

Gutes Angebot alkoholfreier Alternativen, aber mit Tücken

Wer heute zu einem alkoholfreien Getränk greift, muss längst nicht mehr auf Geschmack verzichten. Alkoholfreies Bier hat sich in den vergangenen Jahren von einem Nischenprodukt zu einer festen Grösse entwickelt. Auch alkoholfreie Weine werden stetig besser. Hinzu kommen neue Kategorien, zum Beispiel fermentierte Getränke, die ihren eigenen Charakter haben. Allerdings gibt es auch berechtigte Vorbehalte gegenüber alkoholfreien Getränken.

Für Menschen, die bewusst weniger oder keinen Alkohol trinken möchten, eröffnen sich dadurch neue Möglichkeiten. Gleichzeitig stellt sich die Frage, ob alkoholfreie Varianten tatsächlich den schädlichen Alkoholkonsum reduzieren oder ob sie zugleich als Werbung für bekannte Alkoholmarken wirken.

Der Alkoholkonsum ist weltweit rückläufig; der Weinkonsum befindet sich sogar im freien Fall. In der Schweiz sank der Weinkonsum laut Agrarbericht des Bundesamtes für Landwirtschaft (2025) von 2000 bis 2024 um 36 %. Dagegen steigt der Konsum alkoholfreier Alternativen massiv. In den USA liegt er bei plus 29 % (2023).

Geschmacksverbesserungen

Die meisten der alkoholfreien Alternativen werden inzwischen als geschmacklich gut eingeschätzt. Beim alkoholfreien Bier ist die Entwicklung besonders eindrücklich. Es ent-

stehen heute Biere mit ausgeprägten Malz- und Hopfenaromen, einer angenehmen Bitterkeit und überraschend viel Körper. Vor allem hopfenbetonte Bierstile wie Pale Ale oder Indian Pale Ale eignen sich gut, weil intensive Aromastoffe den fehlenden Alkohol teilweise ausgleichen. In Blindverkostungen schneiden hochwertige alkoholfreie Biere inzwischen deutlich besser ab als noch vor zehn oder zwanzig Jahren. Für viele Konsumentinnen und Konsumenten sind sie die erste Wahl. Alkoholfreies Bier hat inzwischen einen Marktanteil von 7,6 % des Bierverkaufs.

Beim Wein ist die Herausforderung grösser. Alkohol ist weit mehr als eine berauschende Substanz. Er trägt Aromen, verleiht dem Wein Fülle und verbindet Frucht, Säure und Gerbstoffe zu einem harmonischen Ganzen. Wird der Alkohol entzogen, wirkt ein Wein oft schlanker, die Säure tritt stärker hervor und



Liebe Lesende

Alkoholfreies Bier hat sich längst etabliert. Fast ebenso verbreitet prickelt inzwischen alkoholfreier Schaumwein in den

Cüpli-Gläsern. Hingegen lässt alkoholfreier Wein noch einige Fragen offen: Schmeckt er wirklich überzeugend oder bleibt er ein Kompromiss? Und werben Herstellende nicht nebenbei mit diesen Produkten auch für die alkoholhaltige Originalmarke? Unser Hauptthema zeigt, was hinter «Genuss ohne Promille» steckt und worauf es bei der Qualität ankommt. Auch sonst blicken wir in dieser Ausgabe viel nach vorn: Wir zeigen Ihnen unsere Vorbereitungen auf unser 150-Jahr-Jubiläum und die bevorstehende Lancierung unseres ersten eigenen Getränks: den Schaumwein Tröpfel «MARIN». Details dazu gibt es im Interview mit den Tröpfel-Gründerinnen. Weiter berichten wir von der Delegiertenversammlung und den neuen Mitgliedern des Zentralvorstands und stellen Ihnen den neuen Leitfaden «Alkohol und häusliche Gewalt» vor. Sie lesen, weshalb der Nationalrat die Motion Würth angenommen hat und erfahren, was unser neuer Verhaltenskodex für Prävention und Gesundheitsförderung regelt.

Ein Hinweis in eigener Sache: Unser neues Logo haben Sie bereits in der letzten Ausgabe entdeckt. Ab Dezember erscheint nun das gesamte Magazin «Blaues Kreuz» in einem neuen Look und in neuem Format. Wir freuen uns, Ihnen das Heft erstmals in seiner neuen Gestalt zu präsentieren.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen

Anne Graber
Leitung Kommunikation
und Fundraising

Anstossen ohne Alkohol



der Abgang fällt kürzer aus. Deshalb gelingt alkoholfreier Schaumwein häufig besser als alkoholfreier Stillwein: Die Kohlensäure sorgt für Frische und Struktur.

Viele Produzenten arbeiten mit besonders aromatischen Rebsorten, etwas Restzucker, Traubenmost oder pflanzlichen Inhaltsstoffen, um dem Wein wieder mehr Körper und Ausdrück zu verleihen. Trotzdem gilt: Wer einen alkoholfreien Wein nach denselben Massstäben beurteilt wie sein alkoholhaltiges Vorbild, wird häufig Unterschiede feststellen. Erfolgreicher sind Produkte, die ihren eigenen Stil entwickeln, statt das Original möglichst exakt kopieren zu wollen.

Neue Getränke

Besonders spannend sind deshalb Getränke, die gar nicht erst den Anspruch erheben, Wein oder Bier zu ersetzen. Zum Beispiel Kombucha entsteht durch die Fermentation von gesüßtem Tee und entwickelt eine lebendige Säure sowie komplexe Hefenoten. Junge Hersteller setzen auf Fermentation von Kräutern, Früchten und Gemüsen, sogenannte Botanicals. Die Ergebnisse sind komplexe Getränke, die hervorragend zu Speisen passen und zeigen, dass Genuss nicht zwingend Alkohol braucht. Sparkling Tea verbindet hochwertige Tees mit feiner Kohlensäure und erinnert in seiner Eleganz eher an Schaumwein als an Eistee. Die Sterneküche bietet sie wie selbstverständlich als Menubegleitung an. Lesen Sie dazu auch das Interview mit den Tröpfel-Gründerinnen auf Seite 10.

