

# Testkäufe von Alkohol – präventive Repression oder repressive Prävention?

## Eine nicht repräsentative Präsentation

---

Dominique DIETH\*

### Zusammenfassung

Testkäufe werden als sinnvolle Massnahme angesehen, um Jugendschutz im Bereich Alkohol zu gewährleisten. Dabei wird betont, dass neben dem direkten Einfluss auf die Betriebe, die Alkohol abgeben, der indirekte Einfluss, wie die Erarbeitung einer gemeinsamen Haltung, und die Sensibilisierung der Öffentlichkeit über die Medienarbeit ebenso wichtig sind. Zudem dürfen Testkäufe nicht als isolierte Massnahme eingesetzt werden, soll Jugendschutz nachhaltig gewährleistet sein/werden.

Jugendschutz fordert die Gemeinde auf, diese Querschnittsaufgabe zwischen Betrieben, Verwaltung, Schule, Jugendarbeit u.a. wahrzunehmen und zielgerichtet Massnahmen umzusetzen, um nachhaltige Ergebnisse zu erwirken.

Ebenfalls sind aber Betriebe gefordert, intern eine gemeinsame Haltung zu entwickeln und zu entscheiden, wie sie in der Verkaufssituation mit Jugendlichen handeln wollen.

Im Kanton Zürich und insbesondere im Zürcher Oberland werden seit 2002 in mehreren Serien Testkäufe mit klaren Konsequenzen durchgeführt. Dass diese, neben Verärgerung und Umtrieben, auch positive Reaktionen, Diskussionsmöglichkeiten und Entwicklungschancen beinhalten, ist ein Zeichen dafür, dass sie, neben dem repressiven Anteil, eine wichtige präventive Funktion erfüllen. Projektbegleitung, Fachberatung, Information, Sensibilisierung und Schulung des Personals sind Schwerpunkte der Begleitung von Testkaufprojekten durch die Suchtpräventionsstelle Zürcher Oberland.

Elf Gemeinden führen mittlerweile regelmässig Testkäufe mit entsprechenden Konsequenzen durch. Die Ergebnisse zeigen nach wie vor, dass Handlungsbedarf besteht. So verkaufen 33 Prozent der Betriebe, die bereits Alkohol verkauften, wiederholt Alkohol an Jugendliche unter 16 Jahren. Insgesamt besteht aber die Tendenz, dass weniger Betriebe illegal Alkohol verkaufen und sich eine Mehrheit an die Jugendschutzgesetze hält. Zu hoffen ist, dass der Abwärtstrend anhält und dass im Alltag verankerte Testkäufe, ähnlich wie Geschwindigkeitskontrollen, präventiven Charakter haben.

\* lic phil I, Fach-, Prozess- und Projektberatung von Gemeinden, Suchtpräventionsstelle Zürcher Oberland, Uster

Geschwindigkeitsübertretungen und Alkoholverkauf an Jugendliche sind Themen von medialem Interesse, das zeigen die beiden folgenden Beispiele aus der Tagesspresse:

Die Kantonspolizei führte in verschiedenen Gemeinden Geschwindigkeitskontrollen durch. In den Gemeinden B., G. und S. wurden vier Automobilisten mit Geschwindigkeiten zwischen 121 und 143 km/h – bei einer erlaubten Höchstgeschwindigkeit von 80 km/h – erwischt. Die Raser mussten ihren Führerausweis auf der Stelle abgeben.

Trotz Verbot erhalten Jugendliche problemlos Alkohol. Das zeigen neue Testkäufe. Einer 13-Jährigen wurden beispielsweise innert eineinhalb Stunden acht Dosen Bier verkauft.

