



**Pill Testing**  
**— Ecstasy &**  
**Prävention**

**ANNEMIEKE BENSCHOP**

**MANFRED RABES**

**DIRK J. KORF**

ISBN 90-5170-685-5

NUR 740

# Effektivität sekundärpräventiver Maßnahmen

## Abstract

Die durch die EU finanzierten Studie *Pill Testing - Ecstasy und Prävention* der Autoren *Annemieke Benschop, Manfred Rabes* und *Dirk J. Korf* erschienen im Verlag *Rozenberg Publishers*, Amsterdam überprüfte charakteristische Ziele und Angebote von Pilltestingprogrammen auf ihre Wirksamkeit. Im Folgenden eine ausführliche Zusammenfassung der Methodik und Ergebnisse der Studie.

### 1. Fragestellung

Auswirkung von Pill-Testing Programmen auf das Konsumverhalten und das Risikobewusstsein von EcstasykonsumentInnen.

### 2. Ausgangslage

Unter Pill-Testing wird die Möglichkeit für Ecstasy-KonsumentInnen verstanden, sich über chemische Zusammensetzung der Ecstasy-Tabletten in einem Beratungssetting zu informieren. Ziel ist die Aufklärung über die Inhaltsstoffe der Tabletten und die Beeinflussung der Konsummuster durch Information und Beratung im Sinne der Senkung von Gesundheitsrisiken. KritikerInnen dieses Präventionsansatzes argumentieren, dass Pilltesting Programme direkt oder indirekt zum Drogenkonsum animieren. In der nun vorliegenden Studie konnte erstmals empirisch überprüft werden, inwieweit Pilltesting das „tatsächliche“<sup>1</sup> Konsumverhalten und Risikobewusstsein von Ecstasy-KonsumentInnen beeinflussen kann.

### 3. KooperationspartnerInnen

An der Studie beteiligten sich drei sekundärpräventive Einrichtungen im Partydrogenbereich aus den Städten Wien (*ChEck iT!*), Amsterdam (Jellinek Preventie) und Hannover (Drobs). Die wissenschaftliche Leitung lag bei Dr. Manfred Rabes von der Niedersächsischen Landesstelle gegen die Suchtgefahren und Prof. Dr. Dirk Korf vom Kriminologischen Institut der Universität Amsterdam.

### 4. Studiendesign

Von den befragten PartybesucherInnen auf Techno-Veranstaltungen mit mindestens 1000 BesucherInnen fanden 702 Eingang in die Untersuchung. Die Gesamtpopulation setzte sich aus drei Teilpopulationen zusammen:

---

<sup>1</sup> Die Effektivität von Pilltesting Projekten konnte bis dato aus methodischen Gründen nur hypothetisch beantwortet werden. Bisherige Studien gewannen lediglich Erkenntnisse über ein *beabsichtigtes Verhalten*. Erstmals konnte bei dieser Studie eine Zielgruppe erreicht werden, die bereits das Angebot eines Pilltestings in Anspruch genommen hat. Dieser Umstand ermöglichte das *tatsächliche Verhalten* der KonsumentInnen zu untersuchen.

- 1) *TesterInnen*: BesucherInnen, die in den letzten 12 Monaten mindestens einmal Ecstasy konsumiert haben und die mindestens einmal in ihrem Leben eine Pill-Testing Einrichtung in Anspruch genommen haben.
- 2) *Nicht-TesterInnen*: BesucherInnen, die in den letzten 12 Monaten mindestens einmal Ecstasy konsumiert haben und noch niemals eine Pill-Testing Einrichtung in Anspruch genommen haben.
- 3) *Nicht-KonsumentInnen*: PartybesucherInnen, die noch niemals Ecstasy konsumiert haben.

Zusätzlich wurden ExpertInneninterviews mit VertreterInnen aus den Bereichen lokale Drogenkoordination, lokale Polizeibehörde und übergeordnete Einrichtungen der Drogenpolitik zum Thema Vor- und Nachteile der eingesetzten Pill-Testing Angebote (aus der ExpertInnensicht) geführt.

## 5. Methodik

Der Erhebungszeitraum fand von März bis Juli 2002 statt. Für die drei Gruppen der Partybesucher wurden drei Fragebögen entwickelt, die eine ähnliche Struktur aufwiesen. Bei der Datenanalyse standen die Unterschiede zwischen TesterInnen und NichttesterInnen sowie zwischen KonsumentInnen (TesterInnen und NichttesterInnen) und NichtkonsumentInnen im Mittelpunkt. In allen Fragebögen wurden Items zum Impulsives-Sensation-Seeking aufgenommen. Dabei wurde überprüft, in wieweit Unterschiede im Ecstasy-Konsum kausal mit dem Angebot des Pilltesting zusammenhängen oder eher als Persönlichkeitsmerkmale zu deuten sind. Um auszuschließen, dass Unterschiede im Ecstasykonsum zwischen den Teilpopulationen durch Background-Charakteristika (z.B. Alter, Geschlecht) oder Persönlichkeitsmerkmale erklärt werden, wurden zusätzlich Regressionsanalysen durchgeführt. Schließlich wurde innerhalb der Gruppe der TesterInnen der Einfluss der Häufigkeit der Inanspruchnahme des Pilltesting untersucht.

## 6. Hypothesen

Der Einsatz von Pill-Testing Programmen führt unter sekundärpräventiven Gesichtspunkten zu den folgenden Untersuchungshypothesen:

- 1) Durch Pill-Testing Programme können neue, bislang nicht zu erreichende Personen angesprochen und erreicht werden.
- 2) Warnungen vor Risiken des Konsums und gesundheitsgefährdenden Substanzen im Rahmen von Pill-Testing Programmen genießen eine sehr hohe Vertrauenswürdigkeit und Akzeptanz bei der Zielgruppe.
- 3) Pill-Testing Programme führen zu einem Informationszuwachs in Richtung auf ein gesundheitsbewussteres Verhalten der Konsumierenden.
- 4) Pill-Testing Programme ermöglichen eine Marktbeobachtung und Marktanalyse im Bereich synthetischer Drogen.
- 5) Pill-Testing Programme tragen zur Klärung der Frage bei, welche Informationen aus der Sekundärprävention für die Primärprävention besonders wichtig sind.
- 6) Durch Pill-Testing Programme entsteht kein Anreiz für den Konsum und keine Ausweitung des KonsumentInnenkreises.
- 7) Bei Unentschlossenen führt Pill-Testing zu einem Hinauszögern/Verhindern des Erstkonsums.

- 8) Pill-Testing Programme führen zu einer Entmystifizierung von synthetischen Drogen.

Die Hypothesen wurden zunächst bewusst positiv aus der Perspektive und im Sinne der GebraucherInnen synthetischer Drogen formuliert. Ihre Verifizierung oder Falsifizierung war Aufgabe der Studie.

## **7. Zusammenfassung der Ergebnisse**

### **7.1. Beschreibung der Zielgruppe der PartybesucherInnen**

Das Alter der untersuchten Personen liegt zwischen 14 und 43 Jahren, wobei das Durchschnittsalter 22 Jahre beträgt. Fast die  $\frac{1}{2}$  der Befragten wohnt noch bei den Eltern oder Sorgeberechtigten, etwa ein  $\frac{1}{4}$  lebt allein. Zirka die  $\frac{1}{2}$  der untersuchten Personen sind SchülerInnen oder StudentInnen. Die andere  $\frac{1}{2}$  ist mindestens 20 Stunden pro Woche berufstätig.

### **7.2. Impulsives-Sensation-Seeking**

Unter Impulsives-Sensation-Seeking wird ein allgemeines Bedürfnis nach Spannung und Aufregung, eine Vorliebe für unvorhersehbare Situationen sowie ein Bedürfnis nach Veränderung und Neuem verstanden. Zahlreiche Studien sprechen sich für einen Zusammenhang zwischen Drogenkonsum und Impulsives-Sensation-Seeking aus. In die vorliegende Studie wurden 19 Items des Zuckerman-Kuhlman Fragebogens aufgenommen um Verzerrung der Ergebnisse durch dieses Persönlichkeitsmerkmal auszuschließen.

