



Formular Schlussbericht Präventionsprojekte

Zu den einzelnen Fragen in diesem Formular erhalten Sie kurze Erläuterungen, wenn Sie die Maus über das i-Symbol  bewegen. Den vollständigen i-Text erhalten Sie, wenn Sie dem Link folgen (Ctrl+click). Falls nötig können Sie die vorgegebenen Felder vergrössern oder kopieren, um weitere Informationen aufzuführen.

1. Allgemeine Angaben

Name des Projekts

#AUSGEGLICHEN

Kontaktperson für Rückfragen

Markus Wildermuth

E-Mail

Markus.wildermuth@suchtpraevention.org

Bitte beachten Sie

Dieses Formular wird bis und mit Kapitel 4 auf der TPF-Website publiziert. Kapitel 5 (Meilensteine der letzten Projektperiode) wird nicht veröffentlicht.

Unterschrift

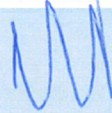
Name

Wildermuth

Datum

27.02.2024

Unterschrift



2. Einschätzungen zum Projektverlauf

2.1 Einschätzung Projektergebnis

Wie beurteilen Sie generell den Verlauf und das Ergebnis des Projekts?



Bitte begründen Sie kurz Ihre Einschätzung.

Die Pilotphase mit der neuen Konsum-Challenge haben wir planmässig lanciert. Zuvor gab es jedoch verschiedene Herausforderungen auf technischer Ebene zu meistern. Den Pretest mit einer Klasse konnten wir daher nicht umsetzen. Ab August haben wir Intensive Vorbereitungen bezüglich Zielgruppenprofile getätigt und verschiedene Massnahmen bis zum Ende der Projektphase umgesetzt. Zwischen dem 11. November und 12. Dezember nahmen insgesamt 1'262 Mal die Jugendlichen an der Konsum-Challenge teil. Um zu prüfen, ob der Konsumverzicht eingehalten wurde, haben wir insgesamt 69 Anrufe getätigt, wobei mit zehn Jugendlichen ein effektives Gespräch stattfand. Weiter entwickelten wir ein Lehrmittel sowie ein Experiment zum Thema Vapen. Neu konnten alle Interessierten Verkaufsstellen mitteilen, bei denen Nikotinprodukte an Minderjährige verkauft werden. Das Nutzen dieser Möglichkeit viel gering aus. Aufgrund der aktiven Teilnahme der Jugendlichen für den Jugendschutz, haben wir 5 Testkäufe durchgeführt. Insgesamt erhielt das Blaue Kreuz positive Rückmeldungen zu #AUSGEGLICHEN. Neues Wissen haben sich die Teilnehmenden angeeignet, teils fand eine Reduktion des Konsums sowie eine generelle Sensibilisierung zur Thematik statt.

2.2 Zusammenfassung

Bitte fassen Sie auf maximal einer Seite den Schlussbericht zusammen.

Anfangs sah es gut aus, dass die App-Agentur die gewünschten Modifizierungen und Neuentwicklungen wie geplant termingerecht umsetzen kann. So sollte etwa Ende Juni die App bereits für eine Testphase bereitstehen, damit wir bei zumindest einer Klasse einen Pretest durchführen können. Leider kam es anders. Da die App hatte so viele Bugs und wir mussten den Pretest streichen. Den gesamten Juli war unsere Hauptaufgabe, die App zu testen und die Mängel der Agentur zu spezifizieren. Diese Probleme entstanden, da die App-Agentur gewisse vordefinierten Aufgaben nicht oder unzureichend erledigt hatte. Zudem gab es noch eine Herausforderung mit der Konsum-Challenge (Ablauf, Backend). Entsprechend haben wir wesentlich mehr Zeit für Tests aufgewendet als geplant. Ab August haben wir die Promotion gestartet sowie die Anmeldungen verarbeitet.

Weiter sichteten wir die Zielgruppenprofile für die Tabakprävention mit den fünf Segmenten (at Schweiz). Primär mit Kurzfilmen haben wir die Schüler/innen versucht zu erreichen, indem die Kurzfilme unter «Konsum» den Teilnehmenden zur Verfügung standen. Via Push-Nachricht haben wir die Jugendlichen jeweils informiert, dass ein neuer Kurzfilm bereitsteht. Folgende Kurzfilme sind gezeigt worden:

Kurzfilm zu Vaping und deren Schädlichkeit, August bis 14. November (Segment 4)

<https://www.youtube.com/embed/UkeoHcUpnlo>

Short-Film zu Rauchen und deren Kosten, 14.-21. November (Segment 3)

<https://www.youtube.com/shorts/EltVdN54gL8>

Kurzfilm gegen Stress 21. November bis 12. Dezember (Segment 2)

https://www.youtube.com/watch?v=qAna1Ehiv_E

Im Dezember verschickten wir eine Push-Nachricht zum Hilfsangebot 147 an alle Teilnehmende (Segment 5). Es kann davon ausgegangen werden, dass ein hoher Anteil der Jugendlichen einen oder mehrere Kurzfilme gesehen haben, da die Konsum-Challenge über 1000-mal genutzt wurde und die Jugendlichen auf diesem Screen die Kurzfilme anschauen konnten.

56 Lehrpersonen meldeten ihre Klasse auf der Webseite des Blauen Kreuzes an. Effektiv nahmen bis am Anmeldeschluss 31 Lehrerinnen und 16 Lehrer (47) mit 920 Lernenden am Wettbewerb teil und luden die App herunter. 91.3 % der Lernenden haben sich im Durchschnitt der Aktion angeschlossen (Total 1'017). Alle Klassenniveaus sowie Klassenstufen der Oberstufe waren vertreten. Auch nahm eine GYM1 Klasse am Wettbewerb teil. Planmässig ab dem 7. November konnten alle Jugendlichen, welche bei der Konsum-Challenge teilnahmen, ein kurzes Statement zum Konsumverzicht oder zur Konsumreduktion mitteilen. Wir sahen die Statements im Backend und haben insgesamt acht Statements in der App veröffentlicht. Das Statement war für alle in der App unter «Konsum» ersichtlich. Mit dieser zusätzlichen Massnahme sollte die aktive Teilnahme ausgebaut und die Reflektion erneut angeregt werden. Das Interesse bei den Jugendlichen, diese Möglichkeit zu nutzen war sehr hoch. 132 Statements haben die Jugendlichen in den vier Wochen Konsum-Challenge festgehalten.

Weiter konnten alle Teilnehmenden Bilder von Verkaufsstellen (inkl. online) – die Nikotinprodukte an Jugendliche verkaufen – hochladen. Insgesamt 9 Personen nutzten dieses Tool, wobei sich effektiv fünf Ortsangaben nutzen liessen. Das Ergebnis viel tiefer aus als gewünscht. Wir gehen davon aus, dass die zu wenig starke Präsenz innerhalb der App dazu geführt hat, dass nicht so viele Jugendliche mitmachten. Denn es gab unter «Konsum» lediglich ein Button «Verkaufsstelle melden» und kein eigener Tab, wie dies beim Passivrauch-Modul der Fall gewesen war. Die Push-Möglichkeit haben wir mehrmals für die Promotion genutzt, jedoch konnten wir keinen direkten Link – der direkt zum Screen Verkaufsstelle melden – erstellen.

