätzlich sind Küchenutensilien und weitere Materialien für die Zubereitung nötig. Im Anhang ist eine beispielhafte [Checkliste](#) aufgeführt.

### *3.2.2 Tipps für den Gesprächseinstieg*

Oftmals fällt bei Peer-Aktion insbesondere der Beginn eines Gespräches schwer. Um Hemmungen abzubauen und Selbstsicherheit für den Gesprächseinstieg zu gewinnen, sollte der Gesprächseinstieg bereits im Seminar geübt werden. Es bietet sich an, die verschiedenen Anfangssituationen zunächst in Zweiergruppen durchzuspielen, um so verschiedene Möglichkeiten zu explorieren und individuell stimmige Arten des Gesprächseinstiegs zu finden. Des Weiteren ist es sinnvoll, die Situationen anschließend auch in einer Gruppe zu testen, da im Vorfeld nicht absehbar ist, auf welche Konstellation an Studierenden die Peer-Beratenden treffen werden.

Im Folgenden sind verschiedene Anregungen für den Beginn eines Gespräches aufgelistet. Dabei handelt es sich jedoch nur um Ideen, die jede:r für sich individuell anpassen sollte:

- Kann ich euch kurz stören? (Dieser Einstieg kann bei allen Startmöglichkeiten zusätzlich verwendet werden)
- Ich bin/ Wir sind vom Studium Generale und machen momentan eine Ausbildung zum:zur eCHECKUP TO GO- Peer- Berater:in Alkoholprävention.

- Habt ihr schon einmal etwas über das Online-Programm eCHECKUP TO GO-Alkohol gehört?
- Habt ihr Lust auf einen alkoholfreien Cocktail/ Getränk (Virgin Hugo/ Punsch)?
- Habt ihr Lust, bei einem Quiz mit zu machen (siehe Quiz)
- Beerpong (siehe „Beer“pong)

So wird der Übergang zu folgenden Fragen einfacher:

- Wie viel hast du/ habt ihr letzte Woche getrunken?
- Wie ist dein/ euer momentaner Alkoholkonsum?
- Trinkst du/ Trinkt ihr eher am Wochenende/ während des Semesters/ nach den Prüfungen?

### *3.2.3 Methoden und Aktivitäten bei Peer-Aktionen*

- Da Peer-Aktionen fakultätsübergreifend angeboten werden, gilt es zu bedenken, dass sich die Vorkenntnisse zum Thema Alkohol aufgrund der verschiedenen Studiengänge unterscheiden können. Erfahrungs- und Expert:innenwissen sollte gleichermaßen wertschätzend begegnet werden.
- Es empfiehlt sich, Fachausdrücke so sparsam wie möglich zu verwenden und sie gegebenenfalls zu erklären. Die Thematik sollte für alle Studierenden verständlich erläutert und Gesprächspartner:innen weder über- noch unterfordert werden.
- Die Peer-Beratenden verfügen zwar über ein vertieftes Wissen, sie sind allerdings keine ausgebildeten Suchtberatenden. Als Peer-Beratende:r ist es daher wichtig, die eigenen Grenzen reflektiert einzuschätzen und sich dementsprechend zu verhalten.
- Die Peer-Beratenden sollten dem Thema Alkoholkonsum und Alkoholprävention mit Ernsthaftigkeit begegnen, da sie im Peer-Ansatz als Vorbilder fungieren. Es ist nicht zu empfehlen, die Problematik ins Lächerliche zu ziehen.
- Voraussetzung für ein gutes Peer-Gespräch ist die Auseinandersetzung mit den eigenen Konsummotiven und Konsumpraktiken. Der eigene Standpunkt sollte gefunden und vertreten werden.
- Um die Peer-Aktionen effektiv zu gestalten, sollte auf übermäßigen theoretischen Input verzichtet werden, da dies ermüdend wirken kann.
- Um mit den Studierenden leichter ins Gespräch zu kommen, können Spiele wie z. B. „Beer“pong oder ein Quiz angeboten werden.

#### *3.2.3.1 Quiz*

##### **Vor dem Quiz:**

Möchte man ein Quiz zum Thema Alkoholkonsum entwickeln, ist es ratsam, sich zunächst über aktuelle Zahlen und Fakten – idealerweise bezogen auf Deutschland – zu informieren. Die gefundenen Informationen können

dann im Rahmen eines kleinen Quiz von anderen Studierenden erfragt werden. Das Quiz kann eine entspannte Atmosphäre erzeugen und die anderen Studierenden zum aktiven Nachdenken anregen.

Es ist wichtig, dass die Zahlen und Fakten jedes Semester von den Peer-Beratenden aktualisiert werden. Aktuelle Zahlen und Fakten können die Peer-Beratenden z. B. auf der Homepage der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) recherchieren.

#### **Beispielfragen für das Quiz:**

1. Wie viel reiner Alkohol wurde in Deutschland im letzten Jahr pro Kopf konsumiert?
2. Wie viel Prozent davon waren Bier und wie viel Wein?
3. Bei wie viel Litern Alkohol liegt der weltweite Durchschnitt?

#### **Benötigte Materialien:**

- Papier, um Fragen zu notieren
- Kopierer, um Papier mit den Fragen 2-3-mal zu kopieren
- Laminiergerät, um die 2-3 Kopien mit den Fragen zu laminieren
- kleine Notizblöcke für die Studierenden, um die Antworten zu notieren
- 2-3 Notizblätter mit den aktuellen Antworten
- Süßigkeiten als Anreiz für die Teilnahme bzw. Gewinn, z. B. Gummibärchen

#### **Vorgehensweise:**

- Die Quiz-Fragen (z. B. Beispielfragen s. o.) werden auf einem Blatt Papier nummeriert notiert und am Stand ausgelegt.
- Es empfiehlt sich, das Papier mit den Fragen 2-3-mal auszudrucken und zu laminieren, um es für mehrere Peer-Aktionen verwenden zu können (und es nicht für jede Aktion neu ausdrucken zu müssen).
- Wichtig ist auch, dass die Peer-Beratenden die richtigen Antworten im Vorfeld recherchieren und für sich notieren.
- Studierende, die am Quiz teilnehmen möchten, schreiben ihre Antworten nummeriert auf einen Notizzettel und geben diesen an die Peer-Beratenden zurück, z. B.:
  1. 10,7 Liter
  2. Bier: 104,9 Liter; Wein: 20,6 Liter
  3. 133,8 Liter
- Die Peer-Beratenden kontrollieren die Antworten und geben dem:der Studierenden umgehend ein Feedback, wie gut er:sie geschätzt hat.

**Belohnung:** Studierende, die gut geschätzt haben, werden durch einen kleinen Gewinn belohnt, z. B. Gummibärchen.

**Praktischer Teil nach dem Quiz:** Um die unmittelbaren Auswirkungen des Alkoholkonsums zu verdeutlichen, bietet es sich an, eine Rauschbrille zur Verfügung zu stellen. Die Rauschbrille ermöglicht es, Beeinträchtigungen infolge von Alkoholkonsum zu simulieren, wie z. B. „Doppelsehen“, einen „Tunnelblick“ oder das Gefühl von Unsicherheit und Verwirrung. Die Kommiliton:innen können damit zum Beispiel auf einer Linie laufen, eine Tür aufschließen oder einen kleinen Hindernis-Parcours durchlaufen.

### 3.2.3.2 „Zahlen, Daten und Fakten“-Poster/Lückentext

Die folgenden Zahlen, Daten und Fakten eignen sich, um bei den Peer-Aktionen mit anderen Studierenden ins Gespräch zu kommen und deren Interesse zu wecken. Dazu können die Fakten gut sichtbar z.B. auf Plakaten/ Flipcharts präsentiert werden. Alternativ können die Fakten auch als Lückentext (siehe unten) präsentiert werden, sodass gemeinsam über die Zahlen spekuliert und diskutiert werden kann. Auf der Rückseite der Plakate/ Flipcharts oder auf kleine Merktzettel werden die tatsächlichen Zahlen notiert, sodass diese gemeinsam mit den Studierenden mit den geschätzten Zahlen abgeglichen werden können. Dies schafft eine entspannte Atmosphäre und die Studierenden werden zum aktiven Nachdenken angeregt. Es ist wichtig, aktuelle Daten zu verwenden, z. B. auf der Homepage der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS).

Nachfolgend findet sich ein beispielhafter Vorschlag:

#### **Alkoholkonsum in Deutschland im Jahr \_\_\_\_\_**

In Deutschland wurden im letzten Jahr pro Kopf \_\_\_\_\_ Liter reiner Alkohol konsumiert, davon \_\_\_\_\_ % Bier und \_\_\_\_\_ % Wein. Der weltweite Durchschnitt liegt bei \_\_\_\_\_ Litern.

Hochrechnungen zufolge sind \_\_\_\_\_ Mio. Erwachsene in Deutschland von einer alkoholbezogenen Störung betroffen.

(Missbrauch: \_\_\_\_\_ Mio.; Abhängigkeit: \_\_\_\_\_ Mio.)

Jährlich muss in Deutschland von \_\_\_\_\_ Mrd. Euro volkswirtschaftlicher Kosten infolge alkoholbezogener Krankheiten ausgegangen werden.

Dem stehen Einnahmen aus alkoholbezogenen Steuern von \_\_\_\_\_ Mrd. Euro gegenüber.

\_\_\_\_\_ Mio. Euro wurden für die Alkoholwerbung in TV, Rundfunk, auf Plakaten und in der Presse ausgegeben (nicht miteinberechnet: Ausgaben von Sponsoring und Werbung im Internet).

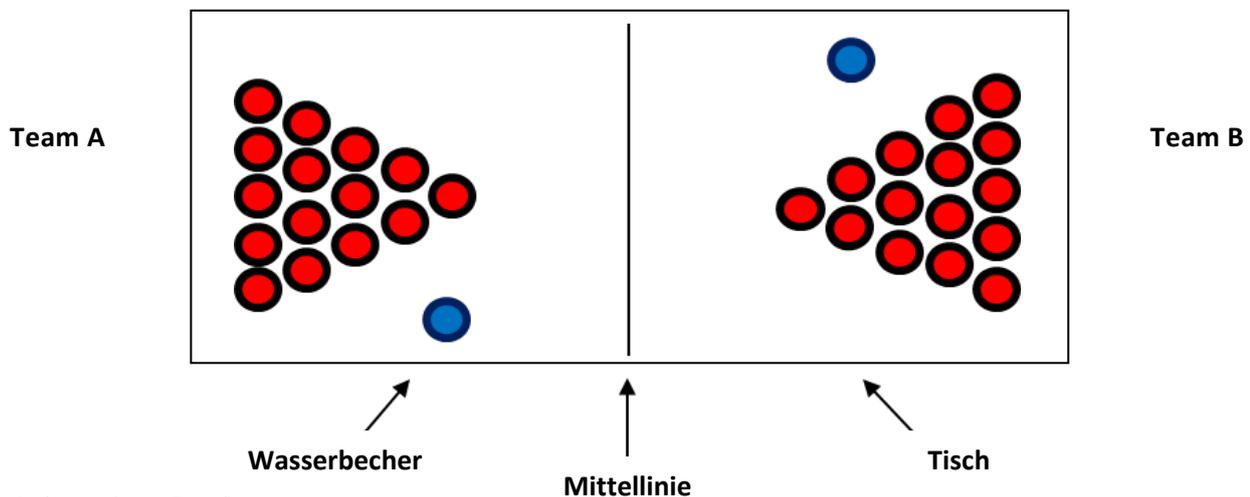
### 3.2.3.3 „Beer“pong

Eine weitere Möglichkeit, die Aufmerksamkeit von Studierenden zu gewinnen, bietet alkoholfreies „Beer“pong. Beim „Beer“pong treten zwei Teams mit jeweils mindestens einem Mitspielenden

gegeneinander an. Das Ziel des Spiels ist es, eigene Pingpongbälle in die gegnerischen Plastikbecher zu werfen. Jedes Team besitzt dabei 10 Becher, welche mit alkoholfreiem Bier oder Softdrinks etc. gefüllt sind.

Vor Spielbeginn sollten folgende Materialien bereitgestellt werden: Plastikbecher, alkoholfreies Bier / Softdrinks, Pingpongbälle (mind. 2), ein Tisch sowie mehrere Wasserflaschen.

Zuerst werden die Becher mit alkoholfreiem Bier/ Softdrinks gefüllt. Anschließend werden sie in Pyramidenform auf dem Tisch angeordnet (je 10 Becher auf jeder Tischseite; ein spezieller Beerpong-Tisch ist hierfür nicht nötig). Neben der Becherpyramide wird außerdem auf beiden Seiten jeweils ein Becher mit Wasser platziert. Dieser dient dazu, den Ball bei Bedarf reinigen zu können. Da es verschiedene Varianten von Beerpong gibt, sollten sich die Peer-Beratenden im Vorfeld bereits auf die Spielregeln (z. B. mögliche Wurfvarianten) einigen.



Aufbauskitze „Beer“pong

Sind alle Materialien aufgebaut, kann das „Beer“pong-Spiel beginnen. Um die anderen Studierenden auf sich aufmerksam zu machen, können die Peer-Beratenden zunächst selbst gegeneinander antreten. Im weiteren Verlauf können sie andere Studierende zum Mitspielen sowie zur Diskussion über Alkohol anregen. So könnten beispielsweise zwei Peer-Beratende „Beer“pong spielen und zwei weitere mit anderen Studierenden ein lockeres Gespräch über das Thema Alkohol beginnen.

#### Mögliche Fragen können dabei sein:

- „Wie findest du Beerpong?“
- „Hast du auch schon einmal Beerpong gespielt?“
- „Welche Erfahrungen hast du mit Beerpong / Alkohol gemacht?“
- „Welchen Alkohol nehmt ihr, wenn ihr Beerpong spielt?“

- „Hast du Lust, danach eine Runde mitzuspielen?“
- „Wie findest du es, dass wir alkoholfreies Bier / Softdrinks nehmen?“
- „Was ist deine Meinung zu ‚solchen typischen Trinkspielen‘?“
- „Meinst du, solche Spiele machen nur mit Alkohol Spaß?“

Wichtig ist dabei, dass die Peer-Beratenden selbst auch offen für Gegenfragen sind. Sie sollten sich nicht scheuen, ihre eigenen Erfahrungen zum Thema Alkohol/ Alkoholkonsum mitzuteilen, da dieser Austausch das Vertrauensverhältnis stärkt und die Studierenden so nicht das Gefühl bekommen, „ausgefragt“ zu werden.

#### 3.2.3.4 Evaluation

Um die Peer-Aktionen auswerten zu können, bietet sich eine Reflexion innerhalb des Seminars an. Hier können Erfahrungen ausgetauscht, Peer-Aktionen und das eigene Verhalten reflektiert werden. In diesem Zusammenhang kann es insbesondere hilfreich sein, sich über gelungene und weniger gelungene Strategien für Gesprächseinstiege auszutauschen.

Des Weiteren empfiehlt sich zur Evaluation ein Leitfaden-Interview mit den an der Peer-Aktion teilnehmenden Studierenden.

Folgende Fragen können hierfür genutzt werden:

- Wie hast du das Gespräch empfunden? (Wie hat es dir gefallen?)
- Wie hast du den Gesprächseinstieg wahrgenommen?
  - War der Gesprächseinstieg gelungen?
  - War der Gesprächseinstieg nicht gelungen? Warum (nicht)?
- Wieso könnte deiner Meinung nach eine solche Aktion Sinn machen?
- Wie wirken die Peer-Beratenden auf dich?
- Was bewirkt die Aktion bei dir?
- Wenn du etwas an der Aktion ändern könntest, was wäre es?
- Wirst du den Link für das Online-Programm eCHECKUP TO GO-Alkohol aufrufen?
- Gibt es etwas, das du noch loswerden möchtest?

### 3.2.3.5 Eindrücke von Peer-Aktionen



### 3.3 Online Peer-Aktionen im virtuellen Hochschulraum

Ergänzend zu den Peer-Aktionen auf dem Campus (oder anstelle dieser) können Peer-Aktionen online, im virtuellen Hochschulraum, stattfinden. Auf diese Weise können Studierende auch in Zeiten, in denen Präsenzveranstaltungen eingeschränkt werden und stattdessen digitale Lehre stattfindet, angesprochen werden. Geeignet ist dafür die Nutzung alternativer, virtueller Formen der Kommunikation wie z. B. Social-Media-Kanälen. Dazu zählen beispielsweise die Instagram-Kanäle der Hochschule oder das Erstellen und Veröffentlichen von Podcasts oder Videos.

#### 3.3.1 Instagram

Instagram ist eine der meistgenutzten sozialen Plattformen (Statista, 2018), welche nach Erfahrungen von Esslinger Peer-Beratenden von vielen Studierenden zur Informationsbeschaffung, aber auch in der Freizeit genutzt wird. Häufig ist die Reichweite eines Hochschulkkanals entsprechend groß und kann für Peer-Aktionen und die Bewerbung des Online-Programms eCHECKUP TO GO-Alkohol gut genutzt werden (je nach Abonnent:innenzahl und Aktivität des Kanals).

##### 3.3.1.1 Nutzung von Instagram im Rahmen der Peer-Aktionen

Die für Peer-Aktionen empfehlenswertesten Instagram-Formate sind „Posts“ und „Stories“.

##### *Posts*

Posts können im Feed des Instagram-Kanals erstellt werden. Sie eignen sich für Texte und Verlinkungen, sind aber nur beschränkt flexibel, da beispielsweise darauf geachtet werden sollte, dass die Texte nicht zu lang werden.

##### *Stories*

Stories bieten die Möglichkeit, auf eine ansprechende und kreative Weise kurz und prägnant Wissen und Informationen zu vermitteln. Dafür lassen sich z. B. verschiedene Sticker und GIFs einsetzen. Stories bieten eine Reihe von nützlichen Funktionen, die teils auch eine direkte Kommunikation bzw. Interaktion mit anderen Studierenden ermöglichen:



„Stelle eine Frage“-Funktion



Umfragen



Quiz

Außerdem bieten Stories die Möglichkeit, Wissen mittels kurzer Videos (max. 15 Sekunden) darzustellen. Mithilfe der IGTV-Funktion können auf Instagram auch etwas längere Videos (max. 10 Minuten) gezeigt werden, was sich z. B. gut für ein kurzes Interview eignet. Zudem bietet sich die Möglichkeit, innerhalb einer Story „live zu gehen“ und bis zu einer Stunde live zu streamen.

### 3.3.1.2 Tipps zur Umsetzung

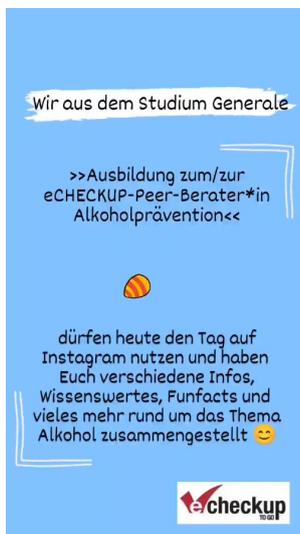
#### Abstimmung mit der Hochschule

Zunächst sollte mit der für den Instagram-Kanal der Hochschule verantwortlichen Person abgesprochen werden, ob bzw. in welcher Form ein „Takeover“ des Kanals möglich ist. Wenn ein Takeover des Kanals vonseiten der Hochschule gestattet wird, ist sowohl eine Übernahme für einige Stunden, für einen Tag, oder auch für eine Woche denkbar – dies gilt es gemeinsam abzustimmen. Dementsprechend können die Anzahl der Posts oder Stories, deren Umfang sowie die Zeitpunkte der Veröffentlichung geplant werden.

#### Tipps zur thematischen & inhaltlichen Gestaltung

- Das Ziel der Aktion sollte definiert werden (beispielsweise: Anstoßen der Reflexion des eigenen Trinkverhaltens der Studierenden), um die Stories und/oder Posts entsprechend auszurichten.
- Anschließend sollten die Inhalte gut strukturiert in schriftlicher Form vorbereitet werden. Dabei muss beachtet werden, dass eine Story mit viel Text evtl. abschreckend wirken kann, weshalb eine gute Aufteilung der schriftlichen Informationen und eine Begrenzung auf das Wesentliche notwendig ist.
- Des Weiteren sollten die Studierenden wissen, was sie erwartet und wer hinter dem „Takeover“ steht. Hierfür kann vonseiten der Hochschule am Tag vorher eine Ankündigung erfolgen. Es ist ebenfalls hilfreich, in der ersten Story das Projekt und/oder die Peer-Beratenden, die die Instagram-Beiträge

verfasst haben, vorzustellen. Dies ist beispielsweise anhand von Fotos, Namen sowie Studiengang und -semester möglich:



Vorstellung 1/4



Vorstellung 2/4



Vorstellung 3/4



Vorstellung 4/4

- Inhaltlich geeignete Themen sind erfahrungsgemäß beispielsweise die Vorstellung des eCHECKUP TO GO-Alkohol-Programms oder die Vermittlung von wissenswerten Fakten und Informationen rund um das Thema Alkohol.
- Als lockerer Einstieg bietet sich die Quiz- oder Umfragefunktion an, da diese Studierende animieren kann, sich selbst aktiv mit dem Thema auseinanderzusetzen.
- Um Kommunikation mit den Peer-Beratenden und/ oder zwischen den Studierenden zu ermöglichen, kann unter Posts zum Kommentieren animiert werden oder die „Stelle eine Frage“-Funktion in den Stories genutzt werden.

#### Tipps zur technischen & grafischen Umsetzung

##### Nutzung eines Standardhintergrunds

Es ist sinnvoll, sich einen passenden Hintergrund zu überlegen, z. B. mit einer zum Hochschulkanal passenden und neutralen Farbe, welcher ggf. mit dem eCHECKUP TO GO-Alkohol-Logo versehen werden kann. Dieser Hintergrund kann anschließend für alle Story-Beiträge genutzt werden, sodass diese einen Wiedererkennungseffekt aufweisen und leichter ansprechend gestaltet werden können. Ein solcher Hintergrund kann beispielsweise über ein einfaches Bildbearbeitungsprogramm erstellt werden und sollte folgende Maße haben:

Eine Mindestgröße von 1080 x 1920 px im Seitenverhältnis 9:16 mit einer maximalen Dateigröße von 4 MB, wobei in einem Bereich von 250 px am oberen und unteren Bildrand kein Text eingefügt werden sollte, da

oben das eigene Instagramprofil angezeigt wird und unten der Call-To-Action erscheint (<https://www.dreikon.de/aktuell/social-media/instagram-bildgroessen/>).

Beispiele für mögliche Hintergründe:



Option 1



Option 2



Option 3

### Vorbereitung der Stories

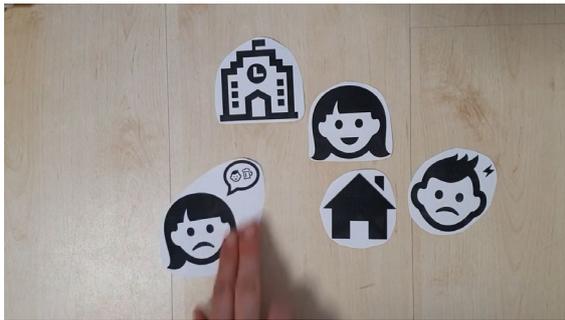
Stories können nur bedingt vorbereitet werden: Wenn andere Studierende in der Story selbst aktiv werden sollen (z. B. durch ein Quiz), so kann die Story erst unmittelbar vor dem Posten erstellt werden, da Stories nur als Bild oder Video gespeichert werden können. Daher sollte am Tag des „Takeovers“ genügend Zeit eingeplant werden, um Stories erstellen zu können. Erfahrungsgemäß wird zur Erstellung von Stories benötigte Zeit unterschätzt. Dies gilt insbesondere für die Suche nach passenden Stickern und GIFs, weswegen eine klare Aufgabenverteilung und ein gutes Zeitmanagement zentral sind.

### 3.3.2 Youtube

Youtube-Videos eignen sich insbesondere zur Vorstellung und Erklärung des eCHECKUP TO GO-Alkohol-Programms oder zur Vermittlung von Informationen (z. B. zu riskantem Alkoholkonsum). Häufig wecken eher Videos als Texte die Neugierde und motivieren Studierende, selbst an dem Programm teilzunehmen. Die Fakten und Informationen lassen sich beispielsweise mit einer Geschichte einrahmen, die Studierende sensibilisiert und zur Selbstreflexion anregt.

#### 3.3.2.1 Nutzung von Youtube: Mögliche Videoformen

Als ansprechende Videoform können sogenannten „Legevideos“ empfohlen werden. Mit diesem Videotyp lassen sich auch ohne nennenswerte Vorkenntnisse in der Videoproduktion vorzeigbare Ergebnisse erzielen:



Screenshots eines eCHECKUP-Legevideos



Im abgebildeten Beispielvideo (erstellt von einer Studentin im Rahmen des Studium Generale der Hochschule Esslingen: <https://www.youtube.com/watch?v=JiMIS4DEFbY>) wurden u. a. folgende Themen aufgegriffen:



Warum trinken wir Alkohol?



problematischer Alkoholkonsum

Eine weitere Option könnten auch Interviews in Videoform sein, in denen beispielsweise Personen, die von einer Alkoholabhängigkeit betroffen sind, von ihren Erfahrungen erzählen.

### 3.3.2.2 Tipps zur Umsetzung

Der erste Schritt nach der Erstellung des groben Konzepts für das Video ist die Formulierung des Textes, der im Anschluss eingesprochen wird. Dabei ist es wichtig, sich möglichst kurz zu fassen und sich auf die zentralen Punkte zu beschränken. Einerseits sollten alle wichtigen Informationen enthalten sein, andererseits sollte das Video nicht allzu lang werden.

Im zweiten Schritt können zum Text passende Icons gesucht werden. Diese können selbst gezeichnet oder aus einer bestehenden Icon-Datenbank ausgewählt werden. Im Internet finden sich hierfür erfahrungsgemäß umfangreiche Möglichkeiten; hierbei muss jedoch darauf geachtet werden, dass die Bilder für die Verwendung freigegeben sind.

Bewährt hat sich beispielsweise die Plattform <https://iconmonstr.com>. Auf <https://pixabay.com/de/blog/posts/die-5-besten-quellen-f%C3%BCr-freie-vektor-icons-44> finden sich weitere Quellen für frei verwendbare Icons.

Der dritte Schritt ist die technische Umsetzung, beziehungsweise deren Vorbereitung. Bei geringen Vorkenntnissen ist es hilfreich, im Voraus ein Tutorial zur Erstellung eines Legevideos z. B. auf YouTube anzusehen:

<https://www.youtube.com/watch?v=2uz4Vizvn6c>

oder [https://www.youtube.com/watch?v=tOmk8\\_vQBMQ](https://www.youtube.com/watch?v=tOmk8_vQBMQ).

Es folgt die Suche nach einem geeigneten Aufnahmehintergrund. Da die ausgedruckten Icons meist einen weißen Hintergrund haben, sollte sich der Aufnahmehintergrund kontrastreich davon abheben. Außerdem sollte er relativ glatt sein, damit die Icons problemlos und schnell ins Aufnahmeveld verschoben werden können.

Zudem sollte bei der Wahl der Aufnahmeäumlichkeiten darauf geachtet werden, dass das Aufnahmeveld gleichmäßig ausgeleuchtet ist, sodass keine ungewollten Schatten bei der Verschiebung der Icons entstehen. Als Aufnahmegerät kann sowohl ein Tablet oder Smartphone als auch eine Digital- oder Videokamera verwendet werden. Wichtig ist, dass ein gängiges Videoformat gewählt wird. Zudem wird ein Stativ oder eine vergleichbare Halterung benötigt, damit die Aufnahme nicht verwackelt. Hierbei sind durchaus kreative Lösungen möglich: So entstand das oben gezeigte Beispielvideo, indem ein Smartphone an einer Holzlatte fixiert wurde, welche wiederum mithilfe von Bücherstapeln auf die richtige Höhe gebracht wurde.

