

# Evaluierung der Tabakpräventionsinitiative

## Teil 1: Hauptergebnisse, Bilanz und Empfehlungen

Juli 2019

**I.S.O.**

Institut für Systemische Organisationsforschung

Mag. Dr. Georg Zepke

Dr. Monika Finsterwald (MSc)

Lorena Hoormann, B.Sc.

## Inhaltsverzeichnis

### Inhalt

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG .....</b>	<b>3</b>
	<b>1.1 DIE TPI .....</b>	<b>3</b>
	<b>1.2 DIE EVALUIERUNG .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>ZIEL-/WIRKMODELLE DER TPI .....</b>	<b>12</b>
<b>3</b>	<b>HAUPTERGEBNISSE .....</b>	<b>16</b>
<b>4</b>	<b>ZUSAMMENFASSENDE BILANZ UND HINWEISE FÜR DAS WEITERE VORGEHEN .....</b>	<b>23</b>

## 1 **Einleitung**

Im Rahmen der Tabakpräventionsinitiative (TPI) wurde ein breites Bündel an Maßnahmen durchgeführt, die darauf abzielten, den Einstieg in die Nikotinabhängigkeit bei Kindern und Jugendlichen zwischen 10 und 14 Jahren zu verhindern bzw. den Ausstieg zu unterstützen. Dabei wurde beim diesjährigen Durchgang der TPI (TPI 2018/2019) wie bereits bei den vorherigen Durchläufen nicht primär auf klassische Informationskampagnenkonzepte gesetzt: Es wurde mit dem Einsatz neuer Medien und über mehrere parallele, breitenwirksame, überwiegend niedrigschwellige Interventionsimpulse versucht, Kinder und Jugendliche, aber Eltern und Lehrer\_innen mit der Thematik aktiv zu befassen und positive Gegenkonzepte zu dem oft mit dem Tabakkonsum verbundenen Freiheitsgefühl anzubieten.

### 1.1 **Die TPI**

Die TPI wurde **2015 ins Leben gerufen**. Die **Grundstruktur (Maßnahmenbündel) und die Ziele** des Projekts sind über die vier Durchgänge (2015, 2016, 2017/18, 2018/19) hinweg **stabil geblieben**. Durch die TPI soll folgendes erreicht werden:

- Ein aktiver Beitrag zu den Rahmengesundheitszielen 6 („Gesundes Aufwachsen für alle Kinder und Jugendliche bestmöglich gestalten und unterstützen“) und 9 („Psychosoziale Gesundheit bei allen Bevölkerungsgruppen fördern“) soll geleistet werden.
- Beitrag zur Reduktion des Einstiegs in die Nikotinabhängigkeit bei Kindern und Jugendlichen.
- Der Ausstieg von Jugendlichen aus der Nikotinabhängigkeit soll unterstützt werden.
- Als primäre Zielgruppe sollen Kinder/Jugendliche im Alter von 10 bis 14 Jahren aktiv angesprochen werden, indem sie im Rahmen der Möglichkeiten auch wieder in die Entwicklung von konkreten Aktivitäten partizipativ einbezogen werden.
- Eine positive Vorbildwirkung von Großeltern und Eltern soll unterstützt werden.
- Sensibilisierung für und Bewusstmachung des Themas mittels zielgruppengerechten Medienkonzepts (Neue Medien).
- Ziel ist es ebenfalls, dass sich Kinder und Jugendliche spielerisch intensiv mit den Themen „Nichtrauchen“ und „Nikotinabhängigkeit“ auseinandersetzen, um so eine möglichst hohe aktive Zielgruppenbeteiligung zu erreichen.
- Weitere Aufbereitung der Thematik für weiterführende Projektvorhaben durch das Feld der Gesundheitsförderung und - im Sinne von HIAP - mit und durch Partnerinstitutionen anderer Politik- und Gesellschaftsbereiche.

Da sich das Vorgehen bei den drei vorangegangenen Durchgängen 2015, 2016 und 2017/2018 gut bewährt hat, wurden **bei der TPI 2018/19** die **wesentlichen Bausteine** von den vergangenen Jahren **beibehalten**:

- Primäre Zielgruppe der 10- bis 14-Jährigen
- Einbeziehung von sekundären Zielgruppen, insbesondere der Lehrer\_innen und Eltern
- Zielgruppengerechter Einsatz von neuen Medien („Leb dein Leben. Ohne Rauch. YOLO.“) und lifestyleorientierten sozialen Formaten
- Im Rahmen von „Leb dein Leben ohne Rauch. YOLO!“: Durchführung eines Klassenwettbewerbs im Verlauf eines Schuljahres und unter Einsatz der Quizz-App
- Enge Kooperation mit der relevanten Expert\_innen-Community in Österreich im Zuge der durch die regionalen Partner\_innen aus der ARGE Suchtvorbeugung

durchgeführten Kooperationen (Lebenskompetenzprogramm PLUS, Elternkurzinterventionen)

- Wie bereits im Durchlauf 2017/2018 gab es auch in diesem Durchlauf das TPI-Koordinationsbüro im FGÖ

Konkrete **Unterschiede im Vorgehen** im Vergleich zu den Vorjahren fanden sich 2018/19 an unterschiedlichen Punkten:

- Im Rahmen von „Leb dein Leben ohne Rauch. YOLO!“:
  - Bei den **Schall-ohne-Rauch Events** wurden Stationen zum inhaltlichen Wissen bzgl. Nichtrauchen aufgebaut, an denen die Kinder das Gelernte erneut anwenden konnten und die Chance auf einen Zusatzpreis erlangten.
  - Eine zweite Agentur (*Young Enterprises Media GmbH*) wurde engagiert, um inhaltliche Interventionen im Rahmen einer ganzen Unterrichtseinheit in Klassen abzuhalten (=Klassenvorträge). Diese Klassenvorträge wurden zusätzlich zur Promotour für den Klassenwettbewerb durchgeführt.
- Den **Fachstellen** wurden in diesem Durchlauf - anders als in den Vorjahren - bei einer Nicht-Ausschöpfung des Kontingents angeboten, anstatt der Elternkurzinterventionen adäquate alternative Maßnahmen für Eltern/ in Schulen durchzuführen. Auf diese Weise wurde nicht nur der Elternabend „Über's Rauchen Reden“ von den Fachstellen durchgeführt, sondern beispielsweise auch die Integration des Elternabends in andere Schulprojekte. Diese Veränderung ergab sich aus den Erfahrungen der Vorjahre, dass bei den Ländern und Fachstellen bereits viel Expertise sowie kreative Energie vorhanden ist, die nutzbar gemacht werden sollte, um die sonst schwer erreichbare Zielgruppe der Eltern inhaltlich fokussierter zu erreichen bzw. Schüler\_innen auch in anderen Settings (z.B. Jugendzentren) erreichen zu können.

Die **Schwerpunktsetzung** erfolgte für den Durchgang 2018/2019 folgendermaßen:

- Partizipative Einbindung der primären Zielgruppe in Kooperation mit dem Institut für Jugendkulturforschung
- Gezielte Arbeit mit engagierten Lehrer\_innen als erfolgsentscheidende Multiplikator\_innen
- Quantitative Konsolidierung der erreichten Klassen und Fokus auf die weitere Qualitätsentwicklung der Formate
- Bewertung der Nachhaltigkeit der Initiative und der längerfristigen Wirkung

Konkret wurden dabei in der TPI 2018/2019 die im Folgenden beschriebenen Schritte umgesetzt:

### **Klassenwettbewerb**

Einen besonderen Stellenwert hatte bei der TPI - wie in den Vorjahren - das Format des sich bereits in den Vorjahren gut bewährten Klassenwettbewerbs. Deshalb wurden - im Rahmen der in diesem Durchlauf vor allem auf die Wirkungsevaluation fokussierten Evaluierung - die Erfahrungen mit dem Klassenwettbewerb als wesentlicher Kernintervention der TPI besonders ausführlich erhoben. Dabei wurden neben Fallstudien in einzelnen Klassen vom aktuellen Durchlauf vor allem auch retrospektive Erhebungen mit Lehrpersonen und Schüler\_innen der vorherigen Jahrgänge durchgeführt. Im Zuge der formativen Evaluation des laufenden Durchgangs der TPI wurden (wie in den Vorjahren) Fragebögen für Schüler\_innen, Lehrer\_innen und Eltern erstellt.

## Schall-ohne-Rauch Tour

Die Schall-ohne-Rauch Tour gibt es ebenfalls seit Beginn der TPI im Jahr 2015. Sie findet nach Abschluss des Klassenwettbewerbs in jedem Bundesland statt. Mit dieser Tour soll darauf aufmerksam gemacht werden, dass „Feiern ohne Alkohol und Zigaretten“ auch in einer Diskothek cool sein kann. Deshalb werden auch attraktive In-Locations gewählt. Bei diesem Event werden die Preise an die drei Siegerklassen pro Bundesland verliehen. Im Rahmen der Wirkungsevaluierung wurden Resonanzen zur Schall-ohne-Rauch Tour bei den retrospektiven Befragungen und in Interviews erhoben. Im Rahmen der formativen Evaluation wurde eine teilnehmende Beobachtung inkl. Quickinterviews durchgeführt.

## YOLO Quizz App

Die TPI 2016 griff die Idee der bekannten App „Quizduell“ auf, die es ermöglicht, über das Smartphone Freund\_innen, Verwandte oder Kolleg\_innen zum „Wissensduell“ herauszufordern. Die App setzt die Wissensvermittlung zu Rauchen und dessen Risiko sowie das wichtige Thema „Manipulation durch Tabakwerbung“ in spielerischer Form um und hat sich gut bewährt. Die Fragen der App wurden in enger Kooperation mit den Fachstellen im Jahr 2016 entwickelt und im Rahmen des Weltnichtrauchertags 2016 vorgestellt. Bei der TPI 2018/2019 kam die App erneut zum Einsatz und wurde hierfür vom TPI-Büro in Hinblick auf die Fragen aktualisiert. Dabei standen vor allem die Verständlichkeit der Fragen und die Aktualität im Vordergrund. Im Zuge der formativen Evaluation wurden Resonanzen mittels der Fragebogenerhebungen eingeholt.

## Klassenvorträge

Ergänzend zu den rein auf Breitenwirksamkeit ausgelegten Promotour für den Klassenwettbewerb durch die Agentur „Do it!“ in den Schulen wurde in diesem Durchlauf erstmals die Agentur *Young Enterprises* beauftragt, inhaltliche Vorträge zum Thema abzuhalten. Intendiert war, dass sich die Klassen nach den Klassenvorträgen dann auch am Klassenwettbewerb von YOLO beteiligen. Im Rahmen der formativen Evaluation wurden teilnehmende Beobachtungen durchgeführt sowie erhoben, wie hoch die Beteiligung am Klassenwettbewerb nach Stattfinden dieser Vorträge war.

## Einsatz neuer Medien in der Öffentlichkeitsarbeit

Basierend auf den Erfahrungen der Vorjahre, wurden Kommunikationskanäle mittels der Nutzung neuer sozialer Medien genutzt. Nach eher durchwachsenen Erfahrungen mit WhatsApp 2015 und dem schwindend geringen Anteil an Schüler\_innen bei Facebook, wurde auf bilddominiertere Kommunikationsmedien wie Instagram gesetzt. Hinzu kam 2017/18 die Entwicklung / Schaltung von YouTube Spots, die auch in diesem Durchgang weitergeführt wurden. Die Gruppe der Lehrer\_innen wurde über Facebook zu erreichen versucht. Im Zuge der Evaluierungen wurden Informationen zur Nutzung neuer Medien eingeholt, aber zur „traditionellen“ Medienarbeit sowie Einschätzungen seitens der Expert\_innen im FGÖ und der Agentur. Zusätzlich wurde JUGENDKULTUR beauftragt, das 2015 erstellte Kommunikationskonzept bei der Zielgruppe der Schüler\_innen zu evaluieren.

