

KONZEPT
THEMENPAKET
TABAK-ALKOHOL-CANNABIS

INHALT

> SITUATION	1
• AUSGANGSLAGE	
• HANDLUNGSBEDARF	
> DIE IDEE – DAS ANGEBOT	5
• ÜBERSICHT	
• UMFASSENDES ANGEBOT	
• NÜTZLICHER ORDNER	
• LEHRREICHER IDEENWETTBEWERB	
• NACHHALTIGE WIRKUNG	
• ZUSÄTZLICHE REGIONALE ANGEBOTE	
• BREITE ABSTÜTZUNG	
> PRÄVENTIVER ANSATZ	9
> MODULE UND ABLAUF	10
> ORGANISATION/PROJEKTBETEILIGTE	13
> PROJEKTPARTNER	14
> KOSTEN/FINANZIERUNG	15
• GRUNDSÄTZLICHES	
• EINMALIGE KOSTENFAKTOREN	
• WIEDERKEHRENDE KOSTEN	
• FINANZIERUNGSSCHLÜSSEL/MITTELBESCHAFFUNG	
> EVALUATION UND QUALITÄTSSICHERUNG	20
• WIRKUNGSEVALUATION	
• PROZESSEVALUATION	
• KOSTENEVALUATION	
> QUERVERGLEICH UND FAZIT	22
> WIRKUNGSZIELE UND VISION	25
• SPEZIFISCH	
• ALLGEMEIN	
• KONKRET	
> VORGEHEN ZUR ZIELERREICHUNG	28
• GRUNDSÄTZLICHE VORGEHENSWEISE	
• SPEZIFISCHE MASSNAHMEN	
• VERNETZUNG	

SITUATION

AUSGANGSLAGE

Die Präventionsaktivitäten und -bemühungen in den Schulen sind meist themenspezifisch sehr vielseitig von gesundheitsfördernden Elementen bis hin zu Interventionsmodellen ausgerichtet. Eine gewisse Verunsicherung bei Lehrkräften, welche Themen nun mit welchen Mitteln zu bearbeiten sind, ist häufig festzustellen.

Die Vereinigung der kantonalen Beauftragten für Gesundheitsförderung, Sektion Ostschweiz (VBGF-Ost) beabsichtigten, in ihrem Einzugsgebiet (Appenzell AR, Graubünden, Schaffhausen, St. Gallen, Thurgau und dem Fürstentum Liechtenstein) ein neues, gemeinsames Präventionsprojekt zu lancieren. Diese kantonsübergreifende Zusammenarbeit bildet ein Novum im Präventionsbereich in der Ostschweiz. **Damit werden die fachlichen Ressourcen aus den verschiedenen Kantonen konzentriert und gleichzeitig eine höhere Wertschöpfung der vorhandenen Mittel erzielt.**

HANDLUNGSBEDARF

Konsumverhalten

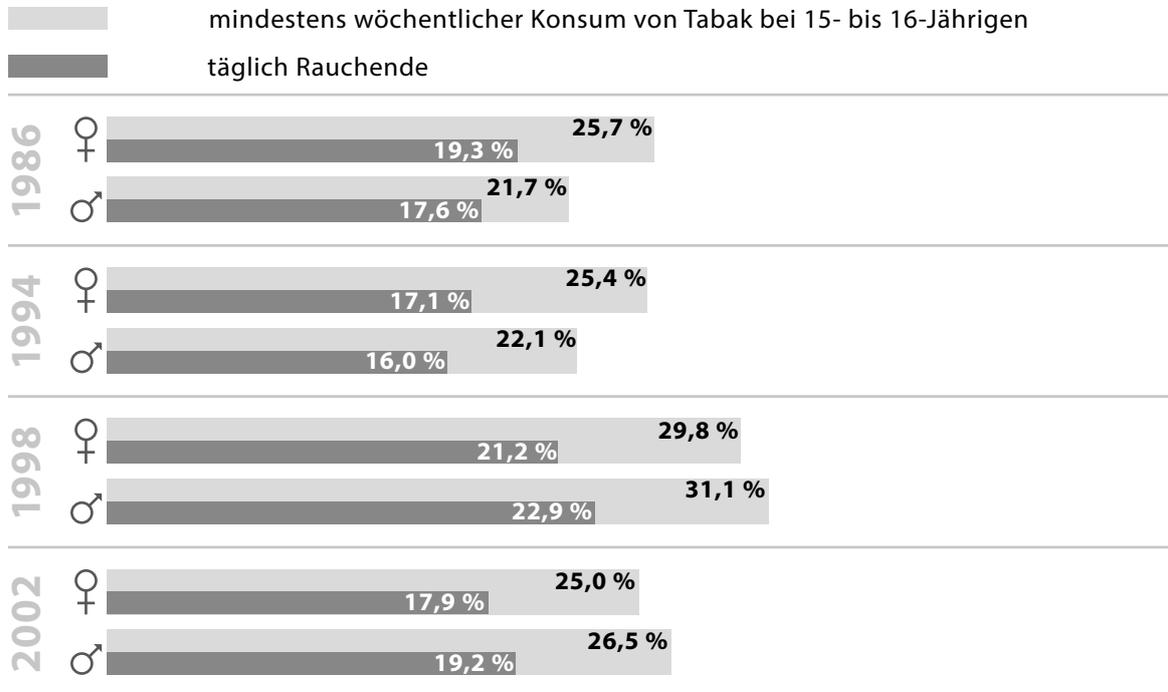
Im Konsumverhalten der Jugendlichen bei den drei Trendsustanzen Tabak, Cannabis und Alkohol zeigt sich ein deutlicher Handlungsbedarf in der Prävention. Insbesondere ist ein Schwerpunkt auf die Tabakprävention zu setzen, weil die Zahlen zeigen, dass ein beträchtlicher Anteil der Jugendlichen die ersten Konsumerfahrungen mit Tabak bereits im Alter von 13 -14 Jahren machten.

Auf die Wirkungszusammenhänge der Substanzen Tabak-Alkohol als auch Tabak-Cannabis wird in verschiedenen Fachberichten hingewiesen. Nebst dem Reiz von neuen Konsumerfahrungen in Zusammenhang mit Tabak und Alkohol, ist die «ergänzende» Wirkung eines Mischkonsums auch neurologisch feststellbar. Die Konsumschwelle bei Cannabis senkt sich, wenn bereits erste Erfahrungen mit Tabakkonsum gemacht worden sind.

Fazit: Ein beträchtlicher Teil der Jugendlichen dröhnt sich mit Tabak, Alkohol und Cannabis zu und geht damit gesundheitliche Risiken ein. Konsumzusammenhänge der drei Substanzen bestehen, wobei dem Tabakkonsum eine eigentliche «Vorreiterrolle» zukommt. Es lohnt sich demzufolge, in diesem Projekt **in der Tabakprävention einen Schwerpunkt zu setzen und gleichzeitig auf die Konsumzusammenhänge von Alkohol und Cannabis einzugehen.**

Nikotin

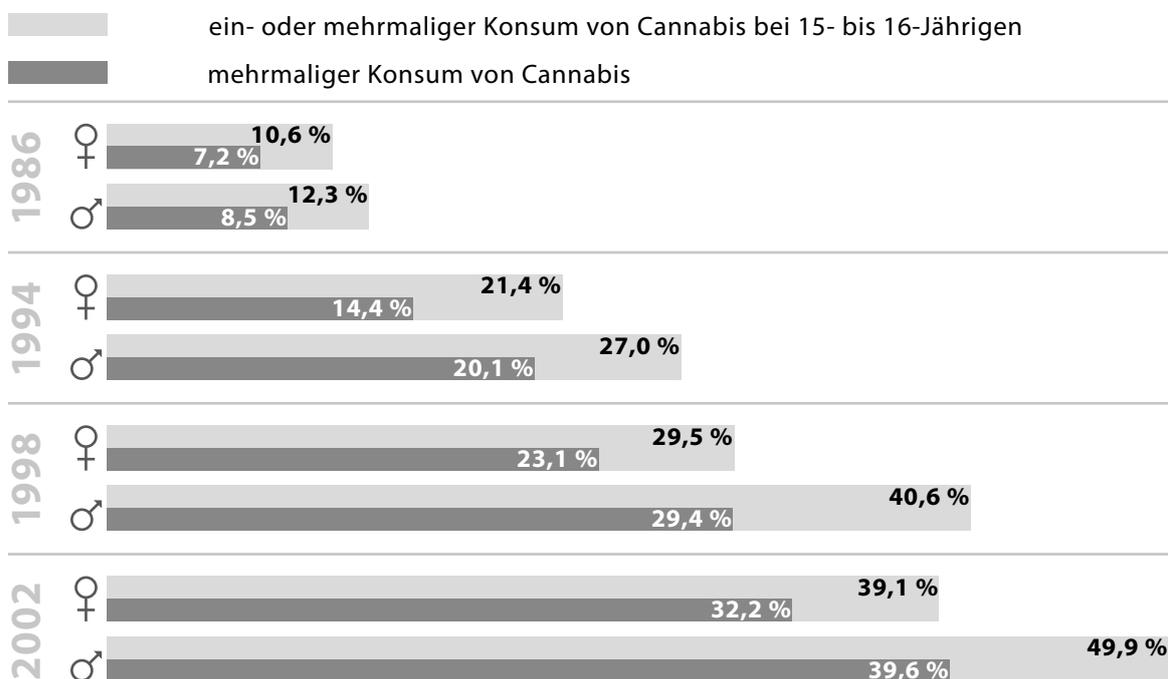
Im Alter von 13 und 14 Jahren hat etwa die Hälfte der Jugendlichen bereits einmal geraucht (ESPAD 2003). Jeder zehnte Schüler (9.1 % der Jungen und 7.9 % der Mädchen) ist bereits zu einem regelmässigen Konsum übergegangen.



