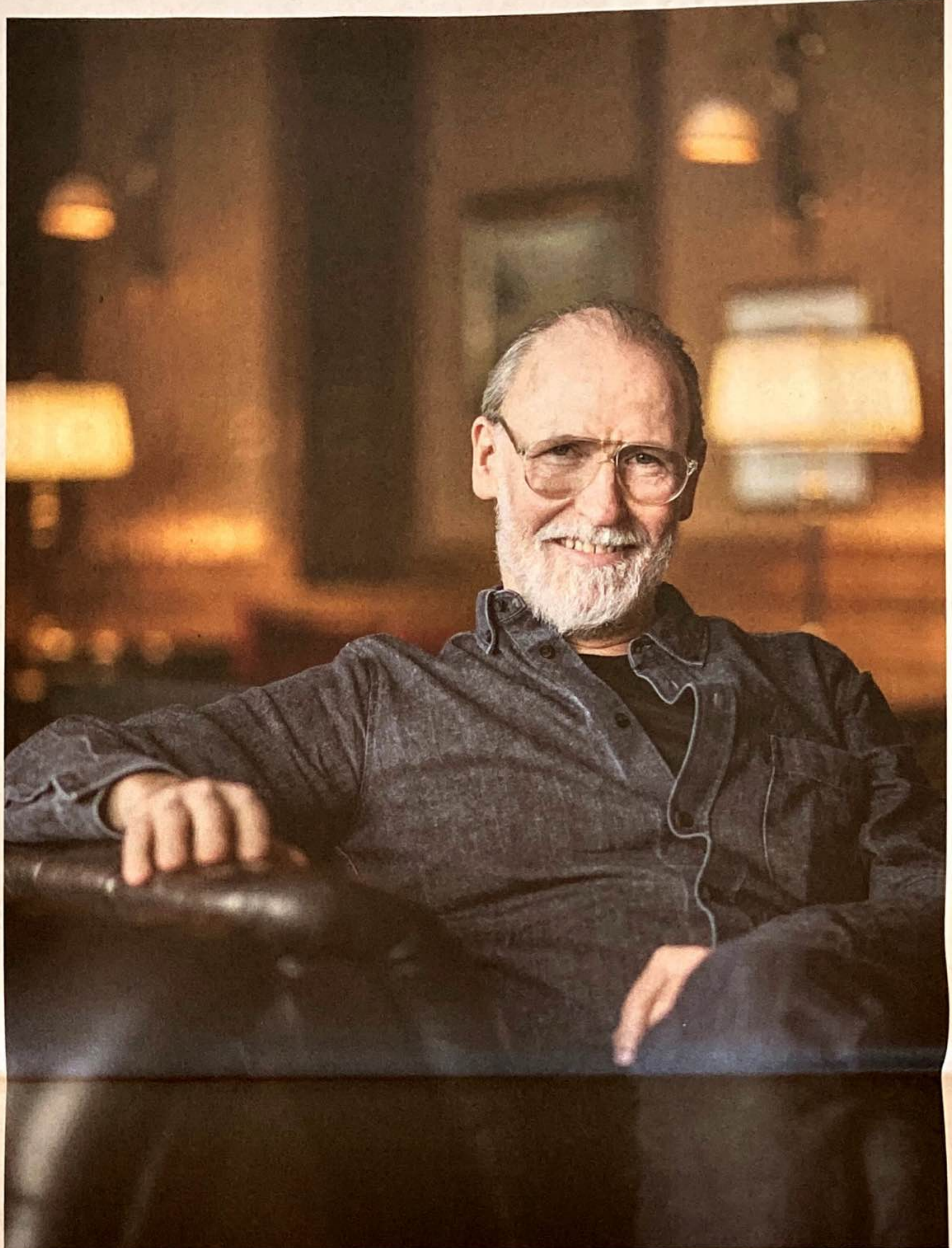


Der neue Genuss des Nüchternseins

Wer abstinent lebt, sieht besser aus und ist erfolgreicher: Das ist das Mantra eines neuen Lifestyles, Suchtexperten haben Hoffnung. Doch können wir wirklich so leicht auf den Rausch verzichten? VON OLIVER CAMENZIND (TEXT) UND SIMON TANNER (BILDER)



Jo Dunkel wurde früher schräg angeschaut, wenn er in der Bar eine Cola bestellte, weil es keine Alternative gab

