



Schlussbericht für Tabakpräventionsprojekte und -programme

(bitte nicht handschriftlich ausfüllen)

Projektname	Prävention und Gesundheitsförderung bei Jugendlichen mit feel-ok.ch für die Periode 2015-2017 (Fokus: Rauchprävention)	
Projektstart	1.1.2015	
Projektende	30.4.2018	
Beitragsempfängerin / Beitragsempfänger	Name Strasse / Nr. PLZ / Ort	RADIX Pfingstweidstrasse 10 8005 Zürich
Kontaktperson	Dr. phil, MPH, Oliver Padlina	
Verfügungsnummer	14.014222	
Verfügungssumme	220'500 CHF	

Ort / Datum

2.5.2018

Unterschrift

INHALTSVERZEICHNIS

Teil A

1	Zusammenfassung des Schlussberichts.....	2
2	Beurteilung der Resultate	2
3	Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung)	8
4	Chancengleichheit	9
5	Weitere Punkte	9
1	Projektreflexion.....	10
2	Empfehlungen / Erkenntnisse für ähnliche Projekte	12

Teil A

1 Zusammenfassung des Schlussberichts

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

Mit feel-ok.ch können Jugendliche für tabakpräventive Anliegen auf moderne und ansprechende Weise sensibilisiert werden. Zu diesem Zweck wurde das bestehende Angebot mit neuen Inhalten erweitert und die bestehenden Texte wurden aktualisiert bzw. die Struktur der Webplattform wurde vereinfacht. Dazu wurden verschiedene Massnahmen eingesetzt, um die Nutzung des Rauchprogramms im schulischen und im auserschulischen Setting zu fördern. Zu den Massnahmen gehören die Lancierung der kantonalen Versionen von feel-ok.ch, die Anbindung der Thematik Tabak an den Lehrplan 21, den Einsatz von AdWords, Interviews mit Fachstellen, Treffen mit über 600 Jugendlichen, die Verteilung neuer Werbematerialien, Newsletters, Infomails an Beratungsstellen und Kontaktpersonen der offenen Jugendarbeit, Workshops, usw.

Die Rückmeldungen und die sehr erfreulichen Nutzungswerte zwischen Anfang 2015 und März 2018 weisen darauf hin, dass feel-ok.ch, seine tabakpräventive Sektion und die didaktischen Materialien in Schulen sehr geschätzt sind. Daher empfiehlt sich, auf das Bewährte aufzubauen. Konkret heisst das, weiterhin bei neuen Entwicklungen Instrumente für Schulen anbieten, sicherstellen, dass das Angebot fachlich fundiert bleibt, Netzwerkarbeit mit lokalen Stellen fördern und Jugendliche bei der konzeptionellen und inhaltlichen Entwicklung aktiv beteiligen.

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												
Das Rauchprogramm auf feel-ok.ch wird jährlich mindestens 20'000 Mal besucht.	Ja			Gemäss ursprünglicher Schätzung hätte das Rauchprogramm zwischen Anfang 2015 bis zum 31.3.2018 insgesamt 65'000 Mal genutzt werden müssen. Insgesamt wurde das rauchpräventive Angebot während diesem Zeitfenster 123'132 Mal besucht. Hier die Details: <table><tr><th>Jahr</th><th>N Sitzungen</th></tr><tr><td>2015</td><td>24'412</td></tr><tr><td>2016</td><td>39'226</td></tr><tr><td>2017</td><td>48'675</td></tr><tr><td>2018: Bis 31.03.2018</td><td>10'819</td></tr><tr><td>Total</td><td>123'132</td></tr></table>	Jahr	N Sitzungen	2015	24'412	2016	39'226	2017	48'675	2018: Bis 31.03.2018	10'819	Total	123'132
Jahr	N Sitzungen															
2015	24'412															
2016	39'226															
2017	48'675															
2018: Bis 31.03.2018	10'819															
Total	123'132															