Wie bei allen Lebensmitteln lohnt sich auch hier ein Blick auf die Qualität. Gute alkoholfreie Getränke überzeugen durch eine ausgewogene Balance von Säure, Süsse und Bitterkeit. Sie wirken nicht künstlich aromatisiert und enthalten nicht übermässig Zucker, um den fehlenden Alkohol zu kompensieren. Ein angenehmes Mundgefühl und ein harmonischer Nachhall sind ebenso wichtige Qualitätsmerkmale wie eine klare, natürliche Aromatik.

Vorbehalte

Aus Sicht der Suchtprävention lohnt sich jedoch auch eine kritische Betrachtung. Viele Brauereien und Weingüter vermarkten ihre alkoholfreien Varianten unter derselben Marke wie ihre alkoholhaltigen Produkte. Flaschenform, Etiketten und Logos unterscheiden sich oft nur geringfügig. Marketingfachleute sprechen von einer «Markenerweiterung» («Brand Extension»): Die Bekanntheit einer Alkoholmarke bleibt erhalten, auch wenn gerade ein alkoholfreies Produkt gekauft wird. Studien zeigen, dass solche Strategien die Markenbindung stärken können.

Es ist deshalb zu befürchten, dass alkoholfreie Varianten den Absatz alkoholischer Getränke fördern oder bei abstinent lebenden Menschen Erinnerungen an frühere Konsumgewohnheiten auslösen. Die Weltgesundheitsorganisation weist darauf hin, dass solche Marketingeffekte sorgfältig beobachtet werden sollten. Negativ ist auch, dass Konsum-

Wie entsteht alkoholfreies Bier?

Alkoholfreies Bier wird entweder so gebraut, dass bei der Gärung nur wenig Alkohol entsteht, oder der Alkohol wird nach dem Brauen schonend entfernt, etwa durch Vakuumdestillation oder Umkehr-Osmose. Gesetzlich darf alkoholfreies Bier in der Schweiz und der EU bis zu 0,5 Volumenprozent Alkohol enthalten (GB nur bis 0,05 %).

muster von Alkohol, wie das Feierabendbier, nicht durchbrochen, sondern im Gegenteil gefestigt werden.

Für viele Menschen überwiegen dennoch die Vorteile. Wer alkoholfreie Alternativen statt alkoholischer Getränke wählt, reduziert die Aufnahme von Alkohol und damit verbundene Gesundheitsrisiken. Für die Prävention ist wichtig, dass die Produkte nicht bloss als Zwischenschritt zum nächsten alkoholhaltigen Bier oder Wein dienen, sondern als eigenständige Genussmittel wahrgenommen werden. Gerade die neuen fermentierten Getränke zeigen, dass dies möglich ist. Vielleicht liegt die Zukunft deshalb weniger in perfekten Kopien als vielmehr in neuen Getränken mit eigener Identität.

Martin Bienlein

Verantwortlicher Public Affairs



Auch mit alkoholfreiem Bier kann man seine Lieblingsmannschaft anfeuern

Warum schmeckt alkoholfreier Wein anders?

Beim Entalkoholisieren gehen nicht nur Alkohol, sondern auch flüchtige Aromastoffe verloren. Ausserdem fehlt der Alkohol als wichtiger Geschmacks-träger. Viele Hersteller gleichen dies mit besonders aromatischen Trauben, etwas Restzucker, Kohlensäure oder mehr Struktur im Mundgefühl aus. Dennoch bleibt alkoholfreier Wein sensorisch ein eigenes Produkt und sollte deshalb nicht mit alkoholhaltigem Wein verglichen werden.

Neues Leitbild und neue Mitglieder im Zentralvorstand

Am Samstag, 13. Juni, fand in Schaffhausen die Delegiertenversammlung (DV) des Blauen Kreuzes Schweiz statt. Die Versammlung bot Raum, auf das vergangene Vereinsjahr zurückzublicken, zentrale Entscheide zu fällen sowie verdiente Persönlichkeiten zu würdigen und neue Mitglieder willkommen zu heissen.



Astrid Stauffer-Engeström und Martin Buess

Zu Beginn der Versammlung richtete Regierungsrat Marcel Montanari, Vorsteher des Departements des Inneren des Kantons Schaffhausen, ein Grusswort an die Delegierten und würdigte die gesellschaftliche Bedeutung der Arbeit des Blauen Kreuzes.

Die Delegierten setzten das überarbeitete Leitbild in Kraft. Es baut auf dem bisherigen Leitbild von 2017 auf, schärft jedoch den Charakter in Bezug auf das aktuelle und zukünftige Blaue Kreuz.

Im Rahmen der DV wurde auch dem Leiter der Brocki-Betriebe des Blauen Kreuzes Schweiz, Jakob Schweizer, grosse Anerkennung ausgesprochen. Seit acht Jahren steht er im Dienst

des Blauen Kreuzes Schweiz und hat die Entwicklung der Brocki-Arbeit massgeblich geprägt. Unter seiner Leitung wurden die vier Brockis strategisch weiterentwickelt, professionalisiert und die Umsätze deutlich gesteigert. Die Brocki-Betriebe leisten heute dadurch einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung der Arbeit des Blauen Kreuzes im Bereich der Alkohol- und Suchtprävention und -beratung. Mit grossem Dank verabschiedete die Versammlung Joachim Focking und Matthias Felder aus dem Zentralvorstand. Während neun Jahren haben sie die strategische Ausrichtung des Blauen Kreuzes Schweiz entscheidend mitgeprägt und wichtige Impulse gesetzt. Ihr Engagement hat die Organisation nachhaltig gestärkt. Das Blaue Kreuz

Schweiz spricht ihnen für die langjährige, vertrauensvolle Zusammenarbeit seinen herzlichen Dank aus und wünscht ihnen für die Zukunft alles Gute.

Gleichzeitig bestätigten die Delegierten die Zukunftsorientierung des Zentralvorstands mit zwei Neuwahlen: Martin Buess und Astrid Stauffer-Engeström wurden neu in das Gremium gewählt. Astrid Stauffer-Engeström war zuvor in leitender Funktion in der Präventionsarbeit des Croix-Bleue romande tätig. Mit ihrer Wahl ist die Westschweiz künftig im Zentralvorstand vertreten. Martin Buess übernimmt das Finanzressort und tritt damit die Nachfolge von Joachim Focking an.

