

Fazit.

ForschungsSpiegel von Sucht Schweiz

VERÄNDERUNGEN DER TRINK- GEWOHNHEITEN UND DAMIT VER- BUNDENE RISIKOFAKTOREN IM ERSTEN PANDEMIEJAHR

Entgegen allen Befürchtungen haben die Pandemie und die Schutzmassnahmen den Alkoholkonsum in der Allgemeinbevölkerung nur wenig verändert. Eine Untersuchung von Sucht Schweiz im Auftrag des Bundesamts für Zoll und Grenzsicherheit (BAZG) zeigt nebst einem leichten Rückgang der durchschnittlich konsumierten Menge auch Veränderungen bei besonders gefährdeten Gruppen. Insgesamt gilt, dass jene, die mehr Alkohol konsumierten, oft mehr Freizeit oder Stress als Grund nennen.

Quelle

F. Labhart/G. Gmel (2022): Changements des habitudes de consommation et d'achat d'alcool durant la première année de la crise du COVID-19 et facteurs de risque associés. Rapport de recherche n°137. Lausanne: Addiction Suisse. <https://t1p.de/wqqei>, Zugriff 30.09.22.

FLORIAN LABHART und GERHARD GMEL

Sucht Schweiz, fazit@suchtschweiz.ch

Einleitung

Mit dem Auftreten des Coronavirus SARS-CoV-2 (im nachfolgenden COVID-19 genannt) gegen Ende des Jahres 2019 / Anfang des Jahres 2020 wurden in der Schweiz beginnend mit März 2020 eine Reihe von Massnahmen wie die Schliessung von Schulen, vielen Geschäften, Einschränkungen im Reiseverkehr und Beschränkung von Versammlungen auf fünf Personen eingeführt. Die Situation hat das Leben der ganzen Bevölkerung verändert. Stress im Zusammenhang mit der Krankheit, mit der Familienorganisation oder der sozialen Situation, aber auch Veränderungen von sozioökonomischen Bedingungen (Arbeitsplatzverlust, Kurzarbeit) könnten einen Einfluss auf Trinkgewohnheiten, insbesondere bei vulnerablen Personen gehabt haben. Die hier vorgestellte Studie im Auftrag des Bundesamtes für Zoll und Grenzsicherheit, durchgeführt von Sucht Schweiz in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Markt- und Meinungsforschungsinstitut MIS Trend, betrachtet die Veränderungen der Trinkgewohnheiten nach der Einführung der COVID-19-Massnahmen.

Methode

2000 Personen ab einem Alter von 15 Jahren wurden im Sommer 2021 repräsentativ für die Gesamtbevölkerung in der Schweiz in allen drei Sprachregionen zu ihrem Alkoholkonsum und damit verbundenen Verhaltensweisen (z. B. Alkoholkäufe in der Schweiz und im Ausland) befragt. Die Analysen vergleichen die retrospektiven Antworten in Bezug auf den Zeitraum der 12 Monate vor der Einführung von COVID-19-Massnahmen und den Zeitraum der 12 Monate seit der Einführung der Massnahmen.

Konsumstatus

Gesamthaft haben 92 % der befragten Personen ihren Konsumstatus nicht verändert, bzw. haben vor und nach Einführung der Massnahmen entweder keinen Alkohol konsumiert (14 %) oder waren bereits Konsumierende (78 %). Knapp fünfmal mehr Personen waren Konsumierende vor Einführung der Massnahmen (6.6 %) und haben nach Einführung der Massnahmen ihren Alkoholkonsum beendet oder unterbrochen, als Personen, die vorher abstinent lebten und den Alkoholkonsum nach Einführung der Massnahmen begonnen bzw. wiederaufgenommen haben (1,4 %). Diese Tendenz zu vermehrter Abstinenz findet sich bei beiden Geschlechtern und in allen Altersgruppen.

Konsumveränderung in Anzahl Standardgetränken bei Konsumierenden

Insgesamt sank der Alkoholkonsum bei Konsumierenden von 33,7 auf 31,1 Standardgetränke pro Monat (ein Standardgetränk entspricht etwa 10 Gramm reinem Alkohol), was einem Rückgang um 2,6 Getränke oder 7,7 % entspricht. Der Rückgang ist bei beiden Geschlechtern nur in den Altersgruppen ab 25 Jahren zu beobachten. Bei den 15- bis 24-Jährigen ist trotz eines Anstiegs der Abstinenzzahlen ein Konsumanstieg bei den Konsumierenden festzustellen. Dies dürfte massgeblich mit normativen Veränderungen eines steigenden Konsums im Jugendalter und bei jungen Erwachsenen zu tun haben.

Rauschtrinken (6 Standardgetränke oder mehr bei einer Gelegenheit) bei Konsumierenden

55 % der Konsumierenden haben ihre Rauschtrinkhäufigkeit (einschliesslich kein Rauschtrinken) beibehalten. 30 % haben die Häufigkeit des Rauschtrinkens reduziert und 15 % haben sie gesteigert. Die Steigerung ist insbesondere bei den jüngeren Altersgruppen anzutreffen und dürfte im Wesentlichen mit einer altersbedingten (normativen) Sozialisation in den Alkoholkonsum zurückzuführen sein. Der Rückgang bedeutet etwa monatlich eine Gelegenheit mit Rauschtrinken weniger (-0.8) und entspricht einem Rückgang von 17 %. Ein Rückgang ist bei beiden Geschlechtern und in allen Altersgruppen zu beobachten.

Konsumveränderung in verschiedenen Konsumorten

Konsumveränderungen hängen stark von den Konsumorten ab. Beim Konsum zu Hause mit Partnerin/Partner, Freund:innen oder Familie haben nach eigenen subjektiven Angaben 16 % ihren Konsum ein wenig oder stark reduziert, dagegen haben 17 % ihn ein wenig oder stark erhöht. Die Zahlen sind für Männer und Frauen vergleichbar. Jedoch gibt es deutliche Unterschiede in den Altersgruppen. Bis zu einem Alter von etwa 44 Jahren wurde der Konsum zu Hause teilweise deutlich erhöht. Bei den 25- bis 34-Jährigen haben beispielsweise 17 % ihren Konsum reduziert und 29 % erhöht. Im Vorrentenalter sind die Anteile jener, die den Konsum erhöht bzw. reduziert haben in etwa gleich (12 % versus 11 % bei den 55- bis 64-Jährigen). Ab einem Alter von 65 Jahren haben deutlich mehr Personen ihren Konsum reduziert als erhöht (16 % versus 5 % bei den 65- bis 74-Jährigen und 15 % versus 2 % bei den über 74-Jährigen).

Der Konsum ausserhalb (Restaurants, Bars und Pubs) wurde in allen Altersgruppen (am

stärksten bei den Älteren) und bei beiden Geschlechtern deutlich häufiger reduziert (insges. haben 43 % den Konsum reduziert) als erhöht (insges. haben 7 % den Konsum erhöht).

Gründe für Konsumveränderung

Als Gründe für eine Konsumerhöhung werden in erster Linie das Vergnügen, aber auch erhöhter Stress, mehr Freizeit in Ermangelung anderer Aktivitäten, Langeweile und Bewältigung bei deprimierten Verstimmungen angegeben. Als Gründe für die Konsumreduktion werden in erster Linie das Fehlen geselliger Gelegenheiten und gesundheitliche Aspekte (Gesundheit allgemein, Beibehaltung der physischen Form) genannt.

Alkoholkäufe

Insgesamt spiegeln die Veränderungen bei Alkoholkäufen (im In- und Ausland) die Konsumveränderungen im Wesentlichen wider. 23 % haben weniger Alkohol gekauft und 12 % haben mehr Alkohol gekauft. Nur in der jüngsten Altersgruppe der 15- bis 19-Jährigen haben in etwa gleich viele Personen weniger (30 %) bzw. mehr (32 %) Alkohol gekauft. In dieser Altersgruppe finden die meisten Veränderungen statt. Nur 39 % geben an, etwa gleich viel Alkohol gekauft zu haben. Die Anteile mit gleich gebliebenem Kaufverhalten steigen kontinuierlich auf fast 70 % bei den 45- bis 54-Jährigen und etwa 80 % bei den über 64-Jährigen an.

Bei Personen, die Alkohol im Ausland gekauft haben, sind die Käufe im Ausland bis auf

Liköre und Aperitifs (+7.1 % Zunahme in gekauften Litern) zurückgegangen: 14.6 % beim Wein, 18.2 % beim Bier und 11.1 % bei den Spirituosen. Es gibt keinen Zusammenhang zwischen den Veränderungen von Alkoholkäufen insges. und den Käufen im Ausland. Dies könnte darauf hinweisen, dass Käufe im Inland und Käufe im Ausland sich teilweise kompensieren.

Faktoren für Konsumveränderung

Positiver COVID-19-Test

Personen, die bis zum Befragungszeitpunkt im Sommer 2021 mindestens einmal einen positiven Covid-19-Test hatten, haben ihren Durchschnittskonsum stärker reduziert (-8.3 Standardgetränke) im Vergleich zu Personen ohne Symptome und ohne Test (-1.7 Standardgetränke). Dies gilt allerdings nicht für die Häufigkeit von Konsumgelegenheiten mit Rauschtrinken (-0.6 Gelegenheiten versus -0.7 Gelegenheiten).