Die Quantitative Befragung bei den Teilnehmenden sowie Erziehungsberechtigten zeigt, dass die App der richtige Weg ist, um die Themen Drogen sowie digitale Medien aufzugreifen. Klar ist auch, dass eine neue App gebaut werden muss, um den technisch funktionalen Anforderungen zu genügen. Die App muss modular aufgebaut sein, damit mögliche weitere Elemente inkludiert werden können. Auch spielerische Elemente müssen mehr zum Tragen kommen.

3. Projektergebnisse

3.1 Wirkung des Projekts

Bitte beschreiben Sie die Wirkungsweise des Projekts.

Anhand einer Qualitativer Befragung haben Schüler/innen, Lehrpersonen sowie Erziehungsberechtigte verschiedene Fragen zu #AUSGEGLICHEN beantwortet. Die Ergebnisse (Output und Outcome) werden nun vorgestellt.

3.2 Ziele des Projekts

Bitte beschreiben Sie, ob und wie gut Sie die einzelnen Ziele des Projekts erreicht haben.

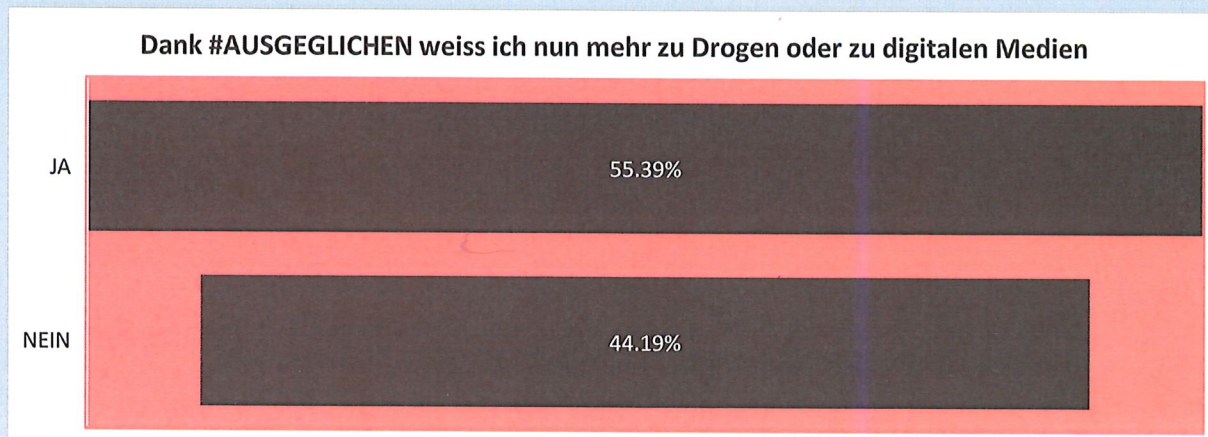
Zur Prüfung der Wirkungsziele, fand bei den Teilnehmenden sowie bei den Erziehungsberechtigten eine Befragung statt (n=512). Insgesamt 501 der 967 Teilnehmenden haben nach Ende des Projektes die Fragen beantwortet. So füllten 473 (n=450) Lernende sowie 28 (n=28) Lehrpersonen die Befragung innerhalb der App aus, wobei bei Lehrpersonen und Lernende unterschiedliche Fragen gestellt wurden. Die Rücklaufquote der Befragung lag bei 51.8 %. Die Lernenden waren im Alter von 12 bis 19 Jahren und der Mittelwert lag bei 15.5 Jahren. 252 Mädchen/Frauen und 199 Jungen/Männer gaben eine Rückmeldung, wobei 27 Personen keine Angaben zum Geschlecht machten.

Weiter erhielten die Erziehungsverantwortlichen der Lernenden einen Rückmeldebogen, der ebenfalls dem Blauen Kreuz zugestellt werden konnte. Insgesamt wurden 11 ausgefüllte Bogen zugestellt. Die Auswertung der Befragungen erfolgte mittels deskriptiver Statistik. Teils wurden bei gewissen Fragen keine Antworten angegeben und Mehrfachnennungen waren je nach Frage möglich. Daher weisen die Ergebnisse nicht immer ein Total von 100 % auf.

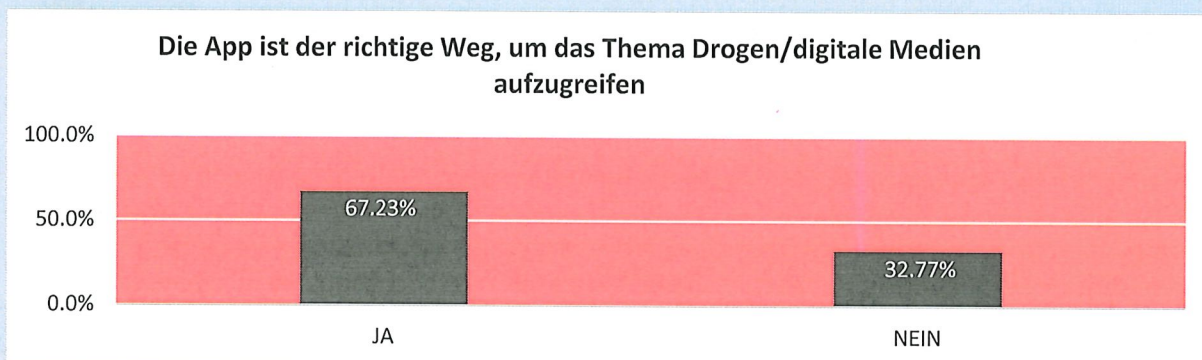
Ergebnisse bei den Lernenden

Wirkungsziel 1: Dank #AUSGEGLICHEN wissen die Lernenden nun mehr zu Drogen oder zu digitalen Medien

Insgesamt haben die Teilnehmenden 5'232 Aufgaben gelöst (ohne Konsum-Challenge). 55.4 % der Lernenden sind der Ansicht, dass sie sich aufgrund der Aktion mehr Wissen aneignen konnten.



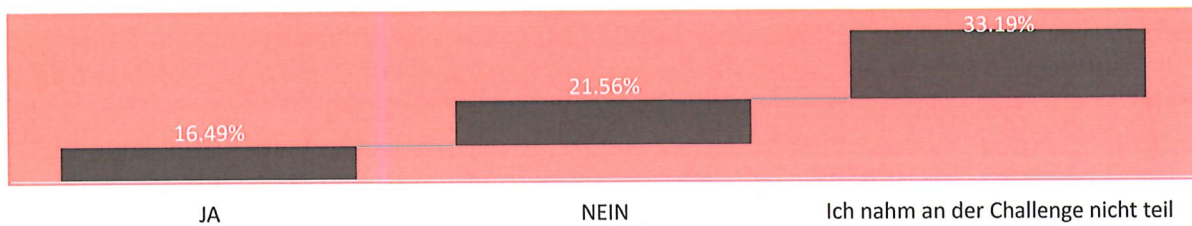
Wirkungsziel 2: Die App ist der richtige Weg, um das Thema Drogen sowie digitale Medien aufzugreifen
Um in Erfahrung zu bringen, ob die gewählte Methode bei den Lernenden als passende Präventionsmassnahme angesehen wird, konnten sie dazu ihre Meinung kundtun. Mehr als zwei Drittel der Befragten befürwortet eine App-basierte Intervention.



