



## 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

Claude Knöpfel (vorher: Markus Wildermuth)

#### E-Mail

claude.knoepfel@suchtpreavention.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

Claude Knöpfel

Unterschrift

Datum

31.03.2025

### 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.

Mehrere Gründe sprechen für einen erfreulichen Projektverlauf und für ein erfreuliches Projektergebnis.

Insgesamt nahmen rund 1'000 Jugendliche aus über 70 Schulklassen am Klassenwettbewerb teil. Dementsprechend ermöglichte #AUSGEGLICHEN dem Blauen Kreuz weitreichende Arbeit in der Suchtprävention. Und die Rückmeldung einiger Lehrpersonen während und nach dem Wettbewerb halfen bei der Analyse allfälliger technischer und inhaltlicher Anpassungen der App.

Auch aus der Perspektive der Schülerinnen und Schülern verlief das Projekt auf zweifache Weise erfreulich. Erstens konnten sie dank der App ihr Konsumverhalten auf spielerische Weise reflektieren und zu ändern versuchen. So fand eine Sensibilisierung für legale und illegale Drogen und digitale Medien statt. Zweitens konnten sich viele Jugendliche über gesponserte Sachpreise im Gesamtwert von fast CHF 4'000.- freuen. Zudem erhielten die dreissig Klassen mit den meisten Punkten jeweils einen Gutschein im Wert von CHF 200.-. Die besten fünf Klassen sogar CHF 400.-.

Auch aus der Perspektive der Lehrpersonen lässt sich ein positives Fazit ziehen. Der Wettbewerb bot ihnen die Möglichkeit, ein wichtiges Thema im Rahmen der Gesundheitsförderung und der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) niederschwellig und lehrplankonform zu behandeln und den Klassenzusammenhalt zu stärken, ohne allzu grossen Aufwand dafür betreiben zu müssen.

## 2.2 Zusammenfassung

Bitte fassen Sie auf maximal einer Seite den Schlussbericht zusammen.

Die Grundidee des Projekts bestand darin, Schülerinnen und Schüler (SuS) der Oberstufe (und auf Sekundarstufe II) für die Themen legale und illegale Drogen sowie digitale Medien zu sensibilisieren. Das Projekt diente durch Information, Sensibilisierung und Challenges der Verhaltensprävention.

Als Ausgangspunkt und Umsetzungstool diente die App #AUSGEGLICHEN, welche kostenlos heruntergeladen werden kann. In Form eines Klassenwettbewerbs konnten die SuS unter Anleitung und Begleitung ihrer Lehrpersonen verschiedene Challenges machen und so Punkte sammeln. Die Klassen mit den meisten Punkten erhielten schliesslich einen Zustupf für ihre Klassenkasse und unter den einzelnen SuS wurden verschiedene Sachpreise verlost. Eine Challenge bestand beispielsweise darin, die Bildschirmzeit am Smartphone zu reduzieren. Eine andere bestand im Konsumverzicht legaler Drogen.

Wie die Rückmeldungen der SuS und Lehrpersonen zeigen, erachteten die meisten Teilnehmenden die App als sinnvollen Weg, um für die Themen legale Drogen, illegale Drogen und digitale Medien zu sensibilisieren. Auch die Möglichkeit, an verschiedenen Challenges mitzumachen und sich aktiv für den Jugendschutz einzusetzen, gefiel der Mehrheit. Bei den Quizergebnissen wird deutlich, dass viele Teilnehmende bereits ein grosses Wissen über Drogen, deren Wirkungen und das Thema Sucht hatten oder sich dieses während des Klassenwettbewerbs angeeignet haben.

Eine der grössten Herausforderungen bestand darin, die App mit der Entwicklerfirma so zu konzipieren und erstellen, dass die Challenges, Anmeldungen und dergleichen reibungslos verlaufen konnten. Gleichzeitig durften die Anforderungen an die App die Kostengrenze nicht überschreiten. Beide Herausforderungen konnten gemeistert werden.

Bereits während des Wettbewerbs und auch ausgehend von den Rückmeldungen zeigte sich, dass sich die Challenges bewährt hatten. Viele SuS packte der Ehrgeiz. Und auch die Bereitschaft der Jugendlichen, sich für den Jugendschutz einzusetzen, zeigte sich bereits während des Wettbewerbs. Viele SuS meldeten sich nämlich als potenzielle Testkaufende oder um auf Nikotin- oder Tabakwerbung aufmerksam zu machen. Im Vergleich zu anderen Projekten könnten in der App künftig noch mehr konkrete Lernmedien zur Verfügung stehen, damit die Lehrpersonen die Themen auch unabhängig vom Wettbewerb vertiefen können.

### 3. Projektresultate

#### 3.1 Wirkung des Projekts

Bitte beschreiben Sie die Wirkungsweise des Projekts.

Die angestrebten Outputs sollten dabei helfen, die formulierten Outcomes zu erreichen. Aufgrund der Möglichkeit, die App in gängigen App-Stores herunterzuladen, konnten interessierte Schulen innerhalb und ausserhalb der Kantone Bern, Solothurn und Freiburg am Wettbewerb teilnehmen. Über 70 Klassen meldeten sich für den Wettbewerb an und damit rund 20 Klassen mehr als angestrebt. Mit nicht ganz 1'000 teilnehmenden Jugendlichen gelang auch die Erreichung der Mindestmenge von 900 Teilnehmenden. Die angepeilte Mindestanzahl gelöster Aufgaben von 4'000 wurde mit über 9'000 übertroffen. Mehr als 50 Jugendliche nutzten die Möglichkeit, aktiv an Jugendschutzthemen mitzumachen. Insgesamt erhielt das Blaue Kreuz innerhalb der App mehr als 20 (angestrebtes Minimum) Hinweise zu Verkaufsstellen. Und das Lernmedium zum Thema Nikotinwerbung luden im Jahr 2024 insgesamt 75 Personen, also mehr als 40 Personen, herunter.

Nach dem Klassenwettbewerb konnten die Teilnehmenden innerhalb der App eine Rückmeldung zum Klassenwettbewerb geben. Diese Rückmeldung dient dazu, die Outcomes zu evaluieren. Mehr als 70 Prozent vertraten die Meinung, dass sie dank dem Projekt mehr zum gewählten Themenfeld wissen. Auch erachten über 70 Prozent die Auszeichnungen pro erreichte Aufgabe als motivierend. Mehr als 50 Prozent, konkret 62 Prozent, begrüßen die Möglichkeit innerhalb der App, aktiv am Jugendschutz teilzunehmen. Die erhaltenen Informationen zu Nikotinwerbungen tragen dazu bei, zu erkennen, welche Werbung die Jugendlichen bemerken. Es sind vor allem Onlinewerbungen. Auf Seiten der Lehrpersonen erachten alle Beteiligten das Projekt als sinnvoll. Die wöchentlichen Befragungen sowie Inputs zur psychischen Gesundheit halfen gemäss Rückmeldung 55 Prozent dabei, sich besser zu fühlen. Auch hier wurde das Minimalziel von 20 Prozent überschritten.

Die Outputs und Outcomes sollen als Impact zur Folge haben, dass beteiligte Jugendliche einen risikoarmen Umgang mit psychoaktiven Substanzen und digitalen Medien pflegen. Auch das Hinauszögern oder bestenfalls sogar der Konsumverzicht von Nikotinprodukten sollte angestossen werden. Dank der aktiven Mithilfe der Jugendlichen beim Jugendschutz soll die Anzahl Verkaufsorte sinken, welche Nikotinprodukte an Minderjährige verkaufen und die Menge illegaler Nikotinwerbung soll weniger werden.

Aus gesellschaftlicher Perspektive besteht das Ziel darin, die negativen Folgen des missbräuchlichen Konsums zu reduzieren.

#### 3.2 Ziele des Projekts

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

Die folgende Auflistung zeigt auf, welche Mittel- bzw. Detailziele (MZ/DZ) erreicht wurden.