Neben dem Interesse der Medien gibt es jedoch noch eine weitere Gemeinsamkeit. Raser und Jugendliche, die missbräuchlich Alkohol konsumieren, legen ein Risikoverhalten an den Tag, das sowohl sie selber, als auch Personen aus dem Umfeld gefährden kann. Rasen ist eine der Hauptursachen für schwerwiegende Unfälle im Strassenverkehr (Kantonspolizei Zürich, 2005). Rauschtrinken im Jugendalter wird als Risikofaktor für diverse physische Probleme (Unfälle, Verletzungen, Suizid u.a.), psychische Belastungen (Entwicklung einer Abhängigkeit u.a.) und soziale Schwierigkeiten (Schulprobleme, Gewalt u.a.) betrachtet (SFA & ISF 2004; SFA, 2004/I).

## **Prävention von Risikoverhalten**

Gemeinsamkeiten zwischen jugendlichen Alkoholkonsumentinnen und -konsumenten und Rasern gibt es aber auch bei den präventiven Massnahmen. In beiden Bereichen wird versucht, die Risiken zu minimieren, die im Zusammenhang mit dem problematischen Verhalten stehen.

Die Kampagne «Raser verlieren» der Kantonspolizei Zürich setzt dabei auf verschiedene Massnahmen: Plakate mit abschreckenden Darstellungen möglicher Folgen von Rasen, Inserate in Tageszeitungen, das Aufstellen von Unfallfahrzeugen an verschiedenen Orten im Kanton und Unterrichtslektionen an Berufsschulen.

Es wird also auf mehreren Ebenen informiert, sensibilisiert und bewusst gemacht, um eine Verhaltensänderung in Form der Einhaltung der vorgeschriebenen Tempoangaben zu erreichen – und somit das Risiko eines Unfalls zu verringern. An diesem Beispiel zeigt sich, wie eine an sich repressive Massnahme wie Geschwindigkeitskontrollen präventive Wirkung haben kann. Sie kann nämlich dazu führen, dass Verkehrsteilnehmende angepasst fahren, weil sie befürchten, kontrolliert zu werden oder ihre Fahrweise anpassen, nachdem sie kontrolliert wurden.

Hier hört die Analogie der Testkäufe zu den Geschwindigkeitskontrollen aber auf. Werden Verkehrskontrollen als notwendiges Übel akzeptiert und sind verankerter Bestandteil der polizeilichen Routine, werden Testkäufe hier weniger als repressive Massnahme an sich verstanden denn als Mittel zum Zweck, um Information, Sensibilisierung und schlussendlich eine Verhaltensänderung zu erreichen. Es ist aber durchaus denkbar, dass Testkäufe längerfristig als ein routinemässiges Mittel eingesetzt werden können, um den Jugendschutz zu gewährleisten. Wie kam es aber zu den Testkäufen im Zürcher Oberland und welche Effekte erhoffen sich die Durchführenden?

## **Testkäufe im Kanton Zürich**

2002 wurden im Kanton Zürich eine Serie von 392 Testkäufen durchgeführt. Für die Organisation zeichneten die Zürcher Fachstelle zur Prävention des Medikamenten- und Alkoholmissbrauchs ZüFAM und die Fachstelle Alkohol – am Steuer nie! ASN, verantwortlich. Die Testkäufe wurden in Zusammenarbeit mit dem Blauen Kreuz durchgeführt. Ziel war es, einen Eindruck zu erhalten, wie leicht Jugendliche unter 16 Jahren Alkohol bekommen können. Dadurch sollte eine Basis geschaffen werden, um mit den Gemeinden, die für die Umsetzung des Jugendschutzes verantwortlich sind, ins Gespräch zu kommen. Bei den eigentlichen Testkäufen sind die Jugendlichen in Begleitung einer erwachsenen Person, in Restaurants, Läden, Tankstellenshops und Bars gegangen und haben alkoholische Getränke (Bier, Wein, Alcopops und Schnaps) aus dem Regal genommen und an die Kasse gebracht oder zum Verkauf über die Gasse bestellt. In rund 55 Prozent der Fälle wurden ihnen die Getränke verkauft (vgl. Abbildung 1). Die Unterschiede zwischen Stadt und Land waren dabei nicht wesentlich. Unterschiedliche Ergebnisse gab es aber in Bezug auf das Alter. Die 13-Jährigen wurden öfter nach dem Ausweis gefragt als die 16-Jährigen. Betriebe, die über ein automatisches Warnsystem beim Verkauf alkoholischer Getränke verfügen, haben ebenfalls weniger illegal Alkohol verkauft als Betriebe ohne entsprechende Vorrichtung. Weitere mögliche Einflussfaktoren auf das Ergebnis wie Geschlecht der Testperson, Art des Produktes im Verhältnis zum Alter der Testpersonen, Tageszeit des Einkaufs etc. wurden nicht erfasst.