Wirkungsziel 3: Die Konsum-Challenge trägt dazu bei weniger Drogen und/oder weniger am Smartphone zu sein

Insgesamt vier Mal konnten die Lernenden an der Konsum-Challenge teilnehmen. 1'262 Mal nutzten die Teilnehmenden diese Möglichkeit. Das Blaue Kreuz nahm situativ telefonisch Kontakt mit den Lernenden auf, die laut eigener Angabe die Drogen-Challenge erfolgreich abgeschlossen haben. Insgesamt 69 Anrufe hat das Blaue Kreuz getätigt, wobei mit zehn Lernenden ein effektives Gespräch stattfand. Für die Befragung kam ein entwickelter Gesprächsleitfaden zum Einsatz. Gefragt wurde etwa, ob sie die Challenge effektiv geschafft haben. Weiter haben die Lernenden auch eine generelle Rückmeldung zu #AUSGEGLICHEN abgeben können. Die meisten Befragten fanden es gut, dass man telefonisch nach der überstandenen Challenge nachgefragt hat. Die Ergebnisse zeigen weiter, dass ein gewisser Teil der Befragten Jugendlichen – die vermutlich eine oder mehrere Substanzen konsumieren – eine Konsumreduktion stattfand (16.5 %). Rund ein Drittel hat hingegen nicht an der Konsum-Challenge teilgenommen.

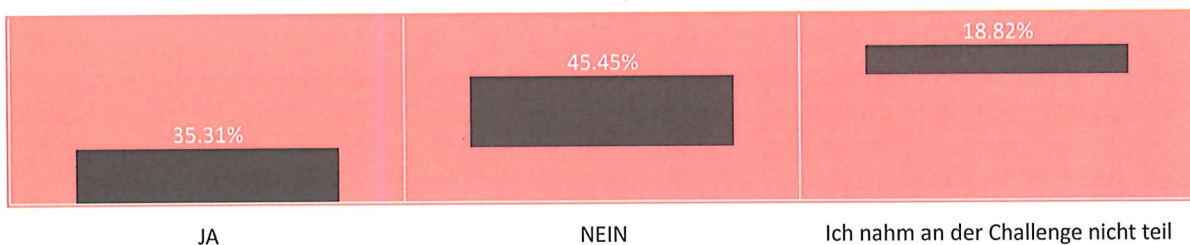
Dank der Konsum-Challenge habe ich tatsächlich weniger Drogen konsumiert



Weiter nutzen laut Backend-Daten der App mehr Teilnehmende die Smartphone Konsum-Challenge. Über ein Drittel der Befragten (35,3 %) hat dank der Challenge weniger Zeit am Smartphone verbracht.

Werbung für Alkohol- und Nikotinprodukte hat einen Effekt auf den Konsum der Jugendlichen. Die Produkte werden gerade für die junge Generation auf Social-Media-Kanälen beworben. Daher kann eine Reduzierung der Bildschirmzeit dazu beitragen, weniger der Werbung von legalen Substanzen ausgesetzt zu sein. Dies kann wiederum eine Auswirkung auf den Nichtkonsum haben.

Dank der Konsum-Challenge habe ich tatsächlich weniger Zeit am Smartphone verbracht



Ein unlängst veröffentlichter Präventionsbericht konnte aufzeigen, dass eine zweiwöchige app-basierte Intervention mit einer freiwilligen Konsumverzichts- oder Reduktionsaufgabe (Drogen, digitale Medien) den Konsum bei Berufsschüler/innen spürbar reduzieren kann. Die Überprüfung der Wirksamkeit erfolgte durch eine cluster-randomisierte kontrollierte Studie mit zwei Armen und Prä-Post-Befragung (Reiner Hanewinkel et al., 2023). Schulische Interventionen, welche Lernende dazu ermutigen, gesunde Verhaltensweisen zu fördern, können somit zu nachhaltigen Veränderungen des Gesundheitsverhaltens führen.

Statements sowie Kontaktaufnahme zur Konsum-Challenge

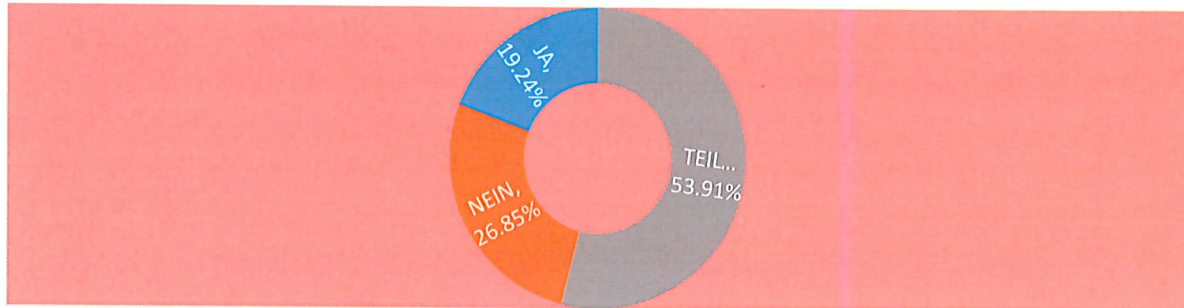
Acht Statements hat das Blaue Kreuz in der App veröffentlicht. 132 Statements haben die Lernenden insgesamt abgegeben. Hier eine Auswahl an Statements von Lernenden:

- Snus, sonst clean
- TikTok ist noch etwas das Problem, aber ansonsten ganz ok
- Es war gut, am Wochenende musste ich immer am meisten Mühe geben
- War super
- Ich habe mein Ziel erreicht. Ein Tipp ist es, dass man ein Buch zu lesen oder eigene Figuren erfinden kann
- Nicht zu viel am Handy sein so wie ich
- Ich habe es geschafft!
- Viel mit Freunden machen hilft
- Es war für mich schwierig
- Es hat mir geholfen, weniger am Handy zu sein
- Ich habe keine Drogen genommen
- Ich habe den Drogenverzicht erfolgreich durchgestanden
- Ich habe kein Nikotin oder Tabak konsumiert
- Es war eine spannende Challenge

Wirkungsziel 4: #AUSGEGLICHEN half, die persönliche Haltung zu Drogen und/oder digitale Medien zu reflektieren

Knapp drei Viertel der Lernenden fand, dass #AUSGEGLICHEN zumindest teilweise zum Nachdenken anregte. So hat die Mehrheit über das eigene Konsumverhalten nachgedacht sowie generell, was man zur Thematik denkt. Entsprechend trägt die Aktion zur persönlichen Reflektion bei.