Außerdem ist eine dauerhaft sichtbare Markierung des Kamerafeldes sehr hilfreich, da dadurch klar ist, welche Icons sich gerade im Aufnahmeveld befinden und welche nicht sichtbar sind. Auch ist es sinnvoll, diejenigen Icons, die mehrfach im Text vorkommen, bereits am Anfang mehrfach auszudrucken und viel Platz auf dem Aufnahmehintergrund für die Lagerung und Sortierung der Icons einzuplanen. Aufgrund der Geräusche, welche das Verschieben der Icons verursacht, kann es sinnvoll sein, den Ton separat in einem stillen Raum aufzunehmen. Für die separate Tonaufnahme eignet sich erfahrungsgemäß auch ein Smartphone und der Ton kann später über das Video gelegt werden. Hierbei ist auf eine deutliche Aussprache zu achten sowie darauf, Pausen zu machen, wenn Icons verschoben werden müssen.

Insgesamt erfordert der Dreh des Legevideos hohe Konzentrationsfähigkeit und gute Teamarbeit aller Beteiligten. Bei wenig Videoproduktionsvorkenntnissen werden etwas Einarbeitungszeit und eventuell mehrere Drehversuche benötigt.

### *3.3.3 Podcasts*

Für Podcasts spricht, dass diese an jedem Ort, zu jeder Zeit und bei Bedarf auch mehrfach angehört werden können. Durch eine Veröffentlichung im Internet/ auf einer anderen Plattform für Studierende einer Hochschule kann zudem eine große Reichweite erzielt werden.

### 3.3.3.1 Nutzung von Podcasts

Durch die Einbindung von persönlichen Erfahrungen und Erlebnissen in einer lockeren Atmosphäre können Authentizität und Lebensnähe ausgedrückt werden, wobei es sinnvoll ist, wenn die gewählten Themen die besondere Situation von Studierenden berücksichtigen bzw. für Studierende relevant erscheinen. Nachfolgend finden sich Tipps zur inhaltlichen und technischen Umsetzung von Podcasts.

### 3.3.3.2 Tipps zur Umsetzung

#### *inhaltliche Umsetzung*

- Generell ist es wenig hilfreich, wenn der Konsum von Alkohol grundsätzlich negativ dargestellt wird, Personen zur „Abstinenz bekehrt“ werden sollen oder mit „erhobenem Zeigefinger“ auf ihren Alkoholkonsum hingewiesen werden. Stattdessen sollten sie zu einer Reflexion über den eigenen Alkoholkonsum animiert werden.
- Aktuelle Thematiken wie z. B. „Alkoholkonsum in Corona-Zeiten“ eignen sich gut, da zusätzlich ein Bezug zu aktuellen medialen Diskursen möglich ist.
- Zudem ist zu beachten, dass Themen nicht zu einseitig dargestellt und verschiedene Perspektiven miteinbezogen werden. Persönliche Meinungen sollten dabei immer klar gekennzeichnet und Fakten wissenschaftlich belegt werden. Für die wissenschaftliche Recherche empfiehlt es sich, im Voraus genügend Zeit einzuplanen.
- Themen sollten so eingegrenzt werden, dass sie einerseits nicht zu oberflächlich behandelt werden und andererseits Raum für Denkanstöße und Selbstreflexion ermöglichen.
- Sobald feststeht, dass eine Podcast-Reihe erstellt werden soll, ist es zentral, eine gute Struktur auszuarbeiten, sodass ein „roter Faden“ erkennbar ist. Wichtige strukturgebende Elemente sind ein guter Einstieg mit einer Vorstellung des Projekts und der anwesenden Personen sowie ein eingeleiteter Abschluss. Hierfür sollten ausführliche Absprachen getroffen werden. Besonders bei einem Interview mit einer externen Person kann es sehr hilfreich sein, konkrete Absprachen wie z. B. Handzeichen zu vereinbaren.
- Außerdem ist zu beachten, dass eine klare und deutliche Aussprache mit bewusst gesetzten Pausen ein wenig Übung erfordert und daher eventuell mehrere Versuche nötig sind.

#### *technische Umsetzung*

- Es ist hilfreich, einen Podcast in einer Kleingruppe von mindestens zwei Personen aufzunehmen, sodass ein Gespräch möglich ist und sich die anfallende Arbeit innerhalb einer Gruppe aufteilen lässt.

- Das Programm WebEx bietet eine gute Möglichkeit, den Ton mehrerer Personen aufzunehmen. Die Aufnahme muss im Anschluss allerdings in mp3-Format umgewandelt werden, um weiterbearbeitet werden zu können.
- Für eine noch bessere Tonqualität ist es zusätzlich möglich, den Ton mit einem speziellen Programm zur Tonaufnahme aufzunehmen.
- Als Schnittprogramm eignet sich erfahrungsgemäß Audacity sehr gut, da darin mithilfe von Effekten wie „Rauschentfernung“ und „Normalisierung“ ungewollte Hintergrundgeräusche nahezu vollständig entfernt werden können.
- Es ist empfehlenswert, den Podcast zeitlich auf 5 bis 20 Minuten zu begrenzen.

### *3.3.3.3 Einverständniserklärungen*

Unabhängig vom gewählten digitalen Medium der Ansprache bedarf es einer Einwilligung der beteiligten Personen, damit die erstellten Formate verwendet bzw. veröffentlicht werden können. Eine [Einwilligungserklärung](#) muss dabei vor der Veröffentlichung und sowohl von allen beteiligten Studierenden als auch von möglichen externen Beteiligten (bspw. Interviewpartner:innen bei den Podcasts) unterzeichnet werden.

Hierbei ist es möglich, dass die Einwilligung von Person zu Person individuell unterschiedlich erteilt wird, indem in der Einwilligungserklärung gewisse Formen der Veröffentlichungen ausgeschlossen bzw. gestrichen werden. So ist es beispielsweise möglich, dass einzelne Peers einer Veröffentlichung auf allen Kanälen (und somit beispielweise auch im Rahmen einer Presseberichterstattung) zustimmen, während sich andere lediglich mit einer Veröffentlichung auf der Hochschulwebsite oder den Social-Media Kanälen der eigenen Hochschule einverstanden erklären.

Im Falle von Podcasts ist es auch möglich, die Einwilligung vor dem Gespräch mündlich einzuholen, insofern die Einwilligung aufgezeichnet und archiviert wird.

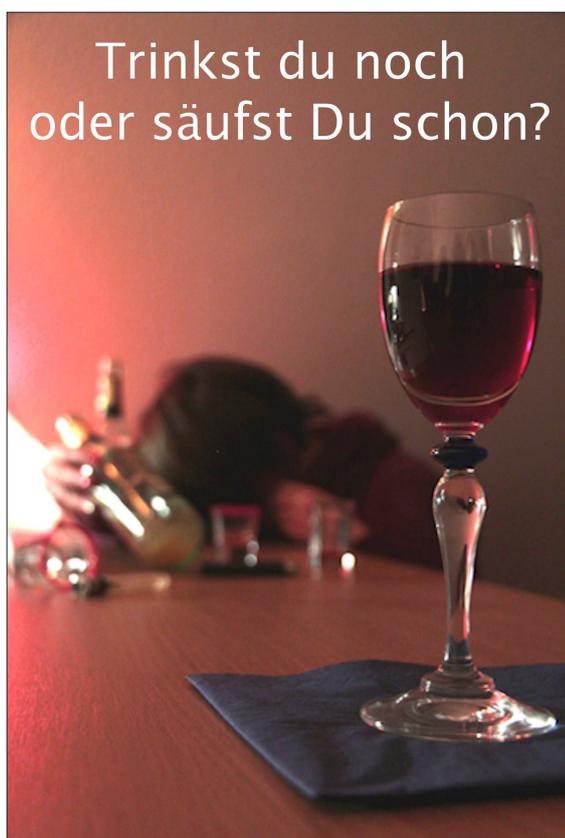
Eine Vorlage für eine solche [Einverständniserklärung](#) befindet sich in der Ideen- & Materialsammlung.