Diese Erhebung war nicht repräsentativ und genügte auch experimental-wissenschaftlichen Kriterien nicht.

Die Jugendlichen waren verpflichtet, ihr korrektes Alter anzugeben, wenn sie von den Verkaufspersonen danach gefragt wurden. Dies sind Faktoren, die sich eher positiv auf das Ergebnis auswirken, so dass angenommen werden muss, dass in Realität noch mehr Alkohol an Jugendliche verkauft wurde.

Die Testkäufe hatten keine rechtlichen Konsequenzen für die getesteten Betriebe. Sie wurden schriftlich über den Test und das Ergebnis informiert mit dem Hinweis, dass die regionalen Suchtpräventionsstellen Schulungen für das Personal anbieten und dass dort Kampagnenmaterial zum Jugendschutz bestellt werden könne.

## **Die Situation im Zürcher Oberland**

---

Zwei Jahre später beschloss die Gemeinde Pfäffikon, die bereits bei den kantonalen Testkäufen 2002 beteiligt war, Testkäufe auf Gemeindegebiet durchzuführen. Sie wollte die Tests nicht im Alleingang durchführen und fragte deshalb noch andere Gemeinden an, ob sie sich an einem gemeinsamen Vorgehen beteiligen wollten. Im Sommer 2004 führten Illnau-Effretikon, Uster und Wetzikon gemeinsam mit Pfäffikon Testkäufe durch. Fachliche Begleitung erhielten sie von der Suchtpräventionsstelle Zürcher Oberland. Wie bereits im Jahr 2002 war für die operative Durchführung der Testkäufe das Blaue Kreuz verantwortlich. Die Verantwortung, Finanzierung und die Erarbeitung einer gemeinsamen Strategie lag diesmal aber bei den Gemeinden. Diese Strategie beinhaltete nicht nur die Planung von drei Testkaufserien innerhalb von drei Jahren, sondern auch eine gemeinsame Planung von Massnahmen. So wurde

festgelegt, dass die Betriebe in einer ersten Phase über ihr Ergebnis informiert werden. Die Gemeinde lädt die Betriebe, die Alkohol verkauft haben, dann zu einer obligatorischen Schulung ein und macht sie darauf aufmerksam, dass sie mit rechtlichen Konsequenzen rechnen müssen, wenn sie bei den Testkäufen in den zwei folgenden Jahren wieder Alkohol verkaufen werden. Diese beinhalten in erster Linie eine Anzeige gegen das abgebende Personal, das mit einer Busse zu rechnen hat. Gemäss dem Bundesgesetz über das Verwaltungsstrafrecht können aber auch die zuständigen Wirtinnen, Wirte oder Ladenbesitzenden zur Verantwortung gezogen werden, weil sie für das Verhalten der Angestellten verantwortlich sind. Sie können sich aber entlasten, wenn sie beweisen können, dass das Personal genügend instruiert und überwacht wurde.

### **Ergebnisse der Testkäufe im Jahr 2004**

---

2004 wurden in den vier Gemeinden 110 Betriebe getestet, wovon 48 (rund 43 Prozent) Alkohol verkauften (vgl. Abbildung 1). Damit ist eine erfreuliche Verbesserung gegenüber den Ergebnissen von 2002 zu verzeichnen. Die Frage, ob diese Verbesserung auf die gestiegene Sensibilisierung der Betriebe zurückzuführen ist, lässt sich zwar nicht schlüssig beantworten, kann aber vermutet werden. Dafür spricht, dass Sensibilisierungsanstrengungen nicht nur von Seiten der Gemeinden, sondern auch von den entsprechenden Berufsverbänden und den Betrieben selber gemacht wurden.