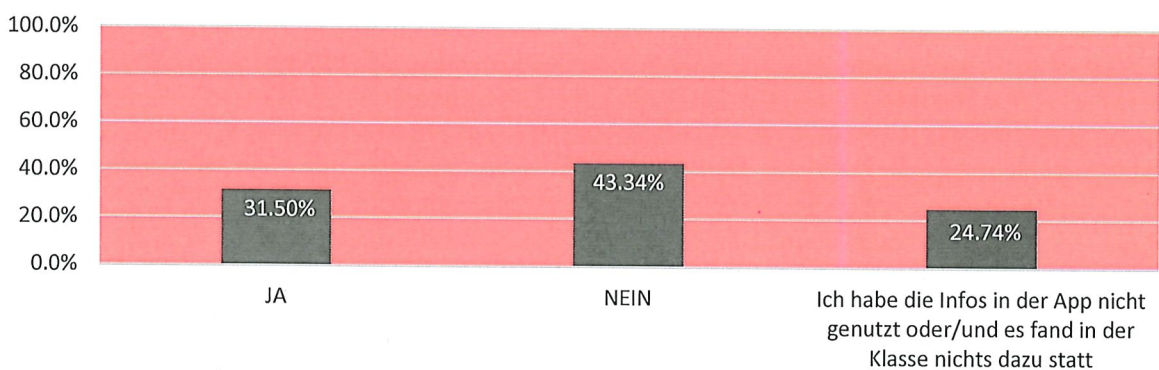
#AUSGEGLICHEN half mir, meine Haltung zu Drogen und/oder digitale Medien zu reflektieren



Wirkungsziel 5: Die Lernenden haben dank #AUSGEGLICHEN mehr zu Vaping erfahren

Das Befragungsergebnis fiel diesbezüglich unterschiedlich aus. Ein Viertel der Befragten gab an, die Infos nicht genutzt zu haben und/oder es fand in der Klasse keine Vertiefung statt. Immerhin knapp ein Drittel der Lernenden ist der Ansicht, dass sie nun mehr zum Thema E-Zigarette erfahren haben.

Ich habe dank #AUSGEGLICHEN mehr zum Thema E-Zigarette (Vape) erfahren



Einweg E-Zigarettenverbot

Die Jugendlichen/jungen Erwachsenen wurden auch danach gefragt, ob sie es begrüßen würden, wenn Einweg E-Zigaretten in der Schweiz verboten werden. 66 % der Befragten haben dies mit einem ja beantwortet.

Was das Projekt noch beinhalten sollte

258 schriftliche Freitexte wurden zum Projekt via App verfasst. Mehrheitlich wurde kein konkreter Hinweis geschrieben. Ein grosser Teil der Lernende bedankte sich für die Aktion. Das aktive Mitmachen gefiel ebenfalls vielen Lernenden. Teils wurden gar mehr Aufgaben gewünscht. Bemängelt wurden etwa technische Probleme. Untenstehend die wichtigsten Hinweise der Lernenden, selektioniert nach Berücksichtigung für mögliche Anpassungen bei der nächsten Projektphase:

- Chat-Funktion
- Loading...
- Es gab technische Probleme
- Mehr Challenges
- Mini games
- Weniger Fotos dafür mehr Infos
- War nicht abwechslungsreich genug das die App Spass machen würde
- Es ist zu langweilig. Tägliche Belohnungen wie ein Glücksrad wäre perfekt
- App hat einige male nicht funktioniert
- Ich verstand nicht wo man die Bildschirmzeit zeigen musste
- Tipps
- Das Einloggen war mühsam
- Das ich nicht immer auf dem Handy bin
- Es geht darum weniger am Handy zu sein, aber weil man Fotos schicken muss ist man ja mehr dran.

Zustellung weiteren Info-Materialien

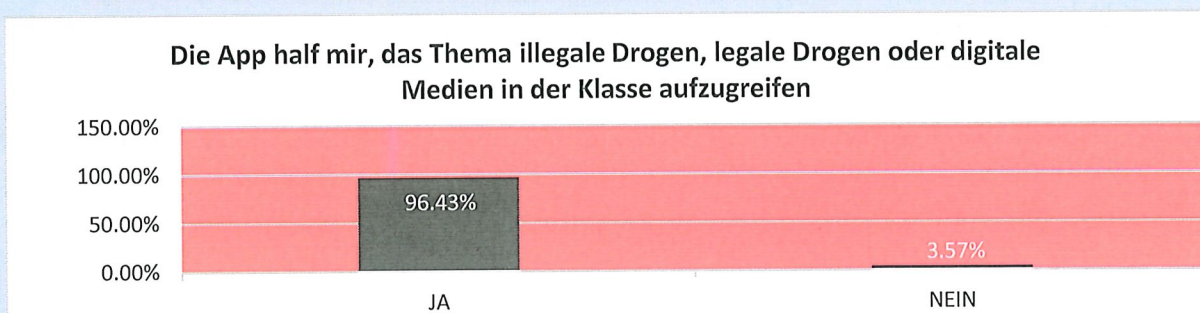
Dank der Sachpreisverlosung hat das Blaue Kreuz 87-mal Unterlagen an Erziehungsberechtigten zu den gewünschten Themen (Legale und illegale Drogen sowie Verhaltenssüchte) postalisch oder via Mail zugestellt.

Ergebnisse bei den Lehrpersonen

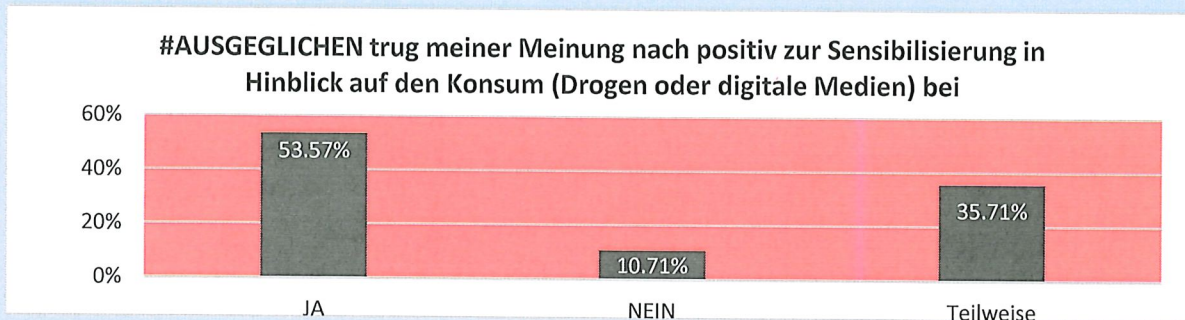
Insgesamt gaben 28 (n=28) Lehrpersonen zu sieben Fragen eine Rückmeldung. Auch für die Lehrpersonen standen zwei Freitexte bereit.

Wirkungsziel 1: #AUSGEGLICHEN half den Lehrpersonen, das Thema illegale Drogen, legale Drogen oder digitale Medien in der Klasse aufzugreifen

Lediglich eine Lehrperson ist der Ansicht, dass die Aktion bei der gewählten Thematik nicht half, die Inhalte in der Klasse aufzugreifen.



