



Schlussbericht 2013 - 2016

Tabakprävention mit offenen Turnhallen MidnightSports der Stiftung IdéeSport

| | | |
|--|---|--|
| Projektname | Tabakprävention mit offenen Turnhallen MidnightSports | |
| Projektstart | 01.01.2013 | |
| Vorgesehenes Projektende | 31.12.2016 | |
| Ausgangslage | Grundlage ist das Gesuch vom 22. Mai 2013 | |
| Beitragsempfängerin / Beitragsempfänger | Name Strasse / Nr. PLZ / Ort | Stiftung IdéeSport Brunnenstrasse 1 8610 Uster |
| Kontaktperson | Giorgio Panzera, Geschäftsführer giorgio.panzera@ideesport.ch, 062 296 10 15 | |
| Verfügungsnummer | 13 - 005758 | |
| Projektkosten | CHF19'630'200.- für 4 Jahre | |
| Verfügungssumme | CHF 4'176'100.- für 4 Jahre | |

Uster, 24. Januar 2017

Giorgio Panzera

Luana Almonte

INHALTSVERZEICHNIS

Teil A

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Zusammenfassung des Schlussberichts..... | 2 |
| 2 | Beurteilung der Resultate | 4 |
| 3 | Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung) | 9 |
| 4 | Chancengleichheit | 10 |
| 5 | Weitere Punkte | 12 |

Teil A

1 Zusammenfassung des Schlussberichts

Stellen Sie kurz den Projektverlauf, wichtigste Erkenntnis über Ergebnisse sowie Ihre Empfehlungen dar.

Zusammenfassung Projektverlauf

Seit 18 Jahren ist die Stiftung IdéeSport in drei Sprachregionen der Schweiz aktiv und ist dabei seiner neugierigen, dynamischen, kritischen und innovativen Kultur treugeblieben. In dieser Zeit hat sich die Stiftung schweizweit einen Namen als verlässlicher Partner in der Kinder- und Jugendförderung gemacht. Heute ist sie die grösste nicht verbandlich organisierte Organisation. In den letzten vier Jahren hat sich die Stiftung professionalisiert. Dank einer Modernisierung der Organisationsstrukturen, kann sie sich vermehrt auf die Programme konzentrieren und ihre fachliche Entwicklung verstärken.

Insgesamt laufen 117 Midnight-Projekte, welche finanziell wie auch politisch gesichert sind. 262 Gemeinden haben mit der Stiftung eine Vereinbarung, um leerstehenden Sporthallen als Begegnungs- und Bewegungsort für Jugendliche zu öffnen.

Dank der Niederschwelligkeit des Konzepts, stellen die Midnight-Veranstaltungen am Samstagabend für 1/3 aller Jugendlichen in den Gemeinden ein attraktives Angebot dar. Etwa 7% aller Jugendlichen zwischen 13-17 Jahren in der Schweiz sind Teilnehmende des MidnightSports, wovon 1/3 Mädchen sind. Mehr als die Hälfte dieser Jugendlichen haben einen Migrationshintergrund.

Zwischen 25-30% der Teilnehmenden geben an, dass MidnightSports dazu beigetragen hat, dass sie bisher nicht mit Rauchen angefangen haben. Die Hälfte der rauchenden Jugendlichen sagen, dass sie mit Rauchen aufhören wollen. Die extern durchgeführte Evaluation zeigt, dass viele Jugendliche, die normalerweise im Ausgang rauchen, dies während einer MidnightSports-Veranstaltung weniger tun.

Der Schlüssel zum Erfolg in dieser Präventionsarbeit stellt das Coachprogramm dar. Dank der konstanten Aus- und Weiterbildung, werden fast alle Juniorcoachs von den Midnight-Teilnehmenden als glaubhaft und kompetent wahrgenommen. Sie sind dafür verantwortlich ihre Peers bzgl. (tabak-)präventiven Themen zu informieren und zu sensibilisieren. Sie tragen somit massgeblich dazu bei, dass die MidnightSports-Projekte nicht nur verhältnispräventiv, sondern auch verhaltenspräventiv wirken. Die Coachs sind nicht nur Peer-Educator im Projekt, sondern auch Multiplikatoren in anderen Settings (Freizeit, Familie, Schule, weitere). Die vertiefte Auseinandersetzung mit dem Thema der Peer-Education hat zur Entwicklung des EverFresh-Modell geführt, welches in den ersten drei Pilotjahren sehr erfolgreiche Ergebnisse erzielt hat.

Wichtigste Erkenntnisse über Ergebnisse

87% der gesetzten Ziele wurden erreicht; 13% wurden teilweise erreicht und keine wurden nicht erreicht (!). Die Akquise blieb trotz hoher Investitionen aufgrund der politischen und finanziellen Gegebenheiten auf Kantons- und Gemeindeebene hinter den Erwartungen. Die bestehenden Projektstandorte begeistern durch einen reibungslosen Ablauf, sind lokal verankert und wirken dadurch nachhaltig. Dies zeigt sich durch die jährlich erreichten 30'000 Jugendlichen, wovon rund 1/3 weiblich sind und insgesamt mehr als die Hälfte Migrationshintergrund besitzen. IdéeSport erreicht damit die definierte Zielgruppe. Die Zahlen zeigen ausserdem, dass in der Saison 2014/2015 88% (Evaluation Interface) und in der Saison 2015/2016 (Teilnehmendenbefragung IdéeSport) 72.8% der Jugendlichen Rauchen uncool finden und sich selber als sensibel gegenüber dem Thema Tabakkonsum und dessen schädlichen Auswirkungen bezeichnen.

Die umfangreichen Investitionen in das Aus- und Weiterbildungsprogramm der Stiftung IdéeSport haben einen Mehrwert an Qualität geschaffen. So sind die Coachs sowie auch die Projektleitenden sensibilisiert auf das Thema der Tabakprävention. Insgesamt wurden in der Projektphase 6857 Juniorcoachs ausgebildet. Rund 40% davon waren weiblich.

Die lokalen Steuergruppen beteiligen sich aktiv an der Gestaltung der Projekte. Ihr Netzwerk ermöglicht die lokale Implementierung und die feste Verankerung vor Ort. Gemeinsam mit diesen Steuergruppen wird in jedem Projekt ein Haltungspapier zum Thema Suchtsubstanzen erarbeitet. Eine gemeinsame Haltung existiert damit auch ausserhalb der Sporthallen.

Die finanzpolitische Situation in den Kantonen und Gemeinden hat sich in den vergangenen Jahren verschärft und IdéeSport vor einige Herausforderungen gestellt. Dank den guten Geschäftsbeziehungen zwischen IdéeSport und den Kantonen konnten die Herausforderungen gemeinsam bewältigt werden, so dass heute die MidnightSports-Projekte in 12 Kantonen zu den Kantonalen Tabakpräventionsprojekten gehören.

Obwohl mit den Kantonen und Gemeinden eine intensive Zusammenarbeit stattfindet, konnte der Modellansatz PowerPlay nicht multipliziert werden. Gleichzeitig wurde das Massnahmenpaket Prävention+ entwickelt und ausgebaut. EverFresh als neues Modell der Tabakprävention innerhalb der Midnight-Angebote hat an Bedeutung gewonnen. Entwicklungen dieser Grössenordnung waren nur aufgrund aufwändiger und umfangreicher Analysen und Evaluationen (auch mit externen Partnern) möglich. Diese Evaluationen bescheinigen dem EverFresh seine Wirksamkeit und zeigen auf, dass MidnightSports-Projekte ihre angestrebte Wirkung erzielen.

Empfehlungen

Die Empfehlungen von Interface und der Expertengruppe Interface beinhalten in erster Linie die Weiterführung der MidnightSports-Projekte und die damit in Verbindung stehende finanzielle Unterstützung durch den Bund und die Kantone. Des Weiteren soll bei der Sicherung der Qualität angesetzt werden. Hierzu zählen z.B. die Durchsetzung des rauchfreien Settings sowie die Präzisierung der Zielsetzung. Dieser Empfehlung wurde im Gesuch um Verlängerung der finanziellen Unterstützung durch den TPF Rechnung getragen. Ebenfalls umgesetzt wurde die Empfehlung, die Präventionsaktivitäten zielgruppen- und bedürfnisorientiert auszuwählen und den Modellansatz EverFresh zu verbreiten.

Eigene Empfehlungen

Der Erfolg der Midnight-Projekte liegt auch in der Zukunft in deren Niederschwelligkeit und Regelmässigkeit. Es empfiehlt sich, die Zielgruppe bei der Entwicklung und Umsetzung partizipativ einzubinden und deren Bedürfnisse zu berücksichtigen. Im Setting Freizeit ist die richtige Dosierung der (Tabak-)Präventionsmassnahmen im Angebot zentral.

2 Beurteilung der Resultate

Falls Ihr Projekt extern evaluiert wurde, legen Sie bitte den Evaluationsbericht bei.

Welches waren Ihre Detailziele und angezielten Ergebnisse (Meilensteine) und wie beurteilen Sie die Zielerreichung?
Bitte füllen Sie die untenstehende Tabelle aus.

| Ziel (Detailziele / Meilensteine gemäss Gesuchseingabe Pt 4. / 4.1) | Erreicht | teilweise erreicht | nicht erreicht | Kommentar |
|--|--|--------------------|----------------|--|
| Erfolgsgrad der Zielerreichung | 87% | 13% | 0% | |
| MZ 1: Tabakfreier Ausgang | | | | |
| Teilprojekt A: Standortarbeit - Akquisition Orte - Aufbau u. Überführung - Laufende Standorte | Die schwierige finanzielle und politische Situation der letzten 3-5 Jahren hat überall Sparmassnahmen bei der öffentliche Hand mit sich gebracht. Kantone und Gemeinden haben weniger Mittel für Investitionen zur Verfügung was sich stark auf die Standortakquisition von IdeeSport ausgewirkt hat. Die laufenden Projekte konnten gesichert werden und die neu akquirierten Projekte sind breit aufgebaut worden. Die Haltung der Jugendlichen gegenüber dem Thema Tabak ist sehr positiv, da viele Jugendlichen dank MidnightSport nicht angefangen haben zu rauchen. | | | |
| DZ1-1: Erreichung der Jugendlichen • 2014 nehmen 28'000 Jugendliche an Veranstaltungen teil (6-9% der 13-17-Jährigen Jugendlichen in der Schweiz); davon sind 30% Mädchen. • 2014 nutzen 30% der Jugendlichen in Projektstandort-Gemeinden das Angebot. • Im Vergleich zum Standortmittel nutzen 2014 überproportional viele migrationsstämmige Jugendliche das Angebot regelmässig. | X | | | 2014: 27'500, 13-17 CH: 6.4%, ♀: 31.5% 2015: 28'051, 13-17 CH: 6.5%, ♀: 31.5% 2016: 29'700, 13-17 CH: 6.9%, ♀: 32.8% (Quelle 1 und 8) |
| | X | | | 2013/2014: 28.2% (Quelle 4) 2014/2015: 31% (Quelle 8) |
| | X | | | 2014: 50% (Quelle 8) 2015: 51.7% (Quelle 6) |
| DZ1-2: Tabakablehnende Haltung • 60% der teilnehmenden Jugendlichen bezeichnen sich 2014 als sensibel auf Fragen des Tabakkonsums. • 2014 finden 70% der Jugendlichen, die an Veranstaltungen teilnehmen, Rauchen uncool. • 15% der teilnehmenden Jugendlichen geben 2014 an, dass Midnight Sports dazu beigetragen hat, dass sie bisher nicht mit Rauchen angefangen haben. • 10% der teilnehmenden rauchenden Jugendlichen geben 2014 an, dass Midnight Sports dazu beigetragen hat, dass sie mit Rauchen aufhören wollen. | X | | | Keinen gezielten Angaben. Laut Quelle 5, 6 u. 8 wurde das Ziel erreicht. |
| | X | | | 2014: 86% (Quelle 5) 2015: 88% (Quelle 8) 2016: 72% (Quelle 6) |
| | X | | | 2014: 30% (Quelle 5 und 8) 2016: 25.1% (Quelle 6) |
| | X | | | 2014: 50% (Quelle 5) 2016: 50% (Quelle 6) |