## 4 Ideen- & Materialsammlung

Im diesem Kapitel befinden sich Ideen, die sowohl zur Planung als auch zur Durchführung von Peer-Aktionen verwendet werden können. Sämtliche Angaben beruhen auf Erfahrungswerten und können selbstverständlich individuell angepasst werden.

### 4.1 Campus-Aktionen: Flyer

Der folgende Flyer wurde von Studierenden der Hochschule Esslingen gestaltet und an der Hochschule Esslingen eingesetzt. Durch einen solchen Flyer kann Studierenden der Link zu eCHECKUP TO GO-Alkohol nach Hause mitgegeben werden, sodass diese den Test dort in Ruhe durchführen können:



Vorderseite



Rückseite

## 4.2 Campus-Aktionen: Roll-Ups / Stellwände

Das folgende Roll-Up wurde von Studierenden der Hochschule Esslingen gestaltet und an der Hochschule Esslingen eingesetzt. Durch ein solches Roll-Up-Display kann der Stand bei den Peer-Aktionen informativer gestaltet werden. Zudem wird die Sichtbarkeit erhöht und die dargestellten Fakten können zum Gesprächseinstieg verwendet werden:



**Hochschule Esslingen**  
University of Applied Sciences

**echeckup** **ALCOHOL**  
TO GO

562 Millionen Euro  
wurden im Jahr 2012  
für Werbeaufwendungen  
alkoholischer Getränke  
ausgegeben.\*

In Deutschland wurden  
135,4 Liter pro Kopf an  
alkoholischen Getränken  
im Jahr 2012 konsumiert.\*  
(\*Jahrbuch Sucht 2014)

Wo Du stehst  
erfährst Du auf:  
[www.hs-esslingen.de/echug](http://www.hs-esslingen.de/echug)

Es gibt dir exakte und  
persönliche Rückmeldung über:

- Dein Trinkverhalten und  
das deiner Mitstudierenden.
- Auswirkungen des Alkohols auf  
den Körper und den Geldbeutel.

 **Alkoholprävention  
von Studierenden für Studierende**

*Roll-Up Display eCHECKUP TO GO-Alkohol*

### 4.3 Campus-Aktionen: Checkliste für die Planung

Ein Aktionsstand sollte zugleich ansprechend und informativ gestaltet werden. Um bei der Planung der Peer-Aktion den Überblick zu behalten, empfiehlt es sich, eine Checkliste anzulegen. Darin kann notiert werden, welche:r Peer-Beratende für welche Aufgabe/n zuständig ist. Die folgende Tabelle kann hierbei helfen:

<b>Material</b>	<b>Wer ist zuständig?</b>	<b>Erledigt?</b>
Genehmigungen		
Schichtplan		
Rezepte		
Buttons		
Teamkleidung (z.B. gleichfarbiges Oberteil)		
Stellwand		
Flyer und Material zum Auslegen		
Tische		
Tischdecke		
Putzlappen		
Tabletts		
Servietten und/oder Küchenrolle		
Trinkbecher		
Zutaten Cocktails oder sonstige Getränke		
Schöpfkelle		
Kühlbox		

Material	Wer ist zuständig?	Erledigt?
Schüsseln		
Messbecher		
Brett und Messer (z.B. für Limetten im Sommer)		
Großer Löffel für Crushed-Ice (im Sommer)		
Glühweinkocher/Einkochtopf (im Winter)		
Kekse (z.B. Spekulatius, Lebkuchen im Winter)		
Paketband		
Ballons + Befestigungsmaterial		
Mehrfachstecker (für Glühweinkocher)		

#### 4.4 Campus-Aktionen: Schichteinteilung

Ab einer bestimmten Gruppengröße (ca. 8 Peer-Beratende) ist es ratsam, die Peer-Beratenden bei den Aktionen in Schichten einzuteilen und die einzelnen Aufgaben unter den Peer-Beratenden aufzuteilen. Ansonsten kann es dazu führen, dass zu viele Peer-Beratende gleichzeitig an einem Stand stehen, was auf andere Studierende abschreckend wirken kann.

Die folgende Tabelle kann bei der Einteilung der Schichten und Aufgaben helfen:

Uhrzeit	Standort	Aufgabe/n	Peer-Beratende(:r)

#### 4.5 virtuelle Peer-Aktionen: Vorlage Einwilligungserklärung

### EINWILLIGUNGSERKLÄRUNG



Ich, ..... (Vorname und Nachname),

willige hiermit ein, dass die Foto-/Video-/Ton-Aufnahmen (nichtzutreffendes bitte streichen), die im Rahmen der „**Bezeichnung Ihrer Peer-Qualifizierung**“

im ..... (Semester und Jahr) von meiner Person gemacht wurden, zur Veröffentlichung von der **[Name Ihrer Hochschule]** und/ oder im Rahmen des Projekts eCHECKUP-Alkohol (nichtzutreffendes bitte streichen) verwendet werden können.

Zudem willige ich hiermit ein, dass folgende in diesem Rahmen erstellte Medien (z. B. *Podcast mit Thema XY, Video mit Thema XY, Instagram-Takeover mit Thema XY*):

..... zur Veröffentlichung von der **[Name Ihrer Hochschule]** und/ oder im Rahmen des Projekts eCHECKUP-Alkohol (nichtzutreffendes bitte streichen) verwendet werden können.

Die Veröffentlichung/en bezieht/ beziehen sich auf die (nichterwünschten bitte streichen):

- journalistische Hochschulpressearbeit (online/ print) der **[Name Ihrer Hochschule]**,
- Hochschulpublikationen (Broschüren, Flyer) der **[Name Ihrer Hochschule]**,
- Präsentationen- und –Publikationen des Projektes eCHECKUP-Alkohol,
- Projektwebsite [www.echeckup-alkohol.de](http://www.echeckup-alkohol.de),
- Hochschulwebsite der **[Name Ihrer Hochschule]**
- Hochschulwebsite der Hochschule Esslingen ([www.hs-esslingen.de](http://www.hs-esslingen.de))
- Hochschulwebsites von Hochschulen, die mit dem Projekt eCHECKUP-Alkohol kooperieren,
- Hochschul-Accounts/ Soziale Medien der **[Name Ihrer Hochschule]** z.B. Facebook, Instagram, LinkedIn und YouTube,
- Hochschul-Accounts/ Soziale Medien von Hochschulen, die mit dem Projekt eCHECKUP-Alkohol kooperieren z.B. Facebook, Instagram, LinkedIn und YouTube.

Ein Honorar wurde nicht vereinbart.

**Datenschutzerklärung:** Die **[Name Ihrer Hochschule]** und das Projekt eCHECKUP-Alkohol legen größten Wert auf die Sicherheit der Daten der Nutzer:innen und die Einhaltung datenschutzrechtlicher Bestimmungen. Die Erhebung, Verarbeitung, Nutzung und Löschung personenbezogener Daten unterliegt den Bestimmungen der derzeit geltenden Gesetze und der EU-Datenschutz-Richtlinie.