- Die neue App mitsamt weiteren Inhalten ist entwickelt und funktionsfähig und spätestens Ende Juni stand die App für die Testphase bereit und die wichtigsten Inhalte waren vorbereitet. (M1 und D1)
- Die Zielgruppenprofile (Segmente 1-5) für die Tabakprävention wurden berücksichtigt und kommunikativ wurden Jugendliche aus mindestens drei Segmenten angesprochen, beispielsweise in Form passender Videolinks. (M2 und D2)
- Zwei Klassen nahmen am Pilotversuch teil und gaben eine Rückmeldung zur Gestaltung sowie zu den Inhalten. Dementsprechend konnten die Teilnehmenden vor dem Kickoff partizipativ mitentscheiden. Die Rückmeldungen flossen in die Finalisierung ein. (M3 und D3)
- Der Zugang zur App war für alle Klassen ab Oberstufe zugänglich und die Details zur Anmeldung waren auf der Website vom Blauen Kreuz Bern-Solothurn-Freiburg aufgeschaltet. Die App konnte sowohl auf Android wie auch auf iOS heruntergeladen werden. (M4 und D4)

- Der Wettbewerb wurde in mehreren Kantonen angeboten und Lehrpersonen aus den Kantonen Bern, Solothurn und Freiburg konnten am Wettbewerb teilnehmen. Auch Lehrpersonen aus anderen Kantonen, wobei die kommunikativen Massnahmen im Voraus auf die drei erstgenannten abzielten. (M5 und D5)
- Die Jugendlichen erhielten relevantes Wissen zu legalen und illegalen Drogen sowie digitalen Medien. Und sie konnten während der Wettbewerbsphase an einem Onlinequiz teilnehmen und nach dem Wettbewerb eine Rückmeldung zu ihrem Wissenszuwachs mitteilen. (M6 und D6)
- Alle Teilnehmenden konnten bei den Konsum-Challenges mitmachen und das Frontend der App war so aufgebaut, dass die Konsum-Challenges sofort ersichtlich und abrufbar waren. (M7 und D7)
- Alle Teilnehmenden konnten sich aktiv für den Jugendschutz einsetzen.  
Diese Möglichkeit beinhaltete folgende Aspekte:
  - a.) Informationen sowie Unterstützung für Lehrpersonen, um eine Unterrichtslektion zu Werbestrategie sowie Sichtbarkeit von Werbung im Alltag zu Nikotinprodukten umzusetzen.
  - b.) Die Teilnehmenden konnten der Lehrperson via App mitteilen, dass sie eine Unterrichtslektion zum Thema «Nikotinprodukte» wünschen.
  - c.) Dokumentation von Orten, bei denen Nikotinprodukte an Minderjährige abgegeben werden.
  - d.) Dokumentation von Orten, bei denen Nikotinwerbung verbreitet wird.
  - e.) Anmeldung zum Mitmachen bei Testkäufen (ab 13.5 Jahren möglich). (M8 und D8)
- Testkäufe werden dank den Hinweisen durchgeführt und das Blaue Kreuz führte situative Testkäufe an Verkaufsstellen durch, um den Jugendschutz zu kontrollieren. Die Verkaufsstellen und die Gemeinden werden über die Ergebnisse informiert. (M9 und D9)
- Dank den Hinweisen zu Nikotinwerbungen wurden die Marketingmassnahmen sichtbar und das Blaue Kreuz hielt systematisch die eingegangenen Hinweise fest, um diese auszuwerten. (M10 und D10)
- Erziehungsverantwortliche erhielten die Möglichkeit, sich zu Drogen oder zum Thema digitale Medien auszutauschen. Die Teilnehmenden konnten während der Wettbewerbsphase ein Cartoon mit einer Konsumsituation mit ihrer Familie besprechen und dazu eine persönliche Haltung schriftlich festhalten. (M11 und D11)
- Menschen mit Migrationshintergrund wurden erreicht und dank einfachem Zugang sowie leicht verständlicher Sprache nahmen auch Menschen mit Migrationshintergrund am Projekt teil. Familien erhielten zudem je nach gewünschter Sprache eine Info-Broschüre zu Drogen oder digitalen Medien. (M12 und D12)

### 3.3 Wirtschaftlichkeit

Reflektieren Sie bitte die Wirtschaftlichkeit Ihres Projekts.

Die Gesamtkosten für die Neuentwicklung der App #AUSGEGLICHTEN beliefen sich auf rund CHF 190'000.00. Die Schlussrechnung liegt dem Bericht bei.

Bei insgesamt rund 1000 teilnehmenden Schülerinnen und Schülern entspricht dies pro erreichte Person rund CHF 190.00.

Nicht einberechnet in diesen Betrag sind alle Lehrpersonen, die mit ihren Klassen am Wettbewerb teilgenommen haben und die Erziehungsberechtigten, die bei der Familienchallenge mitgemacht haben. Auch diese haben durch ihre Beteiligung am Wettbewerb und der Sensibilisierung zu den Thematiken eine Wissenserweiterung und Verhaltensreflexion gemacht.

