

Evaluation von «cool and clean»

Teilstudie 2b: Wirkungen von «cool and clean» bei
Verbänden und Vereinen sowie bei den kantonalen
Stellen

Bericht zuhanden von Swiss Olympic

Luzern, den 20. Oktober 2015

IMPRESSUM

Autorinnen und Autoren

Oetterli, Manuela, Dipl. Natw. ETH und MPH (Projektleitung)

Dietrich, Flurina, MA

Hanimann, Anina, MA Politikwissenschaft

Fässler, Sarah, lic. ès sciences sociales + DEA ès sciences politiques

Niederhauser, Andrea, lic ès lettres, MPH

INTERFACE

Politikstudien Forschung Beratung

Seidenhofstrasse 12

CH-6003 Luzern

Tel +41 (0)41 226 04 26

interface@interface-politikstudien.ch

www.interface-politikstudien.ch

Auftraggeber

Swiss Olympic

Laufzeit

November 2013 bis November 2015

Übersetzung

Aus der Originalsprache durch Apostroph Luzern AG

Zitiervorschlag

Oetterli, Manuela; Dietrich, Flurina; Fässler, Sarah; Hanimann, Anina; Niederhauser, Andrea (2015): Evaluation von «cool and clean». Teilstudie 2b: Wirkungen von «cool and clean» bei Verbänden und Vereinen sowie bei den kantonalen Stellen. Interface Politikstudien Forschung Beratung, Luzern.

Projektreferenz

Projektnummer: 13-23

INHALTSVERZEICHNIS

ABSTRACT	5
BEANTWORTUNG DER EVALUATIONSFRAGEN UND EMPFEHLUNGEN	6
Ergebnisse zu den Verbands- und Vereinsverantwortlichen	7
Ergebnisse zu den kantonalen Fachstellen	10
Ergebnisse zu den kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen	12
Ergebnisse zu den Sportanlagen	14
Ergebnisse zu den Sportanlässen	15
Ergebnisse zu den Lagern	16
Ergebnisse zu den Kursen	18
Fazit und Empfehlungen	19
ABSTRACT	22
RESULTS OF THE EVALUATION QUESTIONS AND RECOMMENDATIONS	23
Results from the association and club officials	24
Results from the cantonal agencies	27
Results from the cantonal «cool and clean» ambassadors	29
Results from the sports facilities	30
Results from the sporting events	32
Results from the camps	33
Results from the courses	34
Conclusion and recommendations	35
I EINLEITUNG	39
1.1 Kurzportrait von «cool and clean»	39
1.2 Aufbau des Berichts	40
1.3 Dank	40
2 EVALUATIONSDESIGN	41
2.1 Fragestellungen und Outcomeziele	41
2.2 Vergleichsebenen	41
2.3 Methodisches Vorgehen	42
2.4 Möglichkeiten und Grenzen der Evaluation	48

3	ERGEBNISSE NACH ZIELGRUPPEN	49
3.1	Verantwortliche von Verbänden und Vereinen	49
3.2	Verantwortliche von kantonalen Stellen	61
3.3	Kantonale «cool and clean»-Botschafter/ -innen	75
3.4	Verantwortliche von Sportanlagen	87
3.5	Verantwortliche von Sportanlässen	93
3.6	Verantwortliche von Sportlagern	103
3.7	Teilnehmende von J+S-Kursen	112
	ANHANG	117

ABSTRACT

Die Evaluation analysierte die Auswirkungen des Präventionsprogramms «cool and clean» auf der Ebene der Institutionen. Träger des Programms sind das Bundesamt für Gesundheit (BAG), das Bundesamt für Sport (BASPO) und die Swiss Olympic Association. Die Fragestellungen fokussierten auf die Beurteilung des Images und Konzepts sowie die Umsetzung und die Wirkungen von «cool and clean» bei Verbänden, Vereinen und der öffentlichen Hand. Ein besonderes Gewicht lag dabei inhaltlich auf der Tabakprävention sowie auf den Settings Sportanlagen, Sportanlässen, J+S-Lager und J+S-Kurse. Zur Beantwortung der Fragen wurden eine teilstandardisierte telefonische Befragung von Verantwortlichen von Verbänden, Vereinen und Sportanlagen, eine repräsentative Online-Befragung bei kantonalen Stellen, Experteninterviews bei kantonalen «cool and clean»-Botschaftern/-innen sowie sieben Fallstudien an Sportanlässen und in Sportlagern durchgeführt. Ergänzend wurden Dokumente und Daten der Programmleitung ausgewertet.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich das Programm im Setting Sport etabliert hat und auf breite Akzeptanz stösst. Die Sensibilisierung für Präventionsfragen bewegt sich insgesamt auf hohem Niveau, auch wenn in Bezug auf rauchfreie Aussenanlagen oder alkoholfreie Anlässe noch Sensibilisierungsbedarf besteht. Mit der Einsetzung von kantonalen Botschafter/-innen konnte der Zugang zum Setting Sport weiter gestärkt und die Zusammenarbeit zwischen dem Sport- und Präventionsbereich institutionalisiert werden. Sowohl die Programmleitung von «cool and clean» als auch die kantonalen Botschafter/-innen haben eine Fülle von Projekten und Massnahmen umgesetzt. Vieles wurde erreicht, was die Überprüfung der Outcomeziele von «cool and clean» verdeutlicht. Nach rund zehn Jahren ist die Aufbau- und Wachstumsphase des Programms erfolgreich abgeschlossen; nun gilt es, das Programm in eine Konsolidierungs- und Verankerungsphase überzuführen. Zu diesem Zweck sollen die Aktivitäten stärker fokussiert und koordiniert werden. Schwerpunkte sollen auf die engere Begleitung von Verbänden und Vereinen mit dem grössten Wirkungspotenzial sowie auf die systematische Verankerung von «cool and clean»-Richtlinien in den Kantonen gelegt werden.

BEANTWORTUNG DER EVALUATIONSFRAGEN UND EMPFEHLUNGEN

Das Präventionsprogramm «cool and clean» mit dem Schwerpunkt Jugendsport des Bundesamtes für Gesundheit (BAG), des Bundesamtes für Sport (BASPO) und von Swiss Olympic startete 2005 und wurde ab 2006 durch Aktivitäten für die Öffentlichkeit wahrnehmbar. Vorrangiges Ziel von «cool and clean» ist es, im Setting Sport den Einstieg in den Konsum von Suchtmitteln zu verhindern oder mindestens das Einstiegsalter möglichst hinauszuschieben. Dieses Setting umfasst die Zeitspanne und die Örtlichkeiten vor dem Sport, während dem Sportanlass und direkt nach dem Sport. «cool and clean» verfolgt einen ganzheitlichen Präventionsansatz mit dem Thema Tabakkonsum als Schwerpunkt. Konkret will das Programm *informieren*, so dass fairer sowie doping- und suchtmittelfreier Sport zu einer Selbstverständlichkeit wird, *verpflichten*, so dass vorbildhaftes Verhalten von Sportlerinnen und Sportlern suchtpreventiv wirkt, *Verhältnisse verändern*, so dass sie für Jugendliche suchtpreventiv wirken sowie *vernetzen*, damit Suchtprevention und Sport selbstverständlich zusammenwirken.

Die vorliegende Teilstudie 2b zu den institutionellen Veränderungen ist Teil einer umfassenden Evaluation des Programms «cool and clean». Sie analysiert die Wirkungen des Programms bei den Verbänden und Vereinen sowie bei den verantwortlichen Stellen der öffentlichen Hand. Im Fokus der Untersuchung stehen dabei die Wirkungen der beiden Teilprogramme «cool and clean»-Verbände und «cool and clean»-Kantone. Die Ergebnisse werden in Bezug zu den Resultaten der früher durchgeführten Evaluationen gesetzt, um so Aussagen zur institutionellen Verankerung von «cool and clean» bei den Institutionen zu generieren.

Die Evaluationsfragestellungen fokussieren erstens auf die Beurteilung des Images und des Konzepts von «cool and clean» bei den untersuchten Institutionen. Zweitens behandeln sie die Umsetzung und die Wirkungen von «cool and clean» bei diesen Institutionen, wobei ein besonderes Gewicht auf der Tabakprävention sowie der Umsetzung der «cool and clean»-Richtlinien im Bereich der Sportanlagen, der Sportanlässe, der J+S-Lager und -kurse liegt. Nebst der Beantwortung der Fragestellungen wird die Erreichung der Outcomeziele Z6 und Z8 bis Z18, welche sich die Programmleitung in Bezug auf die Umsetzung und Wirkungen der Aktivitäten von «cool and clean» bei den verschiedenen Institutionen gesteckt hat, überprüft. Die Untersuchung kombiniert qualitative und quantitative Methoden. Sie baut auf fünf empirischen Grundlagen auf, welche bei insgesamt sieben verschiedenen Befragungsgruppen erhoben wurden (vgl. nachfolgende Darstellung).

Übersicht über die Befragungsgruppen und Methoden der Erhebung

Befragungsgruppen:	Methoden				
	Telefon- befragungen	Fallstudien	Online-Befragung	Halbstandardisierte Interviews	Dokumenten-/ Datenanalyse
Verbände und Vereine: 40 Verantwortliche	●				○
Kantonale Stellen: 50 Verantwortliche			●		○
Kantonale «cool and clean»-Botschafter/-innen: 19				●	○
Sportanlagen: 20 Verantwortliche	●				○
Sportanlässe: 3 Verantwortliche und 111 Mitwirkende		●			○
J+S-Lager: 5 Verantwortliche und 22 Mitwirkende		●			○
J+S-Kurse: 1'390 Teilnehmende			●		○

Legende: ● = Methode kann wesentlichen Beitrag zur Beantwortung der Evaluationsfragen leisten;

○ = Methode kann ergänzenden Beitrag zur Beantwortung der Evaluationsfragen leisten.

Nachfolgend werden die Evaluationsfragen beantwortet. Diese sind entlang der sieben aufgeführten Befragungsgruppen geordnet. Da verschiedene Befragungsgruppen zu ähnlichen Aspekten befragt worden sind, werden wo möglich Querbezüge gemacht. Zudem werden jeder Befragungsgruppe die entsprechenden Outcomeziele zugeordnet, und es wird die Zielerreichung beurteilt. Dabei wird der Grad der Zielerreichung jeweils farblich markiert: Grün bedeutet, das Ziel wurde erreicht, orange, das Ziel wurde teilweise erreicht und rot bedeutet, das Ziel wurde nicht erreicht.

ERGEBNISSE ZU DEN VERBANDS- UND VEREINS- VERANTWORTLICHEN

Ziel von «cool and clean» ist es, die Verbände und Vereine zu aktivem Engagement zugunsten von «cool and clean» zu verpflichten und sie dabei zu unterstützen. Schwerpunkte bilden dabei die Integration der «cool and clean»-Richtlinien bei Sportanlagen und -anlässen, in Lagern und Kursen, die Gewinnung von neuen Teams sowie die Umsetzung des Wettbewerbs «Sport rauchfrei».¹

Frage 1: Wie beurteilen Vereins- und Verbandsverantwortliche «cool and clean» und die Aktivitäten im Bereich der Tabakprävention?

Wie bereits 2011 kennen die Befragten von Verbänden und Vereinen das Programm «cool and clean» und beurteilen dieses insgesamt sehr positiv. Als Begründung werden das gute Konzept, die praxisbezogene Umsetzung, die Unterstützung zur Verbreitung wichtiger Botschaften mittels Materialien und die grosse Präsenz und Akzeptanz des Programms bei der Zielgruppe genannt. Die grosse Mehrheit der Befragten ist der Ansicht, dass es ein nationales Präventionsprogramm im Sport braucht, um allgemeine

¹ Vgl. Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts von «cool and clean» vom 2. Oktober 2012 zuhanden des Tabakpräventionsfonds, S. 15.

Grundwerte zu vermitteln und die Vereine und Verbände bei der Präventionsarbeit gezielt zu unterstützen. Ebenfalls sind die «cool and clean»-Botschafter/-innen bei mehr als der Hälfte der Verbände und bei zwei Dritteln der Vereine bekannt und gut akzeptiert. Insgesamt geniessen die konzeptionellen Grundlagen des Programms eine hohe Zustimmung.

In Bezug auf die Tabakprävention ist die überwiegende Mehrheit der Befragten der Ansicht, dass an Sportveranstaltungen und auf Sportanlagen nicht geraucht werden sollte. Den Einfluss von «cool and clean» auf die Umsetzung von rauchfreien Veranstaltungen schätzen die Befragten jedoch eher gering ein und erachten andere Gründe (insbesondere das Passivrauchgesetz in Innenräumen) als ausschlaggebend. Bezüglich der Alkoholprävention ist mehr als die Hälfte der Befragten tendenziell gegen einen generellen Verzicht auf Alkoholausschank an Sportveranstaltungen, befürwortet jedoch mehrheitlich den Verzicht auf Alkoholausschank bei Veranstaltungen für Jugendliche. Insgesamt ist die grosse Mehrheit der Befragten mit den Programmaktivitäten zufrieden. Optimierungsbedarf sehen sie erstens bei der stärkeren Spezifizierung des Programms, so dass dieses je nach Sportart und Situation auf die unterschiedlichen Bedürfnisse eingegangen werden kann. Zweitens wird wie bereits 2011 eine noch stärkere Thematisierung des Umgangs mit Suchtmitteln statt der Nulltoleranz gewünscht. Drittens wird angeregt, zusätzliche finanzielle Mittel beispielsweise für innovative Projekte oder für den Breitensport bereitzustellen. Und viertens wird von den Vereinen eine intensivere Kommunikation mit «cool and clean» gewünscht.

Frage 2: Wie setzen Verbands- und Vereinsverantwortliche ihr «cool and clean»-Commitment um? In welcher Weise wirken sie beim Engagement für rauchfreie Sportanlagen und -veranstaltungen mit?

Die Umsetzung der Commitments, der Tabak- und Alkoholprävention sowie der Verankerung in den Statuten erfolgt in unterschiedlichem Masse. In Bezug auf die *Verbreitung* von «cool and clean» versteht sich die grosse Mehrheit der Verbände als Multiplikator und wirbt für das Mitmachen bei «cool and clean». Knapp ein Drittel der Verbandsverantwortlichen engagiert sich zudem ehrenamtlich für die Tabakprävention (z.B. in Vereinen). Von einem Grossteil der Verbände sowie knapp der Hälfte der Vereine werden «cool and clean»-Materialien an den eigenen Sportveranstaltungen genutzt.

In Bezug auf die *Tabakprävention* werden wie bereits 2011 von einer Mehrheit der befragten Verbände und Vereine rauchfreie Sportveranstaltungen durchgeführt, wobei diese Veranstaltungen mehrheitlich im Innenbereich stattfinden und somit auch nicht «cool and clean», sondern primär die Passivrauchgesetzgebung als Grund für das Rauchverbot angegeben wird. Unterschiede in der Durchführung rauchfreier Sportveranstaltungen zwischen Vereinen mit und ohne «cool and clean»-Teilnahme zeigen sich kaum. Dass rauchfreie Aussenveranstaltungen vermutlich noch selten sind und Sponsoring- und Werbeverbote für Tabak erst teilweise umgesetzt werden, zeigen die Fallstudien zu Sportanlässen (vgl. Frage 12). Ebenfalls weist die Befragung von Anlagenverantwortlichen darauf hin, dass die Umsetzung von Rauchverboten bei kleineren Anlagen erst am Anfang steht und sich die Umsetzung bei den kommerziellen Anlagen auf Familienzonen beschränkt (vgl. Frage 10).

Bezüglich der *Alkoholprävention* werden von einer Minderheit der Verbände und Vereine alkoholfreie Veranstaltungen durchgeführt, jedoch wird diese Tatsache kaum auf «cool and clean» zurückgeführt. Es zeigen sich auch kaum Unterschiede in der Durchführung alkoholfreier Veranstaltungen zwischen Vereinen mit und ohne «cool and clean»-Teilnahme. Im Vergleich zum Jahr 2011 zeigt sich, dass Verbände und Vereine zwar seltener generell auf den Alkoholausschank verzichten, dafür das Ausschankpersonal häufiger spezifisch bezüglich der Vorgaben des Jugendschutzes schulen: Bei zwei Dritteln der Befragten Verbände und bei knapp der Hälfte der Vereine werden Schulungen bei allen Veranstaltungen durchgeführt. Die Ergebnisse einer Umfrage von «cool and clean» bei 50 Verbänden in Zusammenhang mit dem Ethikcheck zeigen zudem auf, dass erst gut die Hälfte dieser Verbände über ein Verbot für Alkoholwerbung und -sponsoring verfügt.²

Hinsichtlich der *Verankerung* von «cool and clean» zeigt eine vom Evaluationsteam durchgeführte Analyse der Statuten sowie Jahres- beziehungsweise Geschäftsberichte der zwanzig grössten Schweizer Sportverbände, dass sowohl die Bezeichnung «cool and clean» als auch die damit verbundenen Begriffe „Alkohol“, „Tabak“, „Rauchen“, „Suchtprävention“ und „Jugendschutz“ bisher kaum Eingang in die jeweiligen Statuten und Jahres- beziehungsweise Geschäftsberichte gefunden haben. Jedoch hat bereits ein Viertel aller achtzig Verbände eine Zusammenarbeit mit «cool and clean» im Rahmen ihrer Leistungsvereinbarung mit Swiss Olympic verankert (vgl. Outcomeziel Z6). Bei den Vereinen wurde das angestrebte Ziel bezüglich der Verankerung von «cool and clean»-Richtlinien in den Statuten noch nicht erreicht (vgl. Outcomeziel Z12).

Frage 3: Hat das Programm «cool and clean» in den Augen von Verbands- und Vereinsverantwortlichen zu weitergehenden Veränderungen im Setting Sport beigetragen? Wenn ja, zu welchen?

Aus Sicht der Verbands- und Vereinsleitungen hat «cool and clean» teilweise zu Veränderungen beigetragen. Die grösste Wirkung von «cool and clean» sehen die Verbände darin, dass das Thema Suchtprävention im Verband regelmässig thematisiert wird und dass der Anteil Weiterbildungen, in welchen die Suchtprävention integriert ist, grösser geworden ist. In Bezug auf Tabak ist rund die Hälfte der befragten Vereine der Ansicht, dass im Rahmen der Vereinsaktivitäten weniger geraucht wird. Aber nur eine Minderheit der Verbände und Vereine ist der Ansicht, dass der Anteil rauchfreier Veranstaltungen zugenommen hat. In Bezug auf Alkohol gibt im Vergleich zum Rauchen ein kleinerer Anteil der befragten Vereine an, dass heute weniger Alkohol konsumiert wird. Entsprechend geben auch weniger Verbände und Vereine an, dass der Anteil alkoholfreier Veranstaltungen zugenommen hat. Der Nutzen von «cool and clean» für die Alkoholprävention wird von einer Mehrheit der Befragten positiv beurteilt, dies im Gegensatz zur Tabakprävention, wo der Nutzen als gering erachtet wird, da der Tabakkonsum in Verbänden und Vereinen scheinbar nicht mehr gleich problematisch erlebt wird wie noch vor einigen Jahren. Insgesamt beurteilen die Befragten den Nutzen des Programms «cool and clean» im Verhältnis zum damit verbundenen Aufwand jedoch sehr positiv.

² Quelle: Auswertung Ethik-Check I, Oktober 2013 bis 16. April 2015 der Programmleitung von «cool and clean».

Outcomeziel Z6 erreicht: Fünf Sportverbände setzen «cool and clean»-Themen gemäss den Anforderungen in den Leistungsvereinbarungen um.

Dieses Ziel wurde erreicht: Swiss Olympic hat Mitte 2015 mit 48 von 80 Verbänden eine Leistungsvereinbarung abgeschlossen, welche die Durchführung eines sogenannten Ethikchecks beinhaltet. Davon abgeleitet definieren die Verbände Massnahmen, welche sie in den nächsten vier Jahren umsetzen wollen. Für das Jahr 2014 haben 22 Verbände eine Aktivität im Zusammenhang mit «cool and clean» erwähnt, mehrheitlich handelte es sich dabei um eine Aktion zur Gewinnung von Mitgliedern.

Outcomeziel Z12 nicht erreicht: Insgesamt haben 600 Vereine den Artikel zur Rauchfreiheit in die Statuten aufgenommen. Zudem haben von 2013 bis 2015 2'400 Teams am Wettbewerb teilgenommen.

Diese beiden Ziele wurden verfehlt: Bis Mitte 2015 haben erst 417 Vereine im Rahmen des Wettbewerbs Sport rauchfrei den entsprechenden Artikel in ihre Statuten aufgenommen und diesen bei der Programmleitung von «cool and clean» eingereicht (dabei bleibt unberücksichtigt, dass es vermutlich auch Vereine gibt, welche den Artikel aufgenommen, aber nicht bei «cool and clean» eingereicht haben). Zudem haben sich zwischen 2013 und Mitte 2015 erst 1'845 Teams für den Wettbewerb eingeschrieben, und 523 haben den Ehrenkodex eingereicht.

ERGEBNISSE ZU DEN KANTONALEN FACHSTELLEN

Ziel von «cool and clean» ist es, die Kantone zu aktivem Engagement zugunsten von «cool and clean» zu verpflichten und sie dabei zu unterstützen. Schwerpunkte bilden die Integration der «cool and clean»-Richtlinien bei Sportanlagen und -anlässen, in Lagern und Kursen, die Einsetzung von «cool and clean»-Botschafter/-innen sowie die Durchführung von kantonsspezifischen Projekten. Dabei arbeitet «cool and clean» mit den kantonalen Fachstellen (FS) aus den Bereichen Sport sowie Gesundheit/Prävention zusammen.³

Frage 4: Wie beurteilen die kantonalen Stellen «cool and clean» und insbesondere die Aktivitäten im Bereich Tabakprävention?

Wie bereits 2011 beurteilen die kantonalen Stellen «cool and clean» und seine Aktivitäten positiv. So stossen die konzeptionellen Grundlagen bei den Verantwortlichen auf hohe Akzeptanz. Eine grosse Mehrheit der Befragten beurteilt «cool and clean» als wichtig für die Tabak-, aber auch für die Alkohol- und Gewaltprävention sowie für Prävention im Sport allgemein. Die gesamtschweizerische Bekanntheit und Akzeptanz des Programms und die gute Vernetzung auf verschiedenen Ebenen werden von den Befragten als Stärke empfunden. Ebenso heben sie den Einsatz von «cool and clean»-Botschafter/-innen sowie die vielfältigen Themen, Unterlagen und Materialien als besondere Stärken des Programms hervor. Dennoch sehen die Befragten auch Optimierungsbedarf. Dazu gehört die Gewinnung von Teams, der Anmeldeprozess, die Präsenz von Vorbildern, die Präsenz an Veranstaltungen, die Integration in J+S-Ausbildungen

³ Vgl. Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts von «cool and clean» vom 2. Oktober 2012 zuhanden des Tabakpräventionsfonds, S. 15.

sowie die Vernetzung innerhalb der Kantone. In Bezug auf die Aktivitäten im Bereich der Tabakprävention wünschen sich einzelne Befragte eine Intensivierung bei der Umsetzung rauchfreier Sportanlagen.

Frage 5: Welche direkten und indirekten Auswirkungen hat die Arbeit der kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen auf die kantonalen Stellen?

Die kantonalen Fachstellen stellen Auswirkungen auf die Zusammenarbeit mit Sportvereinen und die Sensibilisierung zum Thema Prävention fest. Die Mehrheit der Befragten gibt an, dass ihre Fachstelle dank kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen aktiver auf Sportvereine zugehen kann, dass dank ihnen mehr Teams und Sportvereine für die Anmeldung bei «cool and clean» gewonnen und diese besser betreut werden. Zudem sind sie der Ansicht, dass ihre Fachstelle sowie Funktionäre und Leitende von Sportvereinen dank den Botschafter/-innen generell stärker für das Thema Prävention im Sport sensibilisiert sind. Diese Angaben stimmen gut mit den Einschätzungen der «cool and clean»-Botschafter/-innen überein (vgl. Frage 8).

Frage 6: Wie ist bei den Fachstellen aus dem Bereich Gesundheit/Prävention die Intensivierung der Kontakte zum Setting Sport zu beurteilen?

Insgesamt hat eine weitere Intensivierung der Kontakte der Fachstellen aus dem Bereich Gesundheit/Prävention mit dem Setting Sport stattgefunden: So bestätigt rund ein Drittel der Fachstellen aus dem Bereich Gesundheit/Prävention eine Zunahme der Kontakte mit Fachstellen aus dem Bereich Sport in den letzten vier Jahren. Weiter halten zwei Drittel der Befragten die Aussage für zutreffend, dass dank «cool and clean» mehr Personen aus dem Bereich Sport wissen, dass sie sich bei Problemen an Präventionsfachstellen wenden können. Schliesslich gehört für knapp die Hälfte der befragten Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention Suchtprävention im Sport zu ihrem expliziten Auftrag. Von denjenigen Fachstellen ohne expliziten Auftrag zur Suchtprävention im Sport würden zwei Drittel einen entsprechenden Auftrag begrüssen.

Frage 7: Welche Auswirkungen hat «cool and clean» auf die Arbeit der kantonalen Präventionsstellen und Sportämter insbesondere im Bereich der Tabakprävention?

«cool and clean» wirkt sich auf die Arbeit der kantonalen Fachstellen im Bereich der Tabakprävention wie folgt aus: Gemäss den Befragten hat die Bedeutung der Tabakprävention für ihre Arbeit weiter zugenommen, und zwar um rund die Hälfte im Vergleich zur letzten Befragung 2011. Im Sportbereich beeinflusst «cool and clean» aus Sicht der Befragten beispielsweise die Durchführung von kantonalen J+S-Lagern: Ihren Angaben zufolge wird in keinem Lager mehr geraucht, und rund die Hälfte der Befragten führen dies auf «cool and clean» zurück. Insgesamt waren im 2014 ein Drittel aller kantonalen J+S-Lager bei «cool and clean» angemeldet (58 von 175). Bei den kantonalen J+S-Kursen wurde in mehr als der Hälfte der Kurse über «cool and clean» informiert (vgl. Outcomeziele Z8 und Z14). Auch stellen einzelne Befragte eine Zunahme an rauchfreien Sportanlagen und rauchfreien Zelten an Grossanlässen und verstärkte Kontrollen bezüglich der Jugendschutzbestimmungen fest. Im Präventionsbereich wirkt sich «cool and clean» insbesondere dahingehend aus, dass in elf von 13 kantonalen Tabakpräventionsprogrammen Prävention im Bereich Sport integriert ist.

Outcomeziel Z15 nicht erreicht: Acht Kantone binden die Förderung von Sportanlässen mit Swisslos- und Sport-Toto-Geldern an die Integration und Umsetzung von präventiven Massnahmen.

Im Rahmen der Befragung der kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen haben fünf Kantone spezifische Projekte erwähnt, welche zum Ziel haben, die Vergabe von Swisslos- und Sport-Toto-Geldern an die Integration und Umsetzung von präventiven Massnahmen zu knüpfen (vgl. Frage 9). Es gibt Projekte, die Beiträge für Vereine oder Verbände sprechen, die sich «cool and clean» verpflichten, andere wiederum sprechen Geld für Anlässe, Umbauten oder Veranstaltungen, wenn gewisse Richtlinien eingehalten werden. Das Ziel wurde somit nicht beziehungsweise erst teilweise erreicht.

ERGEBNISSE ZU DEN KANTONALEN «COOL AND CLEAN»-BOTSCHAFTER/-INNEN

«cool and clean» hat zum Ziel, das Konzept der kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen weiterzuverfolgen und dieses in den Kantonen individuell anzupassen und auszubauen. Wichtig hierbei ist auch die Einbettung von «cool and clean» und der kantonalen Botschafter/-innen in die Entwicklung und Umsetzung der kantonalen Tabakpräventionsprogramme. Gemäss Pflichtenheft umfassen die Aufgaben der Botschafter/-innen die Kontaktpflege im Sportbereich zur Gewinnung von Teams, die Vernetzung innerhalb der kantonalen Verwaltung sowie die Umsetzung kantonsspezifischer Projekte.

Frage 8: Wie ist die Verankerung von «cool and clean» in den Strukturen der Kantone zu beurteilen?

Die institutionelle Verankerung von «cool and clean» in den Kantonen kann als gut beurteilt werden: Bis Mitte 2015 sind in 19 Kantonen Botschafter/-innen eingesetzt worden und soeben konnte ein neuer Botschafter gewonnen werden (vgl. auch Outcomeziel Z13). Zudem sind bei elf der 13 in Frage kommenden Kantone die «cool and clean»-Aktivitäten in den kantonalen Tabakpräventionsprogrammen integriert. Die befragten Botschafter/-innen in der Deutschschweiz sind mit einer Ausnahme bei den Sportämtern, diejenigen der lateinischen Kantone bei Präventionsfachstellen angesiedelt. Die Aktivitäten der Botschafter/-innen dienen der nachhaltigen Verankerung von «cool and clean» in den Kantonen. Als Erfolgsfaktor für die Verankerung kann die Angliederung der Botschafter/-innen bei einem Sportamt betrachtet werden, da so aus Sicht der Botschafter/-innen der Zugang zum Setting Sport vereinfacht ist.

Frage 9: Wie und mit welchen Wirkungen werden kantonsspezifische Projekte umgesetzt?

Die Untersuchung zeigt, dass sehr viele spezifische Projekte und Massnahmen in den Kantonen umgesetzt werden, dass diese aber anders als ursprünglich geplant nicht zentral von der Programmleitung erfasst und begleitet werden. Aufgrund verschiedener Datenquellen wurden insgesamt 105 Projekte und Massnahmen identifiziert, wovon die eine Hälfte abgeschlossen ist und die andere sich in Umsetzung befindet. Der Evaluation liegen nur vereinzelt Angaben zur Umsetzung und Wirkung der Projekte vor. Die Projekte lassen sich vier Kategorien zuordnen:

- *44 Interventionsprojekte:* Diese Kategorie umfasst mehrheitlich Aktionen zur Gewinnung von Mitgliedern (v.a. in Deutschschweizer Kantonen), aber auch die Durchführung von Kampagnen, Massnahmen zur temporären Umsetzung von Rauchverböten, die Zurverfügungstellung von Ausleihmaterial sowie die Durchführung von «cool and clean»-Games. Ein konkreter Link zwischen den Aktivitäten und der Zahl der neu gewonnenen Teams kann nicht gemacht werden, da die Registrierung nicht über die «cool and clean»-Botschafter/-innen erfolgt. Die Botschafter/-innen gehen jedoch davon aus, dass Massnahmen mit direktem und persönlichem Kontakt wie Standaktionen oder J+S-Kurse zu neuen Anmeldungen führen. Zudem gibt die Statistik von «cool and clean» Hinweise darauf, dass in einzelnen Kantonen nach Einsetzung der Botschafter/-innen eine Zunahme bei neu gewonnenen Teams verzeichnet wurde.
- *40 Policyprojekte:* Zu dieser Kategorie werden Aktivitäten gezählt, welche die Verankerung von Richtlinien bei Vereinen und Verbänden, bei Subventionen, bei Sportanlagen sowie in Gemeinden zum Ziel haben. Auffällig ist, dass diese Projekte mit Ausnahme der Projekte zur kommunalen Verankerung mehrheitlich in Kantonen umgesetzt werden, bei welchen die Botschafter/-innen in einem Sportamt angesiedelt sind. Im Bereich der *rauchfreien Anlagen* zeigen zwei Projekte, dass sie zu 16 (teilweise) rauchfreien Anlagen beitrugen. Zudem deutet die Statistik der Materialbestellungen der Programmleitung darauf hin, dass in den letzten zwei Jahren mindestens 200 Aussenanlagen (teilweise) als rauchfrei gekennzeichnet worden sind (vgl. Outcomeziel Z16). Die Verankerung von *Richtlinien bei Subventionen* im Rahmen der spezifischen Projekte führte in fünf Kantonen dazu, dass kantonale Beiträge für Vereine oder Verbände, Geld für Anlässe, Umbauten oder Veranstaltungen nur gesprochen wurden, wenn gewisse Richtlinien eingehalten wurden. Bezüglich der Verankerung von *Richtlinien in Gemeinden* zeigen die Erfahrungen in der Romandie, dass der Zugang zu diesem Setting schwierig ist. Bei Verbänden und Vereinen gibt es ebenfalls nur Hinweise aus der Statistik Sportrauchfrei, welche zeigt, dass die Zielsetzung diesbezüglich nicht erreicht worden ist.
- *16 Projekte im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit:* Diese Kategorie beinhaltet Medienarbeit, die Nutzung von Online-Kanälen sowie eigene Kommunikationsmittel. Hierzu liegen der Evaluation keine Angaben zu Wirkungen vor.
- *5 Vernetzungsprojekte:* In diese Kategorie fallen Projekte, welche die überkantonale Vernetzung der Botschafter/-innen oder die Vernetzung von «cool and clean»-Mitgliedern zum Ziel haben. Diese sollen unter anderem zu einer engeren Zusammenarbeit zwischen den Botschaftern/-innen der Romandie, der Halbkantone Basel-Landschaft und Basel-Stadt sowie der Zentralschweizer Kantone führen.

Outcomeziel Z13 erreicht: 18 Kantone haben eine «cool and clean»-Botschafterin/einen «cool and clean»-Botschafter angestellt und setzen sich für Tabakprävention im Sport ein.

Bis Mitte 2015 sind in 19 Kantonen kantonale «cool and clean»-Botschafter/-innen aktiv, wobei der Kanton Genf vom Botschafter des Kantons Waadt teilweise mitbetreut wird. Als zwanzigster Kanton konnte soeben Obwalden gewonnen werden. Somit wurde das Ziel erreicht, bis 2015 über mindestens 18 kantonale Botschafter/-innen zu

verfügen. Insgesamt kann gefolgert werden, dass sich alle «cool and clean»-Botschafter/-innen im Rahmen der Kontaktpflege im Sportbereich, der kantonalen Tabakpräventionsprogramme und/oder von spezifischen Projekten in unterschiedlichem Mass für Tabakprävention im Sport einsetzen.

Outcomeziel Z18 erreicht: In zehn Kantonen wurden spezifische Projekte geplant oder sind bereits in der Umsetzungsphase.

Insgesamt wurden 105 Projekte eruiert, die im weiteren Sinne als spezifische Projekte gelten. Somit wurde das Ziel, in zehn Kantonen spezifische Projekte umzusetzen, erreicht. Da Swiss Olympic nur über eine Liste mit zehn Projekten verfügt, weist darauf hin, dass die Datenlage verbessert werden muss. Zudem braucht es eine klare Definition des Begriffs „spezifische Projekte“.

ERGEBNISSE ZU DEN SPORTANLAGEN

Mit gezielten Interventionen will «cool and clean» Besitzer und Betreiber von Sportanlagen unterstützen, dass deren Nutzer/-innen vor dem Passivrauchen geschützt werden. Von der Planung bis hin zur Umsetzung der rauchfreien Zonen bietet «cool and clean» Leistungen an. Die Verhältnisse bei Sportstätten sollen so verändert werden, dass für rauchfreie Bedingungen sowie für die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes gesorgt ist. Das Ziel ist, jedem Betreiber einer Sportanlage eine individuelle Lösung anzubieten. Bei den Sportanlagen richtet sich das Hauptaugenmerk auf die Aussenanlagen, da Indooranlagen seit der Einführung des „Gesetzes zum Schutz vor Passivrauchen“ rauchfrei sind.

Frage 10: Wie und mit welchen Effekten wird das Anliegen von «cool and clean» bezüglich rauchfreier Outdoor-Sportanlagen umgesetzt?

Im letzten Evaluationsbericht wurde eine Fokussierung von «cool and clean» auf den Aussenbereich von Sportanlagen als Empfehlung angeregt. Die Erhebung bei den Verantwortlichen von kommerziellen, kleinen und kommunalen Sportanlagen zeigt auf, dass hier erst wenige Fortschritte erzielt worden sind. Bei den Befragten besteht erst eine geringe Sensibilisierung für die Nützlichkeit/Notwendigkeit von Rauchverböten im Aussenbereich. Als Begründung für fehlende Rauchverböte wird angegeben, dass diese entweder unnötig sind oder sich nicht durchsetzen lassen, da die dafür notwendigen personellen Ressourcen fehlen. Aus diesem Grund existieren bei keiner der untersuchten kleinen Anlagen Rauchverböte im Aussenbereich. Bei den grösseren kommerziellen Anlagen haben wie bereits vor vier Jahren erst etwa die Hälfte Rauchverböte im Aussenbereich umgesetzt, dies insbesondere in den Familienzonen. Deren Einhaltung wird gemäss Angabe der Befragten systematisch überprüft. Bei den untersuchten kommunalen Anlagen hat erst eine Minderheit Rauchverböte umgesetzt, und zwar auf dem Schularreal, auf Aussenanlagen und Fussballplätzen. Nur von einem Teil dieser Anlagen wird die Rolle von «cool and clean» für die Umsetzung der Rauchfreiheit im Aussenbereich als bedeutend beurteilt. Stärken sehen die Befragten in Bezug auf den Wiedererkennungseffekt und die Präsenz des Labels; die Präsenz könnte jedoch noch stärker sein und vermehrt Sportler/-innen einbeziehen. Ebenfalls werden die verfügbaren Materialien sowie der klare Fokus gelobt.

Outcomeziel Z10 vermutlich erreicht: Insgesamt 50 Fussballplätze haben rauchfreie Zonen im Zuschauerbereich.

«cool and clean» hat gemeinsam mit dem Fussballverband die Kampagne 90 Minuten rauchfrei lanciert. Ziel ist es, das Spielfeld und den Zuschauerbereich während Nachwuchsspielen als rauchfreie Zone zu kennzeichnen. Die Statistik der Bestellungen von Kennzeichnungsmaterial zwischen 2012 und Ende 2013 (und vereinzelt 2014) zeigt 90 Bestellungseingänge (Deutschschweiz 65, Lateinische Schweiz 25). Falls das Material von den Vereinen tatsächlich angebracht worden ist, kann das Ziel von 50 markierten rauchfreien Zonen im Zuschauerbereich als erreicht betrachtet werden. Die Datenlage lässt jedoch keine genauere Beurteilung der Zielerreichung zu.

Outcomeziel Z16 erreicht: Insgesamt gibt es 200 Outdoor-Sportanlagen, welche im Sport- und Zuschauerbereich zumindest teilweise rauchfrei sind.

Die Statistik von «cool and clean» zeigt, dass innerhalb von zwei Jahren 198 Bestellungen für die Kennzeichnung von rauchfreien Outdoor-Sportanlagen eingegangen sind. Es kann jedoch nicht eruiert werden, ob es sich bei den Bestellenden um Verantwortliche von Anlagen im Privatbesitz oder im Besitz von Gemeinden handelt. Geht man davon aus, dass die Materialien tatsächlich für die Kennzeichnung rauchfreier Anlagen eingesetzt worden sind, so wurde das Ziel von 200 rauchfreien Outdoor-Anlagen erreicht. Die Auswertung der interaktiven Karte von «cool and clean» zur Selbstdeklaration rauchfreier Sportanlagen zeigt zudem, dass 54 Gemeinden in 16 Kantonen insgesamt 64 Anlagen eingetragen haben, wobei die Kantone Aargau, Bern und St. Gallen die meisten Anlagen deklariert haben. Weiter haben 312 Vereine in 26 Kantonen Anlagen eingetragen. Es sind primär Schiesssport-, Fussball- sowie Tennisvereine.

ERGEBNISSE ZU DEN SPORTANLÄSSEN

«cool and clean» unterstützt Organisator/-innen von Sportanlässen bei der Durchführung ihrer Veranstaltungen nach den Regeln von «cool and clean». Zu diesen Regeln gehören primär die rauchfreie Durchführung der Veranstaltung, die konsequente Einhaltung des Jugendschutzes sowie der Verzicht auf Sponsoring der Tabakindustrie und auf Werbung für Tabakwaren. Im Gegenzug können die Veranstalter/-innen Verbrauchs- und Ausleihmaterial beziehen und erhalten Beratung und Schulung.

Frage 11: Wie und mit welchen Effekten werden die Anliegen von «cool and clean», insbesondere Rauchfreiheit und Einhaltung des Jugendschutzes, an Sportveranstaltungen umgesetzt?

Die Ergebnisse der drei Fallstudien zeigen auf, dass die optische und akustische Präsenz von «cool and clean» an den drei Veranstaltungen insgesamt eher gering war. Entsprechend wurde «cool and clean» nur von einem geringen Teil der befragten Jugendlichen wahrgenommen, obwohl die Mehrheit der Jugendlichen «cool and clean» kennt. Ein *Rauchverbot* galt in allen Innenräumen der drei Veranstaltungen, und dieses konnte auch mehrheitlich durchgesetzt werden. Die Aussenräume hingegen waren (mit Ausnahme einer Zuschauertribüne) bei keiner der drei Veranstaltungen rauchfrei. Als Grund geben die Veranstalter an, dass eine gesetzliche Grundlage fehle und die Einhaltung eines Rauchverbots schwierig zu kontrollieren wäre. Schliesslich wurde der Ver-

zucht auf Verkauf, Werbung und Sponsoring für Tabakwaren nur an zwei von drei Veranstaltungen eingehalten.

In Bezug auf den *Jugendschutz* zeigen die Fallstudien, dass bei allen Verkaufsständen Jugendschutz-Plakate angebracht waren. Ebenfalls wurden nichtalkoholische Getränke zu einem günstigeren Preis als alkoholische Getränke abgegeben. Die Vertretenden der Organisationskomitees zeigen sich mit der Umsetzung der Jugendschutz-Massnahmen im Bereich Alkohol zufrieden, da es zu keinen grösseren Zwischenfällen kam. Zudem weisen gemäss Aussage eines Veranstalters die von «cool and clean» organisierten Testkäufe darauf hin, dass im Vergleich zu den Vorjahren eine Verbesserung stattgefunden habe. Auch die Befragungen der Jugendlichen weist darauf hin, dass der Jugendschutz grösstenteils eingehalten werden konnte. Trotzdem hat mehr als die Hälfte der befragten Jugendlichen unter Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen Alkohol konsumiert. Somit kann gefolgert werden, dass der Wille für die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen vonseiten der Veranstalter vorhanden ist und der Jugendschutz auch greift.

Insgesamt zeigt sich, dass die Veranstalter/-innen das Programm positiv beurteilen und mit den Materialien und Beratungsleistungen sehr zufrieden sind. Sie arbeiten mit «cool and clean» zusammen und setzen Präventionsmassnahmen um, solange sie die Regeln mit einer gewissen Flexibilität umsetzen können. Dennoch stellt sich die Frage, ob die Zusammenarbeit nicht auch zustande käme, wenn diese verbindlicher geregelt und allen Veranstaltern die gleichen Vorgaben gemacht werden könnten. Schliesslich weisen die Fallstudien darauf hin, dass gezielt die Zusammenarbeit mit denjenigen Veranstaltungen gesucht werden sollte, bei denen sich ein reeller Bedarf für Alkohol- und Tabakprävention abzeichnet (z.B. an Turnfesten und an Grossveranstaltungen mit breitem Publikum), nicht aber mit Veranstaltungen im Bereich des Spitzensports, wo der Alkohol- und Tabakkonsum generell ein geringes Problem darstellt.

Outcomeziel Z9 erreicht: Total haben zwischen 2013 und Mitte 2015 500 Sportveranstalter «cool and clean» umgesetzt.

Die Sportveranstalter-Statistiken von Swiss Olympic zeigen, dass zwischen 2013 und Mitte 2015 394 persönliche Kontakte zwischen der Programmleitung von «cool and clean» und den Sportveranstaltern bestanden haben und von letzteren 507 Bestellungen ohne persönlichen Kontakt vorgenommen worden sind. Somit kann man davon ausgehen, dass rund 900 Sportveranstalter mindestens die Materialien von «cool and clean» eingesetzt haben. Damit kann dieses Ziel als erreicht betrachtet werden, auch wenn die Art und Qualität der Umsetzung nicht beurteilt werden kann.

ERGEBNISSE ZU DEN LAGERN

Lager werden sowohl von Verbänden und Vereinen wie auch von Kantonen durchgeführt. «cool and clean» stellt ein Angebot zur Unterstützung von Verantwortlichen von Sportlagern bereit, deren Teilnehmende zwischen zehn und 20 Jahre alt sind. Bedingung ist, dass die Leitenden die Commitments mit den Lagerteilnehmenden besprechen, eigene Commitments formulieren, die Leitenden diese Commitments vorleben und im Anschluss an das Lager «cool and clean» eine kurze Rückmeldung geben. Im Gegenzug

erhalten die Leitenden ein Camp-Kit mit Unterlagen für die Umsetzung von «cool and clean» sowie die Möglichkeit individuelle Produkte zu bestellen.

Frage 12: Wie ist die Wirksamkeit des Engagements von «cool and clean» in den Verbands- und Kantonslager zugunsten sauberer und insbesondere tabakfreier Lager zu beurteilen?

2014 ist ein Drittel aller kantonalen J+S-Lager (58 gemäss Angabe der Programmleitung von insgesamt 175 gemäss Angabe der befragten kantonalen Fachstellen) bei «cool and clean» angemeldet. Bei den Verbänden sind es 89 Lager (wobei das Total aller Lager nicht bekannt ist). Die vier Fallstudien machen deutlich, dass «cool and clean» sich positiv auf die untersuchten Lager auswirkt: In allen vier Lagern halten sich die Teilnehmenden an die Commitments, und es herrscht ein gutes und faires Klima. Zudem wurde bereits bei Frage 7 aufgezeigt, dass gemäss Aussage der Sportämter alle kantonalen Lager rauchfrei durchgeführt werden. Die Fallstudien der Verbandslager weisen aber auch darauf hin, dass das Rauchen und der Alkoholkonsum bei sportlich aktiven, leistungsorientierten Jugendlichen kein grosses Thema ist. Von grösserer Bedeutung sind hier die Themen Doping und Fairness. Die unterschiedliche Bedeutung der einzelnen «cool and clean»-Commitments in den verschiedenen Sportarten und für die einzelnen Teilnehmenden zeigt, dass es wichtig und richtig ist, die Umsetzung von «cool and clean» im Lager den jeweiligen sportartenspezifischen Bedürfnisse und Herausforderungen anzupassen und dementsprechend unterschiedliche Schwerpunkte zu setzen.

Die Fallstudien weisen weiter darauf hin, dass «cool and clean» sowohl von den Teilnehmenden als auch von den Leitenden als bedeutendes Präventionsprogramm erachtet wird. Zentral scheinen vor allem die frühe Thematisierung und Sensibilisierung für die «cool and clean»-Werte sowie gute Vorbilder im Sport, welche diese Werte verkörpern. Sie zeigen aber auch, dass eine häufige Auseinandersetzung mit «cool and clean» in immer derselben Art und Weise für Jugendliche eintönig werden kann. So wurde angeregt, in Bezug auf die Vermittlung der Commitments neue Formen wie beispielsweise ein Online-Tool zu entwickeln. Für die Umsetzung von «cool and clean» in Lagern wünschen sich die Leitenden zudem noch mehr persönliche Kontakte mit Verantwortlichen von «cool and clean» und würden anstelle von Materialien auch eine verstärkte Unterstützung vor Ort begrüssen. J+S-Weiterbildungen scheinen zudem ein guter Kanal zu sein, um den Leitenden neue Informationen und Anregungen zu vermitteln, wie sie die Anliegen von «cool and clean» in Lagern thematisieren könnten.