Quelle: ESPAD 2003

Cannabis

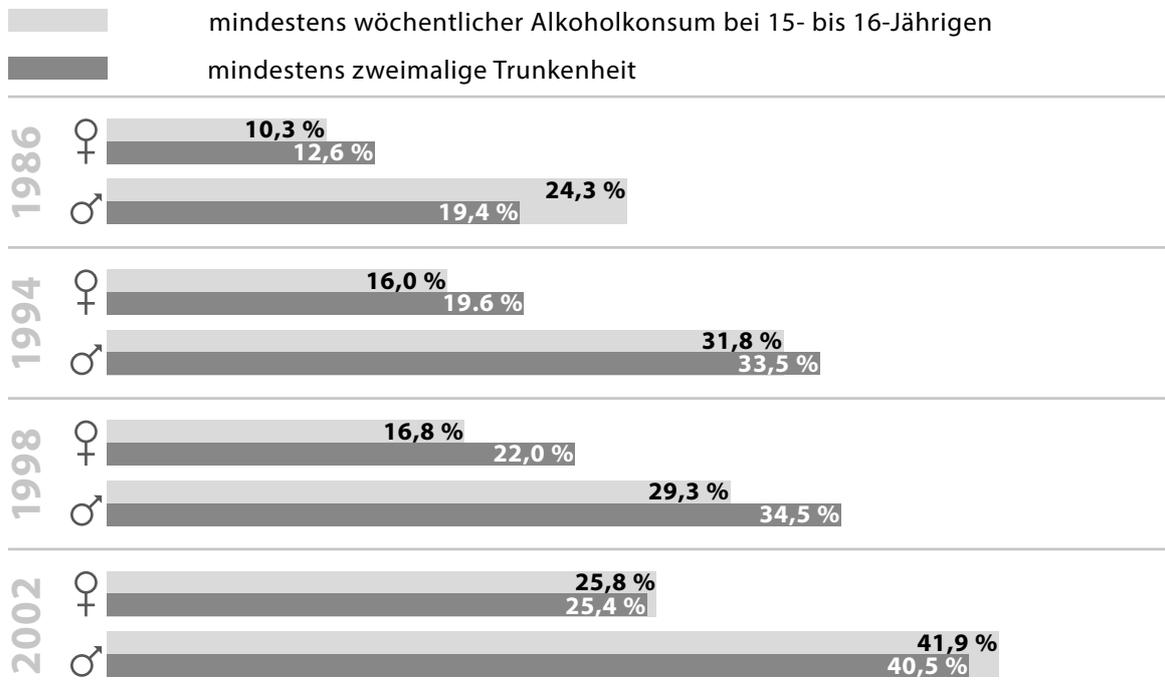
Rund 50 % der 15-jährigen Jungen und 40 % der Mädchen weisen ein- oder mehrmalige Erfahrungen im Cannabiskonsum auf. Davon sind fast ein Viertel als Risikogruppe einzustufen (Cannabis 20 x und häufiger konsumiert in den vergangenen 30 Tagen). Ein direkter Zusammenhang mit dem Nikotinkonsum besteht.



Quelle: ESPAD 2003

Alkohol

Der wöchentliche Alkoholkonsum hat bei den 15-/16-Jährigen am deutlichsten zugenommen: Rund 40 Prozent der Jungen und rund 26 Prozent der Mädchen in dieser Altersgruppe trinken mindestens einmal pro Woche etwas Alkoholisches.



Quelle: ESPAD 2003

Die Zahl der Alkoholräusche ist bei den Jugendlichen im Verlauf der Untersuchungsjahre deutlich angestiegen. Nimmt man das Jahr 1986 als Referenz, so hat sich der wöchentliche Alkoholkonsum bei Jugendlichen allein bis zum Jahr 2002 um mehr als das Neunfache erhöht – Tendenz steigend.

Diese Zahlen sprechen eine deutliche Sprache. Die SFA weist in ihren Schlussfolgerungen im Bericht «Trends im Konsum psychoaktiver Substanzen von Schülerinnen und Schülern in der Schweiz» darauf hin, dass «die Prävention verstärkt werden muss und eine Integration der Verhältnis- und Verhaltensprävention gesucht werden sollte.»

PRÄVENTIONSAKTIVITÄTEN IN DER SCHULE

Eine Umfrage bei 148 Lehrkräften in den verschiedenen Kantonen zeigt deutlich auf, dass der Handlungsbedarf insbesondere zur Tabakprävention in Zusammenhang mit Alkohol und Cannabis gegeben ist. Die Lehrkräfte wünschen sich praxisnahe Lehrmittel, um diese anspruchsvollen Themen nahe an der Lebenswelt der Jugendlichen und deren Eltern behandeln zu können.

Die Umfrage hat den Status einer Praxisbefragung und zeigt entsprechende Trends deutlich auf. Aus unserer Sicht erhalten die Ergebnisse noch an Gewicht, weil die Antworten im innerkantonalen Vergleich eine hohe Übereinstimmung aufweisen. Im Anhang «Bedarfsnachweis» sind die Auswertungen der einzelnen Fragen detailliert dargestellt. Zusammengefasst zeigen die Antworten folgende Ergebnisse auf:

Von den befragten Lehrpersonen sind

- 93 % an aktuellem didaktischen Material mit modular aufgebauten Unterrichtseinheiten interessiert.
- 76 % interessiert zur Vertiefung der Präventionsaktivitäten an einem Plakatwettbewerb teilzunehmen.
- 40 % der Meinung, dass die Themenbereiche Tabak/Cannabis/Alkohol kombiniert (nur Alkohol 20 %, nur Cannabis 9 %, nur Tabak 18 %, andere Suchtthemen 13 %) vordringlich zu behandeln sind.
- 78 % bereit Fortbildungsveranstaltungen zu besuchen und die Eltern miteinzubeziehen.
- Erfreulich ist, dass 40 % der Lehrkräfte angeben, dass sie über 10 Lektionen und weitere 40 % immerhin noch 6-10 Lektionen für diese Thematik aufwenden werden.
- 60 % der Antwortenden gaben an, dass sie sich bei Elternveranstaltungen die Beteiligung von Fachleuten wünschen. Dieses Bedürfnis zeigt, dass die vernetzte Zusammenarbeit der Fachstellen mit den Oberstufenschulen durch «FREELANCE» gefestigt oder aktiv aufgebaut werden kann.

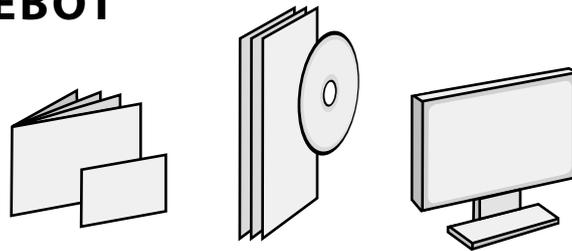
(Details siehe Anhang Bedarfsnachweis)

DIE IDEE – DAS ANGEBOT

ÜBERSICHT

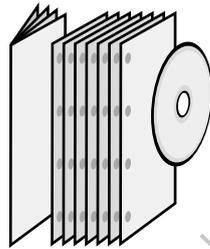
INFORMATION LEHRKRÄFTE

FLYER MIT ANTWORTKARTE
 PRÄSENTATIONSMATERIAL (POWERPOINT, FOLIEN)
 WEBSITE MIT ERGÄNZENDEN UND AKTUALISIERTEN INFORMATIONEN



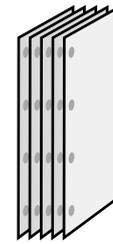
PRÄVENTION

INFORMATIONSMATERIAL
 MIT UNTERRICHTSEINHEITEN



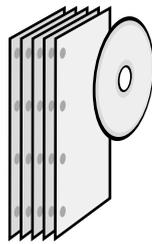
ANHANG

BERATUNGSSTELLEN
 ABRUFKURSE, MEDIENLISTEN
 EVALUATIONSFORMULARE



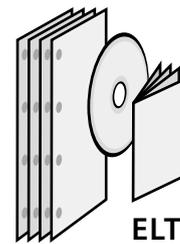
WETTBEWERB

PROJEKTDOKUMENTATION
 MIT UNTERRICHTSEINHEITEN



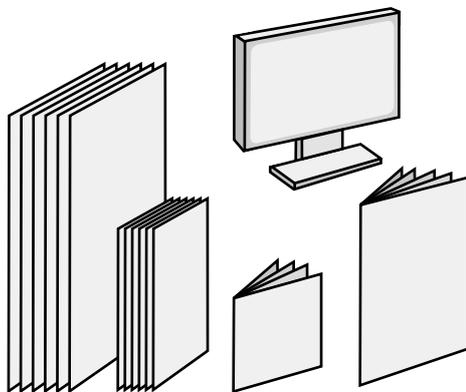
ELTERNINFO

MATERIAL FÜR ELTERNINFORMATION
 ANLEITUNG FÜR ELTERNABENDE



OUTPUT

**MATERIAL FÜR PLAKATKAMPAGNEN
 UND INFORMATIONSMITTEL, PR**
 PLAKATE, AUSSTELLUNGS-SET,
 PUBLIKATIONEN IN DER WEBSITE
 FLYER, ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
 MEDIENPRÄSENZ



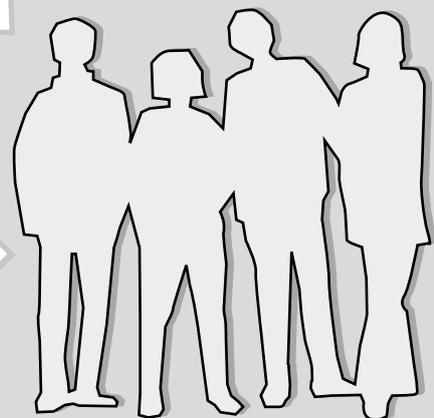
INFO

INPUT

OUTCOME

NACHHALTIGE WIRKUNG

KONSUMREDUKTION, ABSTINENZ
 JUGENDLICHE ALS MULTIPLIKATOREN
 COOL SEIN OHNE RAUCH UND RAUSCH
 SENSIBILISIERUNG, KOMPETENZBILDUNG
 EMPOWERMENT, SELBSTWIRKSAMKEIT



UMFASSENDES ANGEBOT

Mit «FREELANCE» wird ein Ordner mit **aktuellem** Unterrichtsmaterial erstellt, welches in der Bearbeitung der anspruchsvollen Suchtpräventionsthematik die Lehrkräfte **praktisch** unterstützen soll.