Nach den Tests wurden alle Betriebe über ihr Verhalten informiert. So wurden nicht nur die Betriebe, die Alkohol verkauft hatten «getadelt», sondern auch die Betriebe «gelobt», die sich jugendschutzkonform verhalten hatten. Damit wollten die Behörden ihre Wertschätzung gegenüber den Betrieben ausdrücken, die sich an die gesetzlichen Bestimmungen hielten, obwohl sie sich oft in einer schwierigen Situation befinden. Zu nennen sind dabei die hohe Frequenzierung zu Spitzenzeiten, grosse Personalfuktuation, Sprachschwierigkeiten, aggressive Kundschaft, verschärfter Wettbewerb, diverse Vorschriften. Zudem berichten Gastro- und Detailhandelsunternehmen, dass Jugendliche ältere Kolleginnen und Kollegen in den Laden senden, um sie mit Alkohol zu versorgen, wenn Ihnen der Verkauf verweigert wird.

Diese Schwierigkeiten zeigen deutlich, dass Testkäufe auf den effektiven Verkauf von Alkoholika an Jugendliche nur eine beschränkte Wirkung haben können. Auch von Jugendlichen wird berichtet, dass sie ohne grosse Probleme zu Alkohol kommen, wenn sie dies wollen (SFA, 2004/II, 17). Aber Testkäufe vermitteln eine Jugendschutz unterstützende Haltung und sichern die Einhaltung der gesetzlich geregelten Abgabevorschriften von Alkohol an Jugendliche, die in den letzten Jahren oftmals nicht als verbindlich angesehen wurden.

### **Ergebnisse der Testkäufe im Jahr 2005**

---

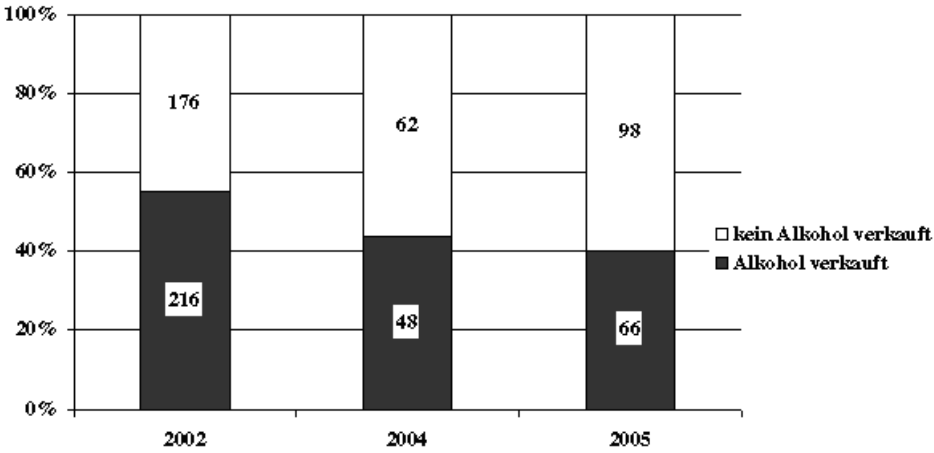
Die zweite Serie der Testkäufe wurde in den vier Gemeinden im Sommer 2005 durchgeführt. Erstmals wurden Betriebe getestet, die in der ersten Runde Alkohol verkauft hatten und bei diesen Testkäufen mit einer Verzeigung zu rechnen hatten. Die bevorstehenden Verzeigungen hatten zu einer

Zusammenarbeit der Gemeinden mit den entsprechenden Polizei- bzw. Sicherheitsabteilungen geführt. Die Testkäufe wurden diesmal nicht nur von einer erwachsenen Person sondern auch von der Polizei begleitet. So konnte ein all-fälliger Tatbestand gleich vor Ort aufgenommen werden.