Wirkungsziel 2: #AUSGEGLICHEN trug nach Meinung der Lehrpersonen zur Sensibilisierung in Hinblick auf den Konsum (Drogen oder digitale Medien)

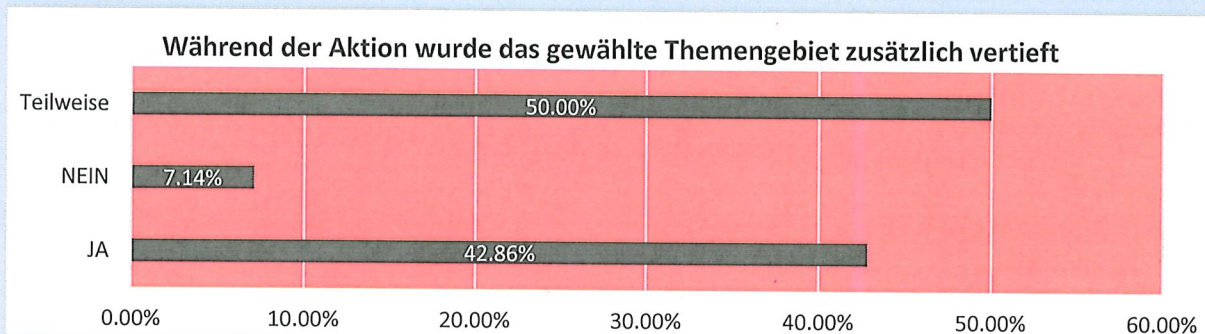


Diese Fragen haben über die Hälfte der Lehrpersonen mit "Ja" sowie mit 35.7 % mit "Teilweise" beantwortet. Auch wenn es eine Fremdwahrnehmung der Lehrpersonen ist, scheint das Projekt zur gewählten Thematik die Lernenden zu sensibilisieren.

Wirkungsziel 3: Die Elternbriefvorlage sowie den Flyer «Elternbrief» wurde genutzt und den Eltern abgegeben

Fast zwei Drittel (64.3 %) der Lehrpersonen bestätigen, dass sie alle zur Verfügung gestellten Unterlagen für die Erziehungsberechtigten abgaben. 17.9 % der Lehrpersonen haben dies teilweise getan. 17.8 % der Lehrpersonen verzichteten darauf.

Wirkungsziel 4: Während der Aktion wurde das gewählte Themengebiet zusätzlich vertieft

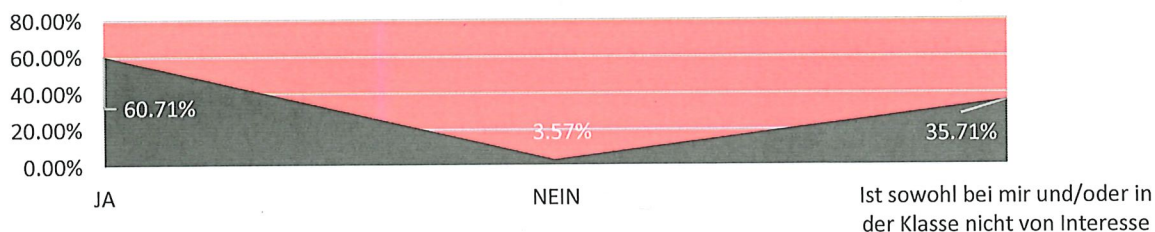


Die Mehrheit der Befragten hat mit den Lernenden die Thematik (teilweise) zusätzlich vertieft. Unsererseits wurde ein Info-Blatt mit Möglichkeiten zur Verfügung gestellt. Die zusätzlich investierte Interventionszeit könnte zur Nachhaltigkeit der Aktion beigetragen haben. Besonders von Interesse waren die Vaping-Experimentbox sowie die Rauschbrillen.

Wirkungsziel 5: Die Idee das Thema Vaping aufzugreifen sowie aktiv zu werden, fand Anklang – sei es, um das Thema im Unterricht aufzugreifen oder Verkaufsorte zu Dokumentieren

Das Interesse sich dem Thema E-Zigarette anzunehmen ist sehr unterschiedlich ausgeprägt. Über 60 % der Lehrpersonen finden, dass die Möglichkeiten dazu sinnvoll waren.

Die Idee zum Thema E-Zigarette (Vape) aktiv zu werden, fand ich sinnvoll -- sei es, um das Thema im Unterricht aufzugreifen oder die Möglichkeit zur Mithilfe beim Jugendschutz



Schriftliche Rückmeldungen von Lehrpersonen

Alle Lehrpersonen konnten auch in schriftlicher Form eine Rückmeldung via App geben. Insgesamt 16 Lehrpersonen machten davon Gebrauch. Selektioniert wurde nach Berücksichtigung für mögliche Anpassungen bei der nächsten Projektphase.

- Die Punktevergabe hat teilweise nicht funktioniert. App ist unübersichtlich?
- Gibt noch viele kleinere Bugs in der App, aber keine mir bekannte Stelle/Button zum Melden
- Ich hätte etwas mehr Umfragen, Quiz und Aufgaben erwartet. Die Foto Challenge fand ich super.
- Jugendliche müssen sich für die Teilnahme vermehrt mit dem Handy beschäftigen - auch solche, die ihr Handy sonst kaum nutzen... Gegensatz zum Ziel?

Ergebnisse bei Erziehungsberechtigten

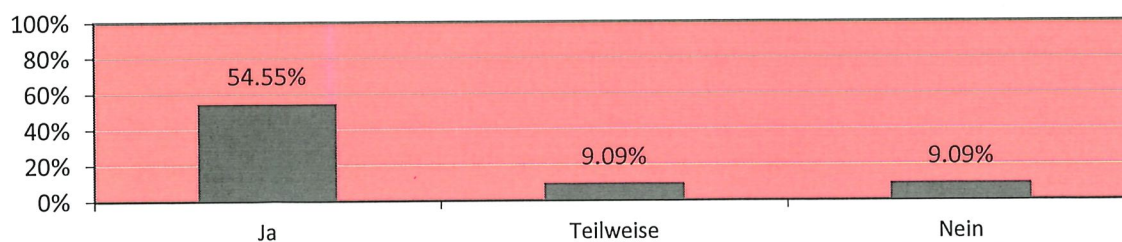
Das Blaue Kreuz erhielt insgesamt 11 (n=11) ausgefüllte Rückmeldebogen. Ausschliesslich weibliche Personen haben den Bogen ausgefüllt. Aufgrund der tiefen Rücklaufquote können nur begrenzte Rückschlüsse auf die Ergebnisse getätigt werden.

Wirkungsziel 1: Die Erziehungsberechtigten finden die Aktion sinnvoll

10 Befragte finden, dass das Projekt #AUSGEGLICHEN sinnvoll ist. Lediglich eine Person hat dazu keine Rückmeldung gegeben. Die Akzeptanz ist demnach sehr hoch.

Wirkungsziel 2: Die Familienaufgabe hilft den Erziehungsverantwortlichen, das Thema (erneut) anzusprechen

Die Familienaufgabe half uns, das Thema (erneut) anzusprechen



Die Mehrheit der Erziehungsberechtigten fanden, dass sich mit der Aktion eine erneute Möglichkeit auftat, zu Substanzen und/oder digitalen Medien zu sprechen. Die Cartoons samt Aufgabe helfen demnach, über die Thematik ins Gespräch zu kommen. Drei Personen gaben dazu keine Rückmeldung.

