

Botschaften zum Rauschtrinken

Ziel

Mithilfe dieser kurzen Intervention, bei der Botschaften zum Rauschtrinken versendet werden, soll der Alkoholkonsum von Studierenden reduziert werden. Die Botschaften sprechen die Kognitionen und Einstellungen zum Alkoholkonsum an und sollen so den Konsum mindern.

Theoretischer Hintergrund

Der Alkoholkonsum, darunter auch das Rauschtrinken, nimmt zu, wenn junge Menschen an die Hochschule kommen (Norman et al., 2018). Studien belegen, dass Studierende häufiger zu riskantem Alkoholkonsum neigen als gleichaltrige Nichtstudierende (Bailer et al., 2009). Das Rauschtrinken (engl. *Binge Drinking*) ist assoziiert mit einem erhöhten Risiko von negativen sozialen und gesundheitlichen Konsequenzen sowie mit einer niedrigeren akademischen Leistung (Norman et al., 2018). Daher stellt der Übergang zur Hochschule einen idealen Zeitpunkt dar, um auf die mit dem Alkoholkonsum verbundenen Probleme aufmerksam zu machen und so einen Anstieg des Alkoholkonsums zu verhindern (Norman et al., 2018).

Der Intervention liegt die Theorie des geplanten Verhaltens (Theory of Planned Behavior, TPB; Ajzen, 1988) zugrunde. Ihr zufolge ist die wichtigste Determinante des Verhaltens einer Person ihre Absicht (Intention), ein bestimmtes Verhalten auszuführen (Lindgren et al., 2021; Norman et al., 2018). Die Intention wird insbesondere durch die drei Merkmale (1) Einstellungen (z. B.: Alkohol macht mich lockerer), (2) subjektive Normen (z. B.: Ich trinke genau so viel wie meine Freund:innen) sowie (3) die wahrgenommene Verhaltenskontrolle (z. B.: Es fällt mir schwer weniger Alkohol zu trinken) bestimmt (Norman et al., 2018). Erweiterungen der TPB unterscheiden zudem zwischen affektiven und kognitiven Einstellungen, subjektiven und beschreibenden Normen sowie Selbstwirksamkeit und wahrgenommener Kontrolle (Fishbein & Ajzen, 2010).

Diese drei die Intention formenden Merkmale werden im Rahmen der Intervention mit Botschaften adressiert.

Zielgruppe bzw. Teilnahmebedingungen

Die Intervention richtet sich primär an Studierende, die Alkohol konsumieren. Die Botschaften können aber auch – wie in der Studie von Norman et al. (2018) – an alle neuen Studierenden in der Studieneingangsphase versendet werden.

Aufbau (Gegenstände/Module)

Die versendeten Botschaften versuchen zu vermitteln, dass

- Spaß an der Hochschule auch ohne Alkoholkonsum möglich ist,
- Rauschtrinken an der Hochschule negative Auswirkungen auf das Studium hat,
- Freundschaften zu Rauschtrinkenden die Wahrscheinlichkeit von Rauschtrinken an der Hochschule erhöhen.

Zitiervorschlag: Lesener, T., Blaszyk, W., Dastan, B., Gusy, B., Jochmann, A., Juchem, C., Pleiss, L. S., & Wolter, C. (2022). Healthy Campus – Von der Bestandsaufnahme zur Intervention (Schriftenreihe des AB Public Health: Prävention und psychosoziale Gesundheitsforschung: Nr. 01/P22). Berlin: Freie Universität Berlin.

Die Botschaften setzen sich jeweils aus einem Text- und einem Video-Element zusammen. Jede Botschaft umfasst zwischen 200 und 250 Wörter (Norman et al., 2019). Beispiele für die Botschaften sind unter https://sheffieldpsychology.eu.qualtrics.com/jfe/form/SV_etUpaB-jUW5PoapL verfügbar.

Die erste Botschaft [„Du kannst ohne Rauschtrinken Spaß an der Hochschule haben“] skizziert verschiedene Möglichkeiten, neue Leute kennenzulernen und Spaß ohne exzessiven Alkoholkonsum zu haben. Als ein Beispiel wird der Beitritt zu Vereinen/Gruppen aufgeführt (Norman et al., 2018).

Die zweite Botschaft [„Rauschtrinken ist nicht gut für dein Studium“] informiert über die Auswirkungen von Rauschtrinken auf das Studierverhalten. Dazu zählen bspw. das Versäumen von Lehrveranstaltungen und Einschränkungen der kognitiven Leistungsfähigkeit (Norman et al., 2018).

Die dritte Botschaft [„dem sozialen Druck zum Rauschtrinken widerstehen“] hebt die Tatsache hervor, dass die Mehrheit der Studierenden nicht regelmäßig mehr als fünf Trinkeinheiten bei einer Gelegenheit trinkt und dass es darüber hinaus viele Gründe gibt, dies nicht zu tun, selbst wenn Freund:innen es machen. Zu den aufgeführten Gründen zählt z. B. die Erinnerung daran, dass es sich dabei um die „eigene Entscheidung“ handelt, Rauschtrinken teuer ist und man trunken nur eingeschränkt stark alkoholisierten Freund:innen helfen kann (Norman et al., 2018).

Jeder Botschaft folgt ein kurzes einminütiges Video, in dem Studierende über die jeweiligen Themen sprechen (Norman et al., 2018).

Häufigkeit

Die Botschaften werden einmal versendet.

Verantwortliche/erforderliche Strukturen

Hierzu liegen keine spezifischen Informationen vor.

Erforderliche Qualifikation

Es sind keine besonderen Qualifikationen erforderlich.