Abbildung 1

Anzahl Testkäufe

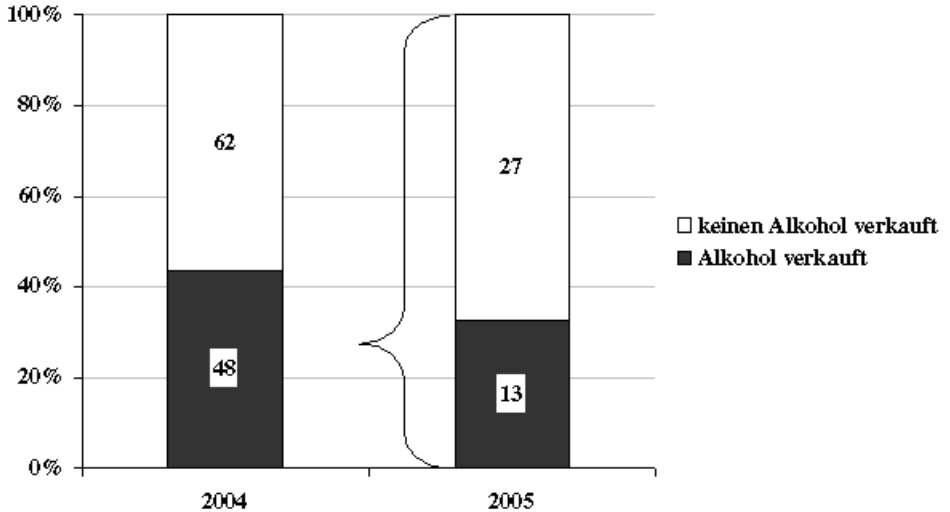
**Testkäufe im Kanton Zürich und im Zürcher Oberland  
(Anzahl Betriebe)**



In dieser Serie wurden insgesamt 164 Betriebe getestet, wovon in 66 Betrieben (rund 40 Prozent) Alkohol verkauft wurde (siehe Abbildung 2). Im Vergleich zu den Testkäufen im Jahre 2002 verhielt sich also eine Mehrheit der Betriebe korrekt.

Von den 48 Betrieben, die 2004 Alkohol verkauft hatten, wurden 2005 40 zum zweiten Mal getestet – die restlichen acht konnten nicht erreicht werden. 13 dieser Betriebe (ca. 33 Prozent) haben erneut Alkohol verkauft. Interessanterweise hat bei den meisten der 40 zum zweiten Mal getesteten Betriebe anderes Personal Alkohol verkauft als im Jahr zuvor. Dies zeigt eine weitere Schwierigkeit, mit denen die Betriebe zu kämpfen haben. Es genügt vermutlich nicht, das Kassenspersonal über die Jugendschutzbestimmungen zu informieren, sondern es braucht darüber hinaus eine klare Haltung im Umgang damit. Folgende Fragen muss ein Betrieb klären, um eine möglichst reibungslose Umsetzung des Jugendschutzes zu gewährleisten: Mutet man Kundinnen und Kunden zu, länger anstehen zu müssen, weil das Kassenspersonal argumentieren muss, statt zügig verkaufen zu können? Kann das Servicepersonal die Geschäftsinhaber beziehen, wenn die Situation Eskalationscharakter hat? Wird der Ausweis in jedem Fall verlangt, wenn Alkohol an Jugendliche verkauft wird, oder genügt eine Gesichtskontrolle?

Abbildung 2

**Betriebe mit wiederholtem Alkoholverkauf****Wie geht es weiter?**

Im Jahre 2006 werden in den vier Gemeinden erneut Testkäufe mit Verzeigungsfolgen durchgeführt. Auch Schulungen werden wiederum in einigen Gemeinden obligatorisch durchgeführt und in den anderen angeboten. Danach wird diese Projektphase abgeschlossen und das weitere Vorgehen geklärt. Der Übergang zu regelmässigen Routinetestkäufen zeichnet sich in einigen Gemeinden bereits ab.

In der Zwischenzeit haben sich weitere Gemeinden im Zürcher Oberland entschieden, Testkäufe mit ähnlichem Vorgehen durchzuführen. Dübendorf, Wangen-Brüttisellen, Fehraltorf und Bauma haben im Herbst 2005 eine erste Runde von Testkäufen durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Testkäufe (121 Betriebe) liegen mit rund 36 Prozent Verkauf erneut tiefer als die vorhergehenden.

Neben dieser gemeindeübergreifenden Zusammenarbeit führen einzelne Gemeinden mit eigenem Zeitplan und eigener Strategie Testkäufe durch. Volketswil hat bereits eine erste Runde durchgeführt und Weisslingen beschäftigt sich gegenwärtig mit der Planung.

**Testkäufe: eine Massnahme unter vielen**

Es wäre zynisch zu sagen, Testkäufe seien für die Betriebe keine repressive Massnahme. Sie müssen mit Komplikationen, vermehrtem Zeitaufwand durch Schulungen, Bussen und Verwaltungsaufwand rechnen. Aus Sicht der

Prävention haben Testkäufe neben dem repressiven Anteil auch einen stark präventiven Charakter. Sie bieten Gelegenheit, Jugendschutz auf medialer Ebene zu thematisieren, die Betriebe und die Bevölkerung zu sensibilisieren und langfristig eine Verhaltensänderung zu bewirken. Nicht die Devise «Lernen geht nur durchs Portemonnaie» steht im Vordergrund, sondern die Unterstützung der Betriebe durch die Gemeinden (z.B. in Form von gemeinsamen Gesprächen, Information, Schulungen, Kampagnenmaterial oder Lob für vorbildliches Verhalten). Wenn Jugendschutz in einer Gemeinde wirkungsvoll umgesetzt werden soll, dürfen Testkäufe keine isolierte Massnahme sein. Die Altersgrenze für die Abgabe von Alkohol an Jugendliche ist zwar der Bereich, der gesetzlich am klarsten geregelt und für dessen Umsetzung die Gemeinde verantwortlich ist. Dies soll aber nicht dazu führen, Testkäufe als ausreichende präventive Massnahmen zu betrachten. Auch Babor et al. listen neben der Festlegung eines Mindestkaufalters für Alkohol und den entsprechenden Kontrollen, weitere wirksame Massnahmen auf, die zu einer effizienten Alkoholpolitik beitragen (Babor et al, 2005) wie zum Beispiel die Senkung der Blutalkoholgrenze, die Besteuerung von alkoholischen Getränken, die Verringerung der Dichte und der Öffnungszeiten von Verkaufsstellen.

Als wichtige suchtpreventive Aufgabe der politischen Gemeinde erachten wir einerseits die Einbindung anderer Akteure (Eltern, Verwaltung, Gewerbe, Jugendarbeitenden, Schulen, Vereinen) und andererseits die Organisation und Koordination der Zusammenarbeit dieser Akteure. Jugendschutz und Prävention sind Querschnittsaufgaben, welche die gesamte Gemeinde betreffen können. Insofern ist es sinnvoll, wenn diese von den politischen Gremien wahrgenommen werden, wie dies im Leitfaden für die Umsetzung von Jugendschutz in der Gemeinde dargestellt ist, die die Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich herausgegeben haben (Die Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich, 2003).

Es ist deshalb erfreulich, dass acht der elf erwähnten Gemeinden an einer aktiven Alkoholpolitik arbeiten, zwei davon im Rahmen des BAG-Programms «Die Gemeinden handeln!» (vgl. [www.diegemeindenhandeln.ch](http://www.diegemeindenhandeln.ch)). Neben Testkäufen und Schulung von Detailhandel und Gastrobetrieben sind folgende Schwerpunkte Bestandteil der Alkoholpolitik, die von den Suchtpräventionsstellen im Kanton Zürich unterstützt werden:

- klar geregelte Patentvergabe (z.B. Verlangen eines Jugendschutzkonzeptes für befristete Patente)
- Elternbildungsveranstaltungen zum Thema Risikokonsum
- Förderung von struktureller Prävention in Schulen
- Konzept für sensible schulische und ausserschulische Anlässe (Schulsylvester, letzter Schultag etc.)
- Schulung von Vereinen für den regulären Vereinsbetrieb und besondere Anlässe
- öffentliche Impulsveranstaltungen
- Runde Tische usw.
- Erarbeitung einer gemeindeeigenen Haltung zum Thema Alkohol und dem Umgang damit

## **Gemeinsame Haltung und ein Blick über das Zürcher Oberland**

Der wichtigste Teil einer Alkoholpolitik in der Gemeinde oder in einem Betrieb ist meines Erachtens die Erarbeitung und Umsetzung einer gemeinsamen Haltung. Wenn sich alle Akteure in der Gemeinde einig sind, dass die Einhaltung der Gesetze zum Jugendschutz wichtig sind, und wenn die Massnahmen zu deren Umsetzung breit akzeptiert und unterstützt werden, dann ist dies eine ideale Voraussetzung, um weit reichende und nachhaltige präventive Massnahmen zu verankern.

Dasselbe gilt für die Verkaufspolitik in einem Betrieb. Wenn die gesamte Belegschaft weiss, wie in der (schwierigen) Verkaufssituation mit den jugendlichen Kundinnen und Kunden umgegangen wird und welche Unterstützung das Personal bei Bedarf beziehen kann, dann ist ein Maximum getan, um den gesetzlichen Vorschriften zu entsprechen.

Testkäufe als eine Möglichkeit, dem Jugendschutz auf Angebotsseite Nachdruck zu verleihen, werden nicht nur im Zürcher Oberland durchgeführt. Auch andere Gemeinden und Städte sind dazu übergegangen, Testkäufe einzuführen.

Auf Konzeptebene sind umfassende, vom Kantons Aargau entwickelte Grundlagen ([www.gmeind.ch](http://www.gmeind.ch)) zu erwähnen. Der Kanton Zürich hat mit einem Leitfaden und Konzept für Festbetreiber praxisnahe Arbeitshilfen erarbeitet (Die Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich, 2003 und 2005).

In Interlaken wurde während einem Jahr eine aufwändige Informations- und Schulungsstrategie betrieben. Das Ergebnis lässt sich sehen. Im Vergleich zu den umliegenden Gemeinden, erzielte Interlaken bei den Testkäufen sehr gute Resultate.

Über die längste Umsetzungspraxis verfügt wohl der Kanton Basel-Land, in dem seit 1999 regelmässig Testkäufe durchgeführt werden. Die Verkaufsrate von Alkohol an Jugendliche hat sich heute auf beachtliche ca. 20 Prozent eingependelt (mündliche Mitteilung von Herrn M. Hauser, Pass- und Patentbüro Basel-Land, Liestal)!

## **Fazit**

Testkäufe als ein Baustein einer langfristig angelegten, gut verankerten und breit abgestützten Präventionsstrategie scheinen mir wertvoll und hilfreich, um auf verschiedenen Ebenen (Politik, Verwaltung, Gewerbe, Sicherheit, Eltern, Medien und nicht zuletzt Jugendliche) in einer Gemeinde oder in einem Kanton Verhaltensänderungen zu bewirken und die Erwachsenen bei der Abgabe von Alkohol an Jugendliche zu Mitverantwortung zu ziehen. Es gibt Hinweise dafür, dass eine strikte und wohl begründete Durchsetzung des Jugendschutzes die Akzeptanz des jugendlichen Rauschtrinkens im privaten Umfeld vermindert (SFA & ISF, 2004), was wiederum die Bedeutung der politischen Behörden unterstreicht. Für die Gemeinde, die den Auftrag hat, die Jugendschutzgesetze umzusetzen, sind Testkäufe ein Oszillieren zwischen Repression und Prävention. Werden Testkäufe in Zukunft einmal wie Geschwindigkeitskontrollen eingesetzt, ist eine nachhaltige präventive Wirkung wahrscheinlich.