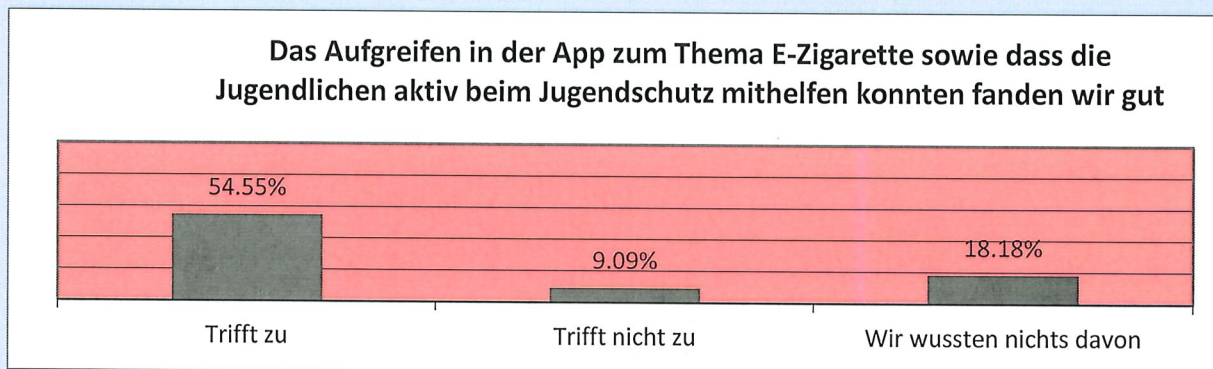
Weiter fand auch die Mehrheit der Erziehungsberechtigten, dass die Informationen im Elternbrief so genügten.

Wirkungsziel 3: #AUSGEGLICHEN regt zum Nachdenken an

Mit der Aktion sollten die Jugendlichen aber auch die Erziehungsberechtigten die Chance erhalten, die eigene Haltung, Einstellung, etc. zu reflektieren. Laut Befragungsergebnissen hat lediglich eine erziehungsberechtigte Person dazu keine Rückmeldung gegeben. Alle anderen Befragten fanden, dass die Aktion zum Nachdenken anregte.

Wirkungsziel 4: Das Aufgreifen in der App zum Thema E-Zigarette sowie dass die Jugendlichen aktiv beim Jugendschutz mithelfen konnten, fanden wir gut

Über die Hälfte der Befragten fanden die zusätzlichen Handlungsmöglichkeiten positiv. Fast 20 % der Befragten wussten jedoch nichts davon. Zwei Personen gaben dazu keine Rückmeldung.



Verkaufsstelle melden

Innerhalb der App konnten Interessierte, Informationen zu Verkaufsstellen, welche Nikotinprodukte hochladen festhalten. Insgesamt erhielten wir 9 Hinweise, wobei effektiv fünf Einträge nutzbar waren.

An folgenden Standorten haben wir Anfangs 2024 Testkäufe durchgeführt:

- Kiosk Hasle-Rüegsau, Bahnhofplatz 5, 3415 Hasle bei Burgdorf – Hat nicht verkauft
- Tankstelle Eni Ostermundigen, Bernstrasse 55 – Hat nicht verkauft
- Kiosk Fischermätteli, Könizstrasse 70, 3008 Bern – Hat nicht verkauft
- SPAR express Kehrsatz, Unterer Breitenacker 1, 3122 Kehrsatz – Hat nicht verkauft
- <https://www.dampf.ch> – Hat verkauft

Vier von fünf getesteten Verkaufsstellen haben keine Nikotinprodukte an Minderjährige abgeben. Lediglich dampfi.ch hat ein Liquid postalisch zugestellt. Der Einkauf war entsprechend einfach, da nur via Button bestätigt werden musste, dass man mind. 18 Jahre alt sei. Die entsprechenden Gemeinden sowie Dampf.ch haben wir zu den Ergebnissen schriftlich informiert.

Erreichung der Leistungsziele

Leistungsziele 2023	Ergebnisse
1. Zumindest 60 Schulklassen nehmen an der Aktion teil	47
2. 900 Jugendliche/junge Erwachsene nehmen an der Aktion teil	920
3. Zumindest 400 Teilnehmende nutzen die wöchentliche Befragung zum Wohlbefinden	567
4. Über 3'000 Aufgaben lösen die Teilnehmenden während der Aktion	5'232
5. Im Minimum nehmen 500-mal Schüler/innen bei der Konsum-Challenge zu Drogen teil	1'262
6. Mehr als 50 Statements zum Konsumverzicht halten die Teilnehmenden in der App fest	132
7. Mindestens 30 Mal nimmt das Blaue Kreuz Kontakt mit Teilnehmenden auf, die an der Konsum-Challenge teilnehmen	69
8. Über 50 Teilnehmende nutzen das Modul Verkaufsstelle melden	9
9. 20 Nikotintestkäufe führt das Blaue Kreuz durch	5
10. Mindestens 10 Lehrpersonen nutzen das Lehrmittel rund um das Thema Nikotin für ihren Unterricht	35

Leider konnten zwei Leistungsziele nicht erreicht werden. Obwohl sich 56 Lehrpersonen anmeldeten und die Unterlagen auch postalisch zugestellt wurden, haben sich neun Lehrpersonen abgemeldet oder trotzdem nicht mitgemacht. Hingegen nahmen über 900 Jugendliche/junge Erwachsene an der Aktion teil. Überraschenderweise haben wesentlich weniger Lernende Verkaufsstellen dokumentiert. Vermutlich spielt die Sichtbarkeit für diese Aktion eine entscheidende Rolle. So bestand in der App kein eigener Tab für das Melden der Verkaufsstelle. Unter "Konsum" gab es einen Button "Verkaufsstelle". Drückte man drauf, erschien ein Screen mit allen wichtigen Infos dazu samt Dokumentationsmöglichkeit. Trotz einigen Push-Nachrichten – die dazu aufforderten mitzumachen – gelang es nicht, die Soll-Zahl zu erreichen. Entsprechend hat das Blaue Kreuz auch weniger Testkäufe durchgeführt. Die Nachfrage nach dem Lehrmittel zum Thema E-Zigarette fand hingegen grossen Anklang. Zudem wurde das Vaping-Experiment acht Mal ausgeliehen.

3.3 Wirtschaftlichkeit

Reflektieren Sie bitte die Wirtschaftlichkeit Ihres Projekts.

Mit #AUSGEGLICHEN erhalten Lehrpersonen die Möglichkeit, Präventionsmassnahmen in ihren Klassen umzusetzen. Der Multiplikatoren-Ansatz bietet u.a. die Chance den Aufwand tiefer zu halten, da keine Präventionsfachleute direkt Interventionen mit der Zielgruppe durchführen.

Während dem Wettbewerb waren die Lehrpersonen für die Schülerinnen und Schüler die Ansprechpersonen und die Challenges liefen autonom. Negativ ins Gewicht fällt der hohe Aufwand bezüglich der Abwicklung an Support-Anfragen. Insgesamt gab es 94 Support-Anfragen via Community-Support in der App, via Mail oder auch telefonisch zu bewältigen.

Mit 920 Schüler/innen, welche am Projekt teilnahmen sowie 47 Lehrpersonen, die ebenfalls zur Thematik sensibilisiert wurden, konnten wir in kurzer Zeit viele Personen erreichen. Weiter konnten auch Erziehungsberechtigte an der Aktion teilnehmen und entsprechend erhielten sie die Möglichkeit, (erneut) über Drogen oder digitale Medien mit ihrem Kind zu sprechen. Mit Unterstützung der Schüler/innen hat das Blaue Kreuz zudem einen Beitrag zum Jugendschutz sowie generell zur Gesundheitsförderung geleistet.

4. Reflexion

Bitte legen Sie detailliert dar, welche Erkenntnisse Sie aus dem Projekt gezogen haben.