Die Anzahl der heruntergeladenen Arbeitsblätter von feel-ok.ch zum Thema Rauchen und der heruntergeladenen Handbücher bleibt bis im Jahr 2017 konstant (jährlich mindestens 1'800 Downloads) oder nimmt zu.	Ja			Gemäss ursprünglicher Schätzung hätten die Arbeitsblätter von feel-ok.ch zum Thema Rauchen zwischen Anfang 2015 bis zum 31.3.2018 insgesamt 5'850 Mal heruntergeladen werden müssen. Sie wurden jedoch 9'154 Mal heruntergeladen. Somit ist das Ziel erreicht, auch ohne die Anzahl Downloads des Handbuches dazu zu zählen. Hier die Details: <table><tr><th colspan="2">N Downloads Arbeitsblätter</th></tr><tr><th>Jahr</th><th>Tabak</th></tr><tr><td>2015</td><td>2'504</td></tr><tr><td>2016</td><td>2'737</td></tr><tr><td>2017</td><td>3'166</td></tr><tr><td>2018: Bis 31.03.2018</td><td>747</td></tr><tr><td>Total</td><td>9'154</td></tr></table>	N Downloads Arbeitsblätter		Jahr	Tabak	2015	2'504	2016	2'737	2017	3'166	2018: Bis 31.03.2018	747	Total	9'154
N Downloads Arbeitsblätter																		
Jahr	Tabak																	
2015	2'504																	
2016	2'737																	
2017	3'166																	
2018: Bis 31.03.2018	747																	
Total	9'154																	
Die Materialien von feel-ok.ch werden gleich häufig bestellt (jährlich mindestens 10'000 Einheiten) oder die Anzahl der Bestellungen nimmt zu.	Ja			Gemäss ursprünglicher Schätzung war vorgesehen, dass zwischen Anfang 2015 bis zum 31.3.2018 insgesamt 32'500 Exemplare der Materialien von feel-ok.ch bestellt werden. Bestellt wurden jedoch im gleichen Zeitfenster 48'716 Exemplare. Hier die Details: <table><tr><th>Jahr</th><th>Bestellte Exemplare</th></tr><tr><td>2015</td><td>10'552</td></tr><tr><td>2016</td><td>13'564</td></tr><tr><td>2017</td><td>17'497</td></tr><tr><td>2018: Bis 31.03.2018</td><td>7'103</td></tr><tr><td>Total</td><td>48'716</td></tr></table>	Jahr	Bestellte Exemplare	2015	10'552	2016	13'564	2017	17'497	2018: Bis 31.03.2018	7'103	Total	48'716		
Jahr	Bestellte Exemplare																	
2015	10'552																	
2016	13'564																	
2017	17'497																	
2018: Bis 31.03.2018	7'103																	
Total	48'716																	
Mittels Google Schweiz wird mit gezielten Suchworten wie «Rauchen», «Nichtraucher» oder mit Ausdrücken wie «Mit dem Rauchen aufhören» das Angebot von feel-ok.ch weiterhin gefunden, da die Website in der Rangliste der Suchmaschine auf den ersten drei Seiten erscheint.	Ja			Insgesamt 200 Suchbegriffe führen dazu, dass das Angebot von feel-ok.ch gemäss Angaben von SISTRIX auf den ersten 10 Seiten des organischen Suchresultats von Google erscheint. 53 der 200 Suchbegriffe führen sogar zu einer Platzierung auf der ersten Resultatseite der Suchmaschine. Suchworte dazu: «raucher sucht», «zigaretten-sucht», «nikotinabhängigkeitstest», «zigaretten rauchen», «rauchfrei», «weniger rauchen». <i>Bei Bedarf können wir die vollständige Liste der Google-Rechercheresultate als Excel-Tabelle senden (für feel-ok.ch wie auch für jede weitere Website).</i> feel-ok.ch hat zurzeit gemäss SISTRIX eine Sichtbarkeit in der organischen Suche von Google von 3.7 (der Wert variiert ständig). Als Vergleich: 147.ch hat eine Sichtbarkeit von 2.0 und tschau.ch wie auch smokefree.ch von 0.5). Wenn man nur auf das rauchpräventive Angebot von feel-ok.ch fokussiert, hat diese Sektion eine Sichtbarkeit von 0.45. Eine höhere Sichtbarkeit hat nur die Sektion Sexualität														

				(0.7). Auf das Thema Tabakprävention folgt dann das Thema Cannabis mit 0.17. Fazit: Das tabakpräventive Angebot von feel-ok ist optimal in der Suchmaschine von Google vertreten.
Die Häufigkeit der Nutzung von feel-ok.ch bleibt in der Mehrzahl der Kantone der Deutschschweiz konstant oder nimmt zu.	Ja			Wie untenstehende Tabelle zeigt, hat die Nutzung von feel-ok.ch in fast allen Kantonen der Deutschschweiz (oft erheblich) zugenommen. Eine Ausnahme sind Appenzell Ausserrhoden und Obwalden: Dafür haben wir keine plausible Erklärung.