| MZ 2: Peer Education für Tabakprävention | | | | |
|--|---|--|--|---|
| Teilprojekt B: Aus- und Weiterbildung <ul style="list-style-type: none"> - Peer Education - Leiterausbildung - Lokale Steuergruppe - Umfeldarbeit | Der Peer-Education ist der Erfolgsschlüssel in den Projekten. Die Juniorcoachs haben regelmässige Aus- und Weiterbildungen mit Inputs über Tabakprävention gemacht. Sie wurden von den TeilnehmerInnen als glaubhaft und kompetent bezeichnet. Eine Umfeldanalyse auf lokale Ebene zu organisieren war eine grosse Heraus- und manchmal auch Überforderung. Das Konzept muss bearbeitet und weiterentwickelt werden. | | | |
| DZ2-1: Einsatz von Jugendlichen als Peer-Educators <ul style="list-style-type: none"> • Bis Sommer 2015 sind 2'500 Jugendliche als Juniorcoachs ausgebildet und im Einsatz; davon sind 30% weiblich. • 2015 geben 80% der befragten Teilnehmenden an, dass die Juniorcoachs glaubhaft und kompetent tabakpräventive Positionen vertreten. | X | | | 2013: 1'806 JC, ♀: 45.8% (Quelle 3) 2014: 1'543, ♀: 45.1% (Quelle 4) 2015: 1'499 JC, ♀: 30% (Quelle 5) 2016: 2'009 JC, ♀: 40% (Quelle 6) Von Januar 2013 bis Sommer 2015 wurden 4'848 JC ausgebildet. |
| | X | | | 2015: 81% (Quelle 5 u. 8) 2016: 78.1% (Quelle 6) |
| DZ2-2: Konstante Aus- und Weiterbildung <ul style="list-style-type: none"> • Zwischen Anfang 2014 und Sommer 2015 finden 250 Aus- oder Weiterbildungen für Juniorcoachs statt. Dabei werden die Themen Tabak und Peer Education bearbeitet. | X | | | Anfang 2014 – Sommer 2015: 213 Kurse (Quelle 5) Anfang 2015 – Sommer 2016: 375 Kurse (Quelle 6) Das Thema Tabak wurde immer berücksichtigt. (Quelle 5 und 6) |
| MZ 3: Lokale Kompetenzen | | | | |
| Teilprojekt C: Tabakprävention Vertiefung <ul style="list-style-type: none"> - Tabakprävention Aktionen - Modell EverFresh* - Modell PowerPlay* - Modellprojekt neu* *siehe MZ5 | MidnightSports Projekte sind sehr lokal verankert und es wird sehr eng mit den Arbeitsgruppen zusammengearbeitet. Es wurde mit ihnen, sowie mit den Teams ein Haltungspapier erarbeitet was sich als ein sehr bereichernder Prozess herausstellte. Die Leiter haben mind. 3 Mal im Jahr eine Aus- und Weiterbildung besucht und fast jedes Projekt hat eine lokale Steuergruppe. | | | |
| DZ3-1: Kompetente Steuergruppen <ul style="list-style-type: none"> • Lokale Steuerungsgruppen erarbeiten bis Sommer 2015 für 90% der Standorte lokale Handlungspapiere zum Thema Tabak. • Bis Sommer 2015 verfügt jeder Projektstandort über eine lokale Steuergruppe, welche die Haltungen und Regeln bezüglich Tabakprävention vertritt. | X | | | 2015: 100% (Quelle 5) 2016: 98.2% (Quelle 6) |
| | X | | | 2015: 92% (Quelle 5) 2016: 91.1% (Quelle 6) |
| DZ3-2: Tabakthematische Ausbildung der ProjektleiterInnen <ul style="list-style-type: none"> • 2014 besuchen 80% der Projektleitenden einen Aus- oder Weiterbildungskurs der Programmleitung. | X | | | 2013: 82.5% (Quelle 2) 2015: 89.4% (Quelle 5) 2016: 84.3% (Quelle 6) |

| MZ 4: Tabakfreien Ausgang sichern und MZ 5: Modellhafte TP-Ansätze realisieren | | | | |
|--|--|---|--|---|
| Teilprojekt D: Projektsicherung - Finanzierung Absicherung - Lokale Implementierung - Kantonale TP-Programme | MidnightSports-Projekte sind in den Kantonen AG, BL, BS, NE, NW, SG, SO, TG, TI, UR, ZG, ZH. Teil der KTTTP. Die Kantone AG und TI beteiligen sich zudem an den Kosten von EverFresh im Rahmen der KTTTP. Die Projekte sind dank der lokalen Verankerung gesichert, nachhaltig und langfristig ausgerichtet. Der Modellansatz der TP-Ansätze für 10-12 Jährige (Power Play) wird nicht weitergeführt. | | | |
| DZ4-1: Breite finanzielle Absicherung • Bis Sommer 2015 beteiligen sich kantonale und kommunale Programmträger finanziell mit 2/3 der Gesamtfinanzierung an Aufbau und Sicherung des Projekts. | X | | | Kantonale und kommunale Programmträger haben sich bis Sommer 2014 insgesamt mit CHF 1'527'800 (Gemeinden 1'313'370.-, Kantone 214'422.-) an den Jugendprojekten beteiligt. Dies entspricht einem finanziellen Anteil von 70.8% (Quelle 5) Kantonale und kommunale Programmträger haben sich bis Sommer 2016 mit CHF 1'680'500.- (Gemeinden CHF 1'418'439.-, Kantone CHF 262'061.-) an den Jugendprojekten beteiligt. Dies entspricht einem finanziellen Anteil von 73.2% (Quelle 6). |
| DZ4-2: Lokale Implementierung der Angebote • Im Sommer 2015 sind 70% aller aufgebauten tabakfreien Ausgangsangebote mit mehrjährigen lokalen Verträgen gesichert und in lokalen Strukturen implementiert. | X | | | Bis Ende Juni 2016 sind 68% aller Verträge mehrjährig. 9% davon sind sogar für 3 Jahre oder mehr abgeschlossen (Quelle 6). |
| DZ5-1: Modellansatz 1 ever:fresh / Attraktiv vermitteltes Wissen • Jugendliche, die an ever:fresh-Abenden teilnehmen, sind sensibilisiert für Tabakthemen und geben zu 60% an, Rauchen sei uncool. | X | | | 93.5% der EverFresh Teilnehmenden im Kanton Aargau und Tessin sagen, dass sie dank dem Projekt ihre Kenntnisse zum Tabakkonsum erweitern konnten (Quelle 10). 80% der Teilnehmenden sagen zudem, dass sie dank EverFresh besser über die Marketingstrategie der Tabakindustrie informiert sind (Quelle 6). |
| DZ5-2: Modellansatz 2 power:play - Soziale Integration ohne Rauchen bei 10- bis 12 jährigen • 10- bis 12-jährige Jugendliche haben vermehrt Zugang zu gesundheitsfördernder Bewegung und geben zu 60% an, Rauchen sei uncool. | X | | | Obwohl sich das Konzept PowerPlay bewährt hat, zeigen nur wenige Gemeinden Interesse daran. PowerPlay ist ein Nischenprodukt, welches zukünftig kaum multipliziert werden kann. |
| DZ5-3: Gezielte TP-Konzepte erarbeiten • Bis Sommer 15 werden weitere innovative Tabakpräventions-Ansätze entwickelt, getestet, evaluiert und – bei positivem Verlauf – in multiplizierbare Konzepte integriert. • Neben den Pilotkantonen interessieren sich 2015 weitere Kantone für die neuen Projekte. | | X | | Die vertiefenden Massnahmen (Prävention+) wurden auch in der Saison 2015/2016 mit leichten Anpassungen umgesetzt. In der Nordostschweiz hat sich zudem ein Hybrid zwischen dem Tabakpräventionsansatz MidnightTrophy und EverFresh herausgebildet, der gute Erfolge erzielt. Aufgrund der positiven Erfahrungen mit EverFresh in den Kantonen TI und AG, wurden im Jahr 2016 erste Gespräche mit weiteren Fachstellen geführt. Ziel ist es, EverFresh in den Jahren 2017/2018 weiter zu verbreiten (Quelle 11) |
| | | X | | |