4.1 Generelle Reflexion

#AUSGEGLICHEN führt zu einer verstärkten Sensibilisierung sowie zu einem Wissenszuwachs im gewählten Themenbereich. Die Mehrheit der Lernenden ist der Meinung, dass die Aktion zur Reflektion beitrug und dass die app-basierte Intervention der richtige Weg ist, um die Themen Drogen sowie Smartphone-Umgang aufzugreifen. Die Drogenkonsum-Challenge trug bei gewissen Jugendlichen dazu bei, weniger Drogen zu konsumieren. Ein stärkerer Effekt hatte die Smartphone-Konsum-Challenge, bei der über ein Drittel der Befragten angab, dank dieser Funktion weniger Zeit am Handy verbracht zu haben. Dieses Ergebnis deckt sich mit einem kürzlich veröffentlichten Bericht, der aufzeigen konnte, dass bereits eine zweiwöchige app-basierte Intervention mit einer freiwilligen Konsumverzichts- oder Reduktionsaufgabe den Konsum spürbar reduzieren kann (Reiner Hanewinkel et al., 2023).

Sowohl Lehrpersonen als auch die Erziehungsberechtigten schätzen das Projekt und sie sind mehrheitlich der Ansicht, dass #AUSGEGLICHEN zur Reflektion anregt.

Die Evaluationsergebnisse zeigen auch, dass erneut verschiedene technische Probleme bewältigt werden mussten und dass die bestehende App für die Weiterführung des Projektes nicht mehr geeignet ist. Zudem muss darauf geachtet werden, eine möglichst massvolle App-Retentionsrate zu gewährleisten, da die mobile Intervention die Bildschirmnutzung erhöhen kann. Spielerische Inhalte sollten ausgebaut werden.

Insgesamt hat #AUSGEGLICHEN zu einem gesteigerten Bewusstsein zu den Themen Substanz- und/oder Smartphone-Konsum sowie zu einer positiven Veränderung der individuellen Selbstwirksamkeitserwartung beigetragen.

Quelle

Hanewinkel R. et al. (2023). „*Prävention und Gesundheitsförderung an Berufsschulen mit dem Schwerpunkt Suchtmittelkonsum und internetbezogene Störungen von Auszubildenden – Meine Zeit ohne (MZO)*“. Abgerufen unter https://www.bundesgesundheitsministerium.de/fileadmin/Dateien/5_Publikationen/Praevention/abschlussbericht/Anlage_2_Abschlussbericht_Meine_Zeit_ohne.pdf

4.2 Reflexion zu spezifischen Themen

Zielgruppe

Der Klassenwettbewerb richtete sich an Lehrpersonen und Lernende ab Oberstufe. Die teilgenommenen Schüler/innen waren im Alter von 12 bis 19 Jahren, wobei primär Oberstufenklassen daran teilnahmen. Ein sehr hoher Anteil an Schüler/innen (91.3 %) haben sich der Aktion angeschlossen. Bereits während der letzten Projektphase zeigte sich, dass der Klassenwettbewerb primär von Oberstufenlehrpersonen genutzt wird. Es macht daher Sinn, #AUSGEGLICHEN lediglich auf diese Zielgruppe auszurichten.

Chancengleichheit

a) Massnahmen im Bereich Chancengleichheit

Mit dem Elternbrief sowie der Familienaufgabe sollten auch Familien in den Klassenwettbewerb miteinbezogen werden. So sollten möglichst die Erziehungsverantwortlichen das Projekt mittragen. Auch sollte ein Fenster geöffnet werden, um mit den Kindern über das gewählte Thema (erneut) zu sprechen. Die Rückmeldungen der Eltern fielen mehrheitlich positiv aus. Insgesamt 87 Erziehungsverantwortliche und/oder Jugendliche bestellten während der Aktion weitere Informationen zu Substanten/digitale Medien, die primär in physischer Form zugestellt wurden. Der Aufwand war entsprechend gross.

b) Berücksichtigung der Zielgruppe

Um die Frage beantworten zu können, ob auch Lernende mit Migrationshintergrund und entsprechend deren Erziehungsberechtigten erreicht werden, konnten die Befragten angeben, ob ein Migrationshintergrund besteht. Die Auswertung zeigt, dass der Anteil der Jugendlichen/jungen Erwachsenen mit Migrationshintergrund bei 19 % lag. Im Jahr 2022 hatten 39,9 % der ständigen Wohnbevölkerung ab 15 Jahren einen Migrationshintergrund (BfS, 2023). Demnach konnte das Projekt auch Jugendlichen und entsprechend auch deren Erziehungsberechtigten mit Migrationshintergrund erreichen.

c) Handlungsmöglichkeiten und Hindernisse

Offenbar war die Teilhabe rund um das Thema Jugendschutz zu wenig präsent innerhalb der App. Relevante Inhalte müssen innerhalb der App sofort sichtbar sein, damit eine möglichst geringe Hürde zum Teilnehmen gewährleistet werden kann.

Zusammenarbeit

Leider konnte wie oben bereits erwähnt kein Pretest stattfinden. Entsprechend waren wir darüber enttäuscht und auch unsicher, ob die App alles leistet, was wir erwarten.

Im Juni haben wir unsere Kooperationspartner über die Neulancierung informiert. In diesem Zusammenhang erhielten die Partner das Angebot die App zu testen. Die Schulsozialarbeiterin in Gurmels (FR) teilte uns mit, dass sie die Schule im Juli verlassen wird und daher keine Zeit mehr habe – das Mail werde aber an die Nachfolgerin weitergeleitet. Die Ansprechperson bei der Perspektive in SO trat bereits im Juli ihren Mutterschaftsurlaub an. Sie versprachen jedoch, das Projekt in ihren Newsletter aufzunehmen sowie die Lehrpersonen in SO zu informieren. Die Ansprechperson bei Suchthilfe OST teilte uns mit, dass sie ebenfalls das Projekt im Newsletter erwähnen würden.

5. Meilensteine (letzte Projektperiode)

Nr.	Meilenstein	Indikatoren	Bewertung
	Produkte oder Resultate, evtl. Referenz auf Seite des Gesuchs	für Erreichung des Meilensteins	
			☐ ☐ ☐

Erläuterungen zu Zielerreichung (Indikatoren) und zu Ihrer Bewertung

Nr.	Meilenstein	Indikatoren	Bewertung
	Produkte oder Resultate, Referenz auf Gesuch	für Erreichung des Meilensteins	
			☐ ☐ ☐

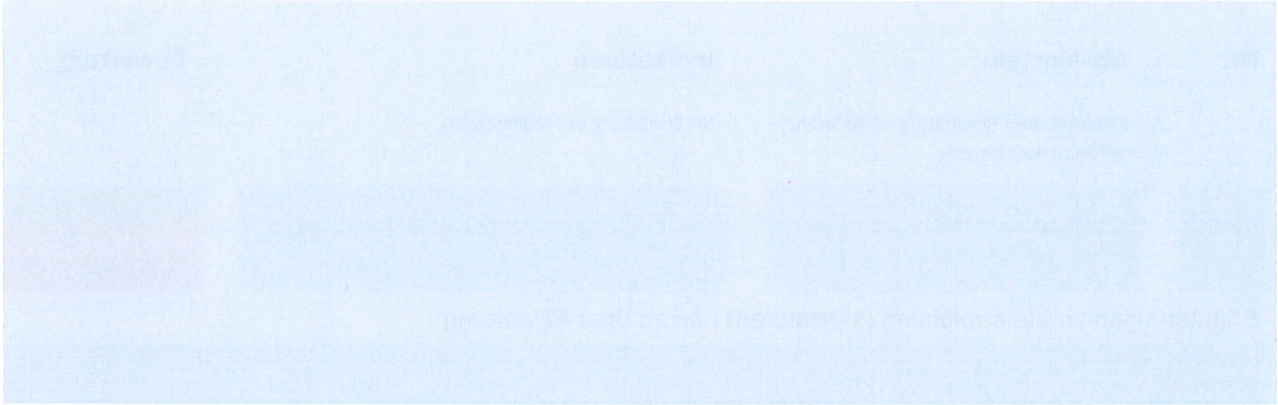
Erläuterungen zu Zielerreichung (Indikatoren) und zu Ihrer Bewertung

6. Anhänge

Bitte führen Sie hier die beigelegten Anhänge (z.B. Evaluationsberichte, Publikationen etc.) auf.

