



## Schlussbericht für Tabakpräventionsprojekte und -programme

(bitte nicht handschriftlich ausfüllen)

<b>Projektname</b>	Produktion des Flyers „Elterliche Regeln für das Nichtrauchen ihrer Kinder“ in 6 Sprachen	
<b>Projektstart</b>	22. September 2016	
<b>Projektende</b>	15. Mai 2017	
<b>Beitragsempfängerin / Beitragsempfänger</b>	Name Strasse / Nr. PLZ / Ort	Fachstelle für interkulturelle Suchtprävention und Gesundheitsförderung (FISP) Kehlhofstr. 12 8003 Zürich 043 960 01 60 fisp@bluewin.ch www.fisp-zh.ch
<b>Kontaktperson</b>	Joseph Oggier / Claudia Arnold (Co-Leitende FISP)	
<b>Verfügungsnummer</b>	16.925107	
<b>Verfügungssumme</b>	9'680 CHF	

Ort / Datum

Unterschriften

Zürich, 12. Juni 2017

## **INHALTSVERZEICHNIS**

### **Teil A**

<b>1</b>	<b>Zusammenfassung des Schlussberichts .....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Beurteilung der Resultate .....</b>	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung) .....</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Chancengleichheit .....</b>	<b>4</b>
<b>5</b>	<b>Weitere Punkte .....</b>	<b>4</b>

# Teil A

## 1 Zusammenfassung des Schlussberichts

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

Übersetzung, Gegenlesen und Gestaltung/Satz der Flyer waren aufgrund der Sprachen bzw. deren Schriften zum Teil eine besondere Herausforderung, die einen teils erheblichen Aufwand beim Layout und den Korrekturen der gestalteten Druckvorlagen erforderte. Da der übersetzte Flyer Informationen und alltagsnahe Tipps in leicht verständlicher und gut gegliederter Weise enthält, lohnte es sich, diesen Mehraufwand zu tragen, zumal mit den neuen Übersetzungen teilweise Eltern aus Sprachgruppen angesprochen werden, für die bisher wenig Aktivitäten entwickelt wurden bzw. Informationsmaterialien vorliegen.

## 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
1. Die Elternflyer sind in sechs Sprachen übersetzt.	ja			Der Elternflyer wurde in die sechs Sprachen Arabisch, Englisch, Farsi/Persisch, Russisch, Tamilisch und Thailändisch übersetzt.
2. Die Übersetzungen sind gegengelesen, allfällige Änderungen wurden vorgenommen.	ja			Die Übersetzungen wurden gegengelesen. Korrekturen wurden vorgenommen, wo nötig.
3. Koordination mit der Druckerei, Gut zum Druck	ja			Die Zusammenarbeit mit der Druckerei verlief sehr gut. Die Texte wurden in das bestehende Layout eingefügt. Die sechs „Gut zum Druck“ konnten erteilt werden.
4. Die Elternflyer sind gedruckt (Gesamtauflage: 20'000 Exemplare, wovon 5'000 in Tamilisch und je 3'000 pro jede der anderen fünf Sprachen)	ja			Die Elternflyer liegen in den sechs Sprachen gedruckt vor. Es wurden 5'000 Exemplare in Tamilisch gedruckt, in den anderen fünf Sprachen je 3'000 Exemplare.

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](http://www.tabak-praevention.ch) / Rubrik Wirkungsmanagement).

Diskussionen mit gut vernetzten Migrantinnen und Migranten und in einer Fokusgruppe mit interkulturellen Vermittlerinnen und Vermittlern deuteten darauf hin, dass ein relativ grosser Teil der Migrationsbevölkerung raucht, wobei es teils erhebliche Unterschiede gibt. In Gruppen, die insgesamt weniger rauchen (wie den Tamilinnen und Tamilen), ist die Elterngeneration dennoch mit der Problematik konfrontiert, weil ihre Kinder zunehmend rauchen und sich damit dem Rauchverhalten der gebürtigen Schweizer/innen annähern, wobei sich die Elterngeneration wenig kompetent fühlt, damit umzugehen. Zudem lässt sich vermuten, dass das Wissen über die Schädlichkeit des Tabakkonsums oft ungenügend ist und viele Leute wenig sensibilisiert sind in Bezug auf die Auswirkungen des Passivrauchens, wobei es natürlich auch hier Unterschiede gibt. Gerade mit Blick auf das Passivrauchen und die davon stark betroffenen Kinder kann der Flyer einen Beitrag zur Information und Sensibilisierung unter Eltern leisten.

Der sprachlich einfach gehaltene Flyer „Elterliche Regeln für das Nichtrauchen ihrer Kinder. Eltern stärken“ gibt Eltern konkrete Tipps, wie sie ihre Kinder darin unterstützen können, nicht mit dem Rauchen anzufangen und sie vor Passivrauch schützen können. Die im Flyer empfohlenen Verhaltenstipps basieren auf wissenschaftlichen Arbeiten zur „antismoking-socialisation“ bzw. dazu, wie das Nichtrauchen in der Familie erfolgreich gefördert werden kann. Es konnte gezeigt werden, dass Kinder, die nicht rauchen und eine Anti-Rauchen-Sozialisation von ihren Eltern erhalten, mit einer geringeren Wahrscheinlichkeit später zu rauchen beginnen, auch wenn ihre Eltern rauchen (Jackson, 2006; siehe auch: Engels & Willemsen, 2004; Raschke & Kalke, 2005). Die elterliche Ablehnung hat einen stärkeren Einfluss auf das Nichtrauchen der Kinder als das elterliche Rauchen selbst (Sargent & Dalton, 2001). Elterliche Verhaltensweisen wie eine klare Regelung des (Nicht-)Rauchens zu Hause oder andere zu bitten, nicht in ihrer Gegenwart zu rauchen – Verhaltensweisen, die im Flyer ebenfalls empfohlen werden –, haben nachweislich einen positiven Effekt auf das Nichtrauchen der Kinder (Andersen, Leroux et al., 2004).

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

Nein.

---

### 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?*

Der Flyer in den verschiedenen Sprachen findet per sofort im Rahmen unserer Suchtpräventionsaktivitäten Absatz. Dafür kommen verschiedene bewährte Kanäle in Frage, wie zum Beispiel:

- Informationsveranstaltungen in Vereinen von Migrantinnen und Migranten
- Feste und weitere Anlässe von Migrantinnen und Migranten
- die Abgabe des Flyers durch interkulturelle Vermittlerinnen und Vermittler sowie Schlüsselpersonen an Organisationen und Institutionen wie:
  - religiöse Gemeinschaften
  - Konsulate
  - Treffpunkte von Frauen mit Migrationshintergrund
  - Kulturvereine
  - von Migrantinnen und Migranten geführte und frequentierte Läden.

Ebenso stehen uns Möglichkeiten der Bekanntmachung des Elternflyers über (in der Schweiz erscheinende/zugängliche) Medien von Migrantinnen und Migranten offen. Dies gilt sowohl für Print- als auch Online-Medien, z. B. die Zeitschriften „Russische Schweiz“, „Nalavalvu“ (Tamilisch) und „Weisser Elefant“ (Thai), sowie für FISP-Facebook-Seiten in verschiedenen Sprachen, über die Informationen zu Themen der Suchtprävention und Gesundheitsförderung verbreitet werden. Die Verbreitung erfolgt somit grossmehrheitlich über direkte Kontakte gut vernetzter Migrantinnen und Migranten.

Daneben sind uns auf schweizerisch-institutioneller Seite u. a. folgende Kanäle dienlich:

Auf der FISP-Website (fisp-zh.ch) werden die sechs neuen Sprachversionen der Flyer demnächst aufgeschaltet werden.

Auf der Plattform migesplus.ch stehen die neuen sechs Flyer in der PDF-Version bereits zur Verfügung, so dass nun alle verfügbaren 12 Sprachversionen dort zu finden sind. Zusätzlich wurden die Mitglieder der Begleitgruppe von migesplus persönlich über das Erscheinen der neuen Flyer informiert.

Auf der Website der Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich (suchtprävention-zh.ch) stehen die neuen Flyer ebenfalls als PDF-Dokumente zum Download zur Verfügung, so dass auch dort alle 12 Sprachversionen zugänglich sind. Ebenso sind Bestellungen der Flyer möglich.

In der kommenden Ausgabe der Zeitschrift „laut & leise“, dem Magazin der Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich, wird auf die neuen Flyer hingewiesen werden. Die Stellenleitenden wurden bereits über das Erscheinen der neuen Flyer informiert.

Für die Verteilung des Flyers können wir auf jahrelange Erfahrung zurückgreifen. Allerdings gab es bisher für einige der sechs Sprachgruppen wenig Aktivitäten und/oder Materialien, jedoch bestehen Kontakte – wie vorgängig aufgeführt – zu Vertreterinnen und Vertretern der entsprechenden Gruppen. Die neuen Erfahrungen werden in weitere Aktivitäten einfließen.

Ergänzend kann angefügt werden, dass die übersetzten Flyer auch als Grundlage für Radio-/Audiobeiträge dienen können, welche die FISP in Zusammenarbeit mit einzelnen Sendungsmacherinnen und -machern in Lokalradios oder als Podcasts produziert und online zugänglich macht (<https://soundcloud.com/fispzh>).

---

## 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?*

Die Ausrichtung des Flyers auf die Zielgruppe der Eltern mit Migrationshintergrund berücksichtigt einerseits verschiedene Sprachgruppen, andererseits sind sowohl Väter als auch Mütter angesprochen. Da der Flyer gut gegliedert ist, mit relativ wenig Text und einfachen Formulierungen (z. B. kurzen Sätzen) auskommt, können Angehörige verschiedener sozialer Schichten erreicht werden. Dadurch und durch die Zugangsmöglichkeit über die jeweilige Muttersprache wird vielen Migrantinnen und Migranten die Möglichkeit gegeben, an Informationen und Tipps zu gelangen, die sie ansonsten nur schwerlich bekommen würden.

Durch die Verteilung des Flyers in sechs weiteren Sprachen können die Informationen unter der Migrationsbevölkerung eine noch grössere Verbreitung finden und kann somit der Zugang zum Wissen und zu Tipps bezüglich Nichtrauchen für noch mehr Eltern ermöglicht werden.

---

## 5 Weitere Punkte