

Alkoholprävention auf hohem Niveau bei der RhEMA

Eine Messe macht Ernst – und hat Erfolg damit.



«Neun Tage und zehn Nächte, an denen das Rheintal nicht schläft.» – so machte im April die RhEMA in Altstätten auf sich aufmerksam. Mit mehr als 80'000 Besuchern und der Rekordzahl von rund 400 Ausstellern ist sie die grösste Regionalmesse der Ostschweiz. An fünf Nächten war die Jugendarbeit Altstätten mit *smartconnection* an diesem Grossanlass präsent.

Überzeugt vom Erfolg: RhEMA-Messeleiter Ralf Huber (li.) zusammen mit Ruedi Gasser, Leiter Jugendarbeit Altstätten und Michelle Leuthold, ZEPRA St. Gallen

Vierzig Zeltbauten wurden für die diesjährige RhEMA errichtet. Auch das war neuer Rekord. Nicht alle waren so gross wie das Eventzelt mit 3000 m², das die grösste Festhalle im Rheintal gewesen sei, meint Messeleiter Ralf Huber, und fügt hinzu: «An den Wochenenden hatten wir hier mehr Besucher als an einem grossen Openair.» Ein zentrales Thema ist für ihn der Umgang mit Alkoholisierten. Die RhEMA hatte dabei vor einigen Jahren noch nicht den besten Ruf, wie Huber zugibt. Und ein solches Image halte sich. Mit veränderten Gastrokonzepten und vielen Begleitmassnahmen konnte die RhEMA aber diesen Eindruck umkehren. Man müsse die Sache Ernst nehmen und einfach auch Zeichen setzen, wie er sagt. *smartconnection* gehe dabei genau in die richtige Richtung, wie er meint: «Ich denke, dass diese Idee auch animiert, weniger zu trinken.»

Vielfältiges Engagement gegen übermässigen Alkoholkonsum – Die Präsenz der Jugendarbeit Altstätten mit *smartconnection* und der trendigen,

alkoholfreien *bluecocktailbar* war deshalb eine der Aktivitäten, welche in 2008 umgesetzt wurde. «Ich habe dazu bereits während der Messe ausserordentlich positive Feedbacks erhalten», meint Ralf Huber. Das sei ein tolles Zeichen, wie er meint, wenn er bei 400 Ausstellern auf eine einzelne Anstrengung explizit angesprochen werde.

Auch die Betreiber der Bars und Bewirtungsstände hatten sich kooperativ gezeigt, weiss Michelle Leuthold, Projektberaterin bei ZEPRA St. Gallen vom Briefing des Barpersonals zu berichten. Diese verpflichten sich als Teil des *smartconnection*-Veranstalterkodex unter anderem dazu, die Jugendschutzbestimmungen konsequent umzusetzen.

Vielversprechende Ideen – Mit dem Mineralwasserlieferanten konnte Messeleiter Ralf Huber darüber hinaus eine weitere Idee erfolgreich umsetzen: «Alle Messebesucher konnten im Festbereich drei Deziliter offenes Mineralwasser für nur einen Franken kaufen», freut sich

Huber. Auch wenn sich damit das Problem des übermässigen Alkoholkonsums nicht ganz lösen lasse, wie er meint, ist er mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Der Lösungsansatz erscheint vielversprechend und scheint einem echten Bedürfnis zu entsprechen. «Teilweise war am ersten Abend Mineralwasser sogar ausverkauft», weiss der Messeverantwortliche.

Das bestätigte auch das Resultat der Blasts, die das *smartconnection*-Team den Besucherinnen und Besuchern beim Verlassen des Messeplatzes anbot. «Wir hatten eine grosse Anzahl Personen getestet, die wohl mit Genuss getrunken haben und unter der 0,3 Promille-Grenze lagen», freut sich Ruedi Gasser, Leiter der Jugendarbeit Altstätten. Die RhEMA war der fünfte Anlass, den sie mit *smartconnection* umsetzten. «Wir hatten das erstmals an der Altstätter Strassenfasnacht erprobt und waren vom Anklang total begeistert», erzählt Ruedi Gasser. Rund 250 junge Leute liessen sich dort bereits für das Projekt begeistern.

Grosses Engagement der Jugendlichen – So wundert es nicht, dass er genügend Bewerbungen Jugendlicher hatte, sich an der RhEMA als *smartconnection*-Teammitglied zu engagieren, andere Gleichaltrige anzusprechen, über genussvolles Feiern zu diskutieren und diese für *smartconnection* zu gewinnen. «Wir mussten einzelnen Bewerberinnen und Bewerbern sogar absagen und sie auf die weiteren geplanten Veranstaltungen in Altstätten vertrösten», beschreibt Ruedi Gasser die Organisation im Vorfeld. Diese Begeisterung konnte auch Michelle Leuthold feststellen, und freut sich: «Es war einfach genial, wie motiviert die Jugendlichen den Stand betreut haben.»

Positives Fazit – Insgesamt jedenfalls verlief die Messe ruhig, ruhiger als in den Jahren zuvor. Sicher auch das Ergebnis der Massnahmenkombination aus grosszügiger Flächengestaltung, strengen Kontrollen, Präsenz des Sicherheitsdienstes und der verstärkten Alkoholprävention. Was der Stimmung an den Abenden keinen Abbruch tat. Gute Partylaune entsteht eben auch bei genussvollem Alkoholkonsum. Die diesjährige RhEMA lieferte genügend Beweise dafür. Und auch, wie mit einem Zusammenwirken aller Beteiligten positive Veränderungen erzielt werden können.

Nur zwei Klicks: Registrieren und die ersten 10 Punkte als Neumitglied auf sein Konto verbuchen.



smartconnection für den Schweizer Marketingpreis nominiert

Die Nominierung des Projekts *smartconnection* für die Swiss Marketing Trophy 2008 löste beim Projektteam und dem Kernteam der Jugendlichen Begeisterung und Freude aus. Die Marketing Trophy gilt als prestigeträchtigste Auszeichnung im Schweizer Marketingbereich.

Prominente Jury – «Besonders überzeugend bei *smartconnection* ist der Peer Education-Ansatz, wobei auf Multiplikatoren und Beeinflusser innerhalb der Gruppen gesetzt wird», beschreibt die mit den Grössen der Schweizerischen Marketingzene hochkarätig besetzte Jury das Erfolgsrezept der Kampagne. Aufgefallen ist, wie die Kampagne mit zielgruppen-gerechten Marketing- und Kommunikationsmassnahmen der wachsenden Zunahme des Rauschtrinkens entgegen tritt. So bezeichnet die Jury die Kampagne als «wertvolle und umfassende Initiative», welche mit einem «durchgängigen Konzept» umgesetzt werde.

Weitere Informationen:

www.smartconnection.ch



«*smartconnection*»-Projektleiter Rolf Steiner (ZEPRA) und das Kernteam-Mitglied Christina Meile freuen sich über die Preisverleihung am Schweizer Marketingtag in Luzern