Bei den ProbandInnen dieser Studie ist die Punktezahl für Impulsives-Sensation-Seeking - gemessen an einer Vergleichsgruppe von amerikanischen StudentInnen – nicht sonderlich hoch. Der Wert der Männer lag unter und der der Frauen ein wenig über den Werten der AmerikanerInnen. NichtkonsumentInnen weisen einen niedrigeren Impulsives-Sensation-Seeking Wert als KonsumentInnen (TesterInnen und NichttesterInnen) auf. Dieses Ergebnis untermauert die Annahme vorheriger Studien, dass Sensation Seeking von NichtkonsumentInnen niedriger ist und dass der Ecstasy Konsum mit einem ansteigenden Maß an Impulsivität einhergeht.

### **7.3. Drogenkonsum**

Bei den ProbandInnen handelte es sich um eine Gruppe Jugendlicher und junger Erwachsener mit regen Konsumerfahrungen. Ecstasy ist nur eine von etlichen legalen und illegalen psychotropen Substanzen, die regelmäßig konsumiert werden. Darüber hinaus ist auch die Kombination mehrerer Substanzen (Mischkonsum) weit verbreitet. TesterInnen als auch NichttesterInnen beginnen ihren Ecstasykonsum etwa im Alter von 17 Jahren. Fast alle Befragten haben bereits Erfahrungen im Umgang mit Alkohol und die meisten ProbandInnen rauchen regelmäßig Zigaretten. Etwa  $\frac{2}{3}$  der Befragten haben im vorangegangenen Jahr Ecstasy konsumiert, mehr als  $\frac{2}{3}$  konsumieren gegenwärtig Cannabis. Etwa die  $\frac{1}{2}$  der Befragten hat schon einmal halluzinogene Pilze und  $\frac{1}{4}$  LSD probiert. Regelmäßiger Konsum von Halluzinogenen ist jedoch sehr gering. Auch der Konsum von Stimulanzien ist weit verbreitet: mehr als  $\frac{1}{4}$  der ProbandInnen konsumiert regelmäßig Speed, etwas weniger als  $\frac{1}{4}$  regelmäßig Kokain. Der Konsum von anästhesierenden Drogen (GHB, Ketamin) oder Downern (Valium, Heroin) ist wenig ausgeprägt.

## **7.4. Partyverhalten**

Etwa die Hälfte der Befragten gehen seit ihrem 17. Lebensjahr regelmäßig aus. Zumindest einmal in der Woche gehen die ProbandInnen mit einem oder mehreren FreundInnen fort. Wer Ecstasy konsumiert, bleibt acht Stunden auf einer Party (Md.), jede/r Zehnte geht danach weiter zur After-Party. Nicht-KonsumentInnen pflegen häufiger auszugehen als KonsumentInnen.

## **8. Hypothesenüberprüfung**

### **8.1. Akzeptanz und Vergrößerung der Reichweite von Präventionsmaßnahmen**

Die Studie zeigt, dass Peers mit Ecstasykonsumerfahrungen die wichtigste Rolle als Informationsquelle spielen. Hingegen spielen Massenmedien, wie Zeitungen, Lifestyle-Magazine und Fernsehen bei der Vermittlung von Informationen über Ecstasy eine untergeordnete Rolle. Weiters konnte gezeigt werden, dass die Informationsquellen Pilltesting, Aufklärungsflyer und Aufklärungsaktion auf Parties bei allen drei Gruppen ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit genießen. Bei TesterInnen steigt zudem mit der Häufigkeit der Inanspruchnahme die Bedeutung und Glaubwürdigkeit dieser Angebote, während die Wichtigkeit der Peers sinkt. Eine große Mehrheit der TesterInnen beurteilt zudem die persönliche Beratung als wichtig, oft sogar als sehr wichtig. Diese Resultate sprechen dafür, dass Pilltesting eine adäquate Präventionsmaßnahme ist um die Zielgruppe zu erreichen. Darüber hinaus gaben 81% der befragten EcstasykonsumentInnen an noch nie eine Drogenberatungsstelle aufgesucht zu haben. 58% der TesterInnen würden auch keine traditionellen Drogeneinrichtungen abseits der Testprogramme aufsuchen. Dieses Ergebnis zeigt, dass durch das Pill-Testing das Netz der Drogenprävention erweitert und die Hemmschwelle für das Aufsuchen einer entsprechenden Einrichtung gesenkt wird. Das Ausmaß von Glaubwürdigkeit und Akzeptanz Pilltesting Angeboten gegenüber ist demnach höher als bei traditionellen Präventionsmethoden.

