



Schlussbericht für Tabakpräventionsprojekte und -programme

(überarbeitet)

Projektname	Fit to Quit - Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche im Setting (rauchfreie) Schule. Entwicklung und Implementierung.	
Projektstart	4.4.2006	
Projektende	31.1.2009	
Beitragsempfängerin / Beitragsempfänger	Name Strasse / Nr. PLZ / Ort	Züri Rauchfrei, Fachstelle für Tabakprävention, Zähringerstrasse 32 8001 Zürich
Kontaktperson	Dr. Ute Herrmann	
Verfügungsnummer	07.002061	
Verfügungssumme	100 000 CHF	

Anlagen Schlussbericht (bereits erhalten):

- Kursleitermanual „Rauchstopp nach Mass“ und Teilnehmerunterlagen, inkl. Fragebögen Evaluation (Mappe)
- Evaluation Rauchstopp-Kurs „Aufhören nach Mass“: Merkmale der RauchstoppteilnehmerInnen und ihre Bewertung des Kurses (PPP) und Fragebogen mit Auswertung der Nachbefragung der KursteilnehmerInnen Januar 2009
- Artikel „Allgemeiner Anzeiger“ Uzwil, 20.2.2008, und Presseinformation Bildungszentrum Interlaken

Ort / Datum

Unterschrift

Zürich, 8.4.2009 (4)

INHALTSVERZEICHNIS

1	Zusammenfassung des Schlussberichts	2
2	Kurzer Projektbeschreibung	3
3	Geplante Ziele	3
4	Erreichte Ziele.....	4
5	Leistungsergebnisse (Output).....	5
6	Erreichte Wirkungen (Impact)	7
7	Projektrückblick und Erfahrungen.....	7
8	Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung)	10
9	Chancengleichheit	11
10	Auf den Punkt gebracht	11
11	Empfehlungen.....	11

1 Zusammenfassung des Schlussberichts

Ausgangslage: Je früher der Rauchstopp, desto grösser der gesundheitliche Nutzen. Therapeutische Programme zum Rauchstopp speziell für Jugendliche fehlen in der Schweiz bislang gänzlich. Es mangelt zudem an Versuchen, Rauchstopp-Hilfen für diese Zielgruppe gezielt zu implementieren, z.B. im Setting Schule, das am meisten Erfolg zu versprechen scheint. Ein zentrales Problem liegt in der geringen Partizipation der Jugendlichen.

Projektziele: Das Projekt „Fit to Quit“ hat zum Ziel, *Informiertheit, Akzeptanz, Bekanntheitsgrad und Nutzung verschiedener Rauchstopp-Angebote* in den Schulen zu verbessern¹, vielfältige *Werbe- bzw. Rekrutierungsmethoden*² zum Einsatz zu bringen, *Rauchstoppangebote in den Schulen zu implementieren*. 120–180³ rauchende Jugendliche der 8.–12. Klassen sollen die Rauchstopp-Angebote *nutzen* und davon *profitieren*.

Begleitstudie: In einer begleitenden Studie wurden die Bedürfnisse der SchülerInnen zu den Rahmenbedingungen des Rauchstopps erfragt, die Beeinflussbarkeit von Bekanntheit, Bewertung und Nutzung der Hilfen und der Einfluss der Werbemassnahmen untersucht (Forschungsprojekt 07.002060). Das IFT-Nord, Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung/Kiel führte die Schweizer Studie durch. Der vorliegende Schlussbericht dokumentiert die gemachten Erfahrungen systematisch und bewertet sie. Im Sinne einer Ergänzung oder der Evidenz dieses Erfahrungswissens und um Redundanz zu vermeiden, wird auf Ergebnisse des Forschungsberichts verwiesen.

Projekthalt und -verlauf: 13 Schulen mit rund 3000 SchülerInnen aller Schultypen (acht Sekundar-, zwei Mittel- und drei Berufs- bzw. Berufswahlschulen) aus den Kantonen St. Gallen (4), Bern (1) und Zürich (8) meldeten sich für das Forschungs- und Interventionsprojekt „Fit to Quit“ an. Es wurde im Schuljahr 2007/08 durchgeführt (alle Informationen zur Stichprobe N = 2.959 (t1), N = 2.758 (t2), N = 2.573 für beide Befragungen siehe Forschungsbericht). Drei verschiedene Rauchstopp-Angebote standen den Schulen zur Verfügung: Die Broschüre „Genug vom blauen Dunst“, ein internetbasiertes (v.a. feelok) und ein therapeutisches Programm. Vielfältige Rekrutierungsmassnahmen kommen während zwei Monaten zum Einsatz. Die Schulen konnten auswählen, welche Massnahmen sie nutzen wollten. Das therapeutische Programm wurde im Rahmen des Projekts und in Kooperation mit den Kursleitungen für die Zielgruppe 15- bis 20-Jährige entwickelt und erprobt. Es basiert auf den Erkenntnissen von better practise und ist das erste seiner Art in der Schweiz. Da es in verschiedenen Sozialformen durchgeführt werden kann, einzeln, mit FreundInnen und in der Gruppe, erhält es den Namen „Rauchstopp nach Mass“. In jeder Schule wird mindestens eines der drei Rauchstopp-Angebote implementiert. Im November 2007 und im Juni 2008 findet vor und nach der Intervention eine Befragung statt.

Ergebnisse: 11 interaktive und 6 passive Werbemassnahmen kommen zum Einsatz. Informationen zum Interventions- und Forschungsprojekt „Fit to Quit“ stehen seit Januar 2008 im Internet zur Verfügung: www.fittoquit.rauchfreieschule.ch. Insgesamt nutzten 43 der rauchenden SchülerInnen, die versucht haben aufzuhören, mindestens ein Angebot, (siehe Forschungsbericht). Für den Wettbewerb haben sich indes 36 rauchende Jugendliche angemeldet, neun Preise für die 4-wöchige Rauchpause wurden vergeben. Das jugendspezifische Programm „Rauchstopp nach Mass“ wurde für den Schweizer Raum in deutscher Sprache entwickelt und erprobt, siebenmal in Gruppen von 2–8 Jugendlichen aller Schultypen. 36 Jugendliche haben das Programm begonnen, davon stammen 25 aus den Projektschulen, 11 aus zwei weiteren Schulen. Die Halterate der ersten Gruppe: beträgt 68%, die der zweiten 18%. Von 28 Teilnehmenden konnten mittels Fragebogen Informationen und Rückmeldungen zum Kurs eingeholt werden. Alle Jugendlichen rauchten täglich, die meisten 10 bis 20 Zigaretten. Der Kurs stiess bei den Jugendlichen auf ein gutes Echo. Das Programm kann mit Hilfe eines Manuals gut repliziert werden, es sollte aber darauf geachtet werden, dass die Kursleitung die gestellten Anforderungen erfüllt.

Schlussfolgerungen und Empfehlungen:

- Schulen zeigen eine hohe Bereitschaft, Rauchstopp-Hilfen in der Schule anzubieten.
- Das jugendspezifische Programm „Rauchstopp nach Mass“ wurde entwickelt und ist im Setting „Schule“ gut durchführbar. Es sollte weitere Einsatzmöglichkeiten erhalten: in anderen Schulen, in weiteren Kantonen und anderen Lebenswelten der Jugendlichen, z.B. Lehrbetriebe und Heime.
- Dieses Programmangebot sollte mit anderen Rauchstopp-Angeboten für Jugendliche koordiniert werden.
- „Rauchstopp nach Mass“ sollte vermehrt in den Berufsschulen und dem 10. Schuljahr bekannt gemacht und eingesetzt werden, da deren Raucherquote hoch ist und in beiden Schulen, die das Angebot erhielten, ein Kurs zustande kam, trotz strukturell schwieriger Bedingungen in den Berufsschulen.
- Es wäre lohnenswert zu untersuchen, welche Faktoren die Halterate beeinflussen und wodurch sie sich verbessern liesse. Die Effektivität der Rauchstopp-Kurse könnte ein Thema für ein Folgeprojekt sein.
- Die Broschüre sollte attraktiver gestaltet werden und den Geschlechterblick berücksichtigen, damit diese für Jugendliche interessante, niederschwellige Hilfe mit grosser Reichweite für den Rauchstopp mehr genutzt wird.
- Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche sind eine wertvolle und wichtige Komponente von Tabakprävention. Bislang gibt es in der Schweiz allerdings noch nicht viel Wissen dazu. Durch Forschung und systematisch gesammelte Erfahrungen wird Wissen generiert. Es würde sich lohnen, dieses Wissen zu Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche auch in Zukunft zu sammeln und zu verbessern.

¹ Im Forschungsantrag wurde, realistischer und bescheidener, danach gefragt, ob und wie diese Faktoren beeinflussbar sind.

² Die Begriffe Rekrutierung und Werbung werden hier gleichbedeutend verwendet. Ersteres ist eine Übersetzung des Begriffs recruitment, während im deutschsprachigen Raum auch von Werbung gesprochen wird.

³ Ursprünglich wurde von 120–180 Jugendlichen ausgegangen, die die Angebote nutzen. Bei 12–14 Schulen wurde mit einer Stichprobe von 5000 und einem Raucheranteil von einem Drittel gerechnet. Die Gesamtstichprobe beträgt nun rund 40% davon (N = 2.958), der Anteil RaucherInnen 27% (N = 792).

2 Kurzer Projektbeschreibung

Viele junge Raucherinnen und Raucher glauben, sich das Rauchen allein abgewöhnen zu können, und überschätzen gleichzeitig den Prozentsatz Jugendlicher, denen es gelingt, wieder NichtraucherIn zu werden. Konträr zu diesen optimistischen Annahmen scheitern jedoch viele Jugendliche beim Versuch, mit dem Rauchen aufzuhören. Das Pilotprojekt *Fit to Quit* fördert einerseits die Implementierung von spezifischen Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche in der Schule. Andererseits wird im Rahmen einer Studie erforscht, welche Bedürfnisse rauchende Jugendliche bezüglich Rauchstopp-Hilfen haben und welche Faktoren Bekanntheit, Akzeptanz, Halterate und Nutzung von Rauchstopp-Hilfen beeinflussen (Forschungsprojekt 07.002060).

Ausgangslage: Therapeutische Programme zum Rauchstopp speziell für Jugendliche fehlen in der Schweiz bislang gänzlich. Bisher wurde mit Programmen für Erwachsene gearbeitet. Es mangelt zudem an Versuchen, Rauchstopp-Hilfen für diese Zielgruppe gezielt zu implementieren. Ein zentrales Problem liegt in der geringen Nachfrage der Jugendlichen. Verschiedene Versuche, Rauchstopp-Programme für Jugendliche zu implementieren, berichten von einer geringen Partizipation und einer hohen Abbruchrate. Die Gründe hierfür dürften eigentlich nicht in der generellen Motivation der Jugendlichen liegen, sich das Rauchen abzugewöhnen: So möchten nach repräsentativen Daten des letzten Tabakmonitoring 56% der jugendlichen Raucherinnen und Raucher mit dem Rauchen aufhören. Das Projekt geht von der Annahme aus, dass fehlende Bekanntheit der Programme und Akzeptanz von Seiten der SchülerInnen (und Lehrkräfte) wesentliche Gründe für die geringe Partizipation sind und sich die Nachfrage durch gezielte und vielfältige Werbung fördern lässt.

Projektziele: Das Projekt hat zum Ziel, *Informiertheit, Akzeptanz, Bekanntheitsgrad und Nutzung* verschiedener Rauchstopp-Angebote in den Schulen zu verbessern, *vielfältige Werbe- bzw. Rekrutierungsmethoden* zum Einsatz bringen, *Rauchstoppangebote in den Schule zu implementieren*, rauchende Jugendliche und junge Erwachsene der 8.–12. Klassen für den Rauchstopp zu gewinnen und sie gezielt dabei zu unterstützen.

Projekthalt und Angebote für die Schulen: Vier Rauchstopp-Angebote stehen den Schulen zur Verfügung: das internetbasierte Rauchstopp-Programm feelok (Bern: auch EMOX) sowie die Rauchstopp-Broschüre „Genug vom blauen Dunst. Eine kleine Aufhörhilfe“. Diese Selbsthilfeangebote liegen bereits vor. Im Rahmen des Projekts werden sie mit einem Rauchstopp-Wettbewerb verbunden angeboten (On- und Offline-Anmeldung). Im Rahmen des Projekts wird zudem ein *jugendspezifisches* therapeutisches Ausstiegsprogramm entwickelt. Mit Hilfe eines Manuals in deutscher Sprache soll das Programm replizierbar und in verschiedenen Sozialformen durchführbar sein. Beim vierten Angebot erhalten die Schulen alle drei genannten Hilfen. Bekanntheit, Bewertung und Nutzung und ihre Beeinflussbarkeit durch Werbung werden durch das IFT-Nord, Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung/Kiel, erhoben. Das Forschungsdesign sieht eine Zuteilung der Angebote per Los und eine Pre- und Postbefragung vor. Die Implementierung der Angebote erfolgt in Form von Informationsmaterial, Begleitung bei den Werbeaktionen, Instruktion zu den Selbsthilfeprogrammen und Gesprächen mit den Kontaktpersonen. Die Schulen erhalten zudem die schulhauspezifischen Ergebnisse der ersten Befragung, z.B. zur Prävalenz, zur Rauchstopp-Motivation ihrer SchülerInnen etc. und die Ergebnisse der Gesamtstudie.

Ablauf: 13 Oberstufen-, Mittel- und Berufsschulen (inkl. Berufswahlschulen) mit rund 3000 SchülerInnen aus den Kantonen St. Gallen, Bern und Zürich beteiligen sich. Die erste Befragung der Lehrpersonen erfolgte im Oktober und die der SchülerInnen vom 5. bis 9. November 2007. Vielfältige Werbung kommt zum Einsatz (6.–11. KW), in jeder Schule wird mindestens ein Angebot implementiert (2-6/2008), darunter auch das therapeutische Programm. Die erste Erhebung erfolgt im November 2007, die zweite im Juni 2008.

Kooperationspartner: Das Projekt wurde von der Lungenliga SG, ZEPRA St. Gallen und Berner Gesundheit unterstützt und in Kooperation mit dem IFT-Nord, Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung/Kiel, durchgeführt.

3 Geplante Ziele

Strategisches Ziel:

- (Jugendliche) Rauchende werden – zielgruppenspezifisch und nach better practise – darin unterstützt mit dem Tabakkonsum aufzuhören.
- Das Wissen um die Tabakprävention bzw. um Rauchstopp-Angebote für Jugendlichen ist gestiegen.

Projektspezifische Ziel:

1. Informiertheit, Bekanntheitsgrad und Akzeptanz bezüglich Rauchstopp-Angeboten steigen.
2. Vielfältige Werbemethoden kommen zum Einsatz.
3. Mindestens ein Angebot pro Schule wird implementiert.
4. Die Zielgruppe nutzt die Angebote und profitiert davon (120-180 Jugendliche).

4 Erreichte Ziele

Bis September 2007 hatte sich die notwendige Anzahl Schulen (10–12) definitiv angemeldet. Das Projekt konnte daher im Schuljahr 2007/08 mit 13 Schulen und rund 3000 SchülerInnen von 163 Klassen gestartet werden. Die Stichprobe war damit wesentlich kleiner als geplant (geplante Grösse von 200–300 Klassen bzw. 4000–6000 SchülerInnen).

Ad 1 **Informiertheit, Bekanntheitsgrad und Akzeptanz** bezüglich Rauchstopp-Angebote für Jugendliche sind bei Lehrpersonen und den SchülerInnen der Projektschulen gestiegen (siehe Forschungsergebnisse). Hier sei dazu folgendes angemerkt:

- Zu den Indikatoren, ob, wie viele und welche Rauchstopphilfen die SchülerInnen und Lehrpersonen nach der Intervention kennen und ob sie etwas bringen, liefert die Studie positive Informationen.
- Vor dem Projektstart wurden die Lehrerteams an ihrer Konferenz über die Angebote informiert und die Klassenlehrpersonen auf die Datenerhebung vorbereitet. Dieser Arbeitsschritt war für die Akzeptanz des Projekts *durch die Lehrpersonen* sehr wichtig. So wurde die Lehrerschaft ins Boot geholt.
- Die Rauchprävalenz von 27% lag in den Projektschulen höher im Vergleich zur repräsentativen Stichprobe der 14- bis 19-Jährigen in der Schweiz (24%). Dieses Ergebnis der ersten Befragung, über das die Schulen informiert wurden, hat bei zwei Lehrerteams und einer Schulleitung zur Akzeptanz, Rauchstopp-Hilfen in der Schule anzubieten, entscheidend beigetragen.

Ad 2 **Werbung/Rekrutierung** für „Fit to Quit“⁴

Informationen zum Interventions- und Forschungsprojekt „Fit to Quit“ stehen seit Januar 2008 auf dem Internet unter www.fittoquit.rauchfreieschule.ch zur Verfügung.

Folgende Rekrutierungs-/Werbemassnahmen wurden angeboten, eingeteilt in passive und interaktive (Backinger et al. 2007). Die Schulen konnten auswählen, welche der Massnahmen sie in Anspruch nehmen wollen.

Die Interaktiven: Schriftliche schulspezifische Rückmeldung der jeweiligen Ergebnisse der Schülerfragebögen (13⁵), Standaktion (10) mit Informationsmaterial, Tests etc., Kurzintervention (1), CO-Messung (10), Smokeeffects (2), Information durch Klassenlehrpersonen (12); persönliche Ansprache (mindestens in fünf von neun Schulen, in denen der Rauchstopp-Kurs angeboten und zustande gekommen ist), Veranstaltung mit SchülerInnen (2, beides Schulen, die nicht das Kursangebot „Rauchstopp nach Mass“ erhielten), Besprechung im Schülerrat (1), Bewerbung durch SchülerInnen (unbekannt), *einen Schul-Rauchstopp-Tag*⁶.

Die Passiven: Flyer: zwei zu Rauchstopp-Hilfen und einer zum Wettbewerb, Elternflyer mit oder ohne Begleitbrief bzw. beiliegend zum Schul-Informationsblatt, Poster der BZgA, *E-Mail/SMS*, Link auf Schulhomepage (10), Give aways (von 9 Schulen gewünscht, als Werbemittel nicht realisiert), Artikel in Zeitung (4 Lokalzeitungen, Beispiel siehe Anlage, *Schülerzeitung*), Pressemitteilung für 2 Schulen (Beispiel siehe Anlage).

Bei der Schülerrückmeldung handelt es sich um ein Informationsblatt mit drei wichtigen Ergebnissen der Schülerbefragung (Graphik mit erläuterndem Satz), das unseres Wissens als Werbemassnahme erstmals eingesetzt wird (Beispiele wurden dem TPF bereits mit dem 3. Zwischenbericht am 30.6.2008 zugestellt). Die Rückmeldung dieser Ergebnisse erweist sich für die Lehrpersonen von zwei Schulen als entscheidend, die zuvor kaum oder geringe Motivation hatten, überhaupt Rauchstopp-Hilfen in ihrer Schule anzubieten. Für die Lehrpersonen dieser und zwei weiterer Schulen wurde eine Präsentation mit weiteren schulspezifischen Ergebnissen zusammengestellt (ein Beispiel wurde dem TPF bereits mit dem 3. Zwischenbericht am 30.6.2008 zugestellt). Aber auch für die Motivierung der Lehrpersonen, rauchende SchülerInnen auf das Angebot des Rauchstopp-Kurses persönlich anzusprechen, berufen sich mindestens zwei Schulleiter auf diese Ergebnisse (in einem Fall kam so ein Rauchstopp-Kurs zustande).

Vier Flyer werden entwickelt und gedruckt (siehe folgende Seite).

Ad 3 **Implementierung**

In jeder Schule wird mindestens ein Rauchstopp-Angebot implementiert.

Zwei Rauchstopp-(Selbsthilfe)Angebote standen dem Projekt bereits zur Verfügung. Als Zusatz dieser beiden Angebote wird der Rauchstopp-Wettbewerb für „Fit to Quit“ entwickelt (siehe Pt. 5). Das jugendgerechte therapeutische Programm „Rauchstopp nach Mass“ wird im Rahmen des Projekts neu entwickelt, angeboten und erprobt.

- Den rauchstoppinteressierten Jugendlichen stehen verschiedene, attraktive, leicht zugängliche Angebote zur Verfügung und wir wissen mehr darüber, welche Angebote warum ankommen.

⁴ Das Projekt wurde vor Beginn der Rekrutierung „Fit to Quit“ genannt. Dieser Name wird bereits für ein Rauchstopp-Programm in den USA verwendet. Für unseren Rauchstopp-Kurs mussten wir, auch im Hinblick auf spätere Publikationen, einen anderen Namen finden.

⁵ In Klammern steht jeweils die Anzahl der Schulen, die diese Werbemassnahme erhalten oder eingesetzt hat.

⁶ Die Werbemassnahmen, die angeboten, aber nicht oder kaum auf Interesse stiessen, sind kursiv gedruckt.

Nicht alle drei Angebote standen überall zur Auswahl. So sah es das Forschungsdesign vor. Daher waren die Angebote auch nicht in allen Schulen leicht zugänglich. Nur sieben von 13 Schulen erhielten das Gesamtangebot, weitere zwei Schulen je die Broschüre mit Wettbewerbsflyer, das Internetangebot www.feelok.ch mit Online-Anmeldung für den Rauchstopp-Wettbewerb und den Rauchstoppkurs „Rauchstopp nach Mass“.

Für die Operationalisierung von „attraktiv“ konnten Annäherungen gefunden werden, z.B. die Bewertung der Angebote (siehe Forschungsbericht).

Wir wissen sehr wenig darüber, welche Angebote warum ankommen. Mit der Studie können aber Charakteristika derjenigen beschrieben werden, die die Angebote gut finden und daran teilnehmen würden (siehe Forschungsbericht).

Ad 4 **Nutzung:** 120-180 Jugendliche nutzen die Angebote und profitieren davon.

78 Jugendliche nutzten die Angebote: 42 meldeten sich zum Wettbewerb an (davon 6 nichtrauchende) und 36 zum Kurs (davon 25 aus den Projektschulen). Die vom Ziel abweichende tiefere Zahl wird primär auf die kleine Stichprobe zurückgeführt. Gemäss Studie nutzten 43 rauchende Jugendliche, die versucht haben auf zu hören, mindestens ein Angebot.

Nutzung des Programms „Rauchstopp nach Mass“: Es haben 25 Jugendliche der Stichprobe (Sekundar- und Berufsschulen) und 11 weitere aus je einer Berufs- und Kantonsschule gestartet. Es fanden insgesamt 7 Kurse statt, fünf mit SchülerInnen aus den Projektschulen und zwei aus anderen Schulen, die vom Angebot gehört hatten. 7 Jugendliche sind lediglich 1- bis 2 Mal erschienen. 19 von 32 Jugendlichen haben den Kurs abgeschlossen. Das entspricht einer Halterate von 60 %. Von den 25 Jugendlichen aus den Projektschulen haben 17 abgeschlossen, d.h. 68%. Merkmale und Bewertung des Kurses durch die Jugendlichen s. Pt. 7. *Positiver Nebeneffekt:* In einer Schule, die dieses Programm erhielt, entschied sich eine Person der Schuldienste dafür, mit dem Rauchen aufzuhören, und meldete sich für professionelle Begleitung an. In Zusammenarbeit mit der Lungenliga wurde für diese Person eine Einzelberatung in der Schule organisiert.

Nutzung des Wettbewerbs: Für den *Wettbewerb* von „Fit to Quit“ meldeten sich 41 Jugendliche an, 28 online über feelok, 13 mit Talon (Beilage der Broschüre). Feelok wurde also mehr als doppelt so viel zur Anmeldung des Wettbewerbes als die Broschüre genutzt. Davon rauchten 36, d.h. erfüllten die Anmeldebedingungen. 9 Jugendliche erhielten einen Geldpreis in der Höhe von Fr. 200 (nicht alle 15 Preise, die zur Verfügung standen, konnten verlost werden). 9 Jugendliche konnten die 4-wöchige Rauchpause nicht durchhalten. Fünf Jugendliche haben die Anmeldebedingungen nicht erfüllt, weil sie in den vier Wochen vor Beginn des Wettbewerbs nicht geraucht hatten. Die Übrigen konnten wir nicht erreichen. Acht Paten erhielten Fr. 50.--. Zwei weitere Jugendliche meldeten uns erst später, nach der Verlosung, dass sie in den vier Wochen eine erfolgreiche Rauchpause einlegen konnten.

Rauchfreie Schule und Nutzung: Die Schule wurde als Setting für Rauchstopp-Angebote genutzt. Die Rahmenbedingungen in den Projektschulen waren nicht unbedingt günstig, d.h. im Sinne einer rauchfreien Schule. In drei Schulen durften die SchülerInnen auf dem Areal rauchen. In den Schulen, in denen ein totales Rauchverbot herrschte, unterschied sich die Wahrnehmung der Lehrpersonen und der SchülerInnen bezüglich des Einhaltens der Regeln. Trotz dieser eher ungünstigen Rahmenbedingungen nahmen SchülerInnen aus 10 der 13 Projektschulen am Wettbewerb oder am Rauchstopp-Kurs teil. In zwei Schulen, deren SchülerInnen kein Angebot nutzten, wurde nur der Rauchstopp-Kurs angeboten.

5 Leistungsergebnisse (Output)

Wurden alle geplanten Leistungen erbracht? Ja

1. Informations-Flyer zu Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche, Lehrer- und Schülerflyer:

Folgendes Werbematerial für die SchülerInnen wurde entwickelt und gedruckt (wurde dem TPF bereits mit dem 3. Zwischenbericht am 30.6.2008 dem TPF zugestellt).

- „Aufhören nach Mass – die passende fachliche Unterstützung für Deinen Rauchstopp“. Kursflyer. Auflage: 3500. Auch über http://www.rauchfreieschule.ch/files/Flyer_Rauchstopp_gzd.pdf auszudrucken.
- „Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche „Fit to Quit“ – Rauchstopp-Wettbewerb“. Auflage: 2200.
- Visitenkarte Rauchstopp-Programm/feelok. Auflage: 3000.

Die Lehrpersonen erhielten den bereits vorhandenen Lehrerflyer von feelok und ein Informationsblatt zum Rauchstopp-Kurs sowie eine Übersicht zum Projekt (wurde dem TPF bereits mit dem 1. Zwischenbericht am 30.9.2007 zugestellt).

2. Weiteres Werbematerial (Plakat, Give-aways, Elterninformation u.a.): Für ihre Ankündigung der Werbekampagne haben wir den Schulen die roten Plakate der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) und diverse Video-clips auf DVD gebrannt mitgeliefert, die uns von der BZgA und von Martin Heyn (Gesundheitsamt Würzburg) zur Verfügung standen. Auf Give-aways zur Werbung für die Rauchstopp-Angebote haben wir aus Kostengründen und wegen unserer knappen Zeitplanung verzichtet. Zur Diskussion stand, eine Kaugummi-Firma als Sponsor für „Fit to Quit“ zu gewinnen, weil Kaugummikauen eine beliebte Strategie beim Rauchstopp ist und die Botschaft des Nichtrauchens (frischer Atem) gut vermitteln kann. Diese Idee wurde dann aber wieder fallengelassen, weil die Schulen sich dazu kritisch geäußert hatten (Kaugummi kauen ist in den meisten Schulen nicht erlaubt) und ein solches Sponsoring eine Planung von mehreren Monaten im Voraus verlangt hätte.

Die Elterninformation „Elterliche Regeln für das Nichtrauchen ihrer Kinder – Eltern stärken“ wurde entwickelt und gedruckt (Auflage 7000). Sie fasst die Ergebnisse von fünf wissenschaftlichen Arbeiten in leicht verständlicher Sprache und praxis- bzw. verhaltensorientiert für Eltern zusammen. Der Flyer kann vom Internet heruntergeladen werden http://www.rauchfreie.schule.ch/files/Flyer_Elterninfo_gzd.pdf. Er wurde von Fachstellen, Schulen und Elternvereinen wiederholt bestellt, sodass jetzt ein Nachdruck, in Zusammenarbeit mit verschiedenen Lungenligen geplant wird. Die AT wurde angefragt, ob sie auch Interesse habe. Sie macht einen Hinweis mit Link zur Seite von „Fit to Quit“ (der Flyer wurde dem TPF ebenfalls bereits mit dem 3. Zwischenbericht am 30.6.2008 zugestellt).

3. Konzept und Anmeldekarte für Rauchstopp-Wettbewerb mit Schul-Quitday: Ein Flyer zum Wettbewerb wurde entwickelt und gestaltet. Beim Rauchstopp-Wettbewerb mussten rauchende Jugendliche eine 4-wöchige Rauchpause einlegen und konnten eine Prämie von Fr. 200,- gewinnen, Unterstützungspersonen (Paten/Patinnen) Fr. 50.— (der Flyer wurde dem TPF bereits mit dem 3. Zwischenbericht am 30.6.2008 zugestellt). Das Konzept und die Rahmenbedingungen des Wettbewerbs entsprechen denjenigen des nationalen Wettbewerbs. Im Unterschied dazu konnte man beim Wettbewerb von „Fit to Quit“ mehr (15), dafür tiefere Preise gewinnen; einen Paten zu haben war keine Bedingung. Die Kontrolle der Rauchfreiheit bei den Ausgelosten haben wir angekündigt, aber nur bei einigen wenigen Jugendlichen auf unserer Stelle mittels UP durchgeführt.

Keine Projektschule hat die Idee eines gemeinsamen Schul-Quitdays aufgenommen.

4. Manual und Teilnehmerunterlagen für ein therapeutisches, jugendspezifisches Rauchstopp: Es liegt ein Manual für Kursleitungen vor, das auch als Schulungsunterlagen für die Weiterbildung verwendet werden kann, sowie eine Mappe mit Unterlagen für die TeilnehmerInnen. Das Programm wurde von Peter Lindinger in Zusammenarbeit mit den Kursleitungen entwickelt. In der Schlussphase der Programmentwicklung und bei der Implementierung wurden die *Bedürfnisse der Zielgruppe* zu den Rahmenbedingungen und den Schwerpunktthemen aufgrund der Ergebnisse der 1. Befragung aufgenommen (siehe Forschungsbericht, Kap. 4.4.3). Ein jugendspezifischer Kurs zum Rauchstopp kann nun erstmals in der Schweiz in deutscher Sprache angeboten und mit Hilfe eines Handbuchs in verschiedenen Formaten (einzeln, Kleinstgruppen und Gruppen) und Settings repliziert werden. Der Name „Rauchstopp nach Mass“ ist zumindest teilweise positiv und weist auf eine Besonderheit des Programms hin, dass es nämlich in verschiedenen Formaten genutzt werden kann (s.u.). Der Kurs ist kein Motivations-, sondern ein Rauchstopp-Kurs, der nur zu einem kleineren Teil (25%) die Ausstiegsbereitschaft fördert, sondern eher die Änderungskompetenz (75%) stärkt.

Wie wurden die spezifischen Bedürfnisse der Jugendlichen für den Zugang und das Format des therapeutischen Programms „Rauchstopp nach Mass“ aufgenommen?

Informationen zu den Bedürfnisse der Jugendlichen an ein Rauchstopp-Programm wurden aus zwei Quellen generiert: Einerseits aus betreffenden Antworten des Schülerfragebogens (vgl. Abschlussbericht, Pkt 4.2.1, Anforderungen an einen Rauchstopp-Kurs aus Sicht der Raucher/innen, S. 20f), andererseits aus Recherchen zum Thema.

- Die Schulleitungen der Schulen, die den Kurs „Rauchstopp nach Mass“ erhielten, wurden darüber informiert, dass 70% ihrer rauchenden Jugendlichen ein Kursangebot möchten, das „während der regulären Schulzeit“ stattfindet (ebd., S. 20). Gleichzeitig wurde gefragt, ob eine Durchführung des Kurses während der Unterrichtszeit, zumindest teilweise, möglich wäre. Die grosse Mehrheit der Schulleitungen stimmte diesem Punkt zu (8/9).
- Die Jugendlichen wünschten zudem mit Jugendlichen, die sie kennen, in einem Kurs zu sein. Daher wurde das Format „Anmeldung mit FreundInnen“ zusätzlich angeboten und in den Kursen wurden nur Jugendlichen aus einer Schule zusammengefasst.
- Das Urteil der Jugendlichen, ob ein Kurs „innerhalb oder ausserhalb der Schule“ angeboten werden solle, war ziemlich ausgewogen. Dieser Faktor stand daher bei der Auswahl des Kursortes nicht im Vordergrund. Es wurde lediglich auf die gute Erreichbarkeit und Nähe zur Schule geachtet (ein Teil der Kurse fand in einer Jugendberatungsstelle, ein anderer in der jeweiligen Projektschule statt).
- Die Mehrheit der befragten rauchenden Jugendlichen wollte nicht, dass ein Kurs von einem älteren Schüler, einer älteren Schülerin, vor allem wollten sie nicht, dass er von einer Lehrperson geleitet werde. Der Ausschluss von Lehrpersonen als Kursleitung wurde in einer früheren Version des Manuals festgelegt. Im weiteren Projektverlauf hat sich dieser Punkt von selbst geklärt, weil nur Teilnehmende der Fokusgruppe, darunter keine Lehrpersonen, Kurse leiten konnten.
- Bezüglich der gewünschten Kursinhalte nannten die rauchenden Schüler/innen am häufigsten etwas über die „Möglichkeiten zum Umgang mit starkem Verlangen“ zu erfahren. Die Identifikation des „Reissens“ und der Umgang damit sind eine zentrale Kursachse von „Rauchstopp nach Mass“. Die Mechanismen der Tabakwerbung zu kennen, waren dagegen für die Jugendlichen am unwichtigsten. Auf diesen inhaltlichen Bausteine wurde daher verzichtet (vgl. ebd., S. 21).

Ein Teil des Projekts bestand darin, vorhandenes Wissen zum Thema aufzuarbeiten und zur Verfügung zu stellen. Daraus ergeben sich die ergänzenden Anmerkungen zum Manual, die ebenfalls, in allgemeiner Form, auf die speziellen Bedürfnisse der Jugendlichen eingehen.

- **Warum braucht es ein Programm für Jugendliche?** Es braucht für die Zielgruppe ein eigenes Programm, weil Erwachsenenprogramme (Ziel Nichtrauchen. Stopp tabac, rauchfrei in 7 Schritten) für Jugendliche nicht attraktiv und wirksam sind. Das zeigen z.B. klinische Erfahrungen, die das IFT in München mit „Rauchfrei in 10 Schritten“ bei Jugendlichen gemacht hat.

- **Was heisst jugendspezifisch⁷?** Das Programm berücksichtigt die besonderen Bedürfnisse von Jugendlichen, das heisst: Einbezug des Rauchens in der Familie, von Peers, der jugendspezifischen Motive fürs Rauchen, Achten auf die immanente Motivation, die andere Affektregulation, auf die Erhöhung des Selbstwerts beim Aufbau der Nichtraucheridentität, Abklärung weiterer psychischer Probleme (Doppeldiagnose).

- **Was unterscheidet ein jugendspezifisches von einem Erwachsenen-Rauchstopp-Programm?** Das Setting (die Jugendlichen aufsuchen, wo sie sind), die Kurselemente (spielerisch und handlungsorientiert), induktives Vorgehen und weniger Psychoedukation, die zeitliche Struktur (mehr Zeit für die Vorbereitung im Unterschied zur Stabilisierung der Abstinenz: 50–66%:33–50%), mehr Eigenaktivität der TeilnehmerInnen als Redezeit der Kursleitung (60:40), mehr Interaktivität, die Anforderungen an die Kursleitung (Erfahrung in motivierender Gesprächsführung und Interesse an bzw. Erfahrung mit jugendlichen Gruppen), Leitungsverhalten: empathisch-direktiv-pädagogisch; Incentives; ansprechendes Material: Bilder, graphisches Design, altersspezifische Gestaltung der Arbeitsmaterialien: möglichst wenig Text, Tests, reduzierter Medieneinsatz; Schweigepflicht, der Ton, der Spirit.

- **Was ist das Besondere an „Rauchstopp nach Mass“?** Es wurde nach den Erkenntnissen zur better practise und einer Expertise (des Bundesministeriums für Gesundheit, Deutschland) vorbereitet und in Fokusgruppen gemeinsam mit den zukünftigen Kursleitungen im Detail entwickelt. Es ist anwendbar in unterschiedlichen Formaten: Gruppenprogramm, Einzelberatung. Es ist eine Low-Budget-Produktion (s. auch Punkt 7); Die Identifikation des „Reissens“ und der Umgang damit sind eine zentrale Kursachse; Wahl des Rauchstopp nach der 3. oder 4. Stunde; (wiederholte) CO-Messung; das Programm wurde als Paket mit zwei weiteren, niederschwelligen Rauchstopp-Angeboten für Jugendliche angeboten.

- **Rahmenbedingungen „Rauchstopp nach Mass“:** 6 Treffen à 60–90 Minuten (Gruppenprogramm), stimmig, SMS vor dem Rauchstopp, zweimalige telefonische Nachbetreuung Teilnehmerzahl: 4–8 Personen, Alter: 15–20 Jahre, geschlechtsspezifisch, alle Schultypen konnten berücksichtigt werden, Setting: Schule (wäre auch in anderen jugendnahen Einrichtungen umsetzbar), Kursort: in oder in der Nähe der Schule, Kurszeiten: während oder teilweise während des Unterrichts wünschenswert; Trainervoraussetzungen u.a. (siehe Manual in der Anlage).

5. Kursmappe, Incentives u.a. für die TeilnehmerInnen: 11 Arbeits-, 7 Informationsblätter sowie 3 Evaluationsbögen (siehe Anlage), 4 Folien der KL, die auf Wunsch kopiert abgegeben werden, sowie Bleistift und Gummiband (für Schachtelwickel), Anti-Stressball (Geschenk der Lungenliga SG), Kinogutschein (bei vollständiger Teilnahme von 5–6 Kurseinheiten)

6. Paket mit drei Rauchstopp-Angeboten für Jugendliche liegt vor mit Informationsübersicht für Lehrpersonen u.a. PädagogInnen.

6 Erreichte Wirkungen (Impact)

Wurde eine externe Wirkungsevaluation durchgeführt? Nein. Eine Wirkungsevaluation war von Anfang an nicht vorgesehen. Eine solche könnte Teil eines späteren Projekts zu Rauchstopp-Angeboten für Jugendliche sein.

7 Projektrückblick und Erfahrungen

1) Wie erklären Sie sich die tatsächliche Zielerreichung und die Leistungsergebnisse?

Leistungsergebnisse:

Die vorliegenden Produkte waren kostengünstig, z.B. die Entwicklung und Erprobung des Programmanuals „Rauchstopp nach Mass“.

Ziel 1: Akzeptanz (durch die Lehrpersonen) und Bekanntheit

Die Schulen zeigten eine hohe Bereitschaft, Rauchstopp-Hilfen in der Schule anzubieten. Die Ansprechpersonen haben einen enormen Arbeitseinsatz, hohe Verlässlichkeit und ein starkes Engagement gezeigt. Die Kommunikation mit den Schulen war wichtig, teilweise anspruchsvoll und auch für die Projektleitung zeitintensiv. Z.B. wollten drei Schulen vor der Intervention wieder aussteigen, weil nur die Schulleitung und nicht die Lehrpersonen hinter dem Projekt standen, das Rauchen an der Schule nicht als zentrales Problem eingeschätzt wurde oder das Gesamtpaket des Projekts mit Pre- und Postbefragung und der Implementierung von Rauchstopp-Angeboten nicht ganz verstanden und akzeptiert wurde. Mit den Fakten zu einigen Items der 1. Befragung konnten die Schulen (wieder) ins Boot geholt werden.

Ziel 2: Rekrutierung

Die Werbung war mit viel Aufwand verbunden. Wie die Ergebnisse der Studie zeigen, lassen sich Bekanntheit und Nutzung durch Werbung positiv beeinflussen. Durch das Giesskannenprinzip, d.h. möglichst vielfältige Werbung, wurde keine grössere Nutzung erzielt. Die Art der Werbung spielte dagegen eine Rolle: Die persönliche Ansprache durch eine Lehrperson und die Information durch die Klassenlehrpersonen hatten einen besonders positiven Einfluss (siehe Ergebnisse des Forschungsberichts).

Einzelne Werbemaassnahmen konnten wegen des Forschungsdesigns nicht ausprobiert werden, die bei Anbietern in Deutschland auf gute Resonanz stossen: eine Schulveranstaltung, bei der die rauchenden SchülerInnen die zukünftige Kursleitung kennen lernen („losgelöst“/IFT München und BZgA/Köln, „Willst du auch keine?“ Gesundheitsamt/Würzburg).

⁷ Präsentation Annette Geier und Karin Metz/„losgelöst“ IFT – anlässlich eines Austauschtreffens in Zürich am 7.1.2008

Es würde sich lohnen, diese Variante mit direkter Ansprache der Jugendlichen durch die zukünftige Kursleitung auszu- probieren.

Ziel 4: Nutzung

In absoluten Zahlen haben etwas weniger Jugendliche als angestrebt die Angebote genutzt. Die Studie spricht von 43 Jugendlichen, die mit Hilfe einer der drei Rauchstopp-Hilfen versucht haben, das Rauchen aufzugeben: 8 nutzten dafür die Broschüre, 15 das Internet und 20 den Kurs „Rauchstopp nach Mass“. Bei dieser Zahl sind nur die 248 rauchenden Jugendlichen berücksichtigt, die im Projektzeitraum versucht haben aufzuhören. Zählt man dagegen die rauchenden Jugendlichen zusammen, die sich zum Wettbewerb (36) und insgesamt zum Kurs (36) angemeldet haben, kommt man auf 72 Jugendliche, die mit dem Projekt erreicht wurden; aus den Projektschulen waren es 61.

Ein Grund für die tieferen Nutzungszahlen liegt in der *kleineren Stichprobe*⁸, die 2/3 der geplanten Grösse betrug (160 statt 250 Klassen)⁹. Die Gesamtstichprobe beträgt nun rund 40% davon (N = 2.958), der Anteil RaucherInnen 27% (N = 792). Daher wurde auch die Zielgrösse um 60% herabgesetzt, von 150 (Mitte) auf 60. Legt man diese Zahl zugrunde, bleibt das Projekt im angestrebten Zielrahmen.

Die Schulen, in denen feelok angeboten wurde, hatten die Möglichkeit, eine Instruktion zu www.feelok.ch zu erhalten. Dabei fiel auf, dass das Rauchstopp-Programm von feelok wenig bekannt war (vgl. dazu auch Forschungsbericht, S. 31).

Gemäss Studie und unserer Dokumentation wurden die Angebote Internet, Broschüre und Kurs für den Rauchstopp unterschiedlich stark genutzt: Der Kurs am meisten, dann das Internet (Indikator: Anzahl Online-Anmeldungen für den Wettbewerb) und am wenigsten die Broschüre „Genug vom blauen Dunst“ (Indikator: Anzahl Anmeldung für den Wettbewerb per Postkarte). Stellt man die geringe Nutzung der Broschüre der Attraktivität der Selbsthilfebroschüre bei Jugendlichen gegenüber, würde man genau das Gegenteil erwarten. Eine Selbsthilfebroschüre ist niederschwellig und dadurch für Jugendliche grundsätzlich attraktiv. In der Studie wurden bei der Frage „Wenn Du mit dem Rauchen aufhören willst: Was würdest Du machen? Welche Rauchstopp-Angebot würdest Du nutzen?“ schriftliche Tipps zum Aufhören, nach Nikotinpräparaten, nämlich am häufigsten genannt, darunter häufiger von weiblichen als männlichen RaucherInnen. Gleichzeitig hatte die Broschüre eine grosse Reichweite: Nach der Intervention war die Bekanntheit der verteilten Broschüre „Genug vom blauen Dunst“ sehr hoch (vgl. Forschungsbericht).

Merkmale der TeilnehmerInnen und ihre Bewertung des Kurses „Rauchstopp nach Mass“: Es liegen von 28 Jugendlichen Informationen zur Eingangsbefragung nach der ersten Kurseinheit vor. Insgesamt wurden die TeilnehmerInnen dreimal befragt, nach der ersten, nach der vierten und der letzten Kurseinheit (siehe Fragebögen/Teilnehmerunterlagen in der Anlage). An den Kursen nahmen auffällig mehr Mädchen teil (72%), insgesamt lag das Durchschnittsalter bei 16,4 Jahren und der Konsum bei 10–12 Zigaretten täglich. Alle rauchten täglich (mindestens drei Zigaretten), die meisten 10–20 Zigaretten pro Tag. Es bestand eine lineare Funktion zwischen geschätzter Abhängigkeit und der Menge an gerauchten Zigaretten. Die Themen, die am meisten gewünscht wurden: Was tun beim Crawling (82%) und mit rauchenden FreundInnen (52%)? Gar kein Interesse meldeten 58% der Jugendlichen am Thema „Werbung der Tabakindustrie“ an. Die Bewertung des Kurses ergab eine hohe Zufriedenheit mit dem Kurs (7,7 von 10 Punkten) und den Kursleitungen (sogar 9,3 von 10). Am Ende des Kurses gaben 32 % an (6 von 19 SchülerInnen), mit dem Rauchen aufgehört zu haben, die übrigen 13 bzw. 68% weniger zu rauchen (siehe Anlage).

Halterate: 19 der 36 Jugendlichen schliessen den Kurs ab, 17 aus den Projektschulen, 2 aus den übrigen Schulen. Damit beträgt die Halterate bei den Jugendlichen aus den Projektschulen 68%, bei den anderen 18%. Ein Kurs aus einer Nicht-Projektschule sei hier besonders erwähnt, weil alle SchülerInnen den Kurs abgebrochen haben. Diese Jugendlichen kamen aus sehr belasteten Verhältnissen, die meisten wollten nicht aufhören und zu viel Eigenmotivation fehlte; sie kamen, weil der Lehrer sie geschickt hatte. Die Kursleiterinnen konnten die dann aufkommende negative Dynamik nicht auffangen und die notwendige Verbindlichkeit nicht herstellen. Daraus und im Erfahrungsaustausch der Kursleitungen konnten dazu folgende Punkte herausgearbeitet werden: Es ist wichtig, Regeln verbindlich zu kommunizieren, die Gruppengrösse zu beschränken und die Motivation am Anfang zu klären. „Rauchstopp nach Mass“ kann nur zu einem kleinen Teil die Ausstiegsbereitschaft stärken, weil der Schwerpunkt auf der Förderung der Änderungskompetenz liegt.

⁸ Stichprobengrösse: Eine grosse Berufsschule mit 5000 Lehrlingen, die ursprünglich mitmachen wollte, trat kurzfristig zurück, weil die Ausschreibung anders verstanden und der Aufwand für eine Gesamtbefragung als zu gross eingeschätzt wurde. Bei einer anderen Berufsschule für Gesundheitsberufe (Psychiatrie) scheiterte die Teilnahme an den Rahmenbedingungen: Es konnten keine zwei Unterrichtsblöcke gefunden werden, an denen sich *alle* SchülerInnen in der Schule befinden.

⁹ Arbeitsschritte zur Rekrutierung der Projektschulen:

a. Abklärungen bezüglich Zusammenarbeit mit ZEPRA St. Gallen und Berner Gesundheit. Die Berner Gesundheit wollte nur die Gymnasien und Berufsschulen (einschliesslich Gesundheitsschulen) anschreiben, weil es für die Volksschulen neben den vielen Reformvorhaben und anderen Projekten vermutlich zu viel werde.

b. Das Einverständnis bei den Bildungsdirektionen der drei beteiligten Kantone (ZH, SG, BE) wurde eingeholt, die uns auch die Adressen der Schulen zur Verfügung stellten.

c. Schriftliche Anfrage Schulen: Im Mai 2007 wurden alle Oberstufen-, Berufs-, Berufswahl- und Mittelschulen in den beteiligten Kantonen (BE: nur M- und BS) angeschrieben und eingeladen, beim Projekt mitzumachen. Insgesamt wurden 446 Briefe versandt. Eine Schule wurde persönlich angesprochen, die dann auch mitmachte.

Nachbefragung: 6–8 Monate nach Abschluss des Kurses: wurde mit den TeilnehmerInnen eine telefonische Nachbefragung durchgeführt. 14 Jugendliche konnten erreicht werden, wobei nur diejenigen gefragt wurden, die den Kurs abgeschlossen haben. Rauchstatus: 71% (10) rauchen täglich und 29% (4) mindestens einmal pro Woche, aber nicht täglich. Fragt man die Jugendlichen nach ihrem Vergleich zur Anzahl Zigaretten, die sie vor dem Kurs geraucht haben, geben 65% (9) an weniger und 35% (5) gleich viel zu rauchen. Diese Angaben sind allerdings beschönigend und haben vermutlich eher mit der häufig anzutreffenden Selbsttäuschung von Rauchenden zu tun. Vergleicht man nämlich den genannten aktuellen Zigarettenkonsum mit den Angaben zu Beginn des Kurses, rauchen nur noch 43% (7) weniger, dafür 43% gleich viel und 14% (2) mehr als vor dem Kurs. Trotzdem fanden die Jugendlichen zu 93% (13) den Kurs hilfreich bei ihrem Versuch, weniger zu rauchen oder mit dem Rauchen aufzuhören (siehe Anlage).

2) Welche Massnahmen zur Zielerreichung haben sich bewährt, welche nicht? Welches waren förderliche und hinderliche Faktoren (Erfolgs- resp. Misserfolgskriterien)?

Phasen	Erfolgsfaktoren	Misserfolgskriterien
Vorbereitung	Verbindliche Zusammenarbeit mit kantonalen Fachstellen mit Klärung von Rollen und Aufgaben	
	Schulleitungen ansprechen und mit ihnen „Given and Take“ klären	
	Persönliche und gezielte Ansprache von Schulen, statt (nur) Briefpost an alle (weniger Streuverlust)	
Entwicklung	Rauchstopp-Kurs: Einbezug der Kursleitungen bei der Entwicklung: Erhöht Identifikation mit dem Programm und ist gleichzeitig auch Weiterbildung	Mangelnde Selektion bei der Auswahl der Kursleitung: Fehlende Verpflichtung für die Vorbereitung und den Einsatz
Kommunikation mit den Schulen	Verbindliche und engagierte Ansprechpersonen in den Schulen	
	Lehrerteams ins Boot holen	
	Persönliche Kommunikation mit den Schulen (bei Widerständen, Fragen, Einwänden)	Nicht genug Zeit dafür einplanen
	Nicht zu viel, sondern dosierte und gut vorbereitete Informationen	
Durchführung	Rauchstopp-Hilfen sind Angebote für Jugendliche und für Lehrpersonen mit wenig Arbeit verbunden	
	Ergebnisrückmeldung auch wichtig f. Lehrpersonen	
	Externe Unterstützung für die Schulen	
	Bezüglich Nutzung ¹⁰ : - Persönliche und mehrfache Ansprache der Zielgruppe* - Schneeballeffekt durch Gleichaltrige - Wahl zwischen mehreren Angeboten* - Motivierte und engagierte Kursleitung - Geeignete Incentives - Imagewerbung für Rauchstopp(-Angebote)	Bezüglich Nutzung: - Fehlender Kontakt der Kursleitung mit potenziellen TeilnehmerInnen für Rauchstoppkurs bei der Rekrutierung
	Auf Gruppendynamik setzen: „Finde weitere drei Motivierte ...“ (funktioniert vielleicht nur bei Mädchen)	
	Zeitnähe von Rekrutierung und Durchführung (Werbung 1–2 Wochen vor Kursbeginn)	
	attraktive Zeiten (direkt nach oder während der Schulzeit) und ausserhalb der Schulferien	
Abschluss	Systematisches Dokumentieren und Auswerten der Erfahrungen	Auswertung „Rauchstopp nach Mass“: Fehlende Fragebögen, mangelnde Ressourcen

¹⁰ Fazit des Expertentreffens am 25.11.2009 im IFT München mit Christoph Kröger, Anneke Bühler, Annette Geier (alle drei IFT München), Martin Heyn, Mareike Strunk (BzGA), Reiner Hanewinkel, Matthis Morgenstern, Peter Lindinger und Ute Herrmann. Nur die mit * versehenen Punkte konnten durch unsere Forschungsergebnisse (teilweise) belegt werden, die andere wurden noch gar nicht untersucht.

Informationen zu positiven und negativen Indikatoren für Bekanntheit, Nutzung etc. siehe Forschungsbericht

3) Wie schätzen Sie den Aufwand und die Kosten im Vergleich zum Nutzen ein?

Der Nutzen dieses Projekts wird nur unter Einbezug der Ergebnisse der begleitenden Studie deutlich. Es ging nämlich primär um Erkenntnisgewinn und Lerneffekt zu Beeinflussbarkeit von Bekanntheit und Nutzung von Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche im Vordergrund standen.

Auf der Nutzenseite des Interventionsprojekts stehen das Manual und die Teilnehmermappe und -materialien für ein jugendgerechtes Programm „Rauchstopp nach Mass“ für die Deutschschweiz, deren Entwicklung kostengünstig war, das sieben Mal erprobt und dann aufgrund der Erfahrungen überarbeitet und ergänzt wurde.

Innerhalb eines halben Jahres haben 36 Jugendliche das Programm „Rauchstopp nach Mass“ genutzt und 39 andere rauchende Jugendliche weitere Rauchstopp-Angebote. Auf der Nutzenseite stehen auch die Erfahrungen mit 15 Schülern, die bereit waren, Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche bekannt zu machen, die gute Zusammenarbeit und was wir dabei von den Ansprechpersonen, Schulleitungen, Jugendlichen und Lehrpersonen gelernt haben.

Auf der Kostenseite fällt auf, dass die Arbeitsstunden der Projektleiterin wesentlich höher ausfallen als geplant. Die Gründe dafür liegen in der vielen Zeit für Kommunikation mit den Schulen, die in diesem Umfang nicht eingeplant war, und in der Übernahme von zusätzlichen operativen Aufgaben (z.B. Durchführung Evaluation Rauchstopp-Kurs).

Will man die Nutzung von „Rauchstopp nach Mass“ den Kosten für Werbung, Entwicklung und Erprobung gegenüberstellen, wie es im Projektantrag versucht wurde, und legt man dafür die Summe von CHF 100 000 zugrunde, bekommt man CHF 3000 pro Jugendlichen. Das entspricht in etwa 125% der Kosten, die die Krebsliga pro TeilnehmerIn an ihren Erwachsenenkursen ausgibt (allerdings ohne Entwicklungskosten). Solche Rechnungen und Vergleich sind allerdings nur dann sinnvoll, wenn man die Effektivität der Programme vorher in Erfahrung gebracht hat.

4) Welche allgemeinen Erfahrungen haben Sie mit dem Projekt gemacht?

1. Lehrpersonen und Schulleitungen zeigen eine hohe Bereitschaft, Rauchstopp-Hilfen in der Schule anzubieten.
2. Bisher war in der Schweiz das Wissen betreffend Notwendigkeit von *jugendspezifischen* professionellen Rauchstopp-Angeboten sehr gering. Auch unter Fachleuten ist die Meinung verbreitet, dass man die Rauchstopp-Angebote für Erwachsene auch für Jugendliche verwenden kann. Mit dem Programm „Rauchstopp nach Mass“ wurde eine Versorgungslücke geschlossen.
3. „Rauchstopp nach Mass“ ist im Setting Schule gut durchführbar.

5) Weitere Aspekte?

Bei dem bereits genannten Austauschtreffen mit ExpertInnen für jugendspezifische Rauchstopp-Hilfen am 25.11.2008 in München (s. Anm. 10) wurden folgende Perspektiven zu „Rauchstopp-Programmen für Jugendliche“ erarbeitet:

- Professionelle Werbeleute für die Rekrutierung der Jugendlichen einspannen
- KursleiterInnen-Befragung verschiedener Programme
- Gemeinsame Fragestellungen der verschiedenen Rauchstopp-Programme, um grössere Fallzahlen zu erzielen
- Einheitliche Evaluationsinstrumente für Rauchstopp-Angebote entwickeln
- Im Auftrag der BZgA plant das IFT eine Transferstudie im Frühjahr 2009: Erneutes Treffen vor diesem Start, evtl. auch zwecks Nachfolgeprojekt von „Fit to Quit“.

8 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?

Gemäss Begleitstudie hat der Kenntnisstand zu Rauchstopp-Hilfen bei den SchülerInnen und Lehrpersonen der Projektschulen zugenommen. Was diesen Schulen nach Abschluss des Projekts geblieben ist, lässt sich allerdings schwer sicherstellen. Wir gehen davon aus, dass das Wissen auf Seiten der SchülerInnen und Lehrpersonen nicht verloren geht. Für einen Schneeballeffekt bezüglich Nutzung waren der Zeitraum für die Erprobung zu kurz und die Einsatzmöglichkeiten zu gering. Dazu kommt, dass viele der SchülerInnen, die die Angebote genutzt haben, zu den Abgangsklassen (9. Schuljahr) gehörten oder nur für ein Jahr in der Schule sind (Berufswahlschule).

Wie geht es weiter? „Rauchstopp nach Mass“ kann in den Projektschulen und in anderen Schulen aus dem Kanton ZH weiterhin angeboten und durchgeführt werden. Lehrpersonen können ihre SchülerInnen (Mindestzahl: 4) per Internet anmelden. Diese Möglichkeit wurde in diesem Jahr bisher einmal genutzt, ein weiterer Kurs startet evtl. Ende Februar. Feelok und die Broschüre stehen ebenso weiterhin zur Verfügung. Der Wettbewerb war etwas Einmaliges, wird aber vielleicht im Rahmen der Weiterentwicklung des Rauchprogramms/feelok (Version 4) wieder und dauerhaft angeboten.

Gemäss Studie lassen sich Bekanntheit und Nutzung von Rauchstopp-Angeboten durch Werbung positiv beeinflussen. Alle Schulen erhielten für Werbung externe Unterstützung. Im Projekt wurden dafür Ressourcen bereitgestellt. Es

bräuchte weiterhin Werbung, damit die Hilfen genutzt werden. Welche Art der Rekrutierung hilfreich ist, erfährt man im Forschungsbericht. Es ist zu bedenken, dass Ressourcen für Werbung nach Projektabschluss nicht mehr vorhanden sind.

An dieser Stelle seien auch die *ungünstigen Rahmenbedingungen* erwähnt (keine gesetzliche Grundlage bezüglich rauchfreie Schule), die der Nachhaltigkeit abträglich sind. Eine programmatische Verbindung von Rauchstopp-Angeboten für Jugendliche und rauchfreie Schule konnte bisher kaum hergestellt werden.

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

Mit Hilfe des Manuals, entsprechender Voraussetzungen und Instruktionen kann der Rauchstopp-Kurs repliziert und angeboten werden, auch in *anderen Settings*. Es wurde damit begonnen, andere Fachstellen in anderen Kantonen für die Werbung und Durchführung, z.B. von „Rauchstopp nach Mass“, zu gewinnen.

Wie werden Sie das erarbeitete Know-how sowie die gemachten Erfahrungen für andere Projekte und Anliegen nutzbar machen?

- Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche in Verbindung mit strukturellen (Rauchfreie-Schule-Konzept) und Unterrichtsmassnahmen in der *schulischen* Tabak- und Suchtprävention (und umgekehrt) bekannt machen. Drei Strategien in einem Paket: Einstieg verhindern, Regeln und Sanktionen entwickeln und Ausstieg fördern.
- Die Ergebnisse des Projekts wurden den FachkollegInnen am AT-Forum im Januar 2009 präsentiert. Dabei zeigten einige Stellen Interesse am Programm „Rauchstopp nach Mass“ und an der allfälligen Verbreitung und Durchführung in ihrem Kanton oder über ihre Organisation (AT, LL).
- Bekanntmachen von „Rauchstopp nach Mass“ u.a. und den Ergebnissen des Projekts bei den Projekten „Unternehmen rauchfrei“, „Betriebliches Gesundheitsmanagement“, „Smokeeffects“ und Prüfen der Zusammenarbeit.
- Zusammenarbeit mit dem Team von www.feelok.ch, das die Bausteine von „Rauchstopp nach Mass“ und den Wettbewerb ins Rauchstopp-Programm von feelok integrieren möchte.
- Die Ergebnisse und Fragen des Forschungsberichts werden an einer interdisziplinären Veranstaltung präsentiert und diskutiert, zu der Züri Rauchfrei am 7.5.2009 Fachleute und Schulverantwortliche einladen wird.
- An der nächsten DKFZ-Tagung sowie an der AT-Tagung 2009 werden die Erfahrungen aus dem Forschungs- unter Interventionsprojekt in einem Workshop bzw. einem Beitrag zu „Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche“ präsentiert.
- Beitrag im Newsletter Tabakentwöhnung April 2009 der DKFZ und in anderen Fachpublikationen geplant.
- Erfahrungsaustausch mit KollegInnen aus Deutschland („Willst Du auch keine?“ Würzburg, „losgelöst“ IFT und BzgA), Österreich (Take control/Linz) und Italien (free your mind/Südtirol), die alle auch an diesem Thema arbeiten, hat bereits begonnen (im März und November 2008) und soll fortgesetzt werden.

9 Chancengleichheit

Haben Sie spezifische Massnahmen zur Förderung der Chancengleichheit unternommen? Ja und nein. Wenn ja, welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Ethnische Zugehörigkeit: Migrationsfamilien sind bei mangelnder Sprachkompetenz bezüglich Prävention benachteiligt (Stichwort Gesundheitskompetenz). Daher wurde die Information für die Eltern zum Projekt in 7 Sprachen übersetzt und den Schulen, entsprechend ihren Angaben, zur Verfügung gestellt. Um den Migrationsstatus einzubeziehen, wurde ermittelt, mit welcher Frage sich dieser valide fassen liesse (s. Fragebogen 1. MZP). Ethnische Zugehörigkeit und Geschlecht wurden in den Modellen der Studie berücksichtigt (vgl. 4.6.1/2).

Ergebnisse: In den Projektschulen rauchten Schüler/innen ohne Schweizer Pass etwas weniger als Schweizer Schüler/innen. Es konnte kein Zusammenhang zwischen Staatszugehörigkeit und Nutzung bzw. Bekanntheit gezeigt werden, der nicht mit der Wahl des Schultyps allein erklärt werden kann.

Soziale Schicht: Jugendliche in der Lehre und im 10. Schuljahr kommen aus tieferen sozialen Schichten bzw. bildungsferneren Familien. Sie sind eine geeignete Zielgruppe für Rauchstopp-Angebote, weil sie mehr rauchen als ihre gleichaltrigen KollegInnen, die das Gymnasium besuchen. Diese Jugendlichen bewerten die Rauchstopp-Angebote insgesamt positiver als solche an Sekundar- und Mittelschulen (vgl. 4.7.9). Sie konnten durch das Projekt auch tatsächlich erreicht werden. In der Berufs- und in einer Berufswahlschule (BWS) kam je ein Rauchstopp-Kurs zustande. In der anderen BWS wurde der Kurs nicht angeboten, aber mehrere SchülerInnen dieser Schule meldeten sich zum Wettbewerb an. Daher würde es sich lohnen, diese Zielgruppe bei Rauchstopp-Hilfen gezielt und vermehrt anzusprechen.

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

Gender: Mädchen standen den Rauchstopp-Hilfen offener gegenüber und nutzten Broschüre und Kurs häufiger. (vgl. Forschungsbericht, 4.6.2, 4.7.4). Bei der Broschüre „Genug vom blauen Dunst“ können evtl. mehr Jugendliche angesprochen werden, wenn der geschlechtsspezifischen Perspektive Rechnung getragen wird, die bisher fehlt. So müsste man etwa einem männlichen Jugendlichen vermitteln, dass es keine Schwäche ist, Hilfe in Anspruch zu nehmen.

„Rauchstopp nach Mass“ trägt zwar der besonderen Motivation von Jungen und Mädchen bei Rauchen und Rauchstopp Rechnung, es ist aber geschlechterunspezifisch aufgebaut. Interessant, aber nicht überraschend ist die Tatsache, dass

dieses Programm mehrheitlich von Mädchen genutzt wurde. Es kann nichts darüber ausgesagt werden, ob die Nutzungs- oder Halterate durch geschlechtsspezifische Teile hätte verbessert werden können.

10 Auf den Punkt gebracht

Welches sind die Stärken und die Schwächen des Projekts? Siehe 7.4

11 Empfehlungen

- Schulen zeigen eine hohe Bereitschaft, Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche anzubieten. Die Unterstützung der Schulleitung und eine (engagierte) Ansprechperson sind bei diesem Unternehmen sehr hilfreich.
- Durch Forschung und systematisch gesammelte Erfahrungen wird Wissen generiert. Es lohnt sich, dieses Wissen zu Rauchstopp-Hilfen für Jugendliche auch in Zukunft zu verbessern und zu sammeln.
- Vermehrte Vernetzung und (interdisziplinäre) Kooperation bezüglich Rauchstopp-Angeboten für Jugendliche wären wünschenswert, um den allgemeinen Wissensstand zu erhöhen (Wissenstransfer), Synergien zu nutzen, voneinander zu lernen und das Erreichen der potenziellen Zielgruppe (ca. 24% der rauchenden Jugendlichen) gemeinsam zu verbessern, z.B. Kinderheilkunde, Jugendpsychologie und -psychiatrie, Tabak- und Suchtprävention.

Zu den einzelnen Rauchstopp-Angeboten für Jugendliche

- „Rauchstopp nach Mass“ sollte in weiteren Schulen und Kantonen eingesetzt werden können, da ein jugendspezifisches Programm erstmals für die Schweiz entwickelt und erprobt wurde und es im Setting Schule gut umsetzbar ist. Es würde sich lohnen, „Rauchstopp nach Mass“ vermehrt in Berufsschulen und im 10. Schuljahr bekannt zu machen und einzusetzen. Diese Schulen weisen eine hohe Raucherquote auf und ihre SchülerInnen sprechen auf das Angebot an. Wo ein Kurs angeboten wurde, kam er zustande, trotz strukturell schwieriger Bedingungen in den Berufsschulen.
Weitere Einsatzmöglichkeiten von „Rauchstopp nach Mass“ in anderen Settings sollten geprüft und erprobt werden. Um die Effektivität des Kurses zu steigern, wäre es lohnenswert zu untersuchen, ob und durch welche Faktoren sich die Halterate beeinflussen bzw. ggf. verbessern liesse.
Für die Durchführung von „Rauchstopp nach Mass“ muss eine Kursleitung gewisse Anforderungen erfüllen.
- Es würde sich lohnen, die Broschüre „Genug vom blauen Dunst“ attraktiver zu gestalten und die geschlechtsspezifische Perspektive zu berücksichtigen. Sie erreichte eine grosse Bekanntheit, und schriftliche Hilfen beim Rauchstopp finden Jugendliche grundsätzlich attraktiv, vor allem Mädchen. Dennoch wurde die Schweizer Broschüre zum Rauchstopp kaum genutzt.
- „feelok“ sollte vermehrt auch als Rauchstopp-Programm bekannt werden. Diese Unterstützungshilfe von feelok wird zu wenig wahrgenommen und könnte von rauchenden Jugendlichen mehr genutzt werden.