| MZ 6: Verbreitung und Akzeptanz | | | | |
|--|--|---|--|--|
| Teilprojekt E: Weiterentwicklung - Evaluation - Experte Begleitgruppe - Medienarbeit | Die Evaluation war sehr spannend und interessant. Eine externe Analyse gibt immer die Möglichkeit Anpassungen und Verbesserungen im Projekt vorzunehmen. Die Experten hatten keine Begleitfunktion gehabt. Inzwischen wurden neue Kantone Akquiriert und die Akzeptanz der IdeeSport Programme ist sehr hoch. Dies zeigen die vielen Nachahmer unseres Konzepts in der gesamten Schweiz. | | | |
| DZ6-1: Evaluation & Entwicklung • Ende 2015 liegt eine differenzierte quantitative und qualitative Evaluation mit Weiterentwicklungsempfehlungen vor. | X | | | Die Evaluation hat stattgefunden. (Quelle 8) |
| DZ6-2: Expertenbegleitung • Bis Sommer 2014 wird eine nationale Experten-Begleitgruppe aufgebaut. | | X | | Der Workshop hat am 20.11.2015 mit 10 Leuten stattgefunden. (Quelle 9) |
| DZ6-3: Verbreitung in allen Regionen • Mitte 2015 bestehen stabile Angebote in 20 Kantonen und 30% aller Gemeinden über 5'000 Einwohner. | X | | | 2014: 20 Kantone, 29.7% (Quelle 4) 2015: 19 Kantone, 22.3% (Quelle 5) 2016: 21 Kantone, 24.8% (Quelle 6) |
| DZ6-4: Aussenwahrnehmung • Bis Sommer 2015 werden 800 lokale, regionale und nationale Presseclippings zum Projekt verzeichnet. | X | | | 2013: 876 Presseclippings 2014: 729 Presseclippings 2015: 911 Presseclippings 2016: 852 Presseclippings (Quelle 1) |

Nennen Sie Beispiele an denen man den Unterschied sehen kann, den das Projekt bei der Zielgruppe macht (Income-Outcome-Relation) und nehmen Sie dabei Bezug zum Wirkungsmodell (www.tabak-praevention.ch / Rubrik Wirkungsmanagement).

Jedes Jahr werden in den MN-Projekten Teilnehmendenbefragungen durchgeführt. Diese erheben unter anderem die Haltung der Jugendlichen gegenüber den Themen Tabak. Die hier verwendeten Zahlen stammen aus der in der Saison 2015/2016 durchgeführten Teilnehmendenbefragung MidnightSports (Fragen 15, 17, 21 und 22, Anhang 1).

Impact: „Rauchen ist uncool“ und „Tabakfreier Raum für Jugendliche“

Schweizweit bezeichnen gut 62% der befragten Jugendlichen Rauchen als uncool. 10.4% bezeichnen Rauchen als eher uncool. Die Resultate weisen in den einzelnen Regionen Unterschiede auf. So ist die Haltung ‚Rauchen ist uncool‘ in der Deutschschweiz bzw. Romandie mit rund 71% stärker vertreten als im Tessin (44.8%). Auffallend ist, dass trotz der unterschiedlichen Haltung bzgl. ‚Rauchen ist uncool...‘ die Haltung ‚Rauchen ist cool‘ bzw. ‚eher cool‘ überall unter 5% bleibt. Die Zahlen zeigen, dass das MidnightSports die Haltung ‚Rauchen ist uncool‘ bzw. ‚eher uncool‘ bei mehr als der Hälfte der Teilnehmenden in der gesamten Schweiz verankern konnte.

Die Resultate zeigen des Weiteren auf, dass 46% der Jugendlichen im Gegensatz zu einem normalen Ausgehend während einem MidnightSports-Projekt auf den Konsum von Tabak verzichten. Von denjenigen Jugendlichen, die auch während einem MidnightSports-Abend ausserhalb der Veranstaltung rauchen, verringert sich der Tabakkonsum bei 0.2% bis 9% der befragten Jugendlichen.

Die Resultate zeigen auf, dass die durchgeführten Massnahmen der Verhaltensprävention wie z.B. die MidnightTrophy, Haltungspapiere sowie auch die verhältnispräventiven Aspekte des MidnightSports (Flyer, Rauchverbot, rauchfreier Aussenraum) eine Reduktion des Tabakkonsum bei den Jugendlichen bewirken.

Income-Outcome-Relation (Quelle 1):

Income 1.1.2013 bis 31.12.2016:

- 97% der erreichten Jugendlichen sind im Alter zwischen 12 und 17 Jahren
- Teilnahmen: 361'075
- Teilnehmerdurchschnitt: 39.9
- Wiederkehrende Teilnahmen: 84.96%
- Konstante Teilnahmen: 7.37%

Outcome:

- siehe DZ 1-1, 1-2, 2-1, 3-1, 5-1, 6-3 (vgl. Kapitel 2 „Beurteilung der Resultate“)

Wurde ein Wirkungsnachweis oder eine Kosten-Nutzen-Analyse durchgeführt? Was sind die Ergebnisse?

Wirkungsnachweis (Quelle 7)

Im Ausgang rauchen die Jugendlichen am häufigsten, Zuhause am wenigsten. Im MidnightSports sowie in der Schule oder am Arbeitsplatz wird etwa gleich oft geraucht. Im rauchfreien Setting von MidnightSports rauchen die Jugendlichen jedoch deutlich weniger, als wenn sie sonst in den Ausgang gehen würden.

[...]

Drei von zehn – und damit fast doppelt so viele wie erwartet – nichtrauchende Jugendliche geben an, dass MidnightSports dazu beigetragen hat, dass sie nicht mit Rauchen angefangen haben.

Bei knapp einem Viertel der rauchenden Jugendlichen, welche mit dem Rauchen aufhören wollen, hat MidnightSports zu dieser Entscheidung beigetragen. Somit wurde auch die Wirkung bei den rauchenden Jugendlichen übertroffen.

[...] 80 Prozent der Jugendlichen stufen die Juniorcoachs in Bezug auf deren Kompetenzen im Bereich Tabakprävention als glaubwürdig ein. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass die Peer-Education grosses Wirkungspotenzial hat. 20 Prozent der Juniorcoachs rauchen selber. Trotzdem machen sie mehr als die Hälfte der Jugendlichen – unabhängig davon, ob sie rauchen oder nicht – auf die schädlichen Aspekte des Rauchens aufmerksam, davon gut die Hälfte oft oder sehr oft.

Die Teilnehmendenbefragung zeigt, dass MidnightSports auf das Rauchverhalten der Jugendlichen wirkt. Zwar raucht fast ein Viertel der Jugendlichen sehr oft an MidnightSports-Abenden, aber sie rauchen deutlich weniger, als wenn sie sonst in den Ausgang gehen würden (40%). Durch MidnightSports entsteht für Raucher/-innen ein rauchfreies Setting, in welchem sie sich treffen können. Zudem nutzen diese rauchenden Jugendlichen – trotz des rauchfreien Settings – die Anlässe intensiv und weisen sogar eine höhere Nutzungsintensität auf als nichtrauchende Jugendliche. Letztere bewegen sich zwar innerhalb wie auch ausserhalb von MidnightSports häufiger; Raucher/-innen sind jedoch auch aktiver als erwartet. Nur ein Viertel der rauchenden Jugendlichen bewegt sich gar nicht.

Kosten-Nutzen Analyse (Quelle 8)

[...] Insgesamt werden rund 1,5 Millionen Franken von den Gemeinden in die MidnightSports-Projekte investiert. Die Gesamtkosten belaufen sich gemäss Schätzungen auf gut 3 Millionen Franken pro Jahr. Dies entspricht einer Investition von gut 100 Franken pro Teilnehmer/-in pro Jahr. Im Vergleich zum Projekt EverFresh zeigt sich, dass in diesem zwischen 80 Franken (Kanton Aargau) und 58 Franken (Kanton Tessin) pro Teilnehmer/-in ausgegeben wird. Allerdings ist dabei zu berücksichtigen, dass das MidnightSports die zentrale Voraussetzung dafür ist, dass EverFresh auch umgesetzt werden kann (Zugang zur Zielgruppe). Würde die operative Leitung der MidnightSports-Projekte vollumfänglich von Fachpersonen der offenen Jugendarbeit durchgeführt, wären die Kosten für dieses Angebot beträchtlich höher und für viele Gemeinden nicht mehr finanzierbar. Wie gut das Kosten-Nutzen-Verhältnis für die Gemeinden ist, ist davon abhängig, inwiefern MidnightSports erfolgreich ist, ob das Angebot längerfristig implementiert werden kann, wie viele Teilnehmende verzeichnet werden und ob eine Lücke im Angebot für die Jugendlichen geschlossen werden kann.

3 Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung)

Wie beurteilen Sie die Nachhaltigkeit Ihres Projekts? z.B.

- bleibt die Wirkung des Projekts auch nach Projektende bestehen?
- zieht das Projekt weitere Wirkungen nach sich (Nachahmung, Schneeballeffekt)?
- gehen die durch das Projekt entstandenen Prozesse weiter und wirken sie über die Zielgruppe hinaus?

Haben Sie die Möglichkeiten der Multiplikation des Projekts geprüft? Welche Möglichkeiten haben Sie ausgemacht?

Wie werden Sie das erarbeitete Know-how sowie die gemachten Erfahrungen für andere Projekte und Anliegen nutzbar machen? Über welche spezifischen Kanäle (Präsentation, Artikel und Publikationen, Internet, Radio / TV) wurden/ werden die Ergebnisse verbreitet?

Die erhobenen Zahlen zeigen, dass die bestehenden Angebote nach wie vor regelmässig und häufig genutzt werden. Eine Anstellung als Juniorcoach bzw. Seniorcoach steht bei den Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen immer noch hoch im Kurs. Das Angebot von MidnightSports als sinnvolle Freizeitbeschäftigung begeistert auch 17 Jahre nach dem ersten Projektstart zehntausende Jugendliche jedes Jahr. Die tabakpräventive Wirkung hat über die Jahre nicht nachgelassen und die durchgeführten Aktionen erzielen noch heute hohe Werte in Bezug auf die Tabakprävention, Information sowie Sensibilisierung zum Thema Tabakkonsum (Verhaltens- und Verhältnisprävention). (Quellen 1, 3, 4, 5, 6).

Entsprechend werden die Projekte weitergeführt und auch in Zukunft multipliziert. Vor allem der Peer-to-Peer-Ansatz wird im Rahmen des EverFresh weiter an Bedeutung gewinnen. Hier hat IdéeSport viel in die Zusammenarbeit mit anderen Fachstellen investiert und wird auch in Zukunft auf diese Kooperationen bauen. Dabei wird nicht nur EverFresh-Tabak multipliziert, sondern soll auch thematisch auf andere Suchtmittel angewandt werden. Auch das Programm MidnightSports sowie die anderen Programme der Stiftung IdéeSport werden weiterhin vervielfacht. Einzige Ausnahme ist PowerPlay. Hier ist die Nachfrage für eine sinnvolle Multiplikation zu gering. Die lokale Verankerung der Projekte ist massgeblich für eine langfristige und nachhaltige Umsetzung der Projekte.

Die Erfahrungen in der Tabakprävention durch offene Turnhallen haben über die Jahre zu Anpassungen der durchgeführten Aktionen geführt. So wurde das Modell EverFresh ins Leben gerufen, durchgeführt und weiterentwickelt. Von diesen Erfahrungen profitieren auch die Standortgemeinden, Fachstellen und Partner. Die Juniorcoachs wirken im Sinne von Multiplikatoren auch ausserhalb der Sporthallen in verschiedenen Settings (Freizeit, Familie, Schule etc.).

IdéeSport ist an einer Zusammenarbeit mit Fachstellen und Partnern sehr interessiert und darf in der ganzen Schweiz auf wertvolle Kooperationen blicken (Anhang 2). Diesen Partnern werden die Erfahrungen von IdéeSport zugänglich gemacht. Der jährliche Stiftungsbericht erreicht hunderte von Adressaten in der ganzen Schweiz und jeder Projektstandort verfügt über einen jährlichen Abschlussbericht der über die Homepage der IdéeSport öffentlich zugänglich ist.

Es erstaunt also nicht, dass das Prinzip der offenen Sporthallen in der ganzen Schweiz von anderen Anbietern kopiert und imitiert wird. Obwohl eine Multiplikation suchtmittelfreier Räume für Jugendliche grundsätzlich zu begrüssen ist, stellt sich bei den Nachahmern die Frage der Qualität. IdéeSport verfügt über langjährige Erfahrung und Knowhow in der Projektorganisation von offenen Sporthallen für verschiedene Zielgruppen und erweitert durch die Zusammenarbeit mit Fachstellen der (Tabak-)prävention und weiteren Partnern stetig sein fachliches Knowhow dazu. Imitationen der MidnightSports-Projekte können diesen Aufwand häufig nicht leisten und nicht die gleiche Qualität bieten, womit deren Wirkung in Bezug auf (Tabak-)Prävention in Frage gestellt werden darf.

4 Chancengleichheit

Haben Sie spezifische Massnahmen zur Förderung der Chancengleichheit unternommen (Gender, soziale Schicht und ethnische Zugehörigkeit)? Ja / Nein?

Wenn ja, welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Wenn nein, hätten dank solcher Massnahmen Ihrer Meinung nach bessere Ergebnisse erzielt werden können?

Massnahmen zur Förderung der Chancengleichheit

Das **Programm MidnightSports** ist auf die Förderung von Chancengleichheit ausgerichtet. Die Kernelemente des Programms fördert die chancengleiche Teilnahme/Partizipation aller (im Sinne des Integrationsverständnis des Bundes, SEM). So steht das Angebot allen Jugendlichen zwischen 12 und 17 Jahren gleichwertig offen, unabhängig ihres Geschlechts oder ihres sozioökonomischen Status. Es zielt darauf ab Jugendliche möglichst niederschwellig zu erreichen. Die Niederschwelligkeit des Angebotes zeichnet sich dadurch aus, dass das Bewegungs- und Begegnungsangebot für die Zielgruppe sehr einfach zu erreichen ist (im unmittelbaren Lebensraum der Jugendlichen stattfindet -> lokalen Turnhalle in Wohnquartieren). Das Angebot ist für die Jugendlichen kostenlos und kann ohne verbindliche Mitgliedschaft oder vorgängige Anmeldung genutzt werden. Die Jugendlichen dürfen an einem MidnightSports-Abend frei kommen und gehen und müssen sich nach keiner besonderen Kleidervorschrift richten (Sportkleider sind freiwillig). Um an einem MidnightSport-Abend teilzunehmen, müssen die Jugendlichen keine Mindestkenntnisse oder -fähigkeiten in einer Sportart mitbringen. Jeder ist willkommen und darf mitmachen, mit seinen sportlichen Fähigkeiten und seinen Interessen.

Zielsetzung des Programmes ist, Räume im sozialen Umfeld der Jugendlichen zu öffnen und mit Bewegung und Sport soziale Treffpunkte zu schaffen und Jugendliche über persönliche und soziale Grenzen hinweg gleichberechtigt zusammenzubringen. Neben den sportlichen Betätigungsfeldern bietet IdéeSport Gelegenheit sich zu treffen und kennen zu lernen, was einem grossen Bedürfnis bei den Jugendlichen entspricht. Das Angebot von sportlichen Aktivitäten ist freiwillig und wird ergänzt durch weitere Aktivitätsmöglichkeiten, wie einer Musikanalage oder einem DJ-Pult, eine Ruhezone (dicke Matten, Sitzecke) oder einem Tischfussballkasten. Die Teilnehmenden werden motiviert, eigene Ideen für Aktivitäten einzubringen und bestimmen bei der Wahl der Aktivitäten mit (Partizipation). Diese alternativen Angebote sprechen insbesondere Jugendliche an, deren Bedürfnis vor allem das „sich treffen“ darstellt oder die Hemmungen haben, wenn es um sportliche Aktivitäten geht.

In den Veranstaltungen wird eine Kultur der Offenheit gelebt. Das Team vor Ort (Projektleiter, Junior- und Seniorcoachs) leben eine Willkommenskultur vor. Jeder ist willkommen, z.B. auch Jugendliche, die durch ihr Verhalten auffallen oder bei anderen Angeboten „rausfallen“, weil sie Mühe haben, sich an Regeln zu halten. Auch diese Jugendlichen werden willkommen geheissen und motiviert, sich dennoch an Regeln zu halten (z.B. Hausordnung, kein Tabak- und Alkoholkonsum in der Sporthalle, Respekt gegenüber den Teilnehmenden und dem Material etc.).

Die Stärkung der Selbstverantwortung und der Selbstwirksamkeit von Jugendlichen sind Kernelemente der Programme von IdéeSport. Die Programme der Stiftung IdéeSport leben von der Partizipation der Kinder und Jugendlichen. Sie werden motiviert, ihre Ideen einzubringen und die Angebote mitzugestalten.

Insbesondere das **Coachprogramm** – im Sinne des Peer-to-Peer- Ansatzes - zielt darauf ab, Jugendliche zu fördern, und sie zur Übernahme von Verantwortung zu motivieren. Jugendliche zwischen 13 und 17 Jahren werden zu Junior- und später zu Seniorcoachs ausgebildet. In Zusammenarbeit mit Erwachsenen sind sie zuständig für das Veranstaltungsprogramm, die Durchführung der Aktivitäten, die Gestaltung der Halle, die Kommunikationswege (beispielsweise die Werbung mit Flyern und über Social Media), die Ausarbeitung und Durchsetzung von Regeln, die Konfliktlösung, die Verteilung der Verantwortlichkeiten und vieles mehr. Die Juniorcoachs werden von erwachsenen Leitungspersonen unterstützt: an jeder Veranstaltung nehmen eine erwachsene Projektleitung vor Ort und je nach Grösse des Standorts neben den Juniorcoachs auch ein bis drei Seniorcoachs teil. Letztere sind junge Erwachsene zwischen 18 und 25 Jahren, die oftmals vorher als Juniorcoach beteiligt waren. Die Leitungs-Teams sind immer geschlechtergemischt zusammengestellt.

Im Zentrum des Juniorcoach-Programms stehen Lernfelder, welche sich für die Jugendlichen mit der Übernahme von Verantwortung für die Gestaltung und Durchführung der Angebote öffnen. Das Juniorcoach-Programm ermöglicht individuelle und kollektive Bildungs- und Entwicklungsprozesse. Die Jugendlichen können vielseitig Sozial-, Sach- und Selbstkompetenzen (Teamwork, Konfliktlösung) und Ressourcen (positives Selbstwertgefühl, Selbstvertrauen, soziale Netzwerke) entwickeln und stärken. Die Juniorcoachs lernen ihre eigenen Bedürfnisse und Meinungen wahrzunehmen, zu artikulieren sowie ihre Interessen mit dem

Team auszuhandeln. Dabei ist zentral, dass sie die Wirkung des eigenen Handelns erleben.

Ein grosses Ziel des Programms sind Lernprozesse im Hinblick auf die Erwerbsarbeit der Jugendlichen. Es werden Kompetenzen erlernt, die für den Übergang in die Arbeitswelt wichtig sind. Die Juniorcoachs erwerben Qualifikationen, die sie bei der Lehrstellensuche ausweisen können.

Die Partizipation der Juniorcoachs ist ein Entwicklungsprozess, der viel Zeit und Unterstützung braucht (Entwicklungsmöglichkeit vom Juniorcoach, zum Seniorcoach, bis hin zum PL). Partizipation ist von Projektbeginn weg möglich, wird aber nicht von Anfang an und automatisch von jedem Coach genutzt. Dabei gilt zu beachten, dass über die Hälfte der Coachs einen Migrationshintergrund hat. Nur wenige dieser Jugendlichen haben Erfahrung mit partizipativen Prozessen, beispielsweise aus Vereinen oder einem Jugendparlament. Entsprechend sind auch die partizipativen Prozesse auf Langfristigkeit ausgerichtet. Die Coachs müssen im Regelfall zuerst lernen ihre Bedürfnisse wahrzunehmen, zu artikulieren und im Team zu vertreten. Somit geschieht die Partizipation bei den Coachs je nach Entwicklungsstadium in unterschiedlicher Intensität. Die Partizipation in der offenen Sporthalle ist also keine einmalige Intervention in einem zeitlich begrenzten Rahmen sondern ein Entwicklungsprozess, der sich über mehrere Jahre erstrecken kann.

Seit 2012 werden die MidnightSports-Projekte durch ein neues Präventionsmodell namens **EverFresh** ergänzt. EverFresh verfolgt dabei den Ansatz der Peer-Education und bindet Jugendliche aktiv in die Vermittlung von Wissen über den Konsum von Suchtmitteln mit ein. Ein mobiles EverFresh-Team, bestehend aus Juniorcoachs, besucht pro Saison mehrere Midnight-Standorte und informiert und sensibilisiert die jugendlichen Teilnehmenden auf spielerische und interaktive Weise über Suchtmittel. Im Zentrum steht der Dialog. Anhand von Spielen, Sinnesparcours und Diskussionen tauschen sich die Jugendlichen (EverFesh-Coachs mit Teilnehmenden) zu Risiken und Auswirkungen von Suchtmitteln aus. Die Zielsetzung ist es, Jugendliche auf niederschwellige Weise – Peer to Peer – zu informieren und zu sensibilisieren.

Da EverFresh innerhalb der MidnightSports- Projekte und aus dem Coachprogramm stattfindet, gelten dieselben Massnahmen zur Förderung der Chancengleichheit auch für EverFresh. Die EverFresh-Coachs werden aktiv bei der Gestaltung und Anpassung der Präventions-Aktionen einbezogen (Förderung der Partizipation). Sie entwickeln ein Bewusstsein für ihre Vorbildrolle und fungieren auch ausserhalb der Sporthalle durch ihr vorhandenes Fachwissen als Multiplikatoren (Förderung der Verantwortungsübernahme). Die Präventionsaktivitäten von EverFresh gestalten sich zu gleichen Teilen körperlich-aktiv als auch psychisch-kognitiv und sprechen so bewegungsbegeisterte als auch weniger bewegungsfreudige Jugendliche an. Die EverFresh-Teams sind geschlechtlich gemischt (wenn möglich gleich viele Mädchen wie Jungen), so dass alle Teilnehmenden der MidnightSports-Veranstaltungen sich nach Lust und Laune an ein Geschlecht ihresgleichen wenden können.

Spezielle Massnahmen zur Mädchenförderung

Die Gesundheit von Mädchen und Knaben ist eng verbunden mit der gender-spezifischen Sozialisation und den zahlreichen Aufgaben und Problemen, die sie entwicklungsbedingt zu bewältigen haben. Dementsprechend stehen Mädchen und Knaben für die Bewältigung ihrer Entwicklungsaufgaben unterschiedliche soziale Netzwerke und Stressbewältigungsstrategien zur Verfügung. Sollen durch die MidnightSports-Veranstaltungen gezielt auch Mädchen gefördert werden, gilt es ein Umfeld zu schaffen, in dem sich auch Mädchen wohlfühlen.