Darüber hinaus wurde untersucht, welche Motive für oder gegen die Inanspruchnahme des Testings sprechen. Der Hauptgrund der TesterInnen ist die Neugier bezüglich des Inhalts der Pillen. An zweiter Stelle wird angegeben, dass die Warnung vor gefährlichen Pillen zum Testen veranlasst. Gesundheitliche Bedenken stehen an dritter Stelle. Der Hauptgrund, das Testing nicht zu nutzen, liegt im Vertrauen des KonsumentInnen zu seinem/ihrem Ecstasy-LieferantInnen, sowie dem „Thrill“, nicht zu wissen, was sie erwartet. Weiters gibt 1/3 der NichttesterInnen an, das Testservice nicht zu nutzen, weil es keine Einrichtung in ihrer näheren Umgebung gibt.

### **8.2. Auswirkung des Pilltesting auf das Konsum- und Risikoverhalten von EcstasykonsumentInnen**

Nicht-KonsumentInnen haben im Vergleich zu KonsumentInnen weniger Wissen über mögliche Wirkungen und Gefahren von Ecstasy. TesterInnen sind über die Gefahren des Ecstasykonsums besser informiert als Nicht-TesterInnen. Die meisten Nicht-TesterInnen wissen über die Gefahr hoher Dosen von Ecstasy nicht Bescheid und wissen auch nicht, welche Dosierung mit einem hohen

Gesundheitsrisiko verbunden ist. Je öfter die befragten Personen das Testservice in Anspruch genommen hatten umso besser ist ihr Informationsstand und der Glaube an Ecstasy-Mythen nimmt ab. Ein verbesserter Informationsstand bedingt nicht notwendigerweise auch eine Verhaltensänderung. TesterInnen und Nicht-TesterInnen zeigen prinzipiell ein ähnliches Konsumverhalten, wobei jedoch TesterInnen, die bereits einige Male ein Pill-Testing Angebot in Anspruch genommen haben, eine niedrigere Konsumfrequenz und ein weniger riskantes Partyverhalten aufweisen. Diese Befunde sprechen dafür, dass Pill-Testing zu einer Verhaltensveränderung führt.

### **8.3. Konsumanreiz**

TesterInnen und Nicht-TesterInnen haben grundsätzlich ähnliche Konsummuster und Konsumkarrieren. Die große Mehrheit der TesterInnen gibt an, dass Pill-Testing ihren Ecstasykonsum nicht beeinflusst hat. Es konnte jedoch gezeigt werden, dass häufige TesterInnen seltener konsumieren. Darüber hinaus konsumieren TesterInnen in der Regel weniger Pillen zu einem Anlass, wenn ihr Testergebnis eine hohe Dosierung angibt. Weiters geben TesterInnen an, dass sie von der Einnahme ihrer Pillen Abstand nehmen, wenn das Analyseergebnis zeigt, dass eine andere Substanz als die Erwartete in ihrer Pille ist. Informationen, die im Rahmen von Pill-Testing angeboten werden, veranlassen somit KonsumentInnen ihren Konsum einzuschränken: Der Ecstasy-Konsum wird den Ergebnissen entsprechend angepasst und mit größerer Testhäufigkeit vermindert sich die Häufigkeit des Ecstasykonsums.