Effektivität und Evaluation

Norman et al. (2018) untersuchten die Wirksamkeit der Intervention in einer randomisierten kontrollierten Studie. Sie untersuchten die Effekte der Intervention in Bezug auf den Alkoholkonsum sowie alkoholbezogene Kognitionen.

Nach der Intervention zeigte sich eine signifikante Reduktion des Alkoholkonsums sowie der Frequenz des (problematischen) Rauschtrinkens¹ bei Studierenden, die die Botschaften gese-

¹ Der problematische Alkoholkonsum wird über den Cut-off-Wert der AUDIT-Skala bestimmt (s. oben).

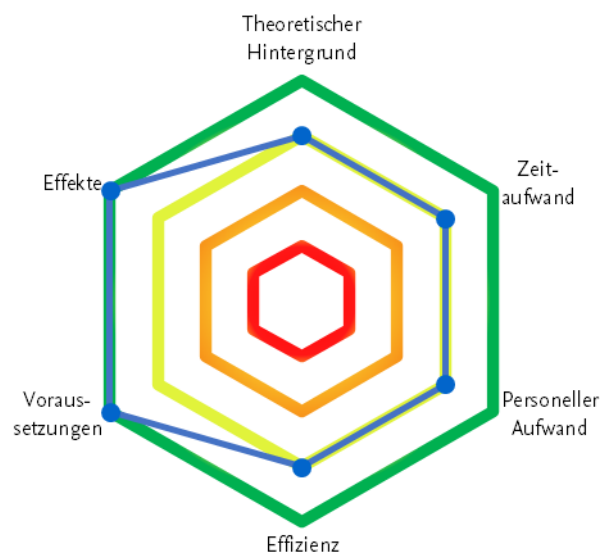
hen und gelesen hatten. Auch sechs Monate nach der Intervention zeigten sich bei den Teilnehmenden der Interventionsgruppe signifikant weniger Alkoholprobleme (niedrigere AUDIT²-Werte) im Vergleich zu (Mit-)Studierenden, die keine Botschaften erhielten (Norman et al., 2018).

Studierende, die die Botschaften gesehen hatten, berichteten seltener eine Absicht zum Rauschtrinken sowie weniger positive affektive und kognitive Einstellungen zum Rauschtrinken. Sie gaben zudem seltener an, dass Rauschtrinken an der Hochschule Spaß macht, und waren überzeugt, dass Rauschtrinken einen negativen Einfluss auf ihr Studium haben würde. Einige dieser Effekte erwiesen sich über einen Zeitraum von sechs Monaten als zeitstabil (Norman et al., 2018).

Bewertung

Die Intervention ist durch die Theorie des geplanten Verhaltens nach Ajzen (1988) fundiert. Da die Intervention hauptsächlich das einmalige Versenden von vorgefertigten Botschaften umfasst, ist der zeitliche und personelle Aufwand gering und die Integration in den Hochschulkontext ohne zusätzlichen Aufwand realisierbar. Die Intervention zeigt kurz- und langfristige Effekte auf den Alkoholkonsum sowie auf alkoholbezogene Überzeugungen und Einstellungen.

Die Intervention ist somit eine gute und niedrigschwellige Möglichkeit zur Reduzierung des alkoholbezogenen Risikoverhaltens. Die Gesamtbewertung fällt mit 3,3 von 4 Punkten positiv aus.



² AUDIT (The Alcohol Use Disorders Identification Test) ist ein Screening-Instrument zur Identifizierung von Alkoholproblemen. Die angegebenen Punktezahlen der einzelnen Items werden zu einer Gesamtpunktzahl aufsummiert. Der Wertebereich geht von 0 bis max. 40 Punkte, wobei eine Punktzahl von 8 oder mehr auf einen gefährlichen und schädlichen Alkoholkonsum hinweist (= Cut-off-Wert).

Weiterführende Informationen

- Weitere Informationen zur Intervention an der University of Sheffield finden sich unter https://sheffieldpsychology.eu.qualtrics.com/jfe/form/SV_etUpaBjUW5PoapL.

Hintergrundinformationen und weitere Interventionen im Projekt »Healthy Campus – Von der Bestandsaufnahme zur Intervention« sind auf der Internetseite der Freien Universität Berlin unter www.fu-berlin.de/healthy-campus/interventionsmanual zu finden.

Literatur

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality and behavior*. Open University Press.
- Bailer, J., Stübinger, C., Dressing, H., Gass, P., Rist, F. & Kühner, C. (2009). Zur erhöhten Prävalenz des problematischen Alkoholkonsums bei Studierenden [Increased prevalence of problematic alcohol consumption in university students]. *Psychotherapie, Psychosomatik, medizinische Psychologie*, 59(9-10), 376–379. <https://doi.org/10.1055/s-0029-1215596>
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- Lindgren, K. P., DiBello, A. M., Peterson, K. P. & Neighbors, C. (2021). Theory-driven interventions: How social cognition can help. In D. Frings & I. P. Albery (Hrsg.), *The Handbook of Alcohol Use* (S. 485–510). Elsevier.
- Norman, P., Cameron, D., Epton, T., Webb, T. L., Harris, P. R., Millings, A. & Sheeran, P. (2018). A randomized controlled trial of a brief online intervention to reduce alcohol consumption in new university students: Combining self-affirmation, theory of planned behaviour messages, and implementation intentions. *British Journal of Health Psychology*, 23(1), 108–127. <https://doi.org/10.1111/bjhp.12277>
- Norman, P., Webb, T. L. & Millings, A. (2019). Using the theory of planned behaviour and implementation intentions to reduce binge drinking in new university students. *Psychology & Health*, 34(4), 478–496. <https://doi.org/10.1080/08870446.2018.1544369>