COVID-19-Erkrankungen im Umfeld

Lebenszeit abstinente Personen kennen weniger Personen mit COVID-19-Erkrankungen im Umfeld (57 % kennen keine Person mit Erkrankung) im Vergleich zu Konsumierenden (38 % bis 48 %, je nach Konsumgruppe). Bei den Alkohol-Konsumierenden gibt es keine Unterschiede im Konsum, ob sie Leute im Umfeld kennen, die positiv auf COVID-19 getestet worden sind, hospitalisiert waren oder gar gestorben sind. Allerdings zeigt sich eine Art Polarisation bei jenen mit hospitalisierten oder verstorbenen Personen im

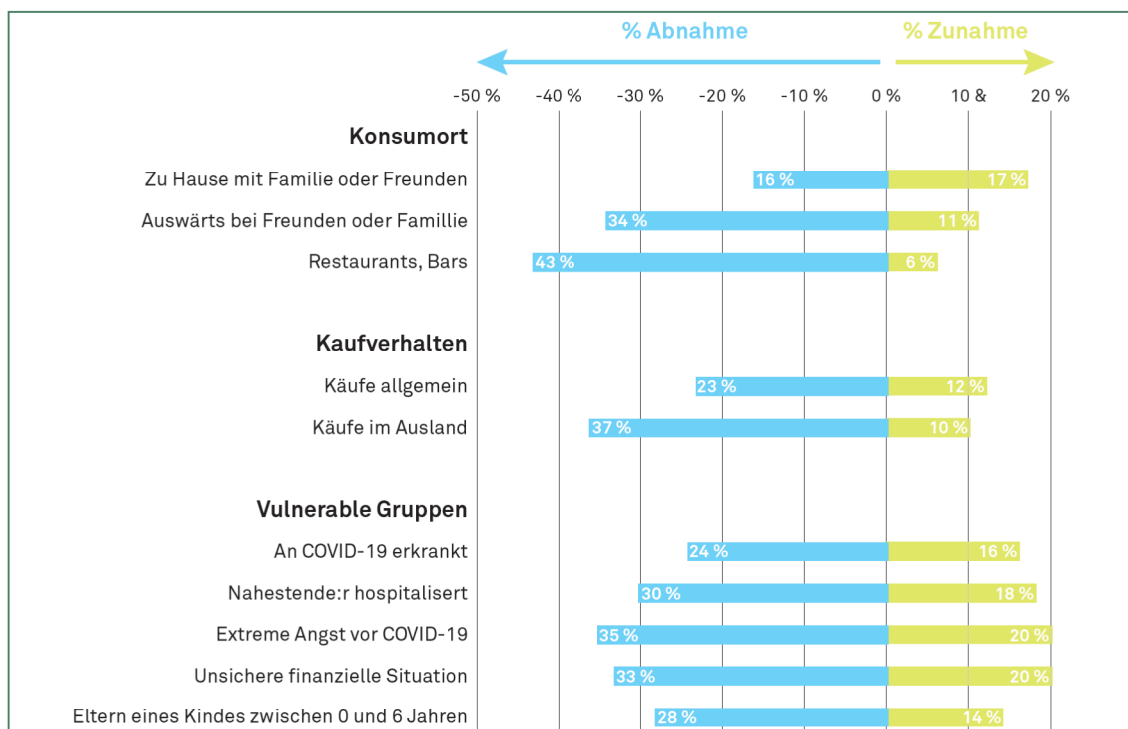


Abbildung 1: Anteil Personen, die Konsum und Kaufverhalten verändert haben, nach Orten und Lebensumständen.

Umfeld. Es gibt mehr Konsumierende, die ihren Konsum und ihr Kaufverhalten geändert haben (48 %) als bei jenen ohne Erkrankungen im Umfeld (32 %) oder mit positivem Test, aber ohne Hospitalisierung oder Tod (39 %). Diese Veränderungen gehen in beide Richtungen. Eine Gruppe steigert den Konsum (18 %), die andere reduziert ihn (30 %).

Angst vor COVID-19

Auch hier zeigt sich eine Polarisierung. Mit steigender Angst vor COVID-19 ändern Personen ihr Konsumverhalten. Bei jenen, die keine Angst vor COVID-19 haben, zeigen 68 % keine Veränderung im Konsumverhalten (18 % reduzierten und 14 % erhöhten ihren Konsum). Diese Anteile ohne Konsumveränderung nehmen kontinuierlich mit steigender Angst vor COVID-19 ab. Jene mit extremer Angst vor COVID-19 zeigen nur zu 45 % keine Änderung des Konsumverhaltens. Die Änderungen gehen aber in beide Richtungen, 35 % reduzieren ihren Konsum und 20 % erhöhen ihn.

Berufliche Situation

Die berufliche Situation im Zusammenhang mit COVID-19 hat wenig Einfluss auf Konsumveränderungen. Mit Ausnahme der Personen in Lehre und Ausbildung, was im Wesentlichen mit dem Alter und der normativen Konsumententwicklung zusammenhängen dürfte, haben alle Statusgruppen ihren Konsum eher reduziert als erhöht. Am deutlichsten ist das bei Arbeitssuchenden zu finden, bei denen 34 % ihren Konsum reduziert, jedoch nur 9 % erhöht haben. Dies geht mit ökonomischen Theorien eingeschränkter finanzieller Möglichkeiten zum Alkoholkonsum einher. Wenn COVID-19 zukünftig die finanzielle Basis des Berufseinkommens verändert, dürften eher Konsumreduktionen zu erwarten sein.

Es zeigt sich allerdings wiederum eine Polarisierung bei jenen, deren Erwerbstätigkeit explizit durch COVID-19 beeinflusst worden ist, d. h. bspw. durch Erwerbslosigkeit, Kurzarbeit, Teilzeitarbeit oder Einnahmeverluste als selbstständig Erwerbstätige. Diese Personen zeigen mehr Konsumveränderung (53 % haben verändert) gegenüber Erwerbstätigen ohne Einfluss von COVID-19 auf ihr Erwerbseinkommen (35 % haben verändert). Die Änderungen gehen aber in beide Richtungen (33 % Abnahme und 20 % Zunahme gegenüber 22 % Zunahme und 13 % Abnahme bei Erwerbstätigen ohne Einfluss von COVID-19 auf die Erwerbssituation und das Erwerbseinkommen).

Es gibt kaum Unterschiede zwischen Erwerbstätigen allgemein und jenen, die während der Pandemie «an vorderster Front (essential

workers)», also im Gesundheitswesen oder im Lebensmittelverkauf oder Transportwesen mit unausweichlichen Kontakten zu potenziellen COVID-19-Infizierten arbeiten mussten.

Deutlich wird, dass die Arbeit im Homeoffice beträchtlich zugenommen hat, aber der Einfluss auf den Alkoholkonsum ist gemischt. Im Vergleich zu jenen, die weder vor noch während der Pandemie im Homeoffice gearbeitet haben (12 %), haben jene, die mit dem Homeoffice während der Pandemie begonnen haben, deutlich häufiger (26 %) ihren Konsum erhöht. Sie haben ihn allerdings auch häufiger reduziert (25 % versus 21 %), sodass man erneut von einer Polarisierung ausgehen kann. Arbeiten im Homeoffice bewirkt in beide Richtungen eine Konsumveränderung, also sowohl eine Zunahme als auch eine Abnahme.

Haushaltszusammensetzung

Personen, die alleine oder mit kleinen Kindern (3 Jahre oder jünger) leben, haben am seltensten ihren Konsum erhöht (11 %). In beiden Gruppen wurde von 28 % der Konsum reduziert. In fast allen Gruppen wurde häufiger der Konsum reduziert als erhöht. Eine Ausnahme stellen Haushalte dar, in denen 13- bis 17-Jährige wohnen, wobei dies damit zusammenhängen könnte, dass teilweise die Jugendlichen (15- bis 17-Jährige) selbst die Fragen beantwortet haben, einer Altersgruppe also, in der die stärksten Zunahmen beobachtet worden sind.

Alkoholkonsum als Bewältigungsstrategie (coping)

Personen, deren Lebensumstände am stärksten durch COVID-19 betroffen waren (z. B. starke Angst vor einer Erkrankung, Eltern von Kleinkindern, Personen mit unsicherem Arbeitsplatz), haben durchschnittlich häufiger berichtet, aus Bewältigungsmotiven Alkohol konsumiert zu haben (z. B. um die eigenen Sorgen zu vergessen), als der Rest der Befragten.

Diskussion

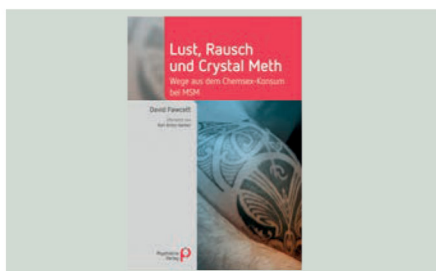
Nicht unerwartet scheinen mit COVID-19 verbundene Massnahmen eher zu einer Konsumreduktion als zu einer Konsumzunahme geführt zu haben. Dies steht im Einklang mit Theorien zur Verfügbarkeit von Alkohol. Die Einschränkung von Bars oder Restaurants steht mit selteneren Konsumgelegenheiten in Verbindung. Weiter führten evtl. eingeschränktere finanzielle Möglichkeiten (z. B. durch Arbeitslosigkeit oder Arbeitszeitverkürzung) kurzfristig zur Reduktion des Alkoholkonsums und somit des Konsums. Alkoholkonsum ist in erster Linie eine soziale Aktivi-

tät und die Beschränkungen der Möglichkeiten, Leute zu treffen und im sozialen Kontext zu konsumieren, sind in Zeiten von COVID-19 reduziert. Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere der Konsum im öffentlichen Raum abgenommen hat, jedoch auch im privaten Raum. Gleichwohl, und trotz der Umstände, hat die Mehrheit der Bevölkerung ihren Alkoholkonsum nicht verändert, d. h. weder mehr noch weniger zuzeiten von COVID-19 im Vergleich zu vorher konsumiert.

Hypothesen für eine vermeintliche Konsumsteigerung werden am ehesten für Personen gestellt, bei denen die Struktur ihres Lebens am stärksten eingeschränkt worden ist. Das kann insbesondere der Fall sein durch Homeoffice,

Arbeitsplatzverlust, Veränderung der Abläufe im Familienleben (mit Kindern) aber auch psychosozialen Stressoren wie Angst vor COVID-19, eigenen Infektionen oder Infektionen von Personen im Umfeld. Die Ergebnisse zeigen nicht unbedingt eine Zunahme des Konsums bei vulnerablen Gruppen, sondern vielmehr eine Polarisation. Vulnerable Gruppen verändern ihren Konsum am stärksten (bzw. verändern ihn am seltensten nicht). Diese Veränderung geht jedoch in beide Richtungen. Einige erhöhen den Alkoholkonsum, andere reduzieren ihn. Der Alkoholkonsum aus Copingmotiven, also Alkoholkonsum als Bewältigungsstrategie ist bei vulnerablen Gruppen erhöht.

Bücher



Lust, Rausch und Crystal Meth
David Fawcett, übersetzt von Karl Anton Gerber
2022, Psychiatrie Verlag, 176 S.

Der Sexualtherapeut David Fawcett thematisiert in diesem Buch den verhängnisvollen Gebrauch von sexuell stimulierenden Drogen durch schwule Männer. Anhand seiner langjährigen Erfahrung beschreibt er die Besonderheiten dieser Abhängigkeit, die spezifischen Herausforderungen für Therapeut:innen und Konsumenten, sowie den Weg zur körperlichen, emotionalen und sexuellen Recovery. Chemsex ist ein Phänomen der zeitgenössischen schwulen Kultur. David Stuart, der den Begriff geprägt hat, versteht darunter den Konsum von Crystal Methamphetamin, Mephedron (und anderen Cathinonen) und/oder GHB/GBL im Zusammenhang mit schwulem Sex (MSM). Die therapeutische Herausforderung ist deshalb nicht nur die körperliche Abhängigkeit mit Neben- und Nachwirkungen des Konsums, die Psychosen und Depressionen einschließen können, sondern auch eine psychische Abhängigkeit, die in der starken Verbindung von Sexualität und Substanzkonsum besteht. Fawcetts therapeutischer Ansatz geht über die klassische Suchtbehandlung hinaus und fokussiert die Besonderheiten des Drogenkonsums zur Steigerung der sexuellen Performance.

Die Buchbeschreibungen sind den Verlagsunterlagen entnommen.



Alltag und Soziale Arbeit in der Corona-Pandemie
Kathrin Aghamiri/Rebekka Streck/Anne van Riessen (Hrsg.)
2022, Verlag Barbara Budrich, 364 S.

Wie ergeht es Menschen in ohnehin schon schwierigen Lebenslagen während der Corona-Krise? Ziel des Sammelbandes ist es, die Perspektive von Adressat:innen und Nutzer:innen Sozialer Arbeit auf die durch die Corona-Krise bedingten Veränderungen ihrer Alltagswelten und die Angebote Sozialer Arbeit empirisch aufzuzeigen. Hierzu werden im Sammelband sowohl erste empirische Analysen dargestellt als auch die vorliegenden Ergebnisse übergreifend auf Theoriedebatten sowie Impulse für Praxis und Forschung Sozialer Arbeit hin diskutiert.