## Summary

---

### *Under-aged mystery shoppers sent to buy alcohol – preventive repression or repressive prevention?*

#### *A non-representative presentation*

Sending under-aged mystery shoppers into off-licences to buy alcohol is considered to be a sensible way of guaranteeing that young people are protected from the effects of the sale of alcohol. In addition to the direct effects on the outlets selling alcohol, the indirect benefits on the formation of a community-wide common approach to the problem, as well as the importance of public education via an accompanying media campaign are emphasised as being of equal importance. Moreover, the use of mystery shoppers must not be employed as an isolated measure if we are to protect our young people over the longer term.

Youth protection policies force the communities to consider the interfaces between outlets selling alcohol, local government, school, youth workers and others, and to take targeted steps towards achieving lasting results.

Equally, the outlets selling alcohol are challenged to develop a joint approach and to make decisions about how they wish to behave with regard to young people in the retail setting.

## Résumé

---

### *Achats tests d'alcool – répression préventive ou prévention répressive?*

#### *Une présentation non représentative*

Les achats tests sont considérés comme des mesures pertinentes pour garantir la protection de la jeunesse dans le domaine de l'alcool. L'accent est mis sur le fait qu'à côté de l'influence directe sur les entreprises qui vendent de l'alcool, les effets indirects sont tout aussi importants: élaboration d'une attitude commune vis-à-vis du problème et sensibilisation du public par un travail d'accompagnement médiatique. De plus, si l'on entend assurer durablement la protection de la jeunesse, les achats tests ne doivent pas être une mesure isolée.

Pour une commune, protéger la jeunesse, c'est assumer cette tâche transversale entre les entreprises, l'administration, l'école, l'animation de jeunesse, etc. et mettre en œuvre des mesures appropriées pour arriver à des résultats pérennes.

En même temps, les entreprises qui vendent de l'alcool sont incitées à développer une attitude commune et à décider de la manière dont elles entendent agir à l'égard d'adolescent-es qui veulent acheter de l'alcool.

## Literaturverzeichnis

---

Babor et al, 2005: Alkohol – Kein gewöhnliches Konsumgut. Forschung und Alkoholpolitik. Hogrefe. Göttingen

Die Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich, 2003: Suchtmittelkonsum Jugendlicher – Die Gemeinden handeln! Ein Leitfaden für EntscheidungsträgerInnen in der Gemeinde. Zürich. Der Leitfaden kann unter [www.sucht-praevention.ch](http://www.sucht-praevention.ch) bestellt werden.

Die Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich, 2005: Alkoholkonsum Jugendlicher – Die Festveranstalter handeln! Ein Präventionskonzept für Festveranstalter. Zürich. Das Konzept kann unter [www.sucht-praevention.ch](http://www.sucht-praevention.ch) bestellt werden.

Kantonspolizei Zürich, 2005: Verkehrssicherheits-Kampagne «Raser verlieren». [www.kapo.zh.ch/internet/ds/kapo/de/ueber\\_uns/veranstaltungen/verkehrssicherheits-kampagne.html](http://www.kapo.zh.ch/internet/ds/kapo/de/ueber_uns/veranstaltungen/verkehrssicherheits-kampagne.html)

SFA Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme & ISF Institut für Suchtforschung, 2004: Das European School Survey Projekt on Alcohol and other Drugs (ESPAD) in der Schweiz. Lausanne/Zürich

SFA Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme, 2004/I: Alkohol im Körper – Wirkung und Abbau. Lausanne.

SFA Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme, 2004/II: Zahlen & Fakten. Lausanne

**Korrespondenzadresse**

Dominique Dieth, Suchtpräventionsstelle Zürcher Oberland, Postfach, Gerichtsstrasse 4,  
E-Mail: [d.dieth@sucht-praevention.ch](mailto:d.dieth@sucht-praevention.ch)