### **8.4. Hinauszögern/Verhindern des Erstkonsums**

In der Regel nehmen KonsumentInnen erst einige Jahre nach ihrem ersten Konsum das Angebot einer Pill-Testing Einrichtung in Anspruch. Pill-Testing kann also keinen direkten Einfluss auf den Einstieg in den Konsum ausüben. Motive für den Erstkonsum sind vor allem Neugierde an der Wirkung von psychoaktiven Substanzen, aber auch „positive Erfahrungsberichte“. Die wichtigsten Gründe nicht mit dem Konsum zu beginnen sind persönliche Präferenzen, Angst vor gefährlichen Konsequenzen und Vorbehalte gegenüber der Wirkung von Ecstasy. Pill-Testing Programme spielen bei der Entscheidung Ecstasy nicht zu nehmen eine etwas geringere Rolle. Warnungen vor gesundheitlich besonders gefährlichen Substanzen und die Vermittlung von potentiellen Risiken des Konsums halten dennoch einige Nicht-KonsumentInnen davon ab mit dem Konsum zu beginnen oder verzögern ihn.

Neben Faktoren wie Setting, Gelegenheit, Veranlagung und bestimmte Lebensereignisse scheint die Peergroup einen Einfluss auf den Erstkonsum zu haben. Die Peergroup nimmt eine sehr wichtige meinungsbildende Rolle ein. Die Studie zeigt, dass KonsumentInnen und Nicht-KonsumentInnen unterschiedlichen sozialen Netzwerken innerhalb derselben Partyszene angehören. KonsumentInnen orientieren sich an anderen KonsumentInnen, während sich Nicht-KonsumentInnen an anderen Nicht-KonsumentInnen orientieren. Bezüglich Einstieg oder Abstinenz bleibt jedoch die Frage ungeklärt, ob die Gruppe das Verhalten bestimmt, oder ob das Verhalten die Zugehörigkeit zu einer Gruppe bestimmt. Am ehesten ist ein reziproker Prozess anzunehmen, in dem Selektion und Einfluss durch Peers alternieren und sich gegenseitig verstärken. Um die komplexe Dynamik der Präferenzen, Entscheidungen,

Gruppenzugehörigkeiten und den Einfluss von Pill-Testing auf diese Prozesse vollständig zu erhellen, bedürfte es umfassender Längsschnittstudien.

### **8.5. Erkenntnisse für die Primärprävention**

Zum einen trägt Pill-Testing direkt zur Primärprävention bei, zum Beispiel beim Verhindern, bzw. Hinauszögern des Erstkonsums von Ecstasy. Zum anderen trägt Pill-Testing indirekt zur Frage bei, welche Informationen aus der Sekundärprävention für die Primärprävention besonders wichtig sind. Als roter Faden erscheint, dass sich zwei getrennten Gruppen - zwei sozialen Welten - im gleichen Party-Setting aufhalten: EcstasykonsumentInnen und NichtkonsumentInnen<sup>2</sup>.

Auch in anderen Lebensumwelten, wie in Schulen oder bei Freizeitaktivitäten wird sich diese Teilung wiederfinden. Weiters wurde festgestellt, dass Gleichaltrige (Peers) mit einer Ecstasykonsumerfahrung eine wichtige und glaubwürdige Informationsquelle für Konsumenten als auch für Nicht-Konsumenten darstellen, wobei Peers ohne Konsumerfahrung geringe Glaubwürdigkeit sowohl von KonsumentInnen als auch von Nicht-KonsumentInnen zu gesprochen wird.

Aufgrund dieser empirischen Ergebnisse scheint es zweifelhaft die klassische Trennung zwischen Primär- und Sekundärprävention aufrechtzuerhalten. Wegen der hohen Glaubwürdigkeit von konsumierenden Peers müssen klassische primärpräventive Botschaften von diesen bestätigt werden, um von der Gruppe der Nicht-Konsumierenden Peers geglaubt zu werden. Widersprechen primärpräventive Botschaften den Erfahrungen der konsumierenden Peer, werden diese auch von Nicht-KonsumentInnen abgelehnt. Die Ergebnisse legen einen übergreifenden methodischen Präventionsansatz nahe, der die nach Primärprävention und Sekundärprävention getrennte Sichtweise überwindet. Mit einem übergreifenden Ansatz ließen sich die Gruppe der KonsumentInnen und NichtkonsumentInnen effektiver und glaubwürdiger erreichen als mit getrennten Maßnahmen. In einem solchen Rahmen können Präventionsaufgaben mit einer hohen Akzeptanz durch alle Zielgruppen eingesetzt werden.