Ebenfalls nicht mitgerechnet sind die zusätzlichen Massnahmen rund um den Jugendschutz und deren Breitenwirkung, insbesondere die Erfassung von Werbung zu Tabak- und Nikotinprodukten im öffentlichen Raum.

Dank der neuen App, die auf dem aktuellsten technischen Stand ist, hoffen wir, die Kosten für inhaltliche Anpassungen und Erweiterungen mittel- bis langfristig in einem vertretbaren Rahmen halten zu können.

## 4. Reflexion

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

### 4.1 Generelle Reflexion

#### Reflexion Projekt

##### Was hat sich bewährt?

Die Mischung aus wiederkehrenden und einmaligen Challenges stiess bei den Teilnehmenden auf Anklang. Bei den wiederkehrenden Challenges konnte sich jede Person an sich selbst messen, bzw. mit sich selbst vergleichen. Das wurde als motivierend wahrgenommen. Die einmaligen Challenges waren aufgrund ihrer Exklusivität spannend und deshalb motivierend.

Auch die Abdeckung der Themen überzeugte. Sämtliche angebotenen Themen (legale Drogen, illegale Drogen, digitale Medien) wurden in einer zufriedenstellenden Anzahl gewählt. Dasselbe gilt für die angebotene Möglichkeit, sich aktiv am Jugendschutz zu beteiligen (Interesse als Testkäuferinnen und Testkäufer sowie Nikotinwerbungen melden oder Verkaufsstellen, welche legale Drogen an Minderjährige verkaufen). Dutzende von Teilnehmenden meldeten sich hier.

Der Pretest im Sommer half dabei, allfällige Änderungen in der App vorzunehmen. Die lange Zeitspanne, in der sich Lehrpersonen und ihre Klassen anmelden konnten, half den Lehrpersonen dabei, den Wettbewerb frühzeitig in ihre Planung aufzunehmen. In diesem Zusammenhang ist auch der Durchführungszeitraum (04.11.2024 – 10.12.2024) zu nennen. Gerade das zweite Quartal stellt für viele Lehrpersonen eine der anstrengendsten Phasen des Schuljahrs dar, für Schülerinnen und Schüler ebenso. Die App brachte ihnen Abwechslung und niederschwellige Lernmöglichkeiten in das lange Quartal.

Positiv zu erwähnen ist auch die angenehme Zusammenarbeit mit den App-Entwicklern von Smartfactory und mit dem TPF. Mit beiden verlief die Zusammenarbeit konstruktiv, zielführend und wohlwollend.

##### Wann hat Ihnen die Arbeit am Projekt Spass gemacht?

Am meisten Freude machte das Projekt während der effektiven Wettbewerbsphase, als ersichtlich war, wie viele Jugendliche teilnehmen und sich Mühe geben, Punkte zu sammeln. Das zeigte sich dann auch an einer grösser werdenden Dynamik im Backend der App. Auch die Anfragen von Lehrpersonen zu beantworten, erwies sich als interessante und zufriedenstellende Tätigkeit, vor allem aufgrund der Tatsache, dass diese sehr wohlwollend und konstruktiv Nachfragen gestellt haben. Da hilft man natürlich gerne. Die grösste Freude machen die didaktisch-pädagogischen Überlegungen. Zu überlegen, welche Inhalte in einer App wie dargestellt sein müssen, um eine möglichst gute Sensibilisierung für Drogen und digitale Medien zu erreichen, erwies sich als anspruchsvolle und kreative Tätigkeit. Zudem ist es gerade dieser Aspekt, der bei jeder kommenden Durchführung des Wettbewerbs weiter verbessert werden kann.

##### Welche Annahmen waren richtig / welche falsch?

Die wohl grösste Befürchtung bezog sich auf die Arbeit im Backend, da als Nicht-IT-Spezialist nicht absehbar war, wie kompliziert die Bedienung der App im Backend sein würde. Glücklicherweise gestaltete Smartfactory das Backend übersichtlich, nachvollziehbar und sinnvoll. So trafen die befürchteten, potenziellen Probleme glücklicherweise nicht ein.

Die Befürchtung, dass einige Jugendliche die Anfragen-Funktion für, aus ihrer Perspektive, lustige Sprüche brauchen würden, traf zu. Jedoch in nur geringer Anzahl, so dass diese Nachrichten nicht weiter beachtet werden mussten und sich damit von selbst erledigten.

##### Was hat nicht wie geplant funktioniert?

Das effektive Startdatum der Challenges war zu Beginn des Wettbewerbs um zwei Tage verzögert, da in der App und auf der Website ein unterschiedliches Datum standen. Sobald dieses Missgeschick entdeckt wurde, konnte Smartfactory das Datum in der App so anpassen, damit die Challenges wieder im geplanten Takt verlaufen konnten.

Bei der Anmeldung durch die Lehrpersonen gab es einen Fall, in dem die Anmeldung nicht gelang. Smartfactory entdeckte das Problem schliesslich. Eine Firewall in einer Schule blockierte die App.

### **Wann war die Arbeit am Projekt wenig motivierend?**

Der letztgenannte Punkt war jener, der zeitweilig die Motivation drückte. Während vieler Telefonate und E-Mails zu versuchen, das Anmeldeproblem zu lösen, obwohl die Lösung letzten Endes nicht in der App selbst lag, frustrierte.

### **Reflexion Ergebnisse**

Die folgenden Reflexionen beziehen sich auf die Online-Rückmeldungen der SuS und LP, die sie nach dem Wettbewerb in der App ausfüllen konnten. Der Fokus liegt im Folgenden auf den Rückmeldungen der SuS. Die Rückmeldungen der LP decken sich ziemlich gut mit denen der SuS.

### **Was hat sich bewährt?**

Über 80 Prozent der Teilnehmenden sind der Meinung, dass die App ein guter Weg ist, um für das Thema Drogen und digitale Medien zu sensibilisieren.

Rund drei Viertel glauben, nach dem Klassenwettbewerb mehr über die Themen Drogen und digitale Medien zu wissen.

Mehr als 80 Prozent sind davon überzeugt oder teilweise überzeugt, dass die App ihnen half, ihre Haltung zu Drogen bzw. digitalen Medien zu reflektieren.

Die Auszeichnungen, welche die SuS innerhalb der App gewinnen konnten, motivierten rund drei Viertel zur aktiven Teilnahme.

Die Mehrheit der Teilnehmenden empfand die verschiedenen Challenges und Möglichkeiten innerhalb der App als sinnvoll.

Diese Zahlen machen den Wert der App und des Klassenwettbewerbs deutlich.

Die App als Lernmedium hat sich aus unserer Sicht bewährt und die Zielsetzung, die Teilnehmenden für Drogen und digitale Medien zu sensibilisieren, haben wir erreicht.

### **Welchen Beitrag hat das Projekt zur Tabakprävention in der Schweiz leisten können?**

Fast 70 Prozent der SuS gaben an, dank der Teilnahme an der Konsum-Challenge keine Drogen konsumiert zu haben. Ähnlich viele haben nach eigenen Angaben weniger Zeit am Smartphone verbracht.

60 Prozent der SuS wissen jetzt, was sie machen können, falls eine Abhängigkeit bei ihnen oder in ihrem Umfeld ein Thema sein sollte. Für 30 Prozent war dies gemäss eigenen Angaben bereits im Voraus klar.

Die Mehrheit der teilnehmenden SuS hat dank der App mehr über Vapes/E-Zigaretten gelernt.

Die zahlreichen SuS, die sich als Testkaufende zur Verfügung stellen (möchten), Nikotinwerbung festhielten oder Geschäfte meldeten, die Nikotin oder Alkohol an Minderjährige verkaufen, sind ein deutliches Indiz dafür, dass die Teilnehmenden für die Problematik rund um Tabak und Nikotin sensibilisiert wurden und viele von ihnen sogar zur Mitarbeit motiviert wurden. Einerseits in Form von Konsumverzicht bzw. -reduktion und andererseits in Form von Jugendschutzmassnahmen, bei denen sich die Jugendlichen selbst aktiv beteiligen.

Schutz vor Passivrauch, Nikotinwerbung oder auch Zigistummel-Sammelaktion sind einige Themen, welche die Teilnehmenden bei einer zukünftigen Durchführung wieder oder neu zu Aktivitäten herausfordern könnten.

### **Empfehlungen**

Bei den einzelnen Challenges mussten die Lehrpersonen (LP) die Ergebnisse der SuS bestätigen oder ablehnen. Für die allermeisten LP war dieser Weg gut. Aus pädagogischer Sicht empfiehlt es sich, auch künftig den LP diese Entscheidung zu überlassen, damit sie einerseits einen Eindruck erhalten, wie gewissenhaft die SuS am Wettbewerb teilnehmen und andererseits einschätzen können, wo und welche Themen sie zusätzlich vertiefen möchten.

Auch der kompetitive und belohnende Aspekt der App hat sich bewährt, da er die Motivation der SuS erhöhte.

Ebenfalls empfiehlt sich eine Auswahl an Themen für die Teilnahme am Klassenwettbewerb. Die LP konnten selbst entscheiden, ob sie den Fokus auf Drogen oder digitale Medien legen wollten. Dadurch konnten sie besser und gezielt auf die Lebenswelt und die aktuellen Themen ihrer SuS eingehen.

## 4.2 Reflexion zu spezifischen Themen

### Zielgruppe

In Sachen digitale Medien sind immerhin ein Drittel der Jugendlichen ab ihrem Smartphonekonsum überrascht. Rund zwei Drittel führen Cybermobbing auf mangelnde Sozial- und Medienkompetenzen zurück. Gleichzeitig wissen die meisten, wie man in Cybermobbingfällen reagieren sollte. Mit welchen Tricks App-Hersteller Menschen möglichst lange in der App halten wollen, wissen rund ein Fünftel der Jugendlichen. Dafür kennen sie viele Anzeichen einer Onlinesucht. Auch Risikofaktoren sind vielen bewusst.

Bezogen auf legale Drogen kennen die meisten SuS verschiedene legale Drogen und wissen, welche am häufigsten konsumiert werden. Auch weiss ein Grossteil der SuS über die gesundheitlichen Auswirkungen von Energydrinks, Zigaretten und Alkohol Bescheid.

Bei illegalen Drogen zeigt sich, dass viele SuS zahlreiche illegale Drogen kennen, sich bewusst sind, wie gefährlich diese sind und Gründe kennen, warum Menschen solche Substanzen konsumieren.

Zusammenfassend lässt sich aus den verschiedenen Quiz der App folgern, dass die meisten SuS schon sehr viel über legale und illegale Drogen wissen. Zudem verstehen sie, welche Faktoren eine Suchtentstehung begünstigen oder verhindern können und warum Menschen überhaupt Drogen nehmen.

### Chancengleichheit

#### a) Massnahmen im Bereich Chancengleichheit

Um eine Chancengleichheit zu gewährleisten, wurden verschiedene Massnahmen ergriffen.

Erstens konnten alle Jugendliche mit Smartphone die App herunterladen, da diese sowohl für Android wie auch für Apple kostenlos zur Verfügung stand und steht.

Zweitens führten die Lehrpersonen zu Beginn und am Schluss des Wettbewerbs eine Einführungs- bzw. Schlussequenz durch. Dadurch griffen sie allfällige Unklarheiten der Jugendlichen auf und klärten diese bestenfalls.

Drittens bestand für die Teilnehmenden die Möglichkeit, in der App Fragen und Anliegen rund um Präventionsthemen direkt an das Blaue Kreuz zu stellen. Dank diesem niederschweligen Angebot trauten sich möglicherweise einige Jugendliche Fragen zu stellen, die sie in der Klasse nicht stellen wollten.

Viertens lag während der Produktionsphase ein Fokus darin, die Sprache möglichst einfach verständlich zu gestalten, damit möglichst viele Jugendliche ohne zusätzliche Unterstützung von Lehrpersonen, Familien- oder Klassenmitgliedern die Inhalte verstehen konnten.

Damit einhergehend bot die App verschiedene visuelle Elemente (Videos und Bilder), damit Teilnehmende mit einer Leseschwäche gewisse Inhalte besser verstehen konnten.

Von den eingegangenen Rückmeldungen thematisierte keine einzige die Verständlichkeit der Inhalte. Das bedeutet, dass keine Lehrperson und keine SuS die sprachliche Ausgestaltung und Verständlichkeit der App bemängelte. Dementsprechend darf davon ausgegangen werden, dass die sprachlichen und visuellen Elemente zielpublikumsgerecht waren bzw. sind.

