



Abenteuer Partyleben: Resümee

In der Partyszene ist der Substanzkonsum bei Jugendlichen um ein Vielfaches häufiger verbreitet als bei vergleichbaren Jugendlichen außerhalb dieser Szene. Dies betrifft nicht nur sog. Designerdrogen (wie z.B. Ecstasy), sondern auch Alkohol und Cannabis. Und: Der Drogenmarkt bringt immer wieder neue gefährliche Substanzen hervor. Aufgrund der Vielfalt an psychoaktiven Designer-Substanzen war der Drogenmarkt in Europa noch nie so unübersichtlich und schnelllebig wie heute. Die Drogengesetzgebung kann kaum darauf reagieren. Insgesamt nimmt die Geschwindigkeit mit der neue Drogen eingeführt werden zu. Auch die Verfügbarkeit psychoaktiver Substanzen ist deutlich angestiegen. Zu einer schnelleren Verbreitung von Drogen und der Etablierung neuer Konsumtrends trägt die Vermarktung über das Internet entscheidend bei.

Auf der Tagung „**Abenteuer Partyleben**“ am 09.6.2011 in München sollte der Blick auf die aktuellen Entwicklungen gerichtet werden:

- Das Projekt MINDZONE, das seit 1996 bayernweit mit Präventionsmaßnahmen im Partysetting aktiv ist, berichtete über die langjährigen Praxiserfahrungen mit dieser Klientel.
- Die Referenten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz berichteten aus verschiedensten Blickwinkeln und Arbeitsfeldern zu den Themen: „*Einblicke in Verhaltens- und Konsummuster von Partygängern*“, „*Frühintervention im Partysetting*“, „*Substanzkonsum in der Partyszene – Lageeinschätzung aus polizeilicher Sicht*“, „*Drogentrends – neue synthetische Substanzen*“, „*Partydrogen – klinische Aspekte*“, „*Abenteuer Partyleben – internationale Ein- und Ausblicke*“.

Herzlichen Dank die Bereitstellung der Vortragsfolien.

Für die Präventionsarbeit stellen diese neuen psychoaktiven Designer-Substanzen eine große Herausforderung dar. Statt Panikmache ist sachliche, objektive Aufklärung und vor allem glaubwürdige Informationsvermittlung als Präventionsstrategie gefragt. Hier geht es v.a. darum, unter jungen Leuten ein Risikobewusstsein für die gesundheitlichen Gefahren dieser psychoaktiven Substanzen zu schaffen.

Da eine unseriöse Medienberichterstattung oftmals die Neugierde und Probierbereitschaft unter Jugendlichen für bestimmte Substanzen weckt, sollten insbesondere die Medien (Presse, Radio, TV, Internet) im Umgang mit diesem speziellen Themenbereich sensibilisiert werden und eine selbstverpflichtende Verantwortung übernehmen: z.B. sollten möglichst keine Produktnamen oder Bezugsquellen genannt werden. Als Negativbeispiel wäre an dieser Stelle die Räuchermischung „Spice“ zu nennen. Erst durch den großen Medienhype (zahlreiche Presseartikel und TV-Beiträge) wurde „Spice“ im Jahr 2009 in der breiten Öffentlichkeit bekannt, obwohl „Spice“ bereits 2003 auf den Markt kam.

Die Fachtagung zeigte deutlich, dass bei Präventionsmaßnahmen im Bereich der „Designer-Substanzen“ ein möglichst abgestimmtes Zusammenspiel notwendig ist: Monitoring als Frühwarnsystem, Prävention und gesetzliche Maßnahmen.

Herzlichen Dank für die Teilnahme und das Interesse

**Hilde Rainer-Münch, Sonia Nunes, Hanna Mülln, Michael Steininger
Projekt MINDZONE**