## Give Aways

Nicht zuletzt wurden (wie in den Vorjahren) Give Aways mit dem „Leb dein Leben. Ohne Rauch. YOLO“-Branding auf Basis des Kommunikationskonzepts von JUGENDKULTUR eingesetzt und in die Öffentlichkeitsarbeit integriert. Dazu zählten in diesem Durchgang neben Jahreskalendern für die Klassen und Loops/ Federpenale mit dem YOLO Logo wie im Vorjahr, auch Sticker, Leporellos, Post-its, Bleistifte in Schwarz und Weiß, Armbänder in

unterschiedlichen Farben, Turnbeutel und Kaffeebecher für Direktor\_innen und Pädagog\_innen. Resonanzen zu den Give Aways und den Sujets wurden im Zuge der formativen Evaluierung mittels der Online-Befragung zum Klassenwettbewerb eingeholt. Zusätzlich wurde JUGENDKULTUR beauftragt, die Give Aways bei der Zielgruppe der Schüler\_innen zu evaluieren.

## Interventionen der Fachstellen

Die **Elternkurzintervention** und die Broschüre „Übers Rauchen Reden“ basieren auf den Ergebnissen von Raschke und Kalke (2005)<sup>1</sup>, die in ihrer Studie 3400 Schüler\_innen aus vier europäischen Regionen im Alter von 15 bis 19 Jahren befragten. Darin konnte nachgewiesen werden, dass das Elternverhalten einen hohen positiven Einfluss auf das Rauchverhalten von Jugendlichen hat - sowohl wenn diese nicht rauchen als auch wenn sie selbst Raucher\_innen sind. Weiters wurden die Erfahrungen der Koordinationsstelle Schulische Suchtvorbeugung (Koss), Kiel, Deutschland mit dem Konzept „Eltern Stärke(n)“ – einen mehrere Module umfassenden Seminarzyklus für Eltern zur Suchtprävention - aufgegriffen und weiterentwickelt.

Wie in den Vorjahren wurde die Elternkurzinterventionen im Rahmen der TPI 2018/2019 durch die Fachstellen zur Suchtprävention angeboten. Die Intervention besteht aus einer 30-minütigen Informationsveranstaltung, die im Rahmen von regulären Elternabenden an Schulen durchgeführt wird. Im Zuge der Evaluierungen wurde die Beteiligung der Schulen und die Erfahrungen der Fachstellen bei der Durchführung erhoben.

Dieses Jahr war es den Fachstellen möglich, auch **andere Interventionen zum Thema Tabakprävention** in den Schulen anzubieten. Informationen dazu wurde von der Evaluation für die formative Evaluation eingeholt und die Beteiligung daran erhoben.

## Lebenskompetenzprogramm für die Schule: PLUS

PLUS ist ein standardisiertes und manualisiertes Trainingsprogramm für die Schule zur Sucht- und Gewaltprävention (5. bis 8. Schulstufe) und basiert auf dem primärpräventiven Lebenskompetenzansatz: Kinder und Jugendliche sollen bei der Entwicklung ihrer sozialen und emotionalen Kompetenzen unterstützt werden. Diese erleichtern es ihnen, mit sich selbst und mit anderen gut umgehen zu können. Das Konzept wurde 2013 evaluiert<sup>2</sup> und wird seit dem Schuljahr 2013/2014 von allen Suchtpräventionsstellen in Österreich angeboten.

Im Rahmen der TPI wurde das Projekt PLUS 2015 für eine Laufzeit von vier Jahren einmalig finanziell unterstützt. PLUS wurde im Rahmen der Evaluierung durch I.S.O in Absprache mit den durchführenden Fachstellen und dem FGÖ nicht evaluiert, insbesondere da bereits eine umfangreiche Evaluierung vorliegt und die Verknüpfung der Intervention PLUS mit den anderen Maßnahmen der TPI 2015 schon reflektiert wurde.

## Partizipationsmöglichkeiten von Kindern/ Jugendlichen sowie Lehrpersonen

Um auch in diesem Jahr die Schüler\_innen in die weitere Konzeption von YOLO einzubeziehen, wurden vor Schuljahresbeginn 2 Fokusgruppen mit Schüler\_innen von JUGENDKULTUR durchgeführt. In diesen wurde das aktuelle Konzept sowie die Sujets,

---

<sup>1</sup> Raschke, Peter/Kalke, Jens (2005). Haben Eltern Einfluss auf das Rauchverhalten ihrer Kinder? Empirische Befunde aus einer Schüler-Befragung, in: Prävention. Zeitschrift für Gesundheitsförderung, 28. Jahrgang, Heft 1/2005, S. 18-21.

<sup>2</sup> Schmidbauer, R. & Rabeder-Fink, I. (2014). PLUS. Theoretische Grundlagen und Evaluationsergebnisse. Österreichische ARGE Suchtvorbeugung.

Juen, F. (2013) Abschlussbericht der Evaluation plus. Institut für Psychologie. Universität Innsbruck.

Give Aways etc. mit den Schüler\_innen diskutiert sowie weitere Ideen für die Zielgruppenansprache gesammelt. Der Bericht von JUGENDKULTUR lag der Evaluation vor und wurde von dieser berücksichtigt. Geplant waren auch Fokusgruppen seitens des FGÖs mit Lehrpersonen. Diese kamen bedauerlicherweise nicht zustande. Jedoch können anstatt dessen die im Rahmen von I.S.O durchgeführten Erhebungsschritte mit Lehrpersonen (Interviews, Fallstudien) für die Weiterentwicklung von YOLO genutzt werden.

## 1.2 Die Evaluierung

Die TPI 2015, 2016 sowie 2017/2018 wurden bereits durch das Team von I.S.O. „Institut für systemische Organisationsforschung“ evaluiert.

Im vorliegenden Bericht kann deshalb auf den Erfahrungen und Ergebnissen der vorangegangenen Evaluierung aufgebaut werden.

### Zentrale Fragen für die Evaluierung 2018/2019 waren:

- **Zielgruppenerreichung:** Werden die primären und sekundären Zielgruppen erreicht? Welche Erfahrungen wurden hierbei gemacht?
- **Wirkungseinschätzungen:** Wie ist die (nachhaltige) Wirkungseinschätzung der Akteur\_innen, die Aktivitäten im Rahmen der TPI umsetzen? Welche Wirkungen werden bei den Zielgruppen aus deren Sicht erzielt?
- **Prozessevaluierung:** Was sind Erfolgsfaktoren und Schwierigkeiten bei der Initiative? Welche Konsequenzen können aus den Evaluierungsergebnissen für zukünftige Aktivitäten abgeleitet werden?

Basierend auf diesen Fragen wurde ein Evaluierungskonzept erstellt, das mit den Projektverantwortlichen im FGÖ abgestimmt wurde. Die Evaluierung wurde dabei in zwei zentrale Bereiche aufgeteilt. Zum einen erfolgte (wie bereits in vorhergegangenen Durchläufen) eine **Evaluierung der laufenden TPI**, zum anderen wurde erstmals eine gezielte **Wirkungsanalyse** durchgeführt, bei der auch die vergangenen Durchgänge nochmals betrachtet wurden.

Konkret wurden im Rahmen der Evaluierung die folgenden **Schritte** gesetzt:

---

## Vorabaktivitäten

---

### Zieleworkshop und Erstellen eines Ziel-/Wirkmodells

Im Rahmen eines Ziel-Workshops wurde mit den Projektverantwortlichen im FGÖ, basierend auf einem vorliegenden Anbot durch I.S.O., die Gesamtstrategie und Vorgehensweise der Evaluation konkretisiert. Diese wurde mit den intern durchgeführten Erhebungen, Dokumentationen und Reflexionsschritten sorgfältig abgestimmt und gemeinsam bedarfsgerecht geplant.

Zentrale Grundlage für die Evaluation ist die Konkretisierung und Operationalisierung der Ziele der Initiative, die dann in ein Ziel/ Wirkmodell überführt werden kann. Im Workshop sollte deshalb ein besonderes Augenmerk auf den Zielen der TPI liegen – sowohl für den laufenden Durchgang als auch die wirkungsorientierte Evaluation. Auch sollte entschieden werden, an welchem bewährten Wirkmodell (z.B. Schweizer Ergebnismodell, integratives Baukastensystem für Evaluationen im Präventionsbereich der AUVA) sich die Evaluation der TPI orientieren möchte.

Auf Basis dieses Workshops erfolgten die Weiterentwicklung und Ausdifferenzierung des Evaluationsvorgehens sowie die Entwicklung maßgeschneiderter Erhebungsinstrumente.

## **Wissenschaftliche Recherche zu bisherigen Evidenzen und zur Ausdifferenzierung des Ziel-/Wirkmodells**

Im Zuge einer wissenschaftlichen Recherche zur Wirksamkeit der Maßnahme wurde ein Überblick über den aktuellen Stand der Fachdiskussion (zum Thema Gesundheitsförderung im Bereich Tabakprävention bei Kindern und Jugendlichen und zu international und national vergleichbaren Programmen und deren Evaluierungsergebnissen) geschaffen und auf dieser Basis das im Zielworkshop gewählte Wirkmodell spezifiziert.

---

## ***Evaluierung der laufenden TPI 2018/ 2019***

---

### **Evaluierung des Klassenwettbewerbs**

Über die Onlineformate des Klassenwettbewerbs konnten im Zuge des Votingprozesses erneut evaluierungsrelevante Fragen zum Klassenwettbewerb und zur Quizz-App an die Schüler\_innen, Lehrer\_innen und Eltern gestellt werden. Insgesamt war ein erfreulich hoher Rücklauf zu vermerken:

- o Offener Online Fragebogen für Kinder- und Jugendliche (N=224, davon 210 gültig)
- o Offener Online Fragebogen für Lehrer\_innen (N=52, davon 50 gültig)
- o Offener Online Fragebogen für Eltern (N=113, davon alle gültig)

### **Teilnehmende Beobachtungen und Quickinterviews**

In 6 Klassen (2 Schulen: AHS & NMS; 2x 3. Stufe und 4x 4. Stufe, mit jeweils 20-22 Schüler\_innen.) wurden teilnehmende Beobachtungen (inkl. Quickinterviews) bei den Klassenvorträgen durchgeführt.

Zudem wurde ein Schall-ohne-Rauch Event besucht und auch hier Quickinterviews durchgeführt.

### **Fokusgruppen in Fallschulen**

Im Zuge der Evaluation (sowohl des laufenden Durchgangs als auch der wirkungsorientierten) wurden Fallstudien in einzelnen Klassen durchgeführt. Dazu wurden 5 Klassen (aus 2 Schulen) nach Abschluss des Wettbewerbs im April 2019 besucht. Es wurde den Schüler\_innen ein Fragebogen vorgegeben, der in die wirkungsorientierte Evaluation einfließt. Zusätzlich wurden mit den Schüler\_innen „Mini-Fokusgruppen“ zur Generierung von Feedback zum Wettbewerb und zu möglichen Weiterentwicklungen durchgeführt. Diese wurden im Rahmen der begleitenden Evaluierung ausgewertet.

### **Nutzung der Daten der Fachstellen und der Agentur**

Wie bereits in vorhergehenden Jahren, wurden für die Sekundärdaten der Fachstellen sowie der Agentur „Do it!“ erneut einheitliche Dokumentationssysteme zur Verfügung gestellt.

Mit der Leitung der ARGE Suchtprävention wurde zu Beginn der TPI 2018/2019 Kontakt aufgenommen. Zudem erfolgte aufgrund hoher Komplexität zusätzlich ein persönliches



Abstimmungstreffen in Linz mit „Do it!“. Die Daten (z.B. Nutzung der sozialen Medien/ YOLO-Homepage, YOLO Quizz-App; Daten zu den Maßnahmen „Übers Rauchen Reden“) wurden durch die Evaluierung aufbereitet und kommentiert.

## **Nutzung der Daten und Eindrücke des Instituts für Jugendkulturforschung**

Anliegen des FGÖs war es dieses Jahr, die Schüler\_innen wieder mehr an der Weiterentwicklung von YOLO partizipieren zu lassen. Dazu wurde - wie auch vor der erstmaligen Durchführung von YOLO – das Institut für Jugendkultur engagiert. Dieses führte sowohl Fokusgruppen mit Jugendlichen durch als auch Erhebungen in Klassen. Die Ergebnisse wurden von der I.S.O gesichtet und z.T. in den Evaluationsbericht eingepflegt. Zusätzlich wurde ein Interview mit der Projektverantwortlichen bei JUGENDKULTUR geführt.

## **Erhebung der Eindrücke der Hauptakteur\_innen zur laufenden TPI**

Die im Rahmen der Workshops, Gesprächen, Interviews mit den Projektverantwortlichen im FGÖ gewonnen Eindrücke zur laufenden TPI wurden von der Evaluation komprimiert. Zusätzlich wurde je ein Interview mit den Hauptakteur\_innen in den zuständigen Agenturen (*Do it!; Young Enterprises*) durchgeführt.

Mit der ARGE Suchtprävention sowie den Fachstellen, die zusätzlich zu den Elternkurzinterventionen andere Interventionen für Eltern im Rahmen der TPI an Schulen anboten, wurde ebenfalls Kontakt aufgenommen.

---

## **Wirkungsanalyse**

---

Der wesentliche Schwerpunkt der Evaluierung der TPI 2018/2019 ist es, die Wirkung der bisherigen Aktivitäten der TPI bei der Zielgruppe der Schüler\_innen, aber auch der Lehrer\_innen zu bewerten. Dazu ist es naheliegend, Erhebungsschritte bei Klassen, die in den vorangegangenen Durchgängen teilgenommen haben, zu setzen.

Dabei stand die Evaluation vor einigen methodischen und praktischen Schwierigkeiten:

- Beispielsweise ist es – wenn man ehemalige Beteiligte befragt - auf Grund der Intensivität und Niedrigschwelligkeit der Initiative nicht zu erwarten, dass nach mehreren Jahren ein eindeutiger kausaler Effekt nachweisbar wäre.
- Auch wird die Beteiligungsbereitschaft zur Evaluierung sowohl bei den Lehrer\_innen und noch viel mehr bei den älter gewordenen Schüler\_innen relativ bescheiden sein, selbst bei hohem Aquisitionsaufwand und Incentives.
- Dass die Beteiligung ehemaliger Lehrpersonen schwierig ist, zeigt sich auch darin, dass das TPI Büro im Sommer 2018 ehemalige Lehrpersonen zu Fokusgruppen für die Weiterentwicklung des Konzepts von YOLO einlud. Diese Fokusgruppen sollten auch für die Evaluation genutzt werden. Die Fokusgruppen kamen jedoch nicht zustande – der gewählte Zeitpunkt war zwar nicht ideal, jedoch wäre es auch während des Schuljahrs nicht leichter gewesen, einen guten Zeitpunkt zu finden. Ob Fokusgruppen direkt in den Schulen einfacher durchzuführen sind, war fraglich. So wurde beschlossen, die Einschätzungen der Lehrpersonen in Einzelinterviews im Rahmen der Evaluierung einzuholen.
- Zudem waren die Evaluationen in den vergangenen Jahren immer auf eine Ergebnis- bzw. Prozessevaluation des laufenden Durchgangs ausgelegt, eine möglicherweise im nächsten Jahr anstehende Wirkungsevaluierung wurde nie diskutiert. Deshalb lagen aus den vorangegangenen Jahren keine Daten vor, die einen direkten Vergleich der

Einschätzungen auf Personenebene über die Jahre hinweg zulassen. Es ist z.B. nicht bekannt, aus welchen Klassen die Schüler\_innen, Eltern und Lehrpersonen stammten, die sich an der Online-Befragung beteiligten. Es lagen einzig Listen von Lehrpersonen vor, die den Klassenwettbewerb seit 2015 gewonnen haben (=Siegerklassen) bzw. – seit es das TPI Büro gibt – auch Listen, welche Lehrpersonen teilgenommen haben.

- Ein aufwändigeres Prä-Post-Design in einzelnen Klassen war zwar im Rahmen der Fallstudien ursprünglich geplant, ließ sich aber - trotz intensiver Bemühungen - nur in einer Klasse umsetzen. Ein Hauptgrund dafür ist, dass Lehrpersonen sich zumeist „spontan“ entscheiden, ob sie dieses Jahr überhaupt am Wettbewerb teilnehmen und dann auf die Einladung vergessen, sich auch an der wissenschaftlichen Begleitung zu beteiligen (bzw. ihnen der Aufwand für eine Beteiligung zu hoch erscheint).

Durch ein multimethodisches Vorgehen wurde dennoch versucht, Wirkungseinschätzungen zu der (langfristigen) Wirkung der TPI bei den Schüler\_innen, Lehrer\_innen und Eltern sowie den involvierten Akteur\_innen zu erhalten.

### **Klassenwettbewerb: Wirkungseinschätzungen bei den Schüler\_innen und Lehrer\_innen**

#### **A) Retrospektive Befragungen: Telefonische Interviews zur wahrgenommenen Wirkung mit Lehrer\_innen von Siegerklassen**

Basierend auf den Projektdokumentationen der vorangegangenen Durchgänge (seit 2015) fand eine Kontaktaufnahme mit den Lehrer\_innen der Siegerklassen statt. Dabei war sowohl mit einem relativ hohen Aufwand im Kontaktaufbau zu rechnen als auch mit einem hohen Dropout. In Summe konnten 12 Interviews durchgeführt werden, in denen die Lehrpersonen zu ihren Eindrücken, zur wahrgenommenen (langfristigen) Wirkung von YOLO in ihren Schulen, bei sich und ihren Schüler\_innen, vertiefend befragt wurden. Auch Ideen für Weiterentwicklungen wurden erfragt.

#### **B) Retrospektive Befragungen: Fragebogenerhebung bei den Schüler\_innen ehemaliger Klassen durch engagierte Lehrpersonen**

Das „Herzstück“ der Erhebung stellte eine Fragebogenerhebung bei den Schüler\_innen der ehemaligen Siegerklassen dar. Dabei wurden - neben Eindrücken zu YOLO - die Wirkungen der Initiative sowie das Rauchverhalten der Schüler\_innen erhoben. Dazu wurden einzelne Items aus dem HBSC 2014 und dem ESPAD 2015 verwendet. Somit kann verglichen werden, ob sich das Rauchverhalten der Schüler\_innen aus den YOLO Klassen vom Rauchverhalten dieser repräsentativen Stichprobe unterscheidet.

Lehrpersonen, die im Rahmen der Interviews befragt wurden und die noch Kontakt zu den ehemaligen Klassen hatten, wurde dieses Fragebogeninstrument durch die Evaluation zur Verfügung gestellt. In Summe wurden Fragebögen von 202 Schüler\_innen aus 11 Klassen retourniert.

#### **C) Ergänzende Wirkeinschätzungen aus den Fallstudien des laufenden Durchgangs**

Im Zuge der Wirkungsanalyse sollten nicht nur retrospektive Einschätzungen erhoben werden, sondern im Rahmen des Wettbewerbs 2018/ 2019 auch Fallstudien durchgeführt werden. Dazu wurden 5 Klassen nach Abschluss des Wettbewerbs im April 2019 besucht. Es wurde ein Fragebogen (ähnlich zum Fragebogen der retrospektiven Einschätzungen) den Schüler\_innen vorgegeben. Somit liegen Fragebogendaten von 100 Schüler\_innen vor. (Zusätzlich wurden „Mini-Fokusgruppen“ mit den Schüler\_innen zur Generierung von Feedback zum

Wettbewerb und zu möglichen Weiterentwicklungen durchgeführt. Diese wurden im Rahmen der begleitenden Evaluierung ausgewertet. Bei einer weiteren Klasse (mit 24 Schüler\_innen) war es möglich, ein Prä-Post Design durchzuführen und ein Feedback vom Klassenlehrer zu bekommen.

#### **D) Ergänzende Einschätzungen durch relevante Akteur\_innen**

Um weitere Einschätzungen zur Wirkung des Wettbewerbs und dessen Grenzen einzuholen, wurden zusätzlich 10 vertiefende Interviews geführt. Auch war es möglich, die Evaluierungsergebnisse der TPI 2017/18 im fachlichen Beirat vorzustellen und zu diskutieren. Im Rahmen dessen konnten auch Eindrücke zur Resonanz auf die Aktivitäten im Rahmen von YOLO gewonnen werden.

### **Wirkungseinschätzungen zur gesamten TPI**

#### **A) Metaanalyse der bisherigen Evaluierungsdaten**

Die zur Verfügung stehenden objektiven und subjektiven Evaluierungsdaten der vorangegangenen Jahrgänge wurden gemeinsam mit den Daten der TPI 2018/ 2019 nochmals analysiert, um ein Gesamtbild zur Wirkung der TPI über die 4 Durchgänge hinweg zu erhalten. Dabei standen v.a. die Einschätzungen der Wirkung durch die Schüler\_innen, aber auch durch Lehrer\_innen im Fokus der Betrachtung.

#### **B) Ergänzende Einschätzungen relevanter Akteur\_innen**

In den vertiefenden Interviews relevanter Akteur\_innen zur Einschätzung des Klassenwettbewerbs wurden auch Einschätzungen zur bisherigen nachhaltigen Wirkung der Initiative sowie zu deren Grenze erhoben. Dabei wurde sichergestellt, dass „Nachhaltigkeit“ nicht alleine auf die Langfristigkeit der Wirkung bei den Schüler\_innen reduziert wurde, sondern dass dabei auch z.B. die Nachhaltigkeit unter dem Gesichtspunkt der strukturellen Auswirkungen in den Blick genommen werden. Die Interviews dienten auch dazu, Informationen darüber einzuholen, inwiefern das Ziel der TPI „Vernetzung relevanter Akteur\_innen“ erreicht wurde. Zusätzlich wurde im Zuge der Sitzung des fachlichen Beirats Wirkeinschätzungen diskutiert.

---

## ***Begleitende Ergebnisdarstellungen und Reflexionen***

---

Die Zwischenergebnisse der Evaluierungen wurden laufend im Rahmen von schriftlichen Dokumenten per mail, Telefonaten oder persönlichen Treffen rückgemeldet.

Im Februar 2019 fand ein halbtägiger „Reflexions- und Monitoring-Workshop“ statt, bei dem die Ergebnisse der retrospektiven Ergebnisse mit den Projektbetreiber\_innen diskutiert wurden und das Evaluationsdesign nachgeschärft wurde. Die nächsten Schritte wurden spezifiziert. Gleichzeitig erfolgte bei diesem Workshop ein qualitativer Erhebungsschritt, um die bisherigen Erfahrungen differenziert einzuholen.

Im März 2019 wurde gemeinsam mit den Projektverantwortlichen eine Zusammenfassung der Ergebnisse für die Leitung des FGÖs erstellt, im Mai 2019 ein Kurzbericht für die Kuratoriumssitzung. Beide Dokumente dienten als Grundlage für die Entscheidungsfindung der Weiterführung der TPI. Ebenfalls fand im Mai 2019 ein Kurz-Workshop mit den Projektbetreiberinnen statt, bei dem über die Weiterentwicklung der TPI diskutiert wurde.

## 2 Ziel-/Wirkmodelle der TPI

Im Kick-off Workshop wurden die Teilnehmer\_innen gebeten, zunächst ein für sie passendes wirkungsorientiertes Rahmenmodell zu wählen. Seitens der Evaluation wurde das „Schweizer-Ergebnismodell“ sowie das „Integrative Baukastensystem im Präventionsbereich der AUVA“ vorgestellt. Die Wahl fiel auf das „Integrative Baukastensystem“<sup>3</sup>. Gemeinsam wurde diskutiert, wie dieses Rahmenmodell auf die TPI übertragen werden kann. Diese Überlegungen wurden durch nachfolgende Literaturrecherchen spezifiziert bzw. ergänzt.

- Definition der **Zielgruppen**: Im Fokus stehen v.a. **Schüler\_innen** (10-14-jährige; 1-4. Klasse NMS/ AHS). Als **sekundäre Zielgruppen** wurden genannt:
  - Lehrpersonen, über die die Schüler\_innen am Klassenwettbewerb teilnehmen können bzw. die am PLUS Programm der Fachstellen teilnehmen
  - Schulleitungen, die sowohl YOLO als auch den Fachstellen den Zugang zu den Klassen ermöglichen
  - Eltern, die über die Interventionen der Fachstellen involviert werden sollen, aber auch bei YOLO einbezogen werden sollen
  - Relevante Stakeholder (fachlicher Beirat und Kuratorium des FGÖs, Fachstellen, ...), die die TPI sowohl fachlich als auch politisch unterstützen
- Spezifizierung der **Wirklogiken**: Die Wirklogik der TPI ist für alle Zielgruppen sehr ähnlich:
  - Ressourcen (Inputs) stellen der FGÖ zur Verfügung, der zwei Agenturen zur Unterstützung in der Arbeit mit den Schulen beauftragt hat. Zudem wurden den österreichischen Fachstellen zur Suchtprävention Zusatz-Ressourcen zur Verfügung gestellt, um sich ebenfalls beteiligen zu können. Das Rauchfreitelefon ist ebenfalls fachlich beratend involviert.
  - Die Outputs, d.h. gesetzte Maßnahmen (die sich über die Jahre hinweg leicht ändern) sowie die konkreten Ziele sind abhängig von den Zielgruppen, können aber in das gleiche System von Zielebenen verortet werden (Resonanz/ Nachfrage, Reaktion, Lernen, Verhalten, Systemergebnis).
  - Der intendierte Impact der TPI ist, dass „weniger 10- bis 14-Jährige zu rauchen beginnen bzw. aufhören zu rauchen“.
- Für das **Evaluationsdesign** wurden verschiedene Möglichkeiten diskutiert. Aufgrund der Anlage der TPI (Niederschwelligkeit; läuft seit 2015; viele Schüler\_innen, die in den Vorjahren teilgenommen haben, haben die Schule schon verlassen etc.) fiel die Entscheidung darauf, Wirkeinschätzungen seitens der unterschiedlichen Zielgruppen einzuholen. Ein Kontrollgruppendesign schied aus (bei den vergangenen Durchgängen nicht nachholbar; für den laufenden Durchgang schwer realisierbar). Ein Prä-Post Design beim laufenden Durchgang wurde für einzelne Klassen geplant (erwies sich in der Praxis dann aber nicht umsetzbar). Als Evaluationsaktivitäten wurde festgelegt, eine retrospektive Befragung der Siegerklassen zu den YOLO Maßnahmen

---

<sup>3</sup> Spiel, G., Finsterwald, M., Popper, V. & Hesse, N. (2013). Darstellung des integrativen Baukastensystems für Evaluationen im Präventionsbereich der AUVA. AUVA REPORT NR. 63

durchzuführen (Lehrpersonen und soweit möglich: Schüler\_innen), begleitend dazu beim laufenden Durchgang Fallstudien in einzelnen Klassen sowie eine Meta-Analyse der Evaluierungsdaten aller TPI Durchgänge. Ergänzend wurden sowohl Interviews mit den Hauptakteur\_innen im FGÖ, bei den Agenturen und Fachstellen geplant als auch mit relevanten Stakeholdern.

- Die **Ziele** der TPI sind **auf verschiedenen Ebenen** angesiedelt. Das Kirkpatrick-Modell erwies sich als gute Basis. Bei der Literaturrecherche zeigte sich, dass das in einer großangelegten Kampagnenevaluation zur Förderung des Nichtrauchens bei Jugendlichen in Deutschland (BZGA; „rauchfrei“-Jugendkampagne) verwendete Wirkmodell sich als noch besser geeignet herausstellte: das mehrstufige Medienwirkungsmodell, das Rogers ausgehend von McGuire<sup>4</sup> weiterentwickelte, denn es berücksichtigt noch eine zusätzliche Ebene vor der „Reaktion“, nämlich die Resonanz und Nachfrage. Der Wirkmechanismus wird wie folgt beschrieben:

- Maßnahmen müssen mit ausreichender Reichweite und Dichte so verbreitet werden, dass sie von der Zielgruppe auch wahrgenommen und nachgefragt werden.
- Die Maßnahmen werden tatsächlich genutzt.
- Die Maßnahmen müssen so gestaltet sein, dass die Reaktion der Zielgruppen positiv ist.

Erst dann werden folgende Wirkungen möglich sein:

- In der Zielgruppe bilden sich die für Verhaltensänderung notwendigen Einstellungen und Kenntnisse heraus.
  - Die Erwartung steigt, dieses Verhalten auch selbstwirksam umsetzen zu können.
  - Die Absicht wird gefestigt, ein Verhalten auszuprobieren beziehungsweise ein gesundheitsförderliches Verhalten nicht zu ändern.
  - Die Zielgruppe ändert ihr Verhalten bzw. meidet riskantes Verhalten und das gesundheitsförderliche Verhalten wird beibehalten.
- Der Impact der TPI ist nicht messbar. Allenfalls können Statistiken in ein paar Jahren zeigen, ob sich die Zahl der rauchenden Jugendlichen (Nieraucher\_innen; Nichtraucher\_innen) nachhaltig reduziert hat. Allerdings kann dies dann nicht allein auf die TPI zurückgeführt werden, da in Österreich jenseits der TPI auch andere Präventionsmaßnahmen durchgeführt werden bzw. gesellschaftspolitische Einflüsse wirksam sind.
  - Zusätzlich wurde die Erfassung der **Implementierungsqualität** mit den Projektbetreiberinnen diskutiert. Auch wenn diese als äußerst relevant gesehen wurde, muss darauf verzichtet werden, diese genauer zu betrachten. Denn retrospektiv ist sie schwer einschätzbar (z.B. haben die Lehrpersonen die Materialien überhaupt erhalten,

---

<sup>4</sup> Singhal A, Rogers EM (1999) Entertainment-education. A communication strategy for social change. Lawrence Erlbaum Associates, London.

Bonfadelli H, Friemel TH (2006) Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich – Grundlagen und Anwendungen. UVK, Konstanz

alle Materialien bzw. z.T. diese verwendet, wie viele Stunden wurden durchgeführt) und valide Hinweise/ Daten dazu liegen aus den vergangenen Jahren nicht durchgängig vor. Die Implementierungsqualität wurde jedoch zumindest im Modell spezifiziert. D.h. bei der Zielgruppe der Lehrpersonen könnte betrachtet werden, inwiefern diese die Informationen zum Wettbewerb - wie vom FGÖ vorgesehen - bekommen haben/ heruntergeladen haben und ob diese den Wettbewerb wie geplant umgesetzt haben; oder inwiefern die Trainer\_innen von PLUS bzw. die Durchführenden der Elternabende „Übers Rauchen Reden“ diese - wie von den Fachstellen geplant - durchgeführt haben und was in Folge dessen die Lehrpersonen mit ihren Klassen im Rahmen von PLUS tatsächlich gemacht haben. Bei der Zielgruppe der Stakeholder wäre es z.B. interessant zu betrachten, wie die Dichte und Beteiligung bei den Vernetzungsformaten (Workshops, Besprechungen, ...) waren und wie mit Feedback der Beteiligten umgegangen wurde.

Diese Überlegungen wurden in das Ziel-/Wirkmodell für die verschiedenen Zielgruppen übertragen. Sie sind in nachfolgenden Abbildungen dargestellt. [Anmerkung: die roten Umrahmungen bei den Maßnahmen geben an, welche spezifischen Maßnahmen für die jeweilige Zielgruppe zum Tragen kamen.]

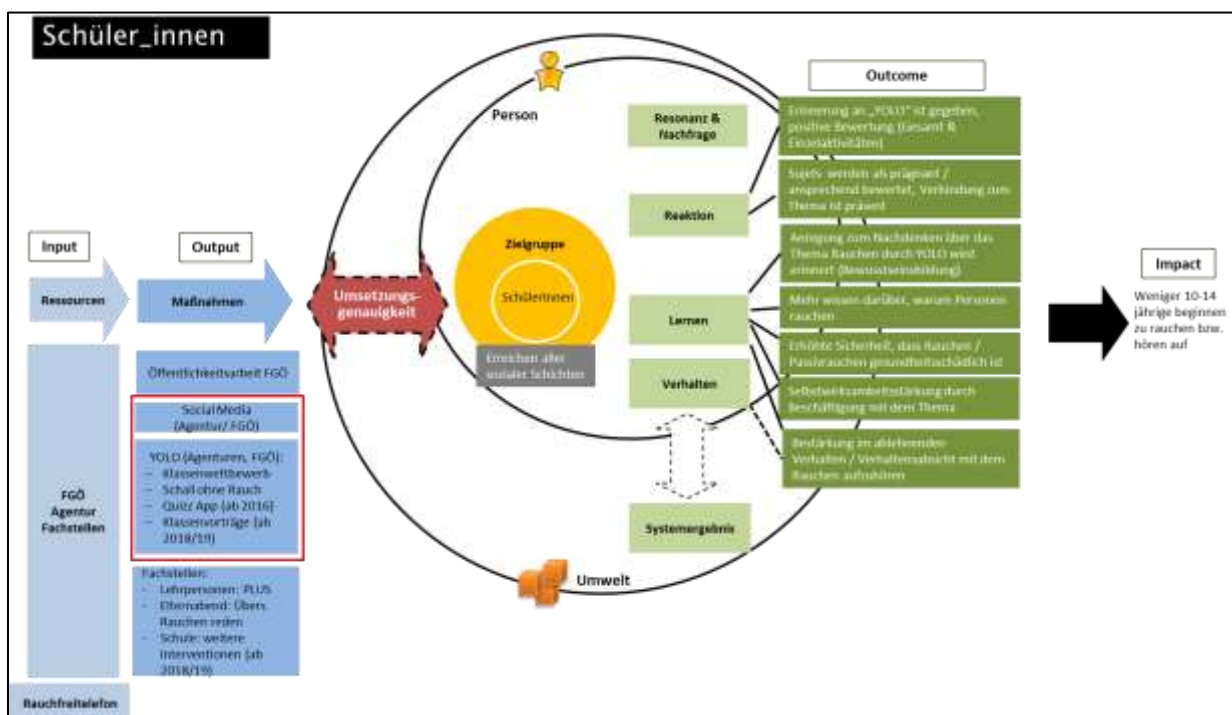


Abbildung 1: Ziel-/Wirkmodell für die primäre Zielgruppen der Schüler\_innen.

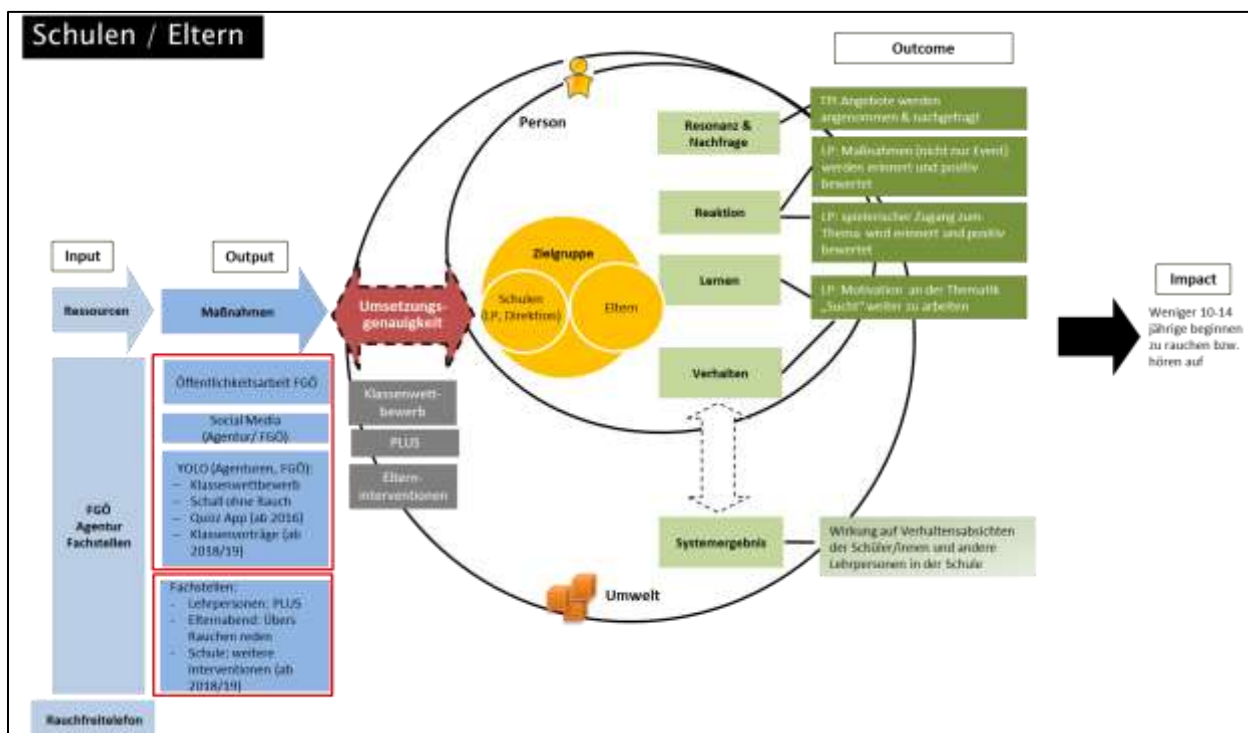


Abbildung 2: Ziel-/Wirkmodell für die Zielgruppen die sekundären Zielgruppen im schulischen Kontext (Lehrpersonen, Schulleitungen, Eltern).

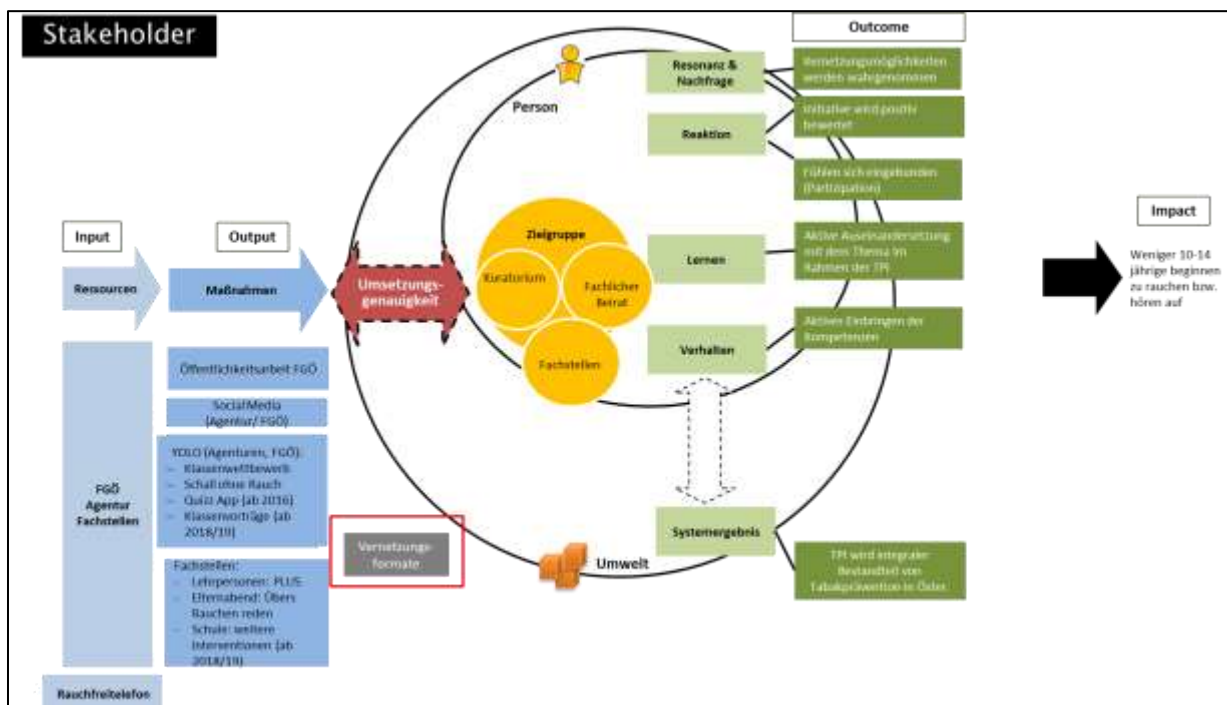


Abbildung 3: Ziel-/Wirkmodell für die sekundäre Zielgruppe im außerschulischen Kontext (Stakeholder: Fachstellen, fachlicher Beirat, Kuratorium, Ministerium etc.).

### 3 **Hauptergebnisse**

#### *Bekanntheit*

Als zentrales Ergebnis zeigte sich, dass TPI und YOLO sich seit 2015 **gut konsolidiert** haben und als Marke zunehmend bekannt geworden sind. Insbesondere bemerkenswert ist, dass - sowohl von Schüler\_innen als auch Lehrer\_innen - YOLO als Gesamtinitiative **überwiegend positiv bis sehr positiv bewertet wird**. (Dies zeigt sich bei allen Erhebungsschritten im Zuge der Wirkungsanalyse). Auch die Sujets sind bei den Schüler\_innen auch nach mehreren Jahren und trotz der Niedrigschwelligkeit von YOLO noch bekannt und positiv besetzt (Ergebnis der retrospektiven Befragung).

Ebenso ist der **positive, gesundheitsförderliche Zugang zum Thema** mit YOLO aus Sicht der Lehrpersonen, aber auch Schüler\_innen **nachhaltig gelungen**: so assoziieren die Schüler\_innen aus ehemaligen Siegerklassen bspw. mit den in YOLO verwendeten Sujets, dass *Rauchen nicht cool ist, schädlich ist und man vieles andere gemeinsam machen kann anstatt zu rauchen*. Sie erinnern sich ebenfalls an das gemeinschaftliche Projekt. Auch die Lehrpersonen bekräftigen, dass sie den *nicht moralisierenden, faktenbasierten, spielerischen Zugang* von YOLO sehr gut finden.

#### *Zielgruppenerreichung*

Im Sinne der Zielgruppenerreichung wurde eine beeindruckend **hohe Zahl an Personen durch die Interventionen erreicht**. Insgesamt haben in den Durchgängen seit 2015 ca. 13.000 Schüler\_innen am Klassenwettbewerb – tendenziell von Jahr zu Jahr steigend - und mehr als 11.200 an den Schall-ohne-Rauch Events mitgemacht. Zusätzlich nahmen über 2.900 Schüler\_innen an den 2018/2019 erstmalig durchgeführten Fachvorträgen teil. Ca. 1.600 Schüler\_innen wurden zusätzlich durch Interventionen der Fachstellen angesprochen. Berücksichtigt man die Überschneidungen zwischen den Schüler\_innen, die am Klassenwettbewerb teilgenommen haben und den Teilnehmer\_innen der Schall ohne Rauch Tour, wurden in Summe zwischen 20.000 und 25.000 Schüler\_innen erreicht.

Weitere ca. 22.500 Eltern wurden durch die Elternkurzinterventionen der Suchtpräventionsstellen bzw. andere Maßnahmen der Fachstellen erreicht sowie ca. 700 Lehrpersonen durch das Lebenskompetenztraining PLUS bzw. andere Maßnahmen der Fachstellen.

#### *Zielerreichung*

Die mit dem Projektteam definierten **Ziele zur langfristigen Wirkung** wurden für die Zielgruppe der **Schüler\_innen sowie der Lehrer\_innen mit wenigen Ausnahmen erreicht bzw. in der Regel auch übertroffen**. [Der Erreichungsgrad der Ziele ist im Teil 2 (Detailbericht zur wirkungsorientierten Evaluation) in den Kapiteln 7 bzw. 8 in den grün hinterlegten Kästchen nachzulesen.]

Im Gegensatz dazu wurden die Ziele bezüglich der **aktiven Einbindung aller einschlägigen Expert\_innen nur zum Teil erreicht**. Während es zwar durch die fachliche Beirats- und Kuratoriumsstruktur sehr gut gelungen ist, eine positive Stimmung zur TPI zu erzielen, ist die Kooperation mit den Fachstellen in den Bundesländern unterschiedlich intensiv.

#### *Wirkungsanalyse zum Klassenwettbewerb*

Die **Anzahl der beteiligten Klassen** am Klassenwettbewerb hat sich **über die ersten drei Durchgänge kontinuierlich gesteigert**. Während 2015 mit ca. 1900 Schüler\_innen aus



41 Schulen gestartet wurde, konnten 2016 fast 2800 Schüler\_innen aus 58 Schulen und (als bisherigen quantitativer Höhepunkt) 2017/18 ca. 4400 Schüler\_innen in 84 Schulen erreicht werden. V.a. auf Grund der Limitationen, die die Datenschutzverordnung beim gezielten breiten Ansprechen der Zielgruppen (insbesondere der primären Zielgruppe, nämlich Kinder und Jugendliche) mit sich brachte, hat sich die Anzahl mit ca. 4000 Schüler\_innen aus 71 Schulen **im letzten Durchgang 2018/19 verringert, jedoch nur geringfügig**. Grundsätzlich beteiligten sich stets Klassen, die noch nie bei YOLO mitgemacht haben, und solche, die bereits einmal dabei waren.

Generell wurde deutlich, dass der Wettbewerb durch zahlreiche **Feinadaptionen von Jahr zu Jahr routinierter** durchgeführt wurde. Eine Weiterentwicklung, die bei jedem Durchgang stärker ins Zentrum rückte, war folgende: Am Anfang stand v.a. die breite Mobilisierung von Schüler\_innen im Zentrum. Danach erfolgte zunehmend mehr die Befassung mit einer **Didaktisierung und inhaltlichen Aufbereitung des Themas** Tabakprävention für die Zielgruppe. Insbesondere 2018/19 wurden weitere inhaltliche vertiefende Maßnahmen (zusätzliche Vorträge in Klassen durch die Agentur *Young Enterprises*; „Stationen“ bei der „Schall ohne Rauch“-Party) gesetzt

Die **Wirkungsbewertung** des Klassenwettbewerbs durch Siegerklassen der Vorjahre (2015-2017/18) **ist langfristig hoch** - sowohl bei den Schüler\_innen als auch bei den Lehrer\_innen. So ist beispielsweise bei den Schüler\_innen die **Einschätzung des gesamten Wettbewerbs positiv**<sup>5</sup>, wenn auch, wie erwartbar, etwas geringer gegenüber der unmittelbaren, kurzfristigen Einschätzung direkt nach dem Wettbewerb<sup>6</sup>.

Die Schüler\_innen ehemaliger Siegerklassen geben zudem an, dass sie durch den Wettbewerb **zum Nachdenken über das Thema Rauchen** angeregt wurden und mehr über die Gründe, warum jemand raucht bzw. zu rauchen beginnt, erfahren haben. Über 80% der Schüler\_innen der ehemaligen Siegerklassen sind zudem der Ansicht, **YOLO sollte auch künftig angeboten werden** und ein Großteil begründet dies auf Nachfrage hin damit, dass Aufklärung wichtig sei, man etwas lerne, und es bewirke, dass man aufhört bzw. nicht anfängt zu rauchen.

Die **Wirkungseinschätzung** bezieht sich auch auf die **Bekräftigung der ablehnenden Haltung gegenüber dem Rauchen** und des Vorsatzes **nicht mit dem Rauchen zu beginnen** - also auf die Verhaltensabsicht. Beim Vergleich der Daten aus der Erhebung mit den Ergebnissen von einschlägigen Studien zum Tabakkonsum von Kindern und Jugendlichen in Österreich (HBSC 2014, ESPAD 2015) wird deutlich, dass die Prävalenz zu Rauchen bei den Schüler\_innen der Siegerklassen auch mehrere Jahre nach der Intervention niedrig ist.<sup>7</sup>

Naheliegender ist, dass eine **präventive Wirkung bei denjenigen Schüler\_innen höher ist, die sich intensiver und aktiv im Zuge des Wettbewerbs** (und teils auch darüber hinaus) **mit der Thematik befasst haben**. Hier gilt es zu betonen, dass die Wettbewerbsregistrierung für sich allein noch keine aktive Befassung mit der Thematik sicherstellt. Die Beschäftigung mit dem Thema im Unterricht ist laut der Lehrpersonen, aber auch der Schüler\_innen essenziell für den Wissenserwerb.

---

<sup>5</sup> Retrospektive Befragung: 18.8% sehr gut gefallen, 49% gut gefallen (MW=2,17; SD=0,81)

<sup>6</sup> Meta-Analyse der Befragung der 4 Durchgänge von YOLO: Schüler\_innen: MW=1,47 (SD=0,95; 72.6% sehr gut gefallen, 16.6% gut gefallen); Lehrer\_innen: MW=1,53 (SD=0,67; 56.4% sehr gut gefallen, 34% gut gefallen); Eltern (Einschätzung wie Kindern der Wettbewerb gefallen hat): MW=1,21 (SD=0,43; 79.6% sehr gut gefallen, 19.4% gut gefallen)

<sup>7</sup> Im Vergleich mit den Daten aus dem HBSC 2014: Prozentsatz derer, die angeben, *gar nicht zu rauchen* ist in den YOLO Klassen um fast 10% höher. Im Vergleich mit ESPAD: Monatsprävalenz bei den 14-Jährigen ist bei YOLO nur halb so groß wie in der ESPAD Studie. Die im Juli 2019 publizierten Ergebnisse zum HBSC 2018 (Datenerhebungen im Schuljahr 2017/18) zeigen, dass generell das Rauchen bei Kindern/ Jugendlichen gesunken ist. Im Vergleich mit HBSC 2018 sind die Prozentsätze der YOLO Klassen in etwa gleich.

Das **Voting** im Rahmen des Klassenwettbewerbs führt dazu, dass auch andere Personen (Eltern, andere Schüler\_innen etc.) außerhalb des jeweiligen Klassenraums mit dem Thema in Berührung kommen. Jedoch stoßen die Beteiligten immer wieder auf **technische Probleme** bzw. äußern kritisch, dass das Voting zu viel Gewicht in der Wertung für einen Siegerplatz einnehme und als Kriterium fraglich ist. Eine nähere Analyse des Votingprozesses im letzten Durchgang verdeutlichte, dass **nur ca. 25% der Klassen**, die am Klassenquiz teilnahmen und auch ein Foto hochluden, **sich am Votingprozess beteiligten**. Dies führte vereinzelt dazu, dass in Bundesländern mit geringer Beteiligung an YOLO Klassen gewannen, ohne am Voting teilgenommen zu haben.

### Die YOLO Quizz App

Die Quizz App, die 2016 entwickelt wurde, wurde im Rahmen des Durchgangs 2017/18 nochmal grundlegend neu programmiert. Durch die Neuprogrammierung könnte das Format der Quizz App zukünftig auch für andere Gesundheitsförderungsthemen genutzt werden. Im Zuge der Neuprogrammierung erfolgte auch eine ausführliche Evaluierung der App:

- Insgesamt zeigt sich in den Nutzer\_innendaten, dass die Quizz App im Schuljahr 2017/2018 etwas über 1000 Mal heruntergeladen wurde, wobei der relativ hohe Prozentteil von ca.  $\frac{3}{4}$  der Personen diese tatsächlich nutzen und ein Großteil (ca.  $\frac{2}{3}$ ) der Nutzer\_innen tatsächlich aus der primären Zielgruppe der Schüler\_innen zwischen 10 und 14 Jahren kommt und nicht - wie ursprünglich befürchtet - z.B. Eltern, Lehrpersonen oder andere Personengruppen sind. Beim Feedback zur Quizz App wurde eine hohe Zufriedenheit mit der App sowie eine gute Funktion dieser rückgemeldet<sup>8</sup>.
- Aus der genaueren Analyse der Nutzungsdaten zeigte sich, dass die App primär als **ergänzende Unterstützung zum Wettbewerb genutzt wird und damit nicht für sich alleine genug Anreiz bietet** und auch aktiv (etwa im Rahmen der Promotour) beworben werden muss, um gespielt zu werden.
- Vereinzelt findet sich in den Daten Kritik an der YOLO Quizz App dahingehend, dass die Fragen zum Teil zu schwierig und in der Formulierung zu komplex für die primäre Zielgruppe seien und dass hierfür jedenfalls die Bearbeitungszeit zu kurz sei.

Im letzten Durchgang wurden die Fragen der Quizz App etwas leichter formuliert und aktualisiert sowie aus technischen Gründen neu programmiert. Die **Zufriedenheit** war – wie auch in den Vorjahren – **sehr hoch**.<sup>9</sup>

### Schall-ohne-Rauch Tour

Den Abschluss von YOLO bildete die Schall-ohne-Rauch Tour, bei der die Übergabe der Preise in Form eines Schecks und das Feiern der Sieger des Klassenwettbewerbs im Vordergrund steht. In jedem Bundesland findet ein Schall-ohne-Rauch Event statt. Von

---

<sup>8</sup> TPI Durchgang 2017/18: Schüler\_innen MW=4,4 (SD=1,03), Eltern: MW=4,61 (SD=0,57), Lehrer\_innen: MW=4,01 (SD=1,03)

Meta-Analyse aller TPI Durchgänge: Schüler\_innen MW=4,47 (SD=0,91), Eltern: MW=4,6 (SD=0,55), Lehrer\_innen: MW=3,92 (SD=1,13)

fünfstufige Skala, hoher Wert = hohe Zufriedenheit

<sup>9</sup> TPI Durchgang 2018/19: Schüler\_innen MW=4,5 (SD=0,7), Eltern MW=4,4 (SD=0,55); Lehrer\_innen MW=4,2 (SD=1,0); fünfstufige Skala, hoher Wert = hohe Zufriedenheit

Beginn der TPI an gab es zu diesem Event kontroversielle Einschätzungen: Während die professionelle Durchführung der Events und die grundsätzliche **erfrischende lifestyle-orientierte Idee** überwiegend positiv gesehen wurden, gab es zum Teil **Kritik** daran: etwa dass der damit verbundene Aufwand zu hoch für das zu erwartende Ausmaß an präventiver Wirkung sei.

Insgesamt konnten jedoch durch die Partys **sehr viele Personen angesprochen werden, allerdings mit wechselhaften Tendenzen**: Es nahmen über 11.000 Kinder und Jugendliche an den Events teil. Die Besucher\_innenzahl stieg von 2015 von ca. 2000 auf über 4000 im Jahre 2016. Grund für den starken Anstieg war vermutlich u.a., dass es ab 2016 drei Siegerklassen pro Bundesland gab. Im Folgejahr sank die Teilnahme allerdings auf ca. 3000 und im letzten Durchgang 2018/19 gar auf unter 2000 ab– vermutlich auf Grund der DSGVO (Lehrer\_innen und Schüler\_innen konnten nicht per mail oder social media mehrmals an die Feier erinnert werden) sowie einer geringeren Anzahl an besuchten Klassen bei der Promotiontour für die Events.

Bei den zahlreichen teilnehmenden Beobachtungen und Quickinterviews im Rahmen der Evaluierung zeigte sich, dass **den anwesenden Kindern und Jugendlichen die Schall-ohne-Rauch Party zu gefallen** schien, was sie auch bei den Quickinterviews rückmeldeten. Die Auftritte der Künstler\_innen (der bei jedem Event zentrale Beatboxer und Musikpädagoge Fii, Kiddy Contest Siegerinnen etc.) sowie die Kontaktmöglichkeit zu den bei manchen Events anwesenden Sportler\_innen schienen gut anzukommen und **auf die Zielgruppe gut abgestimmt** zu sein.

Allerdings war in den ersten drei TPI Durchgängen **nicht allen Teilnehmer\_innen** v.a. die Kinder/ Jugendlichen, die nicht am Wettbewerb teilgenommen hatten, der Bezug **zum Thema „Nicht-Rauchen“ völlig klar**. Um den Bezug zum Thema zu verbessern, wurden 2018/2019 als neues Element **drei Stationen eingerichtet, bei denen eine inhaltliche Befassung mit dem Thema „Nicht Rauchen“ möglich war**. Pro Station gab es einen Stempel auf einem Sammelpass und mit drei Stempel konnte man bei einem Gewinnspiel mitmachen.

Im Rahmen der Befragung der Wirkungsanalyse **bewerten die Schüler\_innen die Schall-ohne-Rauch-Party als „eher gut“<sup>10</sup>**. Die **Lehrpersonen stehen dieser hingegen kritischer gegenüber**: Von vielen wird eine Disco als nicht geeigneter Ort eingeschätzt bzw. es als sehr aufwändig gesehen, zum Preisgeld zu kommen (wobei diese Bedingung nicht allen von Beginn an klar war) – v.a. wenn die Party am Wochenende stattfindet, sei dies mit vielen organisatorischen Schwierigkeiten verbunden (bspw. noch weitere Begleitpersonen zu finden). Im letzten Durchgang war auch in drei Bundesländern der Fall, dass Siegerklassen nicht bei der Party erschienen und somit auf das Preisgeld verzichteten.

### *Soziale Medien und Öffentlichkeitsarbeit*

Der **experimentierende Einsatz neuer Sozialer Medien** wie Facebook, Instagram, WhatsApp, Snapchat und YouTube sowie die Kooperationsanbahnung mit Influencer\_innen waren besonders in der Anfangsphase der TPI **sehr prägend**. Auch wenn diese zwar weiterhin mehr und mehr routiniert genutzt wurden, wurden auch deren **Grenzen zunehmend deutlich**: v.a. durch die DSGVO musste deren Einsatz in den Hintergrund treten.

Bei den eingesetzten sozialen Medien wurde der zu Beginn der TPI dominierende Einsatz von Facebook etwas weniger genutzt und zeigte im Projektverlauf einen starken Rückgang in der Reichweite. Neu war in der TPI 2017/2018 das Einschalten von Werbeclips bei YouTube, womit eine hohe Breitenwirkung erzielt werden konnte. WhatsApp und Snapchat

---

<sup>10</sup> Retrospektive Erhebung: Schüler\_innen: 34.5% sehr gut gefallen, 18% gut gefallen (MW=2,16; SD=1,40)

wurden ebenfalls aufgrund der eher ernüchternden Erfahrungen zum Teil mit großem Bedauern nicht mehr weitergeführt, Instagram hingegen schon.

Neben *social media* wurde seitens des FGÖs seit Beginn an auch auf **Printmedien** gesetzt. Es wurden Presseaussendungen für Journalist\_innen erstellt, die auch auf der Website zur Verfügung gestellt werden. Um neben Laienmedien auch Fachmedien zur Verbreitung der Information zu motivieren, wurden Expert\_inneninterviews durchgeführt. Zudem wurden Schaltungen zur Bewerbung des Klassenwettbewerbs, der Votingphase und der SOR Tour in Printmedien getätigt, die von Schüler\_innen, Eltern und Lehrpersonen genutzt werden (z.B. TOPIC, BESTEKlasse). Die SOR-Termine wurden in den Bezirkszeitungen der Bundesländer inseriert, zu Beginn der TPI auch in regionalen TV und Radiosendern. Bemerkenswert war im TPI Durchgang 2017/18, dass zwar Expert\_inneninterviews durchgeführt wurden, zur Veröffentlichung aber dann nur wenige ihre Zustimmung gaben, als ein Regierungswechsel vollzogen wurde und das Thema Rauchen in der Gastronomie wieder heftig diskutiert wurde. Eine weitere interessante Erfahrung war, dass sich die intensive Kommunikation über neue Medien positiv auf die klassische Medienarbeit in Printmedien auswirkte, da die traditionellen Medien auch im ersten Schritt mit Internetrecherche starten und Aktivitäten in den sozialen Medien beobachten. Aus diesem Grund sprechen sich die FGÖ-Expert\_innen dafür aus, generell die neuen Medien verstärkt für die Öffentlichkeitsarbeit des FGÖs zu nutzen.

In den letzten beiden Durchgängen der TPI wurde seitens des FGÖs eine breit angelegte telefonische Kontaktaufnahme mit all den **Schulen** durchgeführt, die potentiell für eine Teilnahme am Klassenwettbewerb in Frage kamen (**Call-Aktion**). Interessierte Schulen erhielten mehr Information, was sich grundsätzlich gut bewährt hat.

2017/ 2018 wurde ein **Newsletter System für Lehrer\_innen** erstellt, das sich nur **beschränkt bewährt** hat: Es zeigt sich, dass der Newsletter eher selten geöffnet wurde und insbesondere bei Kontakt über Direktor\_innen äußerst zweifelhaft ist, dass dieser breiter weitergeleitet wird bzw. den vorgelagerten Spamfilter der Institution überhaupt überwindet. Durch die DSGVO konnte das Newsletter System im letzten Durchgang nicht mehr durchgeführt werden.

Zusätzlich wurden **Jugendzentren** in ganz Österreich mit **Informationsmaterialien** sowie Give Aways zum Re-Start der TPI in den letzten beiden Durchgängen beschickt. Die konkrete Wirkung dieser außerschulischen Kontaktaufnahme auf bspw. die Bekanntheit der TPI oder gar daraus entstandene Teilnahmen von Klassen sind jedoch nicht messbar, da auf diese Aussendungen hin – trotzdem seitens des TPI Koordinationsbüros das Angebot als Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen gemacht wurde – kein Feedback oder Rückfragen bei den Projektbetreiber\_innen einlangte.

**Influencer\_innen** wurden in den letzten beiden Durchgängen nur noch **sporadisch** eingebunden. Vor allem auf die Einbindung im Rahmen der Bewerbung bzw. Durchführung der SOR-Tour wurde vollständig verzichtet, da sich dies im Aufwand-Nutzen-Verhältnis nicht bewährt hatte. Dennoch werden die Influencer\_innen weiterhin von der Agentur *Do it!* (die maßgeblich für die Umsetzung des Kommunikationskonzepts zuständig sind) als interessant und wichtig gesehen. Bei der Nutzung von Influencer\_innen, etwa aus der YouTube-Szene, gilt es aus deren Sicht allerdings zu beachten, dass auch diese ausgesprochen schnelllebig sind.

Als interessante Erfahrung zeigte sich, dass die zu **verwendenden Medien bei der Öffentlichkeitsarbeit zielgruppenspezifisch noch deutlicher diversifiziert** werden müssen: Während die von Kindern und Jugendlichen verwendeten Medienkanäle sehr schnelllebig sind und es wichtig ist, sich hier sehr flexibel an neue Trends anzupassen und neue Leitmedien zügig aufzugreifen, zeigt es sich umgekehrt, dass im Kontakt mit Lehrer\_innen und Direktor\_innen verstärkt auf traditionelle Medien und vor allem auch auf telefonischem oder besser noch persönlichem Kontakt aufgebaut werden muss. Hier haben

neue Medien bzw. sogar E-Mail Kommunikationsstrategien einen untergeordneten Stellenwert. So bestand auch eine zentrale Änderung gegenüber den ersten beiden Durchgängen, dass die didaktischen Materialien auch in ausgedruckter Form und nicht nur als Download den Lehrpersonen zur Verfügung gestellt wurden.

Ein Spannungsfeld, das rund um die neuen Medien sichtbar wurde, ist, dass die neuen sozialen Medien zwar einerseits eine Vielzahl neuer Kanäle zur zielgruppenspezifischen Kommunikation ermöglichen. Gleichzeitig gilt es aber **auch gegenüber den neuen sozialen Medien kritisch** zu sein, da hier gesundheitsförderlich problematische Aspekte, wie soziale Verarmung, Eskapismus, Computerspielen statt Bewegung und lebendige Interaktionen etc. damit verbunden sind. Hier gilt es ein gutes Maß zu finden.

Der Einsatz von Goodies und Give Aways war ein wesentlicher Bestandteil der Initiative. Die **Sujets** und ersten **Give Aways** wurden 2015 gemeinsam **mit Jugendlichen** im Rahmen von Fokusgruppendifkussionen mit jugendkultur.at **partizipativ entwickelt**. Zentral war dabei, hochwertige attraktive Give Aways anzubieten, die jährlich optimiert und erneuert wurden. Dabei wurden neben Kopfhörern und Armbändern auch zunehmend schulspezifische Give Aways wie Mini-Turnsäcke und Federpenale etc. eingesetzt sowie ein lehrpersonenspezifische neue Give Aways (Kaffeebecher) entwickelt. Bei den Events und auch nach Einschätzung in den Interviews wurde deutlich, dass die Give Aways bei den Schüler\_innen und Lehrpersonen sehr gut ankamen. Aber auch als Anreiz für die Beteiligung etwa beim Online-Fragebogen der Evaluierung hatten die Give Aways sicherlich einen hohen Stellenwert.

### *Einbindung der Eltern über Interventionen der Fachstellen*

In Summe wurden seit 2015 österreichweit ca. **465 Elternkurzintervention „Übers Rauchen Reden“** an 79 Schulen durchgeführt, woran fast 23.000 Eltern teilnahmen. Angekoppelt an verpflichtende Elternabende/-foren ist die Intervention konzeptionell so aufgesetzt, dass die Breite der Elternschaft angesprochen wird und somit auch Personen erreicht werden können, die sie benötigen, aber sonst schwer erreichbar wären.

Wie die teilnehmenden Beobachtungen sowie die Evaluierungsfragebögen 2015 zeigten und auch die interviewten Trainer\_innen sowie die zuständige Person bei der ARGE Suchtprävention berichteten, kommt die **Intervention an sich bei den teilnehmenden Eltern, Direktor\_innen und Lehrer\_innen gut an und weckt Aufmerksamkeit hinsichtlich des Themas Tabakprävention bzw. Suchtprävention** an sich.

Allerdings muss die Intervention in den meisten Bundesländern aktiv an den Schulen beworben werden, sie ist kein Selbstläufer geworden. Es zeigte sich zudem, dass die in den ersten beiden Jahren sehr breit durchgeführte und bewährte Intervention 2017/18 in mehreren Bundesländern weitaus schwieriger an den Schulen umzusetzen war als zuvor. Deshalb wurde **2018/19 die Durchführung der Art der Interventionen für die Eltern noch stärker in die Hände der Bundesländer und damit den jeweiligen Fachstellen gegeben**, d.h. dass diese Interventionen für Eltern auch jenseits von „Übers Rauchen Reden“ über die TPI anbieten können oder diese Interventionen in andere Schulprojekte, die von den Fachstellen an Schulen angeboten werden, integriert werden können. Zusätzlich war es den Fachstellen möglich, auch Workshops für Lehrpersonen und andere Pädagog\_innen (z.B. Jugendzentren) anzubieten oder Schüler\_innen-Workshops selbst durchzuführen.

90 dieser „anderen Maßnahmen“ wurden in 52 Schulen durchgeführt, womit ca. 2040 Personen erreicht wurden. Allerdings wurden mit den neuen Maßnahmen vornehmlich Schüler\_innen (79,6%) erreicht. **Neue Interventionsideen für die Zielgruppe der Eltern** wurden hingegen nur vereinzelt durchgeführt.

### Besonderheit des Durchgangs im Schuljahr 2018/19

Im bisher letzten Durchgang der TPI 2018/19 wurden einige **Weichenstellungen und Adaptionen** auf Basis der bisherigen Aktivitäten durchgeführt.

- Ein klarer Trend der bisherigen Jahre war, dass es immer deutlicher wurde, wie wichtig es ist, weniger auf ein primär quantitatives Wachstum der niederschweligen Interventionen von YOLO zu setzen und sich ausschließlich der Anzahl der beteiligten Schüler\_innen und Klassen beim Wettbewerb zu konzentrieren, sondern verstärkt **Maßnahmen für eine inhaltlich vertiefte Auseinandersetzung** anzubieten - auch wenn damit etwas weniger Schüler\_innen erreicht werden.

Diese stärkere inhaltliche Ausrichtung erfolgte 2018/19 über mehrere Vorgehensweisen:

- Einerseits wurden bei der „**Schall ohne Rauch**“-Abschlussveranstaltung in den Bundesländern neben der Preisübergabe der Klassensieger\_innen und dem Partyevent nun erstmalig inhaltlich ausgerichtete Stationen, die die Kinder und Jugendlichen zu einer aktiven Auseinandersetzung mit den Vorteilen des Nichtrauchens animieren sollen, durchgeführt. Dies hat sich gut bewährt (siehe Ausführungen weiter oben).
- Andererseits wurden in Kooperation mit einem neuen Partner (*Young Enterprises*) didaktisch gut aufbereitete, inhaltliche Vorträge in den Schulen durchgeführt (=Klassenvorträge). Das führte zu einer intensiveren inhaltlichen Auseinandersetzung der Schüler\_innen mit der Thematik. Die Fachvorträge wurden grundsätzlich durchgehend sehr positiv bewertet. Allerdings ist es nicht durchgehend gelungen, diese sinnvolle Maßnahme mit dem Klassenwettbewerb zu verknüpfen, also die Lehrer\_innen der besuchten Klassen für eine Beteiligung am YOLO Wettbewerb zu gewinnen. Insofern ist hier Synergiepotential nicht ausgeschöpft worden.
- Weiters wurde in diesem Schuljahr das **Grundprinzip der partizipativen Einbindung der primären Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen wieder expliziter ins Zentrum gerückt**. Während am Beginn der TPI im Jahr 2015 eine qualitative Studie mit der partizipativen Einbindung von Kindern/ Jugendlichen durch das Institut für Jugendkulturforschung Grundlage für das Gesamtkonzept war, erfolgte in den Folgejahren die Partizipation eher punktuell und unsystematisch (teils durch die Agentur, teils im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit, immer wieder auch im Rahmen der Evaluierung). 2018/19 wurde das Institut für Jugendkulturforschung neu beauftragt und es wurden erneut Fokusgruppen mit den Kindern/Jugendlichen durchgeführt. Die grundsätzliche Herangehensweise der TPI wurde durch die intensive Befragung der Zielgruppe auch dieses Mal bestätigt. Die Ergebnisse wurden auch im Rahmen der Evaluierung rezipiert und decken sich im Großen und Ganzen mit den hier dargestellten Einschätzungen.
- Die **Einbeziehung weiterer neuer Akteur\_innen** (*Young Enterprises*; Institut für Jugendkulturforschung) hat sich **grundsätzlich bewährt**. Insbesondere die inhaltliche Arbeit mit den Kindern und Jugendlichen durch die neu hinzugekommenen Klassenvorträge wird als eine sinnvolle, inhaltliche Vertiefung des Themas eingeschätzt, die bei einer Weiterführung der TPI beibehalten werden sollte – auch wenn eine stärkere Verschränkung mit dem Klassenwettbewerb noch hilfreich wäre. Jedoch hat sich durch die Zunahme an Akteur\_innen die **Anzahl der fehleranfälligen Schnittstellen** erhöht, die für den Kontakt mit den Schulen nicht immer günstig war.
- Nicht zuletzt wurden den **Fachstellen** in den Bundesländern mehr Möglichkeiten gegeben, auch **andere Maßnahmen als die bisherigen Elternkurzinterventionen** „Übers Rauchen Reden“ anzubieten, um die schwer zu erreichende Zielgruppe der Eltern einzubinden. Die Möglichkeit andere Einbindungsformen zu wählen wurde

grundsätzlich **begrüßt und auch genutzt**, allerdings nur in einem geringeren Ausmaß für neue Formate, um Eltern einzubinden. Häufiger wurden – inhaltlich durchaus sinnvolle – Interventionen mit der Zielgruppe der Schüler\_innen durchgeführt. Aus Evaluierungssicht scheint es einerseits durchaus sinnvoll, bei der primären Zielgruppe verstärkt Interventionen anzusetzen, andererseits gilt es darauf zu achten, dass hier nicht eine neue Schnittstelle mit den YOLO Interventionen entsteht und dennoch gut überlegt werden sollte, wie die weitaus schwieriger zu erreichende Elternzielgruppe angemessen eingebunden werden kann.

Anmerkung: Eine detaillierte Darstellung der Ergebnisse der Wirkungsorientierten Evaluation findet sich in Berichtsteil 2. Berichtsteil 3 widmet sich der Darstellung der Ergebnisse der Begleitevaluation.

#### **4 Zusammenfassende Bilanz und Hinweise für das weitere Vorgehen**

Alles in Allem zeigen die Ergebnisse der Evaluierung der TPI, dass viele Argumente für eine Fortführung der TPI sprechen:

- Das Vorgehen hat sich **gut etabliert** und es haben sich **Routinen** in der Durchführung entwickelt.
- Die Wirkung im Sinne einer **Bekräftigung des ablehnenden Verhaltens** zum Rauchen ist nachweisbar.
- Die **Marke und das Branding von YOLO** konnte sich gut etablieren und ist überwiegend **positiv besetzt**.
- Im Rahmen der TPI wurden Formate und Produkte zum Teil mit **hohem Entwicklungsaufwand** (z.B. YOLO Quizz App) erstellt, die mit bescheidenem Wartungsaufwand fortgeführt werden könnten (aber beworben werden müssten).
- Es konnten **Kontakte zur fachlichen Community** und v.a. zu den als Multiplikator\_innen unverzichtbaren Gruppe an interessierten **Lehrpersonen** aufgebaut werden.
- Das **Vorgehen** mit der heterogenen und sehr spezifisch anzusprechenden Zielgruppe wäre **grundsätzlich auch thematisch ausweitbar** zu anderen „benachbarten“ Themen der Gesundheitsförderung wie generell Suchtprävention, Alkohol, Bewegung, Ernährung etc.
- Im Sinne der Planungssicherheit wären die Akteur\_innen der TPI **für die Schulen ein verlässlicher Ansprechpartner zum Thema Tabakprävention**.

Gleichzeitig gibt es auch Gründe, die gegen eine Fortführung sprechen:

- Das Thema „**Tabakprävention**“ **verliert im Vergleich zu anderen Themen bei der Gesundheitsförderung von Kindern und Jugendlichen zunehmend an Brisanz**. In der im Juli 2019 veröffentlichten HBSC 2018 - Studie<sup>11</sup> wird auf einen massiven Rückgang des Rauchens hingewiesen. Der Anteil der Nichtraucher\_innen (nur 9. und 11.

---

<sup>11</sup> Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz (BMASGK) (Hrsg.) (2018). Gesundheit und Gesundheitsverhalten von österreichischen Schülerinnen und Schülern. Ergebnisse des WHO-HBSC-Survey. Download am 29.07.2019: [https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/8/8/2/CH4154/CMS1562043067885/2018\\_hbsc-bericht\\_mit\\_alternativtexten\\_final.pdf](https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/8/8/2/CH4154/CMS1562043067885/2018_hbsc-bericht_mit_alternativtexten_final.pdf)

Schulstufe) hat von rund 66% auf 81% bei den Burschen und von 60% auf 77% bei den Mädchen zugenommen. Zugenommen hat dagegen etwa Übergewichtigkeit und psychische Belastung bei Kindern und Jugendlichen.

- Ein wesentlicher und berechtigter Vorbehalt, v.a. etwa von einzelnen Fachstellen gegenüber der TPI, bestand von Beginn an darin, dass weitaus wirkungsvoller als Sensibilisierungsmaßnahmen eine strukturelle Veränderung der Rahmenbedingungen ist. So kann die verhaltenspräventive TPI **nur ein Baustein im Rahmen einer umfassenden Tabakpräventionsstrategie** sein, die primär an strukturellen Rahmenbedingungen ansetzen müsste.

Auch wenn beide Ansätze sich grundsätzlich ergänzen ("Schulgestützte Tabakprävention kann die Effektivität struktureller und gesetzgeberischer Maßnahmen erhöhen, umgekehrt schaffen umfassende gesetzgeberische Maßnahmen aber erst die Grundvoraussetzungen für eine wirkungsvolle schulische Tabakprävention." Schulze, 2008, S. 103), führt das nun mit hoher Wahrscheinlichkeit tatsächlich umgesetzte Rauchverbot in der Gastronomie wohl ohnedies zu einem weiteren Rückgang des Tabakkonsums.

- Auch wenn es durchaus denkbar wäre, die TPI kleiner dimensioniert durchzuführen und etwa die „Schall ohne Rauch“ Events zu überdenken, ist die kontinuierliche Aktualisierung und Betreuung und auch die konzeptionelle Aufbereitung einer Redimensionierung auch mit einem **nicht zu unterschätzenden Personalaufwand** verknüpft und das Einsparungspotenzial bei einer Redimensionierung hält sich damit in Grenzen. Auch wäre es hier ratsam, ein Investment in eine weitere inhaltliche Vertiefung (z.B. differenzierte Unterrichtsmaterialien für Schultypen, Schulstufen, Fächer) zu tätigen, um interessierte Lehrpersonen und Schulen noch besser erreichen zu können und einen höheren Impact bei den Schüler\_innen zu erzielen.

Bei einer – sich abzeichnenden - Beendigung der TPI gilt es aus Evaluierungssicht jedenfalls folgende Punkte zu beachten:

- Im Rahmen eines **internen Wissensmanagementprojekts** sollte sichergestellt werden, dass die vielfältigen Produkte und Erfahrungen der TPI gut weitergenutzt werden können. Insbesondere gilt es etwa zu prüfen, wie die **Quizz App** weiter für andere Themen genutzt werden kann und wie das **didaktische Material** weiter an die Schulen gegeben werden kann.
- V.a. der zeitintensive Aufbau von **Kontakten zu engagierten Lehrer\_innen** -als „Gate-Keeper“ zu den Schüler\_innen– **zeigte sich als elementar**. Gerade bei der Wirkungsevaluation wurde deutlich, dass eine Wirkung bei den Schüler\_innen nur erfolgen kann, wenn engagierte Lehrer\_innen bereit sind, sich an YOLO zu beteiligen. Allerdings wurde auch offensichtlich, dass es schwierig ist, einen Kontakt zu den Lehrer\_innen aufzubauen bzw. weiterzuentwickeln. Insofern wäre es sehr überlegenswert, welche Möglichkeiten es – trotz der DSGVO – geben würde, die Kontakte zu den offenbar sehr gesundheitsförderungsaffinen und engagierten Lehrer\_innen weiter zu pflegen. Hier würden sich offene, attraktiv gestaltete Workshop-Formate anbieten.
- Nicht zuletzt konnten zahlreiche Erfahrungen im Rahmen der TPI systematisch gesammelt werden, die im Zuge von Transfermaßnahmen wie Kongressbeiträge, Publikationen etc. gut gesichert werden sollten.

Bei einer etwaigen Fortführung der TPI oder auch einem Relaunch der TPI in einigen Jahren sollten folgende Punkte zur Optimierung von YOLO berücksichtigt werden:



- Erfolgsentscheidend ist, die Aktivitäten inhaltlich zu vertiefen und qualitativ anzureichern. Ein erster Schritt wurde hierzu durch Vorträge in Schulklassen gesetzt. Die quantitative Ausweitung der erreichten Klassen sollte nicht im Zentrum stehen. Es wird von einer primär auf quantitativen Wachstum ausgerichteten Strategie, einer (grundsätzlich natürlich wünschenswerten) Steigerung der Anzahl erreichter Klassen, abgeraten. Nützlicher ist es, im Rahmen einer Pilotierung, in die Weiterentwicklung bzw. Neukonzeption von lifestyleorientierten Maßnahmen zu investieren, um sich inhaltlich vertiefend mit Tabakprävention auseinanderzusetzen. So kann nachhaltig ein größerer Impact erzielt werden und das für Schüler\_innen (und Schulen) zunehmend weniger brisante Thema *Tabak/Nicht-Rauchen* zugänglicher gemacht werden.
- Die Sichtung einschlägiger Literatur zum Thema Tabakprävention bei Kindern/Jugendlichen<sup>12</sup> sowie die Gespräche mit Fachexpert\_innen verdeutlichen, dass schulbasierte Tabakprävention langfristig wirksamer sein kann, wenn sie **interaktiv** vorgeht, eine Kombination eines „Social influence/Social-competence“<sup>13</sup> Ansatzes verfolgt sowie **mehrere Unterrichtsstunden** umfasst. Entscheidend sei es für den nachhaltigen Erfolg schulischer Präventionsprogramme, dass einzelne Maßnahmen nicht nur in bestimmten Klassenstufen, sondern **über die gesamte Schulzeit hinweg** angeboten werden. Als wenig effektiv stellten sich dagegen singuläre, lediglich auf die Vermittlung von Informationen zur Konsequenzen des Rauchens abzielende Präventionsmaßnahmen heraus. Und selbst diese intensive Präventionsarbeit kann den Einstieg von Kindern und Jugendlichen nicht verhindern, sondern lediglich eine Verzögerung des Einstiegs um Monate, maximal aber bis zum Ende der Schulzeit, bewirken.
- Die interviewten Expert\_innen empfehlen, „**Tabak und verwandte Erzeugnisse (Shisha, E-Zigarette...)**“ als **Themengebiet** für die TPI auszuweiten. Auch berichten in den Fallstudien einige Schüler\_innen bspw. zwar nicht zu rauchen, aber durchaus ab und an Shisha zu probieren und viele Gleichaltrige zu kennen, die dies ebenso tun.
- Dass eine qualitative Ausweitung lohnend sein kann, zeigt das bei den Zielgruppen vorhandene **Interesse an einer Vertiefung**. So sagen einige Lehrer\_innen in Interviews, dass sie - sofern die Möglichkeit bestünde - mit einer Klasse auch mehrmals teilnehmen würden, oder das Thema in unterschiedlichen Fächern aufgreifen würden. Und auch die Schüler\_innen in den Fallstudien haben vielfältige Ideen für weiterführende und vertiefende Projekte (Videos, Aktionstag an der Schule, Petitionen, Aufgaben als Mini-projektarbeiten usw.).
- Neben den - auch in den Vorjahren immer wieder geäußerten Überlegungen - zum **Brückenschlag zu anderen Themen (etwa Bewegung)** und einer Ausweitung auf das außerschulische Setting, entstehen zunehmend Ideen im TPI-Team, die Materialien und Angebote **alters- bzw. schultypenmäßig zu diversifizieren**. Diesen Ansatz weiterzuverfolgen ist aufgrund der Interviews mit den Lehrpersonen und anderen

---

<sup>12</sup> Schulze, A. (2008). Primäre Tabakprävention bei Jugendlichen. Zum Verhältnis struktureller und schulischer Präventionsmaßnahmen. In: H. Hackauf, M. Jungbauer-Gans (Hrsg.), Gesundheitsprävention bei Kindern und Jugendlichen (S. 91-108). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Thomas RE, McLellan J, Perera R. Effectiveness of school-based smoking prevention curricula: systematic review and meta analysis. *BMJ Open* 2015;5: e006976. doi:10.1136/bmjopen-2014-006976

Sack, P.-M. et al. (2013). Was limitiert schulische Tabakprävention? *Präv Gesundheitsf* 2013 · 8:246–251. DOI 10.1007/s11553-013-0388-z

<sup>13</sup> Soziale Kompetenz: Vermittlung von Problemlösung, Entscheidungsfindung und kognitive Fähigkeiten, um persönlichen oder medialen Einflüssen zu widerstehen; Steigerung der Selbstkontrolle & des Selbstwertgefühls; Entwicklung von Strategien für Stressbewältigung & Durchsetzungsfähigkeit.

Soziale Einflüsse: Maßnahmen zur Überwindung sozialer Einflüsse; Bewusstwerden von sozialen Einflüssen für Tabakkonsum; Vermittlung von Fähigkeiten „Nein“ zu sagen, mit Gruppenzwang und Situationen mit hohem Risiko umzugehen, die zum Rauchen verführen.

Stakeholdern zu bekräftigen. Auch die Schüler\_innen der Fallstudien geben an, eine Unterscheidung nach Alter sei aus ihrer Sicht sinnvoll.

- Auch wenn dieses Jahr das Institut für Jugendkulturforschung in die Initiative einbezogen wurde, sind damit die Möglichkeiten der partizipativen Beteiligung von Kindern und Jugendlichen sicherlich nicht ausgereizt. Die Arbeit mit **verstärkter Partizipation und Einbindung von Peers** könnte ein zentraler Schlüssel für die Weiterentwicklung sein. Hier wären auch Pilotprojekte sinnvoll, um den damit verbunden Aufwand abschätzen zu können.
- Die **Maßnahmen der Fachstellen im Rahmen der TPI** (Elternkurzintervention „Übers Rauchen Reden“, Lebenskompetenzprogramm PLUS etc.) bilden im Sinne einer multimodalen Präventionsarbeit eine **gute Ergänzung zum YOLO-Wettbewerb**. Eine **stärkere Bezugnahme** (wenn möglich sogar Verknüpfung der Maßnahmen der Fachstellen und von YOLO) wäre aus Evaluierungssicht empfehlenswert. Denkbar wäre darüber hinaus eine Kooperation mit weiteren Projekten zum selben Thema, die in einzelnen Bundesländern durchgeführt werden, bspw. von der Krebshilfe. Eine höhere Flexibilität für die Fachstellen, welche konkreten Interventionen sie an Schulen im Rahmen der TPI umsetzen, wird grundsätzlich als nützlich erachtet, bedarf aber auch zusätzlicher Abstimmungsarbeit (z.B. mit welcher Zielgruppe werden die Maßnahmen durchgeführt? an welchen Schulen?). Zu vermeiden gilt es, Parallelstrukturen aufzubauen, aber das, was an evidenzbasierten Interventionen zur Thematik da ist und wirkt, bestmöglich zu nutzen.