Es ist fünf Uhr am Nachmittag, wir sitzen in der Bar des Basler Fünfsternehotels «Les Trois Rois» und verkosten schon die zweite Runde Cocktails. Ihnen gemeinsam ist eine rauchige Note, die von einem Mischgetränk namens Wald & Rauch ausgeht. Das ist eines der ersten alkoholfreien Destillate aus der Schweiz. Hergestellt wird es wie Gin aus eingelegten Kräutern – nur eben auf Basis von Wasser statt Ethanol. Unser Cocktail enthält weniger Alkohol als eine Stange Bier, der erste hatte gar keinen drin.

Jo Dunkel hat Wald & Rauch nach dreijähriger Tüftelei auf den Markt gebracht. Er schaut spitzbübisch durch seine Brille und lehnt sich entspannt in seinen Lederfauteuil. Dass Wald & Rauch Potenzial hat, daran hat er zwar von Anfang an geglaubt. Trotzdem ist er jetzt vom durchschlagenden Erfolg seiner Kreation überrascht.

Destilliert hat er anfangs nur nebenbei. Inzwischen arbeiten professionelle Barkeeper in immer mehr Bars mit Wald & Rauch und mischen es mit anderen Zutaten zu schmackhaften Cocktails. Für seine Erfindung hat Dunkel bei gastronomischen Messen schon eine Handvoll Preise gewonnen.

Tatsächlich trifft Jo Dunkel den Nerv der Zeit. Noch nie seit Ende des Zweiten Weltkriegs war Alkohol so unpopulär wie jetzt. In der Schweiz hat sich die Anzahl täglicher Trinker gemäss Bundesamt für Statistik allein seit 1992 halbiert. Bier trinken wir heute ungefähr 50 Liter pro Person und Jahr; 1991 waren es noch über 70 Liter. Selbst Junge konsumieren im Schnitt weniger häufig Alkohol. Das geht aus der letzten Erhebung des Bundesamts für Statistik im Jahr 2017 hervor.

Influencer gehen voran

Mehr noch: In den letzten zwei Jahren ist Abstinenz zu einem internationalen Trend geworden, von Hunderten von Influencern auf allen Kanälen des Internets pausenlos propagiert. Es gibt Blogs, Facebook-Gruppen und Podcasts, die zum neuen «sobriety movement» gehören. Daneben wird die einschlägige Ratgeberliteratur beinahe täglich mehr – sie reicht von spirituell gefärbten Selbstbekenntnissen bis hin zu medizinischen Belehrungen.

Und der «Dry January», ursprünglich eine Initiative des englischen Gesundheitsministeriums, ist zum Massenphänomen geworden. Haben 2013 erst 4000 Personen einen abstinenten Monat eingelegt, waren es 2021 schon 130 000 Britinnen und Briten, die sich der Herausforderung stellten, während 31 Tagen

keinen Alkohol zu trinken. In den Vereinigten Staaten hat angeblich gar eine von fünf Personen teilgenommen. Der Dry January ist zu einem neuen Fastenmonat geworden.

Die neue Lust an der Abstinenz ist auch das neue grosse Geschäft. Das amerikanische Fotomodell Bella Hadid ist 2021 eingestiegen, die Sängerin Katy Perry hat seit diesem Jahr ihr eigenes Lifestylegetränk. Eine Büchse mit 8 Flüssigkeiten (237 Millilitern) von Perrys aufgemotztem Grüntee namens «Golden Hour» kostet mit 6 Dollar das Vierfache einer Dose Budweiser à 16 Unzen.

Das angesagte Modegetränk rechtfertigt seinen hohen Preis mit allerlei angeblichen Vorzügen. Nicht nur ist die Verpackung besonders hip gestaltet, der Inhalt soll auch die Kreativität anregen. Dafür wollen sogenannte Adaptogene sorgen – Stoffe, die derzeit in aller Munde sind, deren Wirkung wissenschaftlich jedoch nicht belegt ist. Gleichwohl soll Golden Hour beruhigen und «absolut spassig zu trinken» sein. So steht es auf der Website.