Wir weisen auf das Widerrufs- und Widerspruchsrecht (DSGVO Art. 7 & 21) hin.

Kontakt: **Ihre Kontaktdaten**

Ort/Datum: ..... Unterschrift: .....

#### 4.6 Logos

Die nachfolgenden Logos können bei der Gestaltung von Flyern, Banner, Postern etc. (offline und online) genutzt werden:

*Logo der Studentischen Peer-Beratung*



**Alkoholprävention  
von Studierenden für Studierende**

*Logo von eCHECKUP-Alkohol*



*Logo der BARMER (Präventionspartner)*

**BARMER**

## 4.7 Rezepte für alkoholfreie Cocktails

Ein Peer-Berater der Hochschule Esslingen finanzierte sein Studium durch seinen Job als Bartender und nahm dabei mit eigenen Cocktails erfolgreich an diversen Cocktailwettbewerben teil. Von ihm wurden fünf Cocktails für die Peer-Aktionen kreiert, getestet und fotografiert: Ein etwas außergewöhnlicherer Cocktail („Bloody Mate“) sowie vier weitere zu den vier Jahreszeiten Frühling („Mango Lady“), Sommer („Korallenriff“), Herbst („Deep Red“) und Winter („Rotkäppchen“) passende Cocktails. Auch wenn vier Cocktails nach den Jahreszeiten benannt sind, können diese gut das ganze Jahr über zubereitet und getrunken werden. Optisch unterscheiden sich die Cocktails nicht von herkömmlichen Drinks mit Alkohol. Die Kreationen beinhalten nur wenige Zutaten und sind einfach zu mixen. Die folgenden Rezepte können sowohl bei den Peer-Aktionen auf dem Campus eingesetzt werden als auch im Rahmen der Instagram-Takeovers als „Selbstmach-Rezepte“ vorgeschlagen werden. Die Mengenangaben der nachfolgenden Cocktailrezepte sind jeweils für ein Getränk gedacht.

Die folgenden Rezepte (und die Bilder der Cocktails) können im Rahmen der Peer-Qualifizierung genutzt werden:

### *Mango Lady (Frühling)*



#### Zutaten:

2 cl Mangosirup

8 cl Orangensaft

10 cl Bitter Lemon

#### Dekoration:

eine Mangospalte

#### Zubereitung:

Alle Zutaten in ein Glas mit Eiswürfeln geben und gut umrühren.

### *Korallenriff (Sommer)*

#### Zutaten:

2 cl Blue Curacao (Alkoholfrei)

2 cl Grapefruitsaft

8 cl Ananassaft

6 cl Maracujasaft

#### Dekoration:

Ananasscheibe, Cocktailkirsche

#### Zubereitung:

Alle Zutaten in einen Shaker geben, gut schütteln und anschließend durch einen Strainer (Barsieb) in ein Glas mit Eiswürfeln gießen.



### *Deep Red (Herbst)*



#### Zutaten:

2 cl Grenadine

2 cl Zitronensaft

Die Mischung mit Ginger-Ale auffüllen.

#### Dekoration:

Minze, Cocktailkirsche

#### Zubereitung:

Alle Zutaten in ein Glas mit Eiswürfeln geben und gut umrühren.

### *Rotkäppchen (Winter)*

#### Zutaten:

1 Teebeutel Waldbeere

15 cl (heißes) Wasser

5 cl ungesüßter Erdbeersaft oder Granatapfelsaft

1 bis 2 EL flüssiger Honig

#### Dekoration:

Zitronenschnitz

#### Zubereitung:

Das (heiße) Wasser mit dem Teebeutel in einer Tasse gemeinsam mit dem Honig kurz ziehen lassen. Das Gefäß mit Eiswürfeln fllen, den Saft darauf gießen und gut umrühren.



*Bloody Mate (außergewöhnlich)*



Zutaten:

10 cl Mate

10 cl Tomatensaft

Salz

Pfeffer

zwei Spritzer Tabasco

Dekoration:

zwei Zitronenschnitze

Zubereitung:

Alle Zutaten in ein Glas geben und gut umrühren.

## 5 Literaturverzeichnis

Berkowitz, A. (2004). The Social Norms Approach: Theory, Research, and Annotated Bibliography. Verfügbar unter: [http://www.alanberkowitz.com/articles/social\\_norms.pdf](http://www.alanberkowitz.com/articles/social_norms.pdf) [Stand: 30.07.2020]

Black, D. R., & Coster, D. C. (1996). Interest in a Stepped Approach Model (SAM): Identification of Recruitment Strategies for University Alcohol Programs. *Health Education Quarterly*, 23(1), 98–114. <https://doi.org/10.1177/109019819602300107>

Cellucci T., Krogh J., & Vik P. (2006). Help seeking for alcohol problems in a college population. *J Gen Psychol*, 133(4), 421-433. doi: 10.3200/GENP.133.4.421-433

Cialdini, R. B. & Trost, M. R. (1998). Social Influence: Social Norms, Conformity, and Compliance. In D. Gilbert, S. Fiske & G. Linzey (Hrsg.), *The Handbook of Social Psychology, Volume 4* (S.151-162). Oxford University Press, Oxford.

DHS. (2019). Wie sollten Menschen mit Alkohol umgehen, um Gesundheitsrisiken zu verringern? Stellungnahme der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen e.V. Verfügbar unter: [https://www.dhs.de/fileadmin/user\\_upload/pdf/dhsstuellnahmen/DHS\\_Stellungnahme\\_Umgang\\_mit\\_Alkohol.pdf](https://www.dhs.de/fileadmin/user_upload/pdf/dhsstuellnahmen/DHS_Stellungnahme_Umgang_mit_Alkohol.pdf) [Stand: 03.08.2021]

Dietz, P., Reichel, J.L., Heller, S, Werner, A.M., Tibubos, A.N., Mülder, L.M., Schäfer, M., Eisenbarth, L., Stark, B., Rigotti, T., Simon, P., Deutel, M. & Letzel, S. (2021). Zehn Thesen zur Situation von Studierenden in Deutschland während der SARS-CoV-2-Pandemie. *Arbeitsmedizin Sozialmedizin Umweltmedizin*, 56 (3), 149-153.

Effertz, T. (2015). Die volkswirtschaftlichen Kosten gefährlichen Konsums. Eine theoretische und empirische Analyse für Deutschland am Beispiel Alkohol, Tabak und Adipositas. Peter Lang, Frankfurt am Main.

Faselt, F., Hoffmann, S. (2010). Transtheoretisches Modell. In: Hoffmann, S., Müller, S. (2010). Gesundheitsmarketing: Gesundheitspsychologie und Prävention. Bern: Hans Huber.

Feuerlein, W., Kufner, H., & Soyka, M. (2008). Alkoholismus-Missbrauch und Abhängigkeit. Entstehung-Folgen-Therapie. Stuttgart: Georg Thieme Verlag.

Grützmacher, J., Gusy, B., Lesener, T., Sudheimer, S., & Willige, J. (2018). Gesundheit Studierender in Deutschland 2017. Ein Kooperationsprojekt zwischen dem Deutschen Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung, der Freien Universität Berlin und der Techniker Krankenkasse.