Anzahl Sitzungen pro Kanton zwischen 2015 und 2017

Kanton	2015	2016	2017
Zürich	68'709	83'571	108'564
Bern	23'945	25'995	38'610
St. Gallen	13'335	15'909	22'490
Luzern	12'727	15'024	20'705
Aargau	11'805	13'656	19'049
Appenzell- Ausserrhoden	9'611	3'480	2'372
Basel-Stadt	7'905	9'700	14'585
Zug	4'903	4'578	6'925
Solothurn	4'372	6'156	9'447
Graubünden	4'173	5'755	6'123
Basel-Land	3'723	4'177	5'708
Thurgau	3'565	4'901	7'151
Vaud	3'283	2'931	2'951
Schwyz	3'118	3'058	4'734
Genf	2'249	3'954	6'051
Fribourg	2'238	2'388	2'616
Wallis	991	1'022	1'136
Schaffhausen	901	1'407	1'683
Nidwalden	879	865	1'288
Obwalden	851	495	686
Uri	784	592	902
Tessin	765	660	743
Neuchâtel	506	386	354
Glarus	345	497	752
Jura	63	139	133
Appenzell- Innerrhoden	46	68	63

Ziel (Detailziele / Meilensteine gemäss Gesuchseingabe Pt 4. / 4.1)	erreicht	teilweise erreicht	nicht erreicht	Kommentar												
Jährlich wird INFO QUEST mindestens 10'000 Mal genutzt.		Ja		Es wurde erwartet, dass INFO QUEST zwischen Anfang 2015 bis zum 31.3.2018 32'500 Mal genutzt wird. Insgesamt wurde die Adresskartei von INFO QUEST aber 31'321 Mal genutzt. Dies hat womöglich damit zu tun, dass INFO QUEST sehr langsam war (eine Abfrage hat mehrere Sekunden gedauert). Das Problem wurde Ende 2017 korrigiert und die Abfragen dadurch erheblich beschleunigt. Dies scheint Wirkung zu zeigen: Im Jahr 2018 wurde INFO QUEST schon 66% öfter genutzt als in der gleichen Periode des vorherigen Jahres. Hier die Details: <table><tr><th>Jahr</th><th>N Sitzungen</th></tr><tr><td>2015</td><td>10'867</td></tr><tr><td>2016</td><td>7'873</td></tr><tr><td>2017</td><td>8'467</td></tr><tr><td>2018: Bis 31.03.2018</td><td>4'114</td></tr><tr><td>Total</td><td>31'321</td></tr></table>	Jahr	N Sitzungen	2015	10'867	2016	7'873	2017	8'467	2018: Bis 31.03.2018	4'114	Total	31'321
Jahr	N Sitzungen															
2015	10'867															
2016	7'873															
2017	8'467															
2018: Bis 31.03.2018	4'114															
Total	31'321															
Beratungs- und Workshop-Anfragen von Multiplikator/-innen werden realisiert	Ja			Alle Workshop- und alle Beratungsanfragen wurden realisiert. Die entsprechende Ziffer wird nicht systematisch erfasst, daher ist eine Quantifizierung dieses Zieles nicht vorgesehen.												
Die Inhalte von feel-ok.ch zum Thema Rauchen wurden in drei Jahren 2 Mal überprüft und bei Bedarf aktualisiert.	Ja			Die Inhalte des Rauchprogramms wurden 3 Mal geprüft und bei Bedarf aktualisiert. Die nächste Prüfung ist für Ende 2018 vorgesehen.												
Im Rauchprogramm wird ein neues Thema in Form von Artikeln in bestehende Module integriert.	Ja			Das Rauchprogramm wurde mit den Themen «e-Zigaretten», «CBD», «Brandprävention» und «Umwelt, Tiere, Menschen» ergänzt. Dazu wurden eine Seite für Tempo-Leser/-innen sowie Interviews mit Jugendlichen eingefügt.												
Die Angaben auf INFO QUEST werden alle 2 Jahre überprüft und bei Bedarf aktualisiert. Zudem werden auf INFO QUEST neue sinnvolle tabakpräventive Ressourcen für Jugendliche und Multiplikator/-innen aufgenommen	Ja			Alle Einträge in INFO QUEST sind nach 2 Jahren offline und müssen geprüft bzw. aktualisiert werden, um 2 weitere Jahre in INFO QUEST zu erscheinen. Zum Thema Rauchen enthält INFO QUEST 80 Einträge.												

Detaillierte Angaben findet man in den Jahresberichten von feel-ok.ch auf feel-ok.ch/infos-jahresberichte

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.