Outcomeziele Z8 und Z14 vermutlich erreicht: In 80 Prozent der angemeldeten Verbands- und Kantonslager werden die Commitments eingehalten.

Dieses Ziel kann nicht überprüft werden, da im Rückmeldeformular von «cool and clean» diese Frage nicht eingeschlossen wurde. Im Jahr 2014 waren insgesamt 89 Verbands- und 58 Kantonslager bei «cool and clean» angemeldet. 65 Prozent der Lagerleitenden haben ein Rückmeldeformular an «cool and clean» zurückgesendet. Die Auswertung dieser Formulare zeigt, dass in 95 Prozent dieser Lager die Commitments von «cool and clean» besprochen wurden, und die Leitenden von allen Lagern geben an, sich als Vorbild an die Commitments zu halten. Dies könnte ein Indiz dafür sein, dass auch in anderen Lagern die Commitments respektiert werden. Wir gehen deshalb da-

von aus, dass dieses Ziel erreicht worden ist. Es kann nicht zwischen Verbands- und Kantonslagern unterschieden werden.

ERGEBNISSE ZU DEN KURSEN

Kurse werden sowohl von Verbänden wie auch von Kantonen durchgeführt. Aus diesem Grund arbeitet «cool and clean» sowohl mit Verbänden wie auch mit den Sportämtern zusammen, um «cool and clean» als fixer Bestandteil in diesen Kursen zu verankern.

Frage 13: Wie gut kennen die Teilnehmenden von Aus- und Weiterbildungen von Verbänden und Kantonen die «cool and clean»-Commitments und wie setzen sie diese um?

Gemäss der Befragung von J+S-Kursteilnehmenden kennen 81 Prozent der Teilnehmenden von Verbandskursen und 88 Prozent der Teilnehmenden von kantonalen Kursen die Themen und Inhalte von «cool and clean» und die Commitments. Zwar konnten zwei Drittel der Befragten das Programm bereits vor dem Kursbesuch, dennoch geben 17 Prozent der Befragten an, in ihrer letzten J+S-Aus- oder Weiterbildung zum ersten Mal vom Programm gehört zu haben. Knapp die Hälfte der Teilnehmenden gibt an, dass in ihrem letzten Kurs über «cool and clean» informiert wurde, wobei dieser Anteil bei Verbandskursen etwas tiefer war als bei den kantonalen Kursen. Das heisst, die J+S-Aus- und Weiterbildungen tragen nach wie vor dazu bei, die Themen und Inhalte von «cool and clean» und den Commitments bei den Kursteilnehmenden bekannt zu machen. Dies trifft für Teilnehmende der lateinischen Schweiz etwas häufiger zu als für jene der Deutschschweiz.

Auch wenn das Programm vielen Teilnehmenden bereits vor dem letzten Kursbesuch bekannt war (gegebenenfalls hatten sie schon im Rahmen eines früheren Besuchs davon gehört), beurteilen sie die erhaltenen Informationen positiv. Die Mehrheit der Befragten gibt an, zu neuen Erkenntnissen und Ideen gelangt zu sein. Sie wissen nun besser, was «cool and clean» ist, an wen sie sich bei Fragen wenden können und wie sie die Commitments in ihrer Arbeit mit Jugendlichen thematisieren können. Schliesslich hat der Kursinput zwei Fünftel der Befragten dazu ermuntert, sich bei «cool and clean» anzumelden. Somit kann gefolgert werden, dass es «cool and clean» gut gelungen ist, sich in die J+S-Kurse zu integrieren und die Teilnehmenden am Ende des Kurses das Programm mehrheitlich kennen.

Outcomeziel Z11 wurde erreicht: 75 Prozent der Kursteilnehmenden jener Verbände, die «cool and clean» in die Aus- und Weiterbildung integriert haben, kennen die Commitments von «cool and clean».

Bei allen von Verbänden organisierten J+S-Kursen der letzten zwei Jahre geben 81 Prozent der Teilnehmenden an, «cool and clean» zu kennen. Somit ist dieses Ziel erreicht. Die Mehrheit der Befragten kannte «cool and clean» schon vor dem Kursbesuch; nur 16 Prozent hörten zum ersten Mal in der Aus- oder Weiterbildung davon. 43 Prozent der Teilnehmenden von Kursen von Verbänden gaben an, dass im Kurs über «cool and clean» informiert wurde.

Outcomeziel Z17 wurde erreicht: 75 Prozent der Kursteilnehmenden jener Kantone, die «cool and clean» in die Aus- und Weiterbildung integriert haben, kennen die Commitments von «cool and clean».

Die Erhebung zeigt, dass 88 Prozent der Teilnehmenden von kantonalen J+S-Kursen die Commitments von «cool and clean» kennen. Das Ziel wurde somit erreicht. Auch bei diesen Kursen hat nur eine Minderheit von 18 Prozent zum ersten Mal in der Aus- oder Weiterbildung davon gehört. 58 Prozent der Teilnehmenden von Kursen kantonaler Sportämter gaben an, dass im Kurs über «cool and clean» informiert wurde.

FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

Wie die Evaluationsergebnisse zeigen, kann «cool and clean» als erfolgreiches Programm bezeichnet werden. Die „Marke“ «cool and clean» hat sich im Setting Sport breit etabliert, und das Programm stösst bei den Akteuren auf grosse Akzeptanz. Die Sensibilisierung für Präventionsfragen bewegt sich insgesamt auf hohem Niveau, auch wenn in Bezug auf rauchfreie Aussenanlagen oder alkoholfreie Anlässe noch Sensibilisierungsbedarf besteht. Mit der Einsetzung von kantonalen Botschafter/-innen konnte der Zugang zum Setting Sport weiter gestärkt und die Zusammenarbeit zwischen dem Sport- und Präventionsbereich institutionalisiert werden. Sowohl die Programmleitung von «cool and clean» wie auch die kantonalen Botschafter/-innen haben eine Fülle von Projekten und Massnahmen umgesetzt. Vieles wurde erreicht, wie die Überprüfung der Outcomeziele von «cool and clean» verdeutlicht (vgl. nachfolgende Darstellung). Somit kann gefolgert werden, dass die Aufbau- und Wachstumsphase des Programms nach zehn Jahren erfolgreich abgeschlossen ist.

Übersicht über die Erreichung der Outcomeziele von «cool and clean»

Outcomeziele	Zielerreichung			
	bei Verbänden und Vereinen		bei Kantonen und Gemeinden	
Image und Konzept			Z13 Botschafter/-innen	
Umsetzung und Wirkung generell	Z6 Leistungsvereinbarungen	Z12 Statuten	Z15 Gelder	Z18 Spezifische Projekte
... in Bezug auf Anlagen	Z10 Rauchfreie Fussballplätze	Z16 Rauchfreie Outdoor-Anlagen		
... in Bezug auf Anlässe	Z9 Umsetzung «cool and clean»			
... in Bezug auf Lager	Z8 Umsetzung Commitments		Z14 Umsetzung Commitments	
... in Bezug auf Kurse	Z11 Vermittlung Commitments		Z17 Vermittlung Commitments	

Legende: grün = Outcomeziel wurde erreicht, pink = Outcomeziel wurde teilweise beziehungsweise nicht erreicht. Die Nummern beziehen sich auf die einzelnen Outcomeziele der Aktivitäten von «cool and clean».

Die Evaluation zeigt aber auch auf, dass beispielsweise in Bezug auf die spezifischen Projekte oder die tatsächliche Umsetzung von rauchfreien Aussenanlagen und -anlässen aufgrund der Datenlage nur bedingt Aussagen zur Wirkung von «cool and clean» ge-

macht werden können. Die Vielfalt der Aktivitäten macht es sowohl für die Programmleitung wie auch für die Evaluation schwierig, die Wirkungen sichtbar zu machen. Es besteht die Gefahr, dass sich das Programm „verzettelt“. Es gilt deshalb, das Programm in eine neue Phase zu überführen. Diese beinhaltet die Konsolidierung und nachhaltige Verankerung des Programms. Ausgehend von den Evaluationsergebnissen werden nachfolgend vier Empfehlungen zur Optimierung von «cool and clean» zuhanden der Programmleitung formuliert.

Empfehlung 1: Aktivitäten stärker fokussieren und koordinieren

Im Sinne einer grösseren Wirkungsorientierung des Programms empfehlen wir, die Aktivitäten des Programms stärker zu fokussieren und die Umsetzung stärker als bisher zwischen der nationalen und kantonalen Ebenen zu koordinieren. Die Empfehlungen 2 und 3 beinhalten konkrete Vorschläge in Bezug auf die Verbände und Vereine sowie die Kantone. Weiter sollten die Aktivitäten auf Bereiche mit dem grössten Wirkungspotenzial ausgerichtet werden. So ist beispielsweise das Wirkungspotenzial von «cool and clean» bei Breitensportanlässen und polysportiven Lagern höher einzuschätzen als bei entsprechenden Elitesportveranstaltungen. Zudem sollten die Ziele und Aktivitäten der «cool and clean»-Botschafter/-innen noch stärker als bisher auf diejenigen der «cool and clean»-Programmleitung abgestimmt werden, um dem Programm zu einer grösseren Durchschlagskraft zu verhelfen. Schliesslich besteht vermutlich Koordinationspotenzial zwischen den verschiedenen Präventionsprogrammen auf kantonaler Ebene (insbesondere mit den kantonalen Tabakpräventionsprogrammen), um Synergien bestmöglich zu nutzen und Doppelspurigkeiten beispielsweise bei der Datenerhebung zu vermeiden.

Empfehlung 2: Verbände und Vereine enger begleiten

Die Evaluationsergebnisse verdeutlichen, dass die Verbände und Vereine willens sind, Präventionsmassnahmen im Sport umzusetzen und dies auch tun. Die Verbände und Vereine schätzen dabei die relative Offenheit der Vorgaben von «cool and clean» und die Flexibilität bei deren Umsetzung. Die Daten deuten aber auch darauf hin, dass die Umsetzung bisher relativ „oberflächlich“ erfolgt ist und die Massnahmen nicht immer dort ansetzen, wo der Bedarf am grössten ist. Es gibt wenige Daten dazu, wie nachhaltig die Suchtprävention bei den Verbänden und Vereinen tatsächlich verankert ist und wie konsequent sie umgesetzt wird. Gleichzeitig wünschen sich die Verbände und Vereine eine (noch) engere Begleitung und Beratung von «cool and clean». Wir empfehlen deshalb, bei diesen Zielgruppen zukünftig (noch) mehr auf Qualität statt auf Quantität zu setzen. «cool and clean» hat gemäss eigener Angabe bereits mit rund zehn Verbänden grössere Projekte umgesetzt. Wir empfehlen, dass sich «cool and clean» noch stärker als bisher auf ausgewählte Verbände und ihre Vereine konzentriert (z.B. Verbände mit grosser Suchtproblematik). Diese Fokussierung würde es erlauben, mit den einzelnen Verbänden massgeschneiderte Ziele und umfassende Massnahmen in Bezug auf die teilnehmenden Teams, die Statuten, Anlagen, Anlässe, Lager und Kurse zu vereinbaren und die Umsetzung auf Verbands- und Vereinsebene gemeinsam mit den «cool and clean»-Botschafter/-innen (und ggf. weiteren Akteuren aus dem Präventionsbereich) zu begleiten. Auf diese Weise wäre sichergestellt, dass bedürfnisgerechte Massnahmen verbindlicher als bisher umgesetzt und Wirkungen dadurch besser sichtbar gemacht werden können. Dieses Vorgehen könnte auch dazu beitragen, die «cool and clean»-Teams der Vereine enger zu betreuen, deren langfristige Teilnahme so weit möglich zu

fördern und so die beschränkten Ressourcen der Botschafter/-innen optimal einzusetzen.

Empfehlung 3: «cool and clean» in Kantonen systematisch verankern

Die Evaluation zeigt, dass «cool and clean» auf der kantonalen Ebene deutliche Wirkungen bezüglich der institutionalisierten Zusammenarbeit zwischen den Fachstellen im Bereich Sport und Gesundheit/Prävention erzielen konnte. Weiter wurden in einzelnen Kantonen erfolgreich spezifische Projekte zur Verankerung von «cool and clean» in kantonalen Richtlinien durchgeführt. Die kantonalen Botschafter/-innen haben diesbezüglich einen wesentlichen Beitrag geleistet. Wir empfehlen deshalb erstens, das Konzept der «cool and clean»-Botschafter/-innen flächendeckend in allen Kantonen zu verankern und «cool and clean» obligatorisch in allen kantonalen J+S-Kursen und -Lagern zu integrieren. Zweitens soll die Verankerung der «cool and clean»-Richtlinien in den kantonalen Swisslos- und Sport-Toto-Gelder auf weitere Kantone ausgeweitet werden. Da eine solche Verankerung einen guten Zugang zu den entsprechenden Entscheidungsträgern in der Verwaltung erfordert und sich öffnende Gelegenheitsfenster genutzt werden müssen, empfehlen wir, mit den «cool and clean»-Botschafter/-innen entsprechende Vorgehenskonzepte zu erarbeiten.

Nebst den Kantonen spielen die Gemeinden bei der Umsetzung von Rauchverboten in kommunalen Aussenanlagen eine wichtige Rolle. Da sich jedoch in der Romandie gezeigt hat, dass dieser Zugang eher schwierig ist und die Sensibilisierung für die Umsetzung von rauchfreien Aussenanlagen eher gering ist, empfehlen wir im Sinne einer stärkeren Fokussierung, diese Zielgruppe nicht systematisch zu bearbeiten. Selbstverständlich schliesst dies nicht aus, interessierte Gemeinden weiterhin nach Bedarf zu unterstützen.

Empfehlung 4: Datenlage optimieren

Die Analyse der Daten der Programmleitung im Rahmen der Überprüfung der Outcomeziele hat gezeigt, dass zwar messbare Wirkungsindikatoren definiert worden sind, die entsprechende Datenerhebung jedoch optimiert werden sollte. Obwohl sehr viele Daten generiert werden, gibt es zum heutigen Zeitpunkt wenig gesicherte Daten zu den Wirkungen der Aktivitäten von «cool and clean». Wir schlagen deshalb vor, im Zuge der Fokussierung der Aktivitäten ausgewählte Schlüsselindikatoren zu definieren und deren Erhebung sicherzustellen. Diese Schlüsselindikatoren sollen systematisch in das Controlling sowie die Selbstevaluation der Programmleitung einfließen. Dazu gehören insbesondere gesicherte Zahlen zu den jährlich registrierten Teams (nach Stichdatum) sowie Informationen zur Umsetzung und Wirkung von spezifischen Projekten. Diese Datengrundlage kann eine zukünftige Fremdevaluation nutzen, um wichtige Aussagen zur Umsetzung und Wirkung von «cool and clean» zu machen und darauf aufbauend vertiefende und vor allem qualitative Erhebungen bei den Zielgruppen durchzuführen.

ABSTRACT

The evaluation analysed the effects of the «cool and clean» preventative programme at an institutional level. The main bodies responsible for the programme are the Swiss Federal Office of Public Health (FOPH), the Swiss Federal Office of Sport (FOSPO) and the Swiss Olympic Association. The questions focused on assessing the image and concept as well as the implementation and effects of «cool and clean» in associations, clubs and the public sector. In terms of content, special emphasis was given to smoking prevention as well as the environment at sports facilities, sporting events, youth+sport (Y+S) camps and Y+S courses. To answer the questions, a partially standardised telephone survey of officials at associations, clubs and sports facilities, a representative online survey of cantonal authorities, and expert interviews with cantonal «cool and clean» ambassadors were carried out, as well as seven case studies at sports events and in sports camps. Programme management documents and data were also analysed.

The results show that the programme has established itself in a sports setting and is widely accepted. Overall, the level of awareness of prevention issues is high, although there is still a need to raise awareness of smoke-free outdoor facilities or alcohol-free events. Appointing cantonal ambassadors has further reinforced the link with the sports environment and collaboration between sport and prevention activities has been institutionalised. Both the «cool and clean» programme management team and the cantonal ambassadors have created and implemented a wide range of projects and measures. A great deal has been achieved, as the review of the «cool and clean» programme's outcome goals illustrates. After around ten years, the development and growth phase of the programme has been successfully completed; now it is time to move it into the consolidation and embedding phase. To this end, activities are to become more focused and coordinated. Emphasis is to be placed on giving greater support to associations and clubs with the greatest potential impact and systematically embedding «cool and clean» guidelines in the cantons.

RESULTS OF THE EVALUATION QUESTIONS AND RECOMMENDATIONS

The «cool and clean» prevention programme focusing on youth sports that was launched in 2005 by the Swiss Federal Office of Public Health (FOPH), the Swiss Federal Office of Sport (FOSPO) and the Swiss Olympic Association first gained a profile in 2006 through activities for the general public. The primary goal of «cool and clean» is to prevent young people from starting to use addictive substances in a sporting environment, or at least to postpone use for as long as possible. This environment includes the time and the places before sport is played, during the sporting event and immediately after sport. «cool and clean» follows a holistic approach to prevention, with smoking as its main focus. Specifically, the programme aims to *inform*, so that sport becomes fair and free from drugs and doping as a matter of course; *establish a commitment*, so that athletes act as role models to prevent substance abuse; *change the underlying conditions*, so that they help prevent substance abuse among young people, and *establish networks*, so that sport and the prevention of substance dependence work together naturally.

This substudy 2b on institutional changes is part of a comprehensive evaluation of the «cool and clean» programme. It analyses the effects of the programme on the associations and clubs as well as the responsible public authorities. The study focuses on the effects of the two sub-programmes: «cool and clean» associations and «cool and clean» cantons. The results are to be compared to those from the previous evaluations in order to make statements about the degree to which «cool and clean» has become embedded in institutions.

The evaluation questions focus firstly on assessing the image and concept of «cool and clean» in the institutions being surveyed. Secondly, they cover the implementation and effects of «cool and clean» in these institutions, with a particular emphasis on preventing smoking and the adoption of «cool and clean» guidelines at sports facilities, sports events and Y+S camps and courses. Besides answering the questions, the aim is to check whether outcome goals Z6 and Z8 to Z18 have been achieved. These goals were set by the programme management team and relate to the implementation and effects of the activities of the «cool and clean» programme in the various institutions. The study combines qualitative and quantitative methods and is built on five empirical bases, which were obtained from a total of seven different survey groups (see figure below):

Overview of the survey groups and survey methods

Survey groups:	Methods				
	Telephone surveys	Case studies	Online survey	Semi-standardised interviews	Documents/ data analysis
Associations and clubs: 40 officials	●				○
Cantonal authorities: 50 officials			●		○
Cantonal «cool and clean» ambassadors: 19				●	○
Sports facilities: 20 officials	●				○
Sports events: 3 officials and 111 participants		●			○
Y+S camps: 5 officials and 22 participants		●			○
Y+S courses: 1,390 participants			●		○

Key: ● = method can make a significant contribution to answering the evaluation questions;

○ = method can make a supplementary contribution to answering the evaluation questions.

The following pages detail the answers to the evaluation questions, which are arranged according to the seven survey groups listed. As several survey groups have been questioned on similar aspects, cross-references are made where possible. In addition, each survey group is matched to their corresponding outcome goals and a judgement is made as to whether or not the objectives have been achieved. The extent to which the target has been achieved is colour-coded in each case: green means that the goal has been achieved, orange means that it has been partially achieved and red means it has not been achieved.

RESULTS FROM THE ASSOCIATION AND CLUB OFFICIALS

The aim of «cool and clean» is to commit associations and clubs to becoming actively involved in «cool and clean» and to support them in their efforts. The programme focuses on integrating «cool and clean» guidelines at sports facilities and sporting events and in camps and courses, getting new teams on board and implementing the „smoke-free sport“ competition.⁴

Question 1: How do club and association officials rate the «cool and clean» programme and its activities to prevent smoking?

As was the case back in 2011, those surveyed from associations and clubs had heard of the «cool and clean» programme and, overall, rated it as extremely positive. In justifying this rating, respondents listed the good concept, the practical implementation, the support provided for spreading important messages in the form of materials and the strong presence and wide acceptance of the programme by the target group. The vast majority of respondents believe that sport needs a national prevention programme

⁴ See request to finance a „cool and clean» prevention project from 2 October 2012, which was submitted to the Tobacco Prevention Fund, p. 15.

in order to pass on general fundamental values and support the clubs and associations with prevention work in a targeted manner. The «cool and clean» ambassadors are also known to and accepted by more than half the associations and two-thirds of the clubs. Overall, the conceptual bases of the programme enjoy a high level of support.

With regard to smoking prevention, the vast majority of those surveyed believe that people should not smoke at sporting events or sports facilities. However, they consider that «cool and clean» only has a slight impact when it comes to holding smoke-free events and believe that there are other key reasons behind this (in particular, the Federal Act on Protection from Passive Smoking indoors). With regard to alcohol prevention, more than half of the respondents are generally against a blanket ban on the sale of alcohol at sporting events; however, the majority support a ban on the sale of alcohol at events for young people. Overall, the vast majority of those questioned are satisfied with the programme's activities. In terms of where there is a need for improvement, they firstly believe that the programme needs to be more nuanced so that it can meet varying needs depending on the type of sport and the situation. Secondly, as in 2011, they think more focus should be placed on dealing with addictive substances instead of zero tolerance. Thirdly, it has been suggested that additional funding should be provided for innovative projects or for grass-roots sport, for example. And fourthly, the clubs are asking for more in-depth dialogue with «cool and clean».

Question 2: How do the officials at associations and clubs fulfil their «cool and clean» commitment? In what way do they put their commitment to smoke-free sports facilities and events into practice?

Implementing commitments, preventing smoking and alcohol consumption and embedding it in the by-laws is carried out to varying degrees. In relation to *spreading information* about «cool and clean», the vast majority of the associations see themselves as disseminators and promote involvement with the «cool and clean» programme. Just under a third of association officials also carry out voluntary work to prevent smoking (e.g. in clubs). The vast majority of the associations and just under half of the clubs use «cool and clean» materials at their own sporting events.

With regard to *smoking prevention*, a large majority of the surveyed associations and clubs hold smoke-free sporting events, as was the case in 2011. However, these events mainly take place indoors, which is why the passive smoking act is primarily given as a reason for the ban on smoking and not «cool and clean». There are hardly any differences between clubs that are involved in «cool and clean» and those that are not when it comes to holding smoke-free sporting events. The case studies on sporting events demonstrate that smoke-free outdoor events are apparently still rare and that bans on the sponsorship and advertising of tobacco have only partially been implemented (see question 12). The survey of facility managers also indicates that the implementation of smoking bans is only just beginning in smaller facilities and that in commercial facilities it is limited to family zones (see question 10).

With regard to *alcohol prevention*, a small minority of associations and clubs hold alcohol-free events, although this is rarely attributed to «cool and clean». There are also hardly any differences between clubs that are involved in «cool and clean» and those that are not when it comes to holding alcohol-free events. Compared to 2011, it

appears that, although associations and clubs implement fewer overall bans on the sale of alcohol, they are more likely to give their bar staff specific training in youth protection regulations. Training is carried out at all events in two-thirds of the associations surveyed and just under half the clubs. The results of a «cool and clean» survey of 50 associations regarding the ethics check also show that only half of these associations have banned alcohol advertising and sponsorship.⁵

With regard to the *embedding* of «cool and clean», an analysis of the by-laws and the annual or business reports of the twenty largest Swiss sports associations carried out by the evaluation team shows that both the name «cool and clean» and the related terms „alcohol“, „tobacco“, „smoking“, „prevention of substance dependence“ and „youth protection“ are hardly mentioned in the respective by-laws and annual or business reports. However, 20 out of the 80 associations have already established a partnership with «cool and clean» as part of their performance agreement with Swiss Olympic (see outcome goal Z6). When it comes to the clubs, the desired objective in terms of embedding «cool and clean» guidelines in the by-laws has not yet been achieved (see outcome goal Z12).

Question 3: In the eyes of the association and club officials, has the «cool and clean» programme contributed to any further-reaching changes in the sports environment? If so, what changes?

From the point of view of the association and club officials, «cool and clean» has contributed in part to changes. The associations believe that the biggest impact of «cool and clean» is that the issue of preventing substance dependence within the association is regularly discussed and that the proportion of training courses that cover the prevention of substance dependence has increased. With regard to tobacco, around half of the surveyed clubs believe that less smoking takes place during club activities. But only a minority of associations and clubs think that the proportion of smoke-free events has increased. Compared with smoking, a smaller percentage of surveyed clubs state that less alcohol is consumed these days. Accordingly, fewer associations and clubs also state that the number of alcohol-free events has increased. The majority of those questioned rate the benefits of «cool and clean» for alcohol prevention as positive. This is in contrast to smoking prevention, where the benefit is considered low, as smoking at associations and clubs is apparently no longer as big a problem as it was a few years ago. Relative to the effort involved, however, the respondents rate the benefits of the «cool and clean» programme as very positive overall.

Outcome goal Z6 achieved: five sports associations implement «cool and clean» concepts in accordance with the requirements in the performance agreements.

This goal was achieved: in mid-2015, Swiss Olympic concluded a performance agreement, which includes implementing an ethics check, with 48 out of 80 associations. The associations use this to define measures that they intend to implement in the next four years. In 2014, 22 associations mentioned an activity connected to «cool and clean». In most cases this was a campaign to attract members.

⁵ Source: Ethics check evaluation, 1 October 2013 to 16 April 2015, by the „cool and clean» programme management team.

Outcome goal Z12 not achieved: a total of 600 clubs have incorporated the article for banning smoking in their by-laws. 2,400 teams have also taken part in the competition between 2013 and 2015.

Neither of these goals was achieved: by mid-2015, only 417 clubs had incorporated the corresponding article in their by-laws as part of the smoke-free sport competition and submitted it to the «cool and clean» programme management team (this does not take into account the fact that there are probably also clubs that have incorporated the article but have not submitted it to «cool and clean»). In addition, only 1,845 teams signed up for the competition between 2013 and mid-2015 and 523 have submitted their code of ethics.

RESULTS FROM THE CANTONAL AGENCIES

The aim of «cool and clean» is to commit cantons to becoming actively involved in «cool and clean» and to support them in their efforts. The programme focuses on integrating «cool and clean» guidelines at sports facilities and sporting events and in camps and courses, appointing «cool and clean» ambassadors and implementing canton-specific projects. «cool and clean» works alongside the cantonal agencies in the sport and health/prevention sectors.⁶

Question 4: How do the cantonal authorities rate the «cool and clean» programme and, in particular, its activities for preventing smoking?

As was the case back in 2011, the cantonal authorities rate «cool and clean» and its activities as positive. For instance, officials have been highly approving of the conceptual bases. The vast majority of those surveyed judge «cool and clean» to be important for preventing not only smoking but also alcohol consumption and violence as well as for prevention in sport in general. The respondents see the nationwide awareness and acceptance of the programme and the good networking on a range of levels as some of the programme's strengths. They also highlight the use of «cool and clean» ambassadors and the range of topics, documents and materials as particular strengths of the programme. However, the respondents also see a need for improvement, including in terms of attracting teams, the registration process, the presence of role models, presence at events, integration in Y+S training courses and networking within the cantons. With regard to smoking prevention activities, several respondents want to see an increase in the number of smoke-free sports facilities.

Question 5: What are the direct and indirect effects of the work carried out by cantonal «cool and clean» ambassadors on the cantonal agencies?

The cantonal agencies are noticing effects on the collaboration with sports clubs and the raising of awareness of prevention issues. A large majority of respondents state that cantonal «cool and clean» ambassadors have enabled their agency to actively approach sports clubs and have led to more teams and sports clubs registering with «cool and clean» and receiving better support. They also believe that their agency and officials

⁶ See request to finance a „cool and clean» prevention project from 2 October 2012, which was submitted to the Tobacco Prevention Fund, p. 15.

and heads of sports clubs are more aware of prevention in sport across the board thanks to the ambassadors. These statements closely mirror the assessments made by the «cool and clean» ambassadors (see question 8).

Question 6: How effective has the increase in contact with the sports sector been for the health/prevention agencies?

Overall, there has been a further increase in contact between health/prevention agencies and the sports sector, with around a third of the health/prevention agencies confirming an increase in the amount of contact with sports agencies in the last four years. In addition, two-thirds of those surveyed agree that, thanks to «cool and clean», more people from the sports industry know that they can turn to prevention agencies in the event of problems. Finally, preventing substance dependence in sport is part of the specific mandate of just under half the health/prevention agencies surveyed. Of those agencies without a specific mandate to prevent substance dependence in sport, two-thirds would welcome such a remit.

Question 7: What effect is «cool and clean» having on the work of the cantonal prevention agencies and sports departments, particularly with regard to smoking prevention?

«cool and clean» is affecting the cantonal agencies' smoking prevention work in the following way: according to those surveyed, the importance of smoking prevention for their work has continued to increase, namely by about 50% compared to the last survey in 2011. The respondents believe that, in the sports sector, «cool and clean» influences the holding of cantonal Y+S camps, for example. They state that all the camps are now smoke-free and around half of the respondents attributed this to «cool and clean». Altogether, one third of all cantonal Y+S camps were registered with «cool and clean» in 2014 (58 out of 175). Participants were given information about «cool and clean» in more than half of the cantonal Y+S courses (see outcome goals Z8 and Z14). Individual respondents have also noticed an increase in smoke-free sports facilities and smoke-free tents at major events and stricter controls regarding youth protection regulations. In terms of prevention, the effect of «cool and clean» is demonstrated in particular by the fact that 11 out of 13 cantonal smoking prevention programmes include prevention in a sports setting.

Outcome goal Z15 not achieved: eight cantons link the support of sporting events with Swisslos and Sports Toto funds to the integration and implementation of preventative measures.

As part of the survey of the cantonal «cool and clean» ambassadors, five cantons mentioned specific projects geared towards linking the allocation of Swisslos and Sports Toto funds with the integration and implementation of preventive measures (see question 9). There are projects that fund clubs or associations that commit to the «cool and clean» programme, while others fund events, renovations or activities if certain guidelines are met. The goal was therefore not or only partly achieved.

RESULTS FROM THE CANTONAL «COOL AND CLEAN» AMBASSADORS

«cool and clean» aims to continue the concept of cantonal «cool and clean» ambassadors and to tailor and further develop this in each canton. What is also important in this case is to involve «cool and clean» and the cantonal ambassadors in the development and implementation of the cantonal smoking prevention programmes. According to the job specification, the ambassadors' tasks include maintaining contacts in the sports sector to attract teams, networking within the cantonal administration and implementing canton-specific projects.

Question 8: How well is «cool and clean» embedded in the structures of the cantons?

The institutional embedding of «cool and clean» in the cantons can be rated as good: by mid-2015, ambassadors have been used in 19 cantons and a new ambassador has also just been appointed (see also outcome goal Z13). In addition, «cool and clean» activities are integrated in the cantonal smoking prevention programmes in 11 out of the 13 eligible cantons. With one exception, the ambassadors surveyed in German-speaking Switzerland are part of the sports departments, while those from the French- and Italian-speaking cantons are based at prevention agencies. The ambassadors' activities help to embed «cool and clean» in the cantons for the long term. The ambassadors' affiliation with a sports department can be seen as a reason for the success of this embedding, as, from the point of view of the ambassadors, this makes it easier to access the sports environment.

Question 9: How are canton-specific projects implemented and what are the effects?

The study shows that a large number of specific projects and measures are being implemented in the cantons, but that they are not centrally registered or supported by the programme management team as originally planned. Based on a range of data sources, a total of 105 projects and measures have been identified, with half complete and half being implemented. The evaluation only contains a few details on the implementation and effects of the projects. The projects can be divided into four categories:

- *44 intervention projects:* this category primarily includes activities for acquiring members (particularly in German-speaking cantons) but also the execution of campaigns, measures for the temporary implementation of smoking bans, the provision of material on loan and the hosting of «cool and clean» games. No definite link can be made between the activities and the number of new teams because the registration was not carried out by «cool and clean» ambassadors. However, the ambassadors assume that measures involving direct and personal contact, such as street campaigns or Y+S courses, lead to new applications. In addition, statistics from the «cool and clean» programme indicate that, in some cantons, an increase in new teams was recorded following the appointment of the ambassadors.
- *40 policy projects:* this category includes activities which aim to embed guidelines at clubs and associations, at funding bodies, at sports facilities and in the municipalities. It is striking that, with the exception of the projects for municipal embedding, these projects are mainly implemented in cantons in which the ambassadors

are based in a sports department. In terms of *smoke-free facilities*, two projects demonstrate that they have contributed to 16 (partly) smoke-free facilities. In addition, the statistics from the orders for materials made by the programme management indicate that, in the last two years, at least 200 outdoor facilities have been (partly) designated as smoke-free (see outcome goal Z16). In five cantons, embedding *guidelines at funding bodies* as part of specific projects has led to cantonal contributions to clubs or associations and money for events, renovation work or activities only being promised if certain guidelines have been complied with. In terms of embedding *guidelines in municipalities*, experience in the French-speaking parts of Switzerland shows that it is difficult to penetrate this setting. For associations and clubs, there are also only indications from the smoke-free sports statistics which show that the objective has not been achieved in this regard.

- *16 public-relations-based projects*: this category includes media activities, the use of online channels and proprietary means of communication. The evaluation does not include any information about the effects of these measures.
- *5 networking projects*: this category includes projects that aim to link ambassadors across cantons or connect «cool and clean» members. These are intended, amongst other things, to lead to closer collaboration between the ambassadors from French-speaking Switzerland, the half-cantons of Basel-Landschaft and Basel-Stadt and the central Swiss cantons.

Outcome goal Z13 achieved: 18 cantons have appointed a «cool and clean» ambassador and are promoting smoking prevention in sport.

As of mid-2015, cantonal «cool and clean» ambassadors are active in 19 cantons, while the canton of Geneva is partially co-managed by the ambassador from the canton of Vaud. Obwalden has just become the twentieth canton on board. The goal of having at least 18 cantonal ambassadors by 2015 has therefore been achieved. Overall, it can be inferred that all «cool and clean» ambassadors promote smoking prevention in sport to varying degrees as part of maintaining contacts in the sports sector, cantonal smoking prevention programmes and/or specific projects.

Outcome goal Z18 achieved: specific projects have been planned or are already in the implementation stage in ten cantons.

A total of 105 projects have been identified which can be classed as specific projects in the broader sense. The goal of implementing specific projects in ten cantons has therefore been achieved. The fact that Swiss Olympic only has a list of ten projects indicates that the underlying data must be improved. The term „specific projects“ also needs to be clearly defined.

RESULTS FROM THE SPORTS FACILITIES

«cool and clean» aims to support sports facility owners and operators by carrying out targeted interventions to protect their customers against passive smoking. «cool and clean» offers a range of services from planning to implementing smoke-free zones. Conditions at sports facilities are to be changed to ensure that the facilities are smoke-

free and that youth protection regulations regarding alcohol consumption are complied with. The goal is to offer each sports facility operator an individual solution. At sports facilities, the main focus is on outdoor areas because indoor facilities have been smoke-free since the introduction of the Federal Act on Protection against Passive Smoking.

Question 10: How is the «cool and clean» programme's remit regarding smoke-free outdoor sports facilities implemented and what effect does this have?

The last evaluation report recommended that «cool and clean» should focus on outdoor areas at sports facilities. The survey of officials at commercial, small and municipal sports facilities shows that little progress has been made in this regard. Respondents only have limited awareness of the usefulness/need for smoking bans in outdoor areas. The reason given for the lack of smoking bans is that they are either unnecessary or could not be enforced because the facilities lack the required human resources. For this reason, there are no smoking bans in the outdoor areas of any of the small facilities surveyed. As was the case back in 2011, only around half of the larger commercial facilities have implemented smoking bans in outdoor areas, above all in the family zones. Information from those surveyed is used to systematically check whether the bans are being complied with. Only a minority of the municipal facilities studied have implemented smoking bans, namely around the school grounds, the outdoor facilities and the football pitches. Only some of these facilities consider «cool and clean» to have played a significant role in enforcing smoking bans outdoors. The respondents believe that the programme's strengths lie in the recognition factor and the presence of the label but that this presence could be increased and more athletes could be involved. The materials available and the clear focus were also praised.

Outcome goal Z10 presumably achieved: a total of 50 football pitches have no-smoking zones in the spectator areas.

«cool and clean» has launched the „90 minutes smoke-free“ campaign in collaboration with the Swiss Football Association. The aim is to designate the pitch and the spectator area as smoke-free zones during youth games. The labelling material order statistics show that 90 orders were received (German-speaking Switzerland 65, French- and Italian-speaking Switzerland 25) between 2012 and the end of 2013 (and some in 2014). Assuming the material has actually been used by the clubs, the goal of 50 designated smoke-free zones in the spectator area can be considered to have been achieved. However, the data situation does not allow an accurate assessment to be made on whether or not the goal has been achieved.

Outcome goal Z16 achieved: altogether, there are 200 outdoor sports facilities that are at least partly smoke-free in the sport and spectator area.

The «cool and clean» programme's statistics show that, within two years, 198 orders for material to designate smoke-free outdoor sports facilities have been received. However, it is impossible to determine whether the orders came from officials in charge of private facilities or those owned by municipalities. If it is assumed that the material has actually been used to designate smoke-free facilities, the goal of 200 smoke-free outdoor facilities has been achieved. The analysis of the «cool and clean» interactive map for the self-declaration of smoke-free sports facilities also shows that

54 municipalities in 16 cantons have registered a total of 64 facilities, with the cantons of Aargau, Bern and St. Gallen declaring the most facilities. 312 clubs, primarily shooting, football and tennis clubs, in 26 cantons have also registered facilities.

RESULTS FROM THE SPORTING EVENTS

«cool and clean» helps sports events organisers to carry out their events in accordance with the «cool and clean» rules. These rules primarily include making the event smoke-free, strict compliance with laws on the protection of minors, no sponsors from the tobacco industry and bans on advertising tobacco products. In return, the organisers are provided with consumables, loaned material and given advice and training.

Question 11: How are the causes championed by «cool and clean», in particular a smoke-free environment and compliance with laws on the protection of young people, implemented at sporting events, and what effects does this have?

The results of the three case studies show that the visual and acoustic presence of «cool and clean» at the three events was generally rather low. Accordingly, «cool and clean» was only noticed by a small fraction of the young people surveyed, although the majority have heard of «cool and clean». A *smoking ban* was in place in all indoor areas at the three events, and this was also enforced by the majority. However, none of the outdoor areas were smoke-free at any of the three events (with the exception of a grandstand). The organisers justified this by saying that there was no legal basis and that compliance with a smoking ban would be difficult to police. Finally, the ban on sales, advertising and sponsorship for tobacco products was only observed at two of the three events.

With regard to the *protection of minors*, the case studies show that youth protection placards were positioned at every point of sale. Non-alcoholic beverages were also sold at a lower price than alcoholic ones. The representatives of the organising committee appear to be satisfied with the implementation of the measures to protect young people against alcohol consumption because there were no major incidents. In addition, according to a statement from an organiser, the test purchases organised by «cool and clean» indicate that there has been an improvement compared to previous years. The surveys of young people also suggest that rules on the protection of minors were largely complied with. Nevertheless, more than half the young people surveyed have consumed alcohol while rules on the protection of minors have nonetheless been respected. The conclusion can therefore be drawn that the organisers are willing to comply with the protection of minors and that youth protection is also effective.

Overall, it appears that organisers rate the programme as positive and are extremely satisfied with the materials and advice provided. They are working together with «cool and clean» and implementing preventative measures, as long as they can enforce the rules with a certain degree of flexibility. One wonders, however, whether the collaboration would not still come about if it were regulated in a more binding fashion and the same rules could be set for all organisers. Finally, the case studies suggest that collaboration should be specifically sought with those events where there is a real need for

alcohol and smoking prevention (e.g. at gymnastics festivals and at major events with a large audience), but not with professional sports events where smoking and alcohol consumption is generally only a minor problem.

Outcome goal Z9 achieved: between 2013 and mid-2015, a total of 500 sports organisers implemented the «cool and clean» programme.

Swiss Olympic's statistics of sports organisers show that, between 2013 and mid-2015, 394 personal contacts were established between the «cool and clean» programme management team and the sports organisers and that the latter placed 507 orders without any personal contact. It can therefore be assumed that around 900 sports organisers have at least used the «cool and clean» materials. This goal can therefore be considered to have been achieved, even if the nature and quality of the implementation cannot be assessed.

RESULTS FROM THE CAMPS

Camps are held by associations and clubs as well as cantons. «cool and clean» offers support to officials at sports camps in which the participants are between ten and twenty years old. This support is dependent on the officials discussing the commitments with the camp participants, formulating their own commitments, living by these commitments and giving «cool and clean» brief feedback after the camp. In turn, the officials receive a camp kit with documentation for implementing the «cool and clean» programme and have the opportunity to order personalised products.

Question 12: How effective is the «cool and clean» programme's commitment to ensuring that camps run by associations and cantons are clean and, in particular, smoke-free?

In 2014, one third of all cantonal Y+S camps (58, according to information from the programme management team, out of a total of 175, according to information from the surveyed cantonal agencies) were registered with «cool and clean» and 89 camps run by associations were registered (the total number of camps is not known). The four case studies make it clear that «cool and clean» has had a positive effect on the surveyed camps: in all four camps, the participants respect the commitments and there is a positive and fair atmosphere. Furthermore, as it has already been pointed out in question 7, all cantonal camps are smoke-free, according to the sports departments. However, the case studies of the camps run by associations also indicate that smoking and alcohol consumption is not a big issue when it comes to physically active young people who are keen to perform. More important are the issues of doping and fairness. The varying importance of the individual «cool and clean» commitments in various sports and for specific participants shows that it is important and right to adapt the implementation of «cool and clean» in the camp to the specific requirements and challenges of each sport and to set different priorities accordingly.

The case studies also indicate that both the participants and the officials consider «cool and clean» to be an important prevention programme. Raising awareness of and discussing the «cool and clean» values at an early stage seem to be particularly key, as well as having good role models in sport who embody these values. However, the case

studies also show that frequently discussing «cool and clean» in the same manner can become monotonous for young people. It has therefore been suggested that new ways of conveying the programme's commitments should be developed, such as using an online tool. With regard to the implementation of the «cool and clean» programme in camps, the camp managers also want to see more personal contact with «cool and clean» officials and would welcome an increase in on-site support instead of materials. Y+S training courses also seem to be a good way to provide the managers with new information and suggestions on how they could address the «cool and clean» programme's remit in the camps.

Outcome goals Z8 and Z14 presumably achieved: the commitments are respected in 80 per cent of the registered associations and cantonal camps.

This goal cannot be verified because this question was not included on the «cool and clean» feedback form. In 2014, a total of 89 camps run by associations and 58 run by cantons were registered with «cool and clean». 65 per cent of the camp officials returned a feedback form to «cool and clean». The evaluation of these forms shows that the «cool and clean» programme's commitments were discussed in 95 per cent of these camps, while officials from every camp state that they hold to the commitments to set an example. This could indicate that the commitments are also respected in other camps. We therefore assume that this goal has been achieved. There is no difference between camps run by associations and those run by cantons.

RESULTS FROM THE COURSES

Courses are held by both associations and cantons. For this reason, «cool and clean» works with associations and with sports departments to make «cool and clean» an integral part of these courses.

Question 13: How well do people who have participated in training programmes organised by associations and cantons know the «cool and clean» commitments and how do they implement them?

According to the survey of Y+S course participants, 81 per cent of those taking part in courses run by associations and 88 per cent of those taking part in cantonal courses know the themes and content of the «cool and clean» programme and its commitments. While two thirds of the respondents had heard of the programme before they attended the course, 17 per cent state that they heard about the programme for the first time during their last Y+S training session. Just under half of the participants indicate that they were told about «cool and clean» in their last course, with this proportion somewhat lower for courses run by associations than for cantonal courses. That means that Y+S training courses are continuing to help raise participants' awareness of the themes and content of the «cool and clean» programme and its commitments. This applies slightly more to participants from French- and Italian-speaking Switzerland than to those from German-speaking Switzerland.

Even if many of the participants had already heard about the programme before they attended the last course (or if they had heard about it during a previous visit), they rated the information that they received as positive. The vast majority of the respon-

dents state that they have developed new insights and ideas. They now have a better idea of what «cool and clean» is, who they can contact if they have any questions and how they can address the commitments in their work with young people. Finally, the course prompted two fifths of those surveyed to register with «cool and clean». It can therefore be concluded that «cool and clean» has been successfully integrated in the Y+S courses and that most of the participants know about the programme by the end of the course.

Outcome goal Z11 has been achieved: 75 per cent of the course participants in those associations that have integrated «cool and clean» in the training know the programme's commitments.

In all the Y+S courses organised by associations in the last two years, 81 per cent of the participants state that they have heard of «cool and clean». This goal has therefore been achieved. The majority of respondents knew about «cool and clean» before attending the course, with only 16 per cent hearing about the programme for the first time during training. 43 per cent of the participants in courses offered by associations stated that they were told about «cool and clean» during the course.

Outcome goal Z17 has been achieved: 75 per cent of the course participants in those cantons that have integrated «cool and clean» in the training know the programme's commitments.

The survey shows that 88 per cent of cantonal Y+S course participants know the «cool and clean» programme's commitments. The goal has therefore been achieved. In these courses too, only 18 per cent heard about the programme for the first time during training. 58 per cent of participants in courses offered by cantonal sports departments indicated that they were told about «cool and clean» during the course.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

As the results of the evaluation show, «cool and clean» can be described as a successful programme. The «cool and clean» brand has broadly established itself in a sports setting and the programme is widely accepted by those involved. Overall, the level of awareness of prevention issues is high, although there is still a need to raise awareness of smoke-free outdoor facilities or alcohol-free events. Appointing cantonal ambassadors has further reinforced the link with the sports environment and collaboration between sport and prevention activities has been institutionalised. Both the «cool and clean» programme management team and the cantonal ambassadors have created and implemented a wide range of projects and measures. A great deal has been achieved, as the review of the «cool and clean» programme's outcome goals illustrates (see figure below). It can therefore be concluded that, after ten years, the development and growth phase of the programme has been successfully completed.

Overview of the extent to which the «cool and clean» programme’s objectives have been achieved

Outcome goals	Achievement of goals			
	at associations and clubs		in cantons and municipalities	
Image and concept			Z13 Ambassadors	
Implementation and effect in general	Z6 Service level agreements	Z16 By-laws	Z15 Funds	Z18 Specific projects
... in terms of facilities	Z10 Smoke-free football pitches	Z16 Smoke-free outdoor facilities		
... in terms of events	Z9 Implementation of «cool and clean»			
... in terms of camps	Z8 Implementation of commitments	Z14 Implementation of commitments		
... in terms of courses	Z11 Communication of commitments	Z17 Communication of commitments		

Key: green = outcome goal achieved, pink = outcome goal partially or not achieved. The numbers refer to the individual outcome goals of the «cool and clean» activities.

However, the evaluation also shows that, in terms of specific projects or the actual creation of smoke-free outdoor facilities and events, for example, only vague statements can be made about the effect of «cool and clean» because of the underlying data. The sheer variety of activities makes it difficult for both the programme management team and the evaluators to map the effects. There is a risk that the programme is spreading itself too thinly. It is therefore important to move the programme into a new phase of consolidation and sustainable embedding. Based on the results of the evaluation, the following four recommendations have been formulated to help the programme management optimise «cool and clean».

Recommendation 1: Increase activity focus and coordination

To make the programme more impact-oriented, we recommend increasing the focus of the programme’s activities and coordinating their implementation more between the government and the cantons. Recommendations 2 and 3 contain specific suggestions with regard to the associations and clubs as well as the cantons. Furthermore, the activities should be oriented towards areas with the greatest impact potential. For example, the potential impact of «cool and clean» at grass-roots sporting events and multi-sports camps is estimated to be higher than at corresponding elite sporting events. In addition, the goals and activities of the «cool and clean» ambassadors should be coordinated with those of the «cool and clean» programme management team to a greater extent in order to increase the programme’s effectiveness. Finally, there would appear to be some potential for coordination between the various prevention programmes on a cantonal level (particularly with the cantonal smoking prevention programmes) in order to exploit synergies to the full and avoid duplication, for example in data collection.

Recommendation 2: Provide greater support to associations and clubs

The evaluation results highlight that associations and clubs are willing to implement preventative measures in sport and that they actually do so. Associations and clubs appreciate the relative open-endedness of the «cool and clean» guidelines and the flexibility available to implement them. However, the data also indicates that implementation has so far been relatively „superficial“ and that measures are not always applied where the need is greatest. There is limited data on how sustainably the prevention of substance dependence is actually embedded in the associations and clubs and how consistently it is implemented. At the same time, associations and clubs want (even) greater support and advice from «cool and clean». We therefore recommend focusing (even) more on quality instead of quantity when it comes to these target groups in the future. According to its own information, «cool and clean» has already launched major projects with around ten associations. We would advise «cool and clean» to concentrate even more on selected associations and their clubs (e.g. associations in which there are major drug problems). This focus would enable «cool and clean» to agree tailored goals and comprehensive measures in relation to participating teams, by-laws, facilities, events, camps and courses with the individual associations and, together with the «cool and clean» ambassadors (and possibly other players involved in prevention), to support the implementation of these goals and measures in associations and clubs. This would ensure that appropriate measures were implemented in a more binding fashion than before, thus helping to highlight the effects. This approach could also help to provide the clubs' «cool and clean» teams with more support and encourage their long-term participation as far as possible, thus making the best use of the ambassadors' limited resources.

Recommendation 3: Systematically embed «cool and clean» in the cantons

The evaluation shows that «cool and clean» has had a significant impact at a cantonal level in terms of the institutionalised collaboration between the agencies in the sports and health/prevention sectors. Furthermore, in individual cantons, specific projects on embedding the «cool and clean» programme in cantonal guidelines have been carried out successfully. The cantonal ambassadors have made a significant contribution in this regard. We therefore recommend firstly embedding the concept of «cool and clean» ambassadors in all cantons throughout the country and making it compulsory to integrate «cool and clean» in all cantonal Y+S courses and camps. Secondly, the embedding of the «cool and clean» guidelines in the provision of cantonal Swisslos and Sports Toto funds should be extended to additional cantons. As this embedding requires good access to the relevant decision-makers involved in administration and any windows of opportunity to be exploited, we recommend developing appropriate approaches together with the «cool and clean» ambassadors.

Along with the cantons, the municipalities also play an important role in enforcing smoking bans in municipal outdoor facilities. However, as experience in French-speaking Switzerland has shown that this access is difficult to obtain and that the awareness of the implementation of smoke-free outdoor facilities is rather low, we would not recommend cultivating this target group systematically in the interests of developing a stronger focus. Of course, this does not rule out continuing to support interested municipalities as required.

Recommendation 4: Optimise the underlying data

The analysis of the programme management data as part of the review of the outcome goals has shown that, although measurable impact indicators have been defined, the corresponding data collection requires optimisation. Although large amounts of data are generated, little data on the effects of the activities of «cool and clean» is currently available. As part of efforts to focus activities, we therefore suggest defining selected key indicators and ensuring that the related data is collected. These key indicators are to be systematically incorporated into the programme management team's controlling mechanisms and self-evaluation process. In particular, these include reliable figures on the teams registered each year (after the cut-off date) as well as information on the implementation and impact of specific projects. This underlying data can be used by a future third-party evaluation in order to make important assertions about the implementation and impact of «cool and clean» and, on this basis, to carry out in-depth and, above all, qualitative surveys in the target groups.

I EINLEITUNG

«cool and clean» ist das grösste nationale Präventionsprogramm im Schweizer Sport. Das Programm wird von der Dachorganisation der Schweizer Sportverbände Swiss Olympic, Bundesamt für Sport (BASPO) und Bundesamt für Gesundheit (BAG) getragen. Die operative Führung liegt bei Swiss Olympic. Im Rahmen einer umfassenden Evaluation wird «cool and clean» nach 2007 und 2011 im Jahr 2015 zum dritten Mal wissenschaftlich untersucht. Eine wichtige Grundlage für die externe Evaluation bilden fünf Teilstudien, welche die Wirkungen von «cool and clean» bei unterschiedlichen Zielgruppen analysieren. Interface Politikstudien Forschung Beratung wurde beauftragt, die Teilstudie 2b durchzuführen.⁷ Ziel der vorliegenden Teilstudie ist es, die Auswirkungen des Präventionsprogramms auf die Institutionen, das heisst auf die Verbände und Vereine sowie die kantonalen Stellen in den Bereichen Sport und Suchtprävention zu untersuchen.

I.1 KURZPORTRAIT VON «COOL AND CLEAN»

Im Sommer 2004 haben Swiss Olympic, das BAG und das BASPO als Dachorganisation der Schweizer Sportverbände ihre sportspezifischen Präventionsprojekte zusammengefasst und das nationale Programm «cool and clean» lanciert. «cool and clean» richtet sich an alle in der Schweiz wohnhaften Kinder und Jugendlichen im Alter von zehn bis 20 Jahren, welche Sport in organisierten Vereins- und Verbandsstrukturen in der Schweiz ausüben. Vorrangiges Ziel von «cool and clean» ist es, den Substanzkonsum in dieser Zielgruppe zu reduzieren oder gänzlich zu verhindern, Gewalt zu unterbinden und Fairness zu fördern.

Das Programm besteht aus vier strategischen Pfeilern. Erstens motiviert «cool and clean» die Leiterinnen und Leiter und die von ihnen betreuten Jugendlichen, die sechs Commitments zu unterzeichnen und stellt Hilfsmittel zur Verfügung, um diese umzusetzen. Zweitens gibt die Marke «cool and clean» dem Anliegen des sauberen und fairen Sports eine Identität und bietet den Teams die Gelegenheit, diese Botschaft vereinsintern und gegen aussen sichtbar zu tragen (Community Building). Um das Engagement für die Anliegen von «cool and clean» zu multiplizieren und institutionell zu verankern, geht «cool and clean» drittens Vereinbarungen mit Jugend+Sport (J+S), den Swiss-Olympic-Label-Schulen sowie mit den Sportverbänden und den Kantonen ein. Der vierte strategische Pfeiler ist die Vernetzung von «cool and clean» mit anderen Akteuren, welche sich für den sauberen und fairen Sport einsetzen.

«cool and clean» war bis anhin in sechs Teilprogramme unterteilt. Für die Programmphase 2013 bis 2016 wurden basierend auf den Erkenntnissen aus den Selbst- und

⁷ Die vier weiteren Teilstudien widmen sich den folgenden Themen:

Teilstudie 1a: Wirkungen von «cool and clean» bei sportlich aktiven Jugendlichen;

Teilstudie 1b: Einfluss der Qualität und der Intensität der Umsetzung von «cool and clean» auf sportlich aktive Jugendliche;

Teilstudie 1c: Panelbefragung von Jugendlichen zu Sucht und Sportverhalten 2013 und 2015;

Teilstudie 2a: Wirkungen von «cool and clean» bei J+S und bei den Swiss-Olympic-Label-Schulen.

Fremdevaluationen organisatorische Anpassungen vorgenommen. So wurde entschieden, dass der strategische Schwerpunkt zukünftig auf der Verankerung des Programms in den Aktivitätsfeldern der vier Multiplikationspartnern J+S, Swiss-Olympic-Label-Schulen, Verbände und Kantone liegen soll. Daraus ergeben sich neu vier Teilprogramme, die jeweils mit verschiedenen Massnahmenpaketen zur Erreichung der übergeordneten Ziele ausgestattet sind. Gegenstand der vorliegenden Studie sind die zwei Teilprogramme Verbände und Kantone (vgl. Darstellung D 1.1).⁸

D 1.1: Teilprogramme von «cool and clean»



Legende: Blau eingefärbt sind die zwei Teilprogramme, die von der vorliegenden Teilstudie betroffen sind.

1.2 AUFBAU DES BERICHTS

Der Bericht ist wie folgt aufgebaut: Das Kapitel 2 beschreibt das Evaluationsdesign mit den Fragestellungen und dem methodischen Vorgehen. In Kapitel 3 werden die Resultate zum Konzept, der Umsetzung und den Wirkungen von «cool and clean» dargelegt. Diese sind entlang der Zielgruppen der Befragungen geordnet. Die dem Bericht vorangestellte Synthese beinhaltet die Beantwortung der Evaluationsfragen und die Empfehlungen.

1.3 DANK

Wir möchten uns an dieser Stelle bei allen an der Evaluation beteiligten Akteuren bedanken. Dazu gehören erstens die Verantwortlichen von Vereinen und Verbänden, von Sportanlagen und Sportveranstaltungen, welche uns für Interviews zur Verfügung gestanden haben. Zweitens gehören dazu die Verantwortlichen der kantonalen Sportämtern und Fachstellen aus dem Bereich Gesundheit/Prävention sowie alle kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen, welche sich an unseren verschiedenen Befragungen beteiligt haben. Ein besonderer Dank geht an das Team von Markus Lamprecht, welches unsere Fragen in ihre Befragung der Teilnehmenden von Aus- und Weiterbildungen eingebaut hat. Und nicht zuletzt gilt unser Dank dem Team von Adrian von Allmen von Swiss Olympic, das uns ihre Daten zur Verfügung gestellt hat und jederzeit für Rückfragen offen war.

⁸ Swiss Olympic (2012): «cool and clean»-Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts an den Tabakpräventionsfonds. Bem.

In diesem Kapitel werden die Ziele und Fragestellungen der Evaluation erläutert und das methodische Vorgehen beschrieben. Zudem werden die Möglichkeiten und Grenzen der Evaluation aufgezeigt.

2.1 FRAGESTELLUNGEN UND OUTCOMEZIELE

Die vorliegende Teilstudie widmet sich den Veränderungen, die «cool and clean» in verschiedenen institutionellen Kontexten auslöst. Im Zentrum stehen dabei die zwei Teilprogramme „Verbände“ sowie „Kantone“. Die Fragestellungen fokussieren erstens auf die Beurteilung des Images und des Konzepts von «cool and clean» bei den untersuchten Zielgruppen. Zweitens behandeln sie die Umsetzung und Wirkungen von «cool and clean» bei diesen Zielgruppen, wobei ein besonderes Gewicht auf der Tabakprävention sowie der Umsetzung der «cool and clean»-Richtlinien im Bereich der Sportanlagen, der Sportanlässe sowie der J+S-Lager und -kurse liegt. Nebst der Beantwortung der Fragestellungen überprüft die vorliegende Evaluation die Erreichung der Outcomeziele, welche sich die Programmleitung von «cool and clean» in Bezug auf die Umsetzung und Wirkung von «cool and clean» bei den verschiedenen Zielgruppen gesteckt hat. Die ausformulierten Fragestellungen und Ziele sind in der vorangestellten Synthese zu finden.

D 2.1: Übersicht über die untersuchten Fragestellungen und Ziele

Fragen und Ziele zu ...	bei Verbänden und Vereinen		bei Kantonen und Gemeinden	
	Fragen	Outcomeziele	Fragen	Outcomeziele
Image und Konzept	1		4	Z13
Umsetzung und Wirkung generell	2, 3	Z6, Z12	5, 6, 7, 8, 9	Z15, Z18
... in Bezug auf Anlagen	10	Z10, Z16	10	Z16
... in Bezug auf Anlässe	11	Z9		
... in Bezug auf Lager	12	Z8	12	Z14
... in Bezug auf Kurse	13	Z11	13	Z17

Legende: Die Angaben beziehen sich auf die Nummern der Fragestellungen beziehungsweise Outcomeziele der Aktivitäten von «cool and clean», welche in der Synthese beantwortet werden.

2.2 VERGLEICHSEBENEN

In der vorliegenden Studie wurden drei Arten von Vergleichen durchgeführt:⁹

- *Soll-Ist-Vergleiche* wurden für die Beurteilung der Erreichung der Outcomeziele und die Beantwortung der Fragestellungen angestellt.

⁹ Evaluationswissenschaftlich kann man von einer „konzeptionellen Triangulation“ sprechen. Vgl. Balthasar, A.; Knöpfel, C. (1994):: Umweltpolitik und technische Entwicklung: Eine politikwissenschaftliche Evaluation am Beispiel der Heizungen, Basel/Frankfurt a.M.

- *Längsschnittvergleiche* wurden zur Beurteilung der Entwicklungen seit den Erhebungen 2007, 2009 und 2011 genutzt.
- Mittels *Quervergleichen* wurden soweit möglich und sinnvoll Unterschiede in den Aktivitäten zwischen Akteuren mit und ohne «cool and clean»-Engagement sowie zwischen den zwei Zielgruppen von «cool and clean» – Verbände mit ihren Vereinen sowie kantonale Stellen – eruiert.

2.3 METHODISCHES VORGEHEN

Zur Beantwortung der Fragestellungen und zur Überprüfung der Zielerreichung wurden qualitative und quantitative Erhebungsmethoden kombiniert. Die vorliegende Studie beruht auf einer Dokumenten- und Datenanalyse, auf Interviews, Online-Befragungen sowie Fallstudien. In den nachfolgenden Abschnitten wird erläutert, wie diese empirischen Grundlagen erarbeitet wurden. Um Längsschnittvergleiche zu ermöglichen, wurden soweit möglich die leicht modifizierten Erhebungsinstrumente der früheren Erhebungen eingesetzt. Diese sind in den entsprechenden Schlussberichten zu finden.¹⁰

2.3.1 DOKUMENTEN- UND DATENANALYSE

Ausgangspunkt der Evaluation bildete die Auswertung der verfügbaren Dokumente und Daten von «cool and clean». Dazu gehörten insbesondere konzeptionelle Grundlagen (Finanzierungsgesuch an den Tabakpräventionsfonds, Präventionsmodell, Pflichtenheft der «cool and clean»-Botschafter/-innen, usw.) sowie Daten und Unterlagen zu den durchgeführten Aktivitäten bei den untersuchten Zielgruppen. Die Analyse diente dazu, die Erhebungsinstrumente zu erarbeiten, die erhobenen Daten zu validieren und zu ergänzen sowie die Erreichung der Outcomeziele von «cool and clean» zu überprüfen. Zu den wichtigsten gehören:

- Statistik zu den bei «cool and clean» angemeldeten Teams, Lager und Kursen;
- Statistik zu den Materialbestellungen (für Anlässe, rauchfreie Anlagen, Lager);
- Statistik zur Selbstdeklaration rauchfreier Sportanlagen;
- Auswertungen Ethik-Checks der Verbände;
- Statistik zum Wettbewerb Sport rauchfrei;
- Auswertungen Rückmeldeformulare Lager;
- Zielvereinbarungen der «cool and clean»-Botschafter/-innen mit Swiss Olympic;

¹⁰ Fässler, S., Biebricher, M., Bucher, N., Haefeli, U. (2011): Evaluation des Präventionsprogramms «cool and clean». Teilstudie 3: Auswirkungen auf Institutionen. Schlussbericht. Luzern. Niederhauser, A. Sutter, R., Oetterli, M. (2012): Evaluation Turnfeste 2012. Luzern.

- Selbstevaluationen der «cool and clean»-Botschafter/-innen in Zusammenhang mit den kantonalen Tabakpräventionsprogrammen sowie Evaluationsberichte der kantonalen Tabakpräventionsprogramme¹¹;
- Selbstevaluationsformulare der «cool and clean»-Programmleitung.

Ergänzend wurde eine systematische Analyse der Statuten und Jahres- beziehungsweise Geschäftsberichte der zwanzig grössten Verbände durchgeführt, um eine Aussage zur Verankerung der Richtlinien von «cool and clean» bei den Verbänden machen zu können.

2.3.2 TEILSTANDARDISIERTE INTERVIEWS

Die Wirkungen und die Verankerung von «cool and clean» bei Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen sowie bei Betreibern von Sportanlagen wurden mittels teilstandardisierten telefonischen Interviews untersucht. Um Längsschnittvergleiche zu ermöglichen, wurden die Erhebungen wo möglich analog zu den bisherigen Erhebungen 2009 und 2011 durchgeführt. Dazu wurden die Interviewleitfäden der Erhebung 2011 leicht überarbeitet. Die wichtigste Neuerung im Vergleich zur Erhebung im Jahr 2011 betrifft die Neuausrichtung der Aktivitäten von «cool and clean» im Bereich der Tabakprävention auf den Aussenbereich von Sportanlagen. Im Folgenden wird das Vorgehen für die verschiedenen Zielgruppen erläutert.

Verantwortliche von Verbänden und Vereinen

- *Verbände:* Insgesamt wurden Jugend- und Ausbildungsverantwortliche der 20 grössten Verbände interviewt. Dabei handelt es sich bis auf einen Verband um dieselben Verbände, deren Verantwortliche bereits in der Erhebung 2011 interviewt wurden.
- *Vereine:* Bei den Vereinen wurden analog zur Erhebung 2011 zwanzig Vereine befragt, und zwar je die Hälfte mit und ohne Jugendsportteams bei «cool and clean». Grundsätzlich wurden auch hier wieder dieselben Vereine wie in der Erhebung 2011 befragt, um einen Längsschnittvergleich zu ermöglichen. Da einige Vereine im Vergleich zu 2011 jedoch keine bei «cool and clean» teilnehmenden Jugendsportteams mehr hatten, wurde die Adressliste entsprechend mit neuen Vereinen ergänzt. Schliesslich wurden 11 Vereine mit und neun Vereine ohne «cool and clean»-Teilnahme befragt. Bei der Auswahl der Vereine wurde auf eine ausgewogene Berücksichtigung der Sprachregionen sowie der verschiedenen Sportarten geachtet. Im Gegensatz zu 2011 wurden in dieser Erhebungsphase nicht mehr die Jugend- und Ausbildungsverantwortlichen, sondern die J+S-Coachs der Vereine befragt, da diese in den Vereinen im Bereich Jugend eine Schlüsselposition einnehmen.

Betreiber von Sportanlagen

- *Kommerzielle Sportanlagen:* Es wurden Betreiber von fünf grossen kommerziellen Sportanlagen interviewt. Dabei handelt es sich bei vier der fünf Sportanlagen um dieselben Anlagen wie in der Erhebung 2011. Eine Sportanlage musste aufgrund

¹¹ Sager, F.; Mavrot, C. et al. (2015): Evaluation des kantonalen Tabakpräventionsprogramms Uri 2012-2015. Bern. Sager, F.; Mavrot, C. et al. (2015): Evaluation des kantonalen Tabakpräventionsprogramms Zug 2012-2015. Bern

eines Wechsels der internen Zuständigkeiten durch eine neue Anlage ersetzt werden.

- *Kleine Sportstätten:* Es wurden Verantwortliche von sechs kleinen Sportstätten interviewt. Dazu wurde aus den 14 in der Erhebung 2011 befragten Sportstätten sechs ausgewählt. Bei der Auswahl wurde vor allem darauf geachtet, dass es sich um Vereine handelt, welche Sportanlagen im Aussenbereich betreiben. Es handelte sich dabei um folgende Sportarten: Fussball (2), Segeln, Tennis, Golf, Kanu. Davon haben nach Angabe von «cool and clean» drei schon einmal Material bei «cool and clean» bestellt.
- *Kommunale Sport-/Mehrzweckanlagen:* In neun Gemeinden wurden die Betreiber von kommunalen Sport-/Mehrzweckanlagen interviewt. Es handelt sich mit einer Ausnahme um dieselben Gemeinden wie in der Erhebung 2011. Damals wurden drei Gemeinden mit einem Rauchverbot auf ihrer Anlage, drei Gemeinden mit einer Sportanlage ohne Rauchverbot, welche aber «cool and clean»-Material bestellt haben und drei Gemeinden ohne Rauchverbot und ohne Interesse an «cool and clean»-Material befragt.

2.3.3 EXPERTENGESPRÄCHE

Erstmals wurden telefonische Interviews mit allen kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen durchgeführt, um die Verankerung von «cool and clean» in den Kantonen zu erfassen. Die Befragung wurde im Zeitraum von Mai bis Juni 2015 durchgeführt. Zu diesem Zeitpunkt waren 19 «cool and clean»-Botschafter/-innen im Amt. In einem Kanton wurde der Leiter der zuständigen Abteilung im Sportamt befragt, da die zuständige Botschafterin im Urlaub war. Die Gespräche wurden leitfadengestützt geführt und enthielten teilstandardisierte und offene Fragen. Die Ergebnisse wurden quantitativ und qualitativ ausgewertet. Der Gesprächsleitfaden befindet sich im Anhang.

2.3.4 ONLINE-BEFRAGUNGEN

Um die Wirkungen von «cool and clean» bei kantonalen Fachstellen sowie bei Teilnehmenden von Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen zu untersuchen, wurden Online-Befragungen durchgeführt und die Daten wurden mit dem Statistikprogramm SPSS deskriptiv ausgewertet.

Kantonale Stellen im Bereich Sport und Gesundheit/Prävention

Bei Vertretenden von kantonalen Stellen aus dem Bereich Sport sowie aus dem Bereich Gesundheit/Prävention wurde eine Online-Befragung, entsprechend der Befragung im Jahr 2011, durchgeführt. «cool and clean» stellte Interface eine Adressliste mit je einer Person einer Fachstelle aus dem Bereich Sport und aus dem Bereich Gesundheit/Prävention pro Kanton zur Verfügung, mit welcher eine Zusammenarbeit besteht (mit Ausnahme des Bereichs Gesundheit/Prävention im Kanton Appenzell Innerrhoden).¹² Diese Personen erhielten ein E-Mail mit dem Link zur Online-Befragung. Durch

¹² Aus dem Kanton Appenzell Innerrhoden wurde keine Person aus dem Bereich Gesundheit/Prävention kontaktiert, da dort keine spezifische Fachstelle in diesem Bereich existiert, mit welcher «cool and clean» zusammenarbeitet.

eine Erinnerungsmail und telefonisches Nachfragen gelang es, bis auf eine Ausnahme¹³, von allen angeschriebenen Fachstellen eine Antwort zu erhalten. Insgesamt liegen aus allen 26 Kantonen Antworten von Fachstellen aus dem Bereich Sport und aus 24 Kantonen Antworten von Fachstellen aus dem Bereich Gesundheit/Prävention vor.

Teilnehmende von Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen

Die im Rahmen der Gesamtevaluation von «cool and clean» durchgeführte Teilstudie 2a ermittelte die Wirkungen von «cool and clean» bei J+S und bei den Swiss-Olympic-Label-Schulen. Dabei wurde unter anderem eine Online-Befragung aller J+S-Leitenden durchgeführt. Um zu vermeiden, dass J+S Leitende im Rahmen der Evaluation von «cool and clean» mehrfach befragt werden, wurden die zentralen Fragestellungen für Teilnehmende von Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen in die Online-Befragung der Teilstudie 2a integriert. Für weitere Angaben zur eingesetzten Methodik wird deshalb auf die entsprechende Teilstudie verwiesen. Der so generierte Datensatz umfasst 1'390 Personen welche angegeben haben, wann sie zum letzten Mal eine J+S-Aus- oder Weiterbildung besucht haben.

2.3.5 FALLSTUDIEN

Um einen vertieften Einblick in die Zusammenhänge zwischen den Aktivitäten und den Wirkungen des Programms «cool and clean» bei Sportveranstaltungen und in Sportlagern zu erhalten, wurden Fallstudien durchgeführt.

Sportanlässe

Es wurden drei Sportveranstaltungen ausgewählt, die im Sommer 2014 oder Winter 2015 mit «cool and clean» zusammengearbeitet haben. Das Vorgehen erfolgte weitgehend analog zu den Fallstudien in den Jahren 2011 und 2012 an Turnfesten.¹⁴ Die Veranstaltungen wurden in Absprache mit den Verantwortlichen von «cool and clean» ausgewählt. Für die Auswahl war entscheidend, dass alle drei Veranstaltungen vorwiegend im Aussenbereich stattfinden, um der Neuausrichtung von «cool and clean» auf die Tabakprävention im Aussenbereich Rechnung zu tragen. Weitere Kriterien wie die Art der Veranstaltung (Breitensport oder Spitzensport) und das Alter der Teilnehmenden beziehungsweise der Zuschauer wurden ebenfalls berücksichtigt. Die Veranstaltenden wurden in einem Anschreiben von Swiss Olympic vorgängig über die Evaluation und die Erhebungen vor Ort informiert. Die nachfolgende Darstellung D 2.2 zeigt auf, welche Sportveranstaltungen besucht worden sind.

¹³ Der Grund für die Nichtteilnahme an der Online-Befragung war, dass die entsprechende Person und die Fachstelle insgesamt sehr nahe mit «cool and clean» zusammenarbeiten und daher eine objektive Beantwortung der Fragen ausgeschlossen schien.

¹⁴ Fässler, S., Biebricher, M., Bucher, N., Haefeli, U. (2011): Evaluation des Präventionsprogramms «cool and clean». Teilstudie 3: Auswirkungen auf Institutionen. Schlussbericht. Luzern.

Niederhauser, A. Sutter, R., Oetterli, M. (2012): Evaluation Turnfeste 2012. Luzern.

D 2.2: Auswahl der Veranstaltungen

	Veranstaltung 1	Veranstaltung 2	Veranstaltung 3
Name	Championnat d'Europe U23 de cyclisme	Boardstock Zug Sport Festival	Audi FIS Ski-Weltcup Adelboden
Daten	9.–13. Juli 2014	26.–27. Juli 2014	10.–11. Januar 2015
Erhebungstag	12. Juli 2014	26. Juli 2014	10. Januar 2015
Sportart	Radsport	Polysportiv	Skisport
Art der Veranstaltung	Spitzensport	Breitensport	Spitzensport
Alter der Teilnehmenden	17–23 Jahre	Alle Altersgruppen	Alle Altersgruppen

Quelle: Erhebung 2014 bis 2015.

Als Grundlage für die Erstellung der Fallstudien dienten erstens Beobachtungen vor Ort, zweitens die Befragung von teilnehmenden Jugendlichen und Ausschankpersonal und drittens telefonische Interviews mit Vertretenden der Organisationskomitees.

- *Beobachtungen vor Ort:* Das Evaluationsteam begab sich jeweils zu zweit vor Ort, um die Umsetzung von Alkohol- und Tabakpräventionsmassnahmen auf dem Fest- und Wettkampfgelände zu beobachten und in einem standardisierten Beobachtungsraster zu dokumentieren. Zudem wurde das Geschehen fotografisch dokumentiert.
- *Kurzbefragung von teilnehmenden Jugendlichen und vom Ausschankpersonal:* An zwei der drei Veranstaltung wurden Kurzinterviews mit zufällig ausgewählten Jugendlichen im Alter von 15 bis 20 Jahren geführt. Die Befragung fand mittels eines standardisierten Fragebogens statt und es wurde darauf geachtet, dass Frauen und Männer zu etwa gleichen Teilen befragt wurden. Ausserdem wurden die Befragungen so gut wie möglich zu verschiedenen Zeitpunkten und über das Gelände verteilt (Wettkampfgelände oder Festgelände) durchgeführt. Pro Veranstaltung wurden zudem Helfer/-innen an den Ausschankständen befragt. Dazu wurde ebenfalls ein standardisierter Kurzfragebogen verwendet. Es wurde nach Möglichkeit darauf geachtet, dass gleich viel weibliches wie männliches Ausschankpersonal befragt wurde (vgl. Darstellung D 2.3) Die Ergebnisse wurden mit Hilfe der Software SPSS ausgewertet. Die Kurzbefragung stiess an zwei der drei Veranstaltungen auf unerwartete Schwierigkeiten. An der Veranstaltung 1 waren am Erhebungstag wenige und ausschliesslich erwachsene Zuschauer anwesend und das Festgelände umfasste nur einen geöffneten Verkaufsstand und ein VIP-Zelt. Aus diesem Grund konnten keine Interviews mit Jugendlichen und nur zwei Interviews mit dem Ausschankpersonal durchgeführt werden. Die Veranstaltung 2 war geprägt durch heftige Regenfälle, die den ganzen Tag anhielten. Auch an dieser Veranstaltung hielten sich deshalb relativ wenige Besucher/-innen auf dem Gelände auf und die Anzahl Verkaufsstände war limitiert. Es konnten dennoch fast alle der anvisierten Interviews geführt werden.
- *Telefonische Interviews mit Verantwortlichen:* Nach jeder Veranstaltung wurde mit einer Vertretung des Organisationskomitees ein leitfadengestütztes telefonisches Interview geführt. Inhalt des Gesprächs war die Umsetzung von Alkohol-

und Tabakpräventionsmassnahmen an der Veranstaltung sowie die Einschätzung der Verantwortlichen zur Zusammenarbeit mit «cool and clean». Grundlage für diese Interviews bildete ein Leitfaden.

D 2.3: Charakteristika der befragten Personen (absolute Zahlen)

Jugendliche	Veranstaltung 1	Veranstaltung 2	Veranstaltung 3
Anzahl		45	50
Geschlecht			
Männer		29	24
Frauen		16	26
Alter			
15 Jahre		6	2
16–17 Jahre		20	10
18–20 Jahre		19	38
Ausschankpersonal	Veranstaltung 1	Veranstaltung 2	Veranstaltung 3
Anzahl	2	6	8
Geschlecht			
Männer	1	2	2
Frauen	1	4	6

Quelle: Erhebung 2014 bis 2015.

Sportlager

Es wurden gemeinsam mit den Verantwortlichen von «cool and clean» vier Sportlager ausgewählt, welche im Sommer und Herbst 2014 stattfanden und welche mit «cool and clean» zusammenarbeiteten. Bei der Auswahl der Lager war wesentlich, dass möglichst unterschiedliche Sportarten abgedeckt waren. Weiter wurde darauf geachtet, dass die Lager sowohl durch kantonale Stellen wie auch durch Verbände oder Vereine organisiert waren. Die nachfolgende Darstellung D 2.4 zeigt auf, welche Sportlager zu welchem Zeitpunkt besucht worden sind.

D 2.4: Auswahl der Lager

	Lager 1	Lager 2	Lager 3	Lager 4
Daten	6.–11. Juli 2014	6.–11. Juli 2014	21.–25. Juli 2014	3.–5. Oktober 2014
Erhebungstag	8. Juli 2014	10. Juli 2014	24. Juli 2014	3. Oktober 2014
Sportart	Polysportiv	Curling	Mountainbike	Schwingen
Organisation	J+S-Freiburg Amt für Sport (Kanton)	Swisscurling Association	Trainingsstütz- punkt Kanton Bern (Swiss Cyc- ling)	Nordwestschweizeri- scher Schwingerver- band

Alle vier Lager wurden von einem zweiköpfigen Team besucht. Pro Lager wurden ein Interview mit Lagerleitenden sowie ein Gruppengespräch mit fünf bis sechs der jugendlichen Teilnehmenden geführt. Die leitfadengestützten Interviews erfolgten in Abspra-

che mit den Lagerverantwortlichen zu einem Zeitpunkt, an welchem der Lageralltag am wenigsten gestört wurde.

2.4 MÖGLICHKEITEN UND GRENZEN DER EVALUATION

Die vorliegende Evaluation zeigt auf, zu welchen Veränderungen «cool and clean» bei Institutionen im Bereich Sport und Prävention beigetragen hat, und zwar sowohl bei Institutionen der öffentlichen Hand wie auch bei den privaten Organisationen. Sie deckt alle Bereiche ab, bei welchen eine institutionelle Verankerung der Anliegen von «cool and clean» angestrebt wird: In der Verwaltung, bei den Verbänden und Vereinen sowie bei Sportanlagen, -anlässen, -lagern und -kursen. Die Kombination von qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden erlaubt es, sowohl Wirkungszusammenhänge zu untersuchen wie auch verallgemeinernde Aussagen zu machen. Schliesslich ermöglichen die wiederholten Erhebungen über acht Jahre die Durchführung eines Längsschnittvergleichs, das heisst die Beobachtung von Veränderungen über die Zeit.

Grenzen der vorliegenden Evaluation sind auf methodischer Ebene zu finden. Die vorliegende Evaluation gewichtet stark qualitative Elemente. Diese erlauben es nicht, repräsentative Aussagen zu Einschätzungen, Umsetzungen und Wirkungen zu machen. Idealerweise würden die Einschätzungen ergänzt werden mit statistischen Daten der Programmleitung von «cool and clean». Es stellte sich aber heraus, dass die Programmleitung über eine Fülle von Daten verfügt, schlussendlich aber nur wenig „harte“ Fakten zur Beurteilung von Wirkungen zur Verfügung stehen. Diesem Umstand muss in Hinblick auf eine nächste Evaluation Rechnung getragen werden, dass entweder die Erhebung von quantitativen Daten im Rahmen der Evaluation mehr Gewicht beigemessen wird oder dass die Statistik der Programmleitung optimiert wird.

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Erhebungen präsentiert.

3.1 VERANTWORTLICHE VON VERBÄNDEN UND VEREINEN

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- «cool and clean» hat bei Vereinen und Verbänden eine hohe Bekanntheit, und die konzeptionellen Grundlagen stossen auf grosse Akzeptanz. Der Nutzen des Programms wird insgesamt positiv beurteilt, wobei der Nutzen in Bezug auf die Alkoholprävention höher beurteilt wird als in Bezug auf die Tabakprävention.
- Eine Mehrheit der Verbände und Vereine führt teilweise rauchfreie Anlässe durch; aber nur eine Minderheit ist der Ansicht, dass der Anteil dieser Anlässe zugenommen hat. Rund die Hälfte der befragten Vereinsverantwortlichen gibt an, dass im Rahmen der Vereinsaktivitäten weniger geraucht wird.
- Eine Minderheit der Befragten führt alkoholfreie Anlässe durch, aber zwei Drittel der Verbände und die Hälfte der Vereine führen für alle Veranstaltungen Schulungen zum Jugendschutz durch. Nur wenige sind der Ansicht, dass weniger Alkohol konsumiert wird.

Ziel von «cool and clean» ist es, die Verbände zu aktivem Engagement zugunsten von «cool and clean» zu verpflichten und sie dabei zu unterstützen. Schwerpunkte bilden dabei die Integration der «cool and clean»-Richtlinien bei Sportanlagen und -anlässen sowie in Lagern und Kursen. Bei den Verbänden und Vereinen stehen zudem die Gewinnung von neuen Teams sowie die Umsetzung des Wettbewerbs „Sport rauchfrei“ im Zentrum.¹⁵ In den folgenden Abschnitten werden die Ergebnisse aus der Befragung von Jugend- und Ausbildungsverantwortlichen von Verbänden und J+S-Coachs von Vereinen zum Image und Konzept sowie zur Umsetzung und Wirkungen von «cool and clean» dargelegt und mit Ergebnissen aus früheren Erhebungsphasen verglichen.

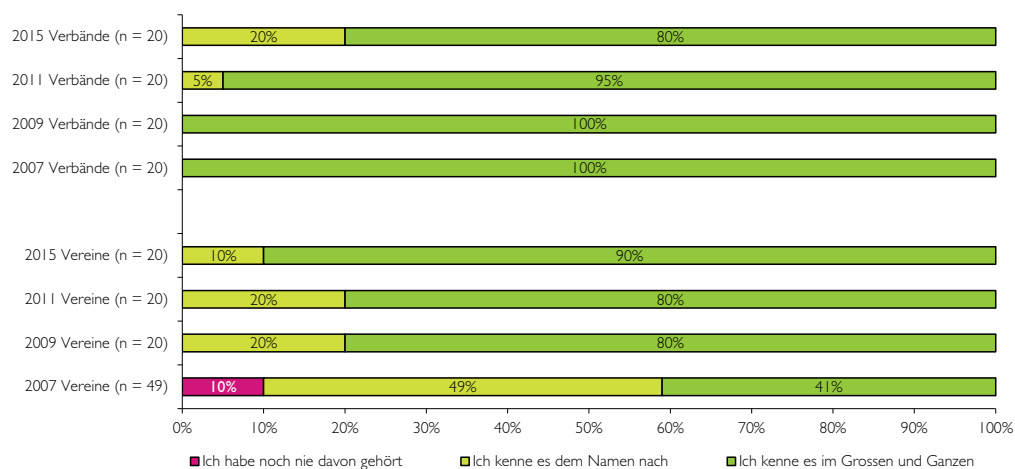
3.1.1 IMAGE UND KONZEPT

Bekanntheit des Gesamtprogramms

Darstellung D 3.1 macht deutlich, dass die Bekanntheit von «cool and clean» bei Vereinen und Verbänden ungebrochen hoch ist und sich das Programm breit etabliert hat.

¹⁵ Vgl. Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts von «cool and clean» vom 2. Oktober 2012 zuhanden des Tabakpräventionsfonds.

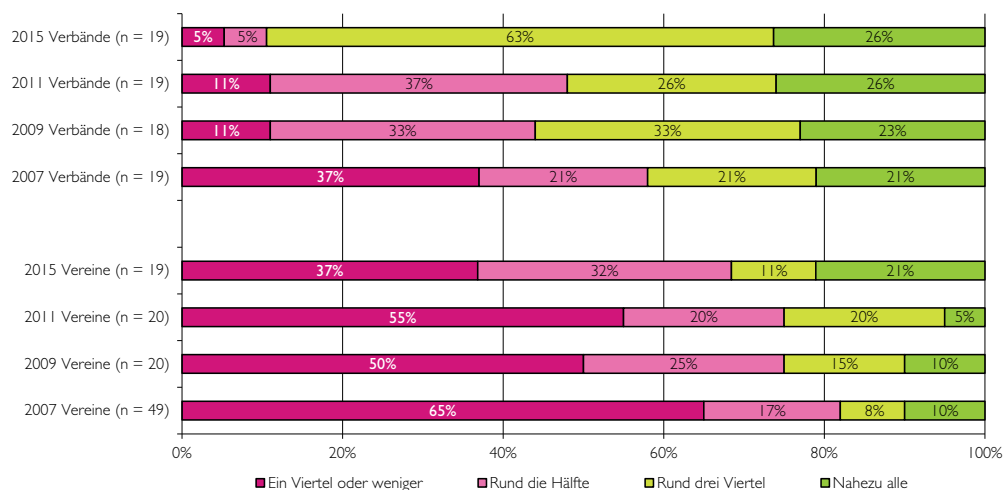
D 3.1: Bekanntheit von «cool and clean» bei Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen (2007, 2009, 2011, 2015)



Frage: Wie gut kennen Sie das Programm «cool and clean»?

Die befragten Verantwortlichen von Verbänden schätzten die Bekanntheit von «cool and clean» bei ihren Mitgliedsvereinen ebenfalls sehr hoch ein (vgl. Darstellung D 3.2) und konnte im Vergleich zum 2011 nochmals gesteigert werden. Bei den Vereinen wird die Bekanntheit bei den Mitgliedern geringer eingeschätzt: Ein Drittel der Befragten gibt an, dass die Mehrheit der Mitglieder «cool and clean» kennt, was im Vergleich zum Jahr 2011 ebenfalls eine Steigerung darstellt. Befragte von Vereinen mit teilnehmenden Jugendsportteams schätzten die Bekanntheit von «cool and clean» bei den Vereinsmitgliedern deutlich höher ein.

D 3.2: Bekanntheit von «cool and clean» bei Verbands- und Vereinsmitgliedern (2007, 2009, 2011, 2015)

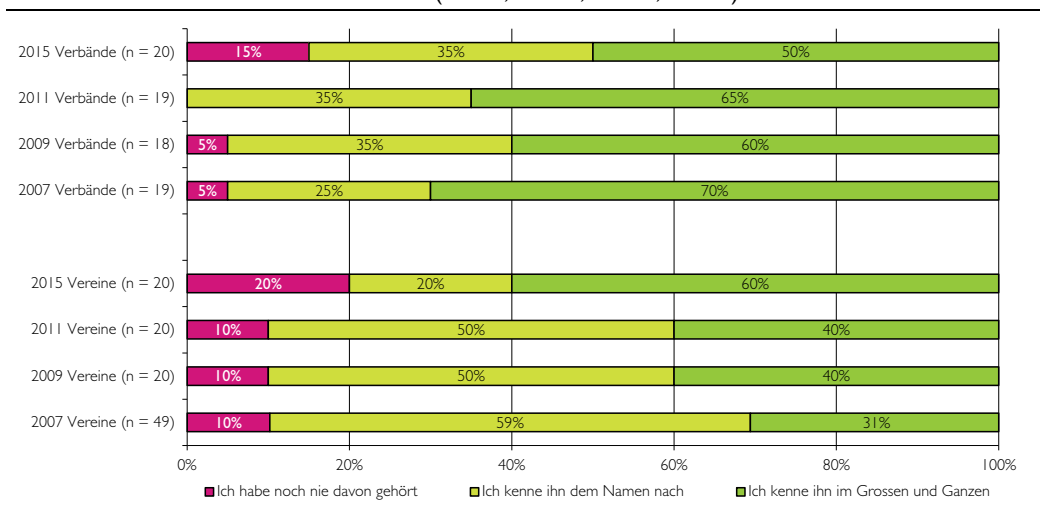


Frage: Bitte schätzen Sie einmal, wie viele der Mitgliedsvereine/Vereinsmitglieder das Programm «cool and clean» kennen.

Bekanntheit des Wettbewerbs «Sport rauchfrei»

Der Wettbewerb «Sport rauchfrei» geniesst bei Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen wie schon in den Vorjahren insgesamt eine hohe Bekanntheit (vgl. Darstellung D 3.3). Tendenziell hat der Wettbewerb sowohl bei den Verbänden wie auch bei den Vereinen leicht an Bekanntheit eingebüsst.

D 3.3: Bekanntheit Wettbewerb «Sport rauchfrei» bei Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen (2007, 2009, 2011, 2015)

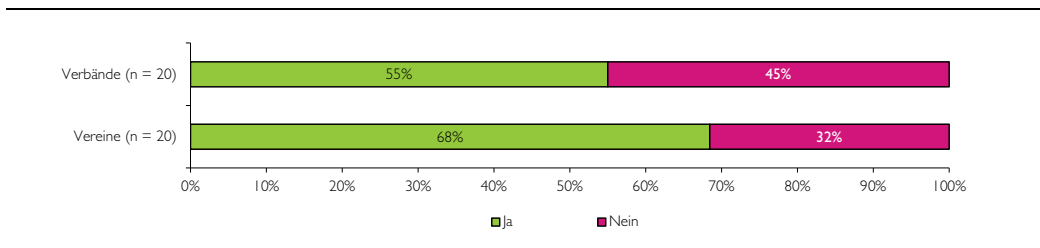


Frage: Wie gut kennen Sie den Wettbewerb «Sport rauchfrei»?

Bekanntheit der «cool and clean»-Botschafter/-innen

Darstellung D 3.4 zeigt, dass gut die Hälfte der befragten Vereine und Verbände die kantonalen Botschafter/-innen kennt. Von den 13 Vereinen, welche wissen, dass es kantonale «cool and clean»-Botschafter/-innen gibt, hatten vier schon einmal Kontakt mit einer Botschafterin/einem Botschafter. Diese Kontakte kamen im Rahmen eines Kurses, im Zusammenhang mit der Organisation einer Veranstaltung, in einem Lager sowie zwecks genereller Informationen zu Stande. Rund zwei Drittel derjenigen Vereine, welche wissen, dass es Botschafter/-innen gibt, sind der Meinung, dass diese einen Beitrag zur Umsetzung von Prävention in Vereinen leisten können. Ebenso sieht knapp die Hälfte dieser Befragten in den Botschafter/-innen einen Mehrwert.

D 3.4: Bekanntheit «cool and clean»-Botschafter/-innen bei Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen

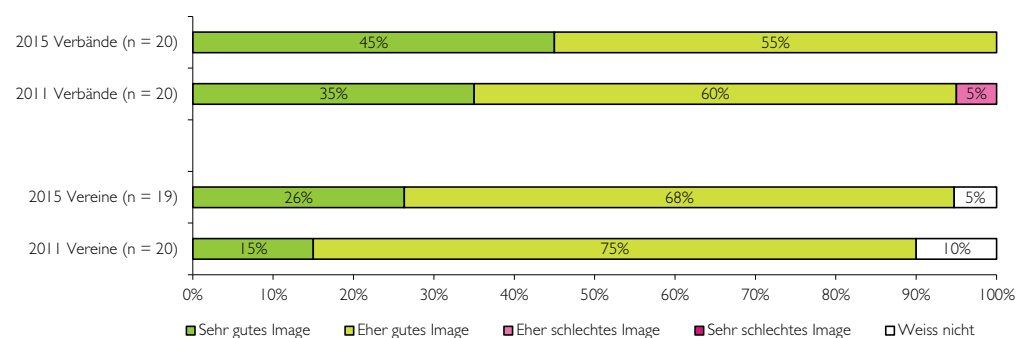


Frage: Wissen Sie, dass in vielen Kantonen eine kantonale «cool and clean»-Botschafterin/ein kantonaler «cool and clean»-Botschafter zur Verfügung steht?

Beurteilung des Images von «cool and clean»

Wie schon in der Befragung im Jahr 2011 beurteilen die Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen das Image von «cool and clean» bei ihren Mitgliedsvereinen beziehungsweise ihren Vereinsmitgliedern positiv und konnte sogar noch leicht gesteigert werden.

D 3.5: Image von «cool and clean» bei Mitgliedern von Verbänden und Vereinen (2011, 2015)



Frage: Welches Image hat das Programm «cool and clean» bei Ihren Mitgliedsvereinen/Mitgliedern?

Die Gründe für das gute Image decken sich weitgehend mit den Begründungen der letzten Befragung. So sind insbesondere folgende vier Punkte ausschlaggebend für das gute Image:

- *Gutes Konzept und praxisbezogene Umsetzung:* Die klaren Botschaften des Programms und die Umsetzung durch praxisbezogene Aktivitäten werden positiv beurteilt.
- *Unterstützung:* Das Programm bietet eine Hilfestellung, um wichtige Botschaften zu vermitteln. Zudem werden die unterstützenden Materialien sowie die gute Zusammenarbeit mit «cool and clean» geschätzt.
- *Präsenz:* Die Präsenz des Programms wird als gross erlebt und es wird als wichtig erachtet, dass die Thematik durch das Programm Aufmerksamkeit erhält.
- *Akzeptanz bei Zielgruppe:* Das Programm ist insbesondere bei der Zielgruppe der Jugendlichen gut akzeptiert und beliebt.

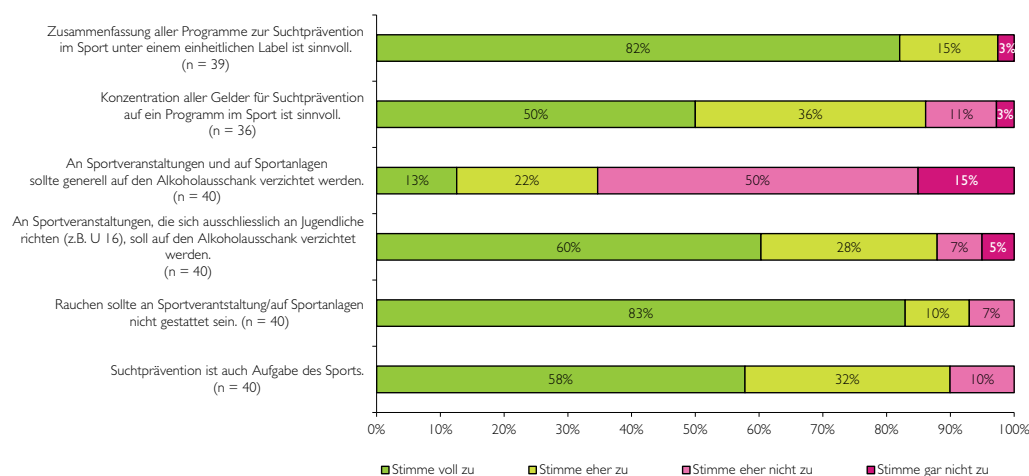
Beurteilung des Konzepts von «cool and clean»

Die Befragung zeigt wie schon im Jahr 2011 mehrheitlich eine hohe Akzeptanz der Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen gegenüber den konzeptionellen Grundlagen von «cool and clean» (vgl. Darstellung D 3.6). Insgesamt sind die Verantwortlichen der Verbände tendenziell kritischer eingestellt als diejenigen der Vereine. Deutliche Veränderungen im Vergleich zu den Ergebnissen aus dem Jahr 2011 sind in Bezug auf folgende Aspekte festzustellen:

- *Suchtprävention als Aufgabe des Sports:* Am deutlichsten gestiegen ist die Zustimmung der Befragten bei der Aussage, dass die Suchtprävention auch Aufgabe des Sports sei (von 63% auf 90%).

- *Alkoholprävention:* Den Aussagen, dass auf Sportanlagen und an Sportveranstaltungen generell und insbesondere, wenn sich die Veranstaltungen an Jugendliche richten, auf den Alkoholausschank verzichtet werden sollte, wird von den Befragten deutlich weniger zugestimmt, als noch in der Befragung 2011. Damals stimmten mit 60 Prozent der Befragten noch fast doppelt so viele zu, dass generell auf den Alkoholausschank verzichtet werden sollte.

D 3.6: Zustimmung zu konzeptionellen Grundlagen von «cool and clean»



Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Die Zahl „4“ bedeutet dabei „ich stimme voll zu“, die Zahl „1“ bedeutet „ich stimme gar nicht zu“.

Gesamtbeurteilung und Optimierungsbedarf

90 Prozent der Verbände und gar 95 Prozent der Vereine sind der Meinung, dass es ein Programm wie «cool and clean» für die Suchtprävention im Sport braucht. Die Gründe dafür können wie folgt zusammengefasst werden:

- *Vermittlung und Förderung allgemeiner Grundwerte:* «cool and clean» wird als notwendig erachtet, da es allgemeine Grundwerte und einen gesunden Lebensstil vermittelt. Zudem fördert das Programm durch seine grosse Präsenz das Bewusstsein für die Präventionsthematik in der Gesellschaft.
- *Fehlende Mittel für eigene Präventionsaktivitäten:* «cool and clean» wird geschätzt, da es insbesondere für kleine Verbände und Vereine nicht möglich wäre ein Programm in diesem Ausmass auf die Beine zu stellen.
- *Zentrale Stelle:* Es wird als notwendig erachtet, dass ein solches Programm von einer zentralen Stelle aus aufgegleist und koordiniert wird. Dadurch können aus Sicht der Befragten Netzwerke gebildet werden, Gelder gezielter eingesetzt und Jugendliche besser mobilisiert werden.

Die Befragten messen der Suchtprävention im Sport eine hohe Bedeutung zu und mit Ausnahme eines Vereins sind alle Verbände und Vereine mit dem Programm «cool and clean» insgesamt zufrieden. Für 85 Prozent der Verbände und 63 Prozent der Vereine stellt «cool and clean» einen Mehrwert dar. Einen *Mehrwert* sehen die Befragten vor allem in folgenden vier Punkten:

- *Optimierung der Ressourcen und Unterstützung:* Den Verbänden und Vereinen wird durch «cool and clean» Arbeit abgenommen und sie fühlen sich in ihren eigenen Anliegen unterstützt (insbesondere auch durch Ideen und Materialien).
- *Einheitliches Label für alle Sportarten und gemeinsame Kampagne:* Damit kann den Botschaften mehr Gewicht verliehen werden. Die Verbände und Vereine können sich auf eine Grundlage stützen, die sie in ihren Anliegen stärkt.
- *«cool and clean»-Botschafter/-innen:* Die Unterstützung durch die Botschafter/-innen wird namentlich von Vereinen als Mehrwert empfunden.
- *Positive Dynamik und Zusammenhalt im Team:* Einige Vereine sehen positive Effekte einer Teilnahme bei «cool and clean» in Bezug auf die Dynamik und den Zusammenhalt in den Teams.

Trotz der sehr positiven Beurteilung des Programms sehen die Befragten teilweise noch Optimierungsbedarf. Dieser lässt sich in den folgenden vier Punkten zusammenfassen:

- *Bedarf an mehr finanziellen Mitteln:* Dies würde es erlauben neue Ideen umzusetzen und beispielsweise im Breitensport noch aktiver zu werden.
- *Optimierung der Kommunikation:* Vielfach genannt wird, dass die Kommunikation durch «cool and clean» noch zu optimieren wäre und verstärkt kommuniziert werden müsste.
- *Verstärkter Fokus auf Umgang mit Suchtmitteln:* Für einzelne Befragte wäre es wünschenswert, wenn das Programm noch stärker den Umgang mit Suchtmitteln thematisieren würde statt beispielsweise die Nulltoleranz.
- *Wunsch nach individueller Fokussierung:* Von einigen Befragten würde es begrüsst, wenn das Programm sportartenspezifisch und je nach Situation unterschiedlich umgesetzt werden könnte.

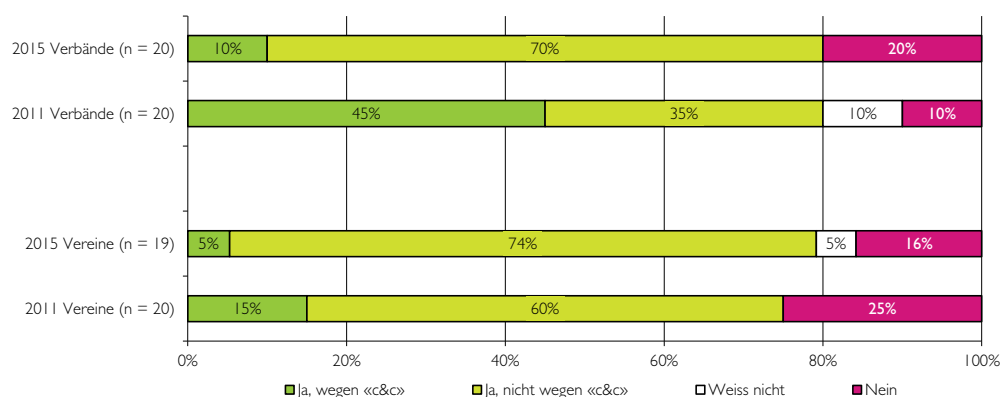
3.1.2 UMSETZUNG

Im Folgenden wird die Umsetzung von «cool and clean» innerhalb der Verbände und Vereine beschrieben.

Rauchfreie Sportveranstaltungen

Der Anteil an Verbänden und Vereinen, welcher angibt, rauchfreie Sportveranstaltungen durchzuführen, ist im Vergleich zur Erhebung im Jahr 2011 gleich geblieben und liegt bei rund 80 Prozent (vgl. Darstellung D 3.7). Abgenommen hat jedoch die Bedeutung von «cool and clean» für die Durchführung rauchfreier Veranstaltungen. Während im Jahr 2011 mehr als die Hälfte der befragten Verbände ihre rauchfreien Veranstaltungen auf «cool and clean» zurückführten, ist es nun nur noch eine Minderheit. Bei den Vereinen bewegt sich dieser Anteil auf gleich tiefem Niveau wie bereits im 2011. Viele der Befragten geben an, dass ihre Veranstaltungen sowieso rauchfrei sind, weil sie drinnen stattfinden oder weil dies einfach schon immer so war. Schon in der letzten Befragung im Jahr 2011 konnte ein zunehmender Trend hin zu rauchfreien Sportveranstaltungen festgestellt werden. Unterschiede zwischen den Verbänden und Vereinen bezüglich der Durchführung rauchfreier Sportveranstaltungen gibt es aktuell kaum.

D 3.7: Rauchfreie Sportveranstaltungen (2011, 2015)

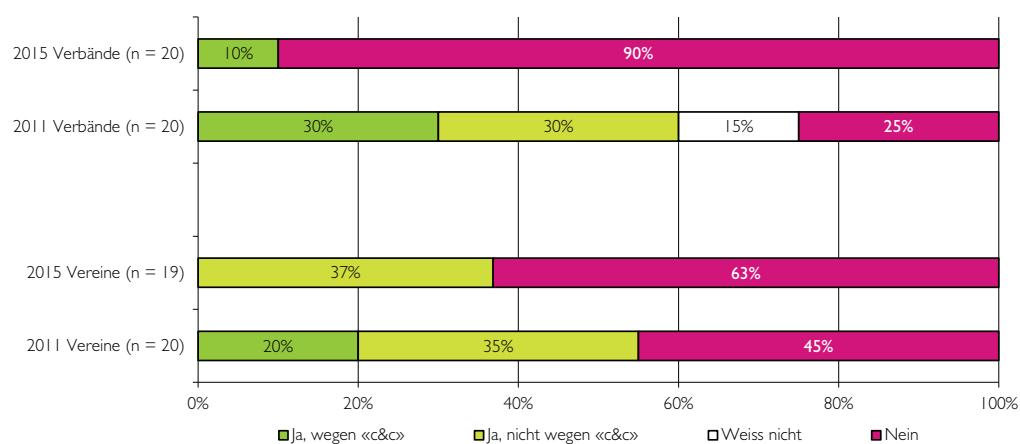


Frage Verbände: Ist ein Teil der Sportveranstaltungen Ihres Verbandes rauchfrei? Frage Vereine: Sind Sportveranstaltungen im Rahmen des Spiel- und Wettkampfbetriebs Ihres Vereins rauchfrei?

Verzicht auf den Alkoholausschank

Der Anteil an Verbänden und Vereinen, welcher angibt, bei Sportveranstaltungen auf den Alkoholausschank zu verzichten, ist im Vergleich zur Erhebung im Jahr 2011 deutlich gesunken (vgl. Darstellung D 3.8). So gibt nur noch eine Minderheit der Verbände an, alkoholfreie Sportveranstaltungen durchzuführen, während es bei den Vereinen noch rund ein Drittel ist. Bei den Vereinen sind alkoholfreie Sportveranstaltungen allerdings nicht auf «cool and clean» zurückzuführen. Vielmehr lautet die Begründung, dass sich die Veranstaltungen an Jugendliche richten und diesen ohnehin kein Alkohol ausgeschenkt werden dürfe. Deutlich wird, dass Verbände und Vereine, welche nicht auf den Alkoholausschank an Sportveranstaltungen verzichten, dies meist wegen der Eltern und Zuschauer nicht tun, da für diese Alkohol an solchen Veranstaltungen dazu gehört. Einige nennen auch finanzielle Gründe, da durch die Festwirtschaft Vereinseinnahmen generiert werden. «cool and clean» verlangt jedoch keinen Alkoholverzicht, sondern den massvollen Alkoholkonsum unter Einhaltung des Jugendschutzes.

D 3.8: Verzicht auf den Alkoholausschank an Sportveranstaltungen (2011, 2015)

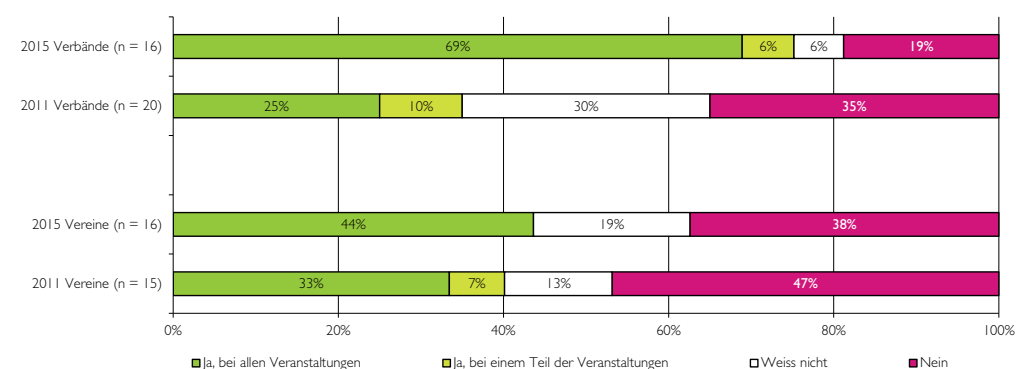


Frage Verbände: Verzichtet Ihr Verband an einem Teil seiner Sportveranstaltungen auf den Ausschank von Alkohol? Frage Vereine: Verzichtet Ihr Verein auf den Alkoholausschank bei Veranstaltungen im Rahmen des Spiel- und Wettkampfbetriebs?

Schulung des Personals

Darstellung D 3.8 zeigt zwar, dass Verbände und Vereine an ihren Sportveranstaltungen im Vergleich zur Erhebung 2011 seltener auf den Alkoholausschank verzichten. Dafür geben die Verbände und Vereine im Vergleich zu 2011 häufiger an, dass sie das Personal im Ausschank bezüglich der Vorgaben des Jugendschutzes speziell schulen, wobei bei den Verbänden mehr als eine Verdopplung festzustellen ist (vgl. Darstellung D 3.9). Der Anteil, welcher bei allen Veranstaltungen Personalschulungen durchführt, umfasst bei den Vereinen knapp die Hälfte und bei den Verbänden mehr als zwei Drittel.

D 3.9: Schulung des Personals bezüglich der Vorgaben des Jugendschutzes (2011, 2015)

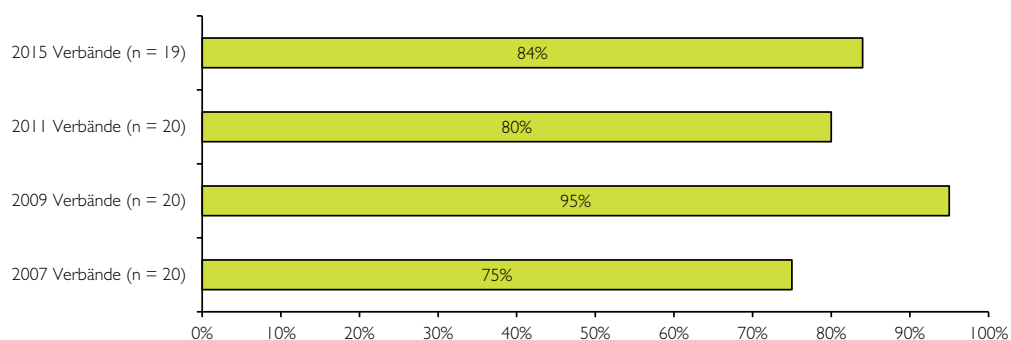


Frage: Wird das Personal im Ausschank bezüglich der Vorgaben des Jugendschutzes speziell geschult?

Verband als Multiplikator

Wie schon in den vergangenen Befragungen versteht sich die Mehrheit der befragten Verbände als Multiplikator und wirbt für das Mitmachen bei «cool and clean» (vgl. Darstellung D 3.10). Gründe weshalb sich einzelne Verbände nicht als Multiplikator verstehen, liegen hauptsächlich darin, dass sie die Verantwortung für die Präventionsarbeit eher bei den Vereinen sehen beziehungsweise dass sie Präventionsaktionen auf der Verbandsebene eher als schwierig erleben und damit selten das erreichen, was sie gerne möchten.

D 3.10: Verband als Multiplikator (2007, 2009, 2011, 2015)

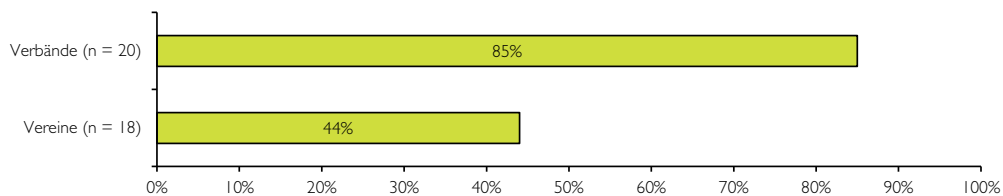


Frage: Versteht sich Ihr Verband als Multiplikator und wirbt zum Beispiel bei seinen Mitgliedsvereinen, Trainern, Ausbildern und Funktionären zum Beispiel mittels Verbandsorgan, Mail, Versand oder an Tagungen und Weiterbildungen aktiv für das Mitmachen bei «cool and clean»?

Nutzung der «cool and clean»-Materialien

Der Anteil an Verbänden und Vereinen, welcher an den eigenen Sportveranstaltungen «cool and clean»-Materialien nutzt, ist im Vergleich zum Jahr 2011 stabil geblieben. Darstellung D 3.11 zeigt, dass dieser Anteil bei den Verbänden mit 85 Prozent deutlich höher ist als bei den Vereinen mit 44 Prozent.

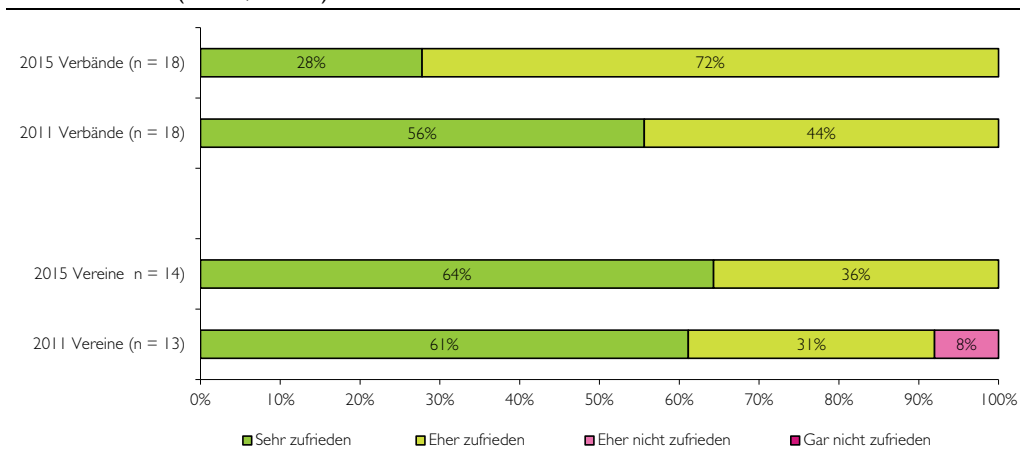
D 3.11: Nutzung der «cool and clean»-Materialien bei Verbänden und Vereinen



Frage: Nutzt Ihr Verband/Verein an seinen Sportveranstaltungen Werbematerialien und Hinweisplakate von «cool and clean» (Plakate, Absperrband, Aufkleber, Infomaterial, Tischsteller, Fahnen, die «cool and clean»-Bar und anderes)?

Alle befragten Verbände und Vereine, welche «cool and clean»-Materialien nutzen, sind mit diesen eher oder sehr zufrieden.

D 3.12: Zufriedenheit mit «cool and clean»-Materialien bei Verbänden und Vereinen (2011, 2015)



Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Material von «cool and clean»?

Ehrenamtliches Engagement

Sechs der 20 Befragten von Verbänden engagieren sich ehrenamtlich für die Tabakprävention im Sport. Im Jahr 2011 waren es noch zehn. Am häufigsten engagieren sich die Befragten in Vereinen oder indem sie generell auf das Thema aufmerksam machen. Drei der sechs Personen, welche sich ehrenamtlich engagieren, geben zudem an, dass «cool and clean» ihnen bei diesem Engagement hilft, insbesondere durch die verfügbaren Materialien.

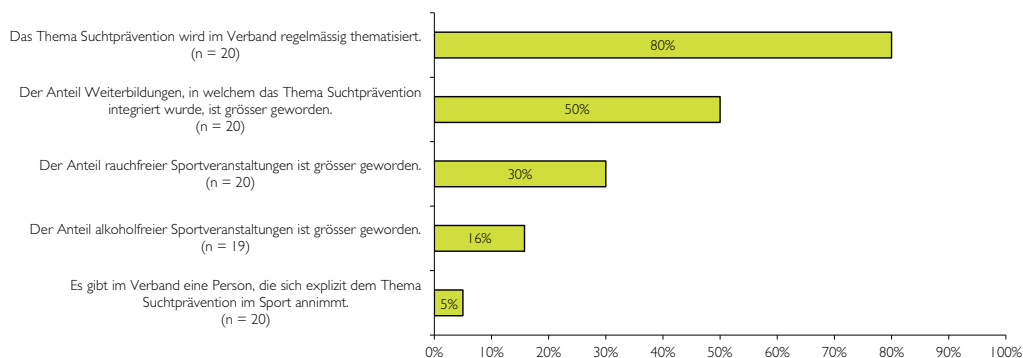
3.1.3 WIRKUNGEN

Im Folgenden werden die Wirkungen von «cool and clean» innerhalb der Verbände und Vereine beschrieben.

Ebene Verbände

Die Darstellung D 3.13 zeigt die Veränderungen im Bereich der Suchtprävention der letzten vier Jahre. Die Mehrheit der befragten Verantwortlichen der Verbände gibt an, dass das Thema Suchtprävention in ihrem Verband regelmässig thematisiert wird. Ausserdem ist die Hälfte der Ansicht, dass in den letzten vier Jahren der Anteil an Weiterbildungen, in welchen das Thema Suchtprävention integriert wurde, grösser geworden ist. Bei einem Drittel der Verbände hat auch der Anteil an rauchfreien Sportveranstaltungen zugenommen. Alkoholfreie Sportveranstaltungen sind bei Verbänden nach wie vor eher selten. Der Anteil solcher hat dennoch bei 16 Prozent der Verbände zugenommen. Eine Person, die sich explizit dem Thema Suchtprävention annimmt, wurde hingegen nur in einem Verband bestimmt. Die Verantwortlichen der Verbände führen diese Veränderungen einerseits auf «cool and clean» zurück, da das Programm sie bei der Thematisierung gewisser Themen unterstützt hat (z.B. Doping). Andererseits stellen sie generell eine stärkere Sensibilisierung für das Thema Suchtprävention im Sport fest und führen die Veränderungen daher auch auf einen allgemeinen Trend zurück.

D 3.13: Veränderungen auf der Ebene der Verbände in den letzten vier Jahren

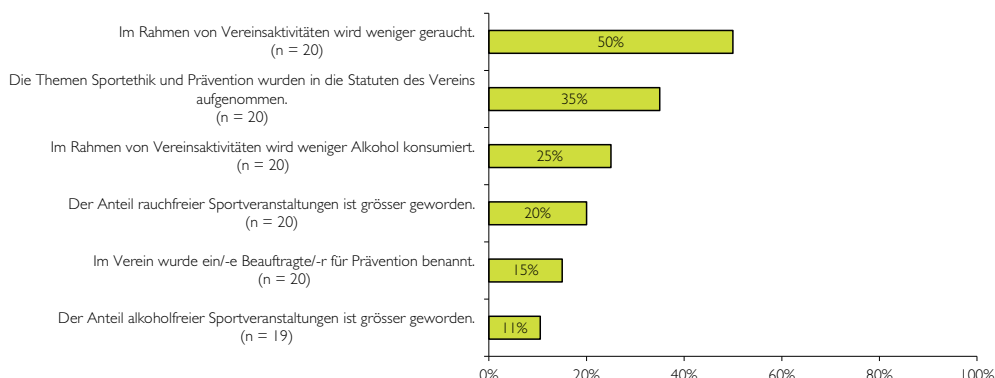


Frage: Welche Veränderungen in Bezug auf das Thema Suchtprävention hat es in Ihrem Verband in den letzten vier Jahren gegeben?

Ebene Vereine

In der Darstellung D 3.14 sind die wahrgenommenen Veränderungen im Bereich der Suchtprävention der letzten vier Jahre aus Sicht der befragten Vereine zu finden. Die Hälfte der befragten Verantwortlichen der Vereine gibt an, dass im Rahmen von Vereinsaktivitäten weniger geraucht wird. Ausserdem gibt rund ein Drittel der zwanzig befragten Vereine an, die Themen Sportethik und Prävention in die Statuten aufgenommen zu haben. Ein Viertel gibt auch an, dass im Rahmen von Vereinsaktivitäten weniger Alkohol konsumiert wird. Der Anteil rauchfreier Sportveranstaltungen ist bei einem Fünftel der Vereine gestiegen. Nur wenige haben im Verein eine Beauftragte/einen Beauftragten für Prävention benannt, und auch der Anteil alkoholfreier Sportveranstaltungen ist nur bei einzelnen Vereinen angestiegen. Diese beiden Veränderungen sind nur bei Vereinen festzustellen, deren Teams bei «cool and clean» teilnehmen. Als weiterer Unterschied lässt sich feststellen, dass Vereine mit teilnehmenden Teams die Themen Sportethik/Prävention deutlich häufiger in die Statuten des Vereins aufgenommen haben (55% gegenüber 11%). Im Bereich der Tabakprävention sind hingegen bei Vereinen mit teilnehmenden Teams gegenüber solchen ohne teilnehmende Teams keine stärkeren positiven Veränderungen festzustellen, was vermutlich mit der generellen Wirkung des Passivrauchschutzgesetzes zusammenhängt. Dabei ist festzuhalten, dass diese Angaben subjektive Einschätzungen der Befragten und nicht repräsentativ für die Veränderungen in den Vereinen generell sind.

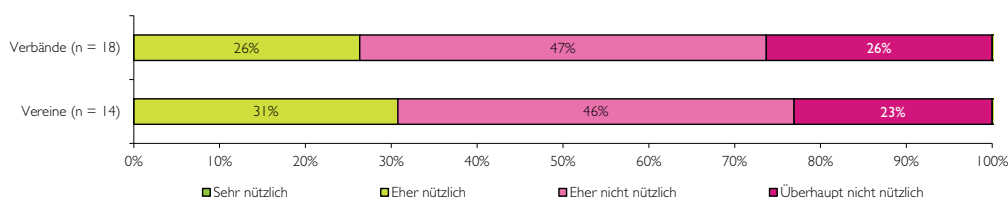
D 3.14: Veränderungen auf der Ebene der Vereine in den letzten vier Jahren



Frage: Welche Veränderungen in Bezug auf das Thema Suchtprävention hat es in den letzten vier Jahren in Ihrem Verein gegeben?

Nutzen von «cool and clean» für die Alkohol- und Tabakprävention
 Rund ein Viertel der Verbände und ein Drittel der Vereine gibt an, dass «cool and clean» für die Tabakprävention in ihrem Verein eher nützlich ist. Die grosse Mehrheit ist hingegen der Ansicht, dass «cool and clean» dafür eher nicht oder überhaupt nicht nützlich ist (vgl. D 3.15). Als Begründung wird angegeben, dass der Tabakkonsum in den Verbänden und Vereinen nicht unbedingt als problematisch empfunden wird und daher auch nicht ein grosser Nutzen vorhanden ist. Aufgrund der Antworten der Befragten ist jedoch zu erkennen, dass sie dem Programm gegenüber dennoch positiv gesinnt sind.

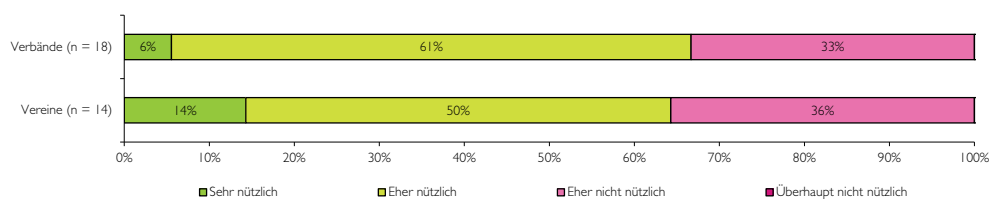
D 3.15: Nutzen von «cool and clean» für Tabakprävention



Frage: Wie nützlich ist das Programm «cool and clean» für die Tabakprävention in Ihrem Verband/Verein?

Im Bereich der Alkoholprävention wird der Nutzen von «cool and clean» sowohl von den Verbänden als auch von den Vereinen positiver eingeschätzt. So sind je rund zwei Drittel der Befragten der Ansicht, dass das Programm für die Alkoholprävention in ihrem Verband oder Verein nützlich ist (vgl. Darstellung D 3.16).

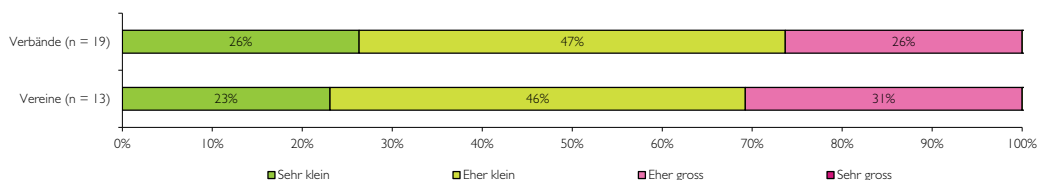
D 3.16: Nutzen von «cool and clean» für Alkoholprävention



Frage: Wie nützlich ist das Programm «cool and clean» für die Alkoholprävention in Ihrem Verband/Verein?

Das Verhältnis von Aufwand und Nutzen des Programms «cool and clean» beurteilt die Mehrheit der Verbände und Vereine positiv. Sie sind der Ansicht, dass der Aufwand im Verhältnis zum Nutzen eher klein oder gar sehr klein ist (vgl. Darstellung D 3.17).

D 3.17: Aufwand «cool and clean» im Verhältnis zum Nutzen



Frage: Wie beurteilen Sie den Aufwand für «cool and clean» im Verhältnis zum Nutzen des Programms?

3.2 VERANTWORTLICHE VON KANTONALEN STELLEN

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- «cool and clean» hat bei den kantonalen Fachstellen einen sehr hohen Bekanntheitsgrad, und die konzeptionellen Grundlagen werden positiv beurteilt. Tendenziell wird «cool and clean» von den Fachstellen im Bereich Sport positiver beurteilt als von denjenigen im Bereich Gesundheit/Prävention.
- Knapp die Hälfte der Fachstellen im Bereich Sport gibt an, alle Lager bei «cool and clean» angemeldet zu haben, rund ein Viertel, dass «cool and clean» in allen J+S-Kursen integriert ist. Der Einfluss von «cool and clean» auf die Alkoholprävention in Lagern wird grösser beurteilt als auf die Tabakprävention.
- Der Einfluss der «cool and clean»-Botschafter/-innen auf die Präventionsbemühungen im Setting Sport wird von den Fachstellen noch häufiger als 2011 positiv wahrgenommen.

Ziel von «cool and clean» ist es, die Kantone zu aktivem Engagement zugunsten von «cool and clean» zu verpflichten und sie dabei zu unterstützen. Schwerpunkte bilden die Integration der «cool and clean»-Richtlinien bei Sportanlagen und -anlässen, in Lagern und Kursen, die Einsetzung von «cool and clean»-Botschafter/-innen sowie die Durchführung von kantonsspezifischen Projekten. Dabei arbeitet «cool and clean»

unter anderem mit den kantonalen Fachstellen (FS) aus den Bereichen Sport sowie Gesundheit/Prävention zusammen.¹⁶ Im Folgenden wird zunächst die Bekanntheit von «cool and clean» bei kantonalen Fachstellen in den Bereichen Sport und Gesundheit/Prävention beschrieben. Danach wird auf das Image und das Konzept, die Umsetzung sowie die Wirkungen von «cool and clean» bei den kantonalen Stellen eingegangen. Schliesslich werden die Ergebnisse in einem Fazit zusammengefasst.

3.2.1 IMAGE UND KONZEPT

Im Folgenden wird auf das Image und Konzept von «cool and clean» innerhalb der Verbände und Vereine eingegangen.

Bekanntheit des Gesamtprogramms

Die Bekanntheit des Programms «cool and clean» bei Verantwortlichen von kantonalen Fachstellen im Bereich Sport und Gesundheit/Prävention ist wie bereits vor vier Jahren auf hohem Niveau: Von den 50 Befragten geben 48 an, das Programm im Grossen und Ganzen zu kennen. Zwei der Befragten geben an, das Programm dem Namen nach zu kennen. Ausserdem geben mit einer Ausnahme alle Befragten an, dass sie schon mit «cool and clean» in Berührung gekommen sind.

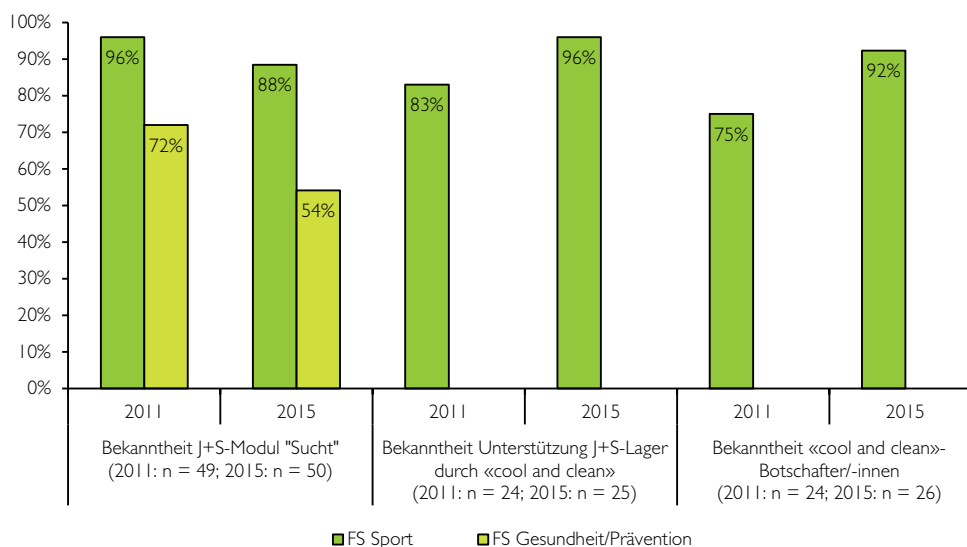
Bekanntheit der Aktivitäten von «cool and clean»

Zu den Aktivitäten von «cool and clean» gehören die Unterstützung der kantonalen J+S-Lager, ein interdisziplinäres Modulangebot zum Thema Sucht für Leitende und Trainer/-innen in Zusammenarbeit mit J+S sowie die Finanzierung kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen, die mehrheitlich bei kantonalen Sportämtern, teilweise aber auch bei Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention angestellt sind.

Die folgende Darstellung D 3.18 zeigt die Bekanntheit dieser drei Aktivitäten bei den Befragten der kantonalen Stellen. Sowohl die Bekanntheit der Unterstützung von J+S-Lagern durch «cool and clean» als auch das Angebot der kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen ist mit 96 beziehungsweise 92 Prozent bei den befragten kantonalen Fachstellen im Bereich Sport sehr hoch. Im Vergleich zu den Ergebnissen der Befragung im Jahr 2011 ist die bereits damals sehr hohe Bekanntheit dieser Teilprogramme noch einmal leicht angestiegen. Die Bekanntheit des interdisziplinären Weiterbildungsmoduls „Sucht“ von J+S ist hingegen etwas geringer als noch im Jahr 2011. Gleich geblieben ist jedoch, dass das Modul „Sucht“ bei Fachstellen im Bereich Sport besser bekannt ist als bei Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention. Insgesamt sind die Aktivitäten alle gut bekannt und es gibt keine nennenswerten sprachregionalen Unterschiede.

¹⁶ Vgl. Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts von «cool and clean» vom 2. Oktober 2012 zuhanden des Tabakpräventionsfonds, S. 15.

D 3.18: Bekanntheit der Aktivitäten von «cool and clean» (2011, 2015)

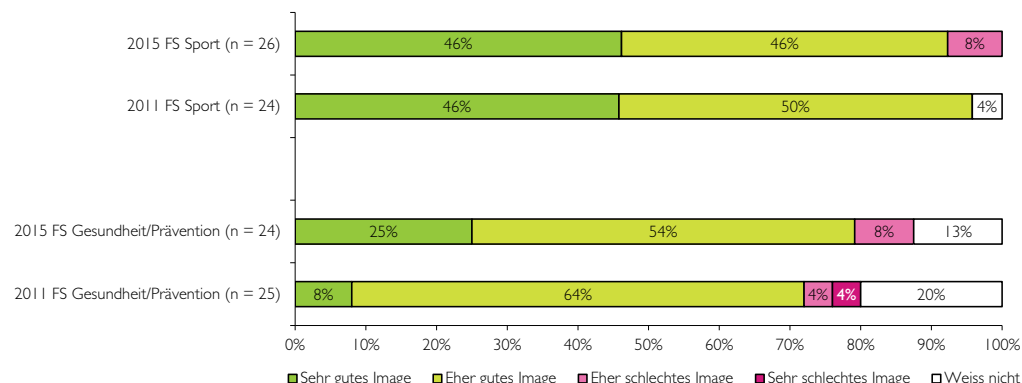


Fragen: Kennen Sie das interdisziplinäre Modul „Sucht“ von J+S? Kennen Sie die Unterstützung kantonaler J+S-Lager durch «cool and clean»? (nur FS Sport) Kennen Sie das Angebot der kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen? (nur FS Sport).

Beurteilung des Images von «cool and clean»

Das Image von «cool and clean» bei den kantonalen Stellen wird gleich beurteilt wie bei der letzten Befragung im Jahr 2011 (vgl. Darstellung D 3.19): Insgesamt geben 86 Prozent der Befragten an, dass das Image in ihrem beruflichen Umfeld sehr oder eher gut ist. Dabei sind die Fachstellen im Bereich Sport dem Programm gegenüber etwas positiver eingestellt als diejenigen im Bereich Gesundheit/Prävention. Im Vergleich zu 2011 geben jedoch zwei Personen von Fachstellen im Bereich Sport erstmalig an, dass «cool and clean» ein eher schlechtes Image habe mit der Begründung, dass generell eine Skepsis gegenüber grossen nationalen Programmen bestehe. Im Gegensatz dazu konnte der Anteil der Befragten im Bereich Gesundheit/Prävention, welche das Image als sehr gut bezeichnen, deutlich erhöht werden (von 8% auf 25%). Die sprachregionalen Unterschiede sind ebenfalls gleich geblieben: So fällt der Anteil der Antwortkategorie „Sehr gut“ bei kantonalen Stellen der Deutschschweiz (43%) im Jahr 2015 erneut höher aus als bei den Stellen aus der lateinischen Schweiz (15%). Gleichzeitig fühlen sich – wie bereits 2011 – ausschliesslich Deutschschweizer Stellen nicht in der Lage, das Image von «cool and clean» zu beurteilen.

D 3.19: Image von «cool and clean» bei kantonalen Fachstellen (2011, 2015)

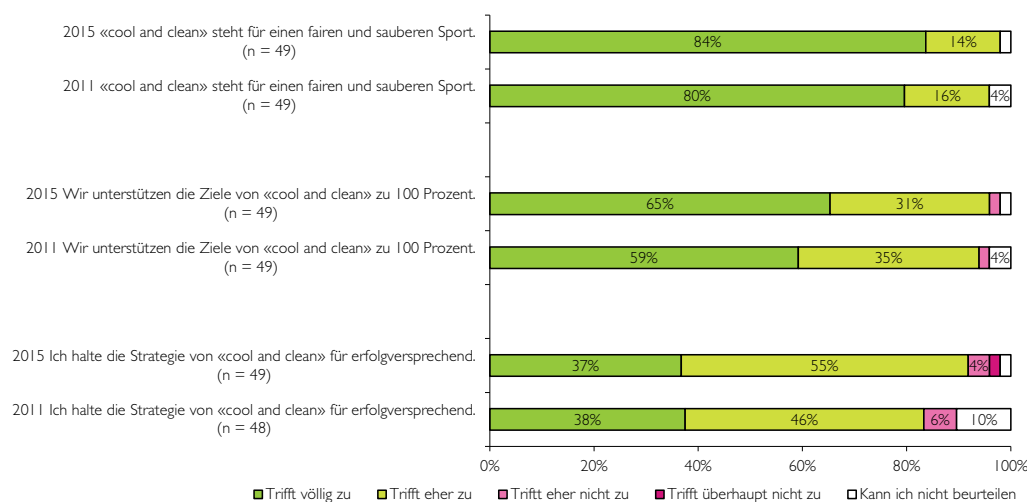


Frage: Welches Image hat «cool and clean» in Ihrem beruflichen Umfeld?

Beurteilung des Konzepts von «cool and clean»

Die Darstellung D 3.20 zeigt die hohe Akzeptanz der konzeptionellen Grundlagen von «cool and clean» bei den befragten Verantwortlichen der kantonalen Stellen. Die Aussage, dass «cool and clean» für einen fairen und sauberen Sport steht und es sich dabei um ein sehr wichtiges Anliegen handelt, trifft aus Sicht praktisch aller Befragten eher oder völlig zu. Ebenso gibt eine grosse Mehrheit der Befragten an, dass sie die Ziele von «cool and clean» zu 100 Prozent eher oder völlig unterstützen. Auch die Strategie von «cool and clean» mit den Elementen „informieren“, „verpflichten“ und „vernetzen“ hält die grosse Mehrheit der Befragten eher oder völlig für erfolgversprechend. Im Vergleich zur Befragung 2011 hat die Zustimmung der Befragten nochmals leicht zugenommen. Sprachregionale Unterschiede gibt es kaum, hingegen ist die Beurteilung der Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention leicht kritischer als diejenige der Fachstellen im Bereich Sport.

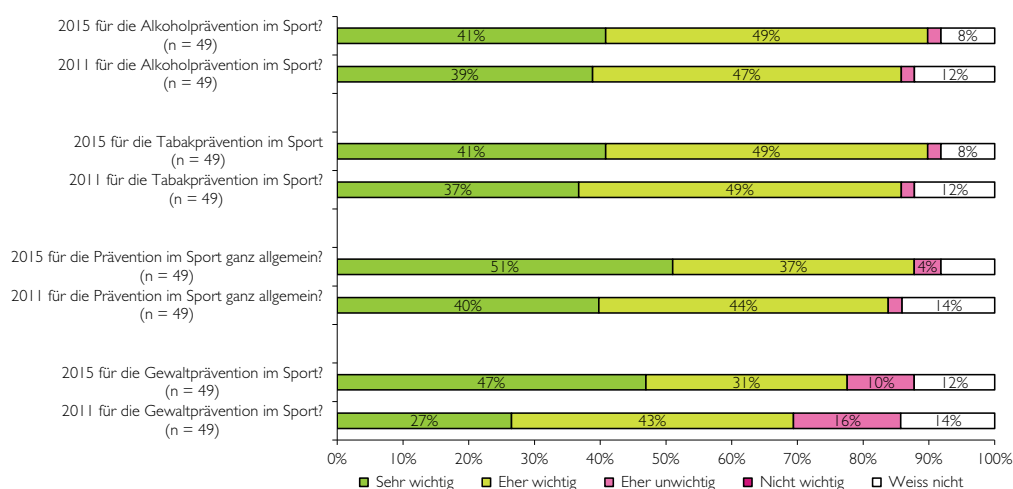
D 3.20: Konzeptionelle Grundlagen von «cool and clean» (2011, 2015)



Frage: Welche Aussagen treffen für Sie zu?

Bedeutung von «cool and clean» für Prävention im Sport
 Darstellung D 3.21 zeigt, dass 90 Prozent der Befragten «cool and clean» für sehr oder eher wichtig für die Alkohol- und Tabakprävention im Sport, 88 Prozent für die Prävention im Sport allgemein und 78 Prozent für die Gewaltprävention im Sport halten. Im Vergleich zur Befragung 2011 konnte insbesondere der Anteil Personen, welche das Programm im Bereich der Gewaltprävention als sehr wichtig erachtet, von 27 auf 47 Prozent gesteigert werden. Die Fachstellen im Bereich Sport messen «cool and clean» eine etwas grössere Bedeutung für die Prävention im Sport zu als die Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention. Ebenfalls weisen die Befragten aus der Deutschschweiz im Vergleich zur lateinischen Schweiz diesbezüglich einen leicht höheren Anteil der Antwortkategorie „Sehr wichtig“, aber auch einen höheren Anteil der Antwortkategorie „Eher unwichtig“ auf.

D 3.21: Bedeutung von «cool and clean» für Prävention im Sport (2011, 2015)

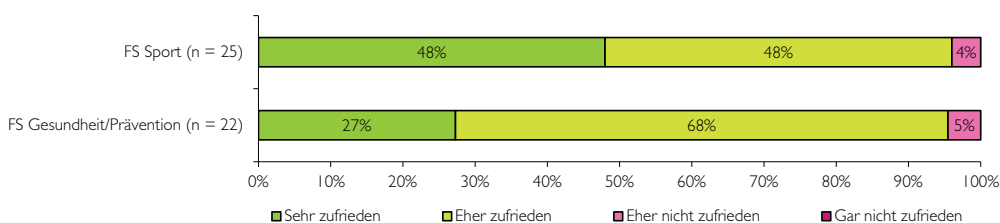


Fragen: Wie wichtig ist «cool and clean» für die Prävention im Sport?

Allgemeine Zufriedenheit mit «cool and clean»

Die Verantwortlichen der kantonalen Stellen wurden nach Ihrer Zufriedenheit mit dem Programm «cool and clean» gefragt: 38 Prozent der Befragten sind insgesamt sehr und 57 Prozent eher zufrieden mit «cool and clean». Die Darstellung D 3.23 zeigt, dass die Fachstellen im Bereich Sport etwas zufriedener sind als die Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention.

D 3.22: Allgemeine Zufriedenheit mit «cool and clean»

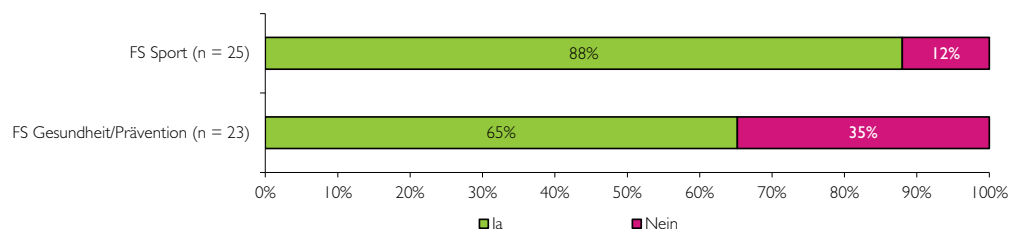


Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Programm «cool and clean» insgesamt?

Beurteilung des Mehrwerts von «cool and clean»

Das Programm «cool and clean» stellt für Fachstellen im Bereich Sport mit 88 Prozent öfter einen Mehrwert dar als für jene im Bereich Gesundheit/Prävention mit 65 Prozent (vgl. Darstellung D 3.23).

D 3.23: Beurteilung des Mehrwerts von «cool and clean»



Frage: Stellt das Programm «cool and clean» für Ihre Fachstelle einen Mehrwert dar?

Beurteilung der Stärken und des Optimierungsbedarfs von «cool and clean»

Die von den Befragten genannten Stärken von «cool and clean» sind vielfältig. Dazu zählen:

- *Bekanntheit und Akzeptanz des Programms:* Die gesamtschweizerische Bekanntheit und die breite Akzeptanz des Programms tragen zu einer positiven Wahrnehmung des Programms bei.
- *Klare Ziele und zielgruppenspezifische Erscheinung:* Das einfache Konzept mit klaren Zielen und das zielgruppenspezifische Erscheinungsbild trägt dazu bei, dass sich Leitende und Jugendliche angesprochen fühlen.
- *«cool and clean»-Botschafter/-innen und Materialien:* Die Unterstützung durch kantonale «cool and clean»-Botschafter/-innen und die zur Verfügung stehenden Unterlagen und Materialien werden positiv beurteilt.
- *Thematische und institutionelle Vernetzung:* Die Vernetzung der Themen Sport und Prävention, die institutionelle Vernetzung des Programms mit kantonalen Stellen und J+S sowie die Nähe zu Verbänden und Vereinen sind von Bedeutung.

Optimierungsbedarf sehen die Befragten in Bezug auf:

- *Gewinnung neuer Teams und Anmeldeprozess:* Die Gewinnung neuer Teams könnte noch verbessert (insbesondere auch Ausweitung auf Randsportarten) und der Anmeldeprozess vereinfacht werden (z.B. über die Sportdatenbank gemeinsam mit der Anmeldung für J+S).
- *Präsenz von Vorbildern:* Eine Verstärkung der Präsenz von Vorbildern, wie zum Beispiel von Leitenden, Funktionären sowie aktiven Sportlerinnen und Sportlern wird als notwendig erachtet.
- *Intensivierung der Arbeit „an der Front“:* Die Arbeit „an der Front“ wird als besonders bedeutend wahrgenommen und könnte beispielsweise durch eine Auswei-

tung des Arbeitsumfangs der «cool and clean»-Botschafter/-innen verstärkt werden.

- *Rauchfreie Sportanlagen und Präsenz an Sportveranstaltungen:* Die Umsetzung rauchfreier Sportanlagen (indoor und outdoor) sollte noch intensiviert werden. Bei Sportveranstaltungen sollte auf jene fokussiert werden, bei welchen die Präsenz von «cool and clean» wirklich sinnvoll erscheint.
- *Integration von «cool and clean» in die J+S-Ausbildung:* «cool and clean» sollte verstärkt als Querschnittsthema in die J+S-Ausbildung integriert werden.
- *Austausch und Vernetzung in Kantonen:* Einzelne Kantone sehen Bedarf, den Austausch und die Vernetzung bei der Zusammenarbeit im Kanton zu intensivieren.

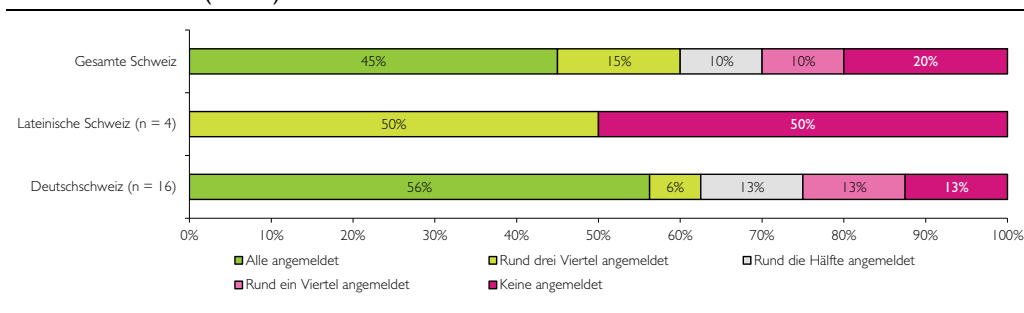
3.2.2 UMSETZUNG

Dieser Abschnitt beschreibt die Umsetzung von «cool and clean» beziehungsweise von Suchtprävention durch die kantonalen Stellen in den Bereichen Sport und Gesundheit/Prävention.

Integration von «cool and clean» in J+S-Lager

Die kantonalen Sportämter führen teilweise selber J+S-Lager durch. Die Anzahl der im Jahr 2014 durchgeführten Lager variiert jedoch je nach Kanton stark, und zwar zwischen null und 35 Lagern. Gemäss Angabe der Befragten wurden in 20 Kantonen kantonale J+S-Lager durchgeführt. Die Gesamtzahl der durchgeführten Lager im Jahr 2014 beträgt 175. Darstellung D 3.24 zeigt den Anteil der Kantone, welche im Jahr 2014 J+S-Lager bei «cool and clean» angemeldet haben: Von den 20 befragten Sportämtern, welche mindestens ein J+S Lager durchgeführt haben, gibt rund ein Fünftel an, dass im Jahr 2014 keines von ihren J+S-Lagern bei «cool and clean» angemeldet waren. Knapp die Hälfte der Befragten hingegen gibt an, dass alle ihre Lager bei «cool and clean» angemeldet waren. Bei den restlichen kantonalen Stellen bewegen sich die Anteile angemeldeter Lager dazwischen. Auffällig sind die sprachregionalen Unterschiede. In der Deutschschweiz sind bei über der Hälfte der Kantone alle J+S-Lager im Jahr 2014 bei «cool and clean» angemeldet. In der lateinischen Schweiz ist bei der Hälfte der Kantone kein Lager bei «cool and clean» angemeldet.

D 3.24: Anteil der Kantone, welche J+S-Lager bei «cool and clean» angemeldet haben (2014)

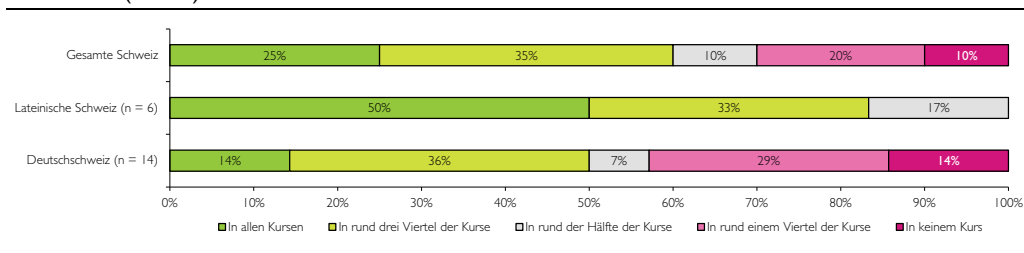


Frage: Wie viele der kantonalen J+S-Lager Ihrer Fachstelle wurden bei «cool and clean» angemeldet?

Integration von «cool and clean» in J+S-Kursen

Ebenfalls führen die kantonalen Sportämter teilweise J+S-Kurse zur Aus- und Weiterbildung von Leiter/-innen und Trainer/-innen durch. Auch hier variiert die Zahl der im Jahr 2014 durchgeführten Kurse zwischen null und 120. Insgesamt haben 20 der befragten kantonalen Sportämter im Jahr 2014 mindestens einen J+S-Kurs durchgeführt. Die Gesamtzahl der durchgeführten Kurse im Jahr 2014 beträgt 1129. Wie Darstellung D 3.25 zeigt, gibt rund ein Viertel dieser Sportämter an, dass «cool and clean» in allen ihren J+S-Kursen im Jahr 2014 vorgestellt oder als Thema integriert wurde. Bei 10 Prozent der Sportämter wurde «cool and clean» in keinem der Kurse thematisiert. Die restlichen Kantone thematisierten «cool and clean» in J+S-Kursen teilweise. Im Gegensatz zu den J+S-Lagern wurde «cool and clean» in J+S-Kursen der lateinischen Schweiz häufiger thematisiert als in der Deutschschweiz. Insgesamt waren rund zwei Drittel (geschätzte 69 Prozent) der im Jahr 2014 durchgeführten Kurse bei «cool and clean» angemeldet. Die Inputs in J+S-Kursen wurden zu einem Grossteil von kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen (n = 12) oder von Mitarbeiter/-innen des Sportamts eingebracht (n = 13), aber auch von den J+S Kursleiter/-innen selber (n = 5) sowie vereinzelt durch Präventionsfachpersonen (n = 1) oder anderen Personen (n = 1).

D 3.25: Anteil der Kantone, welche «cool and clean» in J+S-Kursen thematisierte (2014)



Frage: Bei wie vielen dieser J+S-Kurse wurde «cool and clean» vorgestellt oder als Thema integriert?

Potenzial für verstärktes Engagement von «cool and clean»

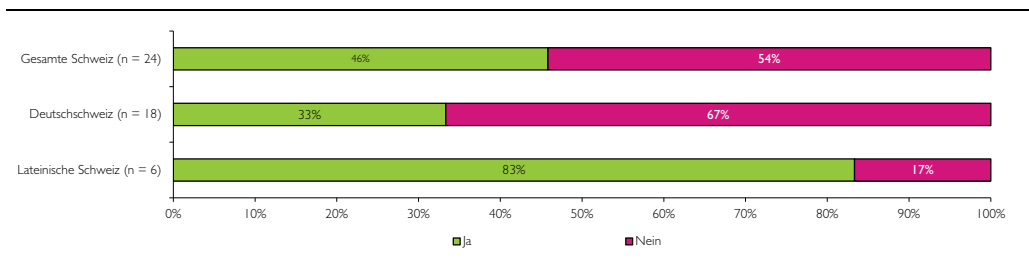
Das grösste Potenzial für ein verstärktes Engagement von «cool and clean» lokalisieren die Befragten der Sportämter bei den Sportarten Fussball (sechs der neun Befragten), beim Schneesport (z.B. Skisport) sowie beim Handball. Von einzelnen Befragten als wichtig empfunden werden zudem Schwimmen, Nationalturnen, Kampfsportarten, Schiessen, Unihockey, Leichtathletik und Individualsport.

Suchtprävention im Sport als expliziter Auftrag der Fachstellen Gesundheit/Prävention

Die kantonalen Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention wurden gefragt, ob Suchtprävention im Sport zum expliziten Auftrag ihrer Fachstelle gehört. Diese Frage wurde von knapp der Hälfte mit ja beantwortet. Davon gaben über zwei Drittel an, dass dieser Auftrag für ihre Fachstelle eher wichtig oder sehr wichtig ist. Von denjenigen Fachstellen, für welche Suchtprävention im Sport kein expliziter Auftrag ist, würden knapp zwei Drittel einen entsprechenden Auftrag eher begrüssen oder sehr begrüssen. Es gibt allerdings sprachregionale Unterschiede. In der lateinischen Schweiz gehört das Thema Suchtprävention im Sport verhältnismässig häufiger zum expliziten Auftrag von kantonalen Stellen im Bereich Gesundheit/Prävention als in der Deutschschweiz (vgl. Darstellung D 3.26). Dies hängt vermutlich damit zusammen, dass «cool and

clean» sowie seine Botschafter/-innen in der lateinischen Schweiz häufiger im Bereich Gesundheit/Prävention als im Bereich Sport angesiedelt sind.

D 3.26: Suchtprävention im Sport als expliziter Auftrag der Fachstellen Gesundheit/Prävention



Frage: Gehört die Suchtprävention im Sport zum expliziten Auftrag Ihrer Fachstelle?

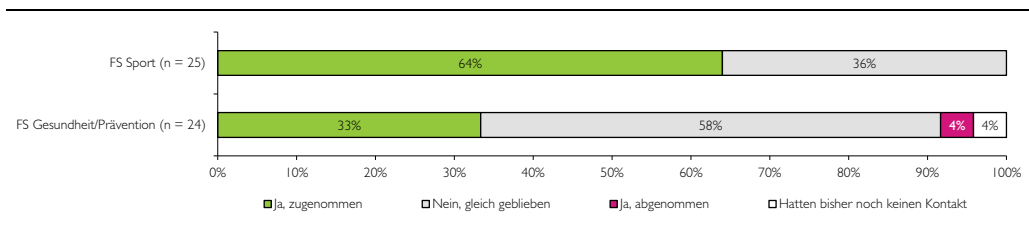
3.2.3 WIRKUNGEN

In diesem Abschnitt werden die Wirkungen von «cool and clean» aus Sicht der kantonalen Fachstellen beschrieben, und zwar in Bezug auf die Vernetzung zwischen den Fachstellen, die J+S-Lager und -Kurse, die Prävention im Setting Sport im Allgemeinen sowie das ehrenamtliche Engagement von Verantwortlichen kantonalen Stellen zur Tabakprävention.

Wirkung auf die Vernetzung zwischen den Fachstellen

Darstellung D 3.27 zeigt, dass rund zwei Drittel der Fachstellen aus dem Bereich Sport angeben, dass die Anzahl der Kontakte mit Fachstellen aus dem Bereich Gesundheit/Prävention in den letzten vier Jahren zugenommen hat. Dieser Trend hat sich seit der Erhebung 2011 somit fortgesetzt. Bei den Fachstellen aus dem Bereich Gesundheit/Prävention bestätigt nur ein Drittel der Befragten eine entsprechende Zunahme, also deutlich weniger als die Fachstellen im Bereich Sport. Eine Abnahme beziehungsweise das Fehlen von Kontakten wurden nur vereinzelt genannt. Insgesamt kann gefolgert werden, dass die Vernetzung zwischen den kantonalen Fachstellen aus den Bereichen Sport und Gesundheit/Prävention weiter gestärkt wurde.

D 3.27: Veränderung der Kontakte zwischen den Fachstellen Sport und Gesundheit/Prävention

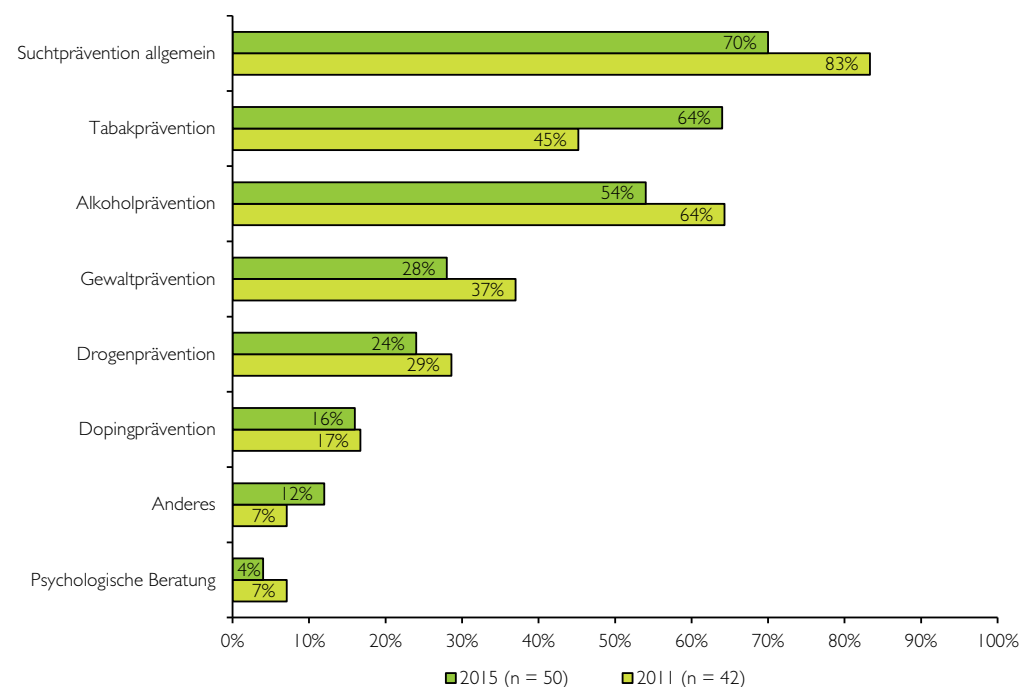


Fragen: Hat sich die Anzahl der Kontakte mit kantonalen Fachstellen aus dem Bereich Sport/aus dem Bereich Gesundheit/Prävention bei Ihrer Fachstelle in den letzten vier Jahren verändert?

Im Rahmen dieser Kontakte tauschen sich die Mitarbeitenden der kantonalen Fachstellen zu diversen Präventionsthemen aus (vgl. Darstellung D 3.28). Am häufigsten genannt wurde das Thema Suchtprävention allgemein (70 Prozent), gefolgt von Tabakprävention (64%) und Alkoholprävention (54%). Im Vergleich zur Erhebung 2011

wurden die Themen Suchtprävention allgemein und Alkoholprävention seltener, das Thema Tabakprävention hingegen häufiger genannt. Unterschiede zwischen den Fachstellen im Bereich Sport und jenen im Bereich Gesundheit/Prävention gibt es dahingehend, dass für die Fachstellen im Bereich Sport die Suchtprävention allgemein, für Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention hingegen die Tabakprävention die bedeutendste Thematik darstellt.

D 3.28: Austauschthemen



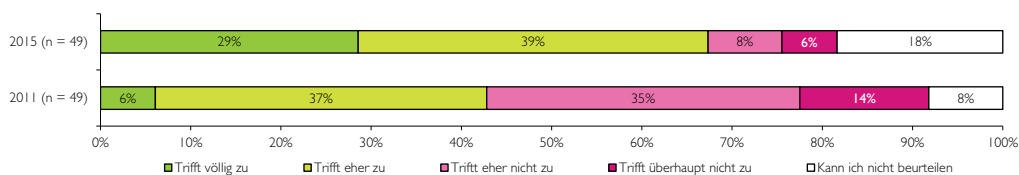
Frage: Um welche Themenbereiche ging es bei diesen Kontakten? (Mehrfachantworten möglich).

56 Prozent der Befragten geben an, dass «cool and clean» den Austausch zwischen den Fachstellen Sport und Gesundheit/Prävention im Kanton gefördert hat (10% „sehr gefördert“ und 46% „eher gefördert“); 35 Prozent der Befragten verneinen einen entsprechenden Zusammenhang. Fachstellen im Bereich Sport geben mit 68 Prozent deutlich häufiger an, dass «cool and clean» den Austausch gefördert hat als Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention (44%), wobei der Unterschied in der Deutschschweiz deutlicher ist als in der lateinischen Schweiz. Die grosse Mehrheit der Befragten ist der Ansicht, dass dieser Austausch im Kanton auch unabhängig von «cool and clean» bestehen bleibt.

Wirkung auf die Themen und die Wahrnehmung der Fachstellen

Die Aussage, dass dank «cool and clean» in den kantonalen Fachstellen mehr über Suchtmittel im Sport, über Fairness, Doping oder Ähnliches diskutiert und nachgedacht wird, stösst in dieser Befragung auf breitere Zustimmung als dies im Jahr 2011 der Fall war (68% vs. 43%, vgl. Darstellung D 3.29). Die Fachstellen im Bereich Sport stimmten dieser Aussage rund doppelt so häufig zu wie diejenigen aus dem Bereich Gesundheit/Prävention (88% vs. 46%). Zudem stimmten die Fachstellen der lateinischen Schweiz der Aussage häufiger zu als diejenigen der Deutschschweiz.

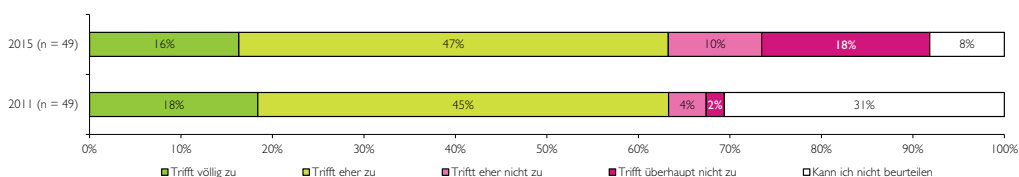
D 3.29: Wirkung von «cool and clean» auf die Themenbearbeitung der Fachstellen



Frage: Trifft die folgende Aussage auf Sie zu? Dank «cool and clean» wird in unserer Fachstelle mehr über die Suchtmittel im Sport, Fairness, Doping oder Ähnliches diskutiert und nachgedacht.

Die Aussage, dass dank «cool and clean» mehr Personen aus dem Bereich Sport wissen, dass sie sich bei Problemen an Präventionsfachstellen wenden können, wurde 2015 ähnlich beurteilt wie 2011 (vgl. Darstellung D 3.30). Ebenfalls wie bereits 2011 stimmen die Befragten aus dem Bereich Sport dieser Aussage rund doppelt so häufig zu wie diejenigen aus dem Bereich Gesundheit/Prävention (88 Prozent vs. 46 Prozent). Zudem ist die Zustimmung der Befragten in der lateinischen Schweiz grösser als in der Deutschschweiz.

D 3.30: Wirkung von «cool and clean» auf die Wahrnehmung der Fachstellen



Frage: Trifft die folgende Aussage auf Sie zu? Dank «cool and clean» wissen mehr Personen aus dem Bereich Sport, dass sie sich bei Problemen an Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention wenden können.

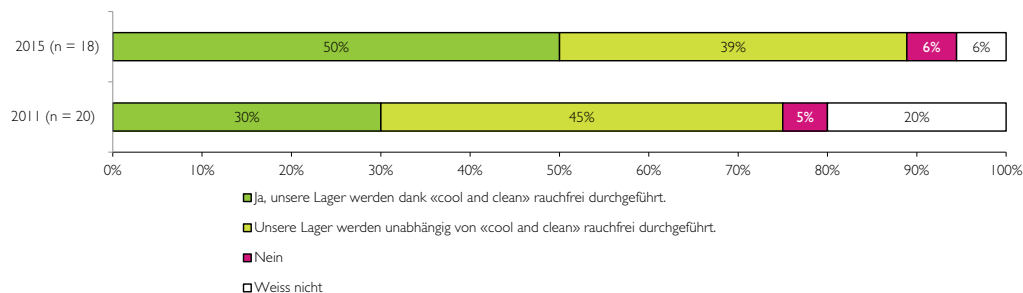
Wirkung auf J+S-Kurse

58 Prozent der Befragten, welche das interdisziplinäre Modul Sucht von J+S kennen (n = 36), sind der Meinung, dass die Kursteilnehmenden dank dem Besuch des Moduls im Umgang mit dem Thema Sucht kompetenter sind. Dieser Wert konnte im Vergleich zur Befragung von 2011 gesteigert werden. Nur eine Person ist nicht dieser Ansicht, und die restlichen können diese Aussage nicht beurteilen. Vier der 36 Befragten, welche das Modul Sucht kennen, geben zudem an, dank diesem Weiterbildungsmodul «cool and clean» kennengelernt zu haben. Ebenfalls geben vier Befragte an, im Rahmen dieses Moduls erstmals Kontakt mit der kantonalen Fachstelle des jeweiligen anderen Bereichs gehabt zu haben.

Wirkung auf J+S-Lager

Diejenigen 18 kantonalen Fachstellen im Bereich Sport, welche 2014 ein J+S-Lager durchgeführt und dieses bei «cool and clean» angemeldet haben, wurden zur Wirkung des Programms auf die Lager befragt. Darstellung D 3.31 zeigt, dass insgesamt 89 Prozent der Befragten angeben, dass ihre Lager rauchfrei durchgeführt werden. 50 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass «cool and clean» einen wesentlichen Einfluss darauf hat, dass die Lager rauchfrei sind. Diese Werte konnten im Vergleich zu 2011 weiter gesteigert werden.

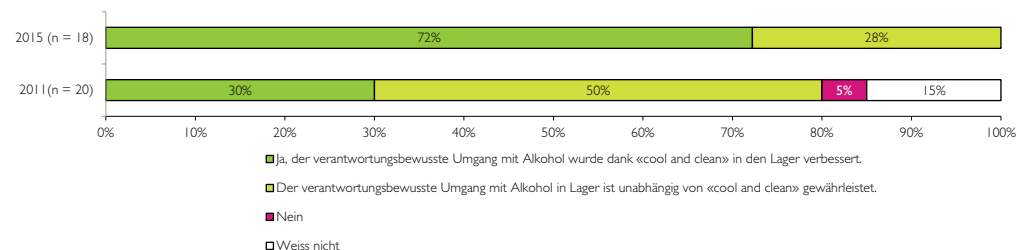
D 3.31: Einfluss von «cool and clean» auf rauchfreie J+S-Lager



Frage: Hat «cool and clean» in Ihrem Kanton die Durchführung rauchfreier Lager erleichtert?

Weiter geben alle Befragten der Fachstellen im Bereich Sport an, dass der verantwortungsbewusste Umgang mit Alkohol in den J+S-Lagern gewährleistet ist (vgl. Darstellung D 3.32). Dies ist ebenfalls eine Steigerung zur Erhebung 2011, wo dieser Wert bei 80 Prozent lag. 72 Prozent der Befragten sind zudem der Meinung, dass «cool and clean» einen wesentlichen Einfluss auf den verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol hat. Im Vergleich zur letzten Befragung konnte dieser Wert mehr als verdoppelt werden.

D 3.32: Einfluss von «cool and clean» auf Umgang mit Alkohol in J+S-Lagern



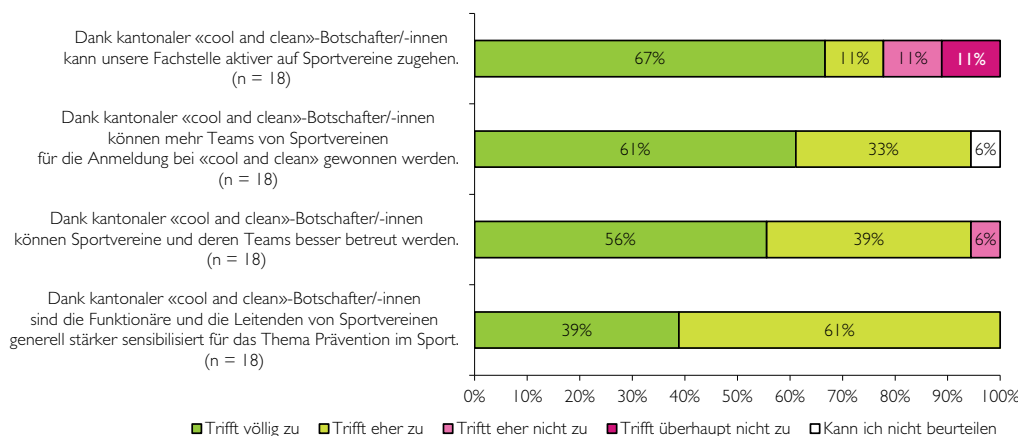
Frage: Hat «cool and clean» in Ihrem Kanton den verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol in Lagern erleichtert?

Wirkung der kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen

Nur eine der 19 befragten Fachstellen im Bereich Sport aus denjenigen Kantonen, in welchen es eine «cool and clean»-Botschafterin/einen «cool and clean»-Botschafter gibt, gibt an, das Angebot der «cool and clean»-Botschafter/-innen nicht zu kennen. In diesem Kanton ist der Botschafter bei einer Fachstelle im Bereich Gesundheit/Prävention angesiedelt. Die übrigen 18 Fachstellen wurden danach gefragt, wie sie den Einfluss der kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen auf die Sportvereine einschätzen (vgl. Darstellung D 3.33). Aus Sicht von über drei Vierteln der Befragten trifft die Aussage, dass die Fachstelle dank kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen aktiver auf Sportvereine zugehen kann, eher oder völlig zu. Damit schätzen die Befragten diesen Einfluss der kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen noch positiver ein, als dies im Jahr 2011 der Fall war. Zudem sind praktisch alle Befragten der Meinung, dass dank den kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen auch mehr Teams von Sportvereinen für die Anmeldung bei «cool and clean» gewonnen werden können, diese besser betreut werden können und ihre Fachstelle sowie Funkti-

onäre und Leitende von Sportvereinen generell stärker für das Thema Prävention im Sport sensibilisiert sind.

D 3.33: Wirkung der «cool and clean»-Botschafter/-innen auf Vereine

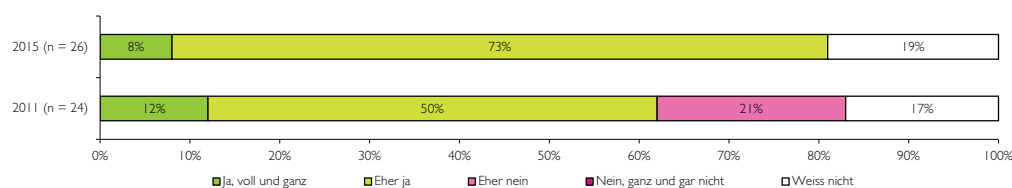


Frage: Welche Aussagen treffen für Sie zu?

Wirkung auf den Themenbereich „Prävention und Sport“

Die Fachstellen aus den Bereichen Sport und Gesundheit/Prävention wurden nach dem Beitrag von «cool and clean» auf Veränderungen im Themenbereich „Prävention und Sport“ gefragt. Von denjenigen 26 Befragten, welche Veränderungen in Bezug auf dieses Thema feststellen, sind 81 Prozent der Meinung, dass diese Veränderungen (unter anderem) auf «cool and clean» zurückzuführen sind, wobei kein Unterschied zwischen den Fachstellen Sport und Gesundheit/Prävention auszumachen ist. 2011 lag dieser Anteil noch bei 62 Prozent (vgl. Darstellung D 3.34).

D 3.34: Veränderungen im Themenbereich „Prävention und Sport“ dank «cool and clean»



Frage: Können diese Veränderungen auf «cool and clean» zurückgeführt werden?

Die festgestellten Veränderungen aus Sicht der Befragten können wie folgt zusammengefasst werden:

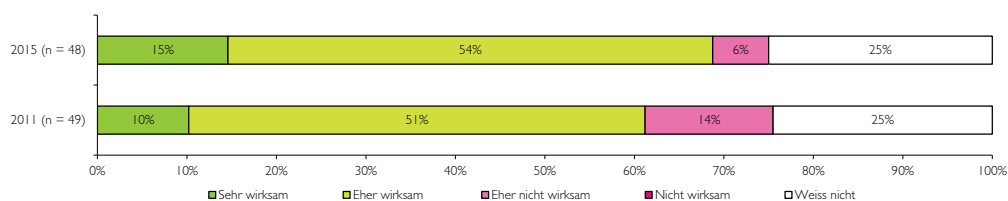
- *Prävention im Sport als Thema präsent:* Nach Einschätzung der Befragten konnten Vorurteile gegenüber dem Thema Prävention im Sport abgebaut werden, so dass Prävention im Sport heute als Standardthema anerkannt und verbreitet ist. Es ist vielerorts präsent (z.B. an Sportveranstaltungen, in Sportvereinen, in den Medien) und wird vielseitig diskutiert.

- *Rauchfreiheit und Jugendschutz auf Sportanlagen und an Sportveranstaltungen:* Rauchfreie Sportanlagen und rauchfreie Zelte an Grossanlässen sind aus Sicht der Befragten häufiger geworden. Zudem werden ihrer Ansicht nach die Jugendschutzbestimmungen beim Ausschank von Alkohol insbesondere an Grossanlässen, aber auch an Anlässen von Vereinen verstärkt kontrolliert.
- *Bessere Sensibilisierung:* Aus Sicht der Befragten ist die Sensibilisierung für verschiedene Themen wie beispielsweise Alkohol, Tabak, Snus, Doping, Gewalt und Respekt besser geworden.

Wirkung auf Kinder und Jugendliche

In Hinblick auf einen fairen und sauberen Sport bei den 10- bis 20-Jährigen beurteilen zwei Drittel der Befragten «cool and clean» als sehr wirksam respektive eher wirksam. Nur 6 Prozent sind der Meinung, dass «cool and clean» diesbezüglich eher nicht wirksam ist, die restlichen können dies nicht beurteilen. Im Vergleich zur Befragung im Jahr 2011 fallen die Beurteilungen in der aktuellen Befragung leicht positiver aus (vgl. Darstellung D 3.35). Zudem sind Unterschiede in der Beurteilung zwischen den Bereichen Sport und Gesundheit/Prävention sowie sprachregionale Unterschiede im Vergleich zu den Beurteilungen im Jahr 2011 deutlich kleiner geworden.

D 3.35: Wirksamkeit von «cool and clean» bei Kindern und Jugendlichen



Frage: Wie beurteilen Sie die Wirksamkeit von «cool and clean» in Hinblick auf einen fairen und sauberen Sport bei den 10- bis 20-Jährigen?

Die Gründe für diese mehrheitlich positiven Einschätzungen zur Wirksamkeit von «cool and clean» sind vielfältig, lassen sich jedoch wie folgt zusammenfassen:

- *Bewusstsein, Sensibilisierung und Reflexion:* Nach Ansicht der Befragten ist das Bewusstsein für das Thema in den letzten Jahren generell grösser geworden. Nebst dem generellen Bewusstsein trägt ihrer Meinung nach die möglichst frühe Sensibilisierung und Aufklärung der Jugendlichen zur Wirksamkeit bei. Diese wird durch Diskussion und Reflexion der Commitments, aber auch durch das Erleben am eigenen Körper anhand von Spielen unterstützt.
- *Ansatz bei Trainer/-innen und ihrer Vorbildfunktion:* Ein Erfolgsfaktor von «cool and clean» ist nach Ansicht der Befragten, dass das Programm auf verschiedenen Ebenen (Trainer/-innen, Vereine, Verbände, Veranstaltungen usw.) ansetzt. Der Zugang zu den Trainer/-innen scheint für viele der Befragten jedoch besonders wichtig für die Wirksamkeit, da sie für die Jugendlichen eine bedeutende Vorbildfunktion einnehmen.

Wirkung auf das ehrenamtliche Engagement

Die Verantwortlichen der kantonalen Stellen wurden gefragt, ob und wie sie sich über ihre Funktion hinaus ehrenamtlich für die Tabakprävention im Sport einsetzen. 39 Prozent der 49 Befragten geben an, dass sie sich ehrenamtlich für die Tabakprävention engagieren. Dies tun sie hauptsächlich im Rahmen von J+S (als Leiter, Coach, Mitglied in einer Fachgruppe) und im Rahmen von Vereinsaktivitäten (als Trainer/-in, als Organisatoren von Sportveranstaltungen, als Teilnehmende am Wettbewerb «Sport rauchfrei»). Von diesen sind 79 Prozent der Ansicht, dass «cool and clean» ihnen bei ihrem ehrenamtlichen Engagement hilft. Am meisten helfen den Befragten die von «cool and clean» zur Verfügung gestellten Unterlagen und Materialien sowie die Commitments von «cool and clean». Diese Werte haben sich im Vergleich zu 2011 nicht verändert.

3.3 KANTONALE «COOL AND CLEAN»-BOTSCHAFTER / -INNEN

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- Per Mitte 2015 sind in 20 Kantonen «cool and clean»-Botschafter/-innen eingesetzt. In der Deutschschweiz sind sie mehrheitlich bei den Sportämtern, in der Romandie bei Fachstellen im Bereich Gesundheit/Prävention angesiedelt.
- In den Kantonen wurden 105 spezifische Projekte zur Umsetzung von «cool and clean» eruiert, die Mehrheit betrifft Interventionsprojekte zur Gewinnung von Mitgliedern sowie Policyprojekte zur Verankerung von Richtlinien bei Anlagen, bei Subventionen oder in Gemeinden. Eine Minderheit umfasst Projekte im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung. Zu den Wirkungen liegen keine systematischen Daten vor.

«cool and clean» hat zum Ziel, das Konzept der kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen weiterzuverfolgen und dieses in den Kantonen individuell anzupassen und auszubauen. Wichtig hierbei ist auch die Einbettung von «cool and clean» und der kantonalen Botschafter/-innen in die Entwicklung und Umsetzung der kantonalen Tabakpräventionsprogramme.¹⁷

3.3.1 KONZEPT

2010 hat Swiss Olympic beschlossen, kantonale «cool and clean»-Botschafter/-innen einzusetzen. Ziel der Botschafter/-innen gemäss Pflichtenheft von «cool and clean» vom Jahr 2012 ist es, die Teilnehmerzahl bei «cool and clean» zu steigern und die Bekanntheit des Programms zu fördern.¹⁸ Die Aufgaben der Botschafter/-innen beinhalten primär die Kontaktpflege im Sportbereich, die Vernetzung innerhalb der kantonalen Verwaltung sowie die Umsetzung von (kantons-)spezifischen Projekten. Ihre Stellen werden von der Programmleitung von Swiss Olympic finanziert, und zwar abgestuft

¹⁷ Vgl. Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts von «cool and clean» vom 2. Oktober 2012 zuhanden des Tabakpräventionsfonds, S. 39 und S. 43.

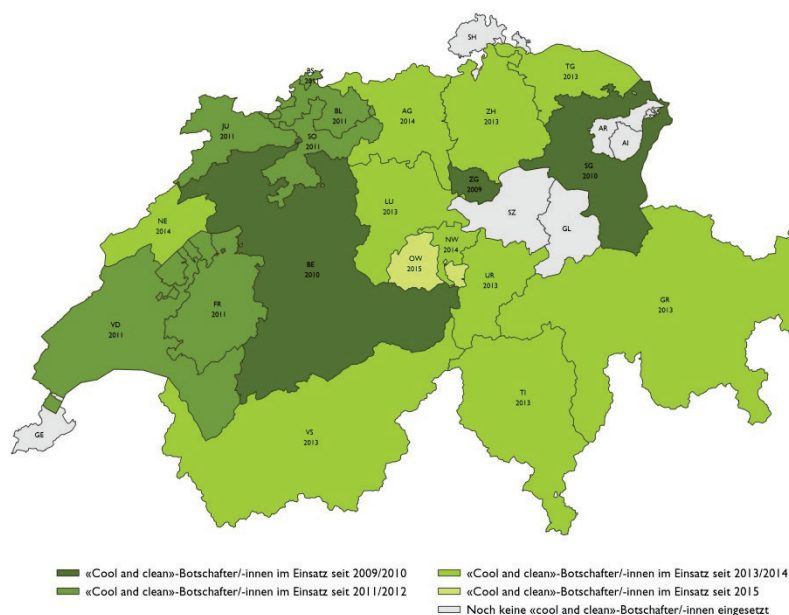
¹⁸ Swiss Olympic (2012): Pflichtenheft Kantonale «cool and clean»-Botschafter/-innen, Ittigen.

nach Einwohnerzahl zwischen 20 und 40 Stellenprozent. Der Kanton schafft im Gegenzug eine Stelle im Sportamt oder bei einer Präventionsfachstelle.

Abdeckung der Kantone

Bis Mitte 2015 sind in 19 Kantone kantonale «cool and clean»-Botschafter/-innen aktiv, wobei der Kanton Genf vom Botschafter des Kantons Waadt punktuell mitbetreut wird. Als zwanzigster Kanton konnte soeben Obwalden gewonnen werden. Darstellung D 3.36 zeigt das Jahr der erstmaligen Einsetzung von «cool and clean»-Botschafter/-innen in den Kantonen auf. Diejenigen Ämter, welche in ihren Kantonen keine Botschafterin/keinen Botschafter eingesetzt haben, nennen im Rahmen der Online-Befragung als Hauptgründe politische Widerstände oder mangelnde Ressourcen. Gespräche zwischen der Programmleitung und diesen Kantonen sind jedoch im Gange.

D 3.36: Jahr der Einsetzung der Botschafter/-innen nach Kantonen



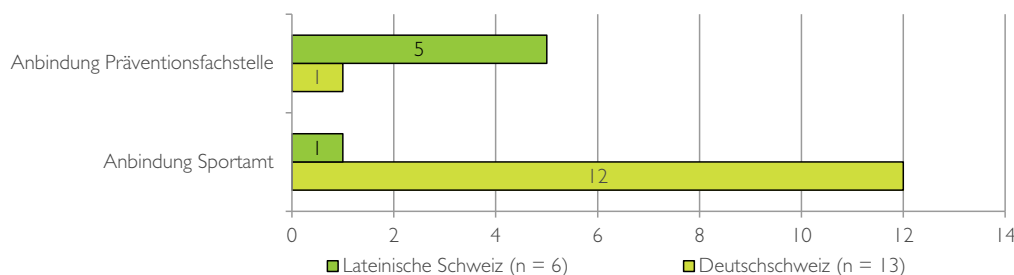
Quelle: eigene Darstellung aufgrund Angaben der Programmleitung von «cool and clean».

Institutionelle Anbindung

Mit einer Ausnahme sind alle Deutschschweizer Botschafter/-innen bei einem kantonalen Sportamt angesiedelt. Hierbei kann unterschieden werden zwischen Botschafter/-innen, welche ausschliesslich für «cool and clean» tätig sind (Kantone BE, GR, LU, SO), Botschafter/-innen, die im Sportamt für weitere Bereiche wie zum Beispiel die J+S-Ausbildungen zuständig sind (4 für J+S, 3 für andere Bereiche, Kantone AG, TG, ZH, BL, SG, TI, ZG) sowie Botschafter/-innen, welche über das Sportamt finanziert, aber nicht beim Sportamt angestellt sind und auch keine weiteren Aufgaben des Sportamts übernehmen (der Botschafter des Kantons Basel-Stadt ist bei der Interessensgemeinschaft Sport Basel angestellt, Sport Basel hat den Sitz aber im gleichen Gebäude wie das Sportamt; die Botschafterin des Kantons Nidwalden ist bei der Fachstelle für Gesundheitsförderung und Integration im Sozialamt angestellt und arbeitet hauptsächlich von dort aus). Die Botschafter/-innen der lateinischen Kantone sowie des Kantons Uri sind

aufgrund von Anstellungsstopps in der kantonalen Verwaltung in Fachstellen für Prävention und Gesundheitsförderung platziert, welche über einen Leistungsauftrag mit den entsprechenden kantonalen Gesundheitsämtern verfügen. In Uri ist ein kleiner Anteil Stellenprozente zusätzlich beim Sportamt.

D 3.37: Institutionelle Anbindung der kantonalen Botschafter/-innen



Quelle: Erhebung 2015.

Die Botschafter/-innen vereinbaren jährliche Ziele mit der Programmleitung von «cool and clean». Die Botschafter/-innen in elf Kantonen sind in die kantonalen Tabakpräventionsprogramme eingebunden und haben in diesem Zusammenhang Ziele definiert, welche sie im Rahmen einer Selbstevaluation überprüfen (BL, FR, JU, SG, SO, TG, TI, UR, VS, ZG, ZH). Schliesslich sind sie in die Organisation des jeweiligen Amtes beziehungsweise der jeweiligen Fachstelle integriert.

Ressourcen der Botschafter/-innen

16 der 19 befragten Botschafter/-innen verfügen über ein Pensum im Umfang von 20 bis 30 Stellenprozenten. In den grossen Kantonen Aargau, Bern und Zürich sind die «cool and clean»-Botschafter/-innen in einem 40-Prozent-Pensum angestellt; im Kanton Waadt verfügt der Botschafter über 70 Stellenprozente, agiert teilweise auch im Kanton Genf und fungiert als Koordinator für die Botschafter/-innen der Romandie. Gemäss Aussage der Interviewpartner/-innen verfügen die «cool and clean»-Botschafter/-innen der mittleren und grösseren Kantone tendenziell über zu wenige Ressourcen, um all ihren Verpflichtungen nachkommen zu können.

Charakterisierung der Botschafter/-innen

13 der 19 befragten Botschafter/-innen sind seit 2013 im Amt. Gut die Hälfte der Botschafter/-innen verfügt über einen Erfahrungs- und/oder Ausbildungshintergrund im pädagogischen Bereich (Lehrer/-in, Trainer/-in), die übrigen über einen Hintergrund aus dem Bereich Prävention oder soziale Arbeit. Entsprechend der unterschiedlichen institutionellen Anbindung sind in der ersten Gruppe primär Botschafter/-innen der Deutschschweiz und in der zweiten Gruppe solche der lateinischen Schweiz vertreten.

3.3.2 UMSETZUNG

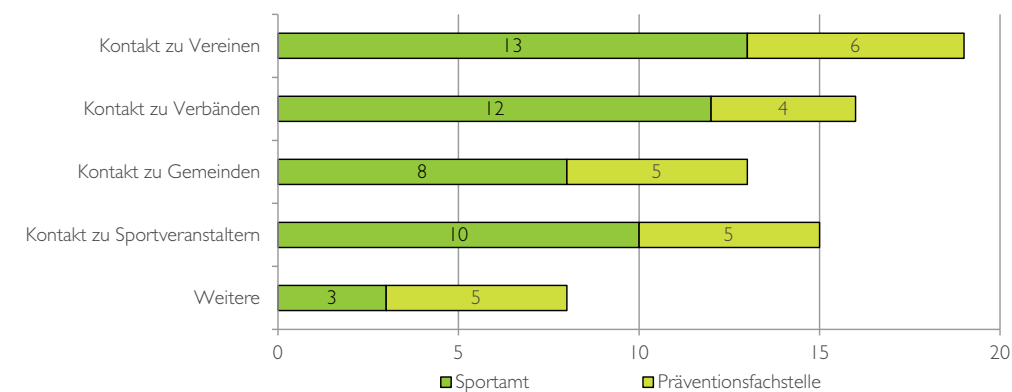
Die Gewichtung der drei Hauptaktivitäten, nämlich die Kontaktpflege im Sportbereich zur Teamgewinnung, die Vernetzung innerhalb der kantonalen Verwaltung sowie die Umsetzung (kantons-)spezifischer Projekte, ist je nach Kanton unterschiedlich. Im Rahmen der jährlichen Zielvereinbarung mit «cool and clean» legen die Botschafter/-innen Schwerpunkte fest.

Kontaktpflege im Sportbereich

Die Kontaktpflege im Sportbereich nimmt bei 15 der 19 Befragten zeitlich den grössten Teil ihrer Arbeit ein, und praktisch alle halten diese Aktivität auch für sehr wichtig.

- Zu *Vereinen* pflegen alle 19 Botschafter/-innen Kontakte. Aktiv in Kontakt steht je die Hälfte der Antwortenden mit mehr beziehungsweise weniger als zehn Vereinen (Minimum: 1, Maximum: 100, n = 13). Passive Kontakte haben je die Hälfte der Antwortenden mit mehr beziehungsweise weniger als 200 Vereinen (vor allem über J+S-Kurse, Minimum: 27, Maximum: 750, n = 9).
- Mit *Verbänden* stehen 16 Botschafter/-innen in Kontakt: Je die Hälfte mit mehr beziehungsweise weniger als 2 Verbänden (Minimum: 1, Maximum: 50, n = 15).
- Mit *Sportveranstaltern* (mehrheitlich identisch mit Vereinen und Verbänden) haben 15 Botschafter/-innen Kontakt; je die Hälfte mit mehr beziehungsweise weniger als sechs Veranstaltern (Minimum: 1, Maximum: 28, n = 13).
- Schliesslich erwähnen auch 13 Botschafter/-innen Kontakte zu *kommunalen Sportkoordinator/-innen*, dies insbesondere in der Romandie.
- Als weitere Institutionen wurden zudem das Netzwerk von «cool and clean» in der Romandie sowie die kantonalen Interessensgemeinschaften Sport genannt; diese existieren aber nicht in allen Kantonen.

D 3.38: Anteil Botschafter/-innen mit Kontakt zu den einzelnen Akteuren (nach Ort der institutionellen Anbindung)

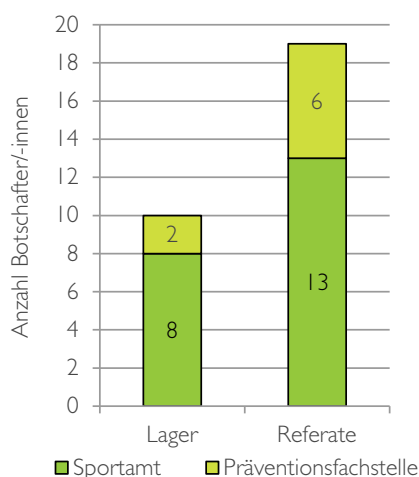


Quelle: Erhebung 2015.

Alle Botschafter/-innen halten *Referate*, und alle tun dies unter anderem im Rahmen von J+S-Kursen (persönlich oder delegiert); der Median liegt bei 14 Referaten pro Jahr (Minimum: 4, Maximum: 78, n = 15). Grosse Synergien entstehen bei denjenigen fünf Botschafter/-innen, welche gleichzeitig J+S-Verantwortliche in den Sportämtern sind. Die wichtigsten Ziele sind die Bekanntmachung von «cool and clean» und die Gewinnung von Teams. Referate in J+S-Kursen werden als wirkungsvoll für die Teamgewinnung angesehen.

Zudem führen zehn der befragten Botschafter/-innen *Lagerbesuche*, davon vier ausschliesslich bei kantonalen Lagern; die Botschafter/-innen an Sportämtern tun dies häufiger als diejenigen der Präventionsfachstellen (acht vs. zwei). Auch hier gibt es Synergien, wenn wie im Kanton St. Gallen die Botschafterin gleichzeitig Camp-Verantwortliche ist. Insgesamt wird die institutionelle Nähe der Botschafter/-innen zu den Sportämtern als Erfolgsfaktor für die Kontaktpflege im Sportbereich angesehen.

D 3.39: Anteil Botschafter/-innen mit Lagerbesuchen und Referaten (nach Ort der institutionellen Anbindung)



Quelle: Erhebung 2015.

Die Kontaktaufnahme mit Akteuren erfolgt in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle aktiv von den Botschafter/-innen aus. Ab und zu erhalten die Botschafter/-innen aber auch Anfragen, etwa im Nachgang zu J+S-Kursen oder bei spezifischen Problemen. Besondere Gelegenheit zur Kontaktaufnahme geben auch diejenigen Botschafter/-innen an, welche ein Materialdepot führen (insgesamt gibt es rund ein Dutzend Depots in der Schweiz). Kontaktpersonen in den Vereinen und Verbänden sind in der Regel die Leitenden sowie gelegentlich auch Abteilungsleitende oder Vorstandsmitglieder beziehungsweise Präsidenten/-innen. Themen sind vor allem die Organisation von Veranstaltungen, Materialbestellungen, Fragen zur Mitgliedschaft, Beratungsanfragen oder Anfragen für Präsentationen und Besuche sowie gemeinsame Projekte. Für kleinere Kantone ist die Kontaktpflege aufgrund der räumlichen Nähe und Überschaubarkeit einfacher als für grosse Kantone. Zudem haben einzelne Botschafter/-innen aus der Romandie erwähnt, dass der Kontakt zu Vereinen und Verbänden einfacher wäre, wenn sie beim Sportamt angesiedelt wären.

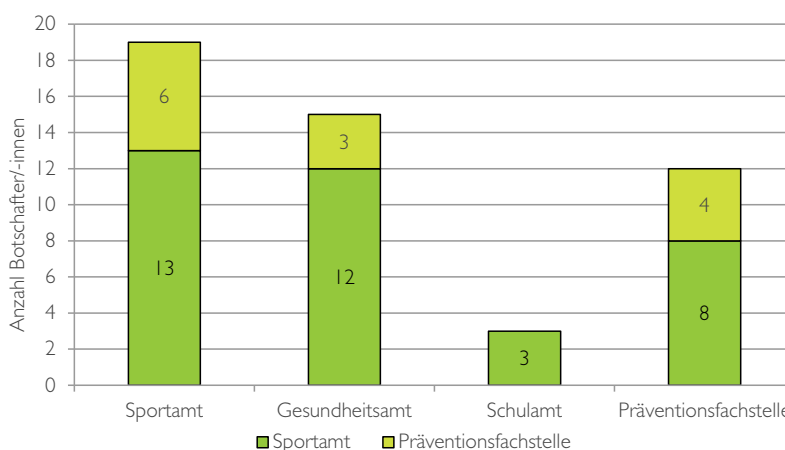
Als häufigste Erfolgsfaktoren für die Kontaktpflege im Setting Sport wurden die persönlichen Kontakte der Botschafter/-innen im Sportbereich, die Teilnahme an J+S-Kursen sowie individuelle Anreize und Unterstützung für die Zielgruppen genannt. Als wichtigste Hürden wurden die fehlenden zeitlichen Ressourcen der Zielgruppen, deren ungenügendes Verständnis des Programms und dessen Nutzen sowie mangelnde zeitliche Ressourcen der Botschafter/-innen erwähnt.

Vernetzung innerhalb der kantonalen Verwaltung

Im Vergleich zur Kontaktpflege im Sportbereich wird für die Vernetzung mit kantonalen Stellen ein geringerer zeitlicher Aufwand betrieben. Dieser Anteil ist in jenen Kantonen grösser, wo die Botschafter/-innen in einer Fachstelle angesiedelt sind.

- Zum *Sportamt* haben alle Botschafter/-innen Kontakt (auch diejenigen, die bei einer Präventionsfachstelle angesiedelt sind), wobei elf Botschafter/-innen angeben, dass die Zahl der Kontakte in den letzten vier Jahre zugenommen habe. Diejenigen Botschafter/-innen, welche in einem Sportamt angesiedelt sind, haben am Tagesgeschäft des Amtes teil und nehmen beispielsweise regelmässig an Teamsitzungen teil. Institutionalisiert ist die Zusammenarbeit im Rahmen der J+S-Kurse.
- Zum *Gesundheitsamt* erwähnen 15 Botschafter/-innen Kontakte; diese sind aber weniger intensiv als die Kontakte zum beziehungsweise im Sportamt. Sechs Botschafter/-innen geben an, dass die Kontakte meist in Zusammenhang mit den kantonalen Tabak- oder Alkoholpräventionsprogrammen erfolgen.
- Schliesslich geben zwölf Botschafter/-innen an, Kontakte mit *Präventionsfachstellen* zu pflegen, wobei dieser bei in Präventionsstellen angesiedelten Botschafter/-innen naturgemäss häufiger ist.
- Zudem geben drei Botschafter/-innen bei Sportämtern an, Kontakte zu *Schulämtern* zu pflegen. Diese sind jedoch wenig intensiv oder projektspezifisch, da sich «cool and clean» grundsätzlich nicht auf Schulsport bezieht.

D 3.40: Anteil Botschafter/-innen mit Kontakt zu kantonalen Verwaltungsstellen (nach Ort der institutionellen Anbindung)



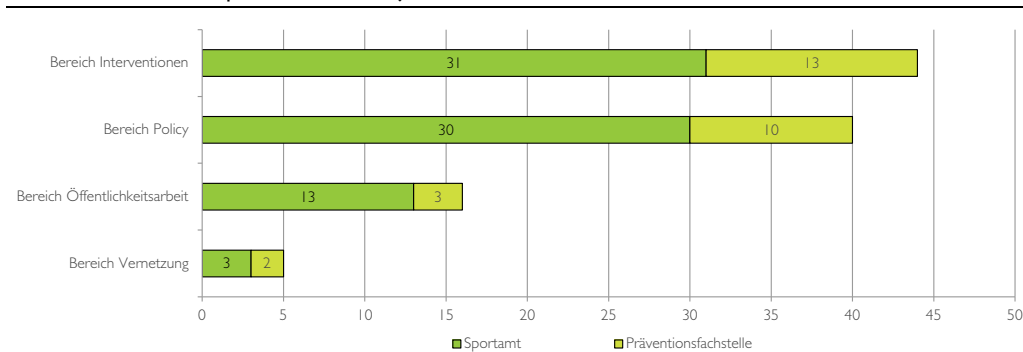
Quelle: Erhebung 2015.

Als häufigste Erfolgsfaktoren für die Vernetzung innerhalb der kantonalen Verwaltung werden der Austausch von Informationen und die Kontaktpflege, die institutionelle und räumliche Nähe zur Verwaltung sowie gemeinsame Projekte und Synergienutzung erwähnt. Als Hürden wurden entsprechend am häufigsten die grosse Distanz zur Verwaltung, das fehlende Verständnis der Politik für die Anliegen von «cool and clean» – insbesondere auf Gemeindeebene – sowie das „Gärtchendenken“ erwähnt.

Spezifische Projekte

Die Umsetzung von kantonspezifischen Projekten ist Teil des Pflichtenhefts der «cool and clean»-Botschafter/-innen. Da diese Projekte von der Programmleitung von «cool and clean» aufgrund von Budgetrestriktionen des Tabakpräventionsfonds nicht mehr gesondert gefördert, erfasst und geleitet werden, wurden die Botschafter/-innen nach Projekten und Massnahmen gefragt, welche über ihre tägliche Arbeit als Botschafter/-in hinausgehen und spezifische Ziele verfolgen. Ergänzend dazu wurden die Jahresvereinbarungen der Botschafter/-innen mit «cool and clean» aus dem Jahr 2014 auf entsprechende Projekte hin überprüft und die von «cool and clean» zur Verfügung gestellten Selbstevaluationsunterlagen im Rahmen der kantonalen Tabakpräventionsprogramme beigezogen. Insgesamt wurden so 105 Projekte und Massnahmen identifiziert, welche im Folgenden als spezifische Projekte bezeichnet werden. Von diesen ist die eine Hälfte abgeschlossen (48 Projekte) und die andere befindet sich in Umsetzung (41 Projekte). Der Rest ist in Planung beziehungsweise es gibt keine Informationen dazu. Die Projekte lassen sich vier Kategorien zuordnen, wobei die überwiegende Mehrheit dem Bereich Interventionen und Policy, der Rest dem Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung zugeordnet werden können (vgl. Darstellung D 3.41).

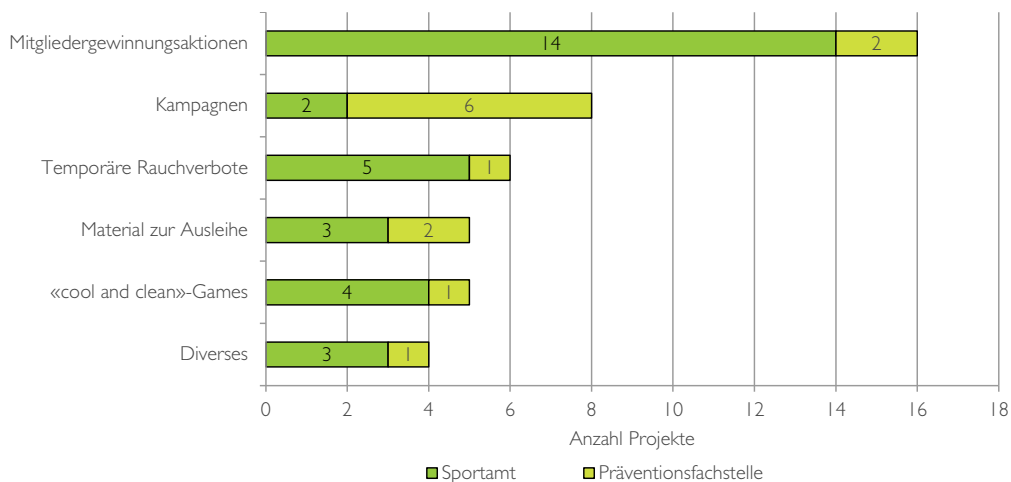
D 3.41: Anzahl spezifische Projekte und Massnahmen nach Bereichen



Quelle: Erhebung 2015.

- *Interventionsbereich:* Die 44 der 105 eruierten Projekte haben primär die Sensibilisierung bestimmter Zielgruppen, die Stärkung der Bekanntheit von «cool and clean» oder die Gewinnung von Mitgliedern zum Ziel. Sie können eingeteilt werden in Mitgliedergewinnungsaktionen, Kampagnen, Massnahmen zur Umsetzung von temporären Rauchverboten bei Spielen, der Verleih von «cool and clean»-Materialien und die Durchführung von «cool and clean»-Games (vgl. Darstellung D 3.42).

D 3.42: Anzahl spezifische Projekte im Bereich Intervention

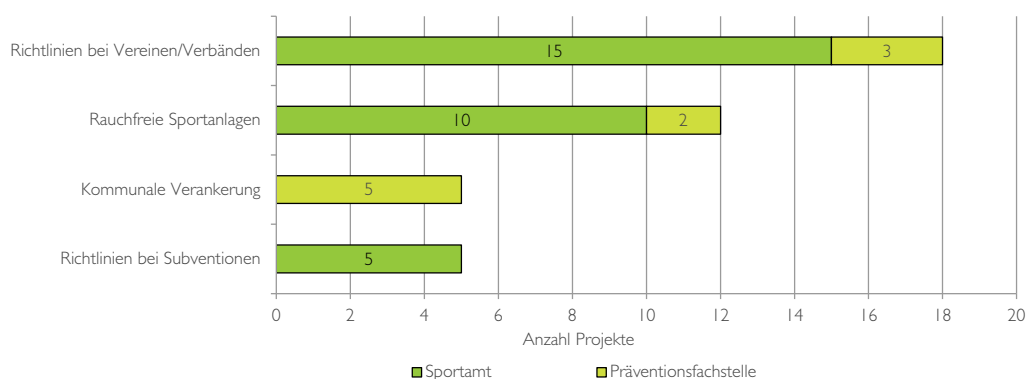


Quelle: Erhebung 2015.

- *Policy-Bereich:* Diese 40 der 105 Projekte kommen überwiegend in Kantonen vor, wo die Botschafterin/der Botschafter in einem Sportamt angesiedelt ist (mit Ausnahme der kommunalen Verankerung, welche ein Schwerpunkt in der Romandie darstellt, vgl. Darstellung D 3.43). Sie können anhand ihrer Zielsetzungen wie folgt geordnet werden:
 - *Richtlinien bei Vereinen/Verbänden:* Diese Projekte dienen der Verankerung von Richtlinien in Statuten von Vereinen und Verbänden. Dabei geht es darum, das Commitment der Schüler/-innen von Sportklassen sicherzustellen, die Richtlinien von «cool and clean» als Standard in die Regeln der J+S-Lager aufzunehmen oder aber eine Verankerung in den Statuten, Leitbildern oder Chartas von Vereinen und Verbänden zu erreichen.
 - *Rauchfreie Sportanlagen:* Die Umsetzung von rauchfreien Sportanlagen geschieht meist in Zusammenarbeit mit Vereinen, Verbänden, und Gemeinden, die im Besitz von Sportanlagen sind oder mit kantonalen Stellen (im Rahmen der kantonalen Tabakpräventionsprogramme). Praktisch alle Projekte haben zum Ziel Sportanlagen generell rauchfrei zu gestalten.
 - *Kommunale Verankerung:* Die Projekte in der Romandie zielen auf eine stärkere Verankerung des Programms in den Gemeinden. Dadurch soll erstens der Zugang zu den Vereinen erleichtert werden, zweitens soll durch ein Gemeindelabel ein Anreiz geschaffen werden, um «cool and clean» auf kommunaler Ebene umzusetzen und drittens soll die Ausarbeitung kommunaler Konzepte für die Umsetzung von «cool and clean» vorangetrieben werden.

- *Richtlinien bei Subventionen:* Schliesslich haben fünf Projekte in Kantonen, in welchen die Botschafter/-innen bei Sportämtern angesiedelt sind, zum Ziel, Subventionen mit Richtlinien von «cool and clean» zu verknüpfen. Die Art der Subventionen kann sehr unterschiedlich sein, das Geld stammt allerdings in allen Fällen aus dem Sportfonds von Swisslos. Es gibt Projekte, die Beiträge für Vereine oder Verbände sprechen, die sich «cool and clean» verpflichten, andere wiederum sprechen Geld für Anlässe, Umbauten oder Veranstaltungen, wenn gewisse Richtlinien eingehalten werden.

D 3.43: Spezifische Projekte im Bereich Policy



Quelle: Erhebung 2015.

- *Bereich Öffentlichkeitsarbeit:* Die 16 Projekte umfassen Massnahmen, um das Programm bekannt zu machen und aktuelle Informationen nach aussen zu tragen. Diese können eingeteilt werden in Artikel oder Beiträge, die durch die Botschafter/-innen verfasst werden, die Nutzung von Online-Kanälen zur Verbreitung von Informationen, das Erstellen eigener Publikationen (geplanter Newsletter in der Romandie), die Publikation von Inseraten sowie die Durchführung von Pressekonferenzen.
- *Vernetzungsbereich:* Die fünf identifizierten Projekte zielen auf die Vernetzung der Botschafter/-innen (Kantone Basel-Landschaft und Basel-Stadt, Zentralschweiz und Romandie) beziehungsweise die Vernetzung der Vereine/der Leitenden, die Mitglieder bei «cool and clean» sind.

Optimierungspotenzial

Die Botschafter/-innen wurden nach dem Optimierungspotenzial von «cool and clean» gefragt. Am häufigsten wurden die folgenden vier Aspekte genannt:

- *Stärkung der Kommunikation zwischen der Programmleitung und den Botschafter/-innen:* Es wird unter anderem gewünscht, dass die Botschafter/-innen mehr Informationen zu den registrierten, neu gewonnenen und wieder ausgetretenen Teams erhalten. Auf diese Weise könnten die Austritte analysiert und die betroffenen Leitenden rasch kontaktiert werden. Weiter möchten die Botschafter/-innen eine raschere Weiterleitung und mehr Informationen beispielsweise zu neuem Material, aber auch zu Projekten oder Kontakten.

- *Mehr Qualität als Quantität:* Unter diesem Stichwort kann der Wunsch nach Reduktion der vielen Informationsmaterialien und der Vereinfachung der Webseite, zusammengefasst werden, aber auch die stärkere Fokussierung der Aktivitäten. Beispielsweise wurde angeregt, statt immer neue Teams zu gewinnen die bestehenden intensiver zu pflegen oder das Programm auf Sportarten zu fokussieren, die viele Jugendliche ausüben.
- *Vernetzung fördern:* Einerseits wünschen sich die Botschafter/-innen eine stärkere Vernetzung untereinander, um voneinander zu lernen, um eine einheitliche Umsetzung zu gewährleisten (z.B. indem zweimal jährlich ein Austauschtreffen durchgeführt wird); andererseits befürworten sie eine stärkere Vernetzung unter den Teams, damit die Leitenden weniger alleine auf sich gestellt sind.
- *Mehr Ressourcen:* Schliesslich werden von einzelnen Botschafter/-innen mehr Ressourcen für ihre Arbeit beziehungsweise für die Umsetzung von kantonspezifischen Projekte gewünscht. Zudem wird auch angeregt, im Kanton Genf eine eigene Botschaftern/einen eigenen Botschafter einzusetzen.

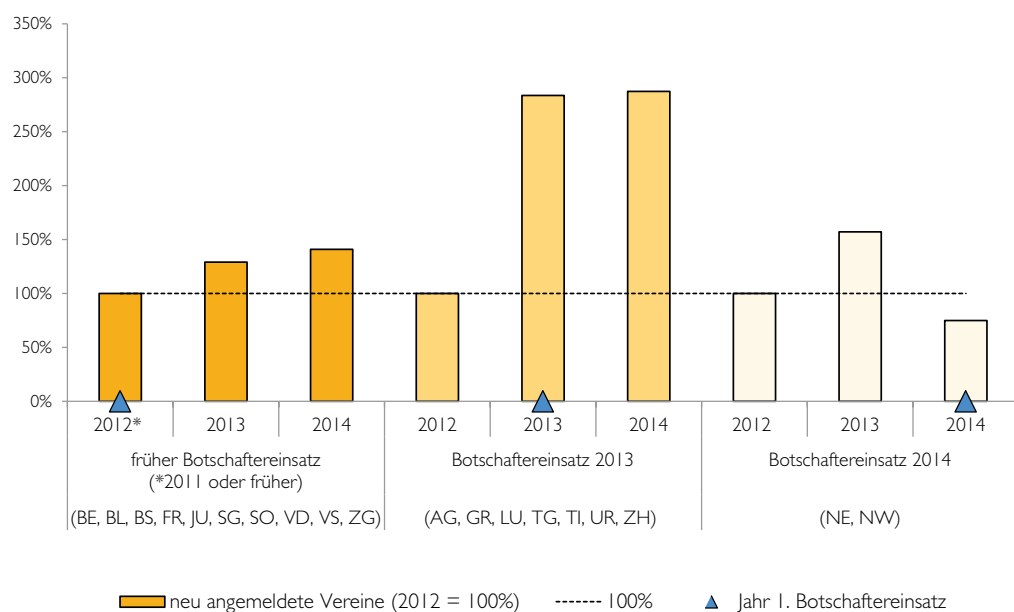
3.3.3 WIRKUNGEN

Nachfolgend werden basierend auf den verfügbaren Daten zu den spezifischen Projekten und Massnahmen sowie weiterer Daten der Programmleitungen Hinweise zu ausgewählten Wirkung der Aktivitäten der «cool and clean»-Botschafter/-innen in Bezug auf die Zielsetzungen und Aufgaben in ihrem Pflichtenheft dargelegt.

Gewinnung von Teams

Verschiedene Botschafteraktivitäten haben zum Ziel, neue Teams für «cool and clean» zu gewinnen. Dazu gehören primär die Interventionsprojekte. Da die Registrierung von Neumitgliedern jedoch direkt bei Swiss Olympic erfolgt, können die Botschafter/-innen selber nicht direkt eruieren, wie wirksam die einzelnen Massnahmen sind. Sie gehen jedoch davon aus, dass Massnahmen, in deren Rahmen es zu direkten und persönlichen Kontakten kommt, wie Standaktionen oder J+S-Kurse, zu neuen Anmeldungen führen. Zudem erachten sie die Sensibilisierung der Zielgruppen für die Themen von «cool and clean» als wichtige Wirkung ihrer Arbeit. Darstellung D 3.44 zeigt den Vergleich der Zahl der Neuanmeldungen von Teams in den Jahren vor und nach Einsetzung der Botschafter/-innen.

D 3.44: Entwicklung der Zahl der neu angemeldeten Teams vor und nach Einsetzung der Botschafter/-innen



Quelle: eigene Darstellung basierend auf Daten der Programmleitung von «cool and clean». Die Anzahl der neu angemeldeten Teams pro Kanton im Jahr 2012 entspricht 100 Prozent. In den Jahren 2013 und 2014 wird die durchschnittliche prozentuale Entwicklung der jeweiligen Kantone gezeigt (z.B. 2013 = (Summe prozentuale Steigerung 2013 in den Kantonen NE und NW) geteilt durch 2). Im Kanton OW war der erste Botschaftereinsatz 2015, zu den Kantonen AI, AR, GE, GL, SH, SZ liegen keine Angaben vor.

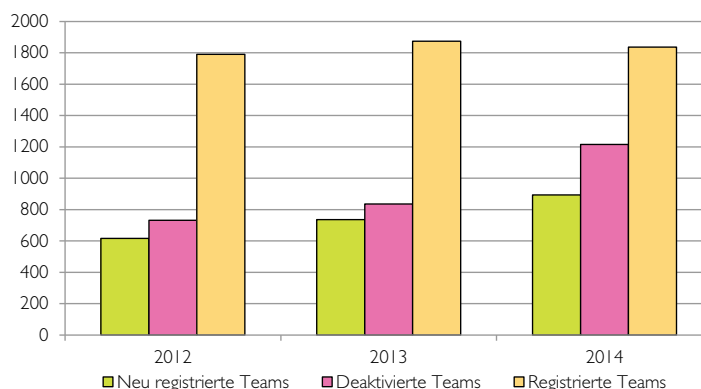
In Kantonen, in denen der erste Botschaftereinsatz früh war, das heisst 2011 oder früher, gibt es zwischen 2012 und 2014 eine vergleichsweise geringe Änderung bei der Anzahl Neuanmeldungen. Bei den Kantonen mit dem ersten Botschaftereinsatz im Jahr 2013 zeigt sich 2013 und 2014 im Mittel fast eine Verdreifachung im Vergleich zu 2012. Das könnte ein Hinweis auf einen positiven Effekt der Botschafter bei der Rekrutierung sein. Dieser Effekt zeigt sich jedoch nicht bei den zwei Kantonen, in denen 2014 der erste Botschaftereinsatz etabliert wurde.

Potenzial für die Mitgliedergewinnung sehen die Botschafter/-innen einerseits bei Rand- und Einzelsportarten, andererseits aber auch bei Fussballvereinen, weil dort die Problemlast relativ hoch ist. Welche Sportarten gut erreicht werden, hängt auch davon ab, ob die Botschafterin/der Botschafter mit den Verantwortlichen überhaupt schon Kontakt aufnehmen konnten, ob entsprechende J+S-Kurse angeboten werden und zu welchen Sportarten die Botschafter/-innen persönliche Kontakte haben. Zudem beurteilen einzelne Befragte die Verbände als gute Eingangstore, um wirklich breitflächig an Vereine zu kommen. Das trifft aber nur dann zu, wenn die Verbände hinter dem Programm stehen.

Darstellung D 3.45 zeigt basierend auf den Daten der Programmleitung von «cool and clean», dass die Zahl der Neuregistrierungen über die Jahre zwar gesteigert werden konnten, dass aber die Zahl der Deaktivierungen diese weit übertrifft. Dennoch scheint

die Zahl der registrierten Teams über die Jahre konstant geblieben zu sein. Hier besteht Klärungsbedarf in Bezug auf die Datenbasis der Programmleitung.

D 3.45: Entwicklung der Zahl der neu registrierten, der deaktivierten sowie der insgesamt registrierten Teams



Quelle: eigene Darstellung basierend auf Daten der Programmleitung von «cool and clean».

Die Botschafter/-innen erfahren normalerweise nicht, wenn ein Team wieder aussteigt. Als Hauptgrund für den Ausstieg vermuten sie, dass bei einem Trainerwechsel die neue Trainerin/der neue Trainer die Wiederanmeldung vergisst beziehungsweise kein Interesse an einer Teilnahme hat. Zudem nimmt aus Sicht der Botschafter/-innen der Nutzen für langjährige Mitglieder ab, da sie das meiste Material bereits kennen (geringer Neuigkeitswert). Als Massnahmen für eine mehrjährige Teilnahme werden die folgenden Punkte genannt: Erinnerung zur Erneuerung der Mitgliedschaft beziehungsweise Kontaktaufnahme durch Botschafter/-innen, verstärkt Anreize setzen (z.B. neues Material, finanzielle Anreize, Gadgets) oder die Intensivierung der Begleitung durch die Botschafter/-innen. Ziel muss sein, dass sich Teams langfristig zu «cool and clean» bekennen.

Institutionalisierte Zusammenarbeit

Aus Sicht von elf Botschafter/-innen hat die Zusammenarbeit mit den verschiedenen kantonalen Ämtern/Fachstellen in den letzten Jahren zugenommen. So besteht in elf der 13 Kantone mit einem kantonalen Tabakpräventionsprogramm eine Zusammenarbeit mit «cool and clean», und in allen 19 Kantonen besteht eine Zusammenarbeit im Rahmen der J+S-Kurse. Auch geben zehn von 19 Botschafter/-innen an, die Zusammenarbeit mit J+S-Lagern vorangetrieben zu haben. Aus Sicht verschiedener Befragter hat die Angliederung der Botschafter/-innen bei den kantonalen Sportämtern den Vorteil, dass sie über guten Zugang zu Informationen, Daten und Kontakten aus dem Sportbereich verfügen. Schliesslich geben einzelne Botschafter/-innen an, als kantonale Referenzperson für Prävention im Sport zu gelten. Das hat einerseits mit der Etablierung des Programms zu tun, aber auch damit, dass mit den Tabakpräventionsprogrammen neue Kooperationen entstanden sind.

Verankerung von Richtlinien

Im Folgenden werden die verfügbaren Informationen zu Wirkungen von kantonalen Projekten im Policy-Bereich zusammengefasst.

- *Verankerung in Vereinsstatuten:* Insgesamt wurde gemäss Angabe der Botschafter/-innen 2014 in drei Kantonen (AG, LU, VD) bei 18 Vereinen eine Statutenänderung vorgenommen. Der Kanton Zürich schätzt zudem den Anteil Vereine und Verbände mit «cool and clean»-Richtlinien in den Statuten auf fünf bis zehn Prozent. Weitere Angaben zu Wirkungen liegen der Evaluation nicht vor.
- *Verankerung bei Anlagen:* Für die zwölf Projekte, die auf die Durchsetzung rauchfreier Anlagen zielen, liegen für zwei konkrete Projekte Daten über die Erfolge vor. So konnten im Rahmen von zwei Projekten insgesamt 16 Anlagen rauchfrei gemacht werden (Kantone SG und BS). Für weitere drei Projekte liegen Aussagen zu einer positiven Wirkung vor, konkrete Zahlen wurden aber nicht genannt (Kantone BE, NE, ZG). Temporäre Rauchverbote konnten in einem Fall für alle Fussballspiele von E-Junioren/-innen durchgesetzt werden (Kanton AG) und in drei weiteren Fällen wurde das Ziel als erreicht erklärt (Kantone BS/BL, SG, VS), konkrete Daten liegen aber auch hier keine vor. Aus Sicht der Botschafter/-innen ist es schwierig, die Vereine dazu zu bringen, «cool and clean»-Richtlinien in ihre Statuten zu integrieren.
- *Verankerung bei Gemeinden:* Im Rahmen der Interviews wurden fünf Projekte/Massnahmen zur kommunalen Verankerung in der Romandie erwähnt. Ziel dieser Projekte ist es, über die Gemeinden an Vereine zu gelangen, Anreize für die kommunale Umsetzung von «cool and clean» zu schaffen oder Konzepte für eine Umsetzung auszuarbeiten. Für zwei dieser Projekte liegen keine Angaben über die Zielerreichung vor (Kantone JU, VS). Weitere zwei Projekte sind noch in der Umsetzung (Kantone FR und VS) und ein Projekt hat das Ziel nicht erreicht (Kanton VD). Es zeigt sich, dass die Zusammenarbeit mit Gemeinden von den Botschaftern/-innen als schwierig beurteilt wird.
- *Verknüpfung mit Subventionen:* Von den fünf Projekten zur Verknüpfung von «cool and clean»-Richtlinien mit Subventionen aus dem Sportfonds von Swisslos sind vier bereits in Kraft und eine in Arbeit (Kantone GR, SG, TG, ZG, ZH). Sie führen dazu, dass in diesen Kantonen die Subventionen an Richtlinien von «cool and clean» gekoppelt sind. Es gibt Projekte, die Beiträge für Vereine oder Verbände sprechen, die sich «cool and clean» verpflichten, andere wiederum sprechen Geld für Anlässe, Umbauten oder Veranstaltungen, wenn gewisse Richtlinien eingehalten werden.

3.4 VERANTWORTLICHE VON SPORTANLAGEN

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- Die Bekanntheit von «cool and clean» bei Verantwortlichen von Sportanlagen ist gross und sie beurteilen das Programm mehrheitlich positiv.
- Die Sensibilisierung für rauchfreie Aussenanlagen ist gering.
- Im Vergleich zu 2011 hat es keine Fortschritte gegeben: Die Hälfte der kommerziellen Anlagen verfügt über Rauchverbote vor allem in Familienzonen, deren Einhaltung kontrolliert werden. Bei den kleinen und kommunalen Anlagen ist die Umsetzung sehr gering.

«cool and clean» setzt sich in der ganzen Schweiz für Nichtraucherzonen bei Sportanlagen ein. Mit gezielten Interventionen hilft «cool and clean» Besitzern und Betreibern von Sportanlagen, Sportler/-innen, Funktionär/-innen sowie Zuschauer/-innen vor dem Passivrauch zu schützen und dafür zu sorgen, dass der Alkohol-Jugendschutz eingehalten wird. Dabei werden von der Planung bis zur Umsetzung Leistungen angeboten.¹⁹ In den folgenden Abschnitten werden die Ergebnisse der Befragung von Verantwortlichen von Sportanlagen beschrieben. Dabei wird unterschieden zwischen kommerziellen Sportanlagen, Sportanlagen im Besitz von Vereinen (kleine Anlagen) sowie solchen im Besitz von Gemeinden (kommunale Anlagen). Von besonderem Interesse ist die Umsetzung von Rauchverboten in Innen- und Aussenanlagen.

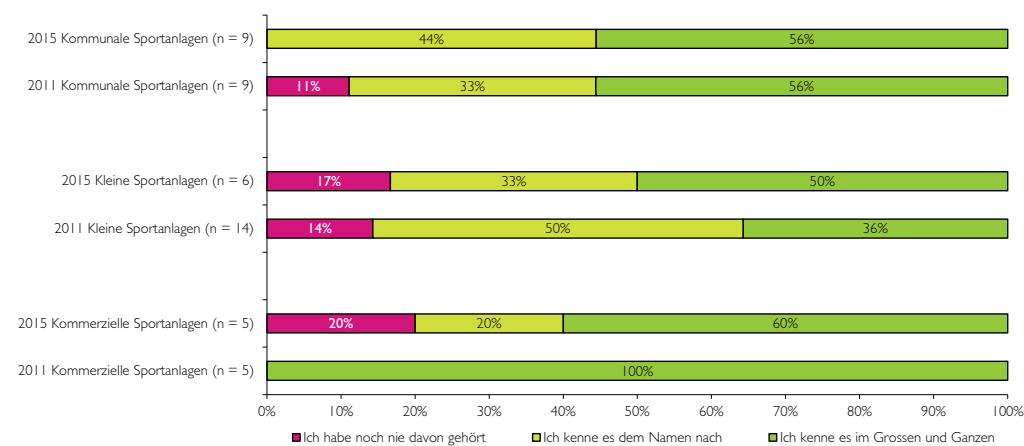
3.4.1 IMAGE UND KONZEPT

Im Folgenden wird auf das Image und Konzept von «cool and clean» bei den Verantwortlichen von Sportanlagen eingegangen.

Bekanntheit des Programms

Wie bereits in der Erhebung von 2011 ist die Bekanntheit von «cool and clean» bei den befragten Verantwortlichen von Sportanlagen gross: Die Mehrheit der Befragten kennt das Programm im Grossen und Ganzen, und mit zwei Ausnahmen (je eine verantwortliche Person einer kommerziellen und einer kleinen Anlage) haben alle Befragten schon einmal davon gehört. (vgl. Darstellung D 3.46).

D 3.46: Bekanntheit von «cool and clean» bei Verantwortlichen von Sportanlagen



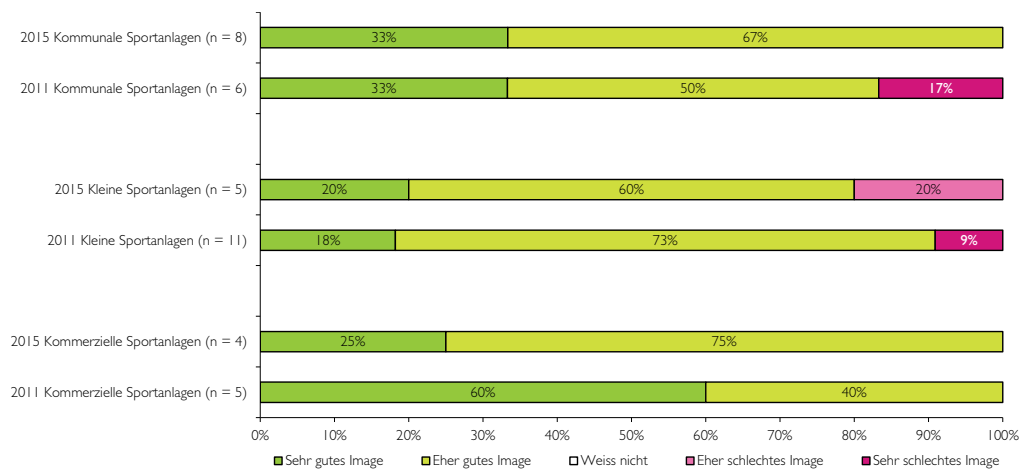
Frage: Wie gut kennen Sie das Programm «cool and clean»?

Beurteilung des Images

Das Image von «cool and clean» beurteilen alle Befragten mit einer Ausnahme als positiv (vgl. Darstellung D 3.47). Im Vergleich zu 2011 hat sich das Image des Programms somit nicht wesentlich geändert. Als Gründe für das gute Image werden unter anderem die grosse Bekanntheit des Programms, das gute Label und die klaren Botschaften genannt. Auch die nützlichen Materialien und die generelle Unterstützung durch «cool and clean» tragen zum guten Image bei.

¹⁹ Vgl. Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts von «cool and clean» vom 2. Oktober 2012 zuhanden des Tabakpräventionsfonds, S. 37 und S. 42.

D 3.47: Image von «cool and clean»



Frage: Welches Image hat das Programm «cool and clean» in Ihrem beruflichen Umfeld?

Nutzen des Programms

Alle befragten Verantwortlichen der Sportanlagen sind der Meinung, dass es ein Programm wie «cool and clean» für die Suchtprävention im Sport braucht und sind entsprechend zufrieden damit. Für sieben der 17 Antwortenden (3 kommunale, 2 kleine und 2 kommerzielle Anlagen) stellt das Programm einen Mehrwert dar, sowohl für die Besuchenden wie auch für das Image der Anlage. Als Mehrwert wurde zudem erwähnt, dass das Programm die Verantwortlichen bei der Umsetzung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen unterstützt hat und auch dabei hilft rauchfreie Zonen im Aussenbereich zu thematisieren. Zudem sind Einzelne der Ansicht, dass dank «cool and clean» weniger geraucht wird.

Stärken und Optimierungsbedarf des Programms

Die Stärken des Programms «cool and clean» sehen die Verantwortlichen der Sportanlagen hauptsächlich in folgenden Aspekten:

- *Label:* Das Label mit seinem Wiedererkennungseffekt hilft, die entsprechenden Inhalte zu vermitteln. Das Label mit seiner grossen Präsenz wird insbesondere von kommerziellen Anlagen als unterstützendes Kommunikationsmittel geschätzt.
- *Materialien:* Kleine Sportanlagen schätzen die zur Verfügung stehenden Materialien, welche sie als Unterstützung wahrnehmen.
- *Klarer Fokus:* Kommunale Anlagen sehen die Stärke des Programms darin, dass es auf wenige zentrale Punkte fokussiert und sowohl Jugendliche als auch Trainer in die Verantwortung nimmt.

Optimierungsbedarf wurde in Bezug auf vier Aspekte genannt:

- *Visuelle Präsenz:* So wäre aus Sicht einiger Befragter noch mehr Werbung (z.B. im Fernsehen vor Sportübertragungen) und stärkere Präsenz vorzugsweise in der visuellen Wahrnehmung angebracht.

- *Sportler/-innen in der Kommunikation:* Es würde begrüsst, wenn wieder verstärkt Sportler/-innen in die Kommunikation eingebunden würden.
- *Thema Ernährung:* Vereinzelt wird auch das Thema Ernährung im Sport vermisst.

3.4.2 UMSETZUNG

Im folgenden Abschnitt wird auf die Umsetzung des Rauchverbots eingegangen.

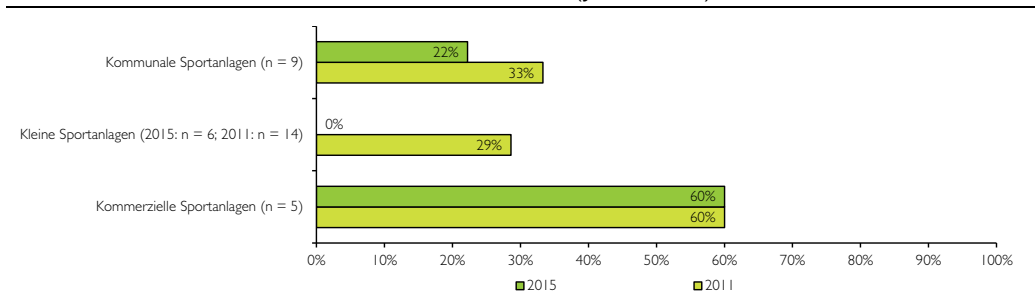
Rauchverbote im Innenbereich

Mit Ausnahme einer kleinen Anlage gibt es im Innenbereich der Sportanlagen keine speziellen Raucherräume. Die Befragten sind sich mehrheitlich einig, dass Raucherräume im Innenbereich nicht notwendig sind und es im Aussenbereich genügend Möglichkeiten zum Rauchen gibt.

Rauchverbote im Aussenbereich

Im Gegensatz zu den Innenräumen sieht das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen keine Rauchverbote im Aussenbereich vor. Darstellung D 3.48 zeigt auf, dass bei den befragten kommerziellen Sportanlagen die Aussenräume häufiger rauchfrei sind als bei den kommunalen und kleinen Sportanlagen. Bei kommerziellen Sportanlagen handelt es sich dabei vor allem um die Familienzonen, bei den kommunalen Sportanlagen um die Eingangsbereiche der Turnhallen auf dem Schulgelände beziehungsweise Fussballplätze und um alle weiteren Sportanlagen im Aussenbereich. Bei den kleinen Anlagen wurden gar keine rauchfreien Zonen im Aussenbereich genannt. Im Vergleich zur Erhebung 2011 hat die Rauchfreiheit im Aussenbereich keine grossen Veränderungen erfahren. Die Gründe, weshalb auf rauchfreie Zonen im Aussenbereich verzichtet wird, sind nach wie vor dieselben wie im Jahr 2011. So werden rauchfreie Zonen im Aussenbereich einerseits von vielen als unnötig erachtet, andererseits wird von einigen die Durchsetzung rauchfreier Zonen im Aussenbereich als schwierig und praktisch unmöglich erachtet. Vorhandene Rauchverbote im Aussenbereich wurden eingeführt, um in erster Linie Kinder vor dem Passivrauchen zu schützen und die Anlage sauber und unbeschädigt zu halten. Bei einer kommunalen Anlage ist die Einführung von rauchfreien Aussenzonen auch auf die Schulleitung sowie auf «cool and clean» zurück zu führen.

D 3.48: Rauchfreie Zonen im Aussenbereich (Ja-Anteile)



Frage: Gibt es im Aussenbereich des Stadions/der Sportanlage/der Sport-/Mehrzweckanlage Zonen mit Rauchverbot?

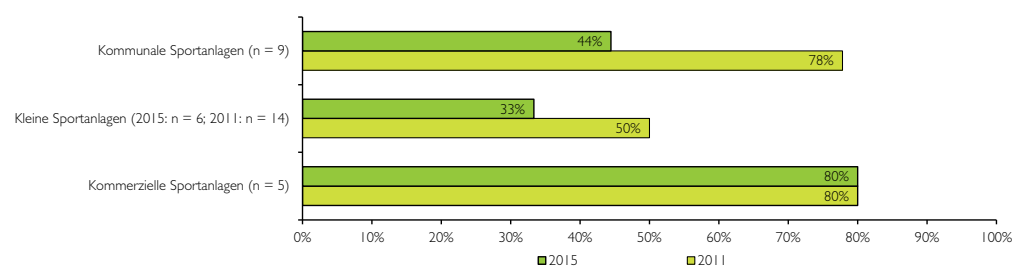
Kommunikation und Überprüfung der Rauchverbote

Wie schon im Jahr 2011 werden die Rauchverbote bei allen Typen von Sportanlagen wenn überhaupt mittels Beschilderung kommuniziert. Zusätzlich wurden folgende

Kommunikationsarten erwähnt: über die Medien (je 1 kommerzielle und kommunale Anlage), Versand an alle Haushaltungen (2 kommunale Anlagen), schriftliche Information der Vereins- und Schulleitungen (2 kommunale Anlagen), Verankerung in der Hausordnung beziehungsweise Reglementen (2 kommunale Anlagen).

Die folgende Darstellung D 3.49 zeigt, dass die Einhaltung von Rauchverboten aktuell in vier der fünf befragten kommerziellen Sportanlagen überprüft wird. Dort werden die mit der Überprüfung beauftragten Personen speziell dafür instruiert. In kommunalen und in kleinen Sportanlagen hingegen ist der Anteil an Sportanlagen, welche die Einhaltung des Rauchverbots überprüfen, im Vergleich zum Jahr 2011 zurückgegangen. Dies wird dadurch begründet, dass das Rauchverbot vornehmlich im Innenbereich selbstverständlich eingehalten wird und daher eine Überprüfung nicht notwendig erscheint. Im Aussenbereich gibt es mehrheitlich gar keine Rauchverbote, und falls solche bestehen, wird eine Überprüfung eher als schwierig erachtet.

D 3.49: Überprüfung Einhaltung Rauchverbot (Ja-Anteile)



Frage: Wird die Einhaltung des Rauchverbots überprüft?

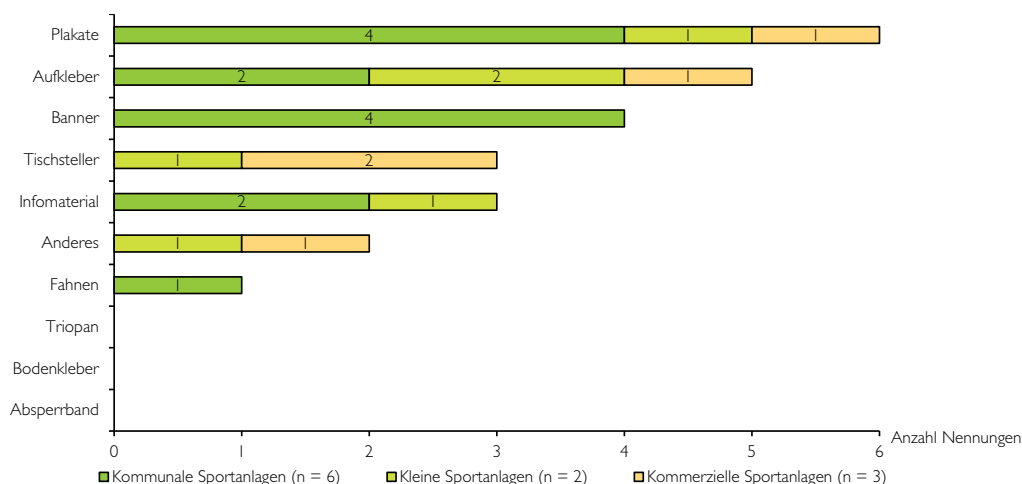
Verzicht auf Tabakwerbung

2011 gab eine grosse Mehrheit der befragten Verantwortlichen von Sportanlagen an, dass sie auf Tabakwerbung verzichten. Dies ist nach wie vor der Fall. Aktuell geben nur zwei der insgesamt 20 befragten Verantwortlichen von Sportanlagen an, nicht auf Tabakwerbung zu verzichten. Dabei handelt es sich um eine kleine und eine kommunale Anlage. Die Gründe für den mehrheitlichen Verzicht auf Tabakwerbung sind nach wie vor in etwa dieselben wie vor vier Jahren (generell keine Werbung, Gegensatz zu vertretenen Normen, Verbote in Reglementen einzelner Sportarten, Sportveranstaltungen für Kinder).

Bestellung und Nutzung der «cool and clean»-Materialien

Die Bestellung von «cool and clean»-Materialien durch Verantwortliche von Sportanlagen bewegt sich nach wie vor in einem ähnlichen Rahmen wie noch im Jahr 2011. Die folgende Darstellung D 3.50 zeigt, welche Materialien von wie vielen Sportanlagenbetreibern bestellt wurden. Von denjenigen, welche Material bestellt haben, setzen es auch alle ein. Die «cool and clean»-Materialien zur Kennzeichnung rauchfreier Sportanlagen werden hauptsächlich im Innenbereich verwendet, bei kommunalen Sportanlagen teilweise auch im Aussenbereich. Die Verantwortlichen der kleinen und der kommunalen Sportanlagen sind insgesamt alle zufrieden mit den Materialien von «cool and clean». Auch von den kommerziellen Sportanlagen sind zwei Personen eher zufrieden und eine Person ist eher nicht zufrieden, da das Material wenig wirkungsvoll sei.

D 3.50: Angeforderte «cool and clean»-Materialien



Frage: Welche Materialien haben Sie angefordert?

Weitere Massnahmen und ehrenamtliches Engagement

Drei der Verantwortlichen der kommerziellen Sportanlagen und ein Verantwortlicher einer kommunalen Sportanlage geben an, dass sie über das Programm «cool and clean» hinaus weitere Massnahmen im Bereich der Tabakprävention ergriffen haben (Schulungen für Junioren/-innen und Sportler/-innen, Prävention zu Snus in Schulen, Präsenz in Medien und Internet, Raucherzonen für Angestellte, Unterstützung einer lokalen Vereinigung). Zwei Verantwortliche von kommerziellen Sportanlagen engagieren sich ausserdem auch ehrenamtlich für die Tabakprävention im Sport. Bereits 2011 engagierte sich nur eine Minderheit der befragten Sportanlagenbetreiber ehrenamtlich für die Tabakprävention im Sport. Dies hat sich also nicht verändert und scheint auch eher personenabhängig zu sein.

3.4.3 WIRKUNG

Wirkungen von «cool and clean» auf das Rauchverbot

In Bezug auf Rauchverbote im *Innenbereich* von Sportanlagen spielt «cool and clean» nur bei einer Minderheit der befragten Anlagen (bei je einer kommunalen, einer kleinen und einer kommerziellen Anlage) eine Rolle. Die geringe Bedeutung von «cool and clean» bei der Umsetzung der Rauchfreiheit im Innenbereich ist darauf zurückzuführen, dass die Rauchfreiheit im Innenbereich inzwischen gut akzeptiert ist, so dass keine Massnahmen mehr notwendig sind. Im *Aussenbereich* haben nur fünf der insgesamt 20 befragten Anlagen rauchfreie Zonen. Von diesen fünf Anlagen spielt «cool and clean» bisher bei drei Anlagen eine Rolle bei der Umsetzung der Rauchfreiheit im Aussenbereich.

Nutzen von «cool and clean» für die Alkoholprävention

Die Nützlichkeit von «cool and clean» für die Alkoholprävention wird von den Sportanlagenbetreibern eher gering eingeschätzt. Für viele ist die Alkoholprävention gar kein Thema. Andere nutzen zwar die Signalisation oder einige Flyer von «cool and clean», sehen aber ebenfalls keinen grossen Nutzen des Programms für die Alkoholprävention.

Am ehesten wird «cool and clean» im Zusammenhang mit Alkoholprävention an Anlässen als nützlich erachtet.

3.5 VERANTWORTLICHE VON SPORTANLÄSSEN

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- «cool and clean» wurde aufgrund der geringen optischen Präsenz von den Jugendlichen schlecht wahrgenommen.
- Rauchverbote gelten in Innenräumen, die Aussenbereiche sind nicht rauchfrei. Werbe- und Sponsoringverzicht wurde nur teilweise eingehalten.
- Massnahmen zum Jugendschutz wurden umgesetzt und der Jugendschutz wurde mehrheitlich eingehalten.

«cool and clean» unterstützt Organisatoren von Sportanlässen bei der Durchführung ihrer Veranstaltungen nach den Regeln von «cool and clean».²⁰ Im Jahr 2013 arbeiteten insgesamt 105 Veranstaltungen mit «cool and clean» zusammen, im Jahr 2014 waren es 216. Bis zum 30. Juni 2015 hatten sich bereits wieder 73 Veranstaltungen bei «cool and clean» angemeldet.²¹ Ziel ist es, die Verhältnisse anlässlich von Sportveranstaltungen zugunsten der Tabak- und der Alkoholprävention zu verändern. «cool and clean» hat dazu die folgenden Regeln definiert, die an Veranstaltungen gelten sollen:

- Die Sportveranstaltung wird *rauchfrei* durchgeführt. Das Rauchverbot wird mit «cool and clean»-Kennzeichnungsmaterial markiert und umfasst Zuschauertribüne, Zuschauerbereiche, Sportbereiche beziehungsweise Wettkampfgelände, VIP-Zonen, Restaurationsbetriebe, Innenräume und Staff-Bereiche.
- An Sportveranstaltungen wird der *Jugendschutz beim Alkoholverkauf* konsequent eingehalten. Die (obligatorische) Kennzeichnung des Jugendschutzes erfolgt mit «cool and clean»-Material.
- Alle Veranstalter, mit denen «cool and clean» zusammenarbeitet, *verzichten auf ein Sponsoring* durch die Tabakindustrie und auf *Werbung* von Tabakwaren.²²

Daneben gibt «cool and clean» weitere Empfehlungen an die Veranstalter ab, wie Verhaltensänderungen im Bereich Alkohol und Tabakkonsum erreicht werden können.

Über die Webseite von «cool and clean» können Veranstalter kostenloses Präventions- und Ausleihmaterial bestellen. Zudem sind auf der Webseite diverse Informationen und Empfehlungen publiziert, wie die Veranstalter den Jugendschutz einhalten können und wie die Alkohol- und Tabakprävention gefördert werden kann. Das «cool and clean»-

²⁰ Vgl. Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts von «cool and clean» vom 2. Oktober 2012 zuhanden des Tabakpräventionsfonds, S. 35 und S. 41.

²¹ Gemäss SSAM-Statistik der Programmleitung von Swiss Olympic

²² Swiss Olympic (2012): «cool and clean»-Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts an den Tabakpräventionsfonds. Bern., S. 35.

Team steht den Veranstalter auch für persönliche Beratungen zur Verfügung und organisiert auf Anfrage Schulungen des Helferpersonals oder Testkäufe.²³ Im Gegenzug zum Bezug des Verbrauchs- und Ausleihmaterials erwartet «cool and clean», dass sich die Veranstaltenden an den Veranstalter-Kodex halten.²⁴

3.5.1 KURZPORTRAITS DER VERANSTALTUNGEN

Im Folgenden werden die drei untersuchten Veranstaltungen kurz charakterisiert.

Veranstaltung 1: Championnat d'Europe U23 de cyclisme in Nyon

Die Championnat d'Europe U23 de cyclisme fand vom 9. bis zum 13. Juli 2014 in Nyon statt. Die Veranstaltung steht unter der Schirmherrschaft des Europäischen Radsportverbands (UEC) und wird jedes Jahr durch ein lokales Organisationskomitee in einem europäischen Land organisiert. Die Radrennen richten sich an Spitzensportler/-innen in den Kategorien U19 (17- bis 18-Jährige) und U23 (19- bis 23-Jährige). In diesem Jahr nahmen insgesamt rund 860 Sportler/-innen an den Rennen teil. Zudem schätzten die Veranstaltenden, dass sich pro Tag rund 1'000 bis 1'200 Zuschauer/-innen auf dem Gelände aufhielten. Es standen rund 500 freiwillige Helfer/-innen im Einsatz (insbesondere für die Sicherung der Strassen). Als internationale Sportveranstaltung erhielt diese Veranstaltung eine finanzielle Unterstützung von Swiss Olympic. Damit ist sie verpflichtet, 5 Prozent des Beitrags an die Umsetzung der Ethik-Charta zu binden.²⁵ In der Ethik-Charta sind als grundlegende Prinzipien der Nichtraucherschutz und die Alkoholprävention beziehungsweise der Jugendschutz aufgeführt.

Veranstaltung 2: Boardstock Zug Sport Festival

Das Boardstock Zug Sport Festival fand am 26. und 27. Juli 2014 an der Seepromenade von Zug statt. Es handelt sich um ein jährliches Sportfestival, an dem sich jeweils diverse Sportarten zum Zuschauen und Ausprobieren präsentieren. Die Organisation und Produktion des Festivals läuft über Point Break Events, eine Eventagentur aus Zürich. Das Boardstock Zug Sport Festival richtet sich an ein breites Publikum aller Altersklassen. Dieses Jahr haben insgesamt zwischen 12'000 und 15'000 Personen das Festival besucht.

Veranstaltung 3: Audi FIS Ski-Weltcup Adelboden

Der Ski-Weltcup in Adelboden fand am 10. und 11. Januar 2015 statt. Die Veranstaltung des internationalen Ski-Verbands wird jedes Jahr vom Organisationskomitee der Ski-Weltcup Adelboden AG organisiert und durchgeführt. Es finden jeweils zwei Weltcup-Rennen der Männer (Riesenslalom und Slalom) statt. Dieses Jahr haben am Samstag 75 und am Sonntag 70 Athleten am Rennen teilgenommen. Es handelt sich um eine internationale Veranstaltung des Spitzensports, die sich an ein breites Publikum aller Altersklassen richtet. Insgesamt waren am Samstag rund 29'000 und am Sonntag rund 10'000 Zuschauer/-innen auf dem Gelände in Adelboden. Weiter standen an den beiden Tagen insgesamt rund 1'800 freiwillige Helfer/-innen im Einsatz.

²³ Vgl. <<http://www.coolandclean.ch/Mach-mit/Sportveranstalter/Vorgehen/Empfehlungen-2>>, Zugriff am 17. Juni 2014.

²⁴ Vgl. <<http://www.coolandclean.ch/Mach-mit/Sportveranstalter/Vorgehen/Bestellen>>, Zugriff am 17. Juni 2014.

²⁵ Vgl. <<http://www.swissolympic.ch/Events/Internationale-Sportanlaesse-in-der-Schweiz/Dokumente-fuer-internat-Sportanlaesse>>, Zugriff am 28. Oktober 2014.

3.5.2 IMAGE UND KONZEPT

Im Folgenden wird zunächst die Bekanntheit des Programms aus Sicht der an den Veranstaltungen 2 und 3 befragten Jugendlichen beschrieben. Anschliessend folgt eine allgemeine Beurteilung des Programms aus Sicht der interviewten Vertretende der Organisationskomitees der drei untersuchten Veranstaltungen.

Bekanntheit bei Jugendlichen

Das Programm «cool and clean» ist bei rund drei Vierteln (73%) der insgesamt 95 befragten Jugendlichen bekannt. Der grösste Anteil (55%) der Jugendlichen hat schon vom Programm gehört und 18 Prozent der Jugendlichen geben an, dass sie das Programm kennen, weil ihr Verein bei «cool and clean» mitmacht. Nur 26 Prozent der Befragten kennen das Programm nicht.²⁶ Das Programm «cool and clean» ist bei den befragten Jugendlichen beider Veranstaltungen in etwa gleichem Ausmass bekannt.

Beurteilung durch die Vertretende der Organisationskomitees

Die drei interviewten Vertreter/-innen der Organisationskomitees der untersuchten Veranstaltungen beurteilen das Programm «cool and clean» insgesamt sehr positiv. Sie erachten die Idee hinter dem Programm als wichtig und erkennen es als Stärke, dass das Programm auf den Jugendschutz aufmerksam macht. Ausserdem sehen sie es positiv, dass das Programm den Organisatoren von Veranstaltungen ihre Verantwortung bewusster macht. Schwächen und Verbesserungsvorschläge zum Programm «cool and clean» im Allgemeinen werden von den Vertretenden der Organisationskomitees keine angebracht.

3.5.3 UMSETZUNG

In diesem Abschnitt wird erläutert, inwieweit an den drei untersuchten Veranstaltungen die Vorgaben und Empfehlungen von «cool and clean» im Bereich Alkohol- und Tabakprävention eingehalten wurden. Die nachfolgende Darstellung D 3.51 zeigt auf, ob die Massnahmen an den Veranstaltungen ganz umgesetzt, teilweise umgesetzt oder nicht umgesetzt wurden. Als Grundlage dafür dienten die Beobachtungen vor Ort sowie die Interviews mit den Vertretenden der Organisationskomitees der Veranstaltungen.

²⁶ Eine Angabe auf die Frage: „Kennst du das Programm «cool and clean» nicht, daher ergeben die Prozentangaben nicht 100 Prozent.“

D 3.51: Umsetzung von Alkohol- und Tabakpräventionsmassnahmen

	Veranstaltung 1	Veranstaltung 2	Veranstaltung 3
Alkohol-Jugendschutz und Prävention			
- <i>Einhaltung der Alkohol-Jugendschutzbestimmungen</i>	Umgesetzt	Umgesetzt	Umgesetzt
- <i>Anbringen von Jugendschutz-Plakaten bei allen Alkohol-Ausschankstellen</i>	Umgesetzt	Umgesetzt	Umgesetzt
- Mindestens 3 nichtalkoholische Getränke günstiger	Umgesetzt	Umgesetzt	Umgesetzt
- Kein Alkohol bei Siegesfeiern	Umgesetzt	-	Umgesetzt
- Information und Schulung des Ausschankpersonals hinsichtlich des Jugendschutzes	Umgesetzt	Umgesetzt	Umgesetzt
- Einsatz von «cool and clean»-Jugendschutzmaterialien (Alterskontrollkarten, Buttons usw.)	Nicht umgesetzt	Nicht umgesetzt	Teilweise umgesetzt
- Verzicht auf Sponsoring für Alkohol	Umgesetzt	Nicht umgesetzt	Nicht umgesetzt
Schutz vor Passivrauchen			
- <i>Geschlossene Räume (inkl. Festzelte) rauchfrei</i>	Umgesetzt	-	Umgesetzt
- <i>Wettkampfgelände rauchfrei</i>	Nicht umgesetzt	Nicht umgesetzt	Nicht umgesetzt
- <i>Tribünen rauchfrei</i>	-	-	Umgesetzt
- Festgelände rauchfrei	Nicht umgesetzt	Nicht umgesetzt	Nicht umgesetzt
- <i>Kennzeichnung der rauchfreien Zonen durch «cool and clean»- oder anderen Materialien</i>	Umgesetzt	-	Umgesetzt
- <i>Verzicht auf Verkauf, Werbung und Sponsoring für Tabakwaren</i>	Umgesetzt	Umgesetzt	Nicht umgesetzt
Promotion von «cool and clean»			
- «cool and clean»-Materialien auf dem Veranstaltungsgelände vorhanden	Umgesetzt	Umgesetzt	Nicht umgesetzt

Legende: Kursiv = Regeln von «cool and clean» für Veranstaltungen. Normal = Weitere Empfehlungen von «cool and clean» an die Veranstaltenden (freiwillig).

Alkohol-Jugendschutz und Prävention

An allen drei Veranstaltungen waren die Organisatoren bemüht, die Alkohol-Jugendschutzbestimmungen einzuhalten und entsprechende Präventionsmassnahmen umzusetzen. Allerdings war einzig an der Veranstaltung 3 in Adelboden ein *Jugendschutzbündel-System* vorhanden. Dies sollte dem Ausschankpersonal die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen beim Alkoholverkauf erleichtern. An den anderen beiden Veranstaltungen wurde mit *ID-Kontrollen* beim Verkauf von Alkohol gearbeitet, um den Jugendschutz zu garantieren. Das Ausschankpersonal wurde an allen drei Veranstaltungen entsprechend informiert und instruiert. Dies geschah grösstenteils schriftlich im Voraus (Veranstaltung 2) oder mündlich vor Ort durch die Verantwortlichen

der Verkaufsstände (Veranstaltung 1 und 3). Ausserdem waren an den Ständen jeweils Informationsmaterialien vorhanden, die das Ausschankpersonal an die Jugendschutzbestimmungen erinnern sollten.

Des Weiteren waren an allen drei Veranstaltungen bei den Verkaufsständen *Jugendschutz-Plakate* angebracht. Diese waren an der Veranstaltung 1 in Nyon von „FestiPlus“, einer Charta für Prävention für Veranstaltungen der „Fédération vaudoise contre l'alcoolisme“, mit welcher die Veranstalter neben «cool and clean» ebenfalls zusammen arbeiteten. An den Veranstaltungen 2 und 3 waren die Jugendschutz-Plakate mehrheitlich von «cool and clean». An der Veranstaltung 3 trugen zudem einige Helfer/-innen die «cool and clean»-*Jugendschutz-Buttons* und es standen ihnen die *Alterskontrollkarten* von «cool and clean» zur Verfügung.

Eine weitere Massnahme zur Eindämmung des Alkoholkonsums ist, dass *nichtalkoholische Getränke zu einem günstigeren Preis* erhältlich sein sollten als alkoholische Getränke. Diese Massnahme wurde an allen drei Veranstaltungen umgesetzt. An der Veranstaltung 1 in Nyon wurde der Alkoholverkauf zudem auf niederprozentige alkoholische Getränke (Bier und Wein) beschränkt. Ebenfalls wurde dort auf Sponsoring für Alkohol verzichtet und es wurde kostenlos Wasser abgegeben. Dies war an den anderen beiden Veranstaltungen nicht der Fall. An der Veranstaltung 3 in Adelboden wurde als zusätzliche Massnahme ein Verbot umgesetzt: Es wurde nicht gestattet, dass eigene alkoholische Getränke auf das Gelände mitgebracht wurden. Dieses Verbot wurde bereits bei der Anfahrt im Bus kommuniziert. Entsprechend wurden bei den Eingängen Taschen und Rucksäcke kontrolliert.

Schutz vor Passivrauchen

Im Bereich der Tabakprävention war die Umsetzung an den drei Veranstaltungen etwas unterschiedlich ausgestaltet. An der Veranstaltung 2 in Zug gab es generell *keine rauchfreien Zonen*, ausser hinter den Bars. Dies liegt nach Angaben des interviewten Verantwortlichen daran, dass die gesamte Veranstaltung draussen stattfand und es keine geschlossenen Räume oder Zelte gab. Draussen ist es für Veranstalter kaum möglich rauchfreie Zonen einzurichten, an die sich die Leute halten. Diese Meinung teilen auch die interviewten Verantwortlichen der anderen beiden Veranstaltungen. Für rauchfreie Zonen im Aussenbereich fehlt eine gesetzliche Grundlage. Entsprechend waren das Wettkampfgelände mit den entsprechenden Zuschauerbereichen sowie das Festgelände an den anderen beiden Veranstaltungen ebenfalls nicht rauchfrei. Eine Ausnahme bildet die Zuschauertribüne an der Veranstaltung 3 in Adelboden, die nach Angabe des interviewten Verantwortlichen rauchfrei und entsprechend gekennzeichnet war. Geschlossenen Räume und Festzelte sowie auch halboffene Zelte waren sowohl an der Veranstaltung 1 als auch an der Veranstaltung 3 rauchfrei und entsprechend mit *Rauchfrei-Plakaten* von «cool and clean» oder teilweise auch mit normalen Rauchfrei-Symbolen gekennzeichnet. Zudem wurde an der Veranstaltung 3 auch durch *Lautsprecherdurchsagen* darauf hingewiesen.

Eine weitere Zielsetzung bezüglich der Tabakprävention ist der *Verzicht auf Verkauf, Werbung und Sponsoring für Tabakwaren*. Dieser Verzicht «cool and clean» wurde an den Veranstaltungen 1 und 2 umgesetzt. An der Veranstaltung 3 wurde im Gegensatz zu früher an den üblichen Verkaufsständen keine Zigaretten mehr verkauft. Allerdings

gab es auf dem Gelände einen Verkaufsstand für Tabakwaren sowie zusätzlich einen Promotionsstand für Zigarren von Dannemann.

Promotion von «cool and clean» und Wahrnehmung bei Jugendlichen
Die Präsenz von «cool and clean»-Promotionsmaterialien an den drei Veranstaltungen war nebst bereits erwähnten Jugendschutz- oder Rauchfrei-Plakaten insgesamt eher gering. Aus den Beobachtungen geht hervor, dass an der Veranstaltung 1 ein Klappzelt von «cool and clean» mit einem Infostand sowie einige Banner vor Ort waren. An der Veranstaltung 2 war ebenfalls ein Klappzelt mit Infostand vor Ort, zusätzlich gab es dort einen «cool and clean»-Anhänger. An der Veranstaltung 3 waren hingegen keine grösseren Promotionsmaterialien von «cool and clean», wie Banner oder Easyflags zu sehen. Es gab dafür eine Lautsprecherdurchsage, in welcher die Zusammenarbeit mit «cool and clean» erwähnt wurde. Zudem wurde «cool and clean» in einem Abschnitt in der Festzeitung erwähnt und es wurde auch die Webseite genannt. Das heisst, «cool and clean» wurde in die Kommunikation der Veranstaltung 3 eingebunden. Auf der Webseite der Veranstaltung 2 wurde «cool and clean» ebenfalls aufgelistet.

Entsprechend wurde die Präsenz von «cool and clean» an den beiden Veranstaltungen nur von einer Minderheit der befragten Jugendlichen wahrgenommen. So gaben an der Veranstaltung 2 in Zug 58 Prozent und an der Veranstaltung 3 in Adelboden sogar 78 Prozent der Jugendlichen an, dass sie vor Ort keine Materialien von «cool and clean» gesehen hätten. Jugendliche, welche im Gegensatz dazu Materialien von «cool and clean» gesehen haben, wurden an der Veranstaltung 2 in Zug vor allem auf den «cool and clean»-Anhänger (12 Personen, 27%) und den Infostand (6 Personen, 13%) aufmerksam. Weitere Materialien wurden an dieser Veranstaltung nur von Einzelpersonen wahrgenommen. An der Veranstaltung 3 in Adelboden wurden die «cool and clean»-Rauchfrei-Plakate (6 Personen, 12%) und die «cool and clean»-Jugendschutz-Plakate (4 Personen, 8%) wahrgenommen. Zwei Personen hörten ausserdem eine Lautsprecherdurchsage zu «cool and clean» und eine Person wurde auf die «cool and clean»-Jugendschutz-Buttons aufmerksam, da sie im Vorjahr selber als Helfer/-in tätig war und diese bereits kannte. Besondere Aufmerksamkeit scheinen also vor allem grössere Sachen wie ein Anhänger oder ein Infostand zu erregen. Dies erklärt auch, weshalb an der Veranstaltung 3 in Adelboden die «cool and clean»-Materialien weniger auffielen, denn dort wurden «cool and clean»-Materialien ausschliesslich zur Kennzeichnung der rauchfreien Zonen und im Zusammenhang mit dem Jugendschutz eingesetzt. Grössere Promotionsmaterialien wie Zelte, Banner oder Easyflags waren hingegen nicht zu sehen.

Zufriedenheit mit Unterstützung durch «cool and clean»

Die interviewten Vertretenden der Organisationskomitees der drei untersuchten Veranstaltungen sind insgesamt sehr zufrieden mit den von «cool and clean» bereitgestellten Materialien und Beratungsleistungen. Sie haben keine ergänzenden Wünsche bezüglich weiterer Materialien oder Unterstützung. Sie erleben «cool and clean» als kooperativ, auch wenn nicht an jeder Veranstaltung alle Anforderungen eingehalten werden können, beispielsweise keine rauchfreien Zonen möglich sind. Dies wird von den Veranstaltern geschätzt. Insgesamt findet ein guter Austausch statt und es werden gemeinsam Lösungen gesucht. Zudem schätzen es die Veranstalter, dass «cool and clean» ihnen Materialien zur Verfügung stellt und sie daher ihrerseits nicht selber in entsprechende

Materialien investieren müssen. Auch die persönlichen Kontakte mit den Verantwortlichen von «cool and clean» werden positiv erlebt.

Von der verantwortlichen Person der Veranstaltung 1 in Nyon wird als Verbesserungsvorschlag angemerkt, dass die Unterstützung von «cool and clean» noch stärker auf Veranstaltungen mit einem erhöhten Risiko für Alkoholkonsum und Rauchen ausgerichtet werden könnte. Die Zielgruppe der Veranstaltung 1 in Nyon besteht kaum aus Raucher/-innen und es wird relativ wenig Alkohol konsumiert. Daher erscheinen die Präventionsmassnahmen an einer solchen Veranstaltung weniger notwendig als an anderen Veranstaltungen.

3.5.4 WIRKUNGEN

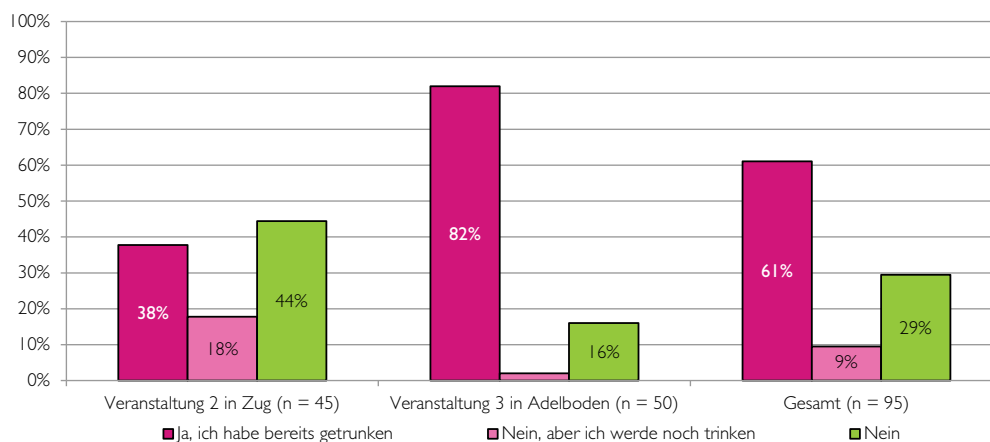
In diesem Abschnitt wird beschrieben, welche Wirkungen aufgrund der umgesetzten Präventionsmassnahmen erreicht wurden. Dazu wird zunächst auf die Wirkungen bezüglich des Alkohol-Jugendschutzes und anschliessend auf die Wirkungen zum Schutz vor Passivrauchen eingegangen.

Einhaltung der Alkohol-Jugendschutzbestimmungen

Um zu überprüfen, ob die Alkohol-Jugendschutzbestimmungen an den Veranstaltungen eingehalten wurden, wurden die 15- bis 20-jährigen Festbesuchenden der Veranstaltungen 2 und 3 zu ihrem *Alkoholkonsum-* und *Alkoholkaufverhalten* während den Veranstaltungen befragt. An der Veranstaltung 1 konnten zu diesen Fragestellungen keine Daten erhoben werden, da sich kaum Jugendlichen auf dem Festgelände aufhielten. Zudem wurden auch das *Ausschankpersonal* sowie die *Vertretenden der Organisationskomitees* zur Wirkung der Massnahmen befragt.

Die Ergebnisse der *Befragung der Jugendlichen* weisen auf einen unterschiedlichen Alkoholkonsum der Jugendlichen an den beiden untersuchten Veranstaltungen hin. An der Veranstaltung 2 in Zug gaben 17 der 45 befragten Jugendlichen an, dass sie zum Zeitpunkt der Befragung bereits Alkohol getrunken haben und acht weitere gaben an, dass sie noch trinken werden. An der Veranstaltung 3 in Adelboden waren es deutlich mehr. 41 der 50 Befragten gaben an, bereits Alkohol getrunken zu haben und eine Person gab an, dass sie noch trinken werde. Die folgende Darstellung D 3.52 zeigt den Alkoholkonsum der beiden Veranstaltungen im Vergleich. Insgesamt gaben 61 Prozent aller befragten Jugendlichen an, zum Zeitpunkt der Befragung bereits Alkohol getrunken zu haben und 9 Prozent gaben an, dass sie noch Alkohol trinken werden.

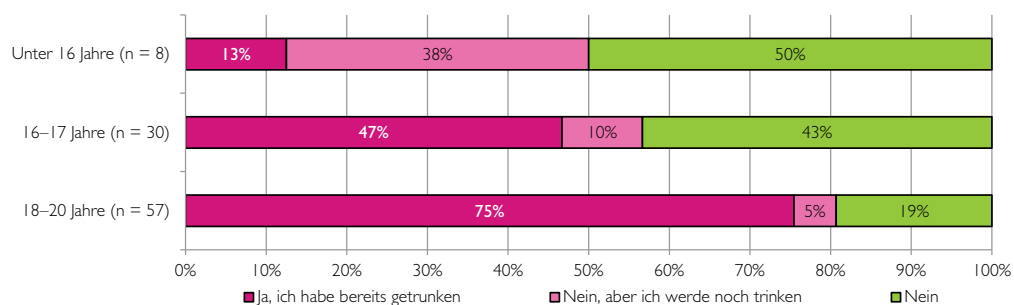
D 3.52: Alkoholkonsum: Veranstaltungen im Vergleich



Quelle: Befragung 2015 der Jugendlichen.

Wird der Alkoholkonsum der Jugendlichen nach ihrem Alter betrachtet, gibt nur eine Person unter 16 Jahren an, keinen Alkohol getrunken zu haben. Drei weitere der unter 16-Jährigen gaben an, dass sie noch Alkohol konsumieren werden. Darstellung D 3.53 zeigt den Alkoholkonsum der befragten Jugendlichen nach ihrer Altersgruppe. Am häufigsten wurde von der Gruppe der 18- bis 20-jährigen Jugendlichen Alkohol konsumiert. In dieser Altersgruppe haben insgesamt 81 Prozent aller Befragten der beiden Anlässe Alkohol konsumiert oder hatten dies noch vor.

D 3.53: Alkoholkonsum von Jugendlichen nach Altersgruppe



Quelle: Befragung 2015 der Jugendlichen.

Von den insgesamt 58 Jugendlichen, die an den Veranstaltungen Alkohol konsumierten tranken 60 Prozent nur niedrigprozentige alkoholische Getränke wie Bier oder Wein. Die restlichen 40 Prozent tranken entweder nur hochprozentige alkoholische Getränke oder beides. Darstellung D 3.54 gibt eine Übersicht darüber, welche alkoholischen Getränke die Jugendlichen der unterschiedlichen Altersgruppen konsumierten.

D 3.54: Konsumierte alkoholische Getränke nach Altersgruppen (n = 58)

Alter	Bier, Wein, Champagner	Spirituosen (Cocktails, Wodka, Kafi-Schnaps usw.)	Beides
Unter 16 Jahre	1	0	0
16–17 Jahre	10	2	2
18–20 Jahre	24	4	15
Gesamt	35	6	17

Quelle: Befragung 2015 der Jugendlichen.

Entgegen den Jugendschutzbestimmungen konsumierte eine Person unter 16 Jahren niederprozentige alkoholische Getränke, kaufte diese jedoch nicht selber. Ebenso konsumierten vier Jugendliche im Alter von 16 bis 17 Jahren hochprozentige alkoholische Getränke. Drei dieser vier kauften diese selber. Insgesamt kauften rund drei Viertel (76%) der Jugendlichen die alkoholischen Getränke, die sie konsumierten, selber. Davon kaufte die grosse Mehrheit (73%) die alkoholischen Getränke ausschliesslich auf dem Festgelände. Von den insgesamt 39 Jugendlichen, die auf dem Festgelände alkoholische Getränke kauften, gaben nur acht an, dass sie beim Kauf einen amtlichen Ausweis beziehungsweise ihren Kontrollbändel zeigen mussten. An der Veranstaltung 2 in Zug war dies einer von neun Jugendlichen, während es an der Veranstaltung 3 in Adelsboden 7 von 30 Jugendlichen waren.

Vom *Ausschankpersonal* gaben hingegen alle an allen drei Veranstaltungen an, dass sie beim Verkauf von Alkohol einen amtlichen Ausweis verlangen beziehungsweise den Jugendschutzbändel kontrollieren, wenn die Person jung aussieht. Die Umsetzung der Kontrollen wird von fünf der insgesamt 16 Befragten als schwierig empfunden, da es schwierig sei das Alter einzuschätzen und bei grossem Ansturm an der Bar wenig Zeit dafür sei. Die restlichen elf Befragten finden die Umsetzung der Kontrollen nicht schwierig. An der Veranstaltung 3, an welcher mit Jugendschutzbändel gearbeitet wurde, empfanden dies alle Befragten des Ausschankpersonals als hilfreich. Dies deshalb, weil bereits am Eingang Alterskontrollen durchgeführt werden und es ihnen das Ausrechnen des Alters aufgrund des Jahrgangs erspart. Ein Jugendschutzbändel-System bedingt allerdings, dass es sich um ein geschlossenes Gelände mit kontrollierten Eingängen handelt.

Wie gut der Alkohol-Jugendschutz an den Veranstaltungen tatsächlich umgesetzt wurde ist insgesamt schwer zu beurteilen. Die *Vertretenden der Organisationskomitees* sind insgesamt mit der Umsetzung an ihrer Veranstaltung zufrieden. Es kam an keiner der Veranstaltungen zu grösseren Zwischenfällen. An der Veranstaltung 3 wurde allerdings anhand von Testkäufen überprüft, inwiefern das Ausschankpersonal die notwendigen Kontrollen tatsächlich durchführt. Die Testkäufe wurden von «cool and clean» organisiert und vom Blauen Kreuz durchgeführt. Die Ergebnisse waren nach Angabe des Verantwortlichen besser als in den Vorjahren. Der Vertreter des Organisationskomitees merkt allerdings auch an, dass es an einer solch grossen Veranstaltung in der Hektik für die freiwilligen Helfer/-innen nicht einfach sei, den Alkohol-Jugendschutz konsequent im Blick zu haben. Bei den Standverantwortlichen sei allerdings der Ehrgeiz gross, bei den Testkäufen gut abzuschneiden.

Schutz vor Passivrauchen

Weiter wurde untersucht, inwiefern es an den Veranstaltungen gelang, die Teilnehmenden vor Passivrauchen zu schützen. Dazu wurden die Jugendlichen an den Veranstaltungen 2 und 3 zu ihrem *Rauchverhalten* während der Veranstaltung befragt. Zudem wurden das *Ausschankpersonal* sowie die *Vertretenden der Organisationskomitees* zur Wirkung der Rauchverbote befragt.

Bei der Befragung der Jugendlichen an den Veranstaltungen 2 und 3, gaben 34 der 95 befragten Jugendlichen an Raucher/-in zu sein, während sich 61 als Nichtraucher/-in bezeichneten. Von den Rauchern/-innen gaben 76 Prozent an, dass sie auch an der Veranstaltung bereits geraucht hätten. Dies taten sie grossmehrheitlich draussen (vor dem Festzelt oder auf dem Wettkampfgelände im Zuschauerraum). Da die *Veranstaltung 2* in Zug keine rauchfreien Zonen aufwies, versties entsprechend an dieser Veranstaltung niemand gegen ein Rauchverbot. Aus den Beobachtungen an der *Veranstaltung 1* und aus dem entsprechenden Interview mit einer Person des Organisationskomitees wurde deutlich, dass das Einhalten des Rauchverbots unproblematisch war. An der *Veranstaltung 3* in Adelboden waren die Festzelte und die Tribüne als rauchfrei gekennzeichnet. Von den befragten Jugendlichen gaben drei an, auch in einem Festzelt geraucht zu haben. Einer dieser drei Personen war es nicht bewusst, dass die Zone rauchfrei war, da sie die Rauchverbot-Plakate nicht gesehen hatte. Den anderen beiden war dies hingegen bewusst, und sie gaben an, sich nicht daran zu halten beziehungsweise geraucht zu haben, weil alle anderen dort auch geraucht hätten. Insgesamt handelt es sich allerdings um sehr wenige, welche das Rauchverbot in den Festzelten nicht eingehalten haben. Dies lässt sich auch durch die Beobachtungen bestätigen. Zwar wurden einzelne Besucher/-innen rauchend in einem halboffenen Festzelt gesehen, grossmehrheitlich haben sich die Besucher/-innen allerdings daran gehalten. Nach Angabe des interviewten Vertreters des Organisationskomitees hatte das Sicherheitspersonal den Auftrag, Personen die sich nicht an das Rauchverbot halten darauf hinzuweisen. Allerdings war es vor allem in den Zelten schwierig, die Übersicht zu haben und Raucher/-innen zu entdecken, da die Zelte sehr voll waren. Es kam jedoch insgesamt zu keinen grösseren Problemen. Von den Befragten des Ausschankpersonals arbeiteten nur drei Personen an der Veranstaltung 3 in einer gekennzeichneten rauchfreien Zone. Sie geben an, dass sich die Besucher/-innen an das Rauchverbot in dieser Zone hielten und es nicht schwer sei, das Rauchverbot in dieser Zone durchzusetzen.

Insgesamt wird deutlich, dass sich an Veranstaltungen Rauchverbote in Festzelten grossmehrheitlich ohne Probleme durchsetzen lassen. Allerdings wird aus den Interviews mit den Vertretenden der Organisationskomitees auch deutlich, dass aus ihrer Sicht ein Rauchverbot im Aussenbereich schwer umzusetzen wäre, da es keine gesetzliche Grundlage dafür gibt.

3.6 VERANTWORTLICHE VON SPORTLAGERN

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- «cool and clean» wird sowohl von den Leitenden als auch von den Teilnehmenden als bedeutendes Präventionsprogramm erachtet.
- Die Commitments werden eingehalten; Rauchen und Alkoholkonsum stellt bei den untersuchten Lagern aber kein Problem dar.
- Eine engere Begleitung durch «cool and clean» und eine entsprechend sportartenspezifische Umsetzung ist erwünscht.

«cool and clean» führt ein Angebot zur Unterstützung von Verantwortlichen von Sportlagern, deren Teilnehmende zwischen zehn und 20 Jahre alt sind. Bedingung ist, dass die Leitenden die Commitments mit den Lagerteilnehmenden besprechen, eigene Commitments formulieren, die Leitenden sie vorleben und im Anschluss an das Lager «cool and clean» eine kurze Rückmeldung geben. Im Gegenzug erhalten die Leitenden ein Camp-Kit mit Unterlagen für die Umsetzung von «cool and clean» sowie individuell zu bestellende Produkte.²⁷

Die Leiterinnen und Leiter können bei «cool and clean» ein kostenloses „Camp-Kit“ bestellen. Es stehen verschiedene Spiele, didaktische Unterlagen und weitere Motivationsartikel zu den Themen Fairplay, Alkohol und Tabak zur Verfügung. Die Lagerleitenden können daraus ihr individuelles Kit zusammenstellen. Im Gegenzug verpflichten sich die Leitenden zur Einhaltung der sechs «cool and clean»-Commitments während des gesamten Lagers.²⁸ Mit der Bestellung vereinbaren sie mit «cool and clean», die folgenden Leistungen zu erbringen:

- Die Leitenden besprechen die Commitments mit den Teilnehmerenden des Lagers.
- Gemeinsam mit den Teilnehmenden formulieren die Leitenden ein oder mehrere eigene Commitments.
- Die Leitenden leben die unterzeichneten Commitments und übernehmen damit eine Vorbildfunktion.
- Die Lagerleitung sendet nach dem Lager eine kurze Rückmeldung an «cool and clean».²⁹

²⁷ Vgl. Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts von «cool and clean» vom 2. Oktober 2012 zuhanden des Tabakpräventionsfonds, S. 34 und S. 41.

²⁸ Vgl. <<http://www.coolandclean.ch/Mach-mit/Leiter-Lager>>, Zugriff am 27. Mai 2014.

²⁹ Vereinbarung Lagerleiter:

<http://www.coolandclean.ch/Portaldata/44/Resources/assets/mach_mit/lager/Vereinbarung_Lager_d.pdf>, Zugriff am 7. Mai 2014.

3.6.1 KURZPORTRAITS DER LAGER

Im Folgenden werden die vier untersuchten Lager kurz charakterisiert.

Lager 1: Polysportives Lager Kanton Freiburg

Das untersuchte Lager des Kantons Freiburg fand vom 5. bis zum 12. Juli 2014 in Tenero statt. Es wurde von J+S Freiburg organisiert. Seit etwa 40 Jahren werden im Kanton Freiburg jedes Jahr verschiedene kantonale Lager organisiert. Dabei wird schon seit mehreren Jahren mit «cool and clean» zusammengearbeitet und es werden jedes Jahr Aktivitäten von «cool and clean» in das Programm integriert. Beim untersuchten Lager handelt es sich um ein polysportives Lager, bei dem der Spass, verschiedene Sportarten auszuprobieren, im Vordergrund steht. Insgesamt haben 75 Jugendliche im Alter zwischen zwölf und 16 Jahren teilgenommen. Davon nahmen sechs Teilnehmende (drei Mädchen/drei Buben) im Alter zwischen 13 und 15 Jahren an dem im Rahmen dieser Evaluation durchgeführten Gruppengespräch teil. Zusätzlich fand ein Gespräch mit einer J+S-Leiterin des Lagers statt.

Lager 2: Swisscurling-Sommerlager

Das Swisscurling Sommerlager fand vom 6. bis zum 11. Juli 2014 in Adelboden statt. Es wurde von der Swisscurling Association organisiert und in deren Auftrag vom Projektleiter und Nachwuchsverantwortlichen der Curlinghalle Bern durchgeführt. Das Lager findet jährlich statt und im Jahr zuvor (2013) wurde erstmals mit «cool and clean» zusammengearbeitet. Das Lager steht ohne Selektion allen Curling Junioren/-innen des Verbands offen. Insgesamt haben in dieser Woche 66 Nachwuchsathleten/-innen im Alter von 12 bis 19 Jahren teilgenommen. Davon nahmen fünf Teilnehmende (drei Mädchen/zwei Buben) im Alter zwischen 16 und 17 Jahren an dem im Rahmen dieser Evaluation durchgeführten Gruppengespräch teil. Zusätzlich fand ein Gespräch mit dem Hauptleiter und einer Leiterin des Lagers statt.

Lager 3: Mountainbike-Sommerlager Kanton Bern

Das Mountainbike-Sommerlager fand vom 21. bis zum 25. Juli 2014 in der Lenk statt. Verantwortlich für das Sommerlager war der Leiter des Trainingsstützpunkts des Kantons Bern, welcher seit drei Jahren verschiedene Lager für Kaderathleten/-innen durchführt. Das Sommerlager ist jeweils für alle Athleten/-innen geöffnet, das heisst, nebst den Kaderathleten/-innen können auch interessierte Clubathleten/-innen teilnehmen. Bisher wurde in allen Lagern für Kaderathleten/-innen mit «cool and clean» zusammengearbeitet, da dies vom Verband vorgegeben ist. Insgesamt haben dieses Jahr 55 Athleten/-innen im Alter von zehn bis 18 Jahren am Sommerlager teilgenommen. Davon nahmen sechs Teilnehmende (drei Mädchen/drei Buben) im Alter zwischen 11 und 17 Jahren an dem im Rahmen dieser Evaluation durchgeführten Gruppengespräch teil. Zusätzlich fand ein Gespräch mit dem Hauptleiter des Lagers statt.

Lager 4: Nachwuchs-Trainingsweekend Schwingen Nordwestschweiz

Der Nordwestschweizer Schwingerverband (Kantone BS, BL, AG, SO) organisierte ein Nachwuchs Trainingsweekend für Jungschwinger der Jahrgänge 1998, 1999 und 2000, das vom 3. bis zum 5. Oktober 2014 in Willisau durchgeführt wurde. Dies sind diejenigen Jungschwinger, die im Jahr 2015 aufgrund ihres Alters am Eidgenössischen Nachwuchsschwingertag teilnehmen könnten. Das Trainingsweekend hatte zum Ziel, die besten Jungschwinger dieser Jahrgänge aus dem Verband als Team zusammenzu-

führen und damit einen ersten Schritt in der Vorbereitung für den Eidgenössischen Nachwuchsschwingertag 2015 zu leisten. Im Rahmen dieses Trainingsweekends arbeiteten die Verantwortlichen erstmals mit «cool and clean» zusammen. Insgesamt haben 26 Nachwuchsschwinger am Trainingsweekend teilgenommen. Davon nahmen fünf Teilnehmer im Alter zwischen 15 und 17 Jahren an dem im Rahmen dieser Evaluation durchgeführten Gruppengespräch teil. Zusätzlich fand ein Gespräch mit einem Leiter des Trainingsweekends statt.

3.6.2 IMAGE UND KONZEPT

Im Folgenden wird zunächst die Bekanntheit und Beurteilung des Programmkonzepts aus Sicht der interviewten Lagerteilnehmenden beschrieben. Anschliessend folgt eine Beurteilung aus Sicht der interviewten Lagerleitenden.

Sicht der Lagerteilnehmenden

Das Programm «cool and clean» ist bei den befragten Jugendlichen im Allgemeinen gut bekannt. In allen vier untersuchten Lagern kannten viele der befragten Teilnehmenden «cool and clean» bereits aus früheren Lagern, in welchen «cool and clean» ebenfalls thematisiert wurde. Häufig kannten sie das Programm bereits auch aus anderen Kontexten, zum Beispiel aus der Schule oder den Sportvereinen, in welchen sie aktiv sind. Auch gaben einige an, «cool and clean» aufgrund von Sportanlässen wie Eishockey- oder Volleyballmatches oder den Mountainbike-Rennen zu kennen, an welchen «cool and clean» präsent ist. Im Curling kennen die Teilnehmenden das Programm seit sie als Junioren/-innen im Meisterschaftsbetrieb aktiv sind, denn «cool and clean» ist an den Meisterschaftswochenenden und sowie in den Juniorenabteilungen sehr präsent. Ähnlich stark verbreitet ist «cool and clean» auch bei den Mountainbikern/-innen, da in den Juniorenkadern mit «cool and clean» gearbeitet wird. Anders ist es hingegen im Schwingen, wo «cool and clean» bisher kaum Thema im Verband war. Den befragten Teilnehmern des Trainingsweekends war «cool and clean» zwar ein Begriff, jedoch kannten sie das Programm nicht durch den Schwingverein, sondern aus anderen Kontexten (z.B. Schule, Sportanlässe).

Den befragten Teilnehmenden sind die Commitments von «cool and clean» bekannt, wenn auch nicht immer im genauen Wortlaut. Unter «cool and clean» verstehen viele, dass während Sportlagern und sonstigen sportlichen Aktivitäten weder Alkohol noch Drogen konsumiert werden und dass nicht geraucht wird. Besonders zentral scheint für viele Teilnehmende ausserdem das Thema Fairplay zu sein. Das Programm wird von einigen wie eine Art Leitfaden für ihr Verhalten im Sport verstanden.

Die befragten Teilnehmenden beurteilen die sechs Commitments positiv, allerdings betrachten die meisten von ihnen die Einhaltung der Commitments als selbstverständlich. Aus diesem Grund empfanden auch einige der Teilnehmenden, die bereits in unterschiedlichen Kontexten (Kader, Nationalmannschaft, verschiedene Lager) immer wieder die «cool and clean»-Commitments besprochen und unterschrieben haben, das Prozedere mit der Zeit als etwas eintönig. Dies war insbesondere bei den Teilnehmenden der beiden Lager Curling und Mountainbike der Fall, was sicherlich damit zu tun hat, dass in diesen beiden Sportbereichen «cool and clean» generell sehr präsent ist. Die befragten Teilnehmenden des Mountainbike-Sommerlagers regten in diesem Zusammenhang an, dass die «cool and clean»-Themen auch über andere Zugänge vermit-

telt werden könnten. Als Vorschlag wurde ein Online-Kurs mit verschiedenen Modulen angeführt, welcher individuell durchgearbeitet werden könnte. Die Teilnehmenden erarbeiten sich in ähnlicher Weise jeweils die Dopingthematik mit „Clean Winner“ von Antidoping Schweiz. Dabei handelt es sich um ein interaktives Tool, anhand dessen die Jugendlichen konkrete Dopingfälle durcharbeiten können. Dieses Tool wurde von den befragten Mountainbiker/-innen sehr positiv beurteilt.

Insgesamt wird das Programm von allen Teilnehmenden positiv beurteilt. Den Namen «cool and clean» finden die Jugendlichen passend. Den Schriftzug von «cool and clean» kennen sie sehr gut, da er vielerorts präsent ist und sich eingepägt hat. Die kleinen Gadgets, welche sie in den Lagern teilweise als Preise erhalten, werden bis auf einige Ausnahmen positiv beurteilt und sind bei den Jugendlichen sehr beliebt.

Zur weiteren Optimierung des Programms wurden in den Interviews Vorschläge angeführt, an welche (weiteren) Zielgruppen sich «cool and clean» richten sollte. So war es für viele der Teilnehmenden wichtig, dass das Programm bereits bei jüngeren Jugendlichen im Alter von rund 12 Jahre ansetzt, da bei dieser Altersgruppe Themen wie Alkohol und Tabak noch nicht so aktuell sind und deshalb noch mehr präventiv bewirkt werden könne. Von einigen Teilnehmenden wurde hervorgehoben, dass das soziale Umfeld und insbesondere die Eltern in ihrer Vorbildrolle einen entscheidenden Einfluss darauf haben, ob Jugendliche rauchen oder Alkohol konsumieren. Daher wurde ange-regt, dass «cool and clean» auch eine Kampagne für Eltern starten sollte. Schliesslich wurden häufig die „anderen“ Jugendlichen erwähnt, welche keinen Sport machen und bei denen Alkohol und Tabak mehr verbreitet seien. Einige der Teilnehmenden fänden es deshalb gut, wenn sich «cool and clean» vermehrt auch in den Schulen engagieren würde. Schliesslich führten einige der Befragten an, dass Spitzensportler/-innen gute Vorbilder im Sport sind. Sie schlugen daher vor, vermehrt Spitzensportlern/-innen für die Anliegen von «cool and clean» zu gewinnen. Die Jugendlichen hatten bis anhin keine solchen Top-Sportlerinnen und Sportler über «cool and clean» sprechen hören.

Sicht der Lagerleitenden

Aus Sicht der befragten Lagerleitenden ist das Programm «cool and clean» im Sport generell sehr präsent und hat sich gut etabliert. Insbesondere über J+S kommen die Leiterinnen und Leiter häufig mit dem Präventionsprogramm in Kontakt.

Die Fallstudie über das Nachwuchs-Trainingsweekend im Schwingen zeigt aber, dass es Sportarten gibt, in welchen «cool and clean» noch wenig Fuss gefasst hat. «cool and clean» war bis anhin kaum ein Thema in den Regionalverbänden und Clubs. Aus Sicht des interviewten Lagerleiters sei dies einerseits darauf zurückzuführen, dass im Schwingen neuen Elementen und Programmen grundsätzlich eher skeptisch begegnet werde. Zudem gebe es in diesem Sport wenige Probleme mit den Suchtmitteln, welche von «cool and clean» thematisiert werden, weshalb der Bedarf für ein solches Programm zu wenig gesehen wird. Es wird zwar in J+S-Kursen auf das Programm «cool and clean» hingewiesen, dies reicht aus Sicht des interviewten Leiters allerdings nicht, damit die Verantwortlichen ihre Vereine oder Lager anmelden. Zur Optimierung wurde vorge-schlagen, das Programm noch stärker in die J+S-Fortbildungskurse zu integrieren. In diesen Kursen sollten die Leitenden praktische Hinweise und Tipps erhalten, welche anschliessend mit den entsprechenden Materialien mit den Jugendlichen in den Lagern

und Vereinen thematisiert werden könnten. Auch wurde angeführt, dass die J+S Coaches eine zentrale Rolle in der weiteren Verbreitung des Programms «cool and clean» im Schwingersport einnehmen könnten.

Die interviewten Lagerleitenden beurteilen das Programm «cool and clean» insgesamt positiv. Die Leitenden waren sich einig, dass die Themen Alkohol, Tabak oder Doping im Jugendsport angegangen werden müssen. Der Ansatz von «cool and clean» wurde als geeignet empfunden, weil unter anderem anhand der Commitments kurz und prägnant aufgezeigt werde, worum es in diesem Präventionsprogramm geht. Die Leitenden erachteten es als wichtig, Jugendliche frühzeitig für die Themen von «cool and clean» und die damit einhergehenden Werte zu sensibilisieren. Zwar komme dabei den Eltern und der Schule eine entscheidende Rolle zu, aber ein Programm wie «cool and clean» biete eine zusätzliche Möglichkeiten, diese Werte auch über den Sport zu vermitteln.

Mit der Unterstützung von «cool and clean» bei der Organisation der Sportlager zeigten sich die Lagerleitenden zwar grundsätzlich zufrieden, sie führten jedoch auch einige Optimierungsvorschläge an.

Anstelle von gedruckten Materialien wurde mehrfach der Wunsch nach mehr *persönlichen Kontakten und direkter Unterstützung* von «cool and clean» vor Ort geäußert. Es würde beispielsweise begrüßt werden, wenn öfters Vertretende von «cool and clean» die Lager besuchen würden. Da die Leitenden häufig bereits zahlreiche verschiedene Rollen innehaben und den Jugendlichen auch sehr nahe stehen, könnte eine externe, neutrale Person, die sich im Thema auskennt, bei der Vermittlung der «cool and clean»-Themen von Vorteil sein. Ausserdem könnten die Leitenden dadurch entlastet werden und es könnte ein direkterer Bezug zu «cool and clean» geschaffen werden. Denkbar wäre, dass kantonale «cool and clean»-Botschafter/-innen solche Aufgaben übernehmen könnten, wie es anhand des Beispiels im Curling-Sommerlager bereits aufgezeigt wurde. Im vorjährigen Lager kam die kantonale Botschafterin persönlich im Lager vorbei, brachte «cool and clean»-Materialien mit, instruierte die Leitenden und führte mit diesen zusammen an einem Abend «cool and clean»-Spiele durch. Dieses Jahr besprach der Hauptleiter vorgängig mit der Botschafterin, wie «cool and clean» im Lager umgesetzt werden kann. In den anderen Lagern fehlten allerdings solche persönliche Kontakte und personelle Unterstützung im Lager bisher. Schliesslich wurde erwähnt, dass in Tenero auf dem Gelände ein «cool and clean»-Zelt stand, welches jedoch nie besetzt war. Nach Ansicht der befragten Leiterin würde ein solches Zelt jedoch eine gute Gelegenheit bieten, über Fachpersonen von «cool and clean» die Anliegen auf dem Lagergelände noch aktiver zu verbreiten. Als Alternative zu persönlichen Besuchen vor Ort wurde von einem Leiter ausserdem vorgeschlagen, ein Online-Tool zu «cool and clean» analog zu dem von „Clean Winner“ von Antidoping Schweiz zu entwickeln, eine Idee, die wie bereits weiter oben erwähnt, auch von den Teilnehmenden dieses Lagers angeführt wurde.

Das *Anmeldeverfahren* von «cool and clean» ist für die meisten Lagerleitenden klar, transparent und übersichtlich. Ein Leiter schlug jedoch vor, das Anmeldetool zu überarbeiten. Aktuell ist es so, dass zahlreiche verschiedene Listen ausgefüllt werden müssen und der administrative Aufwand relativ hoch ist. Dies kann auch dazu führen, dass einige Organisatoren/-innen ihre Lager nicht bei «cool and clean» anmelden. Einfacher

wäre es, wenn die Anmeldung von Kadern oder Lagern bei «cool and clean» mit der bereits bestehenden Sportdatenbank von J+S kombiniert werden könnte. Dort müssen die Leitenden bereits jetzt alle Teilnehmenden mit Namen erfassen. Daher würde es sich anbieten, wenn die Teilnehmenden in weiteren Spalten direkt noch für diverse Präventionsprogramme angemeldet werden könnten.

3.6.3 UMSETZUNG

Die vier untersuchten Lager arbeiten aus verschiedenen Gründen mit «cool and clean» zusammen. Beim kantonalen polysportiven Lager entschied das Sportamt schon vor einigen Jahren, mit «cool and clean» zusammenzuarbeiten. Während im Mountainbike Sommerlager vom Verband vorgegeben wird, mit «cool and clean» zu arbeiten, ging in den anderen beiden Verbandslagern (Curling und Schwingen) die Initiative von den Hauptleitenden der Lager aus. Diese beiden Leitenden nutzten das Angebot von «cool and clean», um wichtige Regeln und Grundwerte, die auch in bisherigen Lagern von Bedeutung waren, auf eine neue Art und Weise an die Jugendlichen heranzutragen. Es ist ihnen ein Anliegen, den Teilnehmenden diese Werte möglichst früh mit auf den Weg geben. «cool and clean» wird dabei als gute Möglichkeit erachtet, die Jugendlichen immer wieder an diese Werte zu erinnern und ihnen unter anderem auch ihre Vorbildrolle gegenüber jüngeren Teilnehmenden bewusster zu machen. Die Leitenden der vier Lager kennen «cool and clean» vor allem aus diversen J+S-Kursen und von Weiterbildungen an der Hochschule für Sport in Magglingen. Einer der Leitenden kennt das Programm auch aufgrund seiner eigenen Juniorenzeit und hat persönliche Kontakte zu verantwortlichen Personen von «cool and clean».

Commitments

Im Zentrum der Umsetzung von «cool and clean» standen in allen vier Lagern die sechs Commitments. Diese wurden jeweils zu Beginn des jeweiligen Lagers, teilweise im Plenum, teilweise in kleineren Gruppen, den Lagerteilnehmenden vorgestellt. Anschliessend wurden in allen Lagern die Commitments von den Teilnehmenden unterschrieben. Im *polysportiven Lager* in Tenero wurde zudem gemeinsam ein eigenes Commitment für alle Teilnehmenden bestimmt und hinzugefügt. Im *Mountainbike-Sommerlager* wurde ebenfalls ein gemeinsames Commitment formuliert. Zudem wurden einige der älteren Jugendliche aus der Nationalmannschaft, die das Programm «cool and clean» bereits aus verschiedenen Kontexten gut kannten, beauftragt, einen Teil der Commitments zu präsentieren. Dies hatte zum Ziel, die Vorstellung der Commitments für die älteren Teilnehmenden etwas aufzulockern und gleichzeitig auch die Vorbildrolle der älteren Teilnehmenden für die jüngeren Teilnehmenden zu stärken. Im *Curling-Sommerlager* in Adelboden legten die Gruppen individuell eigene Commitments für ihre Gruppe fest. Ausserdem wurde dort das Commitment zu fairem Verhalten besonders hervorgehoben und noch etwas erweitert, da dies im Curling besonders wichtig ist. Bei der Besprechung der Commitments zeigte sich in diesem Lager, dass es nicht allen Gruppen gleich gut gelang, ein eigenes Commitment zu formulieren. Dies schien einerseits daran zu liegen, dass sich zu Beginn des Lagers noch nicht alle Teilnehmende gut kannten, andererseits schienen jüngere Teilnehmende mehr Schwierigkeiten zu haben, ein eigenes Commitment zu definieren als die Älteren. Für das *Schwinger-Trainingsweekend* wurde bereits im Voraus vom Leitungsteam ein eigenes Commitment für alle Teilnehmenden erarbeitet. Die Teilnehmenden bekamen die Commitments bereits im Voraus per E-Mail zugeschickt.

Weitere Aktivitäten

Die Teilnehmenden des *Schwinger-Trainingsweekends* kannten keine Spiele und weitere Aktivitäten von «cool and clean», da es das erste Mal war, dass sie konkret mit dem Präventionsprogramm konfrontiert wurden.

Im *polysportiven Lager* wurde in den Interviews darüber berichtet, dass im Jahr zuvor viele verschiedene Aktivitäten zu «cool and clean» umgesetzt wurden. Es wurde beispielsweise mit den Lagerteilnehmenden ein Tanz einstudiert, der am Abschlussabend aufgeführt wurde. Die befragte Leiterin hatte sich zudem zur Sensibilisierung der Jugendlichen ein kleines Theaterstück zu den Themen Alkohol und Rauchen ausgedacht, das von einigen Leitenden aufgeführt wurde. Auch für das aktuelle Lager war erneut eine kleine Darbietung der Leitenden zu den Themen von «cool and clean» geplant.

In den Interviews mit den Teilnehmenden des *Mountainbike-Sommerlagers* wurde deutlich, dass einige bereits in anderen Lagern «cool and clean»-Spiele gemacht und verschiedene Sketche zu den Commitments einstudiert und aufgeführt hatten. Für das aktuelle Lager waren nebst der Unterzeichnung der Commitments jedoch keine konkreten Aktivitäten zu «cool and clean» geplant. Einige der Spiele hätten jedoch für ein allfälliges Schlechtwetterprogramm eingesetzt werden können.

Im *Curling Sommerlager* wurden ebenfalls im Jahr zuvor einige weitere Aktivitäten zu «cool and clean» umgesetzt. Es fand ein Abend mit verschiedenen Spielen zu «cool and clean» und mit Getränken von der «cool and clean»-Bar statt. Dieser Abend konnte in Zusammenarbeit mit der kantonalen «cool and clean»-Botschafterin organisiert und durchgeführt werden. Im aktuellen Lager bestand im Voraus erneut Kontakt mit der kantonalen Botschafterin zur Vorbesprechung einiger Aktivitäten, die im Rahmen eines Postenlaufs durchgeführt wurden. Zudem spielen Fairplay und Teamzusammenhalt im Curling generell eine bedeutende Rolle und sind damit in vielen Programmteilen enthalten.

Die Lagerteilnehmenden empfanden die in früheren Lagern umgesetzten Spiele und Sketche als hilfreich, um die von «cool and clean» angesprochenen Themen zu erleben, statt einfach nur davon zu lesen oder zu hören. Insgesamt haben auch die Lagerleitenden gute Erfahrungen mit der Umsetzung von «cool and clean»-Aktivitäten gemacht. In Sportarten wie Curling oder Mountainbike, in welchen das Programm «cool and clean» generell sehr präsent ist, wurde allerdings deutlich, dass die Teilnehmenden das Programm und seine Themen bereits sehr gut kennen. Zudem scheinen Tabak- und Alkoholkonsum bei den Teilnehmenden kaum in Frage zu kommen, da diese Jugendlichen sehr leistungsorientiert sind. Da diese Themen für die Jugendlichen wenig relevant sind, ist auch die Umsetzung von «cool and clean»-Aktivitäten von geringerer Bedeutung. In solchen Fällen besteht nach Ansicht der Leitenden sogar eher die Gefahr einer „Überthematization“, wenn diese Themen zu häufig angesprochen werden.

Materialien

Die Leitenden der vier untersuchten Lager bestellten diverse Materialien von «cool and clean». Verschiedene Spiele wie beispielsweise „UNO“ konnten von den Teilnehmenden zwischendurch genutzt werden. Kleine Gadgets und T-Shirts wurden den Teilnehmenden abgegeben oder wurden als Preise bei Wettkämpfen verliehen. Weiter waren alle Lager mit Broschüren, Flyer und Plakaten ausgestattet. Für das Curling-Sommerlager wurden weitere spezifische Materialien bestellt, die für geplante Spiele im

Rahmen eines Postenlaufs benötigt wurden. Im Mountainbike-Sommerlager stellten zudem die Unterlagen mit spezifischen Übungen für den Radsport ein zentrales Hilfsmittel dar, das bei Bedarf auf Touren eingesetzt werden konnte, um die Wartezeit zu überbrücken.

Insgesamt werden die Unterstützungsmaterialien von «cool and clean» positiv beurteilt. Als besonders hilfreich wurden *die T-Shirts und Gadgets* angesehen, die bei Wettkämpfen als Preise eingesetzt werden können. Die T-Shirts sind auch unter den Leitenden sehr beliebt, allerdings wurde bemängelt, dass die zur Verfügung gestellte Anzahl je nach Lager nicht für alle Leitenden ausreichte.

Die *Plakate, Broschüren und Flyer* hingegen wurden von den Leitenden zwar grundsätzlich als zufriedenstellen beurteilt, insbesondere wenn es darum geht, spezifische Themen oder besondere Fragestellungen (z.B. zu Snus, Ernährung, Rauchen usw.) mit den Jugendlichen zu diskutieren. Gleichzeitig wurde aus den Gesprächen deutlich, dass die Abgabe solcher Materialien an die Jugendlichen aus Sicht der Befragten wenig sinnvoll ist. Die Teilnehmenden interessieren sich kaum für die gedruckten Informationen und lesen diese nicht, wenn sie nur abgegeben werden und nicht explizit diskutiert werden. Aus diesem Grund scheint es auch wenig sinnvoll, jedes Jahr erneut Flyer zu bestellen und abzugeben.

3.6.4 WIRKUNGEN

Im Folgenden werden die Wirkungen des Programms «cool and clean» zunächst aus Sicht der interviewten Lagerleitenden und anschliessend aus Sicht der interviewten Lagerteilnehmenden beschrieben. Dabei wurde insbesondere untersucht, ob die Teilnehmenden sich während und nach dem Lager an die Commitments halten.

Wirkungen aus Sicht der Lagerleitenden

Alle interviewten Leitenden sind der Ansicht, dass sich die Teilnehmenden ihrer Lager ohne grosse Schwierigkeiten an die Commitments halten.

Alkohol- und Tabakkonsum schienen in keinem der untersuchten Sportlager besonders relevanten Themen zu sein. In den letzten Jahren gab es beispielsweise in keinem der untersuchten Lager Probleme, dass Jugendliche Alkohol konsumiert oder geraucht hätten und Teilnehmende deswegen hätten nach Hause geschickt werden müssen. Dies kann einerseits damit zusammenhängen, dass insbesondere für die leistungsorientierten Teilnehmenden (Nachwuchsathleten/-innen, Kadermitglieder, usw.) rauchen und Alkohol konsumieren im Lager nicht in Frage kommen und die Einhaltung der Commitments für diese Jugendlichen selbstverständlich ist. Nach Ansicht der Leitenden kann sich diese Einstellung auch auf die jüngeren Teilnehmer/-innen übertragen, da diese Topathletinnen und -athleten eine gewisse Vorbildfunktion einnehmen. Andererseits wird in den Lagern von den Teilnehmenden auf sportlicher Ebene so viel gefordert, dass Alkohol- und Tabakkonsum gar nicht in Frage kommen, wenn sie bei den Trainings mithalten möchten.

Das Thema *Doping* ist nicht in allen Lagern von gleicher Bedeutung. Im *polysportiven Lager* in Tenero war Doping überhaupt kein Thema. Hingegen stand Doping im *Mountainbike-Sommerlager* und im *Schwinger-Trainingsweekend*, in welchen es sich

bei den Teilnehmenden mehrheitlich um Spitzenathleten/-innen handelte, mehr im Fokus. In diesen beiden Lagern wurde Wert darauf gelegt, die Teilnehmenden für die Dopingproblematik zu sensibilisieren.

Fairness im Sport ist in allen Lagern ein wichtiges Thema, dem auch viel Bedeutung beigemessen wird. Allerdings zeigen sich hier Unterschiede bezüglich der Sportarten und das Commitment „Ich verhalte mit fair!“ wird je nach Sportart etwas anders ausgelegt. Fairness im Sinne von Zuvorkommenheit hat im Curling, wie auch im Schwingen eine sehr hohe Bedeutung. Im Mountainbike ist es wichtig, dass sich die Fahrer/-innen fair verhalten, ohne dabei die eigenen Ziele aus den Augen zu lassen. Ein Mountainbike-Rennen kann nicht gewonnen werden, wenn beim Start allen anderen den Vortritt gelassen wird. Daher war es insbesondere für jüngere Teilnehmende im Mountainbike-Sommerlager wichtig, Fairness spezifisch für ihre Sportart zu definieren.

Für die befragten Leitenden war es schwierig einzuschätzen, inwiefern sich die Teilnehmenden auch in einem anderen Umfeld ausserhalb der Lager an die Commitments halten. Allerdings vermuteten sie, dass sich insbesondere die leistungsorientierten Jugendlichen zumindest im sportlichen Umfeld auch ausserhalb der Lager daran halten. In Bezug auf die langfristige Wirkung gehen die Leitenden davon aus, dass das Programm zumindest bei einigen Jugendlichen zu einer Auseinandersetzung und Sensibilisierung in Bezug auf Suchtmittelkonsum führen kann. Zudem bietet «cool and clean» den Jugendlichen einen Raum, in welchem nicht konsumiert werden muss, um dazu zu gehören, was als sehr wertvoll empfunden wird.

In einem der Interviews wurde jedoch auch darauf hingewiesen, dass heute in vielen Bereichen und Programmen mit Commitments gearbeitet wird. Dies kann dazu führen, dass solche Commitments für Jugendliche an Bedeutung verlieren, da die Unterzeichnung gewissermassen zu einem Automatismus wird. Daher wäre es eine Überlegung wert, wie die Anliegen von «cool and clean» auf eine neue Art und Weise an die Jugendlichen herangetragen werden könne, damit sie wieder einen neuen Reiz erhalten.

Wirkungen aus Sicht der Lagerteilnehmenden

Die interviewten Teilnehmenden bestätigen die Einschätzung der Lagerleitenden zur Einhaltung der Commitments. Alle Befragten gaben an, sich im Lager an die Commitments zu halten und empfinden dies auch nicht als schwierig. Die Einhaltung der Commitments war für alle der befragten Teilnehmenden selbstverständlich. Die Verbindlichkeit der Commitments wird unterschiedlich eingeschätzt. Die einen fanden, dass die Commitments sich nicht von den übrigen Lagerregeln unterscheiden. Andere hingegen vermuteten, dass das Unterzeichnen der Commitments einen Beitrag dazu leisten konnte, dass einige Teilnehmende keinen Alkohol konsumieren. Insgesamt wird es von den Lagerteilnehmenden zudem positiv empfunden, dass sich alle an die Commitments halten, da dadurch im Lager ein besseres Klima entsteht.

Die jüngeren Teilnehmenden (unter 16 Jahre) fanden, dass die Commitments für sie wenig relevant sind, da Alkohol- und Tabakkonsum kein Thema sind. Die älteren der befragten Teilnehmenden (über 16 Jahre) hingegen fanden, dass sie sich aus Prinzip an die Commitments halten, so dass die Commitments auch für diese Altersgruppe wenig Bedeutung habe.

Insbesondere die eher leistungsorientierten Teilnehmenden befolgen die Commitments meist auch ausserhalb des Lagers. Im Zusammenhang mit Sport betrachten sie diese als selbstverständlich, da sie im Sport weiterkommen wollen und sich bewusst sind, dass Alkohol- oder Tabakkonsum ihre Leistungen beeinträchtigen kann. In trainings- oder wettkampffreien Phasen ist es für die Teilnehmenden hingegen meist in Ordnung, Alkohol zu konsumieren, so lange dies im Mass ist. Rauchen hingegen kommt für viele gar nicht in Frage.

Die Teilnehmenden sprechen unter sich wenig über die Commitments oder «cool and clean» an sich. Am ehesten sprechen die Teilnehmenden über ihre Ziele und ab und zu wird ausserhalb des Lagers über Alkohol oder Rauchen gesprochen. Ein grosses Thema ist zudem insbesondere bei den Teilnehmenden des Schwinger-Trainingsweekend das Doping. Die Teilnehmenden scheinen sehr sensibilisiert auf diese Thematik zu sein und sind besorgt darum, was passieren könnte, wenn sie aus Versehen ein Medikament einnehmen mit Inhaltsstoffen, die auf der Dopingliste sind. Doping ist also im Sinne der Vorbeugung für diese Teilnehmenden ein grosses Thema, was aber nicht unbedingt mit «cool and clean» zusammenhängt.

3.7 TEILNEHMENDE VON J+S-KURSEN

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- «cool and clean» wird schätzungsweise in knapp der Hälfte aller J+S-Kurse thematisiert, wobei der Anteil bei kantonalen Kursen höher ist als bei Verbandskursen.
- Die Bekanntheit von «cool and clean» ist bei den Kursteilnehmenden gross; 17 Prozent haben im Kurs zum ersten Mal davon gehört.
- Zwei Fünftel der Befragten wurden durch den Input im Kurs ermuntert, sich bei «cool and clean» anzumelden.

Kurse werden sowohl von Verbänden wie auch von Kantonen durchgeführt. Aus diesem Grund arbeitet «cool and clean» sowohl mit Verbänden wie auch mit den Sportämtern zusammen, um «cool and clean» als fixer Bestandteil in diesen Kursen zu verankern.³⁰

3.7.1 KONZEPT

Nachfolgend werden die Angebote und die Teilnehmenden der J+S-Kurse charakterisiert.

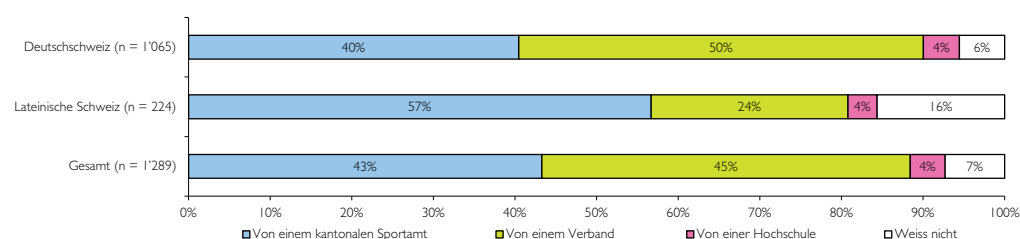
Charakterisierung der Angebote

1'297 Befragte gaben an, zwischen 2013 und 2015 mindestens eine J+S-Aus- oder Weiterbildung besucht zu haben. 43 Prozent nannten als Anbieter ihres letztbesuchten Kurses ein kantonales Sportamt, 45 Prozent einen Verband und vier Prozent eine Hochschule (acht Prozent konnten keine Angabe machen). Sprachregionale Unter-

³⁰ Vgl. Gesuch um Finanzierung eines Präventionsprojekts von «cool and clean» vom 2. Oktober 2012 zuhanden des Tabakpräventionsfonds, S. 38 und S. 43.

schiede zeigen sich dahingehend, dass die Befragten der lateinischen Schweiz vermehrt Kurse von kantonalen Sportämtern besuchten, während die Befragten der Deutschschweiz mehr Kurse von Verbänden besuchten (vgl. Darstellung D 3.55).

D 3.55: Besuchte J+S-Aus- und Weiterbildungen nach Anbieter und Sprachregion



Frage: Von wem wurde die J+S-Aus- oder Weiterbildung angeboten?

Die Mehrheit der Befragten besuchte eine J+S-Weiterbildung 1 oder 2 (41%), eine J+S Grundausbildung (25%) oder eine andere Aus- und Weiterbildung, wobei Befragte der Deutschschweiz deutlich häufiger eine Weiterbildung als eine Grundausbildung besuchten. Die besuchten Angebote der kantonalen Sportämter umfassten etwas häufiger Grundausbildungen (27%) als die besuchten Angebote der Verbände (20%).

Die besuchten J+S-Aus- oder Weiterbildung betrafen 59 der 71 Sportarten/Disziplinen (n = 1'175), wobei am häufigsten Fussball (16%), Lagersport/Trekking (9%) und Skifahren (7%) erwähnt wurden. In Bezug auf die Angebote der kantonalen Sportämter wurden am häufigsten die Disziplinen Fussball (18%), gefolgt von Skifahren (11%), Golf (6%) und Snowboard (6%) genannt. Am häufigsten wurden Kurse der Kantone Bern (12%), Zürich (12%), Aargau (8%) und Wallis (8%) besucht. In Bezug auf die Angebote der Verbände sind es die Disziplinen Fussball (17%), Lagersport/Trekking (17%) und Turnen (7%), die am häufigsten genannt wurden. In der Deutschschweiz wurden vor allem Angebote im Fussball (19%), Lagersport/Trekking (11%) und Skifahren (9%), in der lateinischen Schweiz Golf (21%) und Skilanglauf (18%) besucht.

Charakterisierung der Teilnehmenden

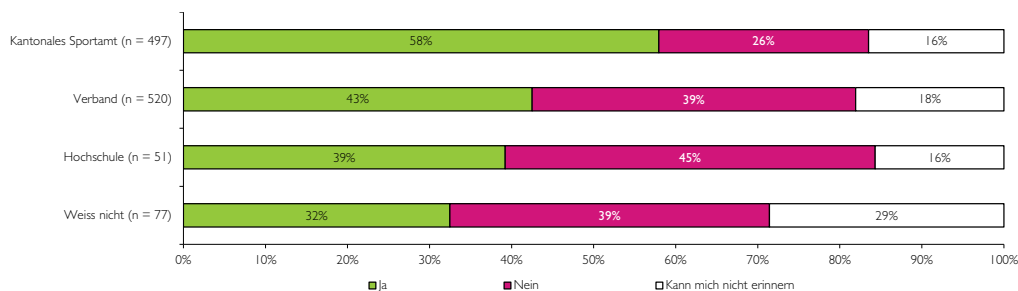
Die Teilnehmenden von J+S-Aus- oder Weiterbildungen wurden auch danach gefragt, ob sie bei «cool and clean» mitmachen. 37 Prozent der 1'293 Antwortenden machen mit ihrem Team mit, 17 Prozent mit ihrem Verein, 30 Prozent machen nicht mit und 17 Prozent konnten die Frage nicht beantworten. Sprachregionale Unterschiede sind diesbezüglich kaum festzustellen.

3.7.2 UMSETZUNG

1'145 Personen gaben Auskunft darüber, ob sie in ihrer letzten J+S-Aus- oder Weiterbildung über das Programm «cool and clean» informiert worden sind. Insgesamt bejahten 48 Prozent diese Frage, 34 Prozent verneinten sie und 18 Prozent konnten sich nicht mehr erinnern. Dabei gaben Teilnehmende, welche bei «cool and clean» mitmachen, mit 55 Prozent etwas häufiger an, dass in ihrer Aus- oder Weiterbildung über «cool and clean» informiert wurde als jene, welche selber nicht bei «cool and clean» mitmachen (42%). Letztere gaben zudem häufiger an, dass sie sich nicht mehr erinnern können (22% versus 14%).

Die Darstellung D 3.56 zeigt, dass Teilnehmende von Kursen kantonaler Sportämter mit 58 Prozent am häufigsten angaben, dass im Kurs über «cool and clean» informiert wurde, im Vergleich zu Verbänden (43%) und Hochschulen (39%). Sprachregionale Unterschiede sind kaum festzustellen.

D 3.56: Information über «cool and clean» in J+S Aus- oder Weiterbildungen



Frage: Wurde in dieser J+S-Aus oder Weiterbildung, welche Sie zuletzt besucht haben, über «cool and clean» informiert?

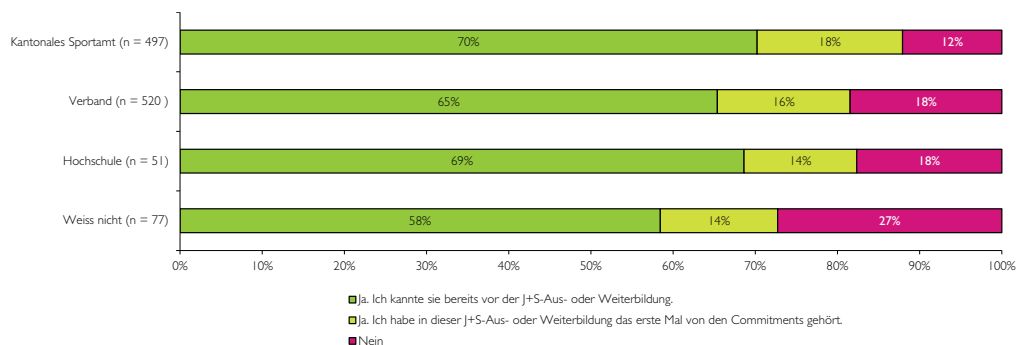
3.7.3 WIRKUNG

Die Wirkungen beziehen sich auf die Kenntnis der Themen und Inhalte von «cool and clean» sowie die Zustimmung zu einzelnen Aussagen.

Kenntnis der Themen und Inhalte von «cool and clean»

1'145 Befragte äusserten sich zur Kenntnis der Themen und Inhalte von «cool and clean». 67 Prozent kannten die Commitments bereits vor der J+S-Aus- oder Weiterbildung, 17 Prozent hörten sie zum ersten Mal in der Aus- oder Weiterbildung, und 16 Prozent gaben an, diese nicht zu kennen. Teilnehmende, welche bei «cool and clean» mitmachen, kannten die Themen und Inhalte deutlich häufiger schon vor der J+S-Aus- oder Weiterbildung, als jene die nicht bei «cool and clean» mitmachen. In der Deutschschweiz ist der Anteil jener Teilnehmenden, die die Commitments bereits vor der J+S-Aus- oder Weiterbildung kannten, höher als in der lateinischen Schweiz (70% vs. 54%). Der Anteil jener, die im J+S-Kurs das erste Mal davon gehört haben, ist in der Deutschschweiz hingegen kleiner als in der lateinischen Schweiz (15% vs. 23%). Aus Darstellung D 3.57 wird deutlich, dass es bezüglich Kenntnis der Themen und Inhalten von «cool and clean» kaum Unterschiede zwischen den Teilnehmenden von Kursen der verschiedenen Anbieter gibt.

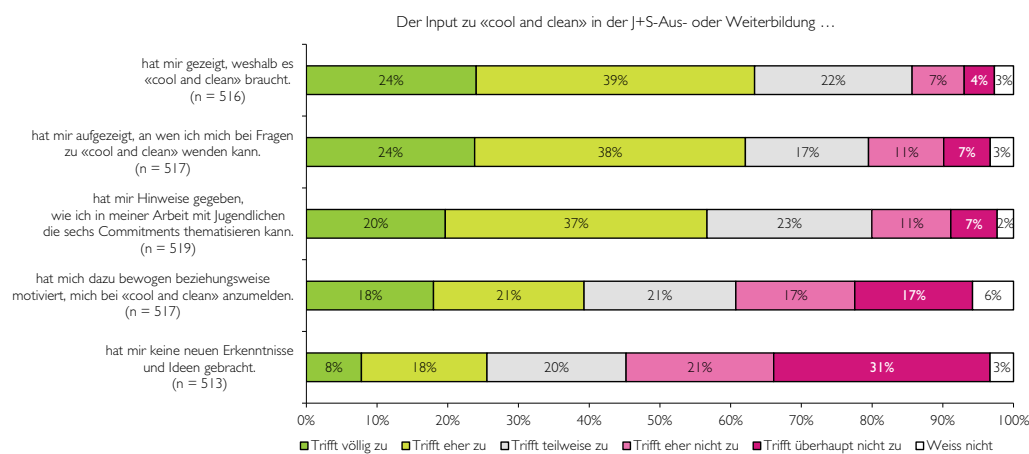
D 3.57: Kenntnis der Themen und Inhalten der «cool and clean»-Commitments



Frage: Kennen Sie die Themen und Inhalte von «cool and clean» und den Commitments?

Wirkungen des Inputs zu «cool and clean» bei Kursteilnehmenden
 Die Teilnehmenden wurden nach ihrer Zustimmung zu fünf Aussagen bezüglich des Inputs zu «cool and clean» in den Aus- oder Weiterbildung gefragt. Sie wurden jenen Teilnehmenden vorgelegt, welche angaben, «cool and clean» zu kennen und an ihrer letzten Aus- oder Weiterbildung über das Programm informiert worden zu sein. Die folgende Darstellung D 3.58 zeigt die Ergebnisse im Überblick.

D 3.58: Wirkungen des Inputs zu «cool and clean» bei Kursteilnehmenden



Frage: Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?

Knapp zwei Drittel der Antwortenden stimmten der Aussage zu, dass ihnen der Input zu «cool and clean» gezeigt hat, weshalb es das Programm braucht und an wen sie sich bei Fragen zum Programm wenden können. Mehr als die Hälfte der Befragten stimmte zu, dass der Input ihnen Hinweise gegeben hat, wie sie in ihrer Arbeit mit Jugendlichen die sechs Commitments thematisieren können. Nur knapp ein Viertel der Befragten war der Meinung, dass der Input ihnen keine neuen Erkenntnisse und Ideen gebracht hat. Die Ergebnisse zeigen, dass der Input für die Mehrheit der Kursteilnehmende Neuwertigkeit hat. Insgesamt wurden die Aussagen von Kursteilnehmenden der lateinischen Schweiz mehrheitlich positiver beurteilt als von jenen der Deutschschweiz.

Schliesslich gaben rund zwei Fünftel der Teilnehmenden an, dass der Input zu «cool and clean» in der Aus- oder Weiterbildung sie dazu bewogen beziehungsweise motiviert hat, sich für das Programm anzumelden. Befragte, welche bei «cool and clean» angemeldet sind, stimmten dieser Aussage häufiger zu als Personen, welche nicht angemeldet sind (53% vs. 18%). Somit kann gefolgert werden, dass die Ausbildung einen wesentlichen Beitrag zur Gewinnung neuer «cool and clean»-Teams leistet. Bei den übrigen Aussagen sind keine relevanten Unterschiede zwischen «cool and clean»-Teilnehmenden und Nichtteilnehmenden festzustellen. Kaum Unterschiede in der Beurteilung der Aussagen gibt es auch zwischen den Kursteilnehmenden der verschiedenen Anbieter.

ANHANG

**LEITFADEN FÜR BEFRAGUNG VON «COOL AND CLEAN»-
BOTSCHAFTER/-INNEN**

Einleitung

Zuerst möchte ich Ihnen herzlich für die Teilnahme an diesem Gespräch danken.

Interface Politikstudien Forschung Beratung evaluiert im Auftrag von Swiss Olympic die Wirkungen des Präventionsprogramms «cool and clean» bei Institutionen, das heisst bei Verbänden und Vereinen sowie bei kantonalen Stellen.

Im Rahmen dieser Evaluation führen wir Interviews mit allen kantonalen «cool and clean»-Botschafter/-innen. Ziel des Gesprächs mit Ihnen ist es, Ihre Einschätzung als «cool and clean»-Botschafter/-in zur Umsetzung und Wirkung von «cool and clean» in den Kantonen zu erhalten. Das Gespräch wird rund eine Stunde dauern. Falls Sie einverstanden sind, würde ich das Gespräch gerne aufzeichnen. Die Aufzeichnung dient lediglich zur Protokollierung des Gesprächs und wird nach Beendigung des Projekts gelöscht.

Die Ergebnisse der Evaluation werden Ihnen von Swiss Olympic Anfang 2016 mitgeteilt.

Haben Sie im Voraus noch Fragen dazu?

1. Name der interviewten Person und Kanton:
2. Welches ist Ihr beruflicher Hintergrund:
3. Seit wann sind Sie Botschafter/-in:
4. Wie sind Sie mit «cool and clean» in Kontakt gekommen:
5. Wo ist Ihre Stelle angesiedelt?
6. Wie gross ist Ihr Pensum als BotschafterIn in %?
7. Wie viele Vereine gibt es in Ihrem Kanton?

Gemäss Ihrem Pflichtenheft ist ihr wichtigstes Ziel als Botschafter/-in die Gewinnung von Teams. Um dieses Ziel zu erreichen, pflegen Sie Kontakte im Sportbereich und fördern die Vernetzung innerhalb der kantonalen Verwaltung. Gerne möchte ich Sie zu diesen Aufgaben befragen.

Kontaktpflege im Sportbereich

8. Wir beginnen mit der Kontaktpflege im Sportbereich in Ihrem Kanton. Mit welchen Typen von Institutionen und Organisationen des Sports stehen Sie in Kontakt? → Tabelle
9. Mit wie vielen Vereinen etc. stehen Sie pro Jahr in Kontakt? Wie gross ist der jeweilige Anteil, den Sie so erreichen? → Tabelle
10. Wie häufig stehen Sie pro Jahr mit den einzelnen Vereinen etc. im Schnitt in Kontakt? → Tabelle

Frage 8: Bereich	Frage 9: Mit wie vielen in Kontakt: Anzahl	Frage 9: Mit wie vielen in Kontakt: Prozentualer Anteil	Frage 10: Anzahl jährliche Kontakte
Vereine			
Verbände			
Kommunale Sportkommissionen			
IG Sport			
Städtische Sportämter			
Betreiber von Sportanlagen			
Sportveranstalter			
...			

11. Mit welchen Personen stehen Sie vor allem in Kontakt? Funktionäre, Leitende, Sportler/-innen?
12. Wie geschieht die Kontaktaufnahme? Gehen Sie auf die Organisationen zu oder treten diese an Sie heran?
13. In welcher Form pflegen Sie die Kontakte (z.B. Mailings, Besuche, Referate, etc.)? Sind die Kontakte institutionalisiert/fest verankert?
14. Besuchen Sie auch Lager? Wenn ja, wie viele pro Jahr und welche? Welche Massnahmen setzen Sie in Lagern um?
15. Wie viele Referate halten Sie pro Jahr? Bei wem? Zu welchen Themen?
16. Wie schätzen Sie den Bekanntheitsgrad von c+c bei den verschiedenen Organisationen und Institutionen ein?
17. Wird die Verankerung von c+c-Richtlinien in den Vereinsstatuten thematisiert? Falls ja, wie oft und bei wem?
18. Wird die Rauchfreiheit von Sportanlagen thematisiert? Falls ja, wie oft und bei wem?
19. Was sind Erfolgsfaktoren, was sind Hürden bei der Kontaktpflege?
20. Welchen Nutzen konnten Sie aus den Kontakten im Sportbereich für c+c ziehen?

Vernetzung innerhalb der kantonalen Verwaltung

21. Wie häufig sind die Kontakte pro Jahr zwischen den verschiedenen Amtsstellen (Schätzung)? Hat die Zahl der Kontakte in den letzten vier Jahren zugenommen? Wieso?

Frage 21: Amtsstelle	Häufigkeit der Kontakte	Zunahme der Kontakte in den letzten vier Jahren
Innerhalb des Sportamts		
Sportamt und Gesundheitsamt		
Sportamt und Bildungsamt		
Sportamt und ...		

22. In welcher Form erfolgt die Zusammenarbeit? Ist sie institutionalisiert?
23. Welches sind die gemeinsamen Themen oder Projekte?
24. Haben Sie bereits einmal geprüft, kantonale Subventionen im Sportbereich an c+c-Richtlinien zu knüpfen?
25. Was sind Erfolgsfaktoren für eine stärkere Vernetzung? Welches sind Hürden?
26. Wie beurteilen Sie das Image von c+c innerhalb der kantonalen Verwaltung?
27. Welchen Nutzen konnten Sie aus der stärkeren Vernetzung zwischen Sport- und Gesundheitsamt/Fachstelle Prävention für c+c ziehen?

Umsetzung spezifischer Projekte

28. Haben Sie schon einmal ein oder mehrere spezifische Projekte umgesetzt? Falls ja, welche? Falls nein, wieso nicht?
29. Was war das Ziel dieser Projekte? Wurden diese Ziele erreicht?
30. Welchen Nutzen konnten Sie aus diesen spezifischen Projekten für c+c ziehen?
31. Welche weiteren Massnahmen führen Sie durch, um das Programm und die Teilprogramme von c+c bekannt zu machen und die Richtlinien von c+c im Kanton zu verankern?

Umfang und Wichtigkeit der Aufgaben

32. Nun möchten wir eine Einschätzung haben, wieviel Zeit Sie für die Aufgaben aufwenden. Bitte teilen Sie Ihre gesamte Arbeitszeit von 100% auf die nun von mir erwähnten Aufgaben auf. → Tabelle Welches sind die hauptsächlichsten Tätigkeiten?
33. Nun geben Sie an, welche der Aufgaben aus Ihrer Sicht am wichtigsten ist, um neue c+c-Teams zu gewinnen bzw. Wirkungen in Bezug auf die Suchtprävention im Sport zu erzielen. Bitte begründen Sie. → Tabelle

Aufgaben	Frage 32: Anteil Arbeitszeit 100% Total	Frage 32: Hauptsächliche Tätigkeiten (Bsp.)	Frage 33: Wichtigkeit 1 = sehr, 2 = mittel, 3 = wenig wichtig und Begründung
A Kontaktpflege im Sportbereich total und aufgeteilt		a) Referate zu c+c: b) Referate zu spez. Themen: c) Lager: d) Weitere persönliche Kontakte: e) schriftliche Kontakte: f) Weiteres:	
B Vernetzung zwischen Amtsstellen aus dem Sport-, Gesundheits- und Bildungsbereich		a) Persönliche Kontakte b) schriftliche Kontakte c) Gemeinsame Projekte d) Weiteres:	
C Spezifische Projekte/weitere Massnahmen			
Übriges (Administration, Kontakt mit c+c etc.)			

Übergeordnete Wirkungen

34. Nun kommen wir zum Hauptziel Ihrer Tätigkeit als Botschafter/-in, nämlich der Gewinnung von neuen Teams. Was sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren und Hürden bei der Gewinnung von Teams?
35. Wissen Sie eigentlich, wie viele Teams Sie im letzten Jahr (2014) zusätzlich für eine Teilnahme gewinnen konnten? Aufteilung nach Stadt/Agglomeration/Land und nach Sportarten? Wie viele Jugendliche konnten so gewonnen werden (Schätzung)? Wie engagiert sind die teilnehmenden Teams und wie setzen sie das Programm um? → Tabelle
36. Wissen Sie eigentlich, wie viele Teams sind im 2014 wieder ausgestiegen? Kennen Sie die Gründe?

Frage 35 und 36: Teams	Anzahl	Aufgeteilt nach Stadt/Agglomeration/Land (Schätzung)	Aufgeteilt nach Sportarten (Schätzung)	Anzahl Jugendliche (Schätzung)
Neue Teams				
Ausgestiegene Teams				

37. Welches sind die Erfolgsfaktoren, dass Teams ihre Teilnahme verlängern? Mit welchen Massnahmen können Sie als BotschafterIn darauf Einfluss nehmen? Wie kann man das langfristige Commitment sicherstellen?
38. Welche Sportarten haben Sie bisher gut erreicht, welche nicht? Worin sehen Sie die Gründe dafür? Wo besteht noch ungenutztes Potenzial?
39. Sie hatten den Auftrag von c+c, in den Kantonen bei Gelegenheit zu überprüfen, ob die Outdoor-Sportanlagen, welche auf der c+c-Webseite freiwillig deklariert sind, tatsächlich als rauchfrei markiert sind. Haben Sie diese Überprüfung gemacht? Wie viele Anlagen haben Sie überprüft? Was ist das Ergebnis?
40. In wie vielen Vereinsstatuten sind Ihrer Schätzung nach Richtlinien von c+c verankert?
41. Welches sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Wirkungen, die Sie in Ihrer Funktion als BotschafterIn erzielen konnten im Hinblick auf c+c bzw. die Suchtprävention im Sport erreichen konnten?

Optimierungspotenzial

42. Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge für das Programm „cool and clean«?»
43. Möchten Sie sonst noch etwas zum Programm «cool and clean» oder Ihrer Tätigkeit als Botschafter/-in anmerken?

Herzlichen Dank für Ihre Zeit und Ihre Unterstützung!