Dass der Spassfaktor des Apéritifs hier extra betont wird, lässt tief blicken. Der Rausch gilt gemeinhin als Inbegriff des Vergnügens, während Abstinenz für das genaue Gegenteil steht. Das wissen natürlich auch Katy Perry und ihre Beraterinnen. Damit sich das ändert, versuchen sie unter anderem Mütter als Kundinnen zu gewinnen, die lang aufbleiben wollen, aber früh aufstehen müssen. Wer einen Abend lang Golden Hour statt Longdrinks stüffelt, bleibe «präsent», so wird versprochen. Zudem ist die Kreation selbstverständlich vegan und glutenfrei und enthält auch nur 30 Kalorien pro Glas.

Was Produkte wie jene von Katy Perry oder Jo Dunkel zeigen: Die neu-modische Abstinenz ist viel mehr als die Entscheidung, keinen Alkohol zu trinken. Um nüchtern zu bleiben, würde schliesslich Leitungswasser ausreichen. Das wäre sogar vollständig kalorienfrei und erst noch günstiger.

Doch es geht um mehr: Nichts zu trinken, wird auf einmal als lässige Attitüde innerhalb der Leistungsgesellschaft verkauft. Als direkten Weg hin zu einem neuen, optimierten Selbst. Für einen ausgelassenen Abend in der Bar möchten heute immer weniger Leute mit eingeschränkter Leistungsfähigkeit am nächsten Tag zahlen. Also erfindet der Markt Produkte, die beides ermöglichen: Spass in der Freizeit und «Präsenz» im Job.

Das hat zwar seinen Preis, aber hey: Wer gesund lebt statt bechert, sieht gut aus und ist sexuell erfolgreicher. Wer bei der Arbeit konzentriert ist, statt

verkatert blau zu machen, kommt weiter und bringt es letztlich zu Wohlstand. Das steht auf keinen Websites, schwingt aber überall mit, wo die neue Nüchternheit propagiert wird.

Wenn es heute um Abstinenz geht, sind oft völlig neue politische Untertöne zu registrieren. Abstinenz wird nunmehr als Schlüssel zu privatem Erfolg verkauft. Darin unterscheidet sich das neue «sobriety movement» von allen früheren Abstinenzbewegungen, die bald sozialistisch, bald religiös motiviert waren, aber immer gesamtgesellschaftliche Reformen im Blick hatten.

Nüchternheit statt Sex

Nüchtern zu sein, heisst heute vor allem, angepasst zu sein, sich in die kapitalistische Leistungsgesellschaft einzugliedern. Der Rausch kann da nur noch als Störfaktor gewertet werden. Das Trinken wird zum subversiven Akt erklärt und darum abgelehnt oder sogar bekämpft.

Über all diese neuen Heilsversprechen staunen Alkoholiker bloss. «Mit dem Trinken aufzuhören, scheint nicht länger der letzte verzweifelte Versuch zu sein, einen moralischen Verfall aufzuhalten, sondern ... der Königsweg zu Glückseligkeit, Konzentration ... Sex und Produktivität ...», schreibt eine frühere Alkoholikerin in der Computerzeitschrift «Wired».

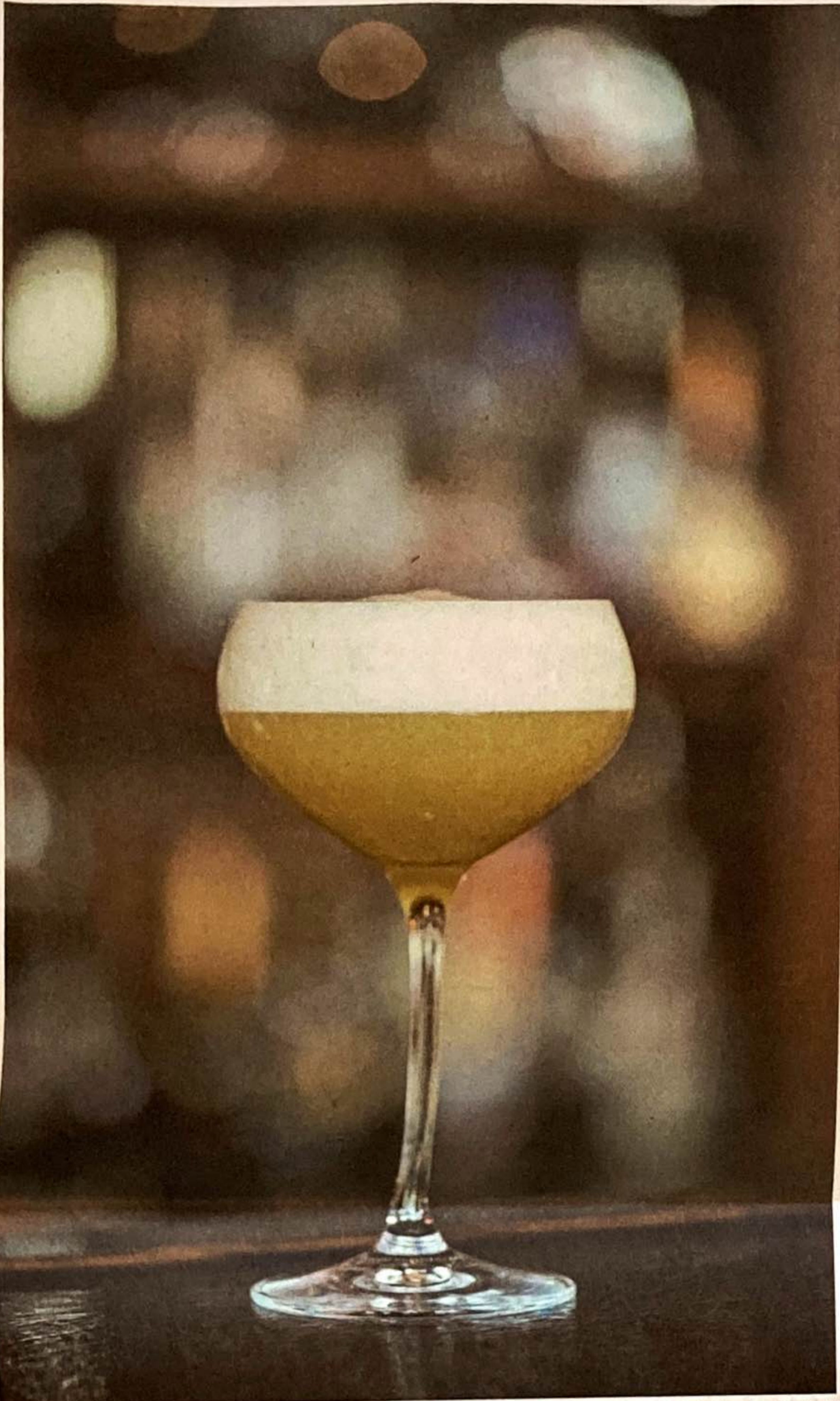
«Die Auffassung von Genuss hat sich verschoben», konstatiert Thomas Huhn, der Chef de Bar im «Trois Rois». Seine Gäste tranken heute weniger, wählten ihre Drinks dafür sorgfältiger aus. Deshalb hat er unterdessen mehr Getränke mit sehr wenig oder ganz ohne Alkohol, sogenannte «Mocktails», in die Karte aufgenommen.

Der Rausch kann nur noch als Störfaktor gewertet werden. Das Trinken wird zum subversiven Akt erklärt und darum abgelehnt oder sogar bekämpft.

Die Bars entdecken also eine neue, wachsende Zielgruppe. Vollkommen klar im Kopf, kann ich um halb sechs locker noch eine dritte Runde für Herrn Dunkel und mich bestellen. Wer ohne Rausch trinkt, trinkt ja potenziell endlos (zugegeben: Alkoholiker auch). Das zahlt sich aus für eine Bar. Drinks ohne Alkohol sind in der Regel nämlich nicht billiger. Oft stimmt das Gegenteil, wie das Beispiel von Katy Perrys «De Soi» zeigt.

Jo Dunkel, der eines der ersten alkoholfreien Destillate der Schweiz erfunden hat, hat früher in einer Bar eine Cola bestellt, weil es keine Alternative gab. Und wurde dafür schief angeschaut. Dunkel ist ausgebildeter Theaterschauspieler, hat sich als junger Mann in Künstlerkreisen bewegt und dabei immer viel getrunken. «Ich war ständig unterwegs und lernte im Ausgang allerlei Leute kennen, das fand ich sehr aufregend.» Doch als er älter wurde und eine Familie gründete, fand er: genug gesoffen. Er schwor Schnäpsen, Bier und Wein ab, lebt nun seit drei Jahren abstinent.

Dabei fiel ihm auf, dass es bei Apéros, in der Feierabendrunde, bei Hochzeiten, Geburtstagen und anderen Gelegenheiten entweder Alkohol oder Wasser zu trinken gab. «Es müsste doch auch anders gehen», sagte er sich. Irgendwie genussvoller. Vielleicht auch: würdiger. Dunkel begann, auf Spaziergängen im Wald Kräuter zu sammeln, in Wasser einzulegen und zu destillieren. Daraus wurde schliesslich Wald & Rauch, jener Bestandteil unserer Mocktails mit der rauchigen Note. Nun kann er in der Bar sitzen und während unseres Gesprächs etwas Interessantes trinken: Der Barkeeper Thomas Huhn hat aus Dunkels Destillat, das er mit Apfelsaft und Verjus mischt, ein Getränk hergestellt, das



Wozu noch Alkohol trinken, wenn es ohne genauso gut schmeckt? Thomas Huhn, Chef de Bar im Basler Hotel «Trois Rois», bereitet mit Apfelsaft, Verjus und Wald & Rauch einen alkoholfreien Cocktail zu.

phantastisch schmeckt. Nicht einmal die Schärfe fehlt, die sonst nur alkoholischen Getränken eigen ist. Wenn der Trend sich durchsetzt, geht Jo Dunkel vielleicht wieder öfter aus. «So gehöre ich wieder etwas mehr dazu, als wenn ich so mit meinem Wasser dasitze», sagt er.

Ausgebuffte Trinker schätzen den Rausch und die Fähigkeit des Alkohols, locker und lustig zu machen. Auch sie könnten sich aber mehr und mehr fragen: Wozu braucht es Alkohol, wenn es genauso gute Drinks ohne Alkohol gibt?

«Sober-curious» nennt sich diese Verwunderung in Anlehnung an das Prädikat «bi-curious». Damit bezeichnete man in den neunziger Jahren Leute, die interessiert an neuen sexuellen Erfahrungen waren. Erfand man früher noch Worte für sexuelle Neugierde, so tut man das heute für die Neugierde auf das nüchterne Leben.

Alkoholismus wird Privatsache

Die Begriffe «sober curiosity» oder vollständige Abstinenz kommen aus der Welt der ehemaligen Alkoholiker, vor allem von Individualisten wie Jo Dunkel. Menschen wie er wollen akzeptiert werden, wie sie sind. Man soll auf sie und ihren Lebensstil Rücksicht nehmen.

Für Markus Meury von Sucht Schweiz, dem nationalen Kompetenzzentrum für Prävention, Forschung und Wissensvermittlung im Suchtbereich, ist der Zusammenhang zwischen Individualismus und Trinkgewohnheiten keine Überraschung. Bis in die 1960er Jahre sei Alkoholprävention ein breit diskutiertes Thema gewesen. Der Staat habe sich stärker eingemischt und rigorose Massnahmen erlassen. Doch in den fol-

genden Jahrzehnten habe es einen fatalen Paradigmenwechsel gegeben. «Man setzte fortan nur noch auf Eigenverantwortung», sagt Meury.

«Alcoholism comes in people, not in bottles», lautete die neue Losung, die sich von den USA bald in die ganze Welt verbreitete. Trinken wurde zur Lebenskultur erklärt. Mass zu halten jedoch zur Sache des Einzelnen. Der Slogan «Trink verantwortungsvoll» sei bis heute auch die Generalentschuldigung der Alkoholindustrie, sagt Meury. Sie steht zum Beispiel beim Fussball unter jeder Bandenwerbung.

Dabei verdienen die Alkoholproduzenten genau dann am meisten, wenn ihre Kunden alles andere als verantwortungsvoll trinken. Markus Meury kann das mit Zahlen belegen: «11 Prozent derer, die Alkohol trinken, sind für 50 Prozent des Alkoholkonsums der ganzen Schweiz verantwortlich». Die schlimmsten Säufer sind damit am rentabelsten.

Für Markus Meury geht das Problem weit über die Gesundheit des Einzelnen hinaus. Deshalb sollte es nicht dem Einzelnen überlassen werden. So ist Alkohol bei Männern zwischen 15 und 24 Jahren die häufigste Todesursache. Sie verursachen im Rausch Unfälle oder geraten in handgreifliche Auseinandersetzungen. «Die Hälfte aller Gewalttaten werden in der Schweiz unter Alkoholeinfluss verübt», sagt Meury. 11 500 Mal pro Jahr müssen Menschen in der Schweiz wegen akuter Alkoholvergiftung stationär behandelt werden. Die volkswirtschaftlichen Folgekosten im Zusammenhang mit Alkohol werden auf 2,8 Milliarden Franken geschätzt.

Dass nun zumindest amerikanische Pop-Stars und Geschäftsleute wie Jo

Alkohol ist bei Männern zwischen 15 und 24 Jahren die häufigste Todesursache. Im Rausch verursachen sie Unfälle oder geraten in Auseinandersetzungen.

Dunkel jene Selbstverantwortung wahrnehmen und propagieren, auf die man in den Sechzigern gehofft hatte, wertet Meury als positives Zeichen. «Wir wissen, dass das Trinkverhalten stark vom sozialen Umfeld abhängig ist», sagt er. Gute oder schlechte Vorbilder spielten eine enorme Rolle, gerade für Jugendliche und junge Erwachsene.

Das neue Heilsversprechen

Für den deutschen Sprachraum gehört Nathalie Stüben zu den erfolgreichsten Abstinenz-Influencern und somit zu den grössten abstinenten Vorbildern. In ihrem Podcast, auf Instagram und Youtube spricht sie mit früheren Alkoholikern über deren Weg aus der Sucht. Darüber, wie viel besser es ihnen jetzt geht. Darüber, wie verbreitet und zugleich tabuisiert Alkoholsucht in Deutschland noch immer ist.

Stübens eigene Geschichte ist letztes Jahr als Buch erschienen und prompt zum «Spiegel»-Bestseller geworden. In dem Buch wird manifest, was in den PR-Texten auf Katy Perrys Online-Shop nur mitschwingt. Es erzählt ausführlich davon, wie unwohl sich die Autorin in ihrem Körper fühlte. Davon, wie unbefriedigend sie ihr Sexleben fand, wie sie Minderwertigkeitskomplexe bei der Arbeit hatte. All das bringt Nathalie Stüben mit ihrem damaligen Alkoholproblem in Verbindung. Und all das löst sich in Luft auf, sobald sie die Trinkerei sein lässt.

Am Ende ihres Selbstbekenntnisses erzählt Stüben davon, wie sie einen Mann namens Stefan kennenlernt, mit ihm aufs Land zieht und zweifache Mutter wird. Sie ist glücklich und erfolgreich. Ihren Job beim Bayerischen

Rundfunk kündigt sie, um selbständige Unternehmerin zu werden. Im Internet bietet sie fortan Beratungsprogramme für Menschen mit einem Alkoholproblem an. «Mein Blick ist klar, meine Haut ist rein, mein Körper fit und gesund», schreibt Nathalie Stüben nach fünfjähriger Abstinenz.

Die Geschichte ihres Entzugs ist damit die ultimative Erfolgsgeschichte: Natalie Stüben ist nicht bloss abstinent geworden. Sie ist vielmehr zu einem angepassten, attraktiven und produktiven, zu einem verantwortungsbewussten und verlässlichen Mitglied der Gesellschaft geworden. Menschen schauen zu ihr auf und wollen sein wie sie, wollen erreichen, was sie erreicht hat.

Wer weiter trinkt, zeigt hingegen, dass er die Kontrolle über sein Leben verloren hat. Er gehört zu den Losern und hat es verpasst, das Beste aus sich und seinem Leben gemacht zu haben.

Ambivalenz bleibt

Trotz der Euphorie über die neue Abstinenz: Eine komplett ausgenüchterte Gesellschaft wird es so schnell nicht geben. Dazu ist das Trinken zu tief in unserer Kultur verwurzelt, der Rausch zu verlockend. Seit mehreren Jahrtausenden wird auf der Welt getrunken, schon die alten Griechen genossen die Wirkung des Alkohols als kultisches Ritual. Das Trinken, und dazu gehört das massvolle Trinken, fördert schliesslich auch den Gemeinschaftssinn.

Obwohl mehr Menschen auf den Verzicht schwören, weil sie sich dadurch besser, schöner und erfolgreicher fühlen, wird der Durst nicht so schnell gelöscht sein. Trotz Anti-Alkohol-Influencer und anderen Bekehrten.