

Evaluation des Präventionsprogramms
«cool and clean»

Teilstudie 3: Auswirkungen auf Institutionen

Schlussbericht

Luzern, den 15. November 2011

Sarah Fässler (Projektleitung)
faessler@interface-politikstudien.ch

Martin Biebricher (Projektmitarbeit)

Noëlle Bucher (Projektmitarbeit)

Ueli Haefeli (Qualitätssicherung)

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|--|----|
| ABSTRACT | 5 |
| ZUSAMMENFASSUNG | 7 |
| SUMMARY | 19 |
| I EINLEITUNG | 31 |
| 1.1 «cool and clean» — ein kurzes Porträt | 31 |
| 1.2 Aufbau des Berichts | 33 |
| 1.3 Dank | 33 |
| 2 FRAGESTELLUNGEN, METHODISCHES VORGEHEN | 35 |
| 2.1 Fragestellungen | 35 |
| 2.2 Methodisches Vorgehen | 36 |
| 2.3 Möglichkeiten und Grenzen der Untersuchung | 40 |
| 3 ERGEBNISSE VEREINE UND VERBÄNDE | 43 |
| 3.1 Bekanntheit von «cool and clean» | 43 |
| 3.2 Image und Konzept | 45 |
| 3.3 Umsetzung | 48 |
| 3.4 Wirkungen | 53 |
| 3.5 Fazit | 57 |
| 4 ERGEBNISSE SPORTANLAGEN UND VERANSTALTUNGEN | 59 |
| 4.1 Bekanntheit von «cool and clean» | 59 |
| 4.2 Image und Konzept | 60 |
| 4.3 Umsetzung | 61 |
| 4.4 Wirkungen | 71 |
| 4.5 Fazit | 74 |
| 5 ERGEBNISSE KANTONALE STELLEN | 79 |
| 5.1 Bekanntheit von «cool and clean» | 79 |
| 5.2 Image und Konzept | 80 |
| 5.3 Wirkungen | 83 |
| 5.4 Fazit | 89 |

| | | |
|------|---|-----|
| 6 | BEANTWORTUNG DER FRAGESTELLUNGEN UND EMPFEHLUNGEN | 93 |
| 6.1 | Beantwortung der Fragestellungen | 93 |
| 6.2 | Empfehlungen | 102 |
| A1 | ERGÄNZUNGEN ZU DEN TEILSTANDARDISIERTEN BEFRAGUNGEN | 107 |
| A2 | INTERVIEWLISTEN | 111 |
| A2.1 | Explorative Interviews | 111 |
| A2.2 | Fallstudien | 111 |
| A3 | FRAGEBOGEN | 113 |
| A3.1 | Exemplarischer Fragebogen für Verbände und Vereine | 113 |
| A3.2 | Exemplarischer Fragebogen für Sportanlagen und Sportveranstaltungen | 128 |
| A3.3 | Online-Befragung kantonale Stellen | 144 |
| A3.4 | Fragebogen junge Turnfestteilnehmende | 156 |
| A4 | BEOBACHTUNGSRASTER TURNFESTE | 159 |
| A5 | FALLSTUDIEN | 165 |
| A5.1 | Aargauer Kantonturnfest | 166 |
| A5.2 | Zürcher Kantonturnfest | 178 |
| A5.3 | Kreisturnfest Seerücken | 188 |
| A6 | ONLINE-BEFRAGUNG: ÜBERSICHT TEILNEHMENDE KANTONALE STELLEN | 197 |
| | IMPRESSUM | 199 |

ABSTRACT

Die Evaluation analysierte die Auswirkungen des Präventionsprogramms «cool and clean» («c&c») auf der Ebene der Institutionen. Träger des Programms sind das Bundesamt für Gesundheit (BAG), das Bundesamt für Sport (BASPO) und die Swiss Olympic Association. Erstens wurde untersucht, welche Veränderungen das Programm bei Verbänden, Vereinen, Sportveranstaltern, Besitzern und Betreibern von Sportstätten sowie bei kantonalen Stellen (Sportämtern, Präventionsfachstellen) bewirkt. Zweitens wurde die Frage beantwortet, wie diese institutionellen Zielgruppen das Programm beurteilen. Zur Beantwortung der Evaluationsfragen wurden eine teilstandardisierte telefonische Befragung von Verantwortlichen von Verbänden, Vereinen, Sportanlagen und Sportveranstaltungen, eine repräsentative Online-Befragung bei kantonalen Stellen sowie drei Fallstudien an Turnfesten durchgeführt.

Die Ergebnisse zeigen, dass das Image von «cool and clean» bei allen befragten Akteuren durchwegs positiv ist. Das Programm «cool and clean» hat in verschiedenen Bereichen Wirkungen entfaltet. Im Aussenbereich von Sportanlagen hat «cool and clean» die Einführung von Rauchverboten begünstigt. Es ist dem Programm gelungen, die Sportveranstalter für die Bedeutung von Alkohol-Jugendschutzmassnahmen zu sensibilisieren. Durch verschiedene Massnahmen ist die Vernetzung zwischen Akteuren aus Sport und Prävention gestiegen. Bei Vereinen mit bei «cool and clean» teilnehmenden Jugendsportteams fallen die Wirkungen im Bereich der Tabak- und Alkoholprävention stärker aus als bei anderen Vereinen. Bei den Verbänden sind institutionelle Verankerungen zumeist unmittelbar auf «cool and clean» respektive dessen Teil- und Vorgängerprogramme zurückzuführen. Das Wirkungspotenzial von «cool and clean» könnte insbesondere im Bereich der Alkoholprävention und durch individuelle Massnahmen im Bereich der Tabakprävention noch besser ausgenutzt werden. Aus diesem Grund ist das Programm unter Berücksichtigung verschiedener Optimierungen weiterzuführen.

ZUSAMMENFASSUNG

EINLEITUNG UND FRAGESTELLUNGEN

Im Sommer 2004 haben das Bundesamt für Gesundheit (BAG), das Bundesamt für Sport (BASPO) und die Swiss Olympic Association als Dachorganisation der Schweizer Sportverbände ihre sportspezifischen Präventionsprojekte in einem einzigen Programm zusammengefasst: «cool and clean» («c&c») mit Schwerpunkt Jugendsport wurde lanciert. 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. Konkret will das Programm *informieren*, sodass fairer und sauberer Sport zu einer Selbstverständlichkeit wird, *verpflichten*, sodass vorbildhaftes Verhalten von Sportlerinnen und Sportlern suchtpreventiv wirkt, *Verhältnisse verändern*, sodass sie für Jugendliche suchtpreventiv wirken sowie *vernetzen*, damit Suchtprevention und Sport selbstverständlich zusammenwirken. Das Präventionsprogramm «c&c» umfasst sechs Teilprogramme. Vier davon zielen zumindest teilweise auf institutionelle Veränderungen im Setting Sport ab, welche im Zentrum der vorliegenden Evaluation stehen.

- «*cool and clean*»-*Jugendsport* richtet sich an Jugendliche und Leitende in Sportvereinen sowie an kantonale Sportämter und Präventionsstellen. Bei den Sportämtern steht die Integration von «c&c» in die kantonalen Sportlager sowie in die J+S-Aus- und Weiterbildung im Vordergrund. Sie werden dabei von Präventionsstellen unterstützt, was zu einer Vernetzung zwischen dem Sport- und dem Präventionsbereich führen soll.
- «*cool and clean*»-*Veranstaltungen* richtet sich an Organisatoren und Veranstalter von Sportanlässen. Die Sportveranstaltungen sollen rauchfrei durchgeführt und der Jugendschutz beim Alkoholausschank eingehalten werden. Zudem soll «cool and clean» auch eine Plattform gegeben werden.
- «*cool and clean*»-*Sportstätten* richtet sich an die Verantwortlichen von Sportstätten. Das Teilprogramm hat zum Ziel, dass die Sportstätten und die darauf stattfindenden Anlässe rauchfrei sind. Der Entscheid muss im Reglement der Sportstätten festgehalten sein und die ganze Anlage soll mit «c&c»-Material gekennzeichnet werden. Zum Teilprogramm «c&c»-Sportstätten wurde erst im Frühling 2007 eine Intervention gestartet.
- «*cool and clean*»-*Sport rauchfrei* will dem gesamten Sport treibenden Teil der Bevölkerung die Anliegen der Tabakprävention näher bringen und startete früher als «cool and clean», nämlich bereits 2003. Es besteht im Wesentlichen aus einem Wettbewerb für Sportvereine. Bisher konnten Vereine mit Unterstützung von „Sport rauchfrei“ zudem auch ihre Sportstätten rauchfrei gestalten.

Die Swiss Olympic Association liess eine externe Evaluationsstudie zu «cool and clean» durchführen, welche in vier Teilstudien gegliedert ist. Das Institut für Politikstudien Interface wurde mit der Durchführung einer der Teilstudien beauftragt. Ziel war es, die

Auswirkungen des Programms «cool and clean» auf Institutionen zu analysieren. Die Studie wurde im Zeitraum von Juni 2010 bis Oktober 2011 durchgeführt.

METHODISCHES VORGEHEN

Die Untersuchung kombinierte qualitative und quantitative Methoden (so genannte methodische Triangulation). Die Untersuchung baute auf insgesamt vier empirischen Grundlagen auf, welche im Folgenden erläutert werden.

- *Grundlagenerarbeitung:* Ausgangspunkt der Evaluation bildete die Auswertung der verfügbaren Dokumente und Grundlagen. Diese Analyse wurde ergänzt durch Experteninterviews mit Verantwortlichen von «cool and clean».
- *Telefonische Befragungen:* Es wurde eine teilstandardisierte Telefonbefragung bei Verantwortlichen von 20 Verbänden, 20 Vereinen, 9 kommunalen Sportanlagen, 5 kommerziellen Sportanlagen, 14 kleinen Sportanlagen sowie 16 Sportveranstaltungen durchgeführt.
- *Online-Befragung:* Bei den kantonalen Sportämtern und Präventionsfachstellen wurde eine Online-Befragung durchgeführt. Von den Sportämtern liegen Antworten aus 22 Kantonen respektive von 24 Personen vor. Bei den Präventionsfachstellen sind es 20 Kantone und 24 Personen. Die Antworten wurden mit dem Statistikprogramm SPSS ausgewertet.
- *Fallstudien von drei Turnfesten:* Es wurden drei Fallstudien des Aargauer Kantonturnfestes, des Zürcher Kantonturnfestes und des Kreisturnfestes Seerücken durchgeführt. Die Fallstudien beruhen auf drei Datengrundlagen. Erstens wurden Interviews mit je einem Ansprechpartner von «cool and clean» des Organisationskomitees geführt. Zweitens realisierte das Evaluationsteam Beobachtungen vor Ort, welche mittels Fotos und eines Beobachtungsrasters dokumentiert wurden. Drittens wurden pro Turnfest 50 zufällig ausgewählte Jugendliche befragt.

Die wichtigste methodische Grenze des gewählten Studiendesigns liegt darin, dass der – mit Ausnahme der Online-Befragung – hauptsächlich qualitative Zugang zum Evaluationsgegenstand keine repräsentativen Ergebnisse liefert. Der Einbezug verschiedener Akteurguppen erlaubt jedoch einen differenzierten und vertieften Blick auf den Evaluationsgegenstand.

ERGEBNISSE

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Teilevaluation entlang den untersuchungsleitenden Fragestellungen sowie zur Indikatorenmessung vorgestellt.

ERGEBNISSE ZU DEN EVALUATIONSFRAGEN

Frage 1: Wie beurteilen Ausbildungs- oder Jugendverantwortliche von Verbänden und Vereinen, Veranstalter, Besitzer von Sportanlagen sowie kantonale Stellen «cool and clean» und insbesondere Aktivitäten im Bereich Tabakprävention? Welche Rolle spielt ihrer Ansicht nach «cool and clean» in der Tabakprävention?

Bei den befragten Verantwortlichen von *Verbänden* und *Vereinen* ist das Image von «cool and clean» durchwegs positiv. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass es sich bei «cool and clean» um ein etabliertes und bekanntes Programm mit gut verständlichen Kernbotschaften handelt. Zudem wird die Akzeptanz des Programms insbesondere bei Vereinen als hoch erachtet und die materielle Unterstützung von «cool and clean» geschätzt. Das Programm «cool and clean» wird auch nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen von einer grossen Mehrheit als notwendig erachtet. Als wichtigster Beitrag von «cool and clean» zur Tabakprävention werden die Massnahmen im Bereich der Verhaltensprävention (Community Building, Arbeit mit Vorbildern) hervorgehoben. Für das Programm spreche zudem, dass es nicht nur der Tabakprävention diene, sondern einen suchtmittelübergreifenden Ansatz verfolge. Optimierungsbedürftig sind aus Sicht der Verbands- und Vereinsverantwortlichen insbesondere zwei Punkte. Was die Verhältnisprävention betrifft, sprechen sich einige Befragte für eine stärkere Fokussierung der Tabakprävention auf den Aussenbereich von Sportveranstaltungen und Sportanlagen aus. Im Bereich der Verhaltensprävention wird von Verbands- und Vereinsverantwortlichen stärker die Vermittlung von Suchtmittelkompetenzen anstelle von Abstinenzgeboten gewünscht. Dieser Optimierungswunsch deutet möglicherweise darauf hin, dass die Neuausrichtung der Commitments nach der letzten Evaluation nicht wahrgenommen wurde. Es ist aber auch vorstellbar, dass die Neuausrichtung den Verantwortlichen zu wenig weit ging.

Bei den interviewten Verantwortlichen von *Sportanlagen und Sportveranstaltungen* trägt das auf die Prävention bei der Zielgruppe der Jugendlichen fokussierte Konzept mit seinen positiven und verständlichen Botschaften zum positiven Image von «cool and clean» bei. Zudem wird die materielle und personelle Unterstützung von «cool and clean» geschätzt. Auch nach der Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen sprechen sich die Befragten mehrheitlich für die Beibehaltung des Programms «cool and clean» aus. Ausschlaggebend für diese Einschätzung ist der Beitrag von «cool and clean» an die Verhaltensprävention bei Kindern und Jugendlichen in den Vereinen sowie der suchtmittelübergreifende Ansatz. Optimierungsbedürftig ist aus Sicht der Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen die Ausrichtung des Programms. Dieses sollte sich stärker auf Vereine anstelle von Sportanlagenbetreibern, Jugendliche anstelle von Erwachsenen sowie Alkohol-, Drogen- und Dopingprävention anstelle von Tabakprävention fokussieren. Ausschlaggebend für diesen Wunsch nach einer Neuausrichtung dürften zwei Gründe sein. Erstens wird nach der Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen im Jahr 2010 der Bedarf nach Tabakprävention im Allgemeinen und strukturellen Massnahmen im Besonderen als geringer erachtet. Zweitens wird der Hauptnutzen des Programms in der Präventionsarbeit bei Jugendlichen gesehen.

Auch bei den befragten Verantwortlichen der kantonalen *Sportämter und Präventionsfachstellen* ist das Image von «cool and clean» positiv. Dies wird damit erklärt, dass es sich bei «cool and clean» um ein nationales Programm für Prävention im Sport mit gut verständlichen Botschaften handelt und «cool and clean» mit einem suchtmittelübergreifenden Ansatz arbeitet. «cool and clean» wird von einer grossen Mehrheit der Befragten als wichtig für die Alkohol-, Tabak- und Gewaltprävention sowie die Prävention im Sport allgemein beurteilt. Auch nach dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen plädieren die Befragten für eine Beibehaltung des Programms. Als wichtigster Beitrag von «cool and clean» zur Tabakprävention werden die Massnahmen im Bereich der Verhaltensprävention (Commitments, Community Building, Vorbildfunktion Trainer) hervorgehoben. Im Bereich der Verhältnisprävention könne das Programm vor allem zu rauchfreien Aussenbereichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen beitragen. Es zeigen sich jedoch Unterschiede zwischen Sportämtern und kantonalen Präventionsfachstellen. Letztere sind dem Programm «cool and clean» gegenüber skeptischer eingestellt als die Sportämter. Dies dürfte einerseits auf die im Vergleich zu den Sportämtern geringere Bekanntheit von «cool and clean» bei kantonalen Präventionsfachstellen zurückzuführen sein. Andererseits lässt sich aus gewissen Antworten der Präventionsfachstellen schliessen, dass «cool and clean» als Konkurrenz empfunden und die Abstimmung mit anderen Präventionsprogrammen noch nicht optimal ist.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Programm «cool and clean» von allen befragten Akteuren positiv beurteilt wird. Im Bereich der Tabakprävention wird vor allem der Beitrag des Programms zur Verhaltensprävention bei Kindern und Jugendlichen hervorgehoben. Seit dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen hat die Bedeutung struktureller Massnahmen von «cool and clean» aus Sicht der Befragten eindeutig abgenommen. Ein Handlungsbedarf ergibt sich allenfalls im Aussenbereich von Sportanlagen und Sportveranstaltungen.

Frage 2: Wie setzen Ausbildungs- oder Jugendverantwortliche von Verbänden und Vereinen sowie Veranstalter und Sportanlagenverantwortliche ihr «cool and clean»-Commitment um und wie unterscheiden sich ihre Aktivitäten von denjenigen ohne entsprechende Verpflichtungen? Welche Massnahmen werden im Bereich der Tabakprävention ergriffen?

Die Aktivitäten der untersuchten *Verbände* zur Umsetzung von «cool and clean» entfalten sich auf zwei Ebenen: Einerseits versteht sich ein grosser Teil der Verbände als Multiplikator und transportiert die Anliegen des Programms aktiv an seine Mitgliedsverbände. Dies geschieht zum Beispiel, indem gezielt in der internen und externen Kommunikation für das Mitmachen bei «cool and clean» geworben wird, indem «cool and clean»-Materialien genutzt und weitergegeben werden oder indem der Verband im Rahmen seiner Schulungen und Tagungen über «cool and clean» beziehungsweise über Möglichkeiten zur Suchtprävention informiert. Andererseits werden die Verbände auch selbst aktiv und führen beispielsweise alle beziehungsweise einen Teil ihrer Sportveranstaltungen rauchfrei durch oder verzichten auf den Alkoholausschank.

Die Aktivitäten der befragten *Vereine* zielen ebenfalls vornehmlich auf die Tabakprävention ab, vor allem durch die Durchführung von rauchfreien Sportveranstaltungen. Allerdings – so die Vereinsvertretenden – sei heute bereits die Mehrheit der öffentlich

zugänglichen Sportanlagen rauchfrei, sodass sich das Aussprechen eines „eigenen“ Rauchverbots in der Regel erübrige. Ebenfalls bedeutsam ist die Alkoholprävention – wobei jedoch vielfach von Schwierigkeiten berichtet wird, einen Verzicht auf den Alkoholausschank vereinsintern und/oder gegenüber den in privater Trägerschaft befindlichen Restaurationsbetrieben der Sportanlagen durchzusetzen. Zudem nutzt rund die Hälfte der befragten Vereine die «cool and clean»-Materialien bei ihren Veranstaltungen. Insgesamt zeigt sich, dass Vereine, von denen ein oder mehrere Jugendsportteams bei «cool and clean» teilnehmen, stärker als andere Vereine bemüht sind, «cool and clean» auch über die Aktivitäten dieser Teams hinaus umzusetzen.

Im Bereich der Tabakprävention werden in den untersuchten *Sportanlagen* und an *Sportveranstaltungen* verschiedene strukturelle Massnahmen umgesetzt. Infolge des Inkrafttretens des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen gilt im Innenbereich der untersuchten Sportanlagen und Sportveranstaltung ein striktes Rauchverbot sowohl für öffentliche als auch für private Anlässe. Im Aussenbereich von Sportanlagen sind Rauchverbote dagegen selten. In der grossen Mehrheit der Sportanlagen und -veranstaltungen wird das Rauchverbot durch Schilder signalisiert. Häufig wird die Einhaltung überprüft und das Personal diesbezüglich instruiert. Grossmehrheitlich wird auf Tabakwerbung in Sportanlagen und an Sportveranstaltungen verzichtet. Unterschiede zwischen bei «cool and clean» teilnehmenden und nicht teilnehmenden Sportanlagen und Sportveranstaltungen sind nur in Einzelfällen erkennbar. Eine Ausnahme bilden Rauchverbote im Aussenbereich, welche grossmehrheitlich von bei «cool and clean» teilnehmenden Sportanlagen und Sportveranstaltungen umgesetzt werden.

Im Bereich der Alkoholprävention setzten die telefonisch befragten Verantwortlichen von *Sportveranstaltungen* und die im Rahmen von drei Fallstudien untersuchten *Turnfeste* verschiedene strukturelle Massnahmen um. Eine Limitierung des Verkaufs von Alkohol wird nur an wenigen Sportveranstaltungen umgesetzt. An den drei Turnfesten gelang es grösstenteils, den Verkauf von Alcopops und hochprozentigem Alkohol zu limitieren und nichtalkoholische Getränke günstiger anzubieten als alkoholische Getränke. Rund drei Viertel der befragten Sportveranstaltungen überprüfen die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes in der Regel durch eine Ausweiskontrolle. An den drei Turnfesten wurden farblich auf verschiedene Altersgruppen abgestimmte Kontrollbänder abgegeben und die Helfenden respektive die Verantwortlichen der Festbetriebe geschult. Für die Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes setzten die Sportveranstaltungen häufig Plakate ein. Auf Alkoholwerbung wird nur in rund der Hälfte der befragten Sportveranstaltungen und an keinem der drei untersuchten Turnfeste verzichtet. Dagegen wird in einer grossen Mehrheit der Sportveranstaltungen und an den drei Turnfesten kein Alkohol an Siegesfeiern ausgeschenkt. Wesentliche Unterschiede zwischen bei «cool and clean» teilnehmenden und nicht teilnehmenden Sportveranstaltungen zeigen sich bei der Überprüfung des Alkohol-Jugendschutzes. Letzterer wird bei teilnehmenden Sportveranstaltungen häufiger überprüft.

Die «cool and clean»-Materialien stossen bei den Befragten auf eine grosse Zufriedenheit. Trotz der grossen Zufriedenheit gibt es auch einzelne Kritikpunkte. So wird die fehlende Nachhaltigkeit etwa der schnell zerreisenden Papierplakate beanstandet. Weiter empfinden einzelne Sportveranstalter das Verhältnis von Aufwand für das Montieren der Materialien und dem Nutzen als unausgewogen. Sie wünschen sich Ma-

terialien mit einem Mehrwert wie Servietten, Becher, Zelte und Theken. Schliesslich wird die ungenügende Anzahl von Materialdepots in der Ost- und Westschweiz bemängelt.

Frage 3: Welche Auswirkungen hat «cool and clean» auf die Arbeit der kantonalen Präventionsstellen und Sportämter?

Das Programm «cool and clean» hat in verschiedenen Bereichen eine Auswirkung auf die Arbeit der kantonalen Sportämter und Präventionsfachstellen. Im Bereich der *Ver-netzung* vertritt jeweils gut die Hälfte der befragten kantonalen Sportämter und Präventionsfachstellen die Ansicht, dass «cool and clean» den Austausch zwischen dem Sport- und Präventionsbereich im Kanton beeinflusst hat. Was die Auswirkungen auf die *Aktivitäten im Bereich Jugend und Sport* betrifft ist ein Drittel der befragten Sportämter der Meinung, dass «cool and clean» einen Beitrag zur Durchführung rauchfreier J+S-Lager respektive den verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol geleistet hat. Im Hinblick auf die Auswirkungen der *kantonalen «cool and clean»-Botschafter* findet eine Mehrheit der befragten Sportämter, dank den Botschaftern aktiver auf die Sportvereine zugehen und diese besser betreuen zu können. Schliesslich wurden auch die Auswirkungen auf das *Setting Sport allgemein* erfasst. Knapp zwei Drittel der kantonalen Stellen halten «cool and clean» im Hinblick auf einen fairen und sauberen Sport bei den 10- bis 20-Jährigen für wirksam. Insgesamt schätzen die Präventionsfachstellen die beschriebenen Auswirkungen von «cool and clean» geringer ein als die Sportämter.

Frage 4: Hat das Programm «cool and clean» in den Augen von Verbands- und Vereinsverantwortlichen zu *weitergehenden Veränderungen im Setting Sport* beigetragen? Wenn ja, zu welchen? Sind insbesondere weitergehende Veränderungen in Bezug auf die Tabakprävention zu beobachten?

Es ist nur zum Teil gelungen, die Anliegen von «cool and clean» in den Verbänden und Vereinen institutionell zu verankern. So wird lediglich von knapp einem Drittel der befragten Verantwortlichen der *Verbände* berichtet, dass das Thema Suchtprävention regelmässig auf die Traktandenlisten der Verbands-gremien und anderer Gruppen gesetzt wird und nur ein Fünftel der Verbände hat das Amt einer/-s Suchtbeauftragten eingerichtet. Dort, wo solche institutionellen Verankerungen zu verzeichnen sind, führen die Befragten dies jedoch zumeist unmittelbar auf «cool and clean» respektive auf dessen Teil- und Vorgängerprogramme zurück. Die institutionellen Veränderungen bei den *Vereinen* sind noch geringer ausgeprägt als auf der Ebene der Verbände: Lediglich ein Fünftel der befragten Vereine hat die Themen Sportethik und/oder Suchtprävention in die Vereinsstatuten aufgenommen und nur in einem von zehn Vereinen wurde ein/-e Beauftragte/-r für die Suchtprävention benannt. Über diese institutionellen Veränderungen hinaus sind keine weitergehenden Auswirkungen des Programms «cool and clean» im Setting Sport erkennbar. Noch ist eine Mehrheit der Verbands- und Vereinsverantwortlichen der Ansicht, dass Prävention eine Aufgabe des Sportes ist. Bedenklich ist jedoch, dass die Akzeptanz dieses Anliegens über die drei Erhebungszeitpunkte gesunken ist. Die Veränderungen in Bezug auf die Tabakprävention werden nachfolgend beschrieben.

Frage 5: In welcher Weise nehmen Verbands- und Vereinsverantwortliche sowie Veranstalter und Sportanlagenverantwortliche das Engagement von «cool and clean» für *rauchfreie Sportanlagen und Veranstaltungen* wahr beziehungsweise wirken daran mit? In welcher Form findet eine allfällige Mitwirkung statt? Welche konkreten Massnahmen wurden umgesetzt?

Bei den befragten *Verbänden* und *Vereinen* zeigt sich, dass es gelungen ist, den Tabakkonsum im Setting Sport zu senken: Sowohl von Seiten der Verbände als auch von den Vereinen wird berichtet, dass die Zahl der rauchfreien Sportveranstaltungen in den letzten fünf Jahren zugenommen habe beziehungsweise dass heute bei Vereinsaktivitäten weniger geraucht wird. Diese Wirkungen fallen bei denjenigen Vereinen mit einem oder mehreren bei «cool and clean» teilnehmenden Jugendsportteams stärker aus als bei Vereinen ohne teilnehmende Teams.

In den Innenräumlichkeiten der untersuchten *Sportanlagen* und *Sportveranstaltungen* hat das Engagement von «cool and clean» für rauchfreie Sportanlagen und Sportveranstaltungen nur in Einzelfällen die Einführung von Rauchverboten begünstigt. Massgeblich für entsprechende Rauchverbote war das im Mai 2010 in Kraft getretene Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen. Viele befragte Verantwortliche von Sportanlagen und Sportveranstaltungen sind der Meinung, dass das Bundesgesetz und der generelle Mentalitätswandel zu einer guten Einhaltung der Rauchverbote geführt haben. Weitergehende Massnahmen zur Durchsetzung von Rauchverboten in Innenräumlichkeiten von Sportanlagen und Sportveranstaltungen werden entsprechend von etlichen Befragten als unnötig erachtet. Im Aussenbereich von Sportanlagen und Sportveranstaltungen, wo Rauchverbote weniger verbreitet sind, ist das Engagement von «cool and clean» dagegen deutlich erkennbar (vgl. Frage 2). Hier besteht für «cool and clean» weiterhin ein grosses Potenzial, die Einführung von Rauchverboten zu fördern. Allerdings gilt es dabei zu bedenken, dass entsprechende Massnahmen häufig als unnötig und schwierig in der Umsetzung betrachtet werden.

Frage 6: Wie wird die Nützlichkeit der Aktivitäten von «cool and clean» hinsichtlich der *Alkoholprävention* von Verantwortlichen von Verbänden, Vereinen, Sportanlagen und Sportveranstaltungen beurteilt?

Die befragten *Verbände* und *Vereine* heben mit Blick auf die Alkoholprävention insbesondere den Sensibilisierungsaspekt der «cool and clean»-Aktivitäten hervor: «Cool and clean» trage dazu bei, dass das Thema Alkohol im Sport wahrgenommen und beachtet werde, insbesondere bei den jungen Zielgruppen. Des Weiteren habe «cool and clean» einen Unterstützungsaspekt in Bezug auf verbands- oder vereinspezifische Massnahmen der Alkoholprävention, vor allem durch die von «cool and clean» bereitgestellten Materialien. Im Hinblick auf den Nutzen von «cool and clean» für die Alkoholprävention wird aus den Vereinen und Verbänden jedoch kritisch angemerkt, dass das Thema Alkohol im Sport vielfach nicht als Problem gesehen wird und dass aus diesem Grunde entsprechende Präventionsbemühungen oft wirkungslos verpuffen würden. Der (massvolle) Konsum wird zudem als zentraler Bestandteil des Vereinslebens gesehen.

Die Beurteilung der Nützlichkeit der Aktivitäten von «cool and clean» hinsichtlich der Alkoholprävention bei den telefonisch befragten *Sportveranstaltungen* und der im

Rahmen der drei Fallstudien untersuchten *Turnfeste* fällt gemischt aus. Gemäss den Verantwortlichen der Sportveranstaltungen hilft das Programm «cool and clean» einerseits bei der Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für die Alkoholprävention. Andererseits trägt das Programm zur Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen bei. Entsprechende Massnahmen werden von Sportveranstaltungen, die bei «cool and clean» teilnehmen, häufiger umgesetzt als von nicht teilnehmenden Sportveranstaltungen (siehe Frage 2). Die Fallstudien an den drei Turnfesten zeigen jedoch, dass trotz gezielter Massnahmen zur Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes die Kontrolle des Alters bei den jugendlichen Festteilnehmenden nur teilweise funktionierte. Minderjährige gelangten zudem dank älteren Vereinsmitgliedern an alkoholische Getränke.

Frage 7: Ob, auf welche Weise und in welchem Umfang engagieren sich Verantwortliche von Verbänden, Vereinen, Sportanlagen, Sportveranstaltungen sowie kantonalen Präventions- und Sportfachstellen auch ehrenamtlich für die Anliegen von «cool and clean»? Ob, auf welche Weise und in welchem Umfang werden sie dabei von «cool and clean» unterstützt?

Am ausgeprägtesten ist das ehrenamtliche Engagement bei den Verbänden. Gut die Hälfte der befragten Verbandsverantwortlichen engagiert sich ehrenamtlich für die Tabakprävention. Bei den kantonalen Stellen, den Sportveranstaltungen und den kommunalen Sportanlagen sind es jeweils gut ein Viertel und bei den kommerziellen Sportanlagen ein Fünftel der Befragten. Am häufigsten engagieren sich die Befragten als Präsident/-in, Trainer/-in oder einfaches Mitglied in einem Sportverein für die Tabakprävention. Von den Personen, welche sich ehrenamtlich für die Tabakprävention einsetzen, erhalten zwei Drittel Unterstützung von «cool and clean». Am meisten helfen den Befragten die von «cool and clean» zur Verfügung gestellten Unterlagen und Materialien. Diese enthielten gute Ideen und müssten nicht selber erarbeitet werden.

ERGEBNISSE ZUR INDIKATORENMESSUNG

Indikator 1: «cool and clean» ist bis Mitte 2011 an 360 Sportveranstaltungen präsent und erreicht 450'000 Personen. Zudem nutzen 300 weitere kleine Veranstaltungen Materialien von «cool and clean».

Die Erfüllung dieses Indikators ist unklar, da genaue Zahlen zur Anzahl Veranstaltungen, Teilnehmer/-innen und Besucher/-innen erst seit Anfang 2011 von Swiss Olympic erfasst werden. Die bei den Sportveranstaltungen angestrebten Ziele wurden nach Auskunft von Swiss Olympic jedoch erreicht. Es handelt sich dabei um eine grobe Hochrechnung der bisher verfügbaren Daten.

Indikator 2: 300 Clubhäuser (die eindeutig nicht als öffentlicher Raum deklariert sind) sind rauchfrei; 12 Fussballstadien haben rauchfreie Sektoren; 10 Fussballfelder sind im Wettkampf- und Zuschauerbereich rauchfrei; 10 Aussensportanlagen (Leichtathletik, Hartplätze) sind rauchfrei; 10 Freibäder haben rauchfreie Sektoren installiert; 5 offene Eisfelder sind im Wettkampf- und Zuschauerbereich rauchfrei.

Mit der Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen hat sich der Fokus von «cool and clean» von Innenanlagen von Sportanlagen auf Aussenanlagen verschoben. Die vom «cool and clean»-Team gesteckten Ziele bezüglich rauchfreier

Aussenanlagen wurden weitgehend erreicht. Anstelle der anvisierten 300 privaten Clubhäuser wurden 322 Clublokale dank «cool and clean» rauchfrei. Mit 13 rauchfreien Sektoren in Fussballstadien wurde das ursprüngliche Ziel von 12 solcher Sportanlagen ebenfalls übertroffen. Statt 10 wurden 24 Aussensportanlagen und 23 Fussballfelder rauchfrei. Auf Massnahmen im Bereich der Freibäder und der offenen Eisfelder wurde nach vertieften Abklärungen verzichtet. Der Schwimmbereich von Freibädern ist bereits überall rauchfrei und die restlichen Anlagen haben wenig mit dem Kernanliegen von Swiss Olympic, dem organisierten Sport, zu tun. Offene Eisfelder sind in der Schweiz kaum mehr vorhanden.

Indikator 3: Die kantonalen und kommunalen Fachstellen für Gesundheitsförderung und Prävention verzeichnen gegenüber 2007 eine weitere Zunahme von Aktivitäten mit dem Sport. Laufende Verträge mit allen kantonalen Sportämtern und kantonalen Präventionsfachstellen sind vorhanden.

Dieser Indikator wurde teilweise erfüllt. Seit 2007 ist eine Zunahme der Aktivitäten der Fachstellen für Gesundheitsförderung und Prävention im Sport zu verzeichnen. Diese Aktivitäten fanden vor allem über die interdisziplinären Jugend+Sport-Module statt. Vertretende der Fachstellen wurden in den Kantonen Aargau, Bern, Jura, Luzern, Waadt und Zürich in die Module integriert. Im Jahre 2010 wurden 17 interdisziplinäre Jugend+Sport-Module zum Thema Sucht und 6 zum Thema Gewalt durchgeführt. Laufende Vereinbarungen bestehen jedoch nicht mit allen, sondern lediglich mit 7 Kantonen. Diese haben kantonale «cool and clean»-Botschafter ernannt. Die von den kantonalen Sportämtern und «cool and clean» finanzierten Botschafter beraten die Vereine im Bereich der Suchtprävention. Daneben pflegt «cool and clean» mit allen kantonalen Sportämtern und Präventionsfachstellen gute persönliche Kontakte.

EMPFEHLUNGEN

Aufgrund der Ergebnisse auf die Fragestellungen formulieren wir fünf Empfehlungen.

Empfehlung 1: «cool and clean» modifiziert weiterführen

Wir empfehlen, das Programm «cool and clean» aus den nachfolgenden zwei Gründen weiterzuführen:

Etabliertes Programm: Seit seiner Einführung im Jahr 2005 hat sich «cool and clean» zu einem in weiten Kreisen bekannten Programm entwickelt. Das Image von «cool and clean» bei Verantwortlichen von Verbänden, Vereinen, Sportanlagen, Sportveranstaltungen und kantonalen Stellen ist durchwegs positiv. «cool and clean» hat massgeblich dazu beigetragen, das Thema Prävention im organisierten Sport zu etablieren.

Wirksames Programm: Das Programm «cool and clean» hat in verschiedenen Bereichen Wirkungen entfaltet. Im Aussenbereich von Sportanlagen hat «cool and clean» die Einführung von Rauchverböten begünstigt. Es ist dem Programm gelungen, die Sportveranstalter für die Bedeutung von Alkohol-Jugendschutzmassnahmen zu sensibilisieren. Durch verschiedene Massnahmen ist die Vernetzung zwischen Akteuren aus Sport und Prävention gestiegen. Bei Vereinen mit bei «cool and clean» teilnehmenden

Jugendsportteams fallen die Wirkungen im Bereich der Tabak- und Alkoholprävention stärker aus als bei anderen Vereinen. Bei den Verbänden sind institutionelle Verankerungen zumeist unmittelbar auf «cool and clean» respektive dessen Teil- und Vorgängerprogramme zurückzuführen.

Trotz der grundsätzlich positiven Beurteilung des Programms wurden mit der Evaluation auch Optimierungen identifiziert. Durch die nachfolgenden Empfehlungen könnte das Wirkungspotenzial von «cool and clean» noch stärker ausgeschöpft werden und die Nachhaltigkeit der angestossenen Wirkungen erhöht werden. Ein solches Potenzial besteht insbesondere in der Alkoholprävention und einer Verstärkung der verhaltenspräventiven Massnahmen in der Tabakprävention.

Empfehlung 2: Massnahmen in der Tabakprävention neu fokussieren

Die Evaluation hat gezeigt, dass infolge des Inkrafttretens des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen die Innenräumlichkeiten von Sportanlagen und Sportveranstaltungen sowohl für öffentliche als auch für private Anlässe rauchfrei wurden. Aufgrund des in den letzten Jahren stattfindenden Mentalitätswandels werden die Rauchverbote gut respektiert. Weitergehende Unterstützungsleistungen seitens «cool and clean» im Bereich der Innenräumlichkeiten sind aufgrund dieser Entwicklungen nicht notwendig. Es besteht jedoch bei allen befragten Akteuren einheitlich die Meinung, dass es ein Programm wie «cool and clean» auch nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes nach wie vor braucht. Allerdings sind Anpassungen in zwei Richtungen notwendig.

Fokussierung auf den Outdoor-Bereich im Teilprogramm „Sportstätten“: Die Massnahmen im Teilprogramm „Sportstätten“ sollten auf den Aussenbereich von Sportanlagen konzentriert werden. Dies ist sinnvoll, weil einerseits nur eine Minderheit der Sportanlagen und Sportveranstaltungen Rauchverbote im Aussenbereich kennt und «cool and clean» andererseits die Einführung von rauchfreien Aussenbereichen begünstigt. Allerdings gilt es dabei zu bedenken, dass entsprechende Massnahmen häufig als unnötig und schwierig in der Umsetzung betrachtet werden. Entsprechend braucht es ein gutes Argumentarium zur Überzeugung der Verantwortlichen. Dabei sollte – erstens – mit einer klaren und nachvollziehbaren Definition des Aussenbereichs gearbeitet werden. Mit dem Argument das Rauchen nicht zum Sport gehört, sollten sich Rauchverbote vor allem auf den Aussenbereich von Wettkampfanlagen und den angrenzenden Zuschauerbereich beschränken. Andere Zonen wie der Eingangsbereich von Sportanlagen sollen von Massnahmen ausgenommen werden. Zweitens könnte auf die Reduktion von Geruchsemission und des Reinigungsaufwands infolge von Rauchverboten hingewiesen werden. Drittens könnte auf Erfahrungen von «cool and clean» mit Rauchverboten auf Wettkampfgeländen zurückgegriffen werden, welche beispielsweise an den drei Turnfesten auf grosse Akzeptanz bei Teilnehmenden und Zuschauern gestossen sind.

Fokussierung der Massnahmen im Teilprogramm „Jugendsport“: Das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen wirkt sich lediglich auf die Verhältnisse, nicht aber auf das Verhalten der Jugendlichen aus. Bei diesen ist der Tabakkonsum nach Einschätzung der Befragten nach wie vor verbreitet und Massnahmen zur Verhinderung des Einstiegs werden einhellig als notwendig erachtet. Aus diesem Grund sind die Massnahmen des Teilprogramms Jugendsport fortzuführen. Sie sollten jedoch noch stärker

Unterschiede zwischen Sportarten, Geschlechtern und Altersgruppen berücksichtigen (vgl. auch Teilstudien 2 und 4).

Empfehlung 3: Massnahmen in der Alkoholprävention optimieren

Im Bereich der Alkoholprävention hat die Evaluation in verschiedenen Teilprogrammen von «cool and clean» einen Optimierungsbedarf ausgemacht, welcher nachfolgend präzisiert wird.

Optimierung der Massnahmen zur Alkoholprävention im Teilprogramm „Sportveranstaltungen“: Die Evaluation hat betreffend Teilprogramm „Sportveranstaltungen“ drei Verbesserungsvorschläge ausgemacht:

- *Erstens* funktioniert die Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes an den drei untersuchten Turnfesten nicht lückenlos. Entsprechend sollte das Programm «cool and clean» die Sportveranstalter anregen, die Massnahmen zur Umsetzung der Jugendschutzbestimmungen in den Verträgen mit den Festbetrieben zu regeln.
- *Zweitens* ist die Präsenz des Alkoholsponsorings an Sportveranstaltungen nach wie vor hoch. Um den Verantwortlichen von Sportveranstaltungen eine Alternative zu bieten, ist eine Zusammenarbeit von «cool and clean» mit Herstellern von nichtalkoholischen Getränken (Sportgetränke, Säfte, Mineralwasser etc.) zu prüfen.
- *Drittens* ist der Aufwand für die Umsetzung der von «cool and clean» vorgeschlagenen Alkoholpräventionsmassnahmen für die Sportveranstalter im Vergleich zum Nutzen relativ gross. Entsprechend sollten ihnen vermehrt Materialien mit einem Mehrwert wie Zelte, Tische, Theken, Servietten und Becher zur Verfügung gestellt werden. Zur Bereitstellung respektive Finanzierung entsprechender Materialien könnten die Hersteller von nichtalkoholischen Getränken beigezogen werden.

Integration von Massnahmen zur Alkoholprävention in das Teilprogramm „Sportstätten“: Das Teilprogramm „Sportstätten“ widmet sich zurzeit ausschliesslich der Umsetzung rauchfreier Sportanlagen. Massnahmen zur Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes und die Limitierung des Ausschanks alkoholischer Getränke sind nicht Gegenstand des Teilprogramms. Die Befragung der Vereine hat jedoch gezeigt, dass die Umsetzung solcher Massnahmen bei Anlässen häufig nicht in die Entscheidungshoheit der Vereine, sondern der Restaurationsbetriebe auf den Sportanlagen fällt. Entsprechend ist es wichtig, Verantwortliche von Sportanlagen in die Umsetzung von strukturellen Massnahmen in Bereich der Alkoholprävention mit einzubeziehen.

Klarere Kommunikation der Massnahmen zur Alkoholprävention im Teilprogramm „Jugendsport“: Die Befragung bei Verbänden und Vereinen hat ergeben, dass die Neuausrichtung des vierten Commitments von der Alkoholabstinenz zum massvollen Umgang mit Alkohol von vielen nicht wahrgenommen wurde. Entsprechend gilt es, die Botschaften von «cool and clean» im Bereich der Alkoholprävention zu präzisieren und klarer zu kommunizieren (vgl. auch Teilstudien 1, 2 und 4). In der Kommunikation sollten insbesondere vier Punkte hervorgehoben werden:

- *Jugendschutz*: «cool and clean» setzt sich für die Durchsetzung der gesetzlichen Jugendschutzbestimmungen ein. Unter 16-Jährige sollen keinen Alkohol trinken.
- *Suchtmittelkompetenzen*: Ältere Jugendliche sollen dank «cool and clean» die notwendigen Kompetenzen erwerben, um massvoll niederprozentige (16- bis 17-Jährige) respektive hochprozentige (über 18-Jährige) Alkohol zu konsumieren.
- *Problematischer Konsum*: «cool and clean» bekämpft den problematischen Alkoholkonsum entschieden. Übermässiger Alkoholkonsum wie Rauschtrinken beeinträchtigt nicht nur die individuelle Gesundheit, sondern gefährdet etwa bei gewalttätigen Ausschreitungen an Sportveranstaltungen unbeteiligte Dritte.
- *Vorbildfunktion der Erwachsenen*: Die Leitenden, Trainer und erwachsenen Mitglieder von Vereinen haben für die jugendlichen Sportler/-innen eine wichtige Vorbildfunktion beim massvollen Konsum von Alkohol. Die Abgabe von Alkohol an unter 16-Jährige ist nicht akzeptabel.

Empfehlung 4: Suchtmittelübergreifende Präventionsarbeit fortführen

Eine von vielen Befragten hervorgehobene Stärke von «cool and clean» ist der suchtmittelübergreifende Ansatz des Programms. Einige sind der Ansicht, dass neben Tabak andere Suchtmittel wie Alkohol und Doping noch stärker in den Fokus der Präventionsarbeit von «cool and clean» gelangen sollten. Der Tabakpräventionsfonds als Hauptfinanzierer des Programms ist jedoch gesetzlich verpflichtet, seine Mittel zweckgebunden einzusetzen. Die bisherigen Bemühungen von «cool and clean» weitere Geldquellen (Nationales Programm Alkohol, Alkoholzehntel) zu erschliessen, sind aus diesem Grund weiterzuführen. Zudem könnte sich Swiss Olympic für eine suchtmittelübergreifende Finanzierung von Präventionsprogrammen einsetzen. Neben politisch engagierten Sportfunktionären könnte dafür der Kontakt zu weiteren Befürwortern eines suchtmittelübergreifenden Präventionsansatzes wie die drei Eidgenössischen Kommissionen für Alkoholfragen (EKAL), für Drogenfragen (EKDF) und für Tabakprävention (EKTP) gesucht werden.

Empfehlung 5: Vernetzung mit Präventionsfachstellen intensivieren

Das Programm hat nachweislich zur Vernetzung von Akteuren aus dem Sport- und Präventionsbereich beigetragen. Entsprechende Wirkungen sind für die befragten Sportämter jedoch besser spürbar als für die Präventionsfachstellen. Letztere kennen «cool and clean» weniger und äussern sich in Bezug auf Image, Konzept und Wirkungen des Programms skeptischer als die Sportämter. Diese kritische Haltung dürfte einerseits auf die geringere Bekanntheit von «cool and clean» bei kantonalen Präventionsfachstellen zurückzuführen sein. Andererseits lässt sich aus gewissen Antworten schliessen, dass «cool and clean» von den Fachstellen als Konkurrenz empfunden und die Abstimmung mit anderen Präventionsprogrammen noch nicht optimal ist. Entsprechend empfehlen wir, die Vernetzung von «cool and clean» mit den Präventionsfachstellen zu intensivieren. Einerseits sollten die Fachstellen in weiteren Kantonen in die Durchführung der interdisziplinären Jugend+Sport-Module mit einbezogen werden. Andererseits sollten in der Zusammenarbeit mit Sportveranstaltungen Präventionsfachstellen vermehrt beigezogen werden.

SUMMARY

INTRODUCTION AND QUESTIONS

In the summer of 2004 the Federal Office of Public Health (FOPH/BAG), the Federal Office of Sport (FOSPO/BASPO), and the Swiss Olympic Association (as the umbrella organisation of sports associations in Switzerland) consolidated their sports-related prevention projects into one programme, launching “cool and clean” – a programme with a focus on youth sports. The prime goal of “cool and clean” is to prevent young people from starting to use dependence-causing substances, or at least to postpone initiation of use for as long as possible. Specifically, the programme aims to *inform*, so that fair and clean sports become a matter of course; *commit and influence*, so that exemplary conduct on the part of athletes helps to prevent substance abuse; *change conditions in the sports environment and settings*, so that conditions work to prevent substance abuse among young people; and *network and anchor*, so that prevention of substance dependence and sports work together naturally. The “cool and clean” prevention programme comprises six sub-programmes. This evaluation centres on the four sub-programmes that are aimed at least in part at changes in institutions and organisations in the setting of sports:

- “cool and clean”-*Youth Sports* aims at young people in and heads of sports clubs and at cantonal sports offices and prevention units. For the sports departments the primary aim is to integrate “cool and clean” in the cantonal sports camps and the *Jugend+Sport* [Youth and Sports] training courses. They receive support from the cantonal prevention units, which is intended to result in linkage and networking between the areas of sports and prevention.
- “cool and clean”-*Sports Events* addresses organisers and hosts of sports events. “Cool and clean” sports events are supposed to be smoke-free events, and if alcohol is sold, the youth protection provisions governing the sale of alcohol to minors must be observed. In addition, the “cool and clean” programme must be publicised at the events.
- “cool and clean”-*Sports Sites* is aimed at owners and operators of sports sites and sports facilities. This sub-programme aims to make the sports sites and events held at the sports sites smoke-free. This decision must be recorded in the site’s regulations, and “cool and clean” materials should be posted throughout the entire facility. This sub-programme *cool and clean-Sports Sites* was initiated actively only in the spring of 2007.
- “cool and clean”-*Smoke-Free Sports* aims to bring smoking prevention closer to everyone in the population who participates in sports. This sub-programme was launched already in 2003, before the start of the “cool and clean” programme. This sub-programme consists essentially in a contest for sports clubs. Up to now, with the support of *Smoke-Free Sports*, sports clubs could also make their sports facilities smoke-free.

The Swiss Olympic Association commissioned an external evaluation of the “cool and clean” programme that comprised four sub-studies. Interface Policy Studies Research Consulting was engaged to conduct one of these four sub-studies. The task was to analyse the impact of the “cool and clean” programme on institutions. Interface conducted the evaluation study on the impact on institutions from June 2010 to October 2011.

METHODS

A combination of qualitative and quantitative methods (this is called methodological triangulation) was used to conduct the evaluation study. The study was built on the following four empirical bases:

- *Information gathering:* The starting point for the evaluation was the analysis of the available documents and information. This analysis was complemented by expert interviews conducted with the persons in charge of “cool and clean”.
- *Telephone survey:* Semi-standardised telephone interviews were conducted with the heads of 20 sports associations, 20 sports clubs, nine public sports facilities in the communes, five commercial sports facilities, 14 small sports sites and 16 sports events.
- *Online survey:* A survey of cantonal sports departments and prevention units was conducted online. Responses from sports departments are available for 22 cantons (a total of 24 persons), and responses from prevention units are available for 20 cantons (a total of 24 persons). The responses were analysed using the statistics program SPSS.
- *Case studies of three gymnastics festivals:* Three case studies were conducted: the Canton of Aargau Gymnastics Festival, the Canton of Zurich Gymnastics Festival and the “*Kreisturnfest Seerücken*”. Each case study was based on three sources of data: First, an interview was conducted with the person on the gymnastics festival organising committee who served as the “cool and clean” programme’s contact person. Second, the Interface evaluation team made onsite observations, documented by photographs and an observation grid. Third, at each gymnastics festival, interviews were conducted with 50 randomly selected young persons.

The most important methodological limitation of the chosen study design is that, with the exception of the online survey, the approach to the evaluation object was mainly qualitative and thus did not yield representative findings. However, by including different groups of actors, the method produced a differentiated and in-depth look at the impact of the “cool and clean” programme on institutions.

RESULTS

This section presents the results of this evaluation study organised according to the evaluation questions guiding the study and the indicators measured.

RESULTS ON THE EVALUATION QUESTIONS

Question 1: How do the persons responsible for training and for young people at sports associations and sports clubs, sports events organisers, owners of sports sites and cantonal offices rate the “cool and clean” programme and the programme’s activities in the area of smoking prevention? In their opinion, what role does “cool and clean” play in smoking prevention?

Without exception, among the surveyed persons responsible at sports associations and sports clubs the “cool and clean” programme has a positive image. This can be attributed to the fact that “cool and clean” is an established and well-known programme with a very clear and comprehensible core message. In addition, acceptance of the programme is considered to be high especially among sports clubs, and the support in the form of materials from “cool and clean” is valued. The “cool and clean” programme is also viewed by a majority as needed even after the coming into force of the Swiss Federal Act on Protection from Passive Smoking (*Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen*). As the most important contribution of “cool and clean” to smoking prevention, the persons at sports associations and sports clubs surveyed emphasised the measures in the area of behaviour prevention (community building, role models). Another positive aspect that they mentioned is that the programme serves not only smoking prevention but also prevention of use of all dependence-causing substances. In the view of the persons at sports associations and sports clubs, there are two things in particular that the programme needs to improve. In the area of circumstantial prevention, some of the persons surveyed would like the programme to focus more strongly on smoking prevention in outdoor areas at sports events and sports sites. In the area of behaviour prevention the persons responsible at sports associations and sports clubs would like the programme to focus more strongly on conveying competence skills to help prevent substance abuse rather than on demanding abstinence. This desired improvement possibly indicates that the redefining of the “Commitments” since the last evaluation has not yet been perceived by the public. But it is also conceivable that the new definition does not go far enough in the eyes of the responsible persons at sports associations and sports clubs.

In the eyes of the interviewed responsible persons at *sports sites and sports events*, the prevention concept of the programme focuses on the target group young people, and its positive and clear messages contribute to the positive image of “cool and clean”. In addition, they value the materials and personnel support from “cool and clean”. Even now, after the coming into force of the Swiss Federal Act on Protection from Passive Smoking, the majority of the interview participants are in favour of continuing the “cool and clean” programme. The decisive factors in this positive rating are the programme’s contribution to behaviour prevention among children and young people in the sports clubs as well as the programme’s general substance abuse prevention approach. In the view of the responsible persons at sports sites and sports events, the orientation of the “cool and clean” programme needs to be improved. In their view, it should focus more strongly on sports clubs than on sports sites operators, more on young people than on adults, and more on alcohol, drugs and doping prevention than on smoking prevention. There are probably two decisive reasons for this desired reorientation. First, since the coming into force of the Swiss Federal Act on Protection from Passive Smoking in 2010, the interview participants see less need for smoking preven-

tion in general and structural measures in particular. Second, they see the main benefit of the programme in its prevention work with young people.

The “cool and clean” programme has a positive image also among the *cantonal sports departments and prevention units* surveyed. The respondents say that this is because “cool and clean” is a national programme for prevention in sports that sends clear messages and focuses on all dependence-causing substances. The majority of the survey respondents rate the programme as important for alcohol, smoking and violence prevention as well as prevention in sports generally. Even now, after the coming into force of the Swiss Federal Act on Protection from Passive Smoking, the majority of the survey respondents are in favour of continuing the “cool and clean” programme. As the “cool and clean” programme’s most important contribution to smoking prevention, the persons surveyed emphasise the measures in the area of behaviour prevention (Commitments, community building, trainers as role models). In the area of circumstantial prevention, they say that the programme can contribute mainly towards no smoking outdoors at sports sites and sports events. However, there are some differences between cantonal sports departments and cantonal prevention units: The prevention units have a more sceptical attitude towards the “cool and clean” programme than the sports departments do. On the one hand, this can probably be attributed to the fact that the cantonal prevention units are less familiar with the programme than the sports departments are. On the other hand, certain responses of the prevention units indicate that they view the “cool and clean” programme as competition; this may be an indication that coordination with other prevention programmes is not yet optimal.

In summary, all of the actors surveyed gave the “cool and clean” programme a positive rating. In the area of smoking prevention, they emphasise mainly the programme’s contributions towards behaviour prevention among children and young people. In the view of the actors surveyed, the structural measures of the “cool and clean” programme have become much less important since the coming into force of the Swiss Federal Act on Protection from Passive Smoking. But there is possibly still a need for action concerning outdoor areas at sports sites and sports events.

Question 2: How do the persons responsible for training and for young people at sports associations and sports clubs as well as sports events organisers and operators of sports sites implement their “cool and clean” Commitments, and how do their activities differ from the activities of those who have not made “cool and clean” Commitments? What measures are taken in the area of smoking prevention?

Among the *sports associations* analysed, there are association activities at two levels to implement “cool and clean”: For one, most of the sports associations see themselves as disseminators, and they actively convey the message of the programme to their member associations. They do this, for example, by specifically recruiting participation in “cool and clean” in their internal and external communications, by using and distributing the “cool and clean” materials, and by informing people in their training courses and at meetings about the “cool and clean” programme and ways to prevent substance abuse. For another, the associations become active themselves and make all or some of their sports events non-smoking events or prohibit the sale of alcohol at events.

Among the *sports clubs* interviewed, the activities target primarily smoking prevention, mainly by conducting smoke-free sports events. However, the representatives of the sports clubs say that today, the majority of the public sports sites are non-smoking facilities; this makes it usually no longer necessary for them to issue their own bans on smoking. Alcohol prevention is also important, but here the club representatives interviewed report that it is difficult to push through a ban on the sale of alcohol internally in the sports clubs and/or in the private catering operations at the sports sites/facilities. In addition, approximately half of the sports clubs interviewed use the “cool and clean” programme materials at their events. All in all, the results show that sports clubs that have one or more youth sports teams participating in “cool and clean” put more effort into implementing “cool and clean” also beyond the activities of these youth teams than other sports clubs do.

In the area of smoking prevention, various structural measures are implemented by the *sports sites* and *sports events examined*. As a result of the coming into force of the Swiss Federal Act on Protection from Passive Smoking, smoking is strictly prohibited indoors at sports sites and sports events, both public and private. However, in the outdoor areas of sports sites, smoking bans are rare. In the vast majority of sports sites and at most sports events, the ban on smoking is communicated through the posting of no smoking signs. Compliance is checked frequently, with site personnel being instructed to do so. With a large majority, cigarette advertisements are not allowed at sports sites and sports events. There are differences between sports sites/events participating and sports sites/events not participating in “cool and clean” only in individual cases. One exception is bans on smoking outdoors, which are implemented by most of the sports sites and sports events participating in “cool and clean”.

In the area of alcohol prevention, the *sports events organisers* interviewed and the *gymnastics festivals* examined in three case studies implement various structural measures. Limiting the sale of alcohol is implemented at very few sports events. At the three gymnastics festivals it was largely possible to limit the sale of “alcopop” (beverages containing alcohol) and high-proof alcohol and to offer non-alcoholic beverages at lower prices than alcoholic beverages. Approximately 75% of the sports events examined usually check identity cards to assure compliance with the laws on sale of alcohol to minors. At the three gymnastics festivals, attendees were given coloured arm bands indicating their age group, and the helpers and persons in charge at the refreshment stands were instructed about the bands. For communication of the youth protection provisions in the area of alcohol, the sports events frequently hang posters. Advertisements for alcohol are banned only at about half of the sports events examined and at none of the three gymnastics festivals examined. But at a large majority of sports events and at the three gymnastics festivals no alcohol is served at victory celebrations. There are significant differences in the monitoring of compliance with the laws on sale of alcohol to minors between sports events participating in and sports events not participating in “cool and clean”: Sports events participating in the programme monitor compliance more frequently.

The “cool and clean” materials met with great approval among the interview participants. But despite their approval, they mention some points of criticism. There is a complaint that the paper posters are short-lived, as they tear easily. Some sports events

organisers find that the effort required to post the materials may be out of proportion to any benefits gained. They would like to have materials with added value, such as paper napkins, cups, tents, and counters. And finally, they find fault with the insufficient number of materials depots in Eastern Switzerland and Western Switzerland.

Question 3: What effects has “cool and clean” had on the work of the cantonal sports departments and prevention units?

The “cool and clean” programme has had an impact on the work of the cantonal sports departments and prevention units in a number of areas. In the area of linkage and networking, one-half of the cantonal sports departments and prevention units surveyed are of the opinion that “cool and clean” has had an effect on exchange between the sports and prevention areas in the canton. Regarding effects on *activities in the area of youth and sports*, one-third of the sports departments surveyed report that “cool and clean” has contributed to the conducting of smoke-free Youth and Sports (J+S) training camps and towards responsible use of alcohol. Regarding the impact of the *cantonal “cool and clean” ambassadors*, a majority of the sports departments find that thanks to the ambassadors, the sports departments were better able to actively approach the sports clubs and better advise them. Finally, regarding the effects of “cool and clean” on the sports environment generally, nearly two-thirds of the cantonal offices judge “cool and clean” to be effective in promoting fair and clean sports among young people aged 10-20. All in all, the prevention units’ estimates of the above-described impacts of “cool and clean” are lower than the estimates of the sports departments.

Question 4: In the eyes of heads of sports associations and sports clubs, has the “cool and clean” programme contributed to *further-reaching changes in the sports environment*? If so, what changes? In particular, have they observed further-reaching changes in the area of smoking prevention?

The changes in sports settings targeted by the “cool and clean” programme have only in part been successfully established at the sports associations and sports clubs. Only not quite one-third of the *sports associations* interviewed report that the topic of prevention of substance dependence is regularly on the agenda of association committees and other groups, and only one-fifth of the sports associations have set up a post for an addiction counsellor/advisor. In cases where such changes have become anchored in the organisations, most of the interview participants attribute this directly to “cool and clean” or its sub-programmes and forerunner programmes. There are not as many institutional changes to be found in the *sports clubs* as compared to the level of sports associations: Only one-fifth of the sports clubs interviewed have adopted statutes on sports ethics and/or substance abuse prevention, and only one in 10 sports clubs has appointed someone in charge of prevention of substance dependence. Other than these changes there are no further-reaching effects of the “cool and clean” programme to be found in the sports settings at sports clubs and associations. A majority of the heads of sports associations and sports clubs still believe that prevention is a task for sports. However, it is a cause for concern that acceptance of prevention as a task for sports has dropped over the course of the three evaluations of the programme. The changes with regard to smoking prevention are described in the following section.

Question 5: What is the opinion of the heads of sports associations and sports clubs, sports events organisers and operators of sports sites of the work of the “cool and clean” programme for *smoke-free sports facilities and sports events*, and do they participate in those efforts? What form does their participation take? What specific measures have been taken?

The interviews with the *sports associations and sports clubs* revealed that smoking in sports settings has been successfully reduced: Both the sports associations and sports clubs report that the number of smoke-free sports events has increased in the last five years and that today there is a lot less smoking at club activities. These effects are greater at sports clubs where one or more youth sports teams are participating in “cool and clean” than at sports clubs where no teams are participating in the programme.

Only in a few cases has the “cool and clean” programme led to an increase in the introduction of bans on smoking indoors at the sports sites and sports events examined in this study. It was the coming into force of the Swiss Federal Act on Protection from Passive Smoking in May 2010 that was decisive in banning smoking indoors. Many of the sports site operators and sports events organisers interviewed are of the opinion that the federal law and the general change in the public mindset regarding smoking have resulted in good compliance with the smoking prohibitions. Quite a few of the persons interviewed therefore saw further-reaching measures to push through smoking bans indoors at sports sites and sports events as unnecessary. However, regarding outdoor areas at sports sites and sports events, where bans on smoking are not as common, the efforts of the “cool and clean” programme are clearly recognizable (see Question 2 above). Here, the “cool and clean” programme continues to have great potential to promote the introduction of smoking prohibitions. It should be considered, however, that the measures are frequently viewed as unnecessary, and they are difficult to implement.

Question 6: How do heads of sports associations and sports clubs, sports sites and sports events rate the usefulness of the “cool and clean” programme’s activities in *alcohol prevention*?

With regard to alcohol prevention, the *sports associations and sports clubs* interviewed stress in particular the sensitisation aspect of the “cool and clean” activities. They report that “cool and clean” has fostered greater perception of and attention to the alcohol issue, especially by the young target groups. Further, they say that “cool and clean” and mainly the materials that it provides are sources of support for association-specific or club-specific alcohol prevention measures. However, with regard to the benefits of “cool and clean” for alcohol prevention the sports clubs and sports associations put forward the criticism that alcohol in the sports setting is often not seen as a problem and that for this reason, prevention efforts often fizzle out without effect. Moreover, moderate alcohol consumption is seen as a central part of sports club life.

Regarding the usefulness of the activities of the “cool and clean” programme for alcohol prevention, the assessments by the *sports events* representatives interviewed and the *gymnastics festivals* examined in the three case studies are mixed. According to the heads of sports events, the “cool and clean” programme fosters public awareness and sensitisation on alcohol prevention. It also contributes to compliance with the youth protection provisions on the sale of alcohol. Measures to boost compliance are more

frequently implemented by sports events that are participating in “cool and clean” than by sports events that are not participating (see Question 2 above). However, the case studies on the gymnastics festivals reveal that despite targeted measures to assure compliance with the laws governing sale of alcohol to minors, the ID (age) checking of minors at the gymnastics festivals achieved was only partially successful. And minors had access to alcoholic beverages via older sports club members.

Question 7: Do heads of sports associations and sports clubs, sports events organisers, operators of sports sites and cantonal sports departments and prevention units also undertake voluntary efforts supporting the objectives of “cool and clean”? If so, in what ways, and to what extent? Are they supported in their efforts by “cool and clean”? If so, in what ways, and to what extent?

Sports associations make the most voluntary efforts. About 50% of the heads of sports associations undertake voluntary efforts for smoking prevention, whereas about 25% of the cantonal offices, sports events and communal sports facilities and about 20% of the commercial sports sites undertake these efforts. Most frequently, the person interviewed/surveyed undertakes the efforts towards smoking prevention as president, trainer, or simply member in a sports club. Two-thirds of the persons undertaking voluntary efforts receive support from “cool and clean”; what they find the most helpful are the documents and materials provided by the programme. They say that the materials contain good ideas and that they are glad that they do not have to develop materials themselves.

RESULTS ON INDICATORS

Indicator 1: At midyear in 2011, “cool and clean” will have a presence at 360 sports events, reaching 450,000 persons. In addition, 300 further small events will use materials from the “cool and clean” programme.

Fulfilment of this first indicator is not clear, because Swiss Olympic only started recording exact data on the number of events, participants and attendees at the start of 2011. However, according to information from Swiss Olympic, the target goals of sports events with “cool and clean” were reached. These are projections based on analysis of the available data.

Indicator 2: 300 sports clubhouses (specifically declared not open to the public) will be non-smoking premises; 12 football stadiums will have non-smoking areas; 10 football fields will be smoke-free in the competition and spectator areas; 10 outdoor sports facilities (track and field, hard pitch) will be smoke-free; 10 outdoor swimming areas will have installed non-smoking areas; 5 open-air skating rinks will be smoke-free in the competition and spectator areas.

After the coming into force of the Swiss Federal Act on Protection from Passive Smoking, the focus of the “cool and clean” programme shifted from indoor areas at sports facilities to outdoor areas. The targets set by the “cool and clean” team for smoke-free outdoor areas have been largely achieved. The target goal of 300 smoke-free private sports clubhouses thanks to “cool and clean” was exceeded, with 322 sports clubhouses now smoke-free. The target goal of 12 football stadiums with non-smoking

sections was also exceeded, with 13 stadiums having designated smoke-free sections. Exceeding the target goal of 10, there are now 24 smoke-free outdoor sports facilities and 23 smoke-free football fields. After in-depth deliberation, it was decided not to implement measures at outdoor swimming areas and open-air skating rinks. All outdoor swimming areas are already smoke-free, and the remaining facilities have little to do with the core concerns of the Swiss Olympic Association – organised sports. There are hardly any open-air skating rinks still in existence in Switzerland.

Indicator 3: Compared to the year 2007, the cantonal and communal health promotion and prevention units will again show an increase in activities in sports. Ongoing agreements will be in place with all cantonal sports departments and cantonal prevention units.

This indicator was fulfilled in part. Since 2007, the health promotion and prevention units have increased their activities in sports. These activities took place mainly through the interdisciplinary *Jugend+Sport* [Youth and Sports] modules. Representatives of the prevention units were integrated in the module in the Cantons of Aargau, Bern, Jura, Lucerne, Vaud and Zurich. In 2010, 17 interdisciplinary *Jugend+Sport* [Youth and Sports] modules were conducted on substance dependence and six on violence. However, agreements are in place not with all cantons but rather with only seven cantons. These seven have appointed cantonal ambassadors for the “cool and clean” programme. These ambassadors, financed by the cantonal sports departments and the “cool and clean” programme, advise the sports clubs in the area of substance dependence prevention. In addition, “cool and clean” maintains good personal contact with all cantonal sports departments and prevention units.

RECOMMENDATIONS

Based on the results of this evaluation study, we make five recommendations.

Recommendation 1: Continue “cool and clean”, with modifications

We recommend continuing the “cool and clean programme” for the following two reasons:

The programme is established: Since its launching in 2005, “cool and clean” has become a well-known programme among wide circles. “Cool and clean” enjoys a consistently positive image among heads of sports associations and sports clubs, sports events, sports sites/facilities and among cantonal offices. “Cool and clean” has made a decisive contribution to establishing the issue of prevention in the organised sports sector.

The programme is effective: The “cool and clean” programme has had an impact in a number of areas. Regarding outdoor areas at sports sites, “cool and clean” furthered the introduction of bans on smoking. The programme succeeded in sensitising sports events organisers to the importance of the youth protection provisions regarding alcohol. Through various measures, the programme achieved an increase in linkages and networking between actors in sports and actors in prevention. At sports clubs where youth teams participate in “cool and clean”, the effects in the areas of smoking and

alcohol prevention are greater than at other sports clubs. At sports associations, institutional anchoring of the desired changes is mostly directly attributable to the “cool and clean” programme or its sub-programmes and forerunner programmes.

Despite the fundamentally positive rating of “cool and clean”, the evaluation study also identified ways to optimise the programme. Through recommendations 2-5 below, the effectiveness potential of the programme could be even better maximised and the sustainability of the triggered effects increased. There is unexploited potential in particular in alcohol prevention and in strengthening behaviour prevention measures in the area of smoking.

Recommendation 2: Redefine the focus in smoking prevention

This evaluation study found that when the Swiss Federal Act on Protection from Passive Smoking came into force, indoor areas at sports sites and sports events were made non-smoking areas. Owing to the change in the public mindset in the past few years, the bans on smoking are well respected. Due to these developments, more extensive support on the part of the “cool and clean” programme in the area of indoor smoking is therefore not needed. All of the actors surveyed in this study are of the opinion that a programme such as “cool and clean” is still needed after the coming into force of the federal act. However, modifications in two directions are necessary:

Focus on outdoor areas in the sub-programme Sports Sites: Measures in the sub-programme *Sports Sites* should focus on outdoor areas at sports sites and facilities. This makes sense, because for one, only a minority of sports facilities and sports events have instituted smoking bans in outdoor spaces and, for another, “cool and clean” aids the introduction of outdoor smoking bans. However, it should be considered that outdoor smoking measures are frequently seen as unnecessary, and they are difficult to implement. To persuade the persons in charge, therefore, good arguments are needed. Here, it will be important, first of all, to work with a clear and comprehensible definition of “outdoor area”. Using the argument that sports and smoking are a contradiction, smoking bans should be limited mainly to outdoor sporting competition areas and playing fields and the adjoining spectator area. Other zones, such as entrances to sports facilities, should be exempted from the measures. Second, it could be pointed out that a smoking ban will result in reduced odours and reduced costs for cleaning. Third, “cool and clean” could publicise positive experiences with smoking bans at competition grounds and playing fields, which met with great acceptance on the part of participants and spectators at the three gymnastics festivals, for example.

Focus on the measures in the sub-programme Youth Sports: The Swiss Federal Act on Protection from Passive Smoking changes young people’s environments but not their behaviour. The actors surveyed in this study report that tobacco smoking is still widespread among young people, and they are unanimous in their opinion that measures to prevent smoking initiation are needed. For this reason, the measures in the sub-programme *Youth Sports* should be continued. However, the measures should take into stronger consideration any differences between different sports, boys and girls, and age groups (see also evaluation sub-studies 2 and 4).

Recommendation 3: Optimise the measures in alcohol prevention

In the area of alcohol prevention, this evaluation study has identified ways to optimise several of the sub-programmes of “cool and clean”. They are outlined in the following.

Optimise alcohol prevention measures in the sub-programme cool and clean-Sports Events: The evaluation study has identified three ways to optimise the sub-programme *Sports Events*:

- *First*, compliance with the youth protection provisions in the area of alcohol was not 100% at the three gymnastics festivals examined. Therefore, the “cool and clean” programme should encourage the event organisers to assure compliance with the laws via the contracts/agreements with the caterers.
- *Second*, the presence of sponsoring by alcohol companies at sports events is still strong. In order to offer sports event organisers an alternative, the possibility of cooperation between “cool and clean” and non-alcoholic beverage manufacturers and suppliers should be examined (sports drinks, juices, mineral water, etc.).
- *Third*, for sports event organisers, the effort required to implement the alcohol prevention measures suggested by the “cool and clean” programme is relatively great compared to the benefit. “Cool and clean” should therefore provide sports event organisers with more materials that have added value, such as tents, tables, counters, paper napkins and cups. To be able to provide, or finance, materials of this kind, “cool and clean” could work with non-alcoholic beverage manufacturers.

Include alcohol prevention measures in the sub-programme “cool and clean”-Sports Sites: The sub-programme *Sports Sites* currently addresses only the establishment of smoke-free sports facilities. Measures to enforce protection of minors in the area of alcohol and to restrict the sale of alcoholic beverages are not a part of this sub-programme. However, our survey of the sports clubs brought to light that at sports events, the clubs frequently do not have the authority to make decisions regarding implementation of and compliance with these measures; instead, the matter is in the hands of the caterers at the sports facilities. It is therefore very important for the heads of the sports facilities to be included in the measures in the area of alcohol prevention.

Improve communication of the alcohol prevention measures in the sub-programme “cool and clean”-Youth Sports: The interviews with the sports associations and sports clubs revealed that many people are not aware of the “cool and clean” programme’s redefinition of Commitment 4, which was changed from a promise to abstain from all alcohol to a promise to use alcohol, if at all, responsibly. Therefore, “cool and clean” needs to communicate its alcohol prevention messages more precisely and clearly (see also evaluation sub-studies 1, 2 and 4). “Cool and clean” should put particular emphasis on the following four points in its communications:

- *Youth protection:* “cool and clean” supports compliance with the youth protection provisions concerning alcohol. No alcohol may be sold to young persons below the age of 16.

- *Competence skills to help prevent alcohol abuse:* “cool and clean” should help older young persons to acquire the necessary competence skills to consume beer and wine (age 16–17) and spirits and alcopops (age 18 and older) *responsibly*.
- *Problematic consumption:* “cool and clean” fights against problem consumption of alcohol. Excessive consumption of alcohol, such as binge drinking, is not only harmful to a person’s health but also endangers the lives of others, such as in the case of violent rioting at sports events.
- *Adults as role models:* Heads, trainers and adult members at sports clubs have an important role to play as models of responsible drinking for young sportspersons. Giving alcohol to young persons below the age of 16 is not acceptable.

Recommendation 4: Continue prevention of use of all dependence-causing substances

According to many of the persons surveyed, one of the strengths of “cool and clean” is the programme’s focus on all dependence-causing substances. Some of the persons surveyed are of the opinion that in addition to tobacco, the programme should focus its prevention work more strongly on other substances, such as alcohol and doping. However, the smoking prevention foundation that provides the main funding for the “cool and clean” programme is bound by law to grant its funds for its specific purpose. For this reason, it is recommendable for “cool and clean” to continue its efforts to obtain funding from further sources (National Programme Alcohol, *Alkoholzehntel* (10% of the tax revenues on alcohol go to combat causes and effects of alcoholism)). In addition, Swiss Olympic could lobby for non-specific (all-substance) funding for substance abuse prevention programmes. To do this, it could seek contacts with politically active sports officials and other proponents of all-substance prevention programmes, such as the three federal commissions: Federal Commission for Alcohol-Related Questions (EKAL), Federal Commission for Drug Issues (EKDF) and Federal Commission on Tobacco Prevention (EKTP).

Recommendation 5: Intensify contacts and networking with the prevention units

The “cool and clean” programme has demonstrably contributed to networking between actors in the two areas of sports and prevention. However, the effects of networking are more noticeable to the cantonal sports departments surveyed than to the prevention units. The prevention units are less familiar with “cool and clean” and are more sceptical with regard to the programme’s image, concept and effects than the sports departments are. One reason for this critical stance is probably that fact that the cantonal prevention units are less familiar with the programme. But certain responses of the units surveyed also indicate that the prevention units see “cool and clean” as competition and that coordination with other prevention programmes is not yet optimal. We therefore recommend that “cool and clean” increases its networking with the prevention units. For one, the prevention units in further cantons should be included in the conducting of the interdisciplinary *Jugend+Sport* [Youth and Sports] modules. And for another, the prevention units should be included more often in the programme’s cooperation with sports events.

I EINLEITUNG

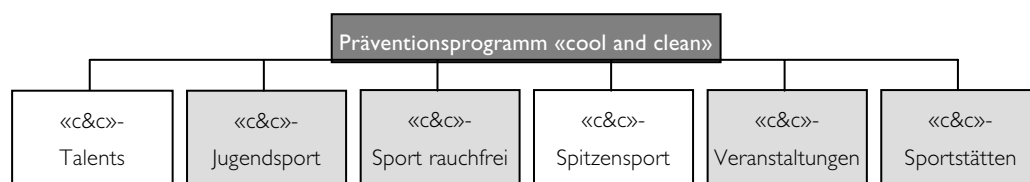
Im Sommer 2004 haben das Bundesamt für Gesundheit (BAG), das Bundesamt für Sport (BASPO) und die Swiss Olympic Association als Dachorganisation der Schweizer Sportverbände ihre sportspezifischen Präventionsprojekte in einem einzigen Programm zusammengefasst: «cool and clean» («c&c») als bedeutendstes Programm für Prävention und Gesundheitsförderung im Sport mit Schwerpunkt Jugendsport wurde lanciert. 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 Örtlichkeiten vor dem Sport, während dem Sport und direkt nach dem Sport. «cool and clean» verfolgt einen ganzheitlichen Präventionsansatz mit dem Thema Tabakkonsum als Schwerpunkt. Konkret will das Programm *informieren*, sodass fairer sowie doping- und suchtmittelfreier Sport zu einer Selbstverständlichkeit wird; *verpflichten*, sodass vorbildhaftes Verhalten von Sportlerinnen/Sportlern suchtpreventiv wirkt; *Verhältnisse verändern*, sodass sie für Jugendliche suchtpreventiv wirken sowie *vernetzen*, damit Suchtprevention und Sport selbstverständlich zusammenwirken.

Die Swiss Olympic Association lässt eine externe Evaluationsstudie zu «cool and clean» durchführen, welche in vier Teilstudien gegliedert ist. Interface Politikstudien Forschung Beratung wurde mit der Durchführung einer der Teilstudien beauftragt.¹ Ziel war es, die Auswirkungen des Programms «cool and clean» auf Institutionen zu analysieren. Im Zentrum der Evaluation stand erstens die Frage, welche Veränderungen das Programm bei Verbands- und Vereinsleitungen, Veranstaltern, Verantwortlichen von Sportanlagen sowie bei kantonalen Stellen bewirkt hat und zweitens, wie diese institutionellen Zielgruppen das Programm «cool and clean» beurteilen. Nachfolgend wird das Präventionsprogramm «c&c» kurz vorgestellt.

I.1 «COOL AND CLEAN» — EIN KURZES PORTRÄT

Das Präventionsprogramm «c&c» umfasst sechs Teilprogramme, wie folgende Grafik veranschaulicht.

D I.1: Teilprogramme von «cool and clean»



Legende: Grau eingefärbt sind jene Teilprogramme, die von der vorliegenden Teilevaluation betroffen sind.

¹ Die drei weiteren Teilevaluationen widmeten sich folgenden Themen: «cool and clean» – Unterschiede zwischen teilnehmenden und nicht teilnehmenden Jugendlichen (Teilstudie 1); Auswirkung von «cool and clean» auf Trainer/-innen, Lehrer/-innen und Leiter/-innen (Teilstudie 2); Resonanz von «cool and clean» bei Spitzensportlern und Bevölkerung (Teilstudie 4).

Vier dieser Teilprogramme zielen zumindest teilweise auf institutionelle Veränderungen im Setting Sport ab, welche im Zentrum der vorliegenden Evaluation stehen.

«cool and clean»-Jugendsport

«c&c»-Jugendsport richtet sich an Jugendliche und Leitende in Sportvereinen sowie an kantonale Sportämter und Präventionsstellen und startete im Jahr 2005. Seit März 2006 können sich Jugendleiter/-innen und ihre Teams bei «c&c» einschreiben, indem sie die fünf Commitments² im Internet unterschreiben.³ Das Teilprogramm Jugendsport ist das Kernstück des Programms «c&c» und verfolgt dieselben Ziele wie das Gesamtprogramm (s. oben). Im Zusammenhang mit der vorliegenden Teilstudie interessieren die Zielgruppen der Sportämter und Präventionsstellen. Bei den Sportämtern steht die Integration von «c&c» in die kantonalen Sportlager sowie in die J+S-Aus- und Weiterbildung im Vordergrund. Die Sportämter dienen damit auch als Zugang zur Schlüsselzielgruppe: den Jugendsport-Leitenden. Sie werden dabei von Präventionsstellen unterstützt, was zu einer Vernetzung zwischen dem Sport- und Präventionsbereich führen soll.

«cool and clean»-Veranstaltungen

Das Teilprogramm «c&c»-Veranstaltungen startete im Herbst 2006 und richtet sich an Organisatoren und Veranstalter von Sportanlässen. Dazu gehören sowohl Verbände und Vereine als auch weitere private Veranstalter von Events im sportlichen Umfeld. Das Teilprogramm hat die Absicht, die Verhältnisprävention im Setting Sport zu fördern. Konkret sollen die Sportveranstaltungen rauchfrei durchgeführt und der Jugendschutz beim Alkoholausschank eingehalten werden. Zudem soll auch ein Imageeffekt erreicht werden, indem «cool and clean» eine Plattform gegeben und die Botschaft in einem breiten sportlichen Umfeld verankert wird. Zielgruppen des Teilprogramms sind Sportleiterinnen und -leiter, Zuschauer/-innen, das sportliche Umfeld (Eltern, Funktionäre), aber auch junge Athletinnen und Athleten sowie Medienschaffende und Persönlichkeiten. Nebst Beratungsleistungen und einem finanziellen Beitrag stellt «cool and clean» den Veranstaltern Standard-Materialpackages⁴ zusammen, die je nach Bedürfnis auch individuell angepasst werden können. Als Gegenleistung unterschreibt der Veranstalter vor dem Anlass eine Vereinbarung, dass er «cool and clean» gemäss Absprache umsetzt.⁵

«cool and clean»-Sportstätten

Das Teilprogramm «c&c»-Sportstätten richtet sich an die Verantwortlichen von Sportstätten. Dazu zählen sowohl Gemeinden als auch private Besitzer wie zum Beispiel

² 1. Ich will meine Ziele erreichen! 2. Ich verhalte mich fair! 3. Ich leiste ohne Doping! 4. Ich meide Tabak, Alkohol und Cannabis! weiter formulieren die Teilnehmer/-innen ein eigenes, für das Team respektive für den/die Einzelsportler/-in gültiges Commitment.

³ Vgl. <<http://www.coolandclean.ch/desktopdefault.aspx>>

⁴ Bestehend aus Jugendschutz-Plakaten (deutsch, französisch, italienisch), Jugendschutz-Buttons (deutsch, französisch, italienisch), Rauchverbot-Plakaten A3/A4 (deutsch, französisch, italienisch, englisch), Rauchverbot-Tischkärtchen oder Tischsteller (deutsch, französisch, italienisch), Rauchfrei-Jingle (deutsch, französisch), Gery-Display-Rauchverbot, Rauchfrei-Absperrband, «cool and clean»-Kommunikationsmaterial, Plastikbanner (deutsch, französisch, italienisch), Jingle Promotion von «cool and clean», Promotionsmaterial «cool and clean» (Broschüren), «cool and clean»-Ausleihmaterial: Bar, Gery-Display, Beach Flags, nach Absprache: Auftritt «cool and clean»-Dance-Company, «cool and clean»-Iglu.

⁵ Vgl. <<http://www.coolandclean.ch>>

Sportclubs. Das Teilprogramm hat zum Ziel, dass die nationalen, kantonalen und kommunalen Sportstätten und die darauf stattfindenden Anlässe rauchfrei sind. Der Entscheid muss im Reglement der Sportstätten festgehalten sein und die ganze Anlage soll mit «c&c»-Material gekennzeichnet werden. Zu diesem Zweck werden den Sportanlagenverantwortlichen Umsetzungsvorschläge sowie diverses Material zur Verfügung gestellt.

«cool and clean»-Sport rauchfrei

«c&c»-Sport rauchfrei will dem gesamten sporttreibenden Teil der Bevölkerung die Anliegen der Tabakprävention näherbringen und startete früher als «cool and clean», nämlich bereits 2003. Es besteht im Wesentlichen aus einem Wettbewerb für Sportvereine. Der Verein⁶ verpflichtet sich, dass seine Mitglieder vor, während und nach den sportlichen Aktivitäten nicht rauchen. Neu müssen die Vereine zudem die Ethik-Charta im Sport inklusive den Anhang Sport rauchfrei in ihre Statuten aufnehmen. Als Gegenleistung nimmt der Verein an einem Wettbewerb um finanzielle Beiträge in die Vereinskasse teil.

Zwei weitere Teilprogramme sind nicht Gegenstand der Studie. «cool and clean»-Talents konzentriert sich auf den Jugendwettkampfsport und verpflichtet sowohl Sportler/-innen als auch Trainer/-innen, die «cool and clean»-Commitments einzuhalten. «cool and clean»-Spitzensport richtet sich an Spitzensportler und verpflichtet diese, als Vorbilder zu agieren.

1.2 AUFBAU DES BERICHTS

Der Bericht ist in vier Teile gegliedert. Im vorliegenden ersten Kapitel wurde die Ausgangslage des Programms «cool and clean» beschrieben. Im zweiten Kapitel wird auf die Fragestellungen und das methodische Vorgehen der Evaluation eingegangen. Im dritten Kapitel werden die Resultate zum Konzept, der Umsetzung und den Wirkungen von «cool and clean» dargelegt. Die Beantwortung der Evaluationsfragen und die Empfehlungen folgen in Kapitel vier.

1.3 DANK

Wir möchten uns an dieser Stelle bei allen befragten Jugendverantwortlichen von Vereinen und Verbänden, den Verantwortlichen von Sportanlagen sowie den Sportveranstaltern bedanken. Ein Dank geht auch an die zuständigen Personen von Swiss Olympic, die jederzeit für Rückfragen offen waren und uns die notwendige Unterstützung gewährten.

⁶ Seit 2007 können auch einzelne Teams am Wettbewerb „Sport rauchfrei“ teilnehmen.

In diesem Kapitel werden zunächst die Fragestellungen präsentiert (Abschnitt 2.1), bevor das Vorgehen der Datenerhebung detailliert beschrieben wird (Abschnitt 2.2) und die Möglichkeiten und Grenzen der Untersuchung aufgezeigt werden (Abschnitt 2.3).

2.1 FRAGESTELLUNGEN

Um die Wirkungen des Programms «cool and clean» auf die Institutionen zu analysieren, waren für die Evaluation folgende Fragen handlungsleitend:

- *Frage 1:* Wie beurteilen Ausbildungs- oder Jugendverantwortliche von Verbänden und Vereinen, Veranstalter, Besitzer von Sportanlagen sowie kantonale Stellen «cool and clean» und insbesondere Aktivitäten im Bereich Tabakprävention? Welche Rolle spielt ihrer Ansicht nach «cool and clean» in der Tabakprävention?
- *Frage 2:* Wie setzen Ausbildungs- oder Jugendverantwortliche von Verbänden und Vereinen sowie Veranstalter und Sportanlagenverantwortliche ihr «cool and clean»-Commitment um und wie unterscheiden sich ihre Aktivitäten von denjenigen ohne entsprechende Verpflichtungen?⁷ Welche Massnahmen werden im Bereich der Tabakprävention ergriffen?
- *Frage 3:* Welche Auswirkungen hat «cool and clean» auf die Arbeit der kantonalen Präventionsstellen und Sportämter?⁸
- *Frage 4:* Hat das Programm «cool and clean» in den Augen von Verbands- und Vereinsverantwortlichen zu weitergehenden Veränderungen im Setting Sport beigetragen? Wenn ja, zu welchen? Sind insbesondere weitergehende Veränderungen in Bezug auf die Tabakprävention zu beobachten?
- *Frage 5:* In welcher Weise nehmen Verbands- und Vereinsverantwortliche sowie Veranstalter und Sportanlagenverantwortliche das Engagement von «cool and clean» für rauchfreie Sportanlagen und Veranstaltungen wahr beziehungsweise wirken daran mit? In welcher Form findet eine allfällige Mitwirkung statt? Welche konkreten Massnahmen wurden umgesetzt?
- *Frage 6:* Wie wird die Nützlichkeit der Aktivitäten von «cool and clean» hinsichtlich der Alkoholprävention von Verantwortlichen von Verbänden, Vereinen, Sportanlagen und Sportveranstaltungen beurteilt?
- *Frage 7:* Ob, auf welche Weise und in welchem Umfang engagieren sich Verantwortliche von Verbänden, Vereinen, Sportanlagen, Sportveranstaltungen sowie kantonalen Präventions- und Sportfachstellen auch ehrenamtlich für die Anliegen

⁷ Bei den Veranstaltern und den Sportanlagen geht es in erster Linie um Rauchfreiheit. Betreiber von Sportanlagen sind zu 90 Prozent Gemeinden.

⁸ Bei den Fachstellen für Prävention steht die Intensivierung der Kontakte zum Setting Sport im Zentrum (Leiterinnen und Leiter von Sportvereinen etc.).

von «cool and clean»? Ob, auf welche Weise und in welchem Umfang werden sie dabei von «cool and clean» unterstützt?

Weiter war es Aufgabe der Evaluation, die Werte der folgenden Indikatoren zu erheben:

- «cool and clean» ist bis Mitte 2011 an 360 Sportveranstaltungen präsent und erreicht 450'000 Personen. Zudem nutzen 300 weitere kleine Veranstaltungen Materialien von «cool and clean».
- 300 Clubhäuser, 12 Fussballstadien, 10 Aussensportanlagen, 10 Freibäder (rauchfreie Sektoren), 10 Fussballfelder (Wettkampf- und Zuschauerbereich), 5 offene Eisfelder (Wettkampf- und Zuschauerbereich) sowie 5 Restaurationsbetriebe sind bis Mitte 2011 mit «cool and clean» rauchfrei geworden.
- Die kantonalen und kommunalen Fachstellen für Gesundheitsförderung und Prävention verzeichnen gegenüber 2007 eine weitere Zunahme von Aktivitäten mit dem Sport. Laufende Verträge mit allen kantonalen Sportämtern und kantonalen Präventionsfachstellen sind vorhanden.

2.2 METHODISCHES VORGEHEN

Für die Beantwortung der Fragestellungen wurden verschiedene qualitative und quantitative Erhebungsmethoden kombiniert (so genannte methodische Triangulation). Das bedeutet, dass der Evaluationsgegenstand aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet wurde und eine breit abgestützte Datenbasis zur Beantwortung der Evaluationsfragen zur Verfügung stand. Die Untersuchung baut auf insgesamt vier empirischen Grundlagen auf: Grundlagenerarbeitung (Abschnitt 2.2.1), telefonische Befragungen (Abschnitt 2.2.2), Online-Befragung (Abschnitt 2.2.3) und Fallstudien (Abschnitt 2.2.4).

Im Rahmen der Untersuchungen wurden drei Arten von Evaluationsvergleichen durchgeführt:

- *Soll-Ist-Vergleiche* stellen die «c&c»-Ziele den tatsächlichen Ergebnissen gegenüber. Bei der geplanten Evaluation wird diese Art von Vergleichen für die Beantwortung der Fragen 1 bis 5 angewendet.
- *Längsschnittvergleiche* beurteilen einen bestimmten Zustand vor und nach der Intervention von «cool and clean» respektive die Entwicklung eines Zustands über einen gewissen Zeitraum. Eine solche Entwicklung kann aufgrund der Erhebung zu drei verschiedenen Zeitpunkten (2006/07, 2008/09, 2010/11) nachgezeichnet werden. Dieser Vergleich wird für die Fragen 1 bis 5 angewendet.
- In der vorgesehenen Evaluation sind zur Beantwortung der Fragen 1 bis 4 *Quervergleiche* vorgesehen, um Unterschiede in der Beurteilung von «c&c» einerseits sowie in den Aktivitäten zwischen Akteuren mit und ohne «c&c»-Engagement andererseits eruieren zu können.

2.2.1 GRUNDLAGENERARBEITUNG

Ausgangspunkt der Evaluation bildete die Auswertung der verfügbaren Dokumente und Grundlagen. Diese Analyse wurde ergänzt durch Experteninterviews mit Verantwortlichen von «cool and clean». Ziel der Grundlagenerarbeitung war es erstens, die aktuellen Aktivitäten von «cool and clean» bei den zu untersuchenden Zielgruppen im Detail kennen zu lernen. Zweitens diente sie dazu, die zu überprüfenden Ziele und Indikatoren zu konkretisieren und so einen Referenzrahmen für die nachfolgenden Soll-Ist-Vergleiche zu schaffen.

2.2.2 TELEFONISCHE BEFRAGUNGEN

Basierend auf den Ergebnissen der Dokumentenanalyse und der Expertengespräche mit den Programmverantwortlichen wurden die telefonischen Befragungen konzipiert. Die teilstandardisierten Erhebungen orientierten sich am Vorgehen in der Erhebungsphase 2008/09. Die Erfahrungen aus dieser letzten Erhebungsphase hatten gezeigt, dass insbesondere die offenen Fragestellungen aufschlussreiche Informationen lieferten. Aus diesem Grunde enthielten die Fragebogen für die Erhebungsphase 2010/11 nur noch jene geschlossenen Fragen, welche dem Längsschnitt dienten. Die übrigen geschlossenen Fragen wurden durch offene Fragestellungen ersetzt. Die telefonischen Befragungen dienten dazu, eine Übersicht über die Wirkung und Verankerung von «cool and clean» bei den folgenden drei Zielgruppen zu gewinnen:

Befragung von Ausbildungs-/Jugendverantwortlichen von Verbänden und Vereinen

Grundsätzlich wurden Ausbildungs- respektive Jugendverantwortliche derselben Verbände und Vereine wie in den Erhebungsphasen 2006/07 und 2008/09 interviewt. Bei den Vereinen wurde von «cool and clean» die Befragung von zehn partizipierenden und zehn nicht partizipierenden Vereinen gewünscht. Um diese Vorgabe einzuhalten wurden aus der Erhebungsphase 2006/07 zusätzlich fünf nicht partizipierende Vereine hinzugezogen. Bei der Wahl dieser Vereine wurde auf eine ausgewogene Vertretung der Sprachregionen und Sportarten geachtet.

Befragung von Sportanlagenverantwortlichen

In diese Befragung wurden drei Typen von Sportanlagenverantwortlichen eingeschlossen:

- *Gemeinden:* Die Gemeinden wurden als Besitzer von Sport- und Mehrzweckanlagen befragt. Die insgesamt neun Gemeinden wurden nach folgenden Kriterien ausgewählt:
 - a) drei Gemeinden mit einem Rauchverbot auf ihrer Anlage
 - b) drei Gemeinden mit einer Sportanlage ohne Rauchverbot, welche aber «c&c»-Material bestellt haben
 - c) drei Gemeinden ohne Rauchverbot und ohne Interesse an «c&c»-Material

Befragt wurden erneut vier Gemeinden aus der Erhebungsphase 2008/09, die zu diesem Befragungszeitpunkt kein Rauchverbot hatten. Zusätzlich wurden aus der

Studie zu Gemeinden als Sportstättenbetreiber fünf weitere Gemeinden zufällig gezogen.⁹ Dabei wurde auch die Sprachregionale Verteilung berücksichtigt.

- *Kommerzielle Stadien:* Es wurden vier Verantwortliche von grossen kommerziellen Fussballstadien und ein Verantwortlicher eines Eishockeystadions interviewt. Die fünf Interviewten wurden bereits in der Erhebungsphase 2008/07 befragt. Zu diesem Zeitpunkt waren die Sportanlagen nicht oder nur teilweise rauchfrei.
- *Kleine Sportanlagen:* Die Auswahl der Verantwortlichen von kleinen Sportanlagen erfolgte in Absprache mit «cool and clean». Mit Eishockey, Fussball, Golf, Kampfsport, Schiessen, Tennis und Wassersport wurden sieben Sportanlagentypen befragt. Davon wurde je ein bei «cool and clean» teilnehmender respektive nicht teilnehmender Sportanlagenverantwortlicher interviewt. Da es trotz mehrfachen Versuchen nicht gelang, den teilnehmenden Golfbetreiber zu interviewen, wurden drei Verantwortliche von Wassersportanlagen befragt. Dazu zählen zwei Kanuvereine und ein Segelverein.

Befragung von Veranstaltern

Es wurden insgesamt sechzehn Veranstalter befragt. Davon entfielen je vier Veranstaltungen auf die Kategorien „International“ (z.B. Tour de Romandie), „National“ (z.B. Schweizer Meisterschaften), „Public“ (Veranstaltungen mit vielen Zuschauern wie Engadiner Skimarathon) und „Basic“ (kleinere Veranstaltungen wie Kinderwettkampf des Damenturnvereins Ramsen). Pro Kategorie wurden je drei bei «cool and clean» teilnehmende und ein nicht teilnehmender Veranstalter interviewt. Aus einer von «cool and clean» zur Verfügung gestellten Adressdatei wurden die Veranstaltungen pro Kategorie zufällig gezogen. Bei der Ziehung wurde jedoch auf eine gute Vertretung der Sprachregionen und der Sportarten geachtet.

2.2.3 ONLINE-BEFragung

Bei den kantonalen Stellen wurde eine repräsentative Vollerhebung durchgeführt. «cool and clean» stellte Interface eine Adressliste mit allen Personen in kantonalen Suchtpräventionsstellen und Sportämtern zur Verfügung, mit denen eine Zusammenarbeit besteht.¹⁰ Diese Personen erhielten ein E-Mail mit dem Link zur Online-Befragung. Trotz einem Erinnerungsmail und telefonischen Nachfragen gelang es nicht, wie geplant aus allen Kantonen sowohl eine Antwort von einer Suchtpräventionsstelle als auch dem Sportamt zu erhalten. Bei den Sportämtern liegen Antworten aus 22 Kantonen respektive von 24 Personen vor. Bei den Präventionsfachstellen sind es 20 Kantone und 25 Personen (vgl. Anhang A6). Die Online-Befragung gibt Aufschluss darüber, ob und wie eine Entwicklung der Wirkung von «cool and clean» auf diese Stellen stattgefunden hat, insbesondere in Bezug auf die Vernetzung.

⁹ Balthasar, A.; Biebricher, M.; Fässler, S. (2007): «cool and clean»: Bestandesaufnahme der rauchfreien Sportanlagen in der Schweiz, Schlussbericht zuhanden von Swiss Olympic, Luzern.

¹⁰ Bei den Suchtpräventionsstellen hat «cool and clean» in der Regel mehrere Ansprechpartner in einem Kanton. So gibt es beispielsweise in der Westschweiz einerseits Organisationen, die sich um die Tabakprävention kümmern und andererseits auf die Alkoholprävention ausgerichtete Institutionen.

2.2.4 FALLSTUDIEN VON DREI TURNFESTEN

Um die Umsetzung und die Wirkung der «cool and clean»-Massnahmen an Turnfesten zu beurteilen, wurden Fallstudien am Aargauer Kantonturnfest, am Zürcher Kantonturnfest und am Kreisturnfest Seerücken durchgeführt. Für die Erarbeitung der Fallstudien wurden die drei nachfolgenden Erhebungsmethoden kombiniert:

Interviews mit Verantwortlichen des Organisationskomitees

Mit je einem Ansprechpartner von «cool and clean» der Organisationskomitees der drei Turnfeste wurde ein Interview geführt. Grundlage für das Interview bildete der Interviewleitfaden für die Sportveranstalter, wobei die Fragen zur Alkoholprävention und zu «cool and clean» im Vordergrund standen (vgl. Fragebogen im Anhang A3.2).

Beobachtungen vor Ort

Das Evaluationsteam begab sich vor Ort, um die Umsetzung der «cool and clean»-Massnahmen mittels Fotos und eines Beobachtungsrasters zu dokumentieren (vgl. Beobachtungsraster im Anhang A4).

Befragung von Jugendlichen

Pro Turnfest befragte das Evaluationsteam 50 zufällig ausgewählte Jugendliche. Gegenstand der standardisierten Kurzinterviews waren die Sichtung von «cool and clean»-Kommunikationsmitteln auf dem Gelände des Turnfestes sowie die Akzeptanz dieser Materialien. Weiter wurden die Jugendlichen zu ihrem Alkoholkonsum am Turnfest respektive zu den Gründen für ihre Abstinenz befragt (vgl. Fragebogen im Anhang A3.4).

Um Vergleichbarkeit der Resultate der drei Befragungen sicherzustellen, wurde darauf geachtet, dass die Interviews unter möglichst vergleichbaren Bedingungen stattfinden (vgl. Darstellung D 2.1).

- *Geschlecht:* An allen Turnfesten wurden jeweils 50 Prozent junge Frauen und 50 Prozent junge Männer befragt.
- *Alter:* An allen Turnfesten wurden Jugendliche zwischen 15 und 20 Jahren interviewt. Für die Auswertung waren die drei farbig markierten Altersgruppen entscheidend (rot = kein Alkoholkonsum erlaubt, orange = nur niederprozentiger Alkohol erlaubt, grün = alle alkoholischen Getränke erlaubt). Am Aargauer Kantonturnfest waren die 16- bis 17-Jährigen leicht über- und die 18- bis 20-Jährigen leicht untervertreten.
- *Aktivität:* Eine grosse Mehrheit der befragten Jugendlichen nahm als aktive Sportler und nicht als Zuschauer an der Umfrage teil. Am Zürcher Kantonturnfest waren die Zuschauer im Vergleich zu den anderen beiden Zuschauern untervertreten. Dies ist möglicherweise darauf zurückzuführen, dass das Gelände des Turnfestes relativ abgelegen war. Zudem fand die Erhebung an einem Freitag statt, an dem viele potenzielle Zuschauer arbeiten mussten. Am Kreisturnfest Seerücken wurden die Erhebungen dagegen an einem Samstag und am Aargauer Kantonturnfest am Fronleichnamswochenende durchgeführt.

- *Alkoholkonsum:* Die grosse Mehrheit der Jugendlichen wurde zum Befragungszeitpunkt ohne Alkohol angetroffen. Unterschiede zwischen den Turnfesten gibt es keine.
- *Zeitpunkt:* An allen Turnfesten wurde je eine Hälfte der Jugendlichen zwischen 12 und 16 Uhr respektive 16 und 20 Uhr befragt.
- *Ort:* An den Aargauer und Zürcher Kantonalturfesten wurde rund ein Drittel der Gespräche auf dem Wettkampf- und zwei Drittel auf dem Festgelände durchgeführt. Am Kreisturnfest Seerücken war das Verhältnis genau umgekehrt. Aufgrund der kleinen Grösse des Turnfestes war die Abgrenzung zwischen Wettkampf- und Festgelände jedoch schwierig.

D 2.1: Charakteristiken der befragten Jugendlichen

| | Aargauer Kantonalturfest (N = 50) | Kreisturnfest Seerücken (N = 50) | Zürcher Kantonalturfest (N = 50) |
|---------------------|---|--|--|
| Geschlecht | | | |
| Männlich | 50% | 50% | 50% |
| Weiblich | 50% | 50% | 50% |
| Alter | | | |
| 15 | 26% | 18% | 22% |
| 16–17 | 48% | 32% | 30% |
| 18–20 | 26% | 50% | 48% |
| Aktivität | | | |
| Aktiver Sportler | 74% | 82% | 96% |
| Zuschauer | 26% | 18% | 4% |
| Alkoholkonsum | | | |
| Person mit Alkohol | 18% | 15% | 14% |
| Person ohne Alkohol | 82% | 85% | 86% |
| Zeitpunkt | | | |
| 12–16 Uhr | 48% | 50% | 50% |
| 16–20 Uhr | 52% | 50% | 50% |
| Ort | | | |
| Wettkampfgelände | 31% | 65% | 27% |
| Festgelände | 69% | 35% | 73% |

Legende: Standardisierte mündliche Befragung von Jugendlichen an den drei Turnfesten (vgl. Anhang A5)

2.3 MÖGLICHKEITEN UND GRENZEN DER UNTERSUCHUNG

Das Vorgehen, welches für die Teilstudie zu den institutionellen Veränderungen gewählt wurde, bietet verschiedene Vorteile:

- Unterschiedliche empirische Instrumente erlauben es, den Evaluationsgegenstand aus verschiedenen Blickwinkeln zu untersuchen und ihn dadurch besser zu erfassen.

- Die qualitativen Methoden erlauben einen „Blick in die Tiefe“, welcher für die Erfassung von Wirkungszusammenhängen wichtig ist. Wie die Erfahrungen aus den letzten Erhebungsphasen zeigen, lieferten die offenen Fragen in der telefonischen Befragung dem «cool and clean»-Team aufschlussreiche Informationen und detaillierte Verbesserungsvorschläge. Zusätzlich erlauben quantitative Methoden mit einem „Blick in die Breite“, verallgemeinerbare Wirkungen zu erkennen.
- Der Einbezug verschiedener Akteurgruppen bietet einen differenzierten – wenn auch statistisch nicht repräsentativen – Blick auf den Evaluationsgegenstand.

Die vorliegende Untersuchung kennt aber auch verschiedene Grenzen, welche nachfolgend beschrieben werden:

- Aufgrund der Weiterentwicklung des Studiendesigns müssen die Längsschnittvergleiche mit Vorsicht interpretiert werden. *Erstens* konnten über die lange Erhebungsphase hinweg (2006/07, 2008/09, 2010/11) aufgrund von Stellenwechsel nicht immer dieselben Personen interviewt werden. *Zweitens* wurden nicht immer dieselben Funktionen berücksichtigt. So wurden in der Erhebungsphase 2006/07 die Verbands- und Vereinspräsidenten und in den folgenden zwei Erhebungsphasen die Ausbildungs- respektive Jugendverantwortlichen der Verbände und Vereine befragt. *Drittens* variierte die Zahl der befragten Personen. Bei den Vereinen beispielsweise wurden in der ersten Erhebungsphase 50 und in den nachfolgenden Erhebungsphasen jeweils 20 Personen befragt.
- Der Informationsgehalt und die Qualität der telefonischen Interviews variiert je nach Zielgruppe relativ stark. Bei den kommerziellen Fussball- und Eishockeystadien sorgen die professionellen Strukturen dafür, dass es für «cool and clean» Zuständige gibt, die für das Programm sensibilisiert sind und häufig Material bestellen. Dies gilt auch für die Mehrheit der Sportveranstalter. Bei einem Teil der Verantwortlichen der Gemeinden und kleinen Sportanlagen ist die Bekanntheit des Programms «cool and clean» gering. Ein anderer Teil kennt «cool and clean» aufgrund seines Engagements in einem Verein zwar relativ gut. Aber sie beantworteten die Fragen häufig eher aus Sicht eines Vereinsmitglieds als eines Sportanlagenverantwortlichen.
- Bei den Fallstudien basieren gewisse Informationen auf Aussagen der einzelnen Turnfestverantwortlichen. Nicht immer ist es gelungen, diese Aussagen durch Beobachtungen oder Interviews mit Jugendlichen zu stützen.

In diesem Kapitel wird zuerst die Bekanntheit des «cool and clean» bei Verbänden und Vereinen beschrieben (vgl. Abschnitt 3.1). Danach wird auf das Image und das Konzept (vgl. Abschnitt 3.2), die Umsetzung (vgl. Abschnitt 3.3) und die Wirkungen (vgl. Abschnitt 3.4) eingegangen. Schliesslich werden die Ergebnisse in einem Fazit zusammengefasst (vgl. Abschnitt 3.5).

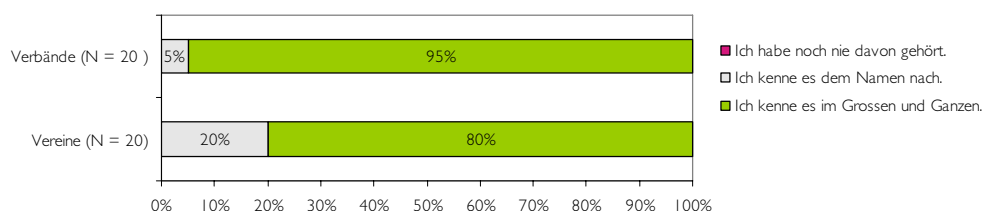
3.1 BEKANNTHEIT VON «COOL AND CLEAN»

Nachfolgend werden die Bekanntheit des Gesamtprogramms sowie die Bekanntheit des Wettbewerbs «Sport rauchfrei» bei Verbänden und Vereinen beschrieben.

3.1.1 BEKANNTHEIT GESAMTPROGRAMM

Die Bekanntheit von «cool and clean» bei Verbänden und Vereinen ist konstant sehr hoch (vgl. Darstellung D 3.1). 95 Prozent der zwanzig befragten Verbandsverantwortlichen und 80 Prozent der zwanzig Vereinsverantwortlichen kennen das Programm im Grossen und Ganzen. Bei Vereinen, bei denen ein oder mehrere Jugendsportteams bei «cool and clean» mitmachen, ist die Bekanntheit höher als bei Vereinen ohne teilnehmende Jugendsportteams.

D 3.1: Bekanntheit Programm «cool and clean» bei Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen



Frage: Wie gut kennen Sie das Programm «cool and clean»? Für den Längsschnittvergleich wurden über die drei Erhebungszeitpunkte (2007, 2009, 2011) dieselben Antwortkategorien verwendet. Die Kategorie „Sehr gut“ stand nicht zur Auswahl.

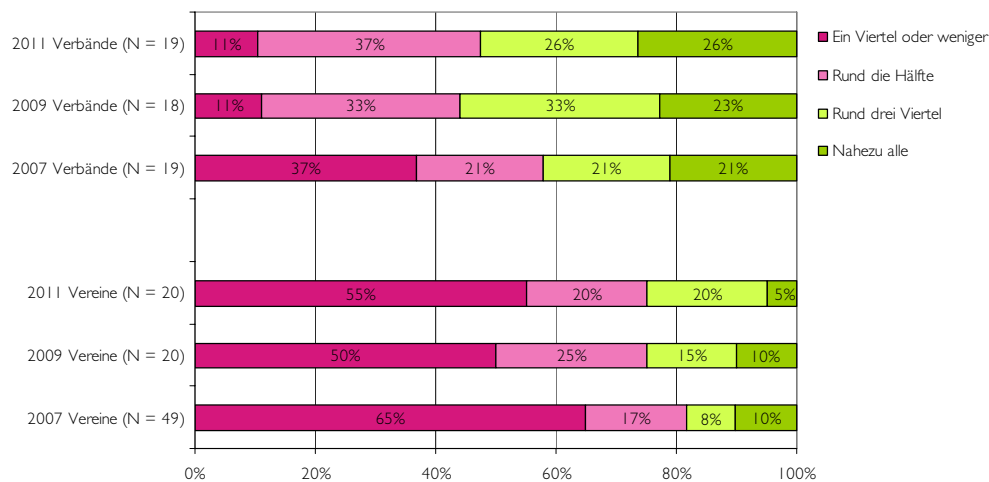
Über den Zeitverlauf ist die Bekanntheit bei Verbänden und Vereinen relativ stabil geblieben. Bei den Verbänden kannten 2007 und 2009 alle Befragten das Programm im Grossen und Ganzen. Im Jahr 2011 antwortete eine Person, welche neu im entsprechenden Verband arbeitete, sie kenne «cool and clean» nur dem Namen nach. Bei den befragten Vereinen ist der Anteil der Personen, welche das Programm im Grossen und Ganzen kennen zwischen 2007 und 2009 von 41 Prozent auf 80 Prozent gestiegen und hat sich seither stabilisiert (vgl. Anhang A1.1).

Die Verantwortlichen der Verbände und Vereine wurden auch danach gefragt, wie sie die Bekanntheit von «cool and clean» bei ihren Mitgliedern einschätzen (vgl. Darstellung D 3.2). Insgesamt schätzen die Verbände die Bekanntheit bei ihren Mitgliedern höher ein als die Vereine. So sind 2011 52 Prozent der befragten Verbandsverantwort-

lichen der Meinung, dass rund drei Viertel der Verbandsmitglieder und mehr «cool and clean» kennen. Bei den Vereinen ist nur 25 Prozent der Befragten der Ansicht, dass rund drei Viertel der Vereinsmitglieder und mehr «cool and clean» kennen. In Vereinen mit mindestens einem bei «cool and clean» teilnehmenden Jugendsportteams kennen zudem mehr Mitglieder das Programm als in Vereinen ohne solche Teams.

Aus der Darstellung D 3.2 wird zudem deutlich, dass die Einschätzung der Bekanntheit von «cool and clean» bei den Mitgliedern sowohl bei den Verbänden als auch den Vereinen zwischen 2007 und 2009 gestiegen ist und sich seither stabilisiert hat.

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



Frage Verbände: Bitte schätzen Sie, wie viele Mitgliedsvereine das Programm «cool and clean» kennen?
 Frage Vereine: Bitte schätzen Sie, wie viele Vereinsmitglieder das Programm «cool and clean» kennen?

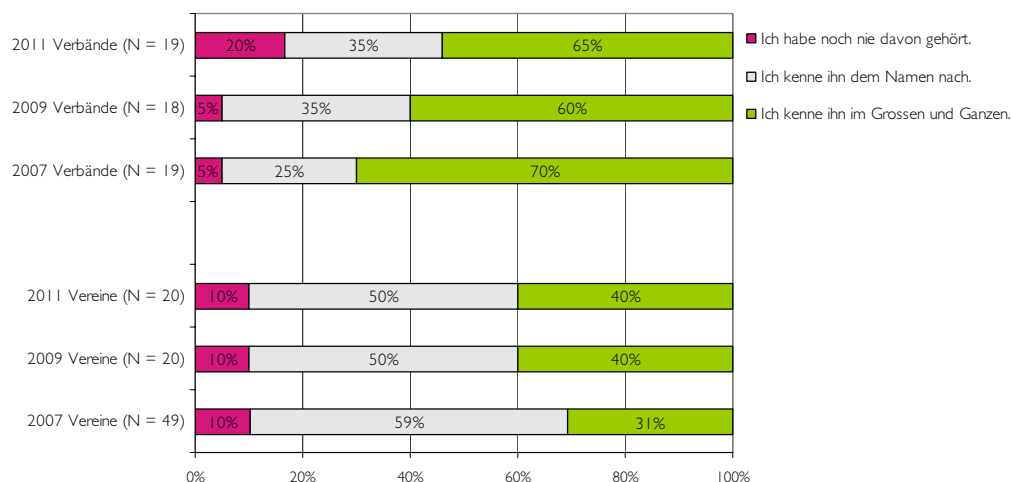
3.1.2 BEKANNTHEIT WETTBEWERB «SPORT RAUCHFREI»

Die Jugend- und Ausbildungsverantwortlichen von Verbänden und Vereinen wurden gefragt, wie gut sie den Wettbewerb «Sport rauchfrei» kennen. Die Darstellung D 3.3 zeigt, dass der Wettbewerb insgesamt weniger bekannt ist als das Gesamtprogramm «cool and clean» (vgl. Darstellung D 3.1).

Bei den Verbänden ist der Anteil von Personen, welche den Wettbewerb 2011 im Großen und Ganzen kennen, mit 65 Prozent zwar grösser als in den Vereinen mit 40 Prozent. Gleichzeitig haben in den Verbänden mit 20 Prozent mehr Personen noch nie vom Wettbewerb gehört als in den Vereinen mit 10 Prozent.

Über Verbände und Vereine hinweg hat die Bekanntheit des Wettbewerbs zwischen 2007 und 2009 abgenommen und ist danach relativ stabil geblieben.

D 3.3: Bekanntheit Wettbewerb «Sport rauchfrei» bei Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen (2007, 2009, 2010)

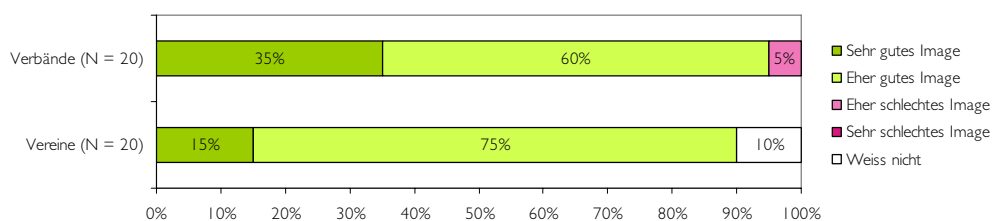


Frage: Wie gut kennen Sie den Wettbewerb „Sport rauchfrei“?

3.2 IMAGE UND KONZEPT

Die Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen wurden gefragt, wie sie das Image von «cool and clean» bei ihren Mitgliedern einschätzen. Die grosse Mehrheit beurteilt das Image von «cool and clean» als eher oder gar sehr gut (vgl. Darstellung D 3.4). Gut ein Drittel der befragten Verbandsverantwortlichen bewertet das Image gar als sehr gut. Bei den Vereinen ist nur gut ein Siebtel dieser Meinung.

D 3.4: Image von «cool and clean»



Frage: Welches Image hat «cool and clean» bei Ihren Mitgliedervereinen/Mitgliedern?

Die Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen äusserten sich zudem dazu, wieso das Image so positiv beurteilt wird. Gelobt werden insbesondere drei Punkte:

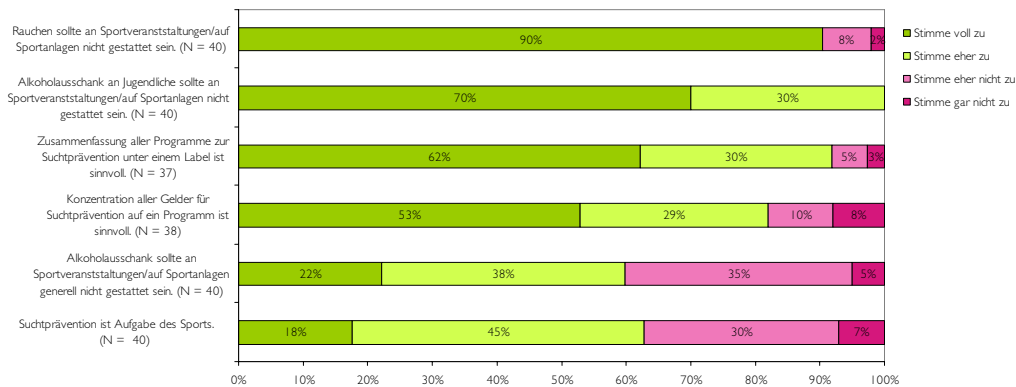
- *Konzept:* Das Konzept von «cool and clean» wird als gut beurteilt. Mit den Commitments würden klare und verständliche Kernbotschaften verbreitet.
- *Gelungene Kommunikation:* Durch eine ansprechende und erfolgreiche Kommunikation sei es «cool and clean» gelungen, ein bekanntes und gut etabliertes Label zu werden.
- *Akzeptanz bei den Zielgruppen:* Die Akzeptanz des Programms bei den Zielgruppen und insbesondere den Vereinen wird grundsätzlich als gut beurteilt. Das Pro-

gramm erlaube eine Auseinandersetzung mit der Suchtprävention im Training und wirke motivierend auf die Jugendlichen.

- *Unterstützung:* Die von «cool and clean» zur Verfügung gestellten Materialien werden von den Verantwortlichen geschätzt.

Die Befragung der Verbände und Vereine zeigt auch eine hohe Akzeptanz der konzeptionellen Grundlagen von «cool and clean» auf (vgl. Darstellung D 3.5). Die grosse Mehrheit der befragten Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen stimmt der Aussage voll zu, dass Rauchen an Sportveranstaltungen und auf Sportanlagen nicht gestattet sein soll. Voll oder eher stimmen alle Befragten der Aussage zu, dass Alkoholausschank an Jugendliche an Sportveranstaltungen und auf Sportanlagen nicht gestattet sein soll. Die Zusammenfassung aller Programme zur Suchtprävention unter einem Label findet eine grosse Mehrheit sehr oder eher sinnvoll. Für vier Fünftel der Befragten ist auch eine Konzentration der Gelder für Suchtprävention auf ein Programm sinnvoll. Leicht kritischer beurteilt werden die Aussagen, dass Alkoholausschank an Sportveranstaltungen und auf Sportanlagen generell nicht gestattet werden soll und dass Suchtprävention eine Aufgabe des Sports ist. Beiden Aussagen stimmen drei Fünftel der Befragten voll oder eher zu.

D 3.5: Konzeptionelle Grundlagen von «cool and clean»



Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Es sind nur wenige Unterscheidungen in dieser Beurteilung zwischen Verbänden und Vereinen beobachtbar. Die wichtigsten betreffen zwei Aussagen (vgl. auch Anhang A1). Erstens finden 90 Prozent der befragten Verantwortlichen der Vereine, jedoch nur 72 Prozent der Verbände eine Konzentration der Gelder für Suchtprävention auf ein Programm sinnvoll. Zweitens sind 70 Prozent der Vereine und lediglich 50 Prozent der Verbände der Ansicht, dass der Alkoholausschank an Sportveranstaltungen und auf Sportanlagen eingeschränkt werden sollte.

Zwischen Vereinen mit respektive ohne bei «cool and clean» teilnehmende Jugendsportteams zeigen sich ebenfalls nur wenige Unterschiede (vgl. Anhang A1). So sind die Vereine mit teilnehmenden Jugendsportteams häufiger der Ansicht, dass Suchtprävention eine Aufgabe des Sports ist und die Zusammenfassung aller Präventionsprogram-

me unter ein Label sinnvoll ist, als Vereine, die keine Jugendsportmannschaft bei «cool and clean» angemeldet haben.

Bei der Betrachtung über die drei Erhebungszeitpunkte 2007, 2009 und 2011 sind folgende Tendenzen feststellbar (vgl. Anhang A1):

- *Suchtprävention als Aufgabe des Sportes:* Über die Erhebungsperiode hinweg ist sowohl bei Verbänden als auch Vereinen die Zustimmung zur Aussage gesunken, dass Suchtprävention eine Aufgabe des Sportes ist. Bei den Verbänden ist die Anzahl der der Aussage zustimmenden Befragten zwischen 2007 und 2011 von 80 Prozent auf 60 Prozent gesunken. Besonders markant gesunken ist der Anteil der der Aussage voll zustimmenden Befragten (2007: 60%, 2009: 35%, 2011: 10%). Bei den Vereinen ist der Anteil der zustimmenden Befragten von 82 Prozent im Jahr 2007 auf 65 Prozent im Jahr 2011 zurückgegangen.
- *Tabakprävention:* Die Akzeptanz von Rauchverboten an Sportveranstaltungen und auf Sportanlagen ist sowohl bei Verbänden als auch Vereinen über die ganze Erhebungsperiode sehr hoch.
- *Alkoholprävention:* Mit Blick auf die Alkoholprävention zeigt sich kein einheitliches Bild. Die Akzeptanz von Alkoholverboten für Jugendliche hat sich bei den Verbänden zwischen 2009 und 2011 praktisch nicht verändert und fällt bei den Vereinen leicht höher aus. Ebenso stösst ein generelles Alkoholverbot bei den Vereinen auf eine leicht höhere Zustimmung. Bei den Verbänden scheint die Akzeptanz dafür gesunken zu sein. So sprachen sich im Jahr 2009 noch 70 Prozent der befragten Verbandsverantwortlichen sehr oder eher für generelle Alkoholverbote aus, während es im Jahr 2011 50 Prozent waren.
- *Zusammenfassung in einem Label:* Die Akzeptanz der Zusammenführung aller Präventionsprogramme im Sport unter einem Label ist über die ganze Erhebungsperiode sowohl bei Verbänden als auch Vereinen relativ hoch.
- *Mittelkonzentration:* Die Akzeptanz der Konzentration aller Gelder für Suchtprävention auf ein Programm hat sich über die Erhebungsperiode nicht wesentlich verändert. Bei den Vereinen ist der Anteil voll oder eher zustimmender Befragter zwischen 2009 und 2011 leicht gestiegen, während er bei den Verbänden leicht abnahm. Ein Hinweis für die generell skeptischere Haltung der Verbände in dieser Frage liefern die Antworten eines Verbandsverantwortlichen: Es sei für viele Mitglieder schwer verständlich, dass für das Programm «cool and clean» viel mehr Gelder zur Verfügung stehen würden als für die Sportförderung.

Die Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen wurden ebenfalls danach gefragt, ob es nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen ein Programm wie «cool and clean» überhaupt noch braucht. Grossmehrheitlich wird diese Frage bejaht. Die zwei wichtigsten Gründe für diese Einschätzung werden nachfolgend zusammengefasst:

- *Beitrag zur Verhaltensprävention:* Das wichtigste Argument sowohl der Verantwortlichen von Verbänden als auch Vereinen für die Beibehaltung von «cool and

clean» ist der Beitrag des Programms an die Verhaltensprävention. Dafür seien das Community Building im Verein und die Arbeit mit Vorbildern wichtig.

- *Suchtübergreifendes Präventionsprogramm:* Einige Befragte halten «cool and clean» für wichtig, weil das Programm nicht nur der Tabakprävention diene, sondern auch einen Beitrag an die Alkohol- und Dopingprävention leiste.

Trotz dieser Unterstützung des Programms gibt es aus Sicht der Verantwortlichen von Verbänden und Vereinen drei Ansätze zur Optimierung des Programms:

- *Vermittlung von Suchtmittelkompetenzen:* Mehrere Verbandsverantwortliche sind der Ansicht, dass «cool and clean» weniger auf Abstinenz, sondern auf die Vermittlung von Suchtmittelkompetenzen setzen solle.
- *Stärkere Fokussierung auf Verhältnisprävention im Aussenbereich:* Einige befragte Verbands- und Vereinsverantwortliche sprechen sich dafür aus, die Verhältnisprävention stärker auf den Aussenbereich zu fokussieren. Im Innenbereich von Sportanlagen und Sportveranstaltungen seien keine zusätzlichen Massnahmen notwendig.
- *Stärkere Ausrichtung auf andere Suchtmittel als Tabak:* Vereinzelt wird von Verbandsverantwortlichen die Meinung geäussert, dass andere Suchtmittel stärker in den Fokus der Präventionsarbeit von «cool and clean» gelangen sollen.

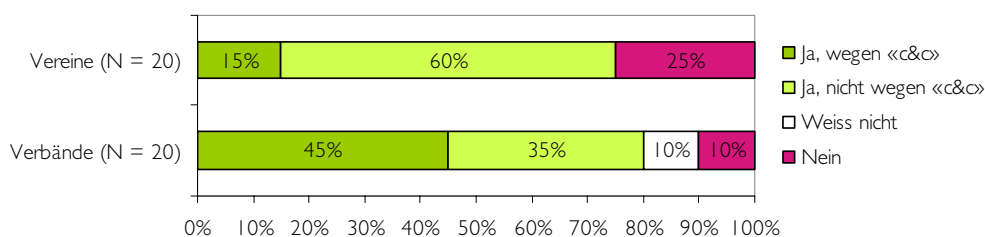
3.3 UMSETZUNG

Im Hinblick auf die Umsetzung von «cool and clean» wurden die Verantwortlichen von Vereinen und Verbänden nach ihrer Meinung zu einer Reihe verschiedener Massnahmen auf Vereins- beziehungsweise Verbandsebene befragt. In den folgenden Abschnitten werden diese Massnahmen sowie ihre Relevanz in den Vereinen und Verbänden näher erläutert. Mit Blick auf die Ebene der Vereine gilt es dabei grundsätzlich festzuhalten, dass sich diejenigen Vereine, aus denen ein oder mehrere Jugendsportteams an «cool and clean» teilnehmen, sich auch insgesamt stärker als andere Vereine für die Suchtprävention im Sinne von «cool and clean» engagieren.

3.3.1 RAUCHFREIE SPORTVERANSTALTUNGEN

Rauchfreie Sportveranstaltungen sind ein Ansatz, «cool and clean» im Verein und/oder auf der Ebene des Verbandes umzusetzen. Wie Darstellung D 3.6 illustriert, berichten drei Viertel der befragten Vereinsverantwortlichen und vier Fünftel der Verbandsverantwortlichen, dass ihre Sportveranstaltungen generell oder zumindest zum Teil rauchfrei seien.

D 3.6: Rauchfreie Sportveranstaltungen



Frage Vereine: Sind die Sportveranstaltungen Ihres Vereins wegen «cool and clean» oder dem Wettbewerb „Sport rauchfrei“ rauchfrei?

Frage Verbände: Ist ein Teil der Sportveranstaltungen Ihres Verbandes wegen «cool and clean» rauchfrei?

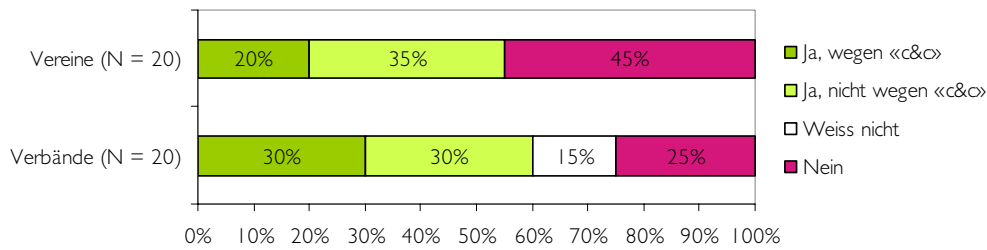
Allerdings wird auch deutlich, dass nicht alle Befragten die Tatsache, dass die eigenen Veranstaltungen rauchfrei gehalten werden, auf die Aktivitäten des Projekts «cool and clean» zurückführen. Dies gilt in besonderem Masse für die Vereinsebene, wo lediglich 15 Prozent der Befragten angeben, die eigenen Veranstaltungen seien wegen «cool and clean» rauchfrei. Danach gefragt, aus welchen anderen Gründen sie ihre Veranstaltungen rauchfrei ausrichten, verweisen die meisten auf die Bundesgesetzgebung zum Schutz vor Passivrauchen, die das Rauchen in öffentlichen Gebäuden ohnehin verbiete. Ausserdem wird vielfach darauf hingewiesen, dass es einen gesellschaftlichen Trend zur Rauchfreiheit gebe und dass Rauchen nicht zum Setting Sport passen würde.

Vergleicht man diese im Jahr 2011 erhobenen Angaben mit den Rückmeldungen der Vereinsvertreter/-innen aus den Jahren 2009 und 2007, so wird der Trend zu mehr Rauchfreiheit deutlich sichtbar: 2009 berichtete erst knapp die Hälfte der Vereinsvertreter, die eigenen Veranstaltungen seien rauchfrei, und im Jahr 2007 galt dies sogar nur für ein knappes Drittel der Befragten. Auf der Ebene der Verbände hingegen wurde bereits in den Jahren 2009 und 2007 von der Mehrheit der Befragten berichtet, dass alle oder ein Teil der eigenen Sportveranstaltungen rauchfrei seien.

3.3.2 VERZICHT AUF DEN ALKOHOLAUSCHANK

Neben der Rauchfreiheit kann auch der Verzicht auf den Alkoholausschank ein Element sein, «cool and clean» im Rahmen vereins- oder verbandseigener Veranstaltungen umzusetzen. Wie aus Darstellung D 3.7 ersichtlich, gibt eine knappe Mehrheit der Befragten an, dass an den Veranstaltungen des eigenen Vereins respektive Verbandes auf den Ausschank von Alkohol verzichtet wird.

D 3.7: Verzicht auf den Alkoholausschank an Veranstaltungen



Frage Vereine: Verzichtet Ihr Verein wegen «cool and clean» oder dem Wettbewerb „Sport rauchfrei“ auf den Alkoholausschank an vereinseigenen Sportveranstaltungen?

Frage Verbände: Verzichtet Ihr Verband an einem Teil seiner Sportveranstaltungen auf den Ausschank von Alkohol?

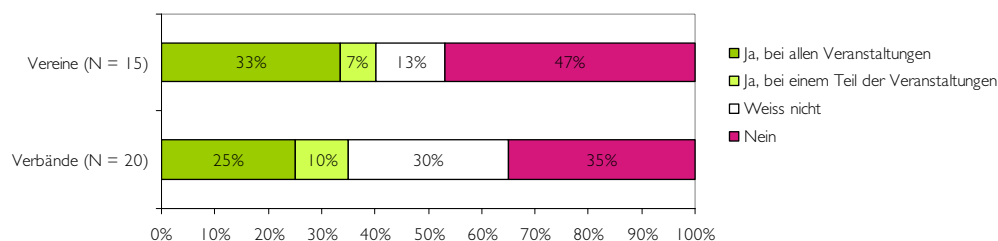
Ähnlich wie im Hinblick auf die Rauchfreiheit wird auch der Verzicht auf den Ausschank von Alkohol nur von einem Teil der Befragten auf das Programm «cool and clean» zurückgeführt. Auch gibt – zumindest auf der Vereinsebene – knapp die Hälfte der Befragten ausdrücklich an, nicht auf den Ausschank von Alkohol zu verzichten. Hierzu werden vor allem zwei Begründungen genannt: *Erstens* liege es vielfach ausserhalb der Entscheidungskompetenz der Vereine, ob an einem Sportanlass Alkohol ausgeschenkt wird oder nicht – insbesondere bei der Nutzung von Sportanlagen, die nicht im Besitz des jeweiligen Vereins liegen, entscheide darüber vielmehr der Eigentümer respektive der Pächter des auf dem Gelände der Anlage liegenden Restaurationsbetriebes. *Zweitens* – und dies gelte vor allem für Anlagen ohne eigenes Restaurant – sei der Getränkeverkauf und damit auch der Alkoholausschank eine wichtige Einnahmequelle zur Finanzierung der jeweiligen Veranstaltung.

Im Vergleich zu den Erhebungen in den Jahren 2007 und 2009 lassen sich im Erhebungsdurchgang 2011 in Bezug auf den Alkoholausschank an Veranstaltungen keine wesentlichen Veränderungen identifizieren.

3.3.3 SCHULUNG DES PERSONALS

An denjenigen Veranstaltungen, an denen Alkohol ausgeschenkt wird, gilt es zumindest die Standards des Jugendschutzes einzuhalten. Spezielle Schulungen des alkoholausschenkenden Personals bezüglich des Jugendschutzes sind eine Möglichkeit, den Anliegen von «cool and clean» auch dann gerecht zu werden, wenn im Rahmen einer Sportveranstaltung Alkohol ausgeschenkt wird. Darstellung D 3.8 zeigt, dass nur eine Minderheit der Befragten berichtet, in ihrem Verein oder ihrem Verband werde das alkoholausschenkende Personal in speziellen Schulungen auf diese Aufgabe vorbereitet. Auf der Ebene der Vereine ist dies insbesondere dann der Fall, wenn aus dem betreffenden Verein ein oder mehrere Jugendsportteams als Teilnehmer bei «cool and clean» gemeldet sind.

D 3.8: Schulung des Personals bezüglich der Vorgaben des Jugendschutzes



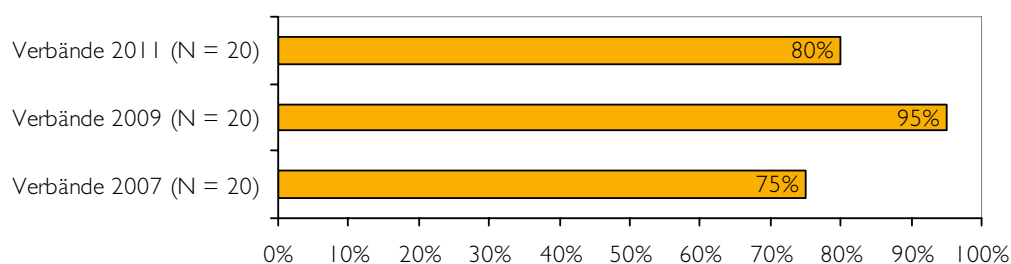
Frage Vereine und Verbände: Wird das Personal im Ausschank bezüglich den Vorgaben des Jugendschutzes speziell geschult?

Bei der Interpretation dieser Befunde ist jedoch zu beachten, dass – wie bereits im Abschnitt 3.3.2 erwähnt – vielfach der Alkoholausschank nicht in der Zuständigkeit der Veranstalter, sondern in der Verantwortung der Restaurationsbetriebe liegt. Ob und inwiefern diese ihr Personal hinsichtlich der Vorgaben des Jugendschutzes schulen, konnte ein grosser Teil der Befragten nicht einschätzen.

3.3.4 VERBAND ALS MULTIPLIKATOR

Die Verantwortlichen der Verbände wurden gefragt, ob sie sich als Multiplikatoren bei den Mitgliedervereinen für eine Beteiligung am Programm «cool and clean» einsetzen (vgl. Darstellung D 3.9). Vier Fünftel der Befragten bejahen diese Frage. Zwischen 2007 und 2009 hat dieses Engagement als Multiplikator für das Programm «cool and clean» bei den Verbänden zu- und danach wieder leicht abgenommen.

D 3.9: Verband als Multiplikator



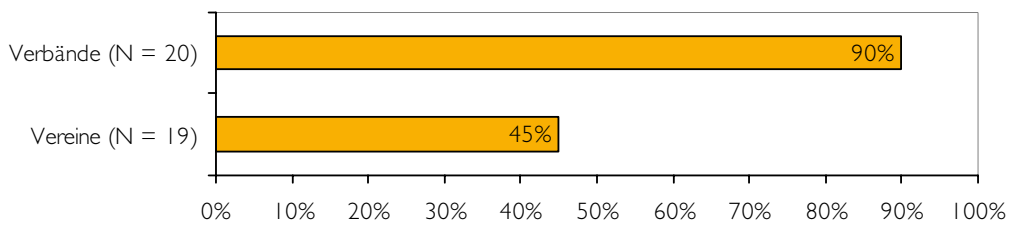
Frage: Versteht sich Ihr Verband als Multiplikator und wirbt z.B. bei seinen Mitgliedsvereinen, Trainern, Ausbildnern und Funktionären mittels Verbandsorgan, Mail, Versand oder an Tagungen und Weiterbildungen aktiv für das Mitmachen bei «cool and clean»?

In den vier befragten Verbänden, welche sich nicht als Multiplikator engagieren, waren verschiedene Gründe ausschlaggebend. In einem Verband läuft der Kontakt zu den Vereinen über die Leistungszentren und nicht über die Verbandsgeschäftsstelle. Ein weiterer Verband hat es bevorzugt, sich als Multiplikator für das Präventionsprogramm Voilà der Jugendverbände anstelle von «cool and clean» zu engagieren. Zwei Verbände lehnen eine Multiplikatorenrolle grundsätzlich ab.

3.3.5 NUTZUNG DER «COOL AND CLEAN»-MATERIALIEN

Dieser Abschnitt geht der Frage nach, in welchem Umfang und wie die «cool and clean»-Materialien genutzt werden. Die Darstellung D 3.10 zeigt, dass die Nutzung von «cool and clean» an Sportveranstaltungen bei den Verbänden grösser ist als bei den Vereinen. So geben 90 Prozent der befragten Verbandsverantwortlichen an, sie würden die «cool and clean»-Materialien nützen, während es bei den Vereinsverantwortlichen nur 45 Prozent sind. Vereinen, in denen ein oder mehrere Jugendsportteams bei «cool and clean» teilnehmen, setzten die Materialien zudem häufiger ein, als Vereine ohne teilnehmende Teams. Zwischen 2007 und 2011 hat sich die Nutzung der «cool and clean»-Materialien sowohl bei Verbänden als auch Vereinen nur gering verändert (vgl. Anhang A1).

D 3.10: Nutzung der «cool and clean»-Materialien bei Verbänden und Vereinen

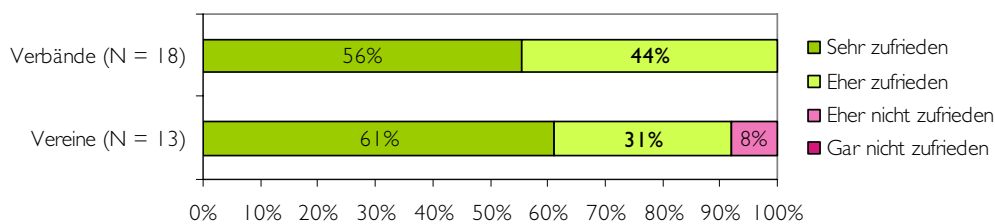


Frage: Nutzt Ihr Verband/Verein an seinen Sportveranstaltungen Werbematerialien und Hinweisplakate von «cool and clean»?

Verbände und Vereine, welche die Materialien bisher nicht genutzt haben, wurden nach den Gründen gefragt. Am häufigsten wurde von den Befragten angegeben, dass sie nicht daran gedacht hätten, Materialien zu bestellen respektive nicht von «cool and clean» angesprochen wurden. Ein weiterer Grund liegt bei den mangelnden personellen Ressourcen der Vereine.

Die Darstellung D 3.11 zeigt die Zufriedenheit der Verbände und Vereine mit den Materialien von «cool and clean». Die Zufriedenheit ist insgesamt sehr gross. Bei den Verbänden sind alle Befragten sehr oder eher zufrieden mit den Materialien. Mit Ausnahme eines Befragten gilt dies auch für die Vereine.

D 3.11: Zufriedenheit mit «cool and clean»-Materialien bei Verbänden und Vereinen



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

Die Zufriedenheit der befragten Verbände und Vereine ist auf folgende fünf Gründe zurückzuführen:

- *Vielfältigkeit der Materialien:* Die Verantwortlichen von *Verbänden* schätzen die gute und vielfältige Auswahl an Materialien. Besonders geschätzt wird von einem Verbandsvertreter, dass «cool and clean» auf Anfrage Materialien nach Bedarf erstellt.
- *Gute formale Gestaltung der Materialien:* Die Verantwortlichen von *Verbänden* und *Vereinen* sind der Ansicht, dass die Materialien ansprechend, auffallend und funktionell gestaltet sind.
- *Gute inhaltliche Aufbereitung der Materialien:* Sowohl einige Vertreter von *Verbänden* als auch von *Vereinen* finden, dass die Materialien auf die Zielgruppe der Jugendlichen zugeschnitten sind. Für einige Verantwortliche von *Verbänden* ist zudem der Einbezug von Spitzensportlern sehr nützlich. Die Vertreter von *Vereinen* schätzen insbesondere die Spielkarten für den Einsatz beim Sporttraining. Die Karten seien didaktisch gut aufbereitet, lehrreich und lustig.
- *Hohe Akzeptanz der Materialien:* Vereinzelt wird seitens der *Vereine* die Meinung geäußert, dass die Gadgets bei den Jugendlichen gut ankommen.
- *Kostenlosigkeit der Materialien:* Vertreter von *Verbänden* finden es gut, dass die Materialien gratis bezogen werden können.

Einige Befragte äussern jedoch auch Kritikpunkte, welche den oben beschriebenen Stärken der Materialien teilweise widersprechen.

- *Materialflut:* Statt von einem vielfältigen Angebot an Materialien sprechen einzelne Kritiker aus *Verbänden* und *Vereinen* von einer Materialflut. Zuviel Geld würde in die Produktion von Materialien anstatt in konkrete Projekte und Inhalte investiert.
- *Wenig ansprechende Form:* Einige Verantwortliche von *Verbänden* schätzen das Material als veraltet und die Lesbarkeit der Schrift im Fernsehen als schwierig ein.
- *Mangelnde Altersgerechtigkeit der Materialien:* Einige Vertreter von *Verbänden* kritisieren die mangelnde Altersgerechtigkeit der Materialien. Diese sollten stärker auf verschiedene Altersgruppen innerhalb der Zielgruppe der Jugendlichen als auch zwischen Jugendlichen und Erwachsenen ausdifferenziert werden.
- *Ungenügende Verfügbarkeit der Materialien:* Kritisiert wird zudem von Verantwortlichen von *Verbänden* die ungenügende Verfügbarkeit der Materialien. So sei die Bar oft ausgebucht und das «cool and clean»-Zelt zu klein.

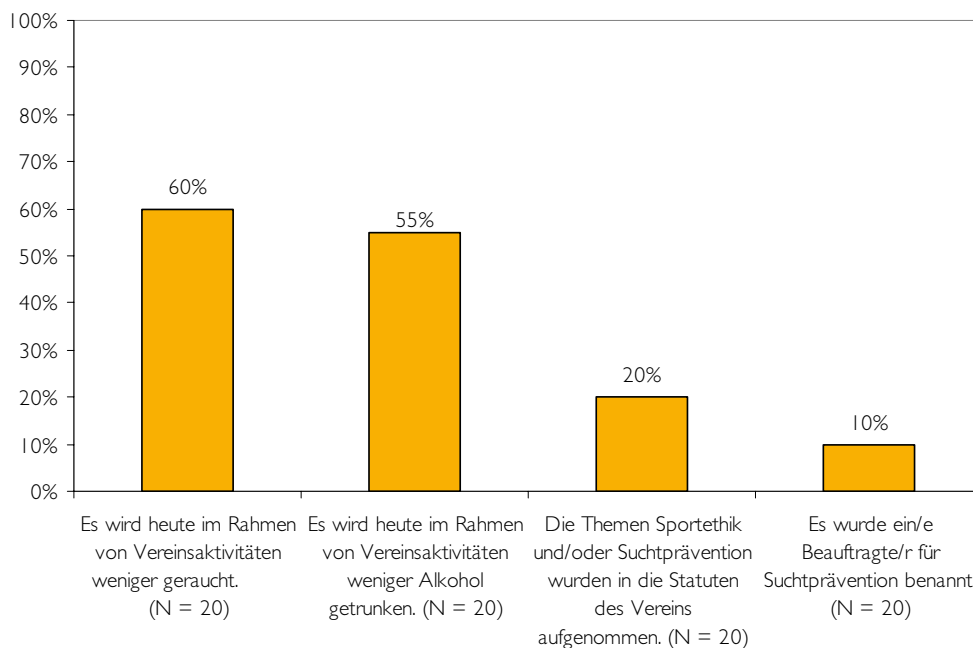
3.4 WIRKUNGEN

In den Interviews mit Vertretern/-innen der Sportvereine und -verbände wurde auch der Frage nachgegangen, welche Wirkungen «cool and clean» innerhalb dieser Organisationen entfalten konnte. Dabei zeigt sich folgendes Bild:

3.4.1 EBENE VEREINE

Auf die Frage, welche Veränderungen es in Bezug auf das Thema Suchtprävention in den letzten fünf Jahren in ihrem Verein gegeben hat, berichten 60 Prozent der befragten Vereinsvertreter/-innen, dass heute im Rahmen von Vereinsaktivitäten weniger geraucht werde als noch vor fünf Jahren. Wie Darstellung D 3.12 weiter illustriert, geben noch 55 Prozent der Befragten an, dass heute im Verein weniger Alkohol konsumiert werde als zu früheren Zeiten. Deutlich seltener hingegen sind institutionelle Veränderungen zu verzeichnen: So wird lediglich von 20 Prozent der Vereine berichtet, dass die Themen Sportethik und/oder Suchtprävention in die Statuten des Vereins aufgenommen wurden und nur jeder zehnte Verein hat das Amt einer/-s vereinseigenen Suchtbeauftragten geschaffen.

D 3.12: Veränderungen auf der Ebene der Vereine in den letzten fünf Jahren



Fragen: Wird heute im Rahmen von Vereinsaktivitäten (Ausflüge, Anlässe, Trainings, Feiern) mehr, gleichviel oder weniger geraucht als vor fünf Jahren? Wird heute im Rahmen von Vereinsaktivitäten mehr, gleichviel oder weniger Alkohol konsumiert als vor fünf Jahren? Wurden die Themen wie Sportethik und Suchtprävention explizit oder in abgewandelter Form in die Statuten Ihres Vereins aufgenommen? Wurde in Ihrem Verein eine Art Beauftragte/r für Suchtprävention benannt?

Zu der Frage, ob und inwiefern diese Veränderungen auf «cool and clean» zurückzuführen sind, können sich die Befragten nicht genau festlegen. Zumeist gehen die Vereinsvertreter/-innen deshalb davon aus, dass – insbesondere in Bezug auf die Verhaltensänderungen beim Nikotin- und Alkoholkonsum – mehrere Faktoren zusammenwirken. In diesem Zusammenhang werden neben den Aktivitäten von «cool and clean» beziehungsweise Teil- und Vorgängerprogrammen auch der allgemeine Trend zum gesundheitsbewussten Leben sowie die Bundes- und kantonalen Gesetze zum Schutz vor Passivrauchen genannt. Es zeigt sich jedoch, dass die Wirkungen bei denjenigen

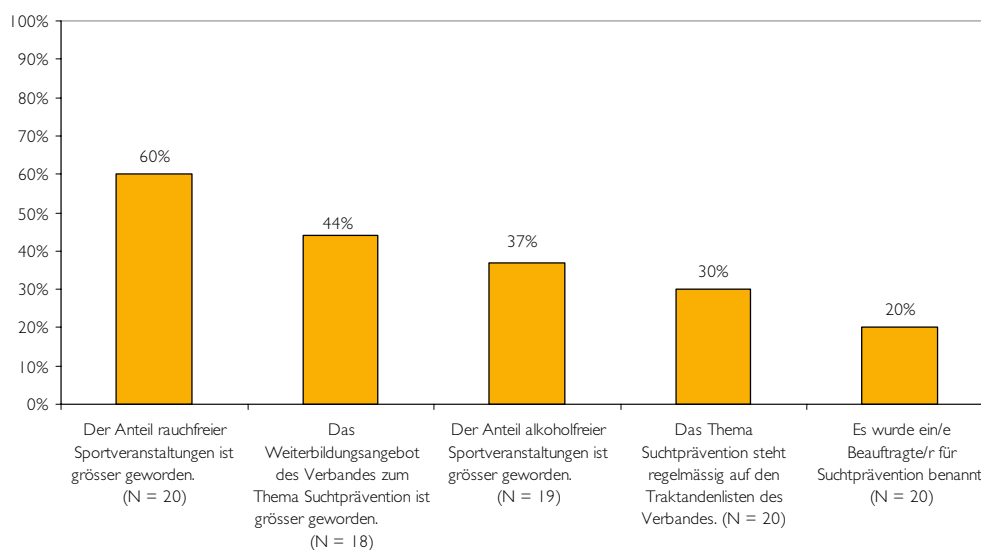
Vereinen, aus denen ein oder mehrere Jugendsportteams bei «cool and clean» teilnehmen, stärker ausfallen als bei Vereinen ohne teilnehmende Jugendsportteams.

Aufschlussreich im Hinblick auf die Alkoholprävention ist darüber hinaus der Befund, dass ein grosser Teil der Befragten die Bedeutung des Alkohols für das über die unmittelbare sportliche Aktivität hinausgehende Vereinsleben hervorhebt. So betonen viele Befragte, dass das gemeinsame Zusammensitzen bei Bier und Wein nach dem Sport oder nach Sitzungen ein zentrales Element eines geselligen Vereinslebens sei. (Weitere) Massnahmen zur Alkoholprävention würden deshalb bei einem grossen Teil der Vereinsmitglieder nur auf wenig Gegenliebe stossen.

3.4.2 EBENE VERBÄNDE

Auch von den Verbandsvertretern/-innen wird beobachtet, dass der Tabakkonsum zurückgegangen ist – so berichten 60 Prozent der Befragten auf der Ebene der Verbände, dass der Anteil rauchfreier Sportveranstaltungen in ihrem Verband heute grösser sei als noch vor fünf Jahren.

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



Fragen: Ist der Anteil rauchfreier Sportveranstaltungen Ihres Verbandes in den letzten fünf Jahren grösser geworden, gleich geblieben oder kleiner geworden? Ist das Weiterbildungsangebot Ihres Verbandes zum Thema Suchtprävention in den letzten fünf Jahren grösser geworden, gleich geblieben oder kleiner geworden? Ist der Anteil alkoholfreier Sportveranstaltungen Ihres Verbandes in den letzten fünf Jahren grösser geworden, gleich geblieben oder kleiner geworden? Steht heute das Thema Suchtprävention (bzw. das Programm «cool and clean») standardmässig auf den Traktandenlisten der Generalversammlung oder Tagungen Ihres Verbandes? Wurde in Ihrem Verband eine Art Beauftragte/r für Suchtprävention benannt?

Wie Darstellung D 3.13 weiter ausführt, ist in 44 Prozent der untersuchten Verbände das Weiterbildungsangebot des Verbandes zu Fragen der Suchtprävention ausgebaut worden; eine Zunahme von Sportveranstaltungen ohne Alkoholausschank beobachten noch 37 Prozent der Befragten. Von institutionellen Veränderungen, wie etwa einer regelmässige Behandlung von Fragen der Suchtprävention in Sitzungen und Versamm-

lungen oder der Ernennung einer/-s verbandseigenen Suchtbeauftragten, berichtet hingegen weniger als ein Drittel der Befragten.

Wie bereits die Vertreter/-innen der Vereine (vgl. Abschnitt 3.4.1), so können sich die befragten Verbandsvertreter/-innen ebenfalls nicht darauf festlegen, ob und inwiefern diese Veränderungen auf «cool and clean» zurückzuführen sind. Auch die Verbandsvertreter/-innen nennen neben «cool and clean» den allgemeinen Trend zu mehr Gesundheitsbewusstsein sowie die Präventionsmassnahmen des Bundes und der Kantone als (zusätzliche) Einflussfaktoren.

3.4.3 NUTZEN VON «COOL AND CLEAN» FÜR DIE ALKOHOLPRÄVENTION

Die Interviewpartner wurden gefragt, wie nützlich sie das Programm «cool and clean» für die Alkoholprävention in ihrem Verband oder Verein einschätzen. Ein Nutzen bei der Alkoholprävention wird «cool and clean» vor allem in folgenden zwei Punkten attestiert:

- *Sensibilisierung für Alkoholprävention:* Ein entsprechender Nutzen wird dem Programm «cool and clean» von den befragten Verantwortlichen von *Verbänden* und *Vereinen* am häufigsten zugeschrieben. Die Verbände respektive Vereine sowie die Zielgruppe der Jugendlichen würden durch «cool and clean» für die Alkoholprävention sensibilisiert.
- *Unterstützung bei der Umsetzung:* Von einigen Verantwortlichen von *Verbänden* wird die Unterstützung von «cool and clean» bei der Umsetzung von Massnahmen zur Alkoholprävention erwähnt. Als hilfreich werden die Materialien empfunden, die dank «cool and clean» zur Verfügung stehen und nicht selber hergestellt werden müssen.

Der Nutzen von «cool and clean» für die Alkoholprävention wird aus Sicht der Befragten jedoch durch drei Faktoren eingeschränkt.

- *Geringer Problemdruck:* Einige interviewte Vertreter von *Vereinen* sind der Meinung, dass Alkohol in ihrem Verein kein Problem darstelle. Sie erklären, dass der Alkoholkonsum aufgrund der Unverträglichkeit mit der Philosophie des Sports oder der ausschliesslichen Präsenz von Kindern eingeschränkt sei. Entsprechend ist der Nutzen von «cool and clean» gering.
- *Starke Abhängigkeit vom Engagement in den Vereinen:* Der Nutzen von «cool and clean» hängt gemäss Vertretern von *Vereinen* stark davon ab, wie die Leitungspersonen in den Vereinen ihre Vorbildfunktion wahrnehmen.
- *Ungeeigneter Präventionsansatz:* Einige Verantwortliche von *Verbänden* sind der Meinung, der Präventionsansatz von «cool and clean» reduziere den Nutzen des Programms. So sollten ihrer Meinung nach die Sucht Kompetenzen gefördert und nicht auf einen Totalverzicht gesetzt werden (vgl. auch Abschnitt 3.2).

3.4.4 WIRKUNGEN EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT

Die Interviewpartner/-innen wurden gefragt, ob und wie sie sich über ihre Funktion hinaus ehrenamtlich für die Tabakprävention einsetzen und wie sie dabei von «cool and clean» unterstützt werden. In den Verbänden setzen sich 10 von 19 Personen (53%) ehrenamtlich für die Tabakprävention ein. Am häufigsten engagieren sich die Befragten als Präsident/-in, Trainer/-in oder einfaches Mitglied in einem Sportverein für die Tabakprävention. Von den zehn ehrenamtlich engagierten Personen haben sieben (70%) eine Unterstützung von «cool and clean» erhalten. Am häufigsten erfolgt diese Unterstützung in Form von Materialien und Informationen.

3.5 FAZIT

In diesem Fazit werden die wichtigsten Erkenntnisse aus der telefonischen Befragung bei Verbänden und Vereinen zusammengefasst.

3.5.1 BEKANNTHEIT VON «COOL AND CLEAN»

Das Gesamtprogramm «cool and clean» ist bei einer grossen Mehrheit der befragten Verbandsverantwortlichen und vier Fünftel der Vereinesverantwortlichen im Grossen und Ganzen bekannt. Über den Programmverlauf hinweg ist die Bekanntheit bei den Verbands- und Vereinsverantwortlichen relativ stabil geblieben. Bei den Mitgliedern von Vereinen und Verbänden ist die Bekanntheit des Programms nach Einschätzung der befragten Verantwortlichen zwischen 2007 und 2009 gestiegen und hat sich seither stabilisiert. Der Wettbewerb „Sport rauchfrei“ ist bei den Verbands- und Vereinsverantwortlichen weniger gut bekannt als das Gesamtprogramm. Bei den Verbänden kennen zwei Drittel und bei den Vereinen zwei Fünftel den Wettbewerb im Grossen und Ganzen. Über Verbände und Vereine hinweg hat die Bekanntheit des Wettbewerbs zwischen 2007 und 2009 abgenommen und ist danach relativ stabil geblieben.

3.5.2 IMAGE UND KONZEPT

«cool and clean» hat bei den befragten Verbands- und Vereinsverantwortlichen mehrheitlich ein positives Image. Das positive Image ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass es sich bei «cool and clean» um ein etabliertes und bekanntes Programm mit gut verständlichen Kernbotschaften handelt. Zudem wird die Akzeptanz des Programms insbesondere bei Vereinen als hoch erachtet und die materielle Unterstützung von «cool and clean» geschätzt. Den konzeptionellen Grundlagen des Programms wird mehrheitlich zugestimmt. Die Konzentration der Präventionsgelder und die Zusammenführung aller Programme zur Suchtprävention im Sport unter einem Label werden von einer grossen Mehrheit der Befragten als sinnvoll empfunden. Ebenso werden die Ziele von «cool and clean» unterstützt, das Rauchen an Sportveranstaltungen und auf Sportanlagen sowie den Alkoholausschank an Jugendliche zu unterbinden. Leicht kritischer beurteilt werden ein generelles Alkoholverbot und die Vorstellung, dass Suchtprävention eine Aufgabe des Sports ist. Das Programm «cool and clean» wird auch nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen von einer grossen Mehrheit als notwendig erachtet. Als wichtigster Beitrag von «cool and clean» zur Tabakprävention werden die Massnahmen im Bereich der Verhaltensprävention (Community Building, Arbeit mit Vorbildern) hervorgehoben. Für das Programm spreche zudem, dass es nicht nur der Tabakprävention diene, sondern einen suchtmittel-

übergreifenden Ansatz verfolgen. Optimierungsbedürftig sind aus Sicht der Verbands- und Vereinsverantwortlichen zwei Punkte: Was die Verhältnisprävention betrifft, sprechen sich einige Befragte – erstens – für eine stärkere Fokussierung der Tabakprävention auf den Aussenbereich von Sportveranstaltungen und Sportanlagen aus. Im Innenbereich von Sportanlagen und Sportveranstaltungen seien keine Massnahmen mehr notwendig. Zweitens wird im Bereich der Verhaltensprävention stärker die Vermittlung von Suchtmittelkompetenzen anstelle von Abstinenzgeboten gewünscht.

3.5.3 UMSETZUNG

Bei der Umsetzung von «cool and clean» orientieren sich die Vereine und Verbände vor allem an den Themen Tabak und Alkohol, wobei sich die Rauchfreiheit an Sportveranstaltungen und Ähnlichem offenbar leichter durchsetzen lässt als ein Verzicht auf den Ausschank von Alkohol. Ein grosser Teil der Verbände sieht sich zudem in der Rolle eines Multiplikators, der die Inhalte von «cool and clean» an seine Mitgliedsvereine aktiv weitervermittelt. In Bezug auf die Multiplikatorenfunktion der Verbände gilt es allerdings festzuhalten, dass sich ein Teil der Verbände seit dem Befragungsdurchgang des Jahres 2009 wieder aus dieser Rolle zurückgezogen hat. Von grosser Bedeutung für die Umsetzung von «cool and clean» sind die durch Swiss Olympic abgegebenen «cool and clean»-Materialien. Diese werden von den Vereinen und Verbänden mehrheitlich positiv beurteilt. Zugleich fällt jedoch auf, dass die Materialien vor allem von den Verbänden genutzt werden, während dies nur in knapp der Hälfte der untersuchten Vereine der Fall ist. Über alle Umsetzungsmassnahmen hinweg gilt es festzuhalten, dass sich diejenigen Vereine, aus denen ein oder mehrere Jugendsportteams an «cool and clean» teilnehmen, sich auch insgesamt stärker als andere Vereine für die Suchtprävention im Sinne von «cool and clean» engagieren.

3.5.4 WIRKUNGEN

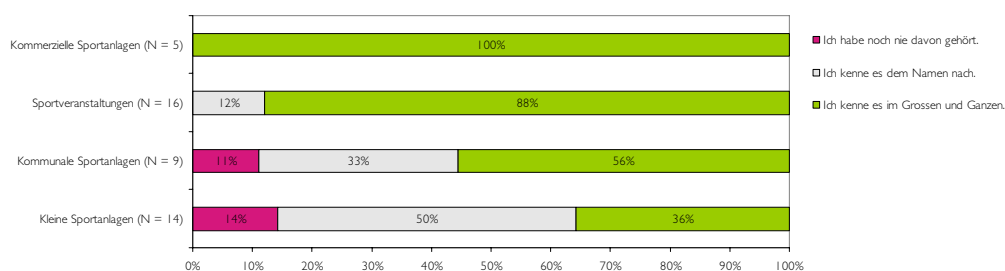
Im Hinblick auf die mit «cool and clean» angestossenen Wirkungen zeigt sich, dass es vor allem gelungen ist, den Tabakkonsum im Setting Sport zu senken: Sowohl von Seiten der Verbände als auch von den Vereinen wird berichtet, dass die Zahl der rauchfreien Sportveranstaltungen in den letzten fünf Jahren zugenommen habe beziehungsweise dass heute bei Vereinsaktivitäten weniger geraucht wird. Unklar ist, inwiefern «cool and clean» zur Alkoholprävention beiträgt: *Einerseits* wird aus rund der Hälfte der Vereine berichtet, dass dort heute weniger Alkohol als zu früheren Zeiten getrunken wird. *Andererseits* konnte nur eine Minderheit der Verbände den Anteil alkoholfreier Sportveranstaltungen erhöhen und es wird aus vielen Vereinen darauf hingewiesen, dass der (massvolle) Konsum von Alkohol ein zentraler Bestandteil des Vereinslebens sei. Noch nicht gelungen ist es hingegen, die Suchtprävention institutionell in den Vereinen und Verbänden zu verankern. Nur eine Minderheit der Befragten berichtet, dass die Anliegen von «cool and clean» in die Vereinsstatuten aufgenommen wurden respektive dass Fragen der Suchtprävention regelmässig in den Verbandsgremien diskutiert werden. Auch das Amt einer/-s Suchtbeauftragten wurde bisher nur in wenigen Vereinen und Verbänden eingerichtet. Die beschriebenen Wirkungen fallen jedoch bei denjenigen Vereinen mit einem oder mehreren bei «cool and clean» teilnehmenden Jugendsportteams stärker aus als bei Vereinen ohne teilnehmende Jugendsportteams.

In diesem Kapitel wird zuerst die Bekanntheit von «cool and clean» bei Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen beschrieben (vgl. Abschnitt 4.1). Danach wird auf das Konzept und Image (vgl. Abschnitt 4.2), die Umsetzung (vgl. Abschnitt 4.3) und die Wirkungen (vgl. Abschnitt 4.4) eingegangen. Schliesslich wird ein Fazit gezogen (vgl. Abschnitt 4.5).

4.1 BEKANNTHEIT VON «COOL AND CLEAN»

Die Bekanntheit des Gesamtprogramms «cool and clean» bei den Verantwortlichen von Sportanlagen respektive Sportveranstaltungen variiert beträchtlich (vgl. Darstellung D 4.1). Bei Institutionen, deren Verantwortliche sich hauptsächlich mit Sport und Präventionsfragen auseinandersetzen wie kommerzielle Sportanlagen und in geringerem Ausmass Sportveranstaltungen, ist die Bekanntheit des Programms am grössten. So kennen alle fünf befragten Verantwortlichen von kommerziellen Sportprogrammen «cool and clean» im Grossen und Ganzen (100%). Bei den sechzehn interviewten Veranstaltern beträgt der Anteil 88 Prozent. Bei Institutionen, deren Verantwortliche sich ehrenamtlich respektive nebenberuflich mit Sport- und Präventionsfragen beschäftigen, ist die Bekanntheit von «cool and clean» geringer. So kennen lediglich fünf der neun befragten Verantwortlichen von kommunalen Sportanlagen (56%) und fünf der vierzehn interviewten Verantwortlichen von kleinen Sportanlagen (36%) das Programm im Grossen und Ganzen. Eine Person bei den kommunalen Sportanlagen (11%) und zwei Befragte bei den kleinen Sportanlagen (14%) haben noch nie von «cool and clean» gehört.

D 4.1: Bekanntheit Programm «cool and clean» bei Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen



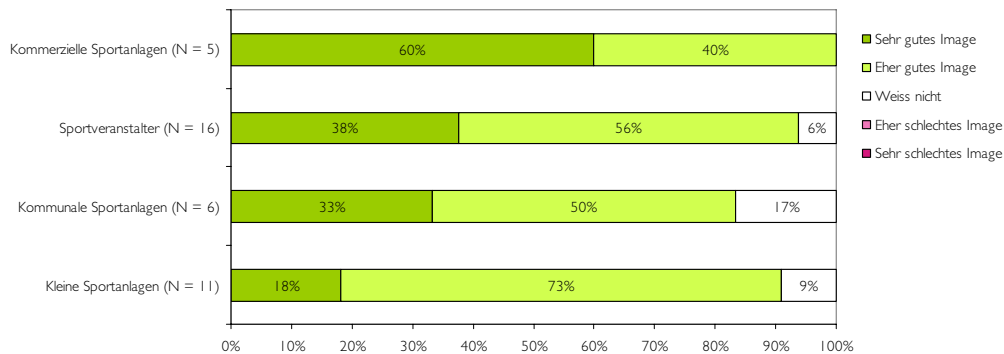
Frage: Wie gut kennen Sie das Programm «cool and clean»?

Die Bekanntheit ist im Verlauf der Erhebungen gestiegen. So kannten 2009 nur 14 Prozent der befragten Verantwortlichen von kommunalen Sportanlagen «cool and clean» im Grossen und Ganzen (2011: 56%). 29 Prozent hatten noch nie vom Programm gehört (2011: 11%). Bei den Verantwortlichen von kommerziellen Stadien kannten 2009 78 Prozent das Programm im Grossen und Ganzen (2011: 100%) (vgl. Anhang A1).

4.2 IMAGE UND KONZEPT

Die Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen wurden befragt, wie sie das Image von «cool and clean» in ihrem Umfeld einschätzen. Die grosse Mehrheit der Befragten beurteilt das Image von «cool and clean» als eher oder gar sehr gut (vgl. Darstellung D 4.2). Einige Verantwortliche von kommunalen und kleinen Sportanlagen sowie von Sportveranstaltungen konnten sich zum Image von «cool and clean» nicht äussern, weil sie selber oder ihr Umfeld das Programm zu wenig gut kennen.

D 4.2: Image von «cool and clean»



Frage Sportanlagen: Welches Image hat das Programm «cool and clean» in Ihrem beruflichen Umfeld?
Frage Sportveranstalter: Welches Image hat das Programm «cool and clean» bei Ihren Mitorganisatoren und Partnern?

Die Verantwortlichen äusserten sich zudem darüber, wieso das Image so positiv beurteilt wird. Gelobt werden insbesondere drei Punkte:

- *Konzept:* Das Konzept von «cool and clean» wird als gut beurteilt. Die Fokussierung auf die Prävention bei der Zielgruppe der Jugendlichen wird als sinnvoll beurteilt. Die Botschaften des Programms werden als positiv und verständlich empfunden.
- *Unterstützung:* «cool and clean» bietet den Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen einerseits durch seine Mitarbeitenden und andererseits durch die ansprechend gestalteten Materialien eine gute Unterstützung.
- *Akzeptanz bei den Zielgruppen:* Die Akzeptanz von «cool and clean» wird bei Sportler/-innen und Teilnehmenden von Sportveranstaltungen als gut beurteilt. Zur Akzeptanz tragen die Glaubwürdigkeit von Swiss Olympic und der Einbezug von Topsportlern bei.

Die Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen wurden ebenfalls danach gefragt, ob es nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen ein Programm wie «cool and clean» überhaupt noch braucht. Mehrheitlich wird diese Frage bejaht. Die zwei wichtigsten Gründe für diese Einschätzung werden nachfolgend zusammengefasst:

- *Beitrag zur Verhaltensprävention:* Viele Verantwortliche von Sportanlagen und Sportveranstaltungen sehen den Beitrag von «cool and clean» vor allem in der Verhaltensprävention. Noch immer sei der Tabakkonsum insbesondere bei Jugendlichen und in einigen Vereinen verbreitet. «cool and clean» leiste durch seine Unterstützung und Materialien einen Beitrag, den Vereine aufgrund von Zeit und Geldmangel nicht selber leisten könnten.
- *Suchtübergreifendes Präventionsprogramm:* Ein Programm wie «cool and clean» ist zudem nach Einschätzung einiger Befragter notwendig, weil es neben der Tabakprävention auch einen Beitrag an die Alkohol- und Dopingprävention leistet.

Trotz dieser Unterstützung des Programms gibt es aus Sicht der Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen drei Optimierungen des Programms:

- *Stärkere Fokussierung auf Vereine:* Die Verantwortlichen unterschiedlicher Sportanlagen finden, dass sich «cool and clean» stärker auf die Vereine und weniger auf die Betreiber respektive Besitzer von Sportanlagen ausrichten sollte. Dies hängt einerseits damit zusammen, dass der Handlungsbedarf in der Tabakprävention auf Sportanlagen nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen gesunken ist. Andererseits wird der Hauptnutzen des Programms in der Präventionsarbeit bei Jugendlichen gesehen.
- *Stärkerer Fokus auf Jugendliche:* Einige Befragte zweifeln den Nutzen der Alkohol- und Tabakprävention bei Erwachsenen an. Diese seien eigenverantwortlich. Das Programm «cool and clean» solle sich deshalb auf Jugendliche fokussieren. Erwachsene sollten lediglich aufgrund ihrer Vorbildfunktion als Trainerin oder Trainer miteinbezogen werden.
- *Stärkere Ausrichtung auf andere Suchtmittel als Tabak:* Der Bedarf nach Tabakprävention wird kleiner eingeschätzt als derjenige nach Alkohol-, Drogen- und Dopingprävention.
- *Stärkere Sensibilisierung für Gesundheitsrisiken:* Einige befragte Verantwortliche von Sportanlagen und Sportveranstaltungen sind der Ansicht, dass «cool and clean» weniger auf Verbote und stärker auf die Prävention respektive die Sensibilisierung für die Gesundheitsrisiken des Suchtmittelkonsums setzen sollte.

4.3 UMSETZUNG

In diesem Abschnitt werden zuerst die Massnahmen der Sportanlagenbetreiber und Sportveranstalter im Bereich der Tabakprävention beschrieben (vgl. Abschnitt 4.3.1). Danach wird erläutert, welche Massnahmen im Bereich der Alkoholprävention ergriffen wurden (vgl. Abschnitt 4.3.2). Schliesslich wird die Nutzung von «cool and clean»-Materialien in Sportanlagen und an Sportveranstaltungen dargelegt (vgl. Abschnitt 4.3.3).

4.3.1 MASSNAHMEN TABAKPRÄVENTION

Informationen zu den Massnahmen im Bereich der Tabakprävention liefern in erster Linie die telefonischen Interviews mit Verantwortlichen von Sportanlagen und Sport-

veranstaltungen. Vereinzelt werden auch Informationen aus den drei Fallstudien zum Aargauer Kantonturnfest, dem Zürcher Kantonturnfest und dem Kreisturnfest Seerücken herangezogen.

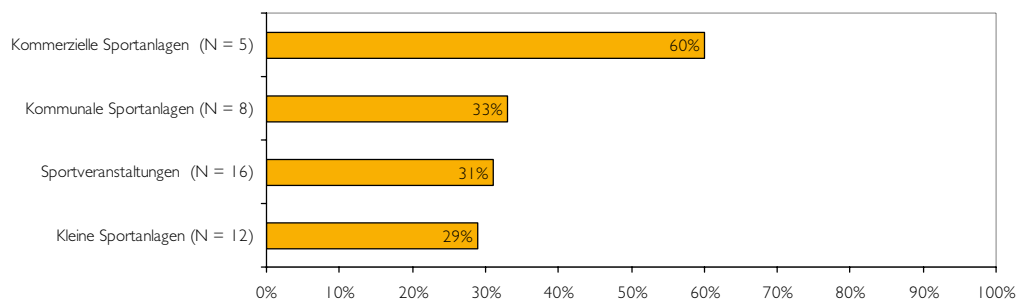
Rauchverbote im Innenbereich von Sportanlagen

Seit dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen im Mai 2010 gilt in allen öffentlich zugänglichen Innenräumlichkeiten ein Rauchverbot. Es stellt sich jedoch die Frage, wie dieses Rauchverbot von den Verantwortlichen von Sportanlagen interpretiert wird. So sind gemäss Gesetz private Anlässe vom Rauchverbot ausgenommen. In allen untersuchten kleinen und kommunalen Sportanlagen wird die Einhaltung des Rauchverbots jedoch nicht nur bei öffentlichen Veranstaltungen, sondern auch bei privaten Anlässen von Dritten respektive von Vereinen verlangt. Als Grund für dieses umfassende Rauchverbot wird von einer Mehrheit der befragten Verantwortlichen das Bundesgesetz genannt. Einige Befragte sagten aus, dass der Entscheid des Betreibers respektive Besitzers ausschlaggebend war. Einzelne Interviewte gaben Feuer- und Sicherheitsvorschriften sowie die Teilnahme bei «cool and clean» als Gründe an.

Rauchverbote im Aussenbereich von Sportanlagen

Im Gegensatz zu den Innenräumlichkeiten sieht das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen keine Rauchverbote im Aussenbereich vor. Entsprechend selten sind Rauchverbote im Aussenbereich der untersuchten Sportanlagen und Sportveranstaltungen zu finden (vgl. Darstellung D 4.3). Lediglich rund ein Drittel der befragten Verantwortlichen der kommunalen und kleinen Sportanlagen respektive Sportveranstaltungen kennen ein Rauchverbot im Aussenbereich. In der Regel handelt es sich dabei um das Wettkampfgelände oder im Falle der kommunalen Sportanlagen auch um Pausenplätze von Schulen. Von den fünf untersuchten kommerziellen Sportanlagen haben drei in den Familienzonen Rauchverbote erlassen. Ein Zusammenhang zwischen Rauchverboten auf Aussenanlagen und der Teilnahme bei «cool and clean» lässt sich nicht ausschliessen. So nimmt eine grosse Mehrheit der befragten kommerziellen und kleinen Sportanlagen sowie der Sportveranstaltungen mit einem Rauchverbot auf den Aussenanlagen bei «cool and clean» teil. Die drei Verantwortlichen der drei kommerziellen Sportanlagen geben zudem explizit als Grund für das Rauchverbot in den Familienzonen die Zusammenarbeit mit «cool and clean» an. Bei den anderen Verantwortlichen waren andere Gründe wie Verbote der Betreiber respektive Besitzer sowie die Sauberkeit der Sportanlagen ausschlaggebend.

D 4.3: Rauchverbote im Aussenbereich



Frage: Gibt es im Aussenbereich Ihrer Sportveranstaltung/Ihrer Sportanlage Zonen mit Rauchverbot?

Auf Rauchverbote in den Aussenanlagen wurde nach Auskunft der Verantwortlichen aus drei Gründen verzichtet. *Erstens* wird das Rauchen auf Aussenanlagen von vielen als unproblematisch erachtet. Dabei würde niemand gestört. *Zweitens* sind einige der Meinung, dass die Freiheit nicht durch unnötige Verbote eingeschränkt und an die Selbstverantwortung der Rauchenden appelliert werden sollte. *Drittens* finden einige Befragte, die Durchsetzung von Rauchverboten auf Aussenanlagen schwierig.

Durchsetzung der Rauchverbote

Grundsätzlich sind viele Befragte der Meinung, dass die Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen und der damit einhergehende Mentalitätswandel zu einer guten Einhaltung der Rauchverbote geführt haben. Die Selbst- respektive Sozialkontrolle sei ausreichend. Weitergehende Massnahmen zur Durchsetzung von Rauchverboten werden entsprechend von etlichen Befragten als unnötig erachtet. Andere haben jedoch nachfolgend beschriebene Massnahmen ergriffen, um die Umsetzung der Rauchverbote zu erleichtern.

In vier Fünftel der untersuchten kommerziellen und kommunalen Sportanlagen wird die Einhaltung der Rauchverbote überprüft. Bei den kleinen Sportanlagen und Sportveranstaltungen ist dies nur bei der Hälfte der Befragten der Fall. Zu den wichtigsten für die Überprüfung zuständigen Personen zählen die Hausabwarte. An Sportveranstaltungen und in kommerziellen Sportanlagen spielen auch die Sicherheitsleute sowie freiwillige und bezahlte Hilfskräfte eine wichtige Rolle bei der Überprüfung der Rauchverbote. In kleinen und kommunalen Sportanlagen nehmen auch Leitende von Sportvereinen, Lehrpersonen und Gemeindeangestellte diese Verantwortung wahr. Unterschiede bei der Überprüfung der Einhaltung der Rauchverbote zwischen bei «cool and clean» teilnehmenden und nicht teilnehmenden Sportanlagen und Sportveranstaltungen zeigen sich keine.

In drei Viertel der untersuchten kommerziellen Sportanlagen, gut der Hälfte der kommunalen Sportanlagen sowie der Sportveranstaltungen sowie einem Drittel der kleinen Sportanlagen finden Instruktionen für Personen statt, die mit der Überprüfung des Rauchverbotes beauftragt sind. Häufig handelt es sich dabei um eine Instruktion im Vorfeld eines Anlasses. Kommerzielle Sportanlagen kennen auch interne Reglemente respektive Stellenbeschriebe für ihre Sicherheitsdienste, welche die Handhabung der Rauchverbote festlegen. Bei kommunalen Sportanlagen werden Mieter bei der Reservation mündlich oder schriftlich auf die Handhabung des Rauchverbotes hingewiesen. In einer Gemeinde müssen die Mieter zudem ein Notfall- respektive Sicherheitskonzept mit Informationen zur Handhabung des Rauchverbots vorlegen.

Am häufigsten wird bei einem Verstoss gegen das Rauchverbot das Gespräch mit dem Rauchenden gesucht und auf andere Rauchmöglichkeiten in speziellen Räumen oder im Aussenbereich hingewiesen. In einzelnen Sportanlagen respektive an Sportveranstaltungen werden auch Verwarnungen, Verzeigungen und Bussen ausgesprochen. Bei kommerziellen Sportanlagen kann es bei mehrfachen Verstössen zu einem Stadionverbot kommen.

Kommunikation der Rauchverbote

Mindestens vier Fünftel der telefonisch befragten Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen gaben an, dass ihre Sportanlage respektive Sportveranstaltung mit Rauchverboten beschildert ist. In gewissen Anlagen wurden dabei auch Materialien von «cool and clean» verwendet.

An den drei Turnfesten, welche Gegenstand von Fallstudien waren, wurden für die Kommunikation der Rauchverbote in Festzelten und auf dem Festgelände ausschliesslich Materialien von «cool and clean» verwendet (vgl. Anhang A5). Am Aargauer Turnfest wurde zudem der Rauchfrei-Jingle gespielt.

Verzicht auf Tabakwerbung

Eine grosse Mehrheit der telefonisch befragten Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstalter verzichtet auf Tabakwerbung. Der wichtigste Grund dafür ist – *erstens*, – dass sich die Verantwortlichen bisher nie mit dem Thema Tabakwerbung respektive -sponsoring auseinandergesetzt haben. So gibt es in vielen Sportanlagen generell keine Werbung. *Zweitens* wurde seitens der Verantwortlichen von Sportanlagen respektive Sportveranstaltungen bewusst auf Tabakwerbung verzichtet, weil diese nicht den Normen und Vorstellungen der Institution entspricht. Einige Befragte sind etwa der Meinung, dass Tabakwerbung und Sport nicht vereinbar sind. *Drittens* gibt es in einzelnen Sportarten Reglemente, welche Tabakwerbung verbieten. *Viertens* wurde an einzelnen Sportveranstaltungen für Kinder explizit auf Tabakwerbung verzichtet. Das Programm «cool and clean» wurde lediglich von einem Verantwortlichen als Grund für den Verzicht auf Tabakwerbung genannt.

4.3.2 MASSNAHMEN ALKOHOLPRÄVENTION

Informationen zu den Massnahmen im Bereich der Alkoholprävention liefern einerseits die sechzehn telefonischen Interviews mit Verantwortlichen von Sportanlagen und andererseits die drei Fallstudien zum Aargauer Kantonaltturnfest, dem Zürcher Kantonaltturnfest und dem Kreisturnfest Seerücken (vgl. Anhang A5).

Limitierung des Verkaufs von Alkohol

An zwölf der sechzehn untersuchten Sportveranstaltungen wird Alkohol verkauft. In der Regel erfolgt der Alkoholausschank durch die Festwirtschaft. In Einzelfällen konnten Zuschauer alkoholische Getränke in öffentlichen, nicht zur Sportveranstaltung gehörenden Restaurants beziehen. Alle vier befragten Verantwortlichen der Sportveranstaltungen ohne Alkoholausschank arbeiten mit «cool and clean» zusammen. Diese Zusammenarbeit wird von einem der vier Sportveranstalter explizit als Grund für den Verzicht auf den Alkoholverkauf angegeben. An den anderen Sportveranstaltungen waren Alkoholverbote des Hallenvermieters oder der bewusste Verzicht aufgrund des hohen Anteils an Jugendlichen an der Sportveranstaltung ausschlaggebend.

Die Fallstudien zeigen, wie gut die vier von «cool and clean» vorgeschlagenen Massnahmen zur Limitierung des Alkoholverkaufs an den drei untersuchten Turnfesten umgesetzt wurden (vgl. auch Anhang A5).

- *Limitierung der Anzahl Verkaufsstellen mit Alkoholausschank:* Diese Massnahme wurde an keinem der drei Turnfeste umgesetzt. Alle Verkaufsstände boten alkoholische Getränke an.
- *Nichtalkoholische Getränke sind günstiger als alkoholische Getränke:* Es handelt sich dabei um eine gesetzliche Vorgabe, welche am Aargauer Kantonturnfest und am Kreisturnfest Seerücken vollumfänglich, am Zürcher Kantonturnfest jedoch nur teilweise umgesetzt wurde. «cool and clean» regt die Veranstalter an, Massnahmen über diese gesetzlichen Vorgaben hinaus zu treffen.
- *Kein Verkauf von Alcopops:* Diese Massnahme wurde an den drei Turnfesten grösstenteils umgesetzt. Nur einzelne Festbetriebe boten Alcopops an.
- *Kein Verkauf von hochprozentigen alkoholischen Getränken:* Auf einen Verkauf von hochprozentigen alkoholischen Getränken wurde in den Festbetrieben des Zürcher Kantonturnfestes und des Kreisturnfestes Seerücken grösstenteils, am Aargauer Kantonturnfest jedoch nur teilweise verzichtet.

Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes

Gemäss der schweizerischen Gesetzgebung darf niederprozentiger Alkohol wie Bier und Wein erst an Jugendliche über 16 Jahre und hochprozentiger Alkohol wie Cocktails erst an junge Erwachsene ab 18 Jahren abgegeben werden. Von den zwölf telefonisch befragten Sportveranstaltern mit Alkoholausschank geben neun an (75%), dass sie die Einhaltung des Jugendschutzes beim Alkoholverkauf an ihrer Sportveranstaltung überprüfen. Sieben dieser Sportveranstalter verlangen dazu die Ausweise der Jugendlichen. Ein Veranstalter setzt dabei auf ein System mit verschiedenfarbigen Kontrollbändern, um die unterschiedlichen Altersgruppen zu unterscheiden. Bei kleineren Sportveranstaltungen innerhalb einer Gemeinde setzt man darauf, dass die Jugendlichen respektive ihr Alter dem Verkaufspersonal bekannt sind. Als Grund für einen Verzicht auf eine Überprüfung des Alkohol-Jugendschutzes wird angegeben, dass dies nicht Sache des Sportveranstalters, sondern der Verantwortlichen der Festbetriebe sei. Aus der telefonischen Befragung geht hervor, dass das Engagement für die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes bei Sportveranstaltern grösser ist, welche bei «cool and clean» mitmachen. So überprüfen sieben von acht teilnehmenden (88%) und zwei von vier nicht teilnehmenden Sportveranstaltern (50%) die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes.

Von den neun Veranstaltern, welche die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes überprüfen, bieten acht (89%) dem Verkaufspersonal eine spezielle Schulung an. Häufig werden für die Schulungen Kommunikationsmaterialien von «cool and clean» beigezogen. Sanktionen bei Restaurateuren, welche sich nicht an den Alkohol-Jugendschutz halten, sind selten vorgesehen. Ein Veranstalter würde das Gespräch suchen, ein Verband würde dem zuständigen Verein die Organisation des Cupfinals entziehen und ein Sportveranstalter würde dieses Verhalten als Vertragsbruch beurteilen.

An den drei Turnfesten, welche im Rahmen der Fallstudien untersucht wurden, wird die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes mittels verschiedenfarbiger Kontrollbänder sichergestellt (vgl. Anhang A5). Diese Kontrollbänder müssen beim Kauf von Alkohol gezeigt werden. Zusätzlich wurden die Helfenden respektive die Verantwortlichen der

Festbetriebe betreffend die Handhabung des Alkohol-Jugendschutzes am Turnfest geschult. Trotz dieser guten Grundlage für die Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes hat sich bei der Umsetzung der Massnahme ein Bedarf an Optimierungen aufgezeigt. So wurden am Aargauer Kantonalfest grüne Kontrollbänder an alle über 18-Jährigen abgegeben. Der Widerstand der erwachsenen Turnfestbesucher hielt jedoch gewisse Festbetriebe von einer lückenlosen Umsetzung der Massnahme ab. Sinnvoller wäre es entsprechend, den Einsatz der grünen Kontrollbänder – wie am Zürcher Kantonaltturnfest – auf die Altersgruppe der 18- bis 25-Jährigen zu limitieren. Bei dieser Altersgruppe stossen die Kontrollbänder aufgrund von Erfahrungen an anderen Anlässen auf weniger Widerstand. Am Zürