



## ***Evaluation der Kampagne LAOLA - PRÄVENTION IM SPORTCLUB***

### ***ZUSAMMENFASSUNG<sup>1</sup>***

Prof. Katia Horber-Papazian

Nancy Favre, wissenschaftliche Mitarbeiterin

Erstellt unter Mithilfe von Riccarda Schaller, wissenschaftliche Mitarbeiterin

Juni 2003

#### **Zusammenfassung:**

Die Evaluation der nationale Kampagne *LaOla* erfolgte in zwei deutlich unterschiedlichen Phasen: sie behandelte zuerst die eigentliche Umsetzung der Kampagne, um in einem zweiten Teil aufgrund der gemachten Erfahrungen die Erfolgsfaktoren für Präventionsprojekte im Sport herauszuarbeiten. Die Empfehlungen sollen es den Projektträgern ermöglichen, ihren Ansatz mit Blick auf die Fortsetzung der Kampagne entsprechend auszurichten.

#### **Stichworte:**

Evaluation, Prävention, Zusammenarbeit Gesundheit - Sport, Sportverbände, Sportklubs, Sportleiter und Sportleiterinnen

Institut de hautes études en administration publique (IDHEAP)

Rte de la Maladière 21

CH-1022 Chavannes-près-Renens

Tel. : 021 694 07 30 / 021 694 07 32

Fax : 021 694 06 09

*E-mail* : [katia.horber-papazian@idheap.unil.ch](mailto:katia.horber-papazian@idheap.unil.ch) / [nancy.favre@idheap.unil.ch](mailto:nancy.favre@idheap.unil.ch)

---

<sup>1</sup> Im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit. Vertrag Nr. 00.001442 vom 1. Februar 2001 bis 31. Oktober 2003.

# 1. EINLEITUNG

## 1.1 Kontext

*LaOla* ist eine nationale Kampagne, die gemeinsam von drei Hauptpartnern durchgeführt wurde: dem Bundesamt für Gesundheit (BAG), dem Bundesamt für Sport (BASPO) und Swiss Olympic (ehemaliger Schweizer Olympischer Verband). Die Kampagne erstreckte sich über den Zeitraum von Juli 2000 bis Dezember 2003. Ziel ist es, gegen die Suchtabhängigkeit von Jugendlichen zu kämpfen, indem die damit verbundenen Gefahren und andere Suchtrisiken thematisiert werden. Die Kampagne will „*das Präventionspotential des Sports für eine gesunde Jugend auf effiziente Weise nutzen*“.

Die Kampagne geht von zwei Grundannahmen aus:

- Der Sportklub ist ein idealer Ort für Gesundheitsförderung und Suchtprävention, da die Jugendlichen hier außerhalb ihres schulischen Rahmens angesprochen werden können. Er bietet außerdem ein ideales Umfeld, um zu lernen und Erfahrungen zu sammeln;
- Jugendsportleiter/innen sind sehr gut dafür geeignet, um Suchtrisiken zu thematisieren und einen gesunden Lebensstil zu fördern. Sie sind wichtige Vorbilder für die betreuten Kinder und Jugendlichen und daher geeignete Träger für die Suchtprävention bei den jungen Sportklubmitgliedern.

Unterstützt von den drei Hauptpartnern wurde das Projekt *LaOla* dementsprechend auf zwei Pfeilern aufgebaut: die Schulung der Jugendsportleiter/innen und die von den Verbänden und Klubs entwickelten Projekte. Sie impliziert eine Zusammenarbeit zwischen dem Gesundheits- und dem Sportbereich. In diesem Kontext kommt jedem der Partner eine spezifische Aufgabe zu: **Swiss Olympic** soll die Verantwortlichen der Verbände und Sportklubs unterstützen und ermutigen, Präventionsprojekte durchzuführen; das **Bundesamt für Sport** kann den Jugendsportleiter/innen eine angemessene Weiterbildung anbieten, die sie befähigt zu MultiplikatorInnen<sup>2</sup> von Präventions- und Gesundheitsförderungsbotschaften zu werden; dem **Bundesamt für Gesundheit** obliegt schließlich die Aufgabe, die Kampagne zu leiten, zu verwalten und zu koordinieren. Seit Dezember 2002 hat sich diese Aufteilung der Kompetenzen geändert. Das Parlament hat das Präventionsbudget des BAG um zwei Millionen Schweizer Franken gekürzt und diese Summe dem Sport direkt zukommen lassen. Die unmittelbare Konsequenz dieser Entscheidung ist, dass die Leitung der Kampagne *LaOla* seit Januar 2003 dem BASPO zufällt. Eine Vereinbarung zwischen dem BASPO und Swiss Olympic regelt die neue Zusammenarbeit für die Fortsetzung von *LaOla* bis Ende 2003.

---

<sup>2</sup> Als MultiplikatorIn gilt eine Person, die eine Botschaft erhält und sie weitergibt.

Dennoch gehört die Kampagne *LaOla* zu den Programmen für Suchtprävention und Gesundheitsförderung des BAG. Diese Programme sind in den verschiedenen soziokulturellen Umfeldern (*Settings*) angesiedelt, in denen die Jugendlichen leben: Schule, Jugendverein, Sport, usw. Im Fall von *LaOla* ist es der Sportklub, der als ein Lebensraum der Jugendlichen angesehen wird. Der Fokus der Kampagne liegt demnach auf dieser Ebene. Diese Strategie impliziert eine starke Zusammenarbeit zwischen dem Gesundheits- und dem Sportbereich, insbesondere der Sportverbände. Um ihr Ziel zu erreichen, haben die Verantwortlichen von *LaOla* zuerst mit fünf Sportverbänden ein Partnerschaftsabkommen abgeschlossen, nämlich mit dem Turn-, dem Basketball-, dem Ski-, dem Snowboard- und dem Fußballverband. Im Verlauf der Kampagne wurde ein weiteres Abkommen mit dem Handballverband unterzeichnet. Außerdem wird mit der Sport Union zusammengearbeitet, einem Verband, der an der Durchführung von Suchtpräventionsprojekten interessiert ist.

## 1.2 Gegenstand der Untersuchung

Das Kompetenzzentrum für Evaluation des BAG (CCE) hat das IDHEAP mit der externen Evaluation dieser Kampagne beauftragt. Diese Evaluation fand parallel zur Kampagne statt und dauerte von Februar 2001 bis Oktober 2003. Der vorliegende Bericht ist eine Zusammenfassung dieser begleitenden Evaluation. In diesem Zusammenhang hatte das Team des IDHEAP ein Evaluationsdesign entwickelt, das zwei zentrale Fragen aufwarf:

- „*Inwiefern sind die JugendsportleiterInnen die geeigneten Träger für die primäre und sekundäre Suchtprävention bei Jugendlichen?*“ und
- „*Ist die angewandte Strategie geeignet und erfüllt sie die erwünschten Ziele?*“

Die Evaluation sollte beide Pfeiler der Kampagne umfassen: die Ausbildung der Jugendsportleiter/innen und die von Sportverbänden und -klubs entwickelten Projekte. Die Evaluation hat die Kampagne von Anfang an begleitet und ihre Tätigkeiten haben sich dem Verlauf der Kampagne und dem Informationsbedarf ihrer Leiter angepasst. Die ersten Vor-Ort-Erhebungen des Evaluationsteams zeigten, dass es auf der Ebene der Sportverbände keine Vorstellung davon gab, wie vorzugehen sein könnte, und dass die Klubs noch keine Projekte entwickelt hatten. Außerdem waren, insbesondere aufgrund der Umstrukturierung von „Jugend und Sport“, kaum Schulungsangebote entwickelt worden. In Anbetracht der nur wenigen ausgebildeten Jugendsportleiter/innen, des anfänglichen Nichtvorhandenseins und dann der geringen Menge eingerichteter Projekte, war es unmöglich, die Interventionshypothesen von *LaOla* zu evaluieren und Antworten auf die zentralen Fragen der Evaluation zu erhalten. In diesem Kontext wurde das Thema der Evaluation anders ausgerichtet und in zwei klar abgegrenzte Bereiche aufgeteilt.