Ergänzt wurde das Programm der Delegiertenversammlung durch einen inspirierenden Nachmittagsteil: Micha Davaz, Geschäftsführer von Rimuss & Strada Wein AG, stellte die Unternehmensgeschichte vor und gewährte Einblicke in die Entwicklung eines traditionsreichen Schweizer Betriebs. Im Anschluss fand eine Degustation statt, bei der die Teilnehmenden das alkoholfreie Sortiment kennenlernen konnten. Dieser Programmpunkt unterstrich die Bedeutung hochwertiger, alkoholfreier Alternativen im Kontext der Suchtprävention.



Das neue Leitbild des Blauen Kreuzes

Alkohol und häusliche Gewalt – zwei Tabuthemen, zwei Leitfäden

Alkohol und Gewalt hängen häufig zusammen: Es ist erwiesen, dass der Konsum von Alkohol das Risiko erhöht, als Täter Gewalt auszuüben oder als Opfer Gewalt zu erleiden. Das Blaue Kreuz hat dazu soeben einen zweiten Leitfaden für Fachpersonen veröffentlicht.

In der Fachsprache reden wir von einer sogenannten «Dualproblematik», wenn Gewalt in einer Paarbeziehung (im Fachjargon elegant umschrieben mit dem Begriffskonstrukt «häusliche Gewalt») unter Alkoholeinfluss ausgeübt wird. Und in der Fachwelt werden diese beiden Realitäten bislang separat behandelt: Es gibt Anlaufstellen, wie zum Beispiel die Suchtberatungsangebote des Blauen Kreuzes, für Menschen, die sich mit ihrem Alkoholkonsum, oder dem Konsum einer nahestehenden Person, auseinandersetzen wollen. Und es gibt Angebote für gewaltausübende oder gewalterleidende Personen: Täterberatung für die ersten und Opferberatung respektive Frauenhäuser für die zweiten.

Was aber, wenn beides Thema ist: Alkohol und Gewalt? Und das eine nur verändert werden kann, wenn das andere auch bearbeitet wird? Wie können spezifisch geschulte Fachpersonen Sicherheit und Mut erlangen, die Komplexität dieser Dualproblematik anzusprechen und zu behandeln?

Nachdem das Blaue Kreuz Schweiz im November 2025 einen Leitfaden zur Thematik mit Fokus Alkoholkonsum für Opfer- und Täterberatungsstellen publiziert hatte, gibt es dieses Jahr den zweiten Leitfaden zur Dualproblematik heraus, der Suchtfachpersonen unterstützen soll, dem Thema häusliche Gewalt im Beratungsgespräch zu begegnen und standzuhalten.

Vom 25. November bis 10. Dezember 2026 findet zudem wiederum die internationale Präventionskampagne «16 Tage gegen Gewalt an Frauen» statt, bei der das Blaue Kreuz mit den

beiden publizierten Leitfäden zur Dualproblematik mitwirkt.

Tabuthemen werden bekanntlich nicht auf einen Schlag aus dem Schatten unserer Gesellschaft befreit. Es braucht unentwegtes Hinschauen, «Hinfragen und Hinhören». Zur Unterstützung aller Betroffenen müssen wir uns stetig weiterbilden, vernetzen und austauschen – über die eigenen Fachbereichsgrenzen hinweg.

Rona Liechti
Nationale Koordination
Beratung und Gesprächsgruppen

Die beiden Leitfäden können mit dem folgenden QR-Code oder Link heruntergeladen und bestellt werden:
www.blaueskreuz.ch/leitfaeden

Informationen zur Präventionskampagne finden sich unter: www.16tage.ch



Das Parlament will einen Marschhalt bei den Alkoholempfehlungen

Im Parlament hat sich die Alkohollobby durchgesetzt: Beide Kammern haben der Motion Würth zugestimmt, welche einen Marschhalt des Bundes bei den Alkoholempfehlungen fordert.

Der Nationalrat nahm im Juni die Motion Würth mit 106 zu 75 Stimmen bei elf Enthaltungen an, nachdem im Dezember 2025 bereits der Ständerat mit 31 zu acht Stimmen bei drei Enthaltungen der Motion zugestimmt hatte. Die Motion fordert das Abwarten weiterer Studien, bevor neue Empfehlungen zum Alkoholkonsum ausgesprochen werden.

Die Motion des Sankt Galler Mitte-Ständerrates Benedikt Würth richtet sich gegen die Kommunikation des Bundes zu den Gesundheitsrisiken von Alkohol. Auslöser waren die Empfehlungen des Blauen Kreuzes Schweiz «Weniger ist besser» vom Februar 2025. Diese stützen sich auf den aktuellen wissenschaftlichen Kenntnisstand sowie auf die Erklärung des WHO-Regionalbüros Europa vom Januar 2023, wonach kein sicherer Alkoholkonsum nachgewiesen werden kann («No safe level»).

Diese Botschaft ist der Alkoholindustrie ein Dorn im Auge. Sie befürchtet, dass die Kommunikation über Gesundheitsrisiken den Alkoholkonsum und damit ihren Absatz beeinträchtigen könnte. Entsprechend unterstützte sie den politischen Vorstoss von Würth, der Präsident der Schweizerischen Vereinigung AOP-IGP ist, zu welcher auch Schweizer Edelbrände gehören.

Machtdemonstration im Parlament

Die Befürworter der Motion argumentierten mit der Eigenverantwortung der Konsumierenden sowie mit der fehlenden wissenschaftlichen Evidenz. Gegnerinnen und Gegner hingegen sahen, dass «No safe level» dem heutigen Wissensstand entspräche und eine sachliche Information über Gesund-

heitsrisiken zum gesetzlichen Präventionsauftrag gehöre.

Auffällig war, dass in der Debatte kaum über die wirtschaftlichen Interessen gesprochen wurde, die hinter der Motion stehen. Dabei ist offensichtlich, dass die Alkoholbranche ein erhebliches Interesse daran hat, dass Risiken weniger deutlich kommuniziert werden.

Die politischen Fronten

SVP und FDP unterstützten die Motion weitgehend geschlossen. In der Mitte-Fraktion stimmten die Mitglieder der EVP dagegen; einzelne weitere Parlamentarierinnen und Parlamentarier lehnten die Motion ebenfalls ab oder enthielten sich. Die Fraktionen von SP und Grünen stimmten dagegen.

Wirtschaftliche Interessen statt Prävention?

Die WHO hält fest, dass sich keine Konsummenge bestimmen lässt, bei der gesundheitliche Risiken ausgeschlossen werden können. Gleichzeitig gilt: Je mehr Alkohol konsumiert wird, desto grösser wird das Risiko für alkoholbedingte Krankheiten. Dieses Risiko beginnt bereits bei kleinen Konsummengen und steigt mit zunehmendem Konsum kontinuierlich an. Die Motion widerspricht dieser wissenschaftlichen Einschätzung nicht.

Was bedeutet der Entscheid?

Der Parlamentsentscheid zeigt Folgendes:

- Die Alkoholindustrie verfügt über erheblichen politischen Einfluss und setzt sich aktiv gegen eine für sie nachteilige Gesundheitskommunikation ein.
- Eine bürgerliche Mehrheit im Parlament gewichtet den Schutz der Alkoholindustrie höher als die Kommunikation gesundheitlicher Risiken.

- Die Präventionsarbeit muss erklären, weshalb die Information über Alkoholrisiken notwendig ist.

Wachsame Medien

Bemerkenswert ist, dass zahlreiche Medien den politischen Hintergrund der Motion thematisierten und auf die Interessen der Alkoholbranche hinwiesen. Damit machten sie deutlich, dass es in dieser Debatte nicht nur um wissenschaftliche Fragen ging, sondern auch darum, wer bestimmt, wie die Bevölkerung über die Risiken von Alkohol informiert wird.

Martin Bienlein
Verantwortlicher Public Affairs

WENIGER IST BESSER



Das Blaue Kreuz ist die Fachorganisation für Suchtfragen und die erste Anlaufstelle zum Thema Alkoholprobleme.

Unterstützen Sie uns mit einer Spende. Danke!
www.blaueskreuz.ch

 Blaues Kreuz Schweiz
Croix-Bleue Suisse

Die gute Nachricht

Ich fühle mich sehr geehrt, mich hier als neues Mitglied des Zentralvorstands des Blauen Kreuzes Schweiz vorstellen zu dürfen. Bei meiner Wahl im Juni konnte ich das Blaue Kreuz bereits gut, da ich zuvor acht Jahre lang beim Croix-Blanc romande, einer Mitgliedsorganisation des Blauen Kreuzes Schweiz, als Leiterin des Bereichs Prävention tätig war. Ich hatte dabei mehrere Gelegenheiten zur Zusammenarbeit mit dem Team des Blauen Kreuzes Schweiz. In den vergangenen Jahren haben mich zahlreiche Aspekte beim Blauen Kreuz beeindruckt, darunter die komplementären Fähigkeiten der Fachteams, die bei ihrer Unterstützung für die Betroffenen stets mit Wohlwollen agierten. Das enorme Vertrauen, das die Klientinnen und Klienten den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entgegenbringen, indem sie ihnen einen Teil ihrer Geschichte anvertrauen, hat mich beeindruckt.

Und ich habe grosse Anerkennung für die Kraft und die Tragweite der Arbeit, die wir zusammen geleistet haben. Auch nach mehreren Jahren, in denen ich den Betroffenen zur Seite stand, habe ich für das Leid derjenigen, die direkt oder indirekt von Suchtproblemen betroffen sind, ein offenes Ohr.

Es ist mir eine Ehre, ihnen weiterhin helfen zu können, indem ich mich für die Mission des Blauen Kreuzes einsetze. Ich bin von der Bedeutung unserer Arbeit überzeugt und schätze mich glücklich, meinen Beitrag zu einer Gesellschaft zu leisten, in der Menschen ein selbstbestimmtes Leben frei von Alkoholabhängigkeit und anderen Süchten führen können.

Astrid Stauffer-Engeström
Mitglied Zentralvorstand

Jetzt als Betrieb anmelden!

Alkohol am Arbeitsplatz beim Dry January® 2027

Alkohol am Arbeitsplatz ist ein Thema, das viele Unternehmen, Institutionen und Betriebe betrifft: In der Schweiz haben 2-5 % der Arbeitnehmenden (und 10 % der Führungskräfte) einen problematischen Alkoholkonsum. Bei 8 % der Arbeitsunfälle ist Alkohol mit im Spiel. Gleichzeitig gilt Alkohol bei Betriebsfeiern noch immer als selbstverständlicher Bestandteil des Zusammenseins.

Die Dry January® «Workplace Challenge» bietet Unternehmen und Betrieben die Möglichkeit, das Thema auf positive und spielerische Weise aufzugreifen. In dieser Zeit trinkt die Gruppe keinen Alkohol, reflektiert Gewohnheiten und entdeckt neue Alternativen. Betriebe fördern damit die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden, stärken den Teamgeist und sensibilisieren für einen bewussteren Umgang mit Alkohol im Arbeitskontext. Dass die «Workplace Challenge» funktioniert, beweist die erste Durchführung im Januar 2026, an der 30 Betriebe teilnahmen. So sammelten 500 Mitarbeitende insgesamt 12 000 alkoholfreie Tage.

Mitmachen ist einfach: Das Kampagnenteam begleitet teilnehmende Betriebe mit Informationen, Vorlagen, Druckmaterialien und motivierenden Giveaways.

Bei Anmeldung bis zum 30. September 2026 gibt es 10 % Frühbucher-Rabatt für Betriebe. Helfen Sie uns, Betriebe auf die «Workplace Challenge» aufmerksam zu machen und erzählen Sie in Ihrem Bekanntenkreis davon!