Aus dem Wirkungsmodell: *«Multiplikatoren und kantonale / regionale Instanzen lernen das Potential des Rauchprogramms von feel-ok.ch für die Realisierung ihres tabakpräventiven Auftrages kennen.»*

- Zwischen Mai 2017 und Januar 2018 wurden 35 Fachorganisationen und regionale Stellen über das tabakpräventive Angebot von feel-ok.ch im Rahmen bilateraler 2-stündiger Gespräche informiert. Anregungen wurden entgegengenommen.
- Acht Kantone verfügen über eine regionale Version von feel-ok.ch (Stand April 2018): ZH, ZG, TG, SO, SG, BE, BL+BS (SH und LU sind in Vorbereitung). Die kantonalen Kontaktpersonen werden regelmässig über Neuheiten des Rauchprogramms informiert.
- Per Newsletter werden Lehrpersonen und Multiplikatoren/-innen in verschiedenen Settings (> 1800 Abonnenten) über Erweiterungen des Rauchprogramms informiert (neue Inhalte, neue Arbeitsblätter, neue Tools, usw.).

Aus dem Wirkungsmodell: *«Jugendliche sind für die Vorteile des Nichtrauchens und für die Nachteile des Zigarettenkonsums sensibilisiert bzw. sie wissen, wie man mit dem Rauchen aufhört sowie wo man Unterstützung bekommt.»*

- Zwischen 2015 und März 2018 wurde das rauchpräventive Angebot von feel-ok.ch mehr als 120'000 Mal genutzt. Vorherige Studien weisen darauf hin, dass etwa 80% der damit erreichten Personen Teenager sind. Das heisst: Etwa 96'000 Jugendliche wurden in einer Zeitspanne von 3 Jahren und 3 Monaten für die Vorteile des Nichtrauchens und für die Nachteile des Zigarettenkonsums sensibilisiert bzw. haben erfahren, wie man mit dem Rauchen aufhört und wo man Unterstützung bekommt.
- Zwischen September 2017 und April 2018 hat der Leiter von feel-ok.ch über 600 Jugendliche im schulischen Setting im Kanton Zürich getroffen, einerseits um die Schüler/-innen für tabakpräventive Anliegen zu sensibilisieren, andererseits um neue Inhalte für das Rauchprogramm zu generieren sowie um neue Methoden der Rauchprävention zu prüfen.

Aus dem Wirkungsmodell: *«Der Prozentsatz Jugendlicher, die mit dem Rauchen aufhören wollen, nimmt zu. Der Prozentsatz Jugendlicher, die mit dem gelegentlichen oder regelmässigen Rauchen beginnen, nimmt ab. Der Prozentsatz der regelmässig Rauchenden, die mit dem Rauchen aufhören, nimmt zu.»*

- Um obiges Statement zu prüfen, wäre eine Wirksamkeitsstudie notwendig, was vom Interventionsdesign nicht vorgesehen war. Dennoch eine Anekdote: Von den 602 erreichten Jugendlichen im schulischen Setting zwischen September 2017 und April 2018, von denen die Mehrzahl zwischen 12 und 16 Jahre alt war, haben nur 0.5% täglich geraucht. Gemäss Statistiken erwartet man, dass 6.5% der 15-jährigen täglich raucht. Es ist zu berücksichtigen, dass es sich in diesem Zusammenhang vorwiegend um Schulen handelt, bei welchen sowohl Experiment Nichtrauchen wie auch feel-ok.ch eingesetzt wird. Das ist ein erfreuliches Ergebnis, dennoch kann über Ursache und Wirkung nur spekuliert werden.

Aus dem Wirkungsmodell: *«feel-ok.ch bündelt das Fachwissen der Fachinstitutionen in einer Internetplattform und bietet die Inhalte in jugendgerechter Sprache mit der Begleitung von didaktischen Materialien an.»*

- Patronatsinstitutionen - zum Thema Rauchen gehören dazu die Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention, Berner Gesundheit, Cool&Clean, die Lungenliga beider Basel, Sucht Schweiz, Züri Rauchfrei und Unfairtobacco - bieten ihr Fachwissen via feel-ok.ch in jugendgerechter Sprache an. Multiplikatoren nutzen 12 Arbeitsblätter, um diese Inhalte mit Jugendlichen zu bearbeiten.

