

## Kurzbericht zum BMG-geförderten Forschungsvorhaben

Vorhabentitel	Shisha-M – Motive und Hintergründe für den Konsum von Shishas
Schlüsselbegriffe	Shisha, Rauchen, Tabak, Jugendliche, junge Erwachsene, Motive
Vorhabendurchführung	Frankfurt University of Applied Sciences, Institut für Suchtforschung (UAS) & Goethe-Universität, FB Erziehungswissenschaften, Centre for Drug Research, Frankfurt a.M. (GU)
Vorhabenleitung	Prof. Dr. Heino Stöver (gesamt und FRA-UAS), Dr. Bernd Werse (GU)
Autor(en)/Autorin(nen)	Bernd Werse, Larissa Hornig, Gerrit Kamphausen, Tanja Krumbholz, Heino Stöver
Vorhabenbeginn	01.10.2022
Vorhabenende	31.01.2024

### 1. Vorhabenbeschreibung, Vorhabenziele

Das vorliegende Projekt beschäftigte sich mit dem Konsum orientalischer Wasserpfeifen (Shishas). Diese Praxis hatte sich seit Mitte der 2000er Jahre insbesondere unter jungen Menschen in Deutschland verbreitet und ist im Stadtbild u.a. durch die Etablierung sogenannter Shisha-Bars sichtbar. Im Fokus dieser Studie stehen Motivkonstellationen für den Gebrauch von Wasserpfeifen. Daneben wurden (u.a. soziodemographische) Spezifika von Konsumierenden, Häufigkeiten und Praxis, kulturelle Assoziationen, Auswirkungen und Bewertungen des Konsums untersucht.

### 2. Durchführung, Methodik

Für einen differenzierten Blick auf das Thema wurde ein Mixed-Methods-Ansatz gewählt. Neben einer Bestandsaufnahme bestehender Daten zu Verbreitung, Schwerpunkten, Trends und Motiven (AP 1) wurden 26 qualitative Interviews mit jungen Menschen geführt, die mehr oder weniger regelmäßig Shisha konsumieren (AP 2b), außerdem fünf Fokusgruppen-Interviews mit 18 Beteiligten (AP 2c). Zudem wurde eine quantitative Onlinebefragung mit 806 Personen durchgeführt, die Erfahrungen mit dem Wasserpfeifenkonsum haben (AP 3). Abschließend wurden vorläufige Ergebnisse im Rahmen von zwei Fokusgruppen mit Expertinnen und Experten diskutiert und auf Basis dieser Gespräche Präventionsempfehlungen zum Thema erstellt (AP 4).

### 3. Gender Mainstreaming

Die Kategorie Geschlecht wurde bei allen Erhebungen wie auch für die Präventionsempfehlungen berücksichtigt und gesondert dargestellt. Männer haben insgesamt etwas häufiger Shisha-Konsumierung als Frauen. Bei aktuell Konsumierenden rauchen Männer durchschnittlich in stärkerem

Maße Shisha als Frauen. Die Motive beider Geschlechter unterscheiden sich nur in geringem Maße; Männer interessieren sich aber tendenziell mehr für nähere Modalitäten von Shishas, Tabak und Zubehör als Frauen.

#### 4. Ergebnisse, Schlussfolgerung, Fortführung

**AP 1 (Definition von Subgruppen Konsumierender):** Ein Überblick über die Forschung zeigt, dass sich der weitaus größte Teil des Konsums in Deutschland unter jungen Menschen abspielt, wobei zuletzt etwa 15% der jungen Erwachsenen und rund 7% der Jugendlichen in den letzten 30 Tagen konsumiert haben. Männer sind beim aktuellen Gebrauch nur etwas überrepräsentiert, ebenso wie Personen mit Migrationsgeschichte. Bei Jugendlichen ist die Shisha-Verbreitung seit Ende der 2000er Jahre rückläufig, bei jungen Erwachsenen seit Ende der 2010er Jahre. Internationale Studien identifizieren in erster Linie soziale Motive für den Gebrauch (Werse et al. 2023).

**AP 2b (Qualitative Einzelinterviews):** Die befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen rauchen zumeist gemeinsam mit guten Bekannten, in Shisha-Bars oder zuhause, wobei Shisha-Konsum nur eine der ausgeübten Aktivitäten ist, neben Gesprächen, teils auch Spielen oder Fußballübertragungen. Nikotinwirkungen spielen eine eher geringe Rolle; zu starke Wirkungen werden zumeist vermieden. Die wichtigste Motivkonstellation besteht aus einem Ensemble aus sozialem Miteinander, Kommunikation und entspannter Atmosphäre, oft vor dem Hintergrund, Abstand vom Alltag zu gewinnen. Für viele Befragte sind die dem Tabak zugesetzten, zumeist fruchtigen Aromen von Bedeutung. Die Herkunft des Shisha-Rauchens aus dem nahöstlichen Raum spielt, wenn, dann eher unterschwellig eine Rolle, etwa als kulturelle Assoziation als Teil des gesamten Motivkomplexes. Konsumierende mit Migrationsgeschichte schätzen in erster Linie den Umstand, sich in Shisha-Bars stets willkommen zu fühlen, im Unterschied etwa zu manchen Clubs. Ihre Initiation in den Konsum erlebten Befragte mit Migrationshintergrund zwar oft bei Familienurlaube in der „Heimat“, aber ohne Wissen der Eltern, die Shisha-Gebrauch oft ablehnen.

**AP 2c (Fokusgruppen):** Hier wurden ausschließlich Gruppen befragt, die regelmäßig Shisha-Bars aufsuchen. Diese haben für die Befragten eine ähnliche Funktion wie sonst Kneipen oder Cafés. Bestätigt werden dementsprechend die in erster Linie sozialen Motive für den Konsum. Wie in AP 2b wird über Erfahrungen mit Nikotin-Überdosen, teils auch leichten CO<sub>2</sub>-Vergiftungen berichtet. Wenngleich v.a. die Stamm-Shisha-Bars für ihre oft entspannte Atmosphäre besonders geschätzt werden, so wird auch Kritik laut an der teils unzureichenden Belüftung wie auch daran, dass Jugendschutz nicht immer eingehalten wird.

**AP 3 (Online-Befragung):** Die Charakteristika der Befragten bestätigen weitgehend die Erkenntnisse über typische Gruppen Shisha Konsumierende, v.a. Jugendliche und junge Erwachsene. Es zeigt sich eine breite Spanne an Konsumhäufigkeiten, wobei moderater Konsum häufig und täglicher Gebrauch selten ist; letzteres trifft auch auf andere nikotinhaltige Produkte zu. Auch hier zeigt sich ein in erster Linie sozialer Motivkomplex, überschrieben mit „Gemeinsamkeit genießen“: Dabei vereinen sich klar sozial-kommunikative Motive mit dem Wunsch nach Entspannung und Spaß, was wiederum auf die spezielle Atmosphäre mit der Shisha als symbolischem Mittelpunkt verweist. Bei Minderheiten der

Befragten spielen auch kompensatorische und erlebnisorientierte Motive eine Rolle, während Konformität und kulturelle Assoziationen nur von sehr wenigen als Konsumgründe genannt werden. Shisha-Bars sind zu rund einem Drittel die bevorzugten Orte des Konsums, ansonsten wird vor allem in privaten Wohnungen geraucht. Viele Konsumierende interessieren sich kaum für verwendete Shishas und Tabakmarken; lediglich für Aromen werden explizite Vorlieben genannt. Rund ein Siebtel berichtet über unangenehme akute Folgen des Konsums, die zumeist entweder als Nikotin-Überdosis oder Kohlenmonoxidvergiftung identifiziert werden. Abhängigkeit ist beim Shisha-Rauchen nur selten ein Thema.

**AP 4 (Präventionsempfehlungen):** In der Verhaltensprävention sollte u.a. dem Mythos entgegen gewirkt werden, dass Shisha-Rauchen deutlich weniger schädlich sei als Zigarettenrauchen. An bereits Konsumierende sollten schadensmindernde Hinweise, etwa zu weniger schädlichen Alternativen, verbreitet werden. Für die Verhältnisprävention erwogen werden sollten u.a. Warnhinweise in Shisha-Bars, wo zudem die Lüftung konsequent kontrolliert und Betreiber stärker für Jugendschutz sensibilisiert werden sollten. Angesichts des in der Regel transitorischen Charakters des Shisha-Konsums wird von einer nur begrenzten Notwendigkeit für zusätzliche Präventionsmaßnahmen ausgegangen.

**Fazit:** Es gilt festzuhalten, dass es sich beim Shisha-Konsum in Deutschland in den allermeisten Fällen um ein vorübergehendes Phänomen handelt, dessen Verbreitung darüber hinaus offenbar seit einiger Zeit abnimmt. Dennoch existiert eine nennenswerte Gruppe junger Menschen, die – teils in Kombination mit Alkohol, häufiger aber ohne zusätzlichen Substanzkonsum – einen Teil ihrer gemeinsamen Freizeitgestaltung mit Freundinnen bzw. Freunden mit dem Wasserpfeifenkonsum zuhause oder in Shisha-Bars bestreiten. Schwerpunktmäßig, aber bei weitem nicht ausschließlich sind hier junge Menschen mit Migrationsgeschichte beteiligt, die sich in entsprechenden Bars oder auch privaten Umfeldern oft eher ‚zuhause‘ fühlen als etwa in Clubs. Direkter Bezug zur kulturellen Tradition des Shisha-Rauchens spielt indes kaum eine Rolle, was die Motivation betrifft, zumal ein Großteil der Konsumpraxis ohnehin auf die junge Generation beschränkt ist.

## 5. Umsetzung der Ergebnisse durch das BMG

Der Kurz- und Abschlussbericht wird auf der Internetpräsenz des BMG zur Verfügung gestellt und damit einer breiten Öffentlichkeit verfügbar gemacht. Die vorgeschlagenen Präventionsempfehlungen werden an die BZgA weitergegeben.

## 6. Verwendete Literatur

Werse, B., Hornig, L., Kamphausen, G. & Stöver, H. (2023): Wer raucht eigentlich Shisha? Ein Überblick über Charakteristika und Motive von Menschen, die Wasserpfeife konsumieren. Suchttherapie 24(03): 151-157, DOI: 10.1055/a-2044-3501