

INHALT

EINE ANALYSE DER WISSENSCHAFTLICHEN LITERATUR	7
Einführung in die Problemsituation	7
1. Alkoholkonsum und Alkoholmissbrauch in Deutschland	8
2. Theoretische Ansätze und Modelle zur Erklärung von Alkoholkonsum	22
3. Zentrale Variablen in der Untersuchung des Alkoholkonsumverhaltens Jugendlicher	28
DIE ENTWICKLUNG DES THEORETISCHEN MODELLS	63
1. Das heuristische Modell	63
2. Das theoretische Modell	66
UNTERSUCHUNGSaufbau, Stichproben und Methode	71
1. Aufgabenstellung	71
2. Untersuchungsphasen und Stichproben	71
DER ALKOHOLKONSUM JUGENDLICHER	83
1. Bestimmung und Kategorisierung des Alkoholkonsums	84
2. Exkurs: Methodik der Messung des Alkoholkonsums	90
3. Persönliches Trinkverhalten	90
4. Einschätzung des allgemeinen Alkoholkonsums und der persönlichen Suchtgefährdung	104
5. Schulische Aufklärung über Alkohol	106
DIE ALKOHOLBILANZ	109
1. Die Vorteile des Alkoholkonsums für Jugendliche	110
2. Die Nachteile des Alkoholkonsums für Jugendliche	117
3. Die Bilanzierung von Vor- und Nachteilen des Alkoholkonsums	125
DIE SOZIALE ORIENTIERUNG	127
1. Die Qualität der Eltern-Kind-Beziehungen	127
2. Die Typologie der Eltern-Kind-Beziehung	138
3. Psychogramm der Typen	148
4. Die Bedeutung der Peers	160
5. Sportvereine und Sportveranstaltungen	166

LEISTUNGSORIENTIERUNG	173
1. Leistungsorientierung in Schule und Beruf	174
2. Vergleich zwischen Nichttrinkern, Gelegenheitstrinkern und regelmäßigen Trinkern	176
3. Leistungstypen	178
4. Leistungsorientierung im Sport	182
GENUSS- UND ERLEBNISORIENTIERUNG	185
1. Genuss- und Erlebnisorientierung: Vergleich von Nichttrinkern, Gelegenheits- und regelmäßigen Trinkern	186
2. Erlebnis- und Genusstypen	191
DIE ALKOHOLWERBUNG	195
1. Werbung als Meinungsgegenstand	196
2. Werbung und Alkoholkonsum: Annahmen über Wirkungszusammenhänge	202
3. Werbung und Alkoholkonsum: Psychologische Zusammenhänge	204
4. Einstellung zu Werbe- und Vertriebsverboten	222
KAUSALANALYSE	227
1. Die Überprüfung des theoretischen Modells mit LISREL	227
2. Das Messmodell	230
3. Die Ergebnisse des LISREL-Modells	233
AUSBLICK: ALKOHOLGENUSS UND ALKOHOLMISSBRAUCH DAS PROBLEM DES ANGEMESSENEN ALKOHOLKONSUMS	239
1. Werbung und Alkoholkonsum	239
2. Angemessener Alkoholkonsum, Alkoholgenuss und Alkoholmissbrauch	240
3. Kinder, Jugendliche und Werbung	245
4. Rahmenbedingungen für eine Erziehung zu angemessenem Umgang mit Alkohol im Jugendalter	248
SUMMARY: CAUSES OF ALCOHOL CONSUMPTION IN ADOLESCENCE	253
Literaturverzeichnis	281