Die direkten Kosten des Tabakmissbrauchs sind die Kosten für medizinische Behandlungen, die den Folgen des Tabakkonsums zugeschrieben werden können, und werden insgesamt für alle Altersgruppen auf CHF 1.5 Milliarden geschätzt. Die indirekten Kosten umfassen die Produktionsausfälle durch tabakbedingte Krankheiten, Todesfälle und Invalidität. Sie werden auf CHF 4.0 Milliarden geschätzt. Die immateriellen Kosten beziehen sich auf den Verlust von Lebensqualität, z.B. infolge physischer und psychischer Leiden oder infolge der Veränderungen der Lebensgewohnheiten der betroffenen Personen und ihrer Angehörigen. Die immateriellen Kosten werden auf CHF 5.2 Milliarden geschätzt.

Insgesamt werden die sozialen Kosten des Tabakkonsums in der Schweiz auf CHF 10.7 Milliarden jährlich geschätzt. Auf Bevölkerungsebene rauchen gemäss Angaben des Bundesamtes für Statistik (2012) 28.2% der Umfrageteilnehmer/-innen ab 15 Jahren (N=1'928'392). Daraus folgt der Schluss, dass jeder Raucher und jede Raucherin im Laufe des Lebens im Durchschnitt jährliche Kosten von CHF 5'549 verursacht.

Das Rauchprogramm von feel-ok.ch wurde zwischen 2015 und März 2018 insgesamt 123'132 Mal schätzungsweise von 96'000 Jugendlichen genutzt. Wenn 40 Jugendliche mit dem tabakpräventiven Angebot von feel-ok.ch vom Rauchen ferngehalten werden konnten, ist mit Kosten eines Jahres, die der Tabakkonsum verursacht, die Investition des TPF kompensiert (jährliche Kosten des Rauchens pro Person, die raucht: CHF 5'549. Investition TPF: CHF 220'500. $\text{CHF } 220'500 / \text{CHF } 5'549 = 40$ Personen). Da feel-ok.ch schätzungsweise 96'000 Jugendliche erreicht hat, genügt eine Wirksamkeit von 0.04%, um die TPF-Projektinvestition zu kompensieren (40 von 96'000 Personen = 0.041%).

Mit einer Wirksamkeit von 1% hat feel-ok.ch 960 Jugendliche dazu gebracht, nicht zu rauchen oder damit aufzuhören. Nach dieser Schätzung hat die Gesellschaft jährlich CHF 5'100'000 gespart (1% von 96'000 Jugendlichen = 960 Jugendliche. $960 \text{ Jugendliche} * \text{CHF } 5'549 = \text{CHF } 5'327'040$. Minus Investition des TPF: $\text{CHF } 220'500 = 5'106'540$).

Der effektive und langfristige Wirksamkeitswert von feel-ok.ch könnte nur mit aufwändigen und kostenintensiven Wirksamkeitsstudien genau definiert werden. Diese müssten zudem mehrjährig angelegt sein. Eine kurzfristige Wirksamkeitsstudie wurde zwischen 2005 und 2007 realisiert und zeigte höhere Werte als 1%. Auch wenn der effektive und langfristige Wirksamkeitswert von feel-ok.ch nicht definitiv festgelegt werden kann, verdeutlichen obige Rechnungen, wie «wenig» Wirksamkeit bei einem Programm mit einer solchen Verbreitung erforderlich ist, um hohe Kosten zu sparen, krankheitsbedingtes Leiden zu vermeiden und Lebensjahre zu retten.

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?

Das tabakpräventive Angebot von feel-ok.ch wurde 2001 lanciert und wird damit nun seit 17 Jahren laufend aktualisiert und verbessert. Zudem werden neu auch Jugendliche direkt an der inhaltlichen und konzeptionellen Entwicklung des Rauchprogramms beteiligt bzw. es werden neue Methoden getestet, um rauchpräventive Botschaften zu transportieren. Diese Neuerungen und Anpassungen erscheinen nicht nur auf der schweizerischen Website, sondern auch auf den kantonalen Plattformen der Website (wichtig für die Multiplikation und Verankerung auf kantonomer Ebene). Daher wird die rauchpräventive Wirkung von feel-ok.ch auch die kommenden Jahre weiterbestehen.