So wird bei der Angebotsgestaltung (Halleneinrichtung und Wahl des Spielangebots) darauf geachtet, dass auch die Bedürfnisse der Mädchen wahrgenommen werden. So werden neben den Spilsportarten freie Bewegungsangebote (Trampolin, Schaukeln), Ruhezonen (dicke Matten, Sitzcken) aber immer wieder auch Angebote im Tanzbereich (z.B. Hiphop) angeboten. Des Weiteren wird ein breiteres Spielangebot (Volleyball, Badminton) organisiert. Ergänzend ist es sehr wichtig, dass auch die Mädchen Vorbilder in den Projekten haben: die Leitungsteams (Projektleitung und Coachs) und die EverFresh-Teams werden gezielt ausgewogen nach Geschlechtern zusammengestellt. Weibliche Projektleitende und aktive Mädchen als Juniorcoachs haben eine wichtige Vorbildrolle und sind, viel mehr als bei Jungen, immer wieder auch Ansprech- und Vertrauensperson. Bei Co-Projektleitungen wird darauf geachtet, beide Geschlechter zu berücksichtigen. Bei der Umsetzung von EverFresh besteht nicht nur die Chance, das Thema Tabak von Jugendlichen zu Jugendlichen anzusprechen, sondern von Mädchen zu Mädchen. Schlussendlich werden auch in der Kommunikation gender-spezifische Aspekte berücksichtigt: das Ansprechen der Jugendlichen über einfache Kommunikationsmittel (Flyer, SMS etc.) steht im Zentrum des Werbekonzepts für die MidnightSports-Veranstaltungen. Bei der Gestaltung und Formulierung wird bewusst darauf geschaut, dass sie nicht nur auf Jungs abzielt (Bilder von umkämpften Spielszenen, Siegesankündigungen etc.), sondern auch Mädchen anspricht.

Erfahrungen und Zahlen

Die Erfahrung zeigt, dass das MidnightSport-Angebot „benachteiligte“ und vulnerable Zielgruppen gezielt erreicht, so insbesondere Jugendliche mit Migrationshintergrund. In Angeboten des Settings des organisierten Sports¹ aber auch der Jugendverbänden (z.B. CEVI, Jubla, Pfadi) ist diese Zielgruppe häufig untervertreten. Im Gegensatz dazu spricht das Programm MidnightSports diese Zielgruppen gezielt an. In der Teilnehmerbefragung 2016 gaben 39% der Jugendlichen an, mit beiden Elternteilen und 12% mit einem Elternteil eine Fremdsprache zu sprechen (n= 2'389) (Quelle 1). In den Jahren davor hatten immer etwa 50% der Teilnehmenden einen Migrationshintergrund (vgl. Kapitel 2, DZ 1-1 „Erreichung der Jugendlichen“). In der Saison 2015/2016 wiesen 51% der Junior-Coachs einen Migrationshintergrund auf (Quelle 1). Dies sah auch in den Jahren zuvor sehr ähnlich aus.

Die Zahlen und Erfahrungen sind ein deutlicher Hinweis, dass das Programm erfolgreich Jugendliche mit Migrationshintergrund erreicht. Dabei handelt es sich um eine Zielgruppe aus tieferen sozioökonomischen Schichten, Jugendliche aus sogenannten „bildungsferneren“ Familien, die oft weniger gut von Bewegungs- und Sportangeboten, sowie gesundheitsfördernden Angeboten erreicht werden.

Ein sozialer Treffpunkt mit Bewegungsangeboten anzubieten, der sowohl Jungen wie auch Mädchen im Jugendalter anspricht, ist eine grosse Herausforderung. Die Erfahrungen und Zahlen zeigen, dass die Massnahmen, welche die Stiftung umsetzt, greifen. Die Erfahrungen im Thema der Förderung der Chancengleichheit für Mädchen sind positiv. Der Mädchenanteil in den MidnightSports-Veranstaltungen lag in den letzten Jahren immer etwas über 30% (vgl. Kapitel 2, DZ 1-1 „Erreichung der Jugendlichen“), was für ein gemischtes Bewegungs- und Begegnungsangebot im Jugendalter als sehr positiv erachtet werden darf. Auch die Beteiligung der Mädchen im Juniorcoach-Programm darf als beträchtlich angeschaut werden. So waren im Jahr 2016 40% der Juniorcoachs Mädchen. Dieser Anteil variierte in den Jahren zuvor zwischen 30 - 45% (vgl. Kapitel 2, DZ 2-1 „Einsatz von Jugendlichen als Peer-Educators“).

Förderung besonderer Bedürfnisse

Potential und Möglichkeiten bestehen für die Stiftung im Thema der Förderung eines chancengleichen Zugangs für Jugendliche mit besonderem Förderbedarf; sprich mit einer Behinderung. Das Programm MidnightSports steht Jugendlichen mit einer Beeinträchtigung offen. Mit hoher Wahrscheinlichkeit nehmen Jugendliche mit Verhaltensauffälligkeiten (ADS oder ADHS) oder leichten Lernbehinderungen an den Angeboten teil. So bieten die MidnightSports-Veranstaltungen gerade diesen Jugendlichen, welche im schulischen Kontext oft weniger Erfolgserlebnisse machen können und eher negativ auffallen, den Raum um sich frei und ohne Beurteilungsdruck zu bewegen und zu treffen und Erfolgserlebnisse zu machen. Vereinzelt nehmen auch Jugendliche mit einer körperlichen Beeinträchtigung an den Angeboten teil. So engagiert sich in einem Angebot etwa ein Jugendlicher im Rollstuhl als Coach. Die Partizipation von Jugendlichen mit einer Beeinträchtigung wird bis jetzt jedoch in den Programmen von IdéeSport nicht mit speziellen Massnahmen gefördert oder evaluiert.

5 Weitere Punkte

Keine Angaben

¹ Lamprecht, M., Fischer A., Weigand, D. & Stamm, H.P. (2015). Sport Schweiz 2014: Kinder- und Jugendbericht. Magglingen: Bundesamt für Sport BASPO