

100 Prozent für 0 Promille.

Wie b.free zu b.froobie kam.



Der Anfang vom Konsumende

Alkoholmissbrauch bei Kindern und Jugendlichen ist seit jeher eine ernste Sache. Deswegen wurde 2005 eine rotarische Initiative gegründet, die sich gegen diese Problematik und für eine jugendschutzorientierte Festkultur einsetzt.

Was ursprünglich vom westlichen Landkreis Konstanz ausging, hat sich nun über den gesamten Landkreis ausgebreitet. Hauptamtlich wird das Projekt von zwei Mitarbeitern des Landratsamts Konstanz koordiniert. Die Rede ist von b.free.

2010 wurde das b.free-Netzwerk in eine gemeinnützige Unternehmensgesellschaft überführt – bestehend aus acht rotarischen Clubs. Eine ausgewählte Gruppe rotarische Akteure arbeitet ehrenamtlich und mit der Geschäftsführung des Landratsamts Konstanz zusammen. Mit dem Ziel b.free ständig weiter zu entwickeln. Über Newsletter und Direktaustausch werden regelmä-

ßig neue Fortschritte kommuniziert. Und mit jährlichen Sponsorengeldern der Rotaryclubs können notwendige Maßnahmen und Materialien finanziert werden. Wie zum Beispiel öffentliche Medienkampagnen.

Zusätzlich werden mit einem mobilen „Saftladen“ bei Festen alkoholfreie Getränke angeboten, um Alternativen aufzuzeigen und so den Alkoholkonsum einzugrenzen. Hauptziel aller Präventionsmaßnahmen ist die Aufklärung über Gefahren von Alkohol.

Nicht zuletzt, weil das Freizeitgelände am Konstanzer Seerhein für vermehrten Drogen- und Alkoholkonsums bekannt wurde und dadurch zu Diskussionen auf Politik- und Verwaltungsebene sowie bei den Bürgern führte – unter anderem auch wegen Müll und Lärm. Den b.free Akteuren stellte sich natürlich sofort die Frage, wie man mit der Stadt und den Anwohnern kooperieren kann, um diesen Probleme wieder Herr zu werden.



Die Idee zu b.froobie war geboren

2016: Zunächst sollten über einen Kiosk am Seerhein alkoholfreie Getränke verkauft werden. Das Angebot ist für unterschiedliche Geschmäcker ausgelegt. Und die Menschen sollen mehr dazu verleitet werden, lieber etwas vor Ort zu kaufen, anstatt Getränke – in den meisten Fällen alkoholische – selbst mitzubringen. Überzeugt davon, dass sich diese Intervention auf das Konsumverhalten auswirkt, wurde die Idee weiterverfolgt.

2017 ging es für die b.free Initiative in die heiße Phase: Während der Sommermonate sollte der Kiosk auf dem Herosé-Gelände am Seerhein erstmals die Markise ausrollen. Nach vielen Sitzungen und Einzelgesprächen mit Stadtteilvertreter, Eigentümergeinschaften sowie Fachabteilungen der Stadtverwaltung und dem Präventionsrat stand dem Projekt nichts mehr im Wege. Trotz anfänglicher Zurückhal-

tung begann die Detailplanung. Sogar der Caritasverband konnte als Partner gewonnen werden. Er beauftragte ein Architekturbüro mit dem Entwurf eines Pavillons als Take-away-Kiosk mit alkoholfreien Getränken und Speisen. So weit so gut.

Eine Machbarkeitsstudie stellte die Wirtschaftlichkeit des Projektes für den Caritasverband allerdings in Frage. Personalkosten und damit verbundene Auflagen überstiegen selbst optimistisch berechnete Erlöse. Der Wohlfahrtsverband musste sich von der Idee verabschieden. Doch die Lenkungsgruppe b.free motivierte, die Idee weiterzuverfolgen und nach einer anderen Umsetzung zu suchen. Ein umfunktionierter Anhänger und die Kooperation mit dem studentischen Start-Up froobie brachten schon kurz darauf die Ideallösung.

Der neue Name: b.froobie.



b.froobie trägt Früchte

Die Sorge, nicht schnell genug eine Alternative zu finden, wich einem wahren Verkaufshit. Fruchteis und -getränke aus eigener Herstellung (ohne Geschmacks- und Konservierungsstoffe) sowie ein Angebot aus Kaffee und alkoholfreien Erfrischungen trafen den Geschmacksnerv der Konstanzer.

Dabei stellte b.free den Wagen inklusive Miete und Nebenkosten. froobie kümmerte sich um den den Betrieb und das Personal. Auch der Oberbürgermeister, städtische Fachämter und

weitere politische Gremien haben das Projekt befürwortet und unterstützt.

Außerdem im Boot: Stadtplanungsamt, Jugendamt, Bürgeramt, Verkehrsamt, Grünflächenamt, Hochbauamt & Entsorgungsbetriebe

Nach dem alle Details geklärt waren, stand der Eröffnungstermin fest. Am 2. Juni 2018 startete der Verkauf. Am 8. Juni fand sogar noch eine höchst offizielle Eröffnung mit Oberbürgermeister Uli Burchardt und Landrat Frank Hämmerle statt.



Alle sind auf den Geschmack gekommen

Nach Auswertungen, Rückmeldungen, Befragungen und einer internen Bewertung ist klar: die Bilanz ist positiv. Das Feedback der Badegäste, Parkbesucher und Anwohner ist durchweg erfreulich. Auch wurde der Wagen nicht besprüht oder beschädigt. Viel mehr wurde er zum Fundbüro, Erste-Hilfe-Kasten für kleinere Unfälle und zum inoffiziellen Konstanz-Guide.

Auch die Betreiber waren happy. Zum einen hat der heiße Sommer zusätzlich in die Kasse gespielt. Zum anderen lag es wohl auch größtenteils am gleichen Alter der Verkäufer und Gäste. Ganz nach dem Motto: Gleich und Gleich gesellt sich gern. Volltreffer.

Es sieht ganz danach aus, als ob b. froobie eine Geschichte mit Zukunft wird. Denn für alle Parteien war es ein Gewinn. Für froobie war das Projekt erfolgreich, weil sie mit b.free als Partner eine weitere Start- und Unterstützungshilfe für das Unternehmen haben. Für die Anwohner, Parkbesu-

cher und Badegäste steigerte das weiterentwickelte Projekt die Aufenthaltsqualität des Platzes, welcher vorher mit vielen Konflikten belastet war.

Durch die Kooperation mit Froobie und b.free hat die Stadt Konstanz außerdem ihr Feingefühl für urbanes Leben und ihre Kreativität bestätigt. Vor allem vertrauten auch Verwaltung und politische Gremien in die Zusammenarbeit mit dem Start-up-Unternehmen und einer Bürgerinitiative. Und für b.free war es ein Erfolg, weil erstmals ein Projekt gewagt wurde, das städteplanerische Maßnahme beeinflusst hatte. Das ist ein wichtiger Schritt von der Verhaltensprävention zur Verhältnisprävention.

Es ist schön zu sehen, was durch die Initiative von b.free und dem Engagement der Bürger erreicht werden kann.

Auf einen weiteren Sommer mit b.froobie.





100 Prozent für 0 Promille.
Wie b.free zu b.froobie kam.