Eine Herausforderung stellte die Teilnahme von Jugendlichen ohne Smartphone dar. Obschon die meisten Jugendlichen in der Oberstufe ein eigenes Smartphone besitzen, gab es doch die eine oder andere Person ohne Smartphone. Im Kontakt mit den entsprechenden Klassenlehrpersonen, die sich gemeldet haben, wurde versucht, eine zielführende Lösung zu finden. Teilweise bestand die Lösung darin, das Smartphone der Eltern zu verwenden.

## b) Berücksichtigung der Zielgruppe

Das Angebot war niederschwellig ausgestaltet und entsprach den Bedürfnissen der Zielgruppe.

Das hat mehrere Gründe:

- Erstens wurden die Inhalte der App in Form eines Pretests anhand von zwei Klassen getestet, um die App dank der Rückmeldungen der Lehrpersonen und Jugendlichen zu optimieren.
- Da viele SuS viel Zeit am Smartphone verbringen, holte die App dementsprechend die SuS in ihrer Lebenswelt direkt ab.
- Drittens führt das Blaue Kreuz seit vielen Jahren regelmässig Workshops zum Thema Suchtprävention in Schulen durch. Ausgehend von diesem Erfahrungsschatz bot sich die Möglichkeit, bewährte pädagogisch-didaktische Elemente in die App einzubauen.
- Zudem konnten alle Teilnehmenden am Ende des Wettbewerbs eine Rückmeldung ausfüllen, die der Optimierung der App (-Inhalte) für künftige Jahre hilft.

## c) Handlungsmöglichkeiten und Hindernisse

Verschiedene gesellschaftliche Verhältnisse stellen Risikofaktoren dar, die eine Suchtentstehung begünstigen können. So kann eine mangelnde Unterstützung im Elternhaus beispielsweise dazu führen, dass sich Jugendliche nicht aufgehoben fühlen und sie deshalb viel Zeit auf Social Media verbringen, im schlimmsten Fall zu viel Zeit. Es kann aber auch dazu führen, dass sie gesundheitsschädigende Substanzen konsumieren. Hier versuchte die App, mit Challenges (Konsumreduktion sowohl von Substanzen und von Bildschirmzeit) entgegenzuwirken. Die App fördert damit die Reflexion der Jugendlichen über ihr eigenes Verhalten.

Bei einer weiteren Challenge konnten die Jugendlichen mit ihren Eltern gemeinsam ein Situationsbild rund um das Thema Substanzmissbrauch diskutieren. Damit förderte die App den familiären Austausch. Dank der Möglichkeit, sich aktiv am Jugendschutz zu beteiligen, wurden die Jugendlichen dafür sensibilisiert, wie Handel und Gewerbe teilweise Geld damit verdienen, jungen Menschen legale Drogen zu verkaufen.

Durch die Möglichkeit, Nikotinwerbung zu melden, wurden die Teilnehmenden auf die Werbemechanismen der Tabak- und Nikotinindustrie aufmerksam.

## Zusammenarbeit

Bei den Pretests konnten wir auf die Unterstützung von Lehrpersonen und SuS aus dem Kanton Bern zählen.

Aus dem Kanton Solothurn erhielten wir Unterstützung von Tanja Aeschbacher (Suchtprävention und Gesundheitsförderung PERSPEKTIVE Region Solothurn-Grenchen) und René Bachmann (Prävention und Gesundheitsförderung Suchthilfe Ost).

Aus dem Kanton Freiburg halfen Franziska Ritschard (Schulsozialarbeiterin an der Primar- und Orientierungsschule Gurmels) und Vera Nussbaumer (Gesundheitsbeauftragte OS Tafers) mit.

Die Zusammenarbeit mit Suchthilfe Ost und PERSPEKTIVE strebten wir an, um das Projekt in Schulen im Kanton Solothurn zu bewerben. Zudem waren wir an ihrer Rückmeldung zum Projekt interessiert.

Dasselbe gilt für die Schulsozialarbeiterin der OS Gurmels.

In der Ausschreibungsphase publizierte das Schulblatt Aargau-Solothurn erfreulicherweise einen grossen Beitrag zum Klassenwettbewerb und auch die «Berner Schule» machte für Lehrpersonen im Vorfeld auf #AUSGEGLICHEN aufmerksam.