Betreffend Nachhaltigkeit und Valorisierung muss kritisch angemerkt werden, dass feel-ok.ch zwar bekannt ist, dennoch nicht alle Multiplikatoren/-innen, die das Webangebot kennen oder nutzen, auch wissen, wie man systematisch und wirksam damit umgeht. Es kommt vor, dass Lehrpersonen feel-ok.ch mit Schülern/-innen einsetzen, ohne klare Aufträge zu erteilen. Ebenso gibt es Fachpersonen, die Lehrpersonen und Jugendlichen die Nutzung von feel-ok.ch empfehlen, ohne zu erklären, wie man mit der Plattform arbeitet. In beiden Fällen besteht ein erhöhtes Risiko, dass feel-ok.ch ohne Ziel und ohne Systematik verwendet wird und als Folge daraus seine Wirkung nicht oder nur bedingt entfalten kann. Mit einer Online-Anleitung, die erklärt, wie man mit feel-ok.ch umgeht, kann man das Problem entschärfen. Das wird aber nicht reichen. Aus diesem Grund gehört zur zukünftigen strategischen Ausrichtung des Programms die Schulung der Fachstellen, die mit feel-ok.ch arbeiten, mit dem Ziel, ihnen die Erkenntnisse zu vermitteln, die eine optimale Nutzung der Webplattform ermöglichen.

Das Gespräch mit 35 Fachorganisationen, das u.a. dazu diente, Anregungen für die Weiterentwicklung des Rauchprogramms zu sammeln, wird in Berichtsform mit dem Titel: «Gute Prävention im strukturierten Setting» voraussichtlich im Sommer 2018 erscheinen. Die Veröffentlichung wird per Newsletter kommuniziert. In diesem Bericht findet man die Überlegungen der Fachpersonen, welche Voraussetzungen Programme erfüllen sollten, um ihre präventive Wirkung zu entfalten.

Im Rahmen vom Treffen mit über 600 Jugendlichen wurden auch Daten gesammelt. Dazu wurden Fragen beantwortet, wie: Welche Inhalte zum Thema Rauchen sind von Interesse? und: Was erwarten junge Menschen von einer Website? Die Erkenntnisse aus dieser Datenerhebung werden im Herbst 2018 als Bericht erscheinen. Die Veröffentlichung wird per Newsletter kommuniziert.

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?

In Fachkreisen ist oft von «Jugendlichen» die Rede als wären sie eine weitgehend homogene Gruppe. Wenn man ein Programm testen will, sollten einige Jugendliche damit arbeiten. Dann weiss man, ob es gut ankommt oder nicht. Und falls man herausfinden will, welche Bedürfnisse Jugendliche haben, dann bittet man wenige von ihnen um eine Antwort und schon weiss man, was die heutige junge Generation wünscht.

Jugendliche sind in Wahrheit eine sehr heterogene Zielgruppe. Wenn einige etwas zustimmen oder etwas wünschen, heisst das noch längst nicht, dass bei den anderen Gleichaltrigen die gleiche Antwort erwartet werden kann. Sogar wenn Jugendliche in die gleiche Schule gehen, im gleichen Alter sind und eine vergleichbare Herkunft haben, gibt es teilweise grosse Unterschiede in ihrem Verhalten, ihrer Reife, ihren Werten und ihrer Reflexionsfähigkeit. Daher hat feel-ok.ch entschieden, bei der konzeptionellen und inhaltlichen Weiterentwicklung der Plattform nicht nur mit wenigen Jugendlichen den Kontakt zu suchen, sondern mit Hunderten, um diese Vielfalt wahrnehmen und einordnen zu können.

feel-ok.ch selbst versucht, soweit das realistisch ist, dieser Vielfalt zur Förderung der Chancengleichheit dadurch zu entsprechen, dass die Plattform Inhalte auf verschiedene Weise anbietet: Vertiefte Texte für intellektuelle Jugendliche, Kontaktadressen für Jugendliche, die Hilfe suchen, aber auch Videos, Quiz, Tests und andere interaktive Elemente für jene, die mehr mit Unterhaltungsmethoden zu erreichen sind. Mit dieser Methodenvielfalt gelingt es uns, breite Segmente der Zielgruppe zu erreichen.

Ethnische Zugehörigkeit wird in diesem Zusammenhang oft thematisiert. Diese scheint jedoch bei Jugendlichen nicht ein zentrales Thema zu sein, vgl. die Aussage von Joseph Oggier von der Fachstelle für interkulturelle Suchtprävention: *«Daher möchte ich kurz erwähnen, dass der interkulturelle Aspekt in Bezug auf die Tabakprävention von viel kleinerer Bedeutung bei Jugendlichen ist als bei den Eltern.»*

feel-ok.ch bietet für Mädchen und Knaben die gleichen Inhalte. Ob es für die zwei Geschlechter sinnvoll ist, verschiedene Programme anzubieten, wurde mit Genderexperten im Jahr 2003 geprüft und als nicht notwendig erachtet. Mittlerweile hat Sucht Schweiz neue genderspezifischen Unterlagen veröffentlicht. Ob diese doch zu genderspezifischen Inhalten auf feel-ok.ch führen werden, wird nächstes Jahr geprüft.

Es wurde auch die Option geprüft, spezifische Inhalte für Jugendliche mit Behinderung zu erarbeiten. Unsere Recherche hat jedoch ergeben, dass Jugendliche mit Behinderungen keine besondere Behandlung, sprich keine Inhalte auf feel-ok.ch wünschen, die sich nur spezifisch an sie wenden. In den Inhalten für alle Jugendlichen sollen Empfehlungen und Überlegungen so formuliert sein, dass sich auch Jugendliche mit Behinderung angesprochen fühlen.

5 Weitere Punkte

Teil B

1 Projektreflexion

Bitte beantworten Sie alle Fragen:

- 1) Welche Massnahmen zur Zielerreichung haben sich bewährt, welche nicht? Welche alternativen Massnahmen würden Sie rückblickend vorschlagen?
- 2) Können Sie nichtintendierte Nebenresultate identifizieren?
- 3) Welches sind rückblickend die 3 wichtigsten Stärken und Schwächen Ihres Projekts?
- 4) Weitere Erfahrungen / Aspekte?

1a) Massnahmen zur Zielerreichung, die sich bewährt haben

Zu den Erfolgsfaktoren von feel-ok.ch gehört u.a. das Fachnetzwerk von feel-ok.ch, das dem inhaltlichen Angebot Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit verleiht. Gemäss Qualitätssicherungsmodell werden alle Inhalte auf feel-ok.ch von mindestens 2 Experten/Expertinnen aus (in der Regel) mehreren Fachorganisationen geprüft, bevor sie online gestellt werden. Beinahe jedes feel-ok.ch-Projekt ist das Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen mindestens einer Fachorganisation, die für die inhaltliche Qualität zuständig ist, und RADIX, die die Zielgruppengerechtigkeit, aber auch die Kohärenz der neuen interventiven Elemente innerhalb der gesamten feel-ok.ch-Anwendung sicherstellt.

Zu den Erfolgsfaktoren gehört u.a., dass feel-ok.ch als Schulprogramm konzipiert ist. Was konkret heisst, dass Lehrpersonen pfannenfertige Unterrichtseinheiten herunterladen können, um mit minimalem Aufwand und ohne Zusatzkosten die Inhalte der Plattform mit Jugendlichen zu vertiefen. Damit können auch Jugendliche erreicht werden, die vom Programm wirklich profitieren und nicht nur solche, die bereits eine hohe Lebenskompetenz aufweisen. Anders als eine Direktintervention bei jungen Menschen, die in kurzer Zeit aufgrund ihrer biopsychosozialen Entwicklung Richtung und Interessen ändern können, garantiert das Setting Schule eine gewisse Stabilität der Rahmenbedingungen, unter denen eine Intervention wie feel-ok.ch operiert. Diese Stabilität stellt eine wesentliche Voraussetzung für ein langfristiges interventives Konzept dar. Dieser Aspekt ist von grosser Wichtigkeit für Programme, denen - wie es im Non-Profitbereich üblich ist - die Ressourcen für ständige Anpassungen fehlen. Darüber hinaus wirkt das schulische Setting als Gegengewicht zum mächtigen Einfluss von Anwendungen wie Instagram, WhatsApp, YouTube und Spotify (um nur einige nennen), die für viele Jugendliche von Natur aus attraktiver sind als ein Gesundheitsprogramm. Das Setting Schule und die unverzichtbare Zusammenarbeit mit Lehrpersonen und mit anderen Fachkräften erklären deswegen die guten Ergebnisse, die feel-ok.ch vorweisen kann. Aus diesem Grund werden auch in Zukunft alle Anwendungen für Jugendliche von feel-ok.ch für den schulischen Kontext optimiert.

Eine weitere Massnahme wurde Mitte 2017 realisiert, als feel-ok.ch mit den Kompetenzzielen des Lehrplans 21 verknüpft wurde. Daraus ist die neue Seite feel-ok.ch/lehrplan21 entstanden. Einerseits unterstützt sie Lehrpersonen, die Anforderungen des Lehrplans 21 umzusetzen. Andererseits valorisiert der Lehrplan 21 die bestehenden Inhalte der Webplattform. Diese Win-Win-Situation hat dazu geführt, dass feel-ok.ch/lehrplan21 in kürzester Zeit eine der erfolgreichsten feel-ok.ch-Seiten geworden ist.