Luna Hannappel
Projektleiterin Kampagnen

Anmeldung und Informationen:
<https://www.dryjanuary.ch/de/betriebe/fuer-betriebe>



Prävention von Grenzverletzungen und sexueller Ausbeutung

Wo Menschen mit Kindern und Jugendlichen arbeiten, entstehen vertrauensvolle Beziehungen und persönliche Nähe. Diese Nähe ist wichtig und gehört zu vielen Angeboten des Blauen Kreuzes. Gleichzeitig braucht es Klarheit darüber, wo Grenzen liegen und wie mit heiklen Situationen professionell umgegangen wird. Das Blaue Kreuz setzt deshalb einen weiteren Schritt in der Prävention von Grenzverletzungen und sexueller Ausbeutung um.

Ausgangspunkt ist die positive Erfahrung mit roundabout. Für das Tanz-Angebot für Mädchen und junge Frauen von acht bis 20 Jahren wurde bereits 2025 ein Verhaltenskodex zu Grenzverletzungen bei Minderjährigen erarbeitet. Er bietet Raum für Orientierung und Austausch über Risikosituationen und unterstützt Mitarbeitende und Freiwillige dabei, die eigene Haltung, das Rollenverständnis sowie Nähe und Distanz regelmässig zu reflektieren.

Diese Erfahrungen zeigen: Klare gemeinsame Standards geben Sicherheit und stärken eine Kultur, in der

Unsicherheiten und kritische Situationen frühzeitig angesprochen werden können. Nun soll dieser Ansatz auf weitere Präventionsangebote des Blauen Kreuzes ausgeweitet werden: Blue Cocktail Bar, Be my angel, Jugendschutz und Ferienlager. Gemeinsam mit den Mitgliederorganisationen werden die jeweiligen Risikosituationen und bestehenden Schutzmechanismen betrachtet. Denn die Rahmenbedingungen unterscheiden sich je nach Angebot: Während beispielsweise in Ferienlagern der Schutz von Kindern und Jugendlichen im Zentrum steht, bewegen sich Mitarbeitende bei Be my angel im öffentlichen Nachtleben. Entsprechend braucht es sowohl gemeinsame Grundsätze als auch angebotsbezogene Standards.

Den Auftakt bildete eine gemeinsame Kick-off-Sitzung mit der Fachstelle Limita am 18. August 2026. Dabei wurden Grenzverletzungen, Nähe und Distanz sowie Handlungsmög-

lichkeiten thematisiert und konkrete Situationen aus dem Alltag der Blaukreuz-Angebote diskutiert. Anschliessend wird der Verhaltenskodex partizipativ mit den Mitgliederorganisationen erarbeitet, verabschiedet und Schritt für Schritt in den Strukturen verankert, beispielsweise in Teamsitzungen und Schulungen. Bis Mai 2027 soll der Kodex im Regelbetrieb der Mitgliederorganisationen verankert sein.

Sichere Räume werden nicht dem Zufall überlassen

Auch bestehende gute Arbeit wird dabei genutzt: Für den Verhaltenskodex der Ferienlager kann auf die

wertvolle Vorarbeit des Blauen Kreuzes Bern-Solothurn-Freiburg zurückgegriffen werden. Der bereits erarbeitete Kodex zeigt konkret, wie Standards etwa für 1:1-Situationen, Körperkontakt, Sprache oder den Umgang mit

Intim- und Privatsphäre im Lageralltag gestaltet werden können.

Das Ziel ist klar: Sichere Räume sollen nicht dem Zufall überlassen werden. Mit gemeinsamen Standards schafft das Blaue Kreuz Orientierung und Handlungssicherheit – insbesondere zum Schutz von Kindern und Jugendlichen. Gleichzeitig schafft der Kodex für Mitarbeitende und Freiwillige Orientierung und Handlungssicherheit, indem Rollen, Verantwortlichkeiten und Grenzen klar benannt werden. Die positiven Erfahrungen aus roundabout bilden dabei eine wichtige Grundlage, um die Prävention von Grenzverletzungen und sexueller Ausbeutung nachhaltig in den Präventionsangeboten und Mitgliederorganisationen zu verankern.

Boris Simic, Nationaler Koordinator Gesundheitsförderung & Prävention



Ferienlager Blaues Kreuz St. Gallen-Appenzell



Gutes kaufen. Gutes tun.

Unsere Brockenhäuser sind mehr als nur Orte, an denen man Gebrauchtes findet. Sie sind Orte der Hoffnung, die jeden Einkauf zu einem Akt der Hilfe werden lassen.

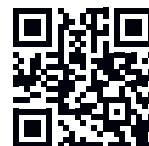
Wenn Sie bei uns einkaufen, schenken Sie nicht nur Gegenständen ein zweites Leben, sondern

leisten auch einen direkten Beitrag an unsere umfassenden Dienstleistungen in den Bereichen Prävention, Beratung und Integration.

Unsere Arbeit ist geprägt von Fairness, Nachhaltigkeit und dem Engagement für die gute Sache.

Hier finden Sie unsere Blaukreuz-Brockis: www.blaukreuz-brocki.ch

Amriswil / Basel / Bern / Berneck / Bülach / Cazis / Dübendorf / Ibach / Jona / Kägiswil / Kreuzlingen / Landquart / Niederlenz / Pfyn / Reinach / Rorschach / St. Gallen / Steffisburg / Weinfelden / Wil / Winterthur



Profitieren Sie von 10% Rabatt und den genossenschaftlichen Vorteilen!



Wer ist die Vaudoise ?

Seit 1895 im Schweizer Markt präsent, zählt die Vaudoise Versicherung hierzulande zu den sichersten und vertrauenswürdigsten Versicherungen. Dies dank ihren genossenschaftlichen Wurzeln und der langfristig ausgerichteten Vision.

Ihre Vorteile als MitarbeiterIn und/oder aktives Mitglied des Blauen Kreuzes:

- **10% Rabatt** auf alle privaten Versicherungen (Auto, Motorrad, Haushalt, etc.) der Vaudoise
- **Zusätzliche 10% Rabatt** bei Einschluss der Nulltoleranz-Grenze bei Alkohol im Strassenverkehr in Ihrer Auto- und Motorradversicherung

Weitere Vorteile als Vaudoise-Kunde:

- Sie profitieren von einer genossenschaftlichen **Gewinnbeteiligung** (in den letzten Jahren erhielten Sie im Durchschnitt 15% der Prämie zurück)
- Sie haben die Möglichkeit, vom **lebenslangen Maximalbonus** zu profitieren (einmalig in der Schweiz).
- Sie profitieren von einer **persönlichen, einfachen und schnellen Schadenabwicklung**.
- Sie erhalten eine **kostenlose Überprüfung** Ihrer Versicherungs- und Vorsorgesituation.

Wer ist für Sie zuständig?

Mein Name ist Philippe Küffer. Ich arbeite seit mehr als 10 Jahren für die Vaudoise. Von Beginn an hat mich die genossenschaftliche Struktur und die soziale Verantwortung, welche die Vaudoise Versicherungen wahrnimmt, begeistert.

Ich bewundere das Engagement, welches das Blaue Kreuz tagtäglich in unsere Gesellschaft einbringt und damit vielen Menschen in unserem Land eine grosse Hilfe ist.

Sie können mich unter folgenden Koordinaten erreichen. Ich bin gerne in allen Versicherungs- und Vorsorgefragen für Sie da.

Vaudoise Versicherungen
Philippe Küffer, Versicherungs- und Vorsorgeberater
Thunstrasse 20, 3000 Bern 6
T 031 356 51 36, M 076 372 73 62
pkueffer@vaudoise.ch - www.vaudoise.ch



Kampagne zum Nationalen Aktionstag Alkoholprobleme

Vier Prominente sprechen über Alkohol

Das Blaue Kreuz führte anlässlich des Aktionstages mit dem Motto «Verstehen statt verurteilen» eine Sensibilisierungskampagne durch, um auf die Stigmatisierung von Suchtbetroffenen aufmerksam zu machen.

Vier Persönlichkeiten stellten sich ohne Gegenleistung für die Kampagne zur Verfügung: Musiker Marc Sway, Comedian Charles Nguela, Sängerin und Tänzerin Arina Luisa und Autor und Podcaster Oliver Baer. Ihre Botschaft lautete: Alkoholprobleme dürfen kein Tabuthema sein! Begegnet Menschen mit Alkoholproblemen mit Verständnis statt Vorurteilen!

Rund um den Nationalen Aktionstag Alkoholprobleme vom 21. Mai lancierte das Blaue Kreuz die Kampagne in zehn Deutschschweizer Städten. Über 400 Plakate sowie Werbung in Bussen und Trams machten darauf aufmerksam, wie stark Scham und gesellschaftliche Ausgrenzung Betroffene belasten und sie oft daran hindern, frühzeitig Hilfe zu suchen. «Ein Grund, warum viele nicht über solche Themen sprechen, ist Scham», sagt Marc Sway. «Wichtig ist, nicht zu verurteilen, sondern zuzuhören und für jemanden da zu sein.»

Das Schweigen brechen

Die Kampagne entstand auf Initiative des ehemals von Sucht Betroffenen Oliver Baer

und in Zusammenarbeit mit dem Fotografen Sven Germann. Die vier Prominenten brachen das Schweigen, indem sie auf Plakaten und in kurzen Videoporträts ein blaues Klebeband vom Mund rissen. Begleitet wurde die Kampagne durch eine Website sowie Videointerviews auf dem Youtube- und Instagram-Kanal des Blauen Kreuzes Schweiz.

Alkohol hat in der Gesellschaft einen festen Platz. Ob beim Firmenapéro, an Geburtstagsfeiern oder beim Essen: Wer keinen Alkohol trinken möchte, muss sich oft erklären. Gleichzeitig erleben Menschen mit problematischem Alkoholkonsum oder einer Abhängigkeit häufig Ablehnung und Unverständnis.

Mit dem diesjährigen Motto «Verstehen statt verurteilen» machte der Nationale Aktionstag Alkoholprobleme auf dieses Spannungsfeld aufmerksam und trug zur Entstigmatisierung bei. Komiker Charles Nguela betont, wie schwer problematischer Alkoholkonsum häufig zu erkennen sei: «Alkohol ist die akzeptierteste Droge in der Gesellschaft. Deshalb merkt man oft erst spät, wann daraus ein Problem wird.» Oliver Baer hätte sich rückblickend ge-

wünscht, früher offen über seine eigene Alkoholabhängigkeit sprechen zu können. Heute setzt er sich dafür ein, dass Betroffene ohne Vorurteile Unterstützung erhalten. «Wenn ihr in eurem Umfeld das Gefühl habt, dass jemand ein Alkoholproblem haben könnte, dann geht auf die Person zu, aber ohne Verurteilung», sagt er.

Stigma belastet doppelt

Rund 250 000 bis 300 000 Personen in der Schweiz sind von einer Alkoholabhängigkeit betroffen. Menschen mit einer Alkoholabhängigkeit leiden nicht nur unter den Folgen ihrer Erkrankung, sie leiden auch unter der gesellschaftlichen Stigmatisierung. Über das Stigma zu sprechen, kann helfen, dieses Leid zu verringern.

Menschen mit einer Alkoholabhängigkeit erleben häufig eine doppelte Belastung: Sie kämpfen mit ihrer Sucht und zugleich mit der gesellschaftlichen Ausgrenzung. Das Stigma führt oft dazu, dass Betroffene ihre Situation verschweigen, was eine Heilung zusätzlich erschwert.

Francesca Heiniger
Fachmitarbeiterin Kommunikation

«Alle wollten noch ein Glas!»

Das Blaue Kreuz lanciert zu seinem 150-jährigen Bestehen ein Jubiläumsgetränk: den alkoholfreien Schaumwein Tröpfel «MARIN», hergestellt von der Firma Tröpfel GmbH in Mammern TG. Die Unternehmerinnen Patricia Dähler-Kraus und Esther Schaefer-Meier haben «Tröpfel» erfunden, eine Kombination aus Schweizer «Truube» und «Öpfel». Hier berichten sie, was den MARIN so besonders macht.

Was hat euch dazu bewogen, die Anfrage des Blauen Kreuzes zur Kreation eines Jubiläumsgetränks anzunehmen?

Patricia Dähler-Kraus: Sehr viele Punkte stimmen überein. Obwohl wir ein Wirtschaftsunternehmen sind und ihr eine Suchtfachorganisation seid, verfolgen wir beide im Kern dasselbe gesellschaftliche Ziel: Die Normalisierung und Aufwertung des alkoholfreien Genusses. Es darf niemand abseitsstehen, der keinen Alkohol trinken will, kann oder darf. Es muss stilvolle und feine Alternativen zum Alkohol geben. Die Prävention ist uns ein sehr grosses Anliegen, aber sie funktioniert nur, wenn auch der Genuss nicht zu kurz kommt. Es muss eine Alternative und nicht ein Verzicht sein. Wir von Tröpfel sind nicht gegen Alkohol, aber jeder sollte die Möglichkeit haben, etwas Ebenbürtiges trinken zu können und damit auch nicht aufzufallen.

Hattet ihr bereits andere solche Partnerschaften?

Nein, bei einer Partnerschaft muss man hinter dem anderen Unternehmen stehen können. Daher haben wir uns zuerst mit dem Blauen Kreuz näher auseinandergesetzt, bevor wir zusagten.

Wie unterscheidet sich der Tröpfel MARIN von den Tröpfel-Sorten, die ihr bereits im Sortiment führt?

Der MARIN ist nicht süß. Alle unsere Tröpfel enthalten Schweizer Früchte. Der Tröpfel MARIN ist der erste Tröpfel, der zudem auch Schweizer Kräuter enthält.



Eignet sich der Tröpfel MARIN als Apérogetränk, ist er eine passende Essensbegleitung oder beides?

Er ist das perfekte Apérogetränk und ein ideales Willkommensgetränk, wenn man sich in geselliger Runde trifft. Gerade auch bei Treffen tagsüber, wenn die einen mit dem Auto kommen und die anderen keinen Alkohol trinken wollen oder können, passen unsere Tröpfel perfekt! Zum Essen passt der MARIN nur bedingt, weil viele Konsumentinnen und Konsumenten dann lieber etwas ohne Kohlensäure trinken. Hier passt unsere andere Linie «Sansbulle alkoholfrei» besser, ohne Kohlensäure und fein abgeschmeckt. Der Tröpfel MARIN passt als Magenöffner, also zwischen zwei Essensgängen, wieder ausgezeichnet.

Eignet der Tröpfel MARIN sich sowohl für die kalte als auch die warme Jahreszeit?

Unbedingt, aber immer acht Stunden im Kühlschrank vorkühlen und dann in der Eischale auf den Tisch bringen und gekühlt trinken.

Habt ihr immer genügend Rohstoffe zur Verfügung?

Vor allem beim Tröpfel MARIN haben wir noch keine Erfahrung! Reicht die geplante Menge der Flaschen oder nicht? So oder so, da wir mit frischen Schweizer Früchten und Kräutern arbeiten, müssen wir wieder bis zum Herbst warten, bis der neue Tröpfel abgefüllt werden kann!

Wieso der Name Tröpfel MARIN?

Ein zentraler Leitsatz (Vision) des Blauen Kreuzes lautet: «Das Blaue Kreuz bewegt». Also was ist logischer als Wasser als Metapher? So kamen wir auf den Namen MARIN:

Man denkt dabei sofort an tiefes Wasser, Bewegung, Dynamik. Zudem ist Marineblau die Farbe des Blauen Kreuzes.

Einige Führungspersonen und Mitarbeitende des Blauen Kreuzes durften den Tröpfel MARIN bereits im Mai degustieren. Wie lief diese Degustation ab? Fand das Getränk sofort Gefallen oder wurde es anschliessend noch abgeändert?

Wir waren sehr gespannt. Einerseits waren wir selbst überzeugt von unserem MARIN, andererseits waren wir auch sehr nervös wegen der Frage, ob wir auch den Geschmack vom Blauen Kreuz treffen würden. Es war ein durchschlagender Erfolg: Alle waren begeistert und wollten noch ein Glas! Daher war klar, dass wir keine Änderung vornehmen mussten.

Der Tröpfel MARIN kann im Shop der Jubiläumswebsite des Blauen Kreuzes bestellt werden. Der Verkaufspreis liegt bei CHF 18.50 pro Flasche. Mit dem Kauf unterstützen Sie unsere Arbeit und können gleichzeitig einen erfrischenden und alkoholfreien Schaumwein geniessen: <https://150jahreblaueskreuz.ch>



Patricia Dähler-Kraus (links) und Esther Schaefer-Meier

Jubiläumsjahr 2027

Das Blaue Kreuz feiert Jubiläum

Nächstes Jahr wird das Blaue Kreuz 150 Jahre alt! Es wird dieses stolze Jubiläum mit einer Reihe von Festivitäten gebührend feiern. Zu den Anlässen in Bern und Genf sind auch die Unterstützenden und Spendenden herzlich eingeladen. Nachfolgend ein kurzer geschichtlicher Rückblick und ein Ausblick auf die Jubiläums-Aktivitäten.

Louis-Lucien Rochat, evangelischer Pfarrer in der Waadt, gründete am 21. September 1877 in Genf zusammen mit weiteren 27 Personen das Blaue Kreuz. Der Grund dafür war, dass sich in der Schweiz der Spirituosenkonsum in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts nahezu verdoppelt hatte. Rochat sah im Vorbild der US-amerikanischen und englischen Abstinenzbewegung, die er 1876 in England persönlich kennengelernt hatte, eine Lösung für die sozialen und medizinischen Probleme, welche die grassierende Alkoholsucht bei der armen Landbevölkerung und in der Arbeiterklasse der Industrialisierungszeit hervorgerufen hatte. Die Gründer und die Mitglieder verpflichteten sich damals zum totalen Verzicht auf Alkohol.

Der Name Blaues Kreuz wurde in Anlehnung an das Internationale Komitee vom Roten Kreuz gewählt. Das Rote Kreuz war damals bereits ein international bekanntes Symbol für Hilfe und Mitmenschlichkeit. Die Gründer des Blauen Kreuzes wollten mit einem Kreuz in einer anderen Farbe ebenfalls ein Zeichen der

Hilfe setzen – allerdings mit dem Schwerpunkt auf der Unterstützung von Menschen mit Alkoholabhängigkeit. Die Farbe Blau war seit jeher die Farbe der Abstinenzbewegungen im angelsächsischen Raum.

Das Blaue Kreuz arbeitete mit der evangelisch-reformierten Landeskirche, aber auch mit den protestantischen Freikirchen, zusammen. Die Leitworte «Evangelium und Abstinenz» sowie «mit Jesus und ohne Alkohol» gehörten für die Blaukreuz-Arbeit während Jahrzehnten untrennbar zusammen. Dabei wurde nicht nur der Alkohol, sondern auch «das Wirtshaus» kritisiert, da die Blaukreuz-Mitglieder dort den Ursprung für die «Genussucht» und somit eine «Bedrohung für die gesellschaftliche Moral» sahen. Im Laufe der Jahrzehnte hat sich das Blaue Kreuz von der damaligen Mässigkeitsbewegung zu einer modernen Suchtfachorganisation für Prävention und Jugendschutz, Beratung und Integration entwickelt. Es blickt mit Stolz auf sein 150-jähriges Bestehen zurück und hat für das Jubiläumsjahr gemeinsam mit seinen Mitgliedsorganisationen eine Reihe von Aktivitäten geplant. Einige der Anlässe befin-

den sich noch im Planungsstadium, und einige Aktivitäten werden erst im Jahr 2027 «enthüllt» beziehungsweise kommuniziert.

Folgende Jubiläumsaktivitäten sind geplant:

- Auf den Jubiläumswebsites <https://150jahreblaueskreuz.ch> und <http://www.150anscroixbleue.ch/> finden Sie erste Informationen rund um das Jubiläum.
- Das Blaue Kreuz hat gemeinsam mit der Firma Tröpfel einen alkoholfreien Schaumwein entwickelt: den Tröpfel «MARIN», der im Shop der Jubiläumswebsite bestellt werden kann. Ein Interview mit den Tröpfel-Gründerinnen lesen Sie auf der Seite 10.
- Die Highlights des Jubiläums sind folgende zwei Events:
Am 20./21. Mai 2027 findet auf dem Bundesplatz in Bern ein zweitägiger Jubiläums-Festakt statt. Das detaillierte Programm entnehmen Sie bitte der Jubiläums-Website.
Am 18. September 2027 wird in Genf, der Gründungsstadt des Blauen Kreuzes, eine Dankesfeier durchgeführt. Auch dazu finden Sie die Einzelheiten auf der Jubiläums-Website.

9. März 2027 in Bern

Erste Nationale Alkoholtagung

Das Blaue Kreuz schliesst eine Lücke und lanciert eine nationale Tagung, die sich nur dem Thema Alkohol widmet: von Prävention und Alkoholpolitik bis Beratung und Therapie. Die Tagung bringt Fachpersonen aus Gesundheitswesen, Sozialer Arbeit, Prävention, Behörden, Wissenschaft und Politik zusammen und fördert den interdisziplinären Austausch sowie den Dialog zwischen Forschung und Praxis.

Impulse – Vernetzung – Austausch

Neben Impulsen und Best-Practice-Beispielen stehen aktuelle Entwicklungen, nationale und internationale Perspektiven sowie die Vernetzung und der Austausch der Teilnehmenden im Zentrum. Die erste Durchführung findet im Jubiläumsjahr des Blauen Kreuzes am 9. März 2027 im Kongresszentrum Hotel Kreuz in Bern statt.

Die Tagung soll sich als jährlicher Treffpunkt für alle Schweizer Akteurinnen und Akteure im Bereich Alkohol etablieren.

HABE ICH EIN ALKOHOLPROBLEM?

Auf der Online-Plattform **SafeZone** findest du Antworten auf deine Fragen zum Thema Alkoholkonsum. Und wenn du möchtest, auch eine persönliche Beratung. Anonym und vertraulich.

Das bin ich mir wert!



www.blaueskreuz.ch/onlineberatung

SafeZone.ch

Online-Beratung zu Suchtfragen



Blaues Kreuz Schweiz
Croix-Bleue Suisse



Gemütliche Atmosphäre und Gastlichkeit wird bei uns gross geschrieben. Zwei Konferenz- und Banketräume bis 200 Personen stehen für Schulungen, Konferenzen, Ausstellungen und verschiedene private Anlässe zur Verfügung.

Petersgraben 23 | CH-4051 Basel
Tel. +41 61 261 81 40 | Fax. +41 61 261 64 92
www.hotelrochat.ch | info@hotelrochat.ch

Hotel Rochat seit 1899

**** Hotel mit *** Komfort.**
Historisches Gebäude unter Denkmalschutz in der Basler Altstadt.
Zentrale und sehr ruhige Lage.
Nähe Universität und Kantonsspital.
80 Betten / 50 Zimmer renoviert mit *** Komfort,
Bad oder Dusche, WC, FullHD Slim & Smart TV
mit 150 internationalen Kanälen, Minibar
und high Speed Wlan Internet.



Heimgegangene

Blaukreuz-Verein Winterthur

Kurt Huber (94 Jahre alt) und Hans Weber (89 Jahre)

Förderverein Blaues Kreuz Region Basel

Ueli Flückiger-Röllli, Jahrgang 1929;
Florian Kuster, Jahrgang 1942

Impressum

www.blaueskreuz.ch
Erscheint viermal jährlich.

Redaktion: Francesca Heiniger

Layout und Druck:

Bruggli Admedia, 8590 Romanshorn
Zuschriften sowie Adressänderungen,
Inserate, Abonnemente, Versand und
Probenummern an
Redaktion BLAUES KREUZ
Blaues Kreuz Schweiz, Lindenrain 5, 3012 Bern
Telefon 031 300 58 60, kommunikation@blaueskreuz.ch

Anzeigen

Tarif auf www.blaueskreuz.ch/bk-anzeigentarif

Redaktions- und Insertionsschluss für Ausgabe
2/2026: 23. September 2026

JETZT RESERVIEREN: +41 (0)81 410 10 20

SOMMERFREUDEN IN DAVOS

Bus & RHB
GRATIS
Diverse Aktivitäten &
Bergbahnen
VERGÜNSTIGT

www.seebüel.ch

Seebüel
Hotel *** Café ■ Restaurant ■ See