Helmer, M. (2015). Substanzkonsum von Studierenden und Einflüsse der Peergroup. Über die Bedeutung von sozialen Normen für den legalen und illegalen Substanzkonsum von europäischen Studierenden. Dissertation. Fakultät für Gesundheitswissenschaften der Universität Bielefeld.

Heine, N. (2011). „...ist es das Studentenleben, weil's von lauter Lust umgeben“? – Psychische Belastungen von Studierenden. Dissertation. Fakultät für Lebenswissenschaften der Technischen Universität Carolo-Wilhelmina zu Braunschweig.

Keller, S. (1999). *Motivation zur Verhaltensänderung. Das Transtheoretische Modell in Forschung und Praxis*. Freiburg: Lambertus.

Keller, S.; Velicer, W. F.; Prochaska. (1999) Das Transtheoretische Modell – Eine Übersicht. In: Keller, S. (Hrsg.): *Motivation zur Verhaltensänderung. Das Transtheoretische Modell in Forschung und Praxis*. Freiburg im Breisgau: Lambertus-Verlag, 1999.

Kirchler, E., Palomonari, A., & Pombeni, M. L. (1992). Auf der Suche nach einem Weg ins Erwachsenenalter. Jugendliche im Dickicht ihrer Probleme und Unterstützung seitens Gleichaltriger und der Familienangehörigen. *Psychologie in Erziehung und Unterricht*, 39, 277-295.

Klein, M., Hörning, M., Krapohl, L., Lammel, U., & Pauly, A. (2004). Suchtprobleme bei Studierenden an deutschen Hochschulen. Abschlussbericht zum gleichnamigen BMBF-Forschungsprojekt.

Larimer, M. E., Turner, A. P., Anderson, B. K., Fader, J. S., Kilmer, J. R., Palmer, R. S., & Cronce, J. M. (2001). Evaluating a brief alcohol intervention with fraternities. *Journal of studies on alcohol*, 62(3), 370–380. <https://doi.org/10.15288/jsa.2001.62.370>

Laging, M., Groß S., Ilse A. K., Löffler T., Rauch T., & Heidenreich T. (2012). Alkoholprävention bei Studierenden. Wie sollten Angebote zur Prävention alkoholbezogener Störungen für Studierende gestaltet werden? Ergebnisse einer empirischen Studie. *Sucht*, 58(3), 167–172.

MacArthur, G. J., Harrison, S., Caldwell, D. M., Hickman, M., & Campbell, R. (2016). Peer-led interventions to prevent tobacco, alcohol and/or drug use among young people aged 11-21 years: a systematic review and meta-analysis. *Addiction*, 111(3), 391–407. <https://doi.org/10.1111/add.13224>

Middendorff, E., Poskowsky J., & Becker, K. (2015). Formen der Stresskompensation und Leistungssteigerung bei Studierenden. Wiederholungsbefragung des HISBUS-Panels zu Verbreitung und Mustern studienbezogenen. Hannover: Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW).

Miller, W. R. & Rollnick, S. (2009). Ten things that motivational interviewing is not. *Behavioural and Cognitive Psychotherapy*, 37, 129-140.

Naar-King, Suarez (2012). Motivierende Gesprächsführung mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Weinheim: Beltz Verlag.

Nörber, M. (2003). *Peer Education: Bildung und Erziehung von Gleichaltrigen durch Gleichaltrige* (2. Auflage). Weinheim: Beltz

Orth, B. & Merkel, C. (2020). Die Drogenaffinität Jugendlicher in der Bundesrepublik Deutschland 2019. Rauchen, Alkoholkonsum und Konsum illegaler Drogen: aktuelle Verbreitung und Trends. BZgA-Forschungsbericht. Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln. doi:10.17623/BZGA:225-DAS19-DE-1.0

Prochaska, J. O. & DiClemente, C. C. (1982). Transtheoretical therapy: Toward a more integrative model of change. *Psychotherapy: Theory, Research & Practice*, 19(3), 276–288. <https://doi.org/10.1037/h0088437>

Prochaska, J. O. & DiClemente, C. C. (1983). Stages and processes of self-change of smoking: Toward an integrative model of change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51(3), 390–395. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.51.3.390>

Robert-Koch-Institut (2015). Gesundheit in Deutschland. Gesundheitsberichterstattung des Bundes. Gemeinsam getragen von RKI und Destatis Berlin. Verfügbar unter: <http://www.rki.de/gesundheitsbericht> [Stand: 30.08.2016].

Robert-Koch-Institut (2014). Alkoholkonsum. Faktenblatt zu GEDA 2012: Ergebnisse der Studie „Gesundheit in Deutschland aktuell 2012“. RKI, Berlin. Verfügbar unter: <https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Gesundheitsberichterstattung/GBEDownloadsF/Geda2012/Alkoholkonsum.pdf?blob=publicationFile> [Stand: 17.08.2021].

Rommelsbacher, H. (2011). Pharmakokinetik des Alkohols. In: Singer, M. Batra, A., Mann, K. (Hrsg.) (2011). Alkohol und Tabak. Grundlagen und Folgeerkrankungen. Stuttgart, New York: Thieme.

Seitz, H. & Bühringer, G. (2010). *Empfehlungen des wissenschaftlichen Kuratoriums der DHS zu Grenzwerten für den Konsum alkoholischer Getränke*. Hamm: Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (DHS).

Seitz, N., John, L., Atzendorf, J., Rauschert, C., & Kraus, L. (2016). Kurzbericht Epidemiologischer Suchtsurvey 2018, Tabellenband: Alkoholkonsum, episodisches Rauschtrinkens und Hinweise auf Konsumabhängigkeit und -missbrauch nach Geschlecht und Alter im Jahr 2018. München: Institut für Therapieforchung.

Statista (2018). Anzahl der monatlich aktiven Instagram Nutzer weltweit in ausgewählten Monaten von Januar 2013 bis Juni 2018. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/300347/umfrage/monatlich-aktive-nutzer-mau-von-instagram-weltweit/> [Stand: 23.08.2021].

Statistisches Bundesamt (2016). Sterbefälle, Sterbeziffern (je 100.000 Einwohner, altersstandardisiert) (ab 1998). Gliederungsmerkmale: Jahre, Region, Alter, Geschlecht, Nationalität, ICD-10, Art der Standardisierung. Verfügbar unter: <http://www.gbe-bund.de> [Stand: 30.08.2016].

World Health Organization (2014). Global status report on alcohol and health.

World Health Organization (2015). Alcohol Fact sheet. Verfügbar unter: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs349/en/> [Stand: 30.08.2016].

Wood, A. M., Kaptoge, S., Butterworth, A. S., Willeit, P., Warnakula, S. Bolton, T., ... Danesh, J. (2018). Risk thresholds for alcohol consumption: combined analysis of individual-participant data for 599.912 current drinkers in 83 prospective studies. *The Lancet*, 391(10129), 1513-1523.

White, A. & Hingson, R. (2013). The Burden of Alcohol Use. Excessive alcohol consumption and related consequences among college students. *Alcohol Research: Current Reviews*, 45(2), 201-218.

Wicki, M., Kuntsche, E., & Gmel, G. (2010). Drinking at European Universities? A Review of Students' Alcohol Use. *Addictive Behaviors*, 35, 913-924.