## 1. TEIL DER UNTERSUCHUNG: EVALUATION DER UMSETZUNG VON LAOLA (2001 - MITTE -2002)

Es wurde beschlossen, einen Schwerpunkt der Evaluation auf die Umsetzung der Kampagne zu legen, um Informationen zu erhalten, die es im Rahmen dieser innovativen Kampagne gestatten:

- die Effizienz laufender Projekte zu verbessern;
- eine Analyse der Vorteile und Grenzen des gewählten Interventionsmodells vorzustellen;
- die Faktoren, die den Einsatz dieser Kampagne fördern oder blockieren könnten, aufzuzeigen;
- und Empfehlungen zur Fortsetzung des Projektes auszusprechen.

Dabei lagen besondere Schwerpunkte:

- beim Fortschritt der Kampagne;
- bei der Analyse des Steuerungssystems;
- beim Sinn und den Zielen der Kampagne;
- bei der Wahrnehmung, die jeder der beteiligten Partner von seiner eigenen Rolle und jener der anderen hat;
- bei der Koordination der Projekte;
- und bei der Art und Weise der Projektdefinition.

## 2. TEIL DER UNTERSUCHUNG: AUFZEIGEN DER ERFAHRUNGEN (MITTE 2002 – MITTE 2003)

Um die für den Start einer zukünftigen Kampagne notwendigen Anpassungen durchzuführen, haben die Verantwortlichen von *LaOla* das Evaluationsteam gebeten, jene Projekte zu benennen, welche gut zu funktionieren schienen und als „vorbildlich“ (*best practice model*) erachtet werden könnten. Dieser Ansatz sollte es ermöglichen, bewährte Vorgehensweisen aufzuzeigen. Dieser zweite Schritt der Untersuchung erforderte eine Herausarbeitung der Erfahrungen, die sich in der Schweiz und im Ausland bewährt hatten, und eine Analyse ihrer Funktionsweisen. Der Leitgedanke des *best practice model*, der dieser Untersuchung zugrunde liegt, machte es erforderlich, dass die Evaluationsfragen zugunsten einer beschreibenden Studie unberücksichtigt blieben.

## **2. METHODIK**

Das Evaluationsteam besteht aus einer spezialisierten Sportsoziologin und aus zwei Politologinnen, die jeweils auf dem Gebiet der öffentlichen Verwaltung bzw. der Evaluation der öffentlichen Politik spezialisiert sind. Alle Daten der Untersuchung wurden auf der Grundlage qualitativer Methoden erhoben und verarbeitet: halbstandardisierte Interviews, Dokumentenanalyse, telefonische Befragungen, Fallstudien und teilnehmende Beobachtung. Während des gesamten Evaluationsprozesses wurden die Koordinationssitzungen zwischen

den drei Hauptpartnern und die Arbeitssitzungen zwischen Swiss Olympic und den Sportverbänden systematisch verfolgt, und der Inhalt ihrer Gespräche analysiert. Die hierdurch erhaltenen qualitativen Informationen wurden anhand schriftlicher Quellen validiert.

### **3. ERGEBNISSE IN FORM VON FESTSTELLUNGEN**

#### 1. TEIL DER UNTERSUCHUNG: EVALUATION DER UMSETZUNG VON *LaOLA* (2001 - MITTE 2002)

Dank der verschiedenen Analysen konnten in Bezug auf die Struktur und die Strategie der Umsetzung folgende Feststellungen gemacht werden:

- Das Erreichen der Ziele und ihre Eignung in Bezug auf die Bedürfnisse:
  - Sämtliche befragten Partner sind sich über den Reichtum und die Vielfältigkeit der Kampagne einig, welche die Zusammenarbeit zwischen dem Gesundheits- und dem Sportbereich ermöglichen.
  - Jeder Sportverband ist durch Verträge an Swiss Olympic gebunden. Trotz ihrer Unterschiede in Bezug auf Größe, Struktur oder Art der zu lösenden Probleme verpflichten sich die Verbände, sehr ähnliche Ziele zu erreichen. Bei ihren Aktionen haben die Sportverbände diese Ziele ihren eigenen spezifischen Bedürfnissen angepasst.
  - Die sehr allgemein gehaltenen Ziele von Swiss Olympic und dem BASPO sind größtenteils erreicht worden. Das ist nicht der Fall bei den Zielsetzungen der Sportverbände. Unter den fünf unter Vertrag stehenden Sportverbänden hat im ersten Jahr lediglich ein Klub, aus dem Gymnastikverband, eine Aktion durchgeführt. Im zweiten Jahr waren es einige wenige Vereine mehr.
  
- Wahrnehmung des Sinnes der Kampagne und der Kohärenz der Aktionen:
  - Die Notwendigkeit, Jugendliche für die Suchtproblematik zu sensibilisieren, ist unbestritten. Je nach Partner unterscheiden sich die Rolle und der Stellenwert, die *LaOla* für die Zielerreichung beigemessen werden. Die Beteiligten aus dem Sportbereich neigen dazu, die Kampagne für eine positive Darstellung des Sports zu nutzen, während die Partner aus dem Gesundheitsbereich den Sport aufgrund seines positiven Images als Träger der Botschaft benutzen.
  - Der Sportbereich besteht aus öffentlichen und privaten Akteuren. Daraus ergeben sich unterschiedliche Einschätzungen, insbesondere im Umgang mit Sponsoren. Im Großen und Ganzen gibt es zum Sponsoring keine gemeinschaftliche Politik zwischen diesen Partnern, was sich in der Kampagne auch bemerkbar machen könnte.
  
- Zustimmung zur Interventionshypothese:
  - Die befragten Partner sind mit der Interventionshypothese von *LaOla* einverstanden, die davon ausgeht, dass die Jugendsportleiter/innen geeignete Träger für die Suchtprävention bei den jungen Sportklubmitgliedern sind. Diese Hypothese entspricht

jedoch eher jenen Sportverbänden, in denen die Jugendsportleiter/innen eine Schlüsselrolle spielen. Da die Jugendsportleiter/innen ehrenamtlich arbeiten und in erster Linie an den sportlichen Leistungen interessiert sind, haben sie oftmals nicht die Zeit, sich um Suchtprävention zu kümmern, umso mehr, als dass man sie auffordert, sich hierfür fortzubilden.

- Umsetzung der Kampagne: Schulung und Projekte
  - Die Umstrukturierung von „Jugend + Sport“ hat den reibungslosen Ablauf des Ausbildungsteils der Kampagne behindert. Dieser wandelte sich zu einer Sensibilisierungsaktion. Während einer einwöchigen Schulung wurden nach Gutdünken des Kursleiters in einigen Disziplinen eine Einführung über *LaOla* angeboten, Faltblätter über Alkohol, Tabak, Haschisch und Ecstasy verteilt und Verhaltensregeln beim Alkohol- und Tabakkonsum erstellt.
  - Gegenwärtig gibt es keine Datenbank, die Zugang zu ausgebildeten Personen ermöglicht. Daher kann die Interventionshypothese nicht verifiziert werden.
  - Die Größe der Sportverbände, die verfügbaren finanziellen und personellen Mittel und die Motivation der Partner wirken sich positiv auf die Qualität der Projekte aus. Die größten Sportverbände<sup>3</sup> führen auch die qualitativ hochwertigeren Projekte durch.
  - Die Eigenschaften der Präventionsprojekte, die von Sportverbänden oder Klubs im Sinne von *LaOla* durchzuführen seien, sind im Vorfeld von den Hauptpartnern nicht festgelegt worden. Die im ersten Jahr eingerichteten Projekte sind qualitativ unterschiedlich und erstrecken sich meist nur über eine einzige Veranstaltung. Aufgrund der Aktionen (Verteilung von T-Shirts, Ausschank alkoholfreier Getränke) wurde jedoch deutlich, dass es sich bei *LaOla* nicht um eine rein mediale Präventionskampagne handelt. Die Mehrzahl dieser Aktionen sind Bestandteil anderer Veranstaltungen.
  
- Aufgabenverteilung: Koordination und Information
  - Das Programm hat eine vertikale Struktur, die jener des Sports in der Schweiz entspricht. Diese vertikale Struktur beginnt beim BASPO und bei Swiss Olympic und führt über Sportverbände und -klubs bis zu den Jugendlichen. Diese sich auf zahlreiche Zwischenstufen stützende Struktur führt zu einem Informationsverlust sowie zu Koordinationsproblemen. Die Evaluation konnte kein gemeinsam festgelegtes Projekt oder eine gemeinsame Handlungsstrategie feststellen. Daraus ergibt sich die Frage nach der Koordination und Kohärenz der verschiedenen Akteure und Aktionen. Die vertikale Struktur hat ebenfalls eine begrenzte Kenntnis der Rolle der jeweils anderen Partner

---

<sup>3</sup> Die Verbandsgröße wird von den Partnern entsprechend der Anzahl ihrer Mitglieder festgelegt. Betrachtet man absolute Summen, ohne sie in Bezug zur Anzahl der Mitglieder zu setzen - da ein Projekt nicht unbedingt alle Mitglieder betreffen muss - haben die größten Sportverbände mehr Geldmittel erhalten.

und Beteiligten zur Folge. Nach dem ersten Jahr gab es wenig Querverbindungen und kaum Zusammenarbeit mit parallel laufenden Präventionsprojekten.

- Innerhalb der gegebenen Struktur verläuft der Informationsfluss von oben nach unten, ohne dass es jedoch viel Rücklauf von unten nach oben gäbe. Oben weiß man nicht immer, ob ein Sportklub eine Aktion durchgeführt hat oder nicht.
- *LaOla* ist ein wenig sichtbares und wenig medienwirksam dargestelltes Präventionsprogramm. Es ist der Öffentlichkeit und dem ständig wechselnden Publikum der Sportklubs kaum bekannt. Die Personen, die sich von der Kampagne angesprochen fühlen, sind oftmals jene, die bereits für das Thema der Suchtprävention sensibilisiert sind.

- Finanzierung:

- Obgleich das ausgewählte Finanzierungssystem alle Partner zufrieden stellt, bedauern die Verantwortlichen der Sportverbände, wie bescheiden der Betrag ausfällt, der ihnen jedes Jahr zur Verfügung gestellt wird. Dieser Betrag ermögliche es ihnen nicht, die gewünschten Projekte zu entwickeln.

- Wirkungskontrolle und Fortsetzung der Kampagne:

- Die Verantwortlichen in den Sportverbänden und die anderen Partner haben wenig Kenntnis über die Wirkung der Projekte. Die Aktionen werden trotzdem wiederholt.
- Die Kampagne hat das Interesse und die Motivation zahlreicher Akteure geweckt, die sich alle darüber einig sind, dass eine Zeitspanne von drei Jahren viel zu kurz ist, um die gewünschten Ziele zu erreichen.
- Im Zuge der Kampagne gab es mehrere Veröffentlichungen: „Das 3 x 3 der (Sucht-) Prävention“ und „MehrWerte im Sport“. Sie werden in Zukunft nützlich sein.