### **8.6. Marktbeobachtung und Marktanalyse**

Die Daten aus der Party-Umfrage zeigen, dass die Konsumierenden ihr Ecstasy zum größten Teil im privaten und häuslichen Bereich erwerben. Durch den Verkauf in der Privatsphäre ist eine Marktbeobachtung kaum bis gar nicht möglich. Um dennoch Informationen über die Marktbeschaffenheit zu erhalten, scheinen Pill-Testing Angebote eine Möglichkeit zu bieten einen Einblick in den

---

<sup>2</sup> Zu der ersten Gruppe zählen Jugendliche, vorwiegend männliche, mit einem höheren Level von Sensation-Seeking – das sich durch Neugier und Interesse an den Wirkungen von Ecstasy ausdrückt -, die außer Ecstasy auch andere Drogen nehmen und vorwiegend in sozialen Bezügen zu anderen KonsumentInnen stehen.

Dem gegenüber stehen Jugendliche mit einem geringeren Level von Sensation Seeking – das sich unter anderem in einem Desinteresse an der Wirkung von Ecstasy sowie in der Angst vor dem Drogenkonsum ausdrückt -, die sich bewusst gegen den Konsum von Ecstasy und vielen anderen Drogen entscheiden und die vorwiegend mit anderen Nicht-KonsumentInnen ihr soziales Umfeld bilden.



Markt synthetischer Drogen zu erhalten und Marktbeobachtungen durchführen zu können. ExpertInnen in den drei Städten und Ländern wurden mit Hilfe qualitativer Interviews um ihre Meinung gebeten. Pill-Testing als Instrument für eine kontinuierliche Marktbeobachtung und Marktanalyse wird von den meisten Experten eher skeptisch eingeschätzt. In dieser Einschätzung scheint sich offensichtlich die regionale und – bezogen auf das Angebot - frequenzmäßige Beschränktheit der meisten lokalen Einzelprojekte des Pill-Testing widerzuspiegeln. Nur beim Vorhandensein der erforderlichen Grundvoraussetzungen von Pill-Testing Programmen für ein Marktmonitoring (kontinuierliches Angebot, ausreichende Angebotsfrequenz und –kapazität, mindestens überregionaler Wirkungskreis und Laboranalyse) können die Aspekte Marktbeobachtung und Marktanalyse wirkungsvoll auf breiter Basis umgesetzt werden. Ansonsten bleibt es bei einer Beobachtung und Analyse von Marktsegmenten.

## **9. Resümee**

Die vorliegende Studie überprüfte charakteristische Ziele und Angebote von Pilltestingprogrammen auf ihre Wirksamkeit.

Darüber hinaus liefern die gewonnenen Daten eine fundierte Basis für die Schaffung und Weiterentwicklung von Präventionsmaßnahmen. Die Studie bietet wertvolle Erkenntnisse über Konsum- und Lebensgewohnheiten der Jugendlichen, Nutzung und Bewertung von Informationsquellen sowie Einflüsse der Gleichaltrigengruppe, die für die Adaptierung von sekundärpräventiven Maßnahmen unerlässlich sind.

Erfreulicherweise zeigt die EU-Studie, dass die Angebote von Pilltesting-Programmen bei der Zielgruppe gut angenommen und die gesetzten Ziele der Sekundärprävention erreicht werden. So konnte nachgewiesen werden, dass Pilltesting eine geeignete Methode ist um risiko- und konsumreduzierende Botschaften überzeugend und nachhaltig zu vermitteln. Akzeptanz und Glaubwürdigkeit der Informations- und Beratungsinhalte bilden die Grundlage für Verhaltensänderung in Richtung gesundheitsbewussteren und weniger riskanten Drogenkonsums.

Die positiven Ergebnisse bestätigen die Arbeit des Projektes *ChEck iT!*. Um Probleme von jungen Menschen angemessen auffangen zu können müssen ausreichend alters- und szeneadäquate Angebote zur Verfügung stehen. Daher ist die Erweiterung derartiger sekundärpräventiver Ansätze erforderlich.