Besonders wirksam, um interessierte Personen zu erreichen, war der Einsatz von AdWords: Das ist Online-marketing, das spezifisch auf Kantone ausgerichtet wurde, um die Nutzung von feel-ok.ch in verschiedenen Regionen zu fördern.

1b) Welche alternativen Massnahmen würden Sie rückblickend vorschlagen?

Eine bessere Anbindung von feel-ok.ch im Ausbildungsprogramm der pädagogischen Hochschulen wäre als nachhaltige Implementierungsstrategie zu prüfen. Ob eine solche Anbindung grundsätzlich möglich ist, das heisst, ob die PH grundsätzlich dazu bereit sind, ist zurzeit unbekannt.

2) Können Sie nichtintendierte Nebenresultate identifizieren?

Mit der Realisierung der kantonalen Versionen wurde feel-ok.ch in den Regionen besser verankert als ursprünglich geplant, was wiederum die Nutzung und Glaubwürdigkeit der Plattform fördert. Für jede kantonale Version ist eine regionale Organisation zuständig (siehe die Liste unten). Diese wiederum setzt Massnahmen um, um die Nutzung der «eigenen» feel-ok.ch-Website im Kanton zu fördern bzw. um andere Partner in der Region auf feel-ok.ch aufmerksam zu machen. Dies sind die Kontaktorganisationen:

- SO = Amt für soziale Sicherheit - Sozialintegration und Prävention - Kanton Solothurn
- SG = Kanton St.Gallen - Gesundheitsdepartement - Amt für Gesundheitsvorsorge
- TG = Kanton Thurgau - Amt für Gesundheit
- ZG = Kinder- und Jugendgesundheit - Kanton Zug
- ZH = Prävention und Gesundheitsförderung Kanton Zürich
- BE = Berner Gesundheit
- BL+BS = Erziehungsdepartement des Kantons Basel-Stadt

In Vorbereitung:

- SH = Fachstelle für Gesundheitsförderung, Prävention und Suchtberatung
- LU = Akzent Prävention und Suchttherapie

3a) Welches sind rückblickend die 3 wichtigsten Stärken Ihres Projekts?

- Fachnetzwerk
- Schulprogramm (Kombination Inhalte für Jugendliche mit didaktischen Unterlagen für Lehrpersonen)
- RADIX (nicht nur hat die Trägerschaft einen guten Ruf, sondern sie ermöglicht aufgrund ihrer inneren Struktur hohe Entscheidungsfreiheit und Flexibilität, was bei einem so komplexen Programm wie feel-ok.ch von grösster Wichtigkeit ist, um die vorhandenen Ressourcen gezielt einzusetzen)

3a) Welches sind rückblickend die 3 wichtigsten Schwächen Ihres Projekts?

- Grosse Abhängigkeit von Google (dies trifft für viele Webplattformen zu)
- Technische Entwicklungen (z.B. neue Browser), die stets dazu zwingen, die Website technisch zu erneuern, ohne dass man dafür die notwendigen Mittel zur Verfügung hat)
- Kein wissenschaftliches Team, das das Programm begleitet; ein solches Team kann sich feel-ok.ch nicht leisten. Deswegen muss die Projektleitung fast alle Aufgaben selber übernehmen, was wiederum verunmöglicht, bei bestimmten Themen und Anliegen in die Tiefe zu gehen.

2 Empfehlungen / Erkenntnisse für ähnliche Projekte

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Akteuren abgeben, die ein ähnliches Projekt planen?

Bezgl. Massnahmen und Ergebnisse / Wirkungen

Bezgl. Projektmanagement

Es gibt keine vergleichbaren Programme wie feel-ok.ch im schweizerischen Raum, daher ist auch nicht möglich, Empfehlungen für ähnliche Projekte zu geben. Wer aus der Erfahrung von feel-ok.ch lernen möchte, dem empfehle ich zwei Berichte:

- Jahresbericht feel-ok.ch 2017, das letzte Kapitel: «Perspektive feel-ok 2017 – 2021»
In diesem Kapitel ab Seite 33 wird die strategische Ausrichtung von feel-ok.ch erläutert:
feel-ok.ch/infos-jahresberichte
- Bericht «Gute Prävention im strukturierten Setting: Erkenntnisse aus dem Gespräch mit Fachorganisationen, Lehrpersonen, Jugendarbeitern/innen und Jugendlichen». Der Bericht erscheint im Herbst 2018 auf feel-ok.ch/infos-berichte