## 2. TEIL DER UNTERSUCHUNG: VERDEUTLICHUNG DER ERFAHRUNGEN (MITTE 2002 – MITTE 2003)

Die Verdeutlichung der bewährten Massnahmen (best practices) führt zu folgenden Feststellungen:

- Zusammenarbeit der Bereiche Gesundheit und Sport:

- Die Projekte auf Sportklub- oder Gemeindeebene, die von den Partnern der *LaOla* Kampagne als die besten betrachtet wurden, sind meist von Akteuren aus dem Gesundheitsbereich initiiert und durchgeführt worden. Diese Akteure haben die finanzielle Unterstützung der Kampagne beantragt.
- Nur die Projekte, die mit dem eindeutigen Ziel einer Suchtprävention durchgeführt wurden, hatten eine Wirkung und erreichten das Zielpublikum. Deshalb ist eine Zusammenarbeit mit den Akteuren aus dem Gesundheitsbereich, die bei der Durchführung von Projekten ihre Kompetenzen einbringen können, von grosser Bedeutung.

- Erkennen des Problems:
  - In Sportklubs und –verbänden treten Suchtprobleme auf. Diese werden von den dort arbeitenden Personen jedoch nicht immer als solche erkannt.  
Jedem Akteur im Sportbereich muss die Möglichkeit offen stehen, ein Präventionsprojekt durchzuführen. Besagte Akteure sind Freiwillige, die die Notwendigkeit der Prävention erkennen. Eine finanzielle, menschliche und materielle Unterstützung ist nützlich für die Träger der Projekte.
  
- Evaluation der Projekte:
  - Die verschiedenen Projektarten (eindeutig in Verbindung mit Prävention durchgeführt oder unspezifischer), haben unterschiedliche Wirkungen. Durch unspezifische Projekte kann oftmals eine grosse Breitenwirkung erreicht werden. Mit dieser Zielsetzung müssen sie als Kommunikationsmaßnahmen beibehalten werden.
  - Besondere Aufmerksamkeit gilt dem Zielpublikum der Projekte sowie den Mitteln, die eingesetzt werden, um dieses Zielpublikum zu erreichen. Halbstandardisierte Interviews mit Jugendlichen anlässlich mehrerer Sportveranstaltungen zeigten, dass die meisten befragten Sportler während ihrer sportlichen Aktivität keinen Alkohol konsumieren. Daraus ergibt sich, dass Aktionen wie alkoholfreie Bars, die direkt an Sportveranstaltungen organisiert werden, nur wenig Wirkung zeigen, zumindest vor und während der Veranstaltung.
  - Um die Qualität der Projekte der Suchtprävention zu gewährleisten müssen gewisse Voraussetzungen (nachfolgenden unter Punkt 5 „Empfehlungen“ beschrieben) erfüllt sein, bevor ein Projekt starten kann und finanzielle Mittel erhält. Diese Kriterien können bei allen Präventionsprojekten angewendet werden, gleichgültig wer sie fördert.
  - Um zu verhindern, dass Projekte nur aus finanziellen Gründen gestartet werden, müssen die Kosten zwischen der Kampagne und den Trägern der Projekte geteilt werden.
  
- Rolle der Sportverbände:
  - Die unterschiedlichen Strukturen der Sportverbände beeinflussen die Ergebnisse der Kampagne. Die Begleitung und Beratung durch Personen aus dem Gesundheitsbereich vereinfacht die Durchführung von Projekten, die spezifisch in Verbindung mit der Prävention stehen. Durch eine dezentralisierte Struktur mit vermittelnden Personen können die positiven Auswirkungen einer ebenfalls dezentralisierten Kampagne verstärkt werden.
  - Die Sportverbände sind ein ideales Medium, um ein hohe Breitenwirkung zu erreichen und Kommunikationsaktionen durchzuführen. Wie alle Akteure aus dem Sportbereich sind auch die Sportverbände zur Durchführung von Präventionsprojekten angehalten. Sie müssen denselben Bedingungen unterliegen.



- Struktur der Kampagne:
  - Das Setting (das soziokulturelle Umfeld) „Sport“ wird im Ausland von zahlreichen Präventionsprogrammen genutzt. Diese Programme werden von Akteuren aus dem Sportbereich durchgeführt.
  - Bei einer Kampagne ermöglicht eine dezentralisierte Organisation den Aufbau eines Netzwerkes und die Gründung von Projekten in der ganzen Schweiz. Mit der Zielsetzung, die sportlichen Institutionen zur Entwicklung von Projekten anzuregen, ist eine derartige Struktur geboten, die auf vermittelnden Personen beruht. Eine dezentralisierte Organisation ermöglicht es ebenfalls, laufend Informationen über die spezifischen regionalen Bedürfnisse zu erhalten. Die „Nutzung“ bereits vorhandener Einrichtungen kann die Arbeit vereinfachen und eine bessere Kommunikation und Koordination ermöglichen. Die J+S Amtsstellen oder die kantonalen Sportämter können diese Rolle einnehmen.
  - Unabdingbar sind Information und Schulung im Bereich Prävention und Projektmanagement. Die bereits im BASPO aufgestellten neuen Module müssen genutzt werden, und die Sportleiter/innen, die ein Projekt aufbauen möchten, müssen zu diesen Kursen gelenkt werden, um Doppelspurigkeiten zu vermeiden.
  - Das bereits vom Projekt sport.rauchfrei aufgebaute Netzwerk, dem es gelungen ist, 1'200 Klubs und 57 Sportverbände zur Unterzeichnung einer Charta zu bewegen, ist eine gute Grundlage (in der Charta wird der Konsum von Tabak bei der Ausübung eines Sportes verbannt). Diese Akteure, die bereits für Prävention sensibilisiert sind, müssen nun die Zielgruppe speziell zugeschnittener Kommunikationsmassnahmen werden.

#### **4. SCHLUSSFOLGERUNGEN**

##### LEHREN AUS DER PERSPEKTIVE DER EVALUATION

Die Evaluation begann parallel zur Umsetzung des Programms, welches im Laufe der vergangenen drei Jahre aufgebaut, umgebaut und weiterentwickelt wurde. Durch die Gleichzeitigkeit der Evaluation mit dem Auf- und Umbau eines Programms, das sich in Umsetzung befand, stellte sich die Frage nach der klaren Definition des Evaluationsgegenstandes und nach dem Abstand zum Evaluationsgegenstand, den eine Evaluation benötigt (z.B. zeitlich). Die enge Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern und Auftragnehmern erlaubte eine Anpassung des Vorgehens. Dadurch kann heute die Hypothese aufgestellt werden, dass die Verantwortlichen von *LaOla* dank der gelieferten Informationen und Analysen:

- eine Bilanz ihrer Aktionen erstellen;
- ihre Stärken noch weiter untermauern;

- und ihren Ansatz in den Bereichen, in denen dies notwendig erscheint, anpassen können.

Die im Bericht dargestellten Analysen und Empfehlungen wurden mit den Hauptpartnern besprochen. Die Aufgabe der Evaluatoren bestand darin, Fragen zu stellen, der Wirklichkeit nachzuspüren und diese zu analysieren, sowie Empfehlungen zu formulieren. Dort, wo die Verantwortung der Evaluatoren endet, beginnt jene der Entscheidungsträger.

#### LEHREN DER EVALUATION FÜR DEN BEREICH DER ÖFFENTLICHEN GESUNDHEIT

Um eine Sensibilisierung für die Ziele der öffentlichen Gesundheit zu erreichen, müssen die Akteure und Träger dieser Politik sich auf Akteure aus anderen Bereichen des öffentlichen, halböffentlichen und privaten Bereiches stützen. Das Beispiel der Kampagne *LaOla* verdeutlicht die Wichtigkeit einer an verschiedenen *Settings* angepassten Interventionsstrategie ebenso wie die notwendige Öffnung gegenüber verschiedenen Partnerschaften, darunter die Partnerschaft zwischen dem öffentlichen und dem privaten Bereich. Für den Gesundheitsbereich ist es wichtig nicht instrumentalisiert zu werden. Die Gesundheitspolitik unterliegt starken Machtspielen und weist beachtliche Koordinationsmängel auf. Ein sprechendes Beispiel hierfür ist die Tatsache, dass alle entstandenen parallelen Programme (*sport.rauchfrei* und *cool and clean*) die Suchtbekämpfung zum Ziel haben und damit junge Sportler/innen ansprechen wollen. Evaluationen dienen dazu, diese Funktionsfehler zu offenbaren, so dass eine zentrale Politik verstärkt und entsprechend ausgerichtet werden kann.

### **5. EMPFEHLUNGEN**

#### EMPFEHLUNGEN FÜR DIE LEITUNG DER KAMPAGNE

1. Verstärkung der Identität von *LaOla*: in Zusammenarbeit mit den wichtigsten Partnern die Ziele, den Rahmen und die Grenzen des Projektes klar definieren
2. Verstärkung der gemeinsamen nationalen Leitung (3 Hauptpartner) auf der Grundlage einer Partnerschaft zwischen dem öffentlichen und dem privaten Bereich
3. Die vertikale und horizontale Koordination innerhalb des Programms sicherstellen, inklusive der Parallelprogramme und der auf Kantonsebene bereits vorhandenen Maßnahmen
4. Verstärkung der Steuerung des Programms
5. Aufbau einer dezentralisierten Struktur, die sich auf regionale, vermittelnde Stellen stützt.

### EMPFEHLUNGEN FÜR DIE UMSETZUNG DER KAMPAGNE

1. Es jedem Akteur aus dem Sportbereich ermöglichen, ein Präventionsprojekt durchzuführen
2. Die Selektionskriterien für ein Projekt festlegen, die dann auch als Maßstab bei dessen Evaluation dienen
3. Eine klare und aktive Informations-, Kommunikations- und Netzwerkpolitik umsetzen, um die Akteure aus dem Sportbereich anzusprechen und zu motivieren
4. Schulungsmaßnahmen zum Thema Prävention im BASPO zentralisieren und diese Maßnahmen noch verstärken
5. Den Projektträgern personelle, materielle und finanzielle Unterstützung bieten. Zur Verstärkung seiner Eigenverantwortung sollte jeder Projektträger einen Teil der Kosten selber tragen.

### EMPFEHLUNGEN AN DIE PROJEKTTRÄGER: ERFOLGSFAKTOREN EINES PROJEKTS

1. Erkennen, dass Präventionsbedürfnisse Teil des Anliegens von Akteuren aus dem Sportbereich sind
2. Sich der Anwesenheit eines Akteurs aus dem Sportbereich vergewissern
3. Sich der Zustimmung der Leiter der Sportverbände oder Klubs zum Projekt vergewissern (Vorsitzender)
4. Die Situation analysieren und die Bedürfnisse klar definieren: das Projekt der Situation anpassen
5. Ein oder mehrere Präventionsziele definieren, je nach Tragweite der aufgezeigten Probleme
6. Die Zielgruppen klar bestimmen
7. Eine enge Zusammenarbeit zwischen dem Sport- und dem Gesundheitsbereich vorsehen
8. Ein Aktionsprogramm festlegen, um die Zielgruppe zu erreichen
9. Festlegung einer auf die Zielgruppe zugeschnittenen Botschaft und einer Informationsstrategie
10. Ein Programm vorsehen, das sich über mindestens eine Saison erstreckt
11. Die Struktur der Projekte sehr klar festlegen, dabei eine Bezugsperson bestimmen, die in der Lage ist, das Projekt zu leiten und zu koordinieren
12. Personelle und finanzielle Mittel zur Verfügung stellen
13. Sich vergewissern, dass die Ziele erreicht sind und auf der Grundlage einer Selbstevaluation sicherstellen, dass die Aktionen dem Niveau der Projekte angepasst sind.

### EMPFEHLUNGEN AN DIE SPORTVERBÄNDE: STRUKTURELLE ERFOLGSFAKTOREN

1. Sich der Zusammenarbeit zwischen Gesundheits- und Sportbereich vergewissern
2. Eine dezentralisierte Struktur aufbauen, die sich auf vermittelnde Personen stützt
3. Kommunikationsaktionen definieren, die eine breite Ausstrahlung haben und den Klubs einen Anreiz bieten, Projekte durchzuführen.