- ☒ Übersicht Budget-Schlussabrechnung (siehe [TPF-Website](#))
- ☒ Detaillierte Schlussabrechnung (Vergleich Budget-Effektiv, eigene Vorlage)
- ☒ Zwischenevaluation (gesamtes Projekt)
- ☐
- ☐
- ☐

7. Weitere Bemerkungen



Bitte senden Sie sämtliche Dokumente (das Formular im PDF- wie auch im Word-Format) per E Mail direkt an die für Sie zuständige Person beim TPF und zusätzlich an info@tpf.admin.ch. Falls sie über keine qualifizierte elektronische Unterschrift verfügen, dann scannen Sie bitte die erste, handschriftlich unterschriebene Seite des Formulars und sende Sie diese ebenfalls als PDF-Dokument.

Erläuterungen zu den einzelnen Feldern

Unterschrift

Der Schlussbericht muss von der Projektleitung handschriftlich oder mit qualifizierter elektronischer Signatur unterschrieben werden.

Einschätzung Projektergebnis

Bitte beurteilen Sie mittels der Ampeln den Verlauf des Projekts und dessen Ergebnis.

- Grün = erfolgreich
- Orange = teilweise erfolgreich
- Rot = nicht erfolgreich

Bitte erläutern Sie im entsprechenden Feld kurz, wie Sie zu Ihrer Einschätzung kommen.

Zusammenfassung

Der Text wird (allenfalls in bearbeiteter Form) auf der TPF-Website veröffentlicht und muss daher auch für Aussenstehende verständlich sein. Beschreiben Sie in der Zusammenfassung:

- die Projektaktivitäten (Was wurde gemacht?)
- die Projektergebnisse (Was wurde erreicht?)
- die Herausforderungen (Welche Schwierigkeiten mussten Sie bewältigen?)
- die Erfolgsfaktoren (Was hat sich bewährt? / Was sollte von anderen Projekten aufgenommen werden?)
- die Lerneffekte (Was hat funktioniert und was nicht? Was kann daraus gelernt werden, z.B. im Hinblick auf eine Weiterführung des Projekts?).

Wirkung des Projekts

Bitte beschreiben Sie die verschiedenen Wirkungszusammenhänge des Projekts. Nehmen Sie dazu bitte Bezug auf das Wirkungsmodell des Gesuchs. Welche Wirkungsannahmen haben sich bestätigt, welche nicht? Welche Wirkungen können Sie quantifizieren, welche nicht?

Ziele des Projekts

Zeigen Sie für alle im Gesuch definierten Ziele auf, ob und wie gut Sie diese erreicht haben. Wenn Ziele nicht erreicht wurden, dann begründen Sie dies bitte.

Wirtschaftlichkeit

Bitte stellen Sie Überlegungen an zur Wirtschaftlichkeit des Projekts. Setzen Sie dafür wenn möglich die Kosten ins Verhältnis zu den Resultaten (z.B. Kosten pro erreichter Person, Kosten pro Rauchstopp, Kosten pro Resultat X).

Welche Möglichkeiten gibt es, in Zukunft die Wirtschaftlichkeit des Projekts noch zu verbessern?

Generelle Reflexion

Reflektieren Sie hier das Projekt und seine Ergebnisse im Detail:

- Was hat sich bewährt? Wann hat Ihnen die Arbeit am Projekt Spass gemacht?
- Welche Annahmen waren richtig / welche falsch?
- Was hat nicht wie geplant funktioniert? Wann war die Arbeit am Projekt wenig motivierend?
- Welchen Beitrag hat das Projekt zur Tabakprävention in der Schweiz leisten können?
- Welche Empfehlungen können aus den Erfahrungen gewonnen werden (für andere Akteure oder allenfalls für eine Weiterführung des Projekts)?

Reflexion Zielgruppe

Was haben Sie über Ihre Zielgruppe und deren Bedürfnisse und Erwartungen herausgefunden?

Ist es gelungen, die Zielgruppe angemessen einzubeziehen? Welches Verbesserungspotenzial gibt es bezüglich Zielgruppe?

Chancengleichheit

Im Gesuch haben Sie aufgezeigt, wie Sie die gesundheitliche Chancengleichheit in Ihrem Projekt fördern wollen. Bitte legen Sie dar, mit welchen Massnahmen Ihnen dies gelungen ist und wo Sie auf Herausforderungen gestossen sind. Verwenden Sie dazu die folgenden 3 Kategorien:

a) Reflexion Massnahmen im Bereich Chancengleichheit

Welche Massnahmen haben Sie ergriffen, damit sozial benachteiligte Personen mit Ihrem Projekt erreicht wurden? Welche dieser Massnahmen waren aus Ihrer Sicht erfolgreich? Was waren die Herausforderungen? Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung.

b) Reflexion Berücksichtigung der Zielgruppe

War Ihr Angebot niederschwellig ausgestaltet und hat es Ihrer Einschätzung nach den Bedürfnissen der Zielgruppe entsprochen? Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung und zeigen Sie auf, wie die Mitglieder der Zielgruppe in die Umsetzung Ihres Projekts einbezogen wurden.

c) Reflexion Handlungsmöglichkeiten und Hindernisse

Im Gesuch haben Sie reflektiert, welchen Einfluss die gesellschaftlichen Verhältnisse auf die Lebensbedingungen und Handlungsmöglichkeiten Ihrer Zielgruppe haben. Bitte zeigen Sie auf, welche Massnahmen Sie zur Stärkung der Handlungsmöglichkeiten Ihrer Zielgruppe ergriffen haben und welchen Hindernissen Sie begegnet sind.

Reflexion Zusammenarbeit

Mit welchen Partnern haben Sie zusammengearbeitet und mit welchen nicht und warum? Was für Schlussfolgerungen ziehen Sie aus der Zusammenarbeit?

Meilensteine (letzte Projektperiode)

Im Rahmen des Schlussberichts bewerten Sie wie anlässlich der Zwischenberichte auch die Meilensteine der letzten Projektperiode.

Anhänge

Führen Sie hier bitte alle Anhänge auf, die Sie dem Bericht beilegen. Dabei kann es sich z.B. um Evaluationsberichte, Publikationen oder andere, weiterführende Dokumente handeln.