Aktuell, weil sich das Unterrichtsmaterial auf die neuesten Erkenntnisse, Zahlen und Fakten zu Risiko- und Konsumverhalten der Jugendlichen stützt. Zudem werden erstmals in dieser Form Zusammenhänge zwischen Suchtverhalten und jugendspezifisch aufbereiteten Konsumaufforderungen seitens der Werbewirtschaft thematisiert – und mit der Teilnahme am «Poster Contest» aktiv bearbeitet.

Praktisch, weil von Lehrpersonen und Präventionsfachleuten ein Programm erarbeitet wird, welches sich ideal und mit geringem Aufwand im Unterricht integrieren lässt. Zudem werden Empfehlungen angeboten, wie Elternveranstaltungen zum Thema praxisnah und in Zusammenarbeit mit Fachstellen durchgeführt werden können. Zur vertieften Auseinandersetzung werden zusätzlich je nach Region Abrufkurse für Lehrkräfte und Elternabende zu den Themen Sucht und Kommunikationskonsum angeboten.

NÜTZLICHER ORDNER

Die Bestellung des kostenlosen Ordners ist unabhängig von einer Teilnahme am Plakatwettbewerb, da der erste Teil Unterrichtsmaterial zu den Themenbereichen Tabak, Cannabis und Alkohol beinhaltet, das im Rahmen des allgemeinen Suchtpräventionsunterrichts eingesetzt werden kann. Dieser Teil ist so aufgebaut, dass die Lehrkräfte je nach Aktualität und Bedürfnis frei bestimmen, wie viel Zeit sie investieren und in welchem Fach sie wie viele vorbereitete Unterrichtseinheiten aus dem Ordner einsetzen möchten.

Der zweite Teil widmet sich mit einer hilfreichen Anleitung zur Kommunikationsgestaltung dem «Poster Contest»: Von der Konzeptphase über die Entwicklung einer Text- und Bildidee bis zur Ausführung. Alleine die Einhaltung der im Ordner beschriebenen Vorgehensweise ist schon Garantie für interessante Plakatideen. Dieser zweite Teil enthält zudem Reflexionshilfen, Zwischenaufgaben und Checklisten zur Lernziel-sicherung. Fächerübergreifend könnte der Plakatwettbewerb im Deutsch (Textidee) und im Bildnerischen Gestalten (Bildidee) wie auch an Projekttagen oder Sonderwochen umgesetzt werden.

LEHRREICHER IDEENWETTBEWERB

Was heisst Ideenwettbewerb? Schülerinnen und Schüler dieser Altersstufe sind von den technischen Möglichkeiten her kaum in der Lage, ein Plakat so zu gestalten, dass es im Druck auf Plakatgrösse funktioniert. Was sie allerdings gut können, ist kreative Ideen entwickeln und diese in einer ihren Möglichkeiten entsprechenden Form zu präsentieren. Wichtig ist also, dass eine gute Idee nicht an der technischen Umsetzbarkeit scheitert.

Die bestplatzierten Teams können dann mit Studierenden der Gestalterfachklasse in St.Gallen ihre Ideen gestalterisch und technisch professionalisieren. Neben der aktiven Auseinandersetzung mit dem Thema Sucht lernen die Jugendlichen mit der Teilnahme am Wettbewerb, wie Kommunikation gestaltet werden kann. Dadurch erwerben sie sich eine Grundkompetenz, um Werbebotschaften zu dechiffrieren, bewusster wahrzunehmen und zu reflektieren.

NACHHALTIGE WIRKUNG

Prävention mit Jugendlichen wirkt nachhaltig, wenn sich die jungen Menschen angesprochen fühlen und zu Beteiligten werden. Das Programm «FREELANCE» bezweckt:

- Sensibilisierung der Jugendlichen auf Suchtverhalten
- Die Auseinandersetzung mit der Thematik in der Gruppe soll den Mut zum «Nein sagen» als auch «Cool sein ohne Rausch» fördern und damit die gesunden Anteile stärken.
- Eine Suchtplakat-Kampagne alleine hat kaum präventive Wirkung. Nicht aber, wenn Jugendliche selbst die Plakate gestalten und sich aktiv mit der Suchtproblematik auseinandersetzen. Mehr als Jugendliche sich etwas sagen lassen, wollen sie sich selbst ausdrücken. Die Meinungen von Gleichaltrigen finden dabei mehr Beachtung als wohlwollende Tipps von Erwachsenen. Die Jugendlichen werden so selbst zu Multiplikatoren.
- Die Jugendlichen sollen befähigt werden, versteckte Konsumaufforderungen und Bedürfnismanipulationen vor allem in der Suchtmittelwerbung zu erkennen und ihre Botschaften zu entmystifizieren.

ZUSÄTZLICHE REGIONALE ANGEBOTE

Thema Sucht in der Schule

Damit sich Lehrpersonen oder ganze Schulhausteams zum Themenbereich Sucht informieren und weiterbilden können, halten die einzelnen kantonalen Präventions-Stellen individuelle Angebote zu Themen wie Prävention, Früherkennung und Intervention bereit. Gleichzeitig können zusätzliche Materialien und Unterrichtshilfen für den Schulalltag bezogen werden.

Elterninformation zum Thema Sucht

Dem Plakatwettbewerb liegt natürlich auch eine Präventionsabsicht im Sinne der Gesundheitsförderung zu Grunde. Verstärkt wird die Präventionswirkung, wenn neben der Schule auch zu Hause über den Themenkreis Sucht gesprochen wird. So wird parallel zum Plakatwettbewerb eine spezielle Elterninformationsbroschüre zur Verfügung gestellt. Elternabende können je nach Kapazität der einzelnen Stellen abgerufen werden.

Thema Wahrnehmung und Werbung

Die Schülerinnen und Schüler erfahren am Beispiel des Plakatwettbewerbs in den Ansätzen, wie Kommunikation gestaltet wird. Unter dem Titel «Sind wir im Bilde oder sind wir im Visier – Verfügen wir über die Bilder, die wir sehen oder verfügen sie über uns?» wird aufgezeigt, wie Werbung gemacht wird, was für Auswirkungen der passive Kommunikationskonsum hat, wie sich unsere Wahrnehmung durch die visuelle Reizüberflutung geändert hat und was für Zusammenhänge zum Thema Sucht bestehen. Diese vertiefte Auseinandersetzung mit wertvollen Hintergrundinformationen und Tipps für den Umgang mit Kommunikationskonsum kann als Lehrerfortbildungskurs oder als Elterninformationsabend abgerufen werden.

BREITE ABSTÜTZUNG

Die Initianten von «FREELANCE» sind Mitglieder des VBGF (Vereinigung der kantonalen Beauftragten für Gesundheitsförderung in der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein) und gleichzeitig die Ansprechpartner in der entsprechenden Region:

- AR > Beratungsstelle für Suchtfragen des Kantons AR
- FL > Amt für Gesundheitsdienste
- GR > Gesundheitsamt Graubünden
- SH > S & D, Suchtprävention und Beratung
- SG > Kantonsarzt-Amt, ZEPRA Prävention und Gesundheitsförderung
- TG > Gesundheitsamt Thurgau, Kantonsarzt

Projektpartner:

- PHS Pädagogische Hochschule St. Gallen (fachdidaktische Betreuung)
- Schule für Gestaltung St. Gallen, (Professionalisierung der Plakatentwürfe)

PRÄVENTIVER ANSATZ

«Die besten suchtpreventiven Wirkungen werden von Programmen erwartet, welche im Sinne einer umfassenden Gesundheitsförderung Alternativen zum Drogenkonsum und allgemeine Lebenskompetenz fördern» (Claudia Meier Magistretti: Wirkungsqualität in der Suchtprevention: eine Synthese praktischer und wissenschaftlicher Erkenntnisse, Dissertation, Bern 2004, S. 225). So lauten, gemäss C. Meier Magistretti überwiegend die Erfahrungen der Präventionsfachleute und die Schlussfolgerungen aus mehreren Studien.

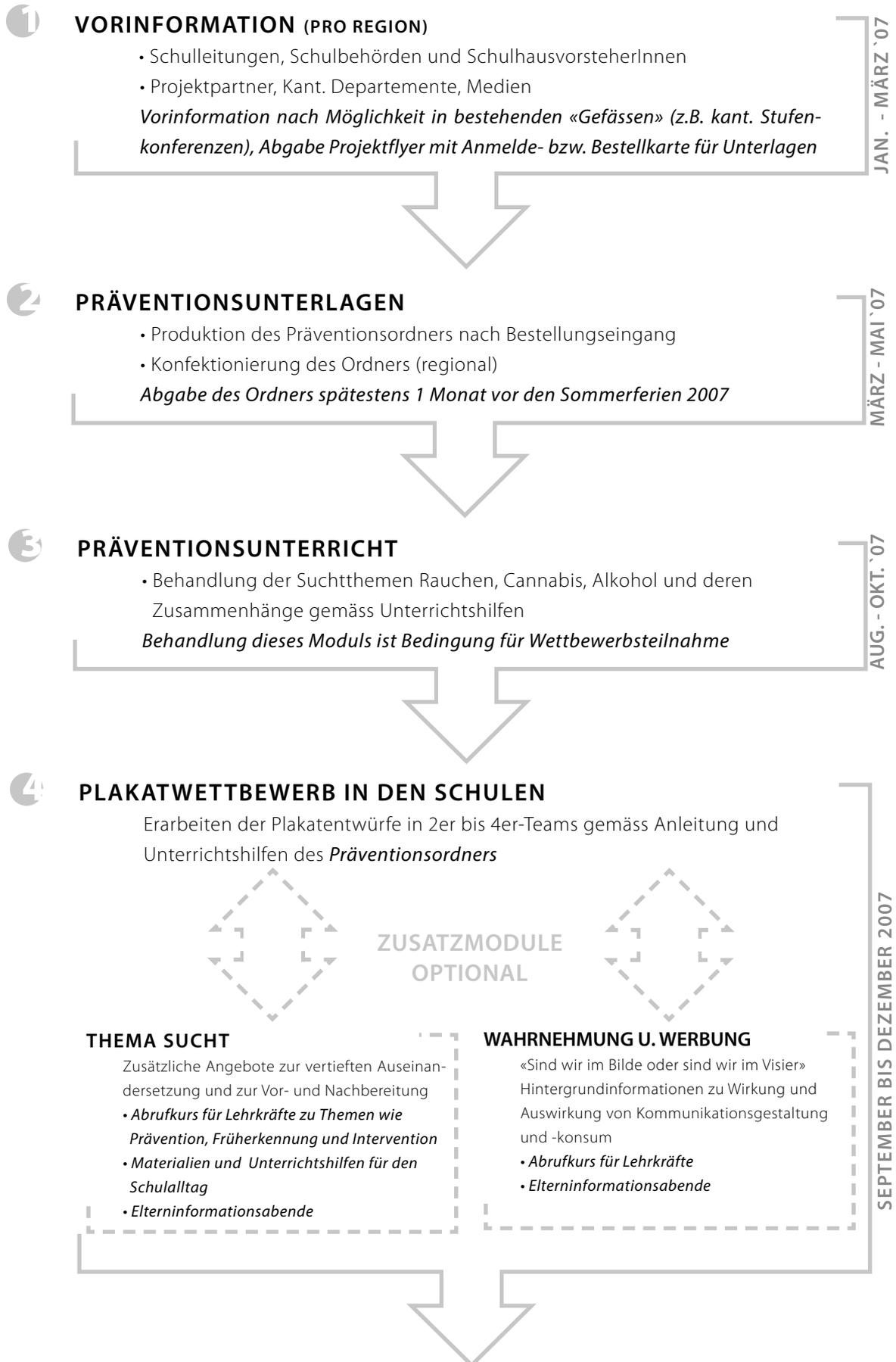
Jugendliche in der Pubertät wollen Grenzerfahrungen machen, sind anfällig auf Gruppendruck und lassen sich oft von medienwirksamen Vorbildern und versteckten Konsumaufforderungen beeinflussen. «FREELANCE» basiert auf der Verhaltens- und der Verhältnisprävention und positioniert sich in der Lebenswelt der Jugendlichen. «FREELANCE» soll in der Schule als Bestandteil einer umfassenden Gesundheitsförderung eingesetzt werden, Lerninhalte vermitteln und die allgemeine Lebenskompetenz fördern.

«Suchtprevention soll (...) Risikofaktoren vermindern und Schutzfaktoren stärken.» (C. Maier Magistretti, S. 224). Mittels einem aktuellen methodisch und didaktisch erarbeiteten Programm, welches sich ideal in den Unterricht integrieren lässt, erfolgt im ersten Schritt eine Sensibilisierung und Auseinandersetzung mit der Thematik. Die eigene Bewertungs- und Orientierungsinstanz soll gestärkt werden und zur Risikominimierung respektiv zur Festigung der Schutzfaktoren führen. Anhand des thematischen Schwerpunktes Tabakkonsum lassen sich die anderen Konsumformen verknüpfen.

In der Regel schliessen Präventionsaktivitäten an diesem Punkt ab. «FREELANCE» bewegt sich weiter: Um Wirksamkeit der Präventionsaktivitäten zu erreichen, muss die Nachhaltigkeit und Kontinuität sichergestellt werden. Das vermittelte Wissen und die erarbeiteten Inhalte werden im zweiten Schritt durch die Jugendlichen vertieft, indem sie sich mit den Kernthemen verbal und visuell auseinandersetzen und Plakate gestalten. Lernpsychologisch betrachtet erfolgt eine weitere Vertiefung der Inhalte, allerdings mit neuen Mitteln, was die Verankerung der Erkenntnisse zusätzlich unterstützt. Hinzu kommt, dass mit positiven Verstärkern und belohnenden Elementen (Wettbewerb, Preise, Image), Anreize für besonderen Einsatz geboten werden.

Im dritten Schritt erfolgt die Kommunikation und die Distribution der Erkenntnisse und der daraus entwickelten Botschaften, welche die Jugendlichen in Plakatform umgesetzt haben.

MODULE UND ABLAUF







EINSATZ

- Die prämierten Plakate werden in zwei verschiedenen Formaten gedruckt:
 - A. Kleineres Format für den Aushang in ÖV und in Gebäuden
 - B. Nach Möglichkeit Format für den Einsatz an öffentlichen Plakatwänden
- Verwendung des Bildmaterials für verschiedene Informationsträger im Bereich Suchtprävention
- Publikation auf der «FREELANCE»-Website
- Ausstellungs-Set für Suchtfachstellen und Schulen

AB MAI 2008

OPTION



POSTKARTEN- UND PLAKAT-SET

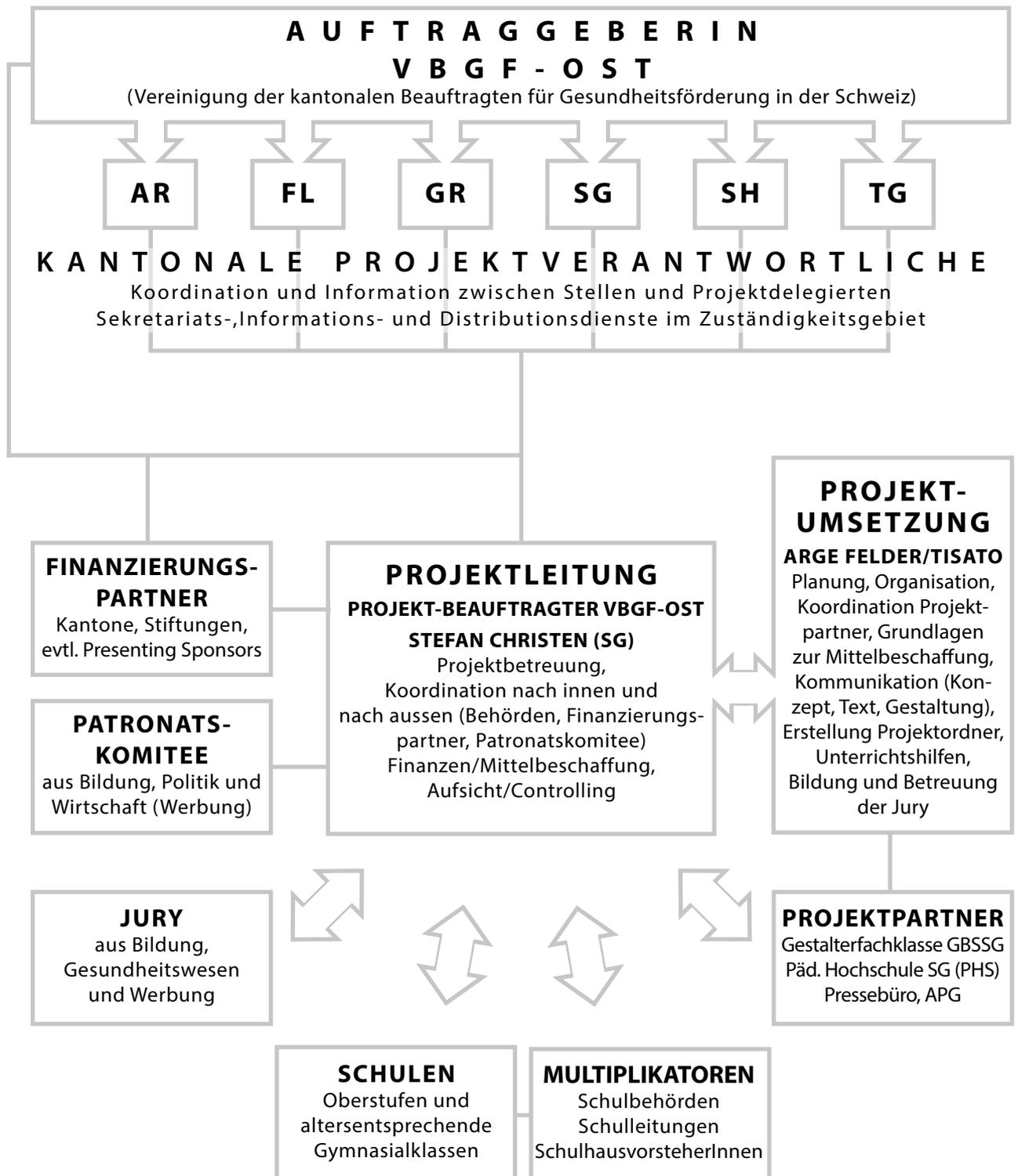
Für Interessierte wird ein Set von kleinformatigen Plakaten und Postkarten der besten Arbeiten abgegeben, mit Angaben zu Beurteilungskriterien und Endbewertung der Jury.

Einsatz ist vorgesehen für:

- *Veranstaltungen wie Konvente und Konferenzen*
- *Schulen und Schulanlässe (z.B. Elternabende)*
- *Anlässe und Veranstaltungen der Stellen für Prävention und Gesundheitsförderung*
- *Veranstaltungen im Bereich der betrieblichen Gesundheitsvorsorge*
- *Aushang an der Schule für Gestaltung in St. Gallen, an Pädagogischen Hochschulen und anderen Bildungseinrichtungen für soziale Arbeit und Gestaltung*

AB MAI 2008

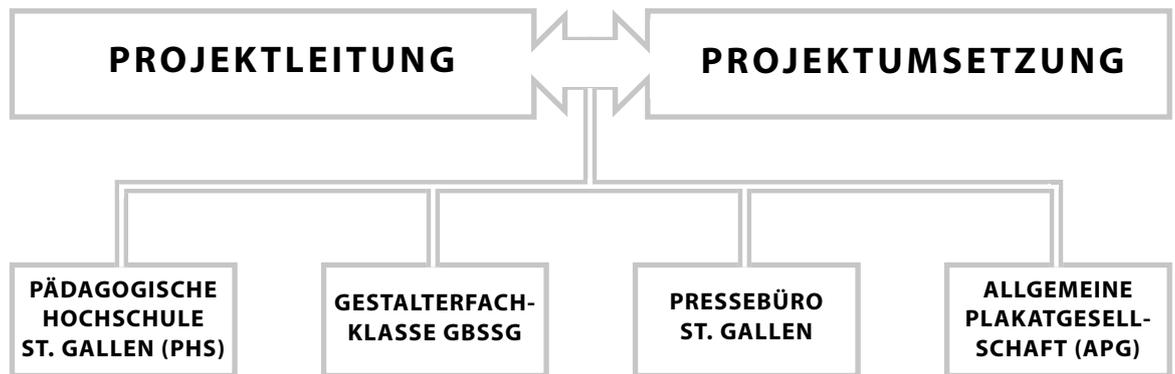
ORGANISATION/PROJEKTBETEILIGTE



PROJEKTPARTNER

Die professionelle Arbeit der verschiedenen Stellen in der Prävention- und Gesundheitsförderung soll sich im gesamten «FREELANCE»-Projekt niederschlagen.

Um diesem Qualitätsanspruch zu genügen, ist es unabdingbar, in Bereichen die ausserhalb der Kernkompetenzen der Beteiligten der Projektleitung oder der Projektumsetzung liegen, Partnerschaften einzugehen. So kann auf die entsprechende Professionalität zurückgegriffen und aufgebaut werden.



PÄDAGOGISCHE HOCHSCHULE ST. GALLEN (PHS)

- Fachdidaktische Reflektion und Inputs zu den Unterrichtshilfen
- Anwendung in der Übungsschule
- Mitglied des Patronatskomitees und der Jury

GESTALTERFACHKLASSE GBSSG

- Professionalisierung der Plakalentwürfe mit den Teams der Oberstufe bzw. der altersentsprechenden Gymnasialklassen
- Mitglied in der Jury

PRESSEBÜRO ST. GALLEN

- Beratung in der Medienbetreuung
- Aufbereitung der Medieninformationen

ALLGEMEINE PLAKATGESELLSCHAFT (APG)

- Beratung und Unterstützung im Aushang
- Mitglied der Jury

KOSTEN/FINANZIERUNG

GRUNDSÄTZLICHES

Ziel ist eine grösstmögliche Kostentransparenz. Die aufgeführten Preise entsprechen Grobschätzungen. Die Auflistung im Anhang dient dazu ein Kostendach definieren zu können und zu bestimmen, was in Eigenleistung erbracht und was extern realisiert werden soll. Gleichzeitig kann anhand des Finanzierungsschlüssels aufgezeigt werden, wo eine Fremdfinanzierung angestrebt wird und wie der Beitrag der einzelnen Kantone und des Fürstentum Liechtenstein aussehen könnte.

Für die Berechnungsbasis wird hier von einem Mittelwert zwischen den Ansätzen, die eine Fachstelle im Auftragsverhältnis verrechnet und der eigentlichen Lohnsumme ausgegangen. Die Kostenfaktoren werden zusätzlich in einmalige Kosten, wiederkehrende Kosten, in personellen Leistungen sowie in Material und Spesen getrennt aufgeführt.

Nicht einberechnet sind die Kosten für den Sprachwechsel in italienischer und romanischer Sprache (Übersetzung, Textgestaltung und Separatdruck der Informationsträger sowie der Sprachadaptionen im Internetauftritt) für den dreisprachigen Kanton Graubünden.

EINMALIGE KOSTENFAKTOREN (Entwicklungskosten)

PERSONELLE KOSTEN/DIENSTLEISTUNGEN	CHF	122'600.00
(Entwicklungsphase 13 Monate: Okt. 05 bis Mai 07)		
Projektleitung, Koordination, Projektorganisation, Sekretariatsleistungen, Konzeption, Erscheinungsbild, Flyer, Projektordner, Website, Eltern-Infobroschüre, Informationsveranstaltung (regional), PP-Präsentation/Folien, Mittelbeschaffung für Entwicklungskosten, Öffentlichkeitsarbeit		
MATERIALKOSTEN/SPESEN (einmalige Aufwendungen)	CHF	2'140.00
GESAMTTOTAL EINMALIGE KOSTEN	CHF	125'740.00

WIEDERKEHRENDE KOSTEN (alle 2 Jahre)

PERSONELLE KOSTEN/DIENSTLEISTUNGEN	CHF	35'050.00
Projektleitung, Koordination, Projektorganisation, Sekretariatsleistungen, Evaluation, Qualitätsmanagement, Modifikationen an Drucksachen, Produktionsabwicklung Drucksachen, Unterhalt Website, Öffentlichkeitsarbeit, Jurierungen, Professionalisierung der Entwürfe		
MATERIALKOSTEN/SPESEN (wiederkehrende Kosten)	CHF	54'390.00
Drucksachen, Plakate und Postkarten Kleinformat, Ordner Porto, Versandkosten, Kosten Endveranstaltung, Preise		
GESAMTTOTAL WIEDERKEHRENDE KOSTEN	CHF	89'440.00

TOTAL EINMALIGE UND WIEDERKEHRENDE KOSTEN (erste 2 Jahre)**CHF 215'180.00**

FINANZIERUNGSSCHLÜSSEL/MITTELBESCHAFFUNG

DECKUNG EINMALIGE AUFWENDUNGEN

Die einmaligen Aufwendungen sollen weitgehend von Stiftungs- oder Fondsgeldern (Anschubfinanzierung) gedeckt werden können. Die Kantone und das Fürstentum Liechtenstein haben bereits ihre Unterstützung zugesichert. Diese Beiträge teilen sich in einen Pauschalbeitrag, der gewissermassen als Startbeitrag definiert und für alle gleich hoch ist und einem prozentual zur Bevölkerungszahl der Einzugsgebiete (Kantone/FL) stehenden Zuschuss.

DECKUNG WIEDERKEHRENDE AUFWENDUNGEN

Stiftungen entrichten in der Regel nur einmalige Beiträge, vor allem als Starthilfen, als Projektbeiträge oder als Finanzierung von ersten Ausgaben. Hingegen können Sponsoren gewonnen werden, die mit wiederkehrenden Beiträgen den Plakatwettbewerb unterstützen. Längerfristige Partnerschaften sind für mögliche Sponsoren interessant, da sie imagefördernd wirken, vor allem, wenn es sich um Projekte handelt, die im Sozial- und Bildungsbereich angesiedelt sind. Allerdings gilt es bei der Sponsorensuche gezielt und überlegt vorzugehen. Jedes Sponsoring bedeutet einerseits auch Image-transfer und andererseits können je nach dem auch Interessenkonflikte entstehen. Dies ist besonders zu beachten, wenn es sich um Bildungsprojekte handelt, bei denen die öffentliche Hand als Absender auftritt. Hier ist die Regel, dass keine finanziellen Beiträge für das Projekt entgegen genommen werden, sondern dass Sachgüterbeiträge (Presenting Sponsoring) eingesetzt oder Preisreduktionen bei Materialien erlassen werden. Idealerweise sollten es Sponsoren sein, die mit dem Plakatprojekt in Zusammenhang stehen oder in irgend einer Form mit Schule und Gesundheitsförderung zu tun haben. So könnten beispielsweise die Druckkosten reduziert, der Projektordner durch eine Ordnerherstellerfirma gesponsert, die Preise für die Finalistenteams übernommen werden usw. Diese Beitragsart soll allerdings erst ab der zweiten «FREELANCE»-Ausgabe Anwendung finden.

Den grösseren Teil der **wiederkehrenden Kosten** garantieren aber die Kantone und das Fürstentum Liechtenstein gemeinsam. Hier richtet sich die Beitragsleistung auch wieder nach der Bevölkerungszahl. Was die reinen Materialkosten anbelangt, wird in der Endabrechnung natürlich nur der Betrag gerechnet, der den effektiven Aussendungen im betreffenden Einzugsgebiet und den teilnehmenden Schulklassen (Bestellungseingänge für Unterrichtsmaterial/Ordner) entspricht. Um aber im Groben berechnen zu können, welcher Anteil auf die einzelne Fachstelle zukommt, wurde die Bevölkerungszahl als Berechnungsbasis genommen (Kanton GR nur deutschsprachige Gebiete). Ebenfalls für die Berechnung der Auflagenzahlen in Zusammenhang mit den Herstellungskosten wurde von einem Mittelwert 2. und 3. Oberstufenklassen pro Bevölkerungsanteil ausgegangen und hochgerechnet.

Bei der Auflagenzahl des Ordners wurde von einem optimalen Rücklauf (Teilnahme) von 10% der angeschriebenen Schulklassen ausgegangen. In der folgenden Tabelle sind die erwähnten Elemente der Berechnungsgrundlage aufgeführt:

Fachstellengebiet	Bevölkerungszahl	Oberstufen- u. Gymnasialklassen	Teams (8 pro Schulklasse) bei 100%	Teilnahme (Teams) bei 10%	Aufteilung in Prozent
AR	52'800	73	584	58	5,4 %
FL	33'700	44	352	35	3,5 %
GR (deutschsprachige Gebiete)	140'250	184	1472	147	14,1 %
SG	458'800	600	4800	480	46,2 %
SH	73'800	93	744	74	7,4 %
TG	233'000	306	2448	245	23,4 %
Total	993'150	1'300	11'780	1'178	100 %

FINANZIERUNGSSCHLÜSSEL

DECKUNG EINMALIGE AUFWENDUNGEN ZUSAMMEN MIT AUFWENDUNGEN FÜR DIE ERSTE FREELANCE-AUSGABE

Fürstentum Liechtenstein	CHF	4'553.00
Kanton AR	CHF	6'481.00
Kanton GR (deutschsprachiger Teil)	CHF	15'413.00
Kanton SG	CHF	47'791.00
Kanton SH	CHF	8'511.00
Kanton TG	CHF	24'751.00
Total Kantone und FL (50 %)	CHF	107'500.00
Tabakpräventionsfonds (33 %)	CHF	71'500.00
Stiftungen (17 %)	CHF	36'000.00
Gesamttotal	CHF	215'000.00

(Details zu den Kosten im Anhang)

Mit diesem Projekt lanciert die VBGF-Ost das erste kantonsübergreifende Projekt in diesem Umfang (5 Kantone und Fürstentum Liechtenstein) und will die Synergien von Präventions- und Beratungsfachstellen dank ihres Netzwerkes möglichst breit mobilisieren. So werden die fachlichen Ressourcen aus den verschiedenen Kantonen konzentriert und gleichzeitig eine höhere Wertschöpfung der vorhandenen Mittel erzielt. Durch die bereits gesprochenen Beiträgen der Kantone in der Höhe von 107'500.– Franken ist eine starke finanzielle Grundlage zur Realisierung dieses Projektes durch die Kantone gelegt worden. Das Projekt «FREELANCE» geniesst hohe Priorität in der Gesamtplanung der Präventionsaktivitäten in den erwähnten fünf Kantonen und dem Fürstentum Liechtenstein. Dieses Projekt wird auch von den politischen Entscheidungsträgern massgeblich unterstützt und gefördert.

EVALUATION UND QUALITÄTSSICHERUNG

«FREELANCE» soll auf der Wissens- und Verhaltensebene (Sensibilisierung, Coping-Strategien) Impulse vermitteln, in der Zusammenarbeit verschiedener Stellen und Gremien Vernetzungsarbeit leisten und im PR Bereich (Öffentlichkeitsarbeit, Markenzeichen) Wirkung entfalten. Die Beurteilung der verschiedenen Ansatzebenen bedingt unterschiedliche Fragestellungen zur Überprüfung der Wirksamkeit.

In Zusammenarbeit mit der FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Frau Dr. Annegret Wigger, Leiterin Forschungsabteilung, ist im ersten Schritt eine **formative Evaluation** geplant. Die konkreten Fragestellungen zum Evaluationsdesign werden zusammen mit Fachleuten aus der Forschung entwickelt und werden laufend ins Projekt zurückfliessen. Mit diesem Vorgehen können allfällige Anpassungen nach der ersten Durchführung des Projektes direkt in die Neuauflage einfliessen und so entsprechende Korrekturen vorgenommen werden.

Nach der 2. Durchführung im Sommer 2010 ist eine **summative Wirkungsevaluation** eingeplant. Diese soll durch Studierende der FHS St.Gallen mittels einer Projektarbeit, welche durch Fachleute begleitet wird, erhoben werden. Basis für die Prozess- und Wirkungsevaluation bilden die Fragestellungen, welche von der Forschungs- und Evaluationsabteilung der FHS St.Gallen im Rahmen der formativen Evaluation erarbeitet worden sind.

WIRKUNGSEVALUATION

Die Quantität kann über die Wettbewerbsanmeldungen, bestellte Projektordner, durchgeführte Veranstaltungen, beteiligte Jugendliche, Eltern, Lehrkräfte, Fachstellen erhoben werden. Mittels einer schriftlichen Nachbefragung oder Kurzinterviews kann der Bekanntheitsgrad bei den Jugendlichen und Lehrkräften überprüft und mit den Ergebnissen der weiteren Wettbewerbsdurchführungen verglichen werden.

Mögliche Fragestellungen dazu:

Verhalten

Wissensebene: Was haben die Jugendlichen in diesem Projekt zusätzlich gelernt?

Wie lässt sich feststellen, ob die Jugendlichen die Bedürfnismanipulation der Tabakindustrie erkennen?

Personale Fähigkeiten: Wieviele Jugendliche können mit «FREELANCE» zur Konsumreduktion oder zu einem Rauchstopp motiviert werden? Wie erfolgt die Anwendung der gesundheitsfördernden Strategien und mit welchem Erfolg?

Gestärktes Selbstvertrauen: Wie weit gelingt es den Jugendlichen, sich gegenüber einem Gruppendruck besser abzugrenzen?

Verhältnis

Quantität: Wieviele Schulen, Lehrkräfte, Jugendliche, Eltern und Fachstellen beteiligen sich?

Qualität: Wie beurteilen die beteiligten Lehrkräfte, Jugendliche, Eltern und Fachstellen die Mittel, den Ablauf, die Organisation und die Ergebnisse?

Öffentlichkeitsarbeit: Wie wird der Begriff «FREELANCE» bei den beteiligten Jugendlichen, Eltern und Lehrkräften nach Abschluss der ersten Durchführung, nach Abschluss der zweiten Durchführung zugeordnet? Welchen Anerkennungseffekt findet «FREELANCE» im Einzugsgebiet lokal, regional?

PROZESSEVALUATION

Die Koordination und die Zusammenarbeit von verschiedenen kantonalen Fachstellen mit unterschiedlichen Zusammenarbeitsstrukturen erfordert eine grosse Flexibilität und Dialogbereitschaft der Beteiligten.

Nach Abschluss der ersten Durchführung sollen der Ablauf, die Organisation und die Einschätzung der eingesetzten personellen Mittel anhand einer Selbstevaluation erhoben werden. Im Auftrags- und Projektgremium sind die fachlichen und personellen Kompetenzen vorhanden, zusätzlich eine Selbstevaluation vorzunehmen.

Die Pädagogische Hochschule St. Gallen (PHS) wird die Qualität des didaktischen Unterrichtsmaterials überprüfen und einen Bericht verfassen. Dieser soll als Basis für allfällige Optimierungen dienen.

Die quantitativen und qualitativen Angaben und die Prozessevaluation ergeben wichtige Rückschlüsse nach Ablauf des ersten Projektwettbewerbes. Die daraus erhaltenen Informationen dienen unmittelbar für die weitere Planung sowie für die Qualitätssicherung.

KOSTENEVALUATION

Analyse der Kosteneffizienz des Projektes «FREELANCE» anhand der Messung der Abstinenzsteigerung (aus Ergebnisevaluation vorher/nachher) im Vergleich zur volkswirtschaftlichen Kostenverursachung einer durchschnittlichen «Suchtkarriere».

QUERVERGLEICH UND FAZIT

«Plakatkampagnen, Theaterstücke, Events usw. können zur Sensibilisierung der Bevölkerung und als begleitende Massnahmen durchaus Sinn machen. Um Synergien nutzen zu können, ist es wichtig, diese Aktivitäten optimal mit längerfristigen Präventionsprojekten zu vernetzen. So ist anzunehmen, dass die Botschaften einer gross angelegten Medienkampagne wie *Feel-your-Power* (noch) mehr Resonanz finden könnten, wenn eng mit Projekten in Organisationen wie *Schulteam* oder *Netzwerk gesundheitsfördernder Schulen* zusammengearbeitet wird. Die Botschaften der Kampagne könnten dann im Rahmen dieser Projekte aufgenommen und behandelt werden». (Martin Hafen, Sucht-Report 6/01, S. 36)

QUERVERGLEICH

«Schulbesuch»

Die Evaluation des Projektes «Schulbesuch» Präventionsprojekt der Aids-Hilfe Solothurn zeigt deutlich auf, dass die Kombination «Elternabend, Schulbesuch und Plakate zur Vertiefung des Themas anfertigen» erfolgreich war (Ralph Thomas, Evaluationsbericht Pilotprojekt Oberstufe Zuchwil, Sept. 01). Der Fokus lag bei jenem Projekt beim Schulbesuch und wurde durch die Module Elternabend und Plakatgestaltung ergänzt. (Isolierte Klasseneinsätze sind bezüglich ihrer nachhaltigen Wirksamkeit ebenso limitiert wie isolierte Plakatkampagnen.)

Suchtprävention 2004 (Bildungszentrum Uster, aktiv in der Suchtprävention)

Die beiden Berufsschulen BZU Uster haben zusammen mit der Fachstelle «züri rauchfrei» die Aktion Rauchzeichen u.a. mit einem Plakat-Wettbewerb für Jugendliche durchgeführt. «Demonstration, Fachinfos, vertiefte Auseinandersetzung mit der eigenen Gestaltung von Plakaten» bildeten die Schwerpunkte der Aktivitäten.

Speed - Ist Rasen männlich? (Netzwerk Schulische Bubenarbeit)

Jugendliche im Oberstufenalter entwickeln mittels eines Wettbewerbes Grundlagen für eine Kampagne an Schulen und für Lehrmittel. Ziel ist die Auseinandersetzung der Jugendlichen mit dem Thema Risikoverhalten, «Rasen» und Geschlechterrollen. Die Lehrpersonen erhalten Arbeitsmaterialien; attraktive Preise winken. Auch in diesem Projekt wird mit dem Mittel der gestalterischen Auseinandersetzung als Grundlage für die Vertiefung der Thematik gearbeitet.

«Sicherheit für alle – Deine Ideen aufs Plakat!» (TCS und Renault)

Ein internationales Programm zur Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen für die Risiken des Strassenverkehrs. Dieses Programm «Sicherheit für alle» ist langfristig angelegt und umfasst verschiedene Aktivitäten: Verteilen eines pädagogischen Kits

für Kinder von 7 bis 11 Jahren an Schulen, ein internationaler Wettbewerb für Kinder über das Recht auf Sicherheit, eine Internetsite, Aktionen zur Sensibilisierung der 12- bis 15-Jährigen und der Junglenker sowie nationale Partnerschaften. In der Schweiz fungiert der TCS als Partner. Zentrales Element dieser Kampagne ist ein Plakatwettbewerb mit dem Ziel ein Plakat für den nationalen Aushang zu schaffen. Themenschwerpunkte sind: Geschwindigkeit, Alkohol/Drogen, Unaufmerksamkeit, Fahrtüchtigkeit/Risikobereitschaft, Aggressivität/Respektmangel und Sicherheitselemente (Gurt/Helm). Dieser jährlich neu ausgeschriebene Wettbewerb findet im Jahr 2006 bereits zum dritten Mal statt. Gesamtschweizerisch nahmen im letzten Jahr ca. 200 Schulklassen teil. Der Wettbewerb wurde intensiv durch die Presse begleitet (regional und national).

FAZIT

- Die epidemiologischen Zahlen und die Umfrageergebnisse in der Praxis zeigen deutlich auf, dass der Handlungsbedarf im Konsumverhalten der Jugendlichen zu den Themen Tabak, Alkohol und Cannabis gegeben ist. Der Tabakkonsum nimmt offensichtlich eine eigentliche «Vorreiterrolle» ein. Es lohnt sich demzufolge in diesem Projekt in der Tabakprävention einen Schwerpunkt zu setzen und gleichzeitig auf die Konsumzusammenhänge von Alkohol und Cannabis einzugehen.
- Die Lehrkräfte wünschen sich praxisnahe Lehrmittel, um diese anspruchsvollen Themen nahe an der Lebenswelt der Jugendlichen und deren Eltern behandeln zu können. Sie sind auch bereit, sich im Präventionsbereich weiterzubilden und die Eltern miteinzubeziehen.
- Es existieren Projekte mit ähnlichen Inhalten oder Strategien. Wesentlich bei Kampagnen, Events oder Klasseneinsätzen ist die Vernetzung mit bestehenden Projekten oder Strukturen. Reine Plakatkampagnen zeigen wenig nachhaltige Wirkung und garantieren praktisch keine verhaltens-verändernden Impulse in so komplexen Themen wie dies bei der Suchthematik der Fall ist. Deshalb ist «FREELANCE» in drei Stufen aufgebaut: Sensibilisierung/Erarbeitung, Visualisierung als Vertiefung und Kommunikation der Erkenntnisse zur Unterstützung der Nachhaltigkeit. Die Praxisbefragung zeigt, dass die Mehrheit der Lehrkräfte bereit sind, die entsprechende Zeit für die Prävention einzusetzen (siehe Anhang Bedarfsnachweis).
- Wettbewerbe für Schulklassen erfahren grundsätzlich eine grosszügige Begleitung durch die Presse. Je mehr ein Projekt auch regional verankert und vernetzt ist, desto grösser ist die Wahrnehmung des Projektes in der Öffentlichkeit und die Auseinandersetzung mit dem Thema.

- Neben der Aktualität des Themas Sucht soll eine gezielte Motivation und Unterstützung der Lehrkräfte durch attraktives Unterrichtsmaterial zusätzlich die Teilnahmebereitschaft erhöhen.
- Ein wiederkehrendes Projekt entfaltet mittel- und langfristig eine viel grössere Wirkung, als wenn es nur einmal durchgeführt wird. Zu beachten gilt es allerdings, dass es nicht in zu kurzen Abständen angeboten werden darf, da sich sonst nach einer bestimmten Zeit eine Ermüdung einstellt und sich die aktive Teilnahme von Schulklassen und das Interesse der Öffentlichkeit verringert. Ein idealer Rhythmus wäre, das Angebot alle 2 Jahre zu lancieren. Zudem ist der Plakatwettbewerb jeweils auf 2 bis 3 Jahrgänge ausgerichtet und wird so durch die neuen Klassenzüge nicht als Wiederholung wahrgenommen. Die Gewichtung des Wettbewerbs durch verschiedene Themenpakete verleihen dem vorliegenden Projekt noch zusätzliche Attraktivität.

WIRKUNGSZIELE UND VISION

SPEZIFISCH

Reduktion des Tabakkonsums Jugendlicher

- Reduktion des Konsums bei regelmässig rauchenden Jugendlichen bis zum totalen Verzicht (Selbstwirksamkeit)
- Stärkung des Abstinenzgedankens bei Gelegenheitsrauchern (Unterstützung und Festigung personaler Ressourcen)
- Stärkung von Nichtraucherinnen und Nichtrauchern

Verminderung der kombinierten Einnahme von Tabak, Cannabis und Alkohol

- Erkennen der Kausalität zwischen Tabak als Einstiegs-Suchtmittel, Cannabis und/oder Alkohol
- Verminderung der Rauschzustände durch Alkohol und/oder Cannabis
- Verhinderung übermässigen Tabakkonsums als Kompensation bei Jugendlichen die Alkohol- und/oder Cannabis-Abstinenz erlangt haben

Veränderung auf der Wissensebene

- Die Jugendliche erlangen ein Basiswissen zu den Folgen des Tabakkonsums sowie zu den verschiedenen Suchtaspekten: die Schülerinnen und Schüler wissen besser Bescheid (Förderung der Selbstkompetenz)
- «FREELANCE» als Mittel zur Erlangung einer selbstkritischen Haltung
- Entmystifizierung des Tabak- wie des Cannabis- und Alkoholkonsums
- Entmystifizierung und Dechiffrierung der Tabak- und Alkoholwerbung mit ihren Bedürfnismanipulationen sowie ihren Konsum- und Identifikationsanreizen

Jugendliche als Multiplikatoren einsetzen

- Stärkung der positiven Einflussnahme nicht rauchender Jugendlicher auf Gleichaltrige (Sozialkompetenz)
- Cool sein ohne Rauch und Rausch, Image von nichtrauchenden Jugendlichen fördern
- Symbol- und signalsprachliche Ausdrucksformen Jugendlicher einsetzen für die altersspezifische Ansprache (keine gut gemeinten Botschaften und Aufforderungen Erwachsener Jugendlicher gegenüber)

Wahrnehmung und Handlungsbereitschaft der Eltern

- Förderung der Interventionsfähigkeit bei den Eltern durch Kompetenzbildung
- Begünstigung einer offenen Kommunikationskultur zwischen Eltern, Jugendlichen und Lehrpersonen

ALLGEMEIN

Sensibilisierung der Jugendlichen auf Risikoverhalten und Stärkung in ihrer Unabhängigkeit.

- Die sich am Projekt «FREELANCE» beteiligenden Jugendlichen sind sich der Risiken und Gefahren von abhängigen Konsum- und Verhaltensformen bewusst, erlernen neue Strategien im Umgang damit und werden in ihrer Unabhängigkeit gefördert und gestärkt.

Förderung der Zusammenarbeit zwischen Schulen und Fachstellen sowie Vernetzung und Integration vorhandener Strukturen und Inhalte.

- Die VBGF-Ost positioniert sich als Fachgremium für Gesundheitsförderung und Prävention und unterstützt die regionalen Fachstellen in ihren präventiven Aktivitäten.
- Die Mehrheit der im Netzwerk «gesundheitsfördernde Schulen» / »Schulteam« / «rauchfreie Schulen mit Interventionsmodellen» beteiligen sich und integrieren dieses Projekt in ihre laufenden Aktivitäten.

Wiederkehrende Öffentlichkeitsarbeit für ein breites Zielpublikum

- Durch wiederkehrende Plakatkampagnen mit Wettbewerbscharakter erreicht das Projekt vielfältige Ansprechgruppen und eine breite Medienwirksamkeit.

Das Projekt «FREELANCE» bzw. sein Name soll zum Begriff werden

- Ende 2007 können mehr als 80 % der am Wettbewerb beteiligten Jugendlichen den Projektnamen als «Begriff für Sucht-Unabhängigkeit, Aktivität und gesundes Verhalten» zuordnen.
- Ende 2009 ist der Projektname bei mehr als 50 % der Oberstufenlehrkräfte im Einzugsgebiet als Präventionsprojekt bekannt.

Werbung und Kommunikationsgestaltung

- Die Jugendlichen lernen ansatzweise, wie Werbung gemacht – und Kommunikation gestaltet wird. Dadurch erwerben sie sich eine Grundkompetenz um Werbebotschaften zu dechiffrieren, bewusster wahrzunehmen und zu reflektieren. Ziel ist es, dass sie weniger anfällig auf versteckte Konsumaufforderungen werden und gleichzeitig lernen, zwischen qualitativ hochstehender Kommunikationsgestaltung und Bedürfnismanipulation, vor allem im Bereich Suchtmittelwerbung (Tabak/Alkohol), zu unterscheiden.

Weiterführung und Ausweitung

- Die teilnehmenden Lehrkräfte sollen das «FREELANCE»-Präventionsprogramm wiederholt mit ihren neuen Klassenzügen anwenden wollen.
- Weitere Kantone sollen auf «FREELANCE» aufmerksam werden und das Programm übernehmen wollen. (Ziel: nach spätestens 2 Ausgaben Anwendung in 60% der Schweizer Kantone)

KONKRET

Verhaltensebene: Entwicklung persönlicher Kompetenzen

1. Wissensebene und Einstellung zum Thema Tabak:

- 80 % der Teilnehmenden erhöhen die Wissenskompetenz zum Thema Tabak.
- 80 % der Teilnehmenden erkennen die Kausalität von Tabak als «Vorreiter-Suchtmittel» in Zusammenhang mit Cannabis und Alkohol.
- 80 % der Teilnehmenden erkennen die Bedürfnismanipulation der Tabakwerbung.

2. Neue personale Fähigkeiten

- 20 % der rauchenden Jugendlichen reduzieren den Tabakkonsum oder lassen sich für einen Rauchstopp motivieren.
- Die Mehrheit der Jugendlichen erlernen neue Strategien zu gesundheitsförderndem Verhalten und wenden eine Form über einen bestimmten Zeitraum an.

3. Gestärktes Selbstvertrauen

- 50 % der Jugendlichen können sich dank «FREELANCE» von einem möglichen Gruppendruck zum Tabakkonsum besser abgrenzen.

Verhältnisebene: Präventive und gesundheitsfördernde Strategien auf Organisationsebene

- Die Mehrheit der im Netzwerk «gesundheitsfördernde Schulen» / «Schulteam» / «rauchfreien Schulen mit Interventionsmodellen» beteiligen sich an «FREELANCE» und integrieren dieses Projekt in ihre laufenden Aktivitäten.
- Die Hälfte der regionalen Präventions- und Beratungsstellen beteiligen sich am Projekt und arbeiten mit mindestens 2 Oberstufenschulen pro Stelle zusammen.
- Die VBGF-Ost positioniert sich als Fachgremium für Gesundheitsförderung und Prävention und unterstützt die regionalen Fachstellen in ihren präventiven Aktivitäten.

Entwicklung präventiver und gesundheitsfördernder Angebote: Bekanntheit, Ansprechgruppenerreichung

- Ende 2007 können mehr als 80 % der am Wettbewerb beteiligten Jugendlichen den Begriff «FREELANCE» als Begriff für gesundes Verhalten zuordnen.
- Ende 2009 ist der Begriff «FREELANCE» bei mehr als 50 % der Oberstufenlehrkräfte im Einzugsgebiet bekannt als Präventionsprojekt.
- 70 % der Eltern der teilnehmenden Jugendlichen nehmen an einer Elternveranstaltung im Rahmen von «FREELANCE» teil.
- Durch wiederkehrende Plakatkampagnen mit Wettbewerbscharakter erreicht «FREELANCE» vielfältige Ansprechgruppen und eine breite Medienwirksamkeit.

VORGEHEN ZUR ZIELERREICHUNG

GRUNDSÄTZLICHE VORGEHENSWEISE ZUR GESAMTZIELERREICHUNG

Die VBGF-Ost setzte sich zum Ziel, nebst Wissenstransfer, auch auf der Handlungsebene tätig zu werden und gemeinsam grenzüberschreitende Projekte zu lancieren. Mit «FREELANCE» wird das erste gemeinsame Projekt initiiert. Ein wichtiger struktureller Bestandteil des Projektes zur Sicherung der Nachhaltigkeit ist durch die Schaffung der VBGF-Ost bereits gewährleistet.

Ein weiterer struktureller Vorteil liegt darin begründet, dass die Delegierten der VBGF-Ost über direkte Zugänge zu den politischen Entscheidungsträgern verfügen, als auch mit der Basis, d.h. den regionalen Fachstellen gut vernetzt sind.

SPEZIFISCHE MASSNAHMEN ZUR ZIELERREICHUNG

Verhaltensebene: Entwicklung persönlicher Kompetenzen

Wissensebene: Mit Unterrichtsmaterial, welches sich auf die neuesten Erkenntnisse (themenspezifisch und auch methodisch-didaktischer) Grundlagen, Zahlen und Fakten zu Risiko- und Konsumverhalten der Jugendlichen stützt, erhalten die Lehrpersonen aktuelle Grundlagen zur Gestaltung der Tabakprävention. Dabei werden, nebst der Wissensvermittlung zu Tabak, auch die Zusammenhänge von Suchtverhalten und jugendspezifisch aufbereiteten Konsumaufforderungen seitens der Werbewirtschaft thematisiert.

Instrumente:

- «FREELANCE»-Ordner mit vorbereiteten Unterrichtslektionen
- Abruf-/Vertiefungskurse zu Prävention und Kommunikationsgestaltung (Lehrerfortbildung)

Neue personale Fähigkeiten: Durch die Bearbeitung der Tabakthematik soll eine Verknüpfung mit anderen Rauchfreiprojekten (z.B. Experiment Nichtrauchen) hergestellt werden oder die individuelle Motivation zum Rauchstopp oder einer Reduktion gefördert werden. Die Lehrpersonen erhalten entsprechende methodische Grundlagen im Ordner damit die Gruppendynamik positiv gelenkt werden kann.

Mit dem Anwenden von Entspannungstechniken oder Stressbewältigungsformen über einen bestimmten Zeitraum sollen die erlernten Strategien vertieft werden.

Instrumente:

- Methodische Anleitung zu gruppendynamischen Aspekten in der Prävention
- Motivations- und Entspannungs-/Stressbewältigungsanleitung im Ordner
- Hinweise zu aktuellen Projekten

Gestärktes Selbstvertrauen: «Gruppendruck» als Präventionsthema aufgreifen, bearbeiten und Kontinuität sicherstellen.

Instrumente

- Methodische Anleitung zu gruppendynamischen Aspekten in der Prävention

Verhältnisebene: Präventive und gesundheitsfördernde Strategien auf der Organisationsebene

Die Schulen als auch die im Projekt involvierten Fachstellen werden aktiv unterstützt, die bereits vorhanden, fachlichen Ressourcen zu aktivieren, zu nutzen oder weiter zu vernetzen. «FREELANCE» soll unterstützend und pragmatisch eingesetzt werden. Der Reflex *schon wieder eine zusätzliche Aufgabe* soll bei den Lehrpersonen in eine Haltung *praktisches und aktuelles Unterrichtsmaterial* umgewandelt werden können. Die Fachstellen werden über die direkten Kanäle der VBGF-Ost Präsentationsmaterial, Flyer usw. unterstützt.

Instrumente:

- Präsentationsmaterial (Powerpoint, Folien)
- Website mit ergänzenden und aktualisierten Informationen
- Flyer
- Infomaterial zu weiteren Projekten, Angeboten usw.

Entwicklung präventiver und gesundheitsfördernder Angebote: Bekanntheit, Ansprechgruppenerreichung

Mit dem Netzwerk der VBGF-Ost zu den regionalen Fachstellen und von diesen direkt zu den Schulen kann die Ansprechgruppe *Oberstufenschulen* direkt und persönlich erreicht werden. Mit aktuellen Medien (Flyer, Website, Präsentationen) werden weitere Schulen oder Fachstellen angesprochen, welche noch nicht direkt im Netzwerk beteiligt sind.

Die Umfrageergebnisse zeigen den Praxisbedarf der Lehrpersonen nach aktuellem Unterrichtsmaterial auf und gleichzeitig manifestiert sich das Interesse an der mehrstufigen Vorgehensweise. Dies bestätigen auch die Gespräche, welche Präventionsfachleute im Einzugsgebiet der VBGF-Ost mit verschiedenen Lehrerinnen und Lehrern der Oberstufenschulen geführt haben.

Sicherung der Nachhaltigkeit

Die erarbeiteten Erkenntnisse fließen in einen Ideen- und Plakatwettbewerb. Normalerweise wird eine Werbeagentur oder ein Büro für Kommunikationsgestaltung beauftragt eine Plakatkampagne zu realisieren. Selbst wenn ein Informationsträger raffiniert gestaltet und ihm ein durchdachtes Konzept zu Grunde liegt, bleibt es bei der Einbahnkommunikation: Auf der einen Seite wird aktiv kommuniziert, auf der anderen Seite wird mehr oder weniger passiv die Information wahrgenommen – oder eben nicht. Da die Hauptansprechgruppe Jugendliche sind, sollen sie mit ihren Ideen, ihre Erkenntnisse auch visuell umsetzen. So findet die aktive Auseinandersetzung dort statt, wo sie ihre Wirkung haben soll.

Instrumente:

- vorbereitete Unterrichtslektionen
- Abrufkurs «Wirkung und Auswirkung von Kommunikationsgestaltung und -konsum»

Elterninformationsabende

Die Eltern sollen in die Tabakprävention ihrer Kinder miteinbezogen werden. Die Präventionswirkung wird verstärkt, wenn neben der Schule auch zu Hause über diese Themen gesprochen wird. So bieten die kantonalen Stellen in Zusammenarbeit mit den Schulen parallel zu der Präventionsarbeit mit den Jugendlichen spezielle Elterninformationsabende zur Sensibilisierung und Vertiefung der Themen an.

Instrumente:

- vorbereitete inhaltliche Module für einen Elternabend im Ordner «FREELANCE»
- Musterausschreibung, damit eine möglichst hohe Präsenz der Eltern erreicht werden kann.

Wiederkehrende Öffentlichkeitsarbeit für ein breites Zielpublikum

Der Idee, die Erkenntnisse aus der Präventionsarbeit mit einem Plakatwettbewerb zu vertiefen, lag neben der aktiven Involvierung einer Hauptansprechgruppe (Jugendliche), die Frage zu Grunde. Wie kann der Öffentlichkeit durch die Tabakprävention stärker angesprochen werden? Ein Plakatwettbewerb hat grundsätzlich gute Chancen von den Medien (Presse, Radio, TV) in den verschiedenen Phasen begleitet zu werden.

Tabakprävention in der Schule, Initialveranstaltung, Einreichung der Arbeiten, Zwischenjurierung, Finaljurierung und Prämierung sowie der Start des Plakataushangs bieten immer wieder Anlass, öffentlichkeitswirksam zu berichten und die Aufmerksamkeit über längere Zeit an ein Thema zu binden. Ein solches Medienecho erhält der Start einer normalen Plakatkampagne bei Weitem nicht – wenn überhaupt darüber berichtet wird.

Mit einem Kommunikationskonzept (Anhang Kommunikationskonzept) wird das Projekt design, der Gestaltungstil und die Informationsmittel geplant. Wir beabsichtigen, dass die Jugendlichen bei der Wahl zusätzlicher Informationsmittel partizipativ miteinbezogen werden, damit die Botschaften unter den Jugendlichen die entsprechende Wirkung entfalten.

VERNETZUNG

In den fünf beteiligten Kantonen und dem Fürstentum Liechtenstein weist dieses Projekt eine hohe Priorität auf. Dies belegen auch die bereits dafür gesprochenen Finanzen.

Wir betrachten die Einbettung dieses Projektes in der VBGF-Ost mit dem entsprechenden fachlichen Know How und den bestehenden Beziehungskanälen zu politischen und fachlichen Instanzen als wesentliche Stärke.

Die Synergien in diesem bestehen darin, dass sich diese Form der Tabakprävention ideal in die «gesundheitsfördernden Schulen», «Experiment Nichtrauchen», «rauchfreie Schulen» USW. integrieren lassen. Die Abgrenzung zu ähnlich gelagerten Projekten lässt sich stichwortartig wie folgt beschreiben:

«FREELANCE» spricht rauchende als auch nichtrauchende Jugendliche an. Im Gegensatz z.B. zu «Kodex» im Kanton Thurgau. Dort sind die abstinenzorientierten Jugendlichen als Ansprechgruppe vorgesehen.

«FREELANCE» integriert die Lehrpersonen und unterstützt sie bei Bedarf mit fachlichen Inhalten. Explizit werden die Eltern angesprochen und miteinbezogen.

Der Kommunikation der Erkenntnisse werden einen wichtigen Stellenwert eingeräumt. Mittels Ideenwettbewerb und Umsetzung in eine Plakatkampagne geht «FREELANCE» weiter als herkömmliche didaktische Mittel wie z.B. «Gesundheitsförderung in der Schule». Gleichzeitig beinhaltet «FREELANCE» mehr als ein reiner Plakatwettbewerb, wie z.B. «Sicherheit für alle - Deine Ideen aufs Plakat» (TCS und Renault).

Das Vorgehen in den drei Schritten

- Sensibilisierung und Erarbeitung im Präventionsunterricht
 - Visualisierung der Themen zur Vertiefung
 - Kommunikation der Erkenntnisse zur Unterstützung der Nachhaltigkeit
- zusammen mit der Integration von Lehrkräften, den Jugendlichen selbst, ihren Eltern und den Fachstellen ermöglicht «FREELANCE» umfassend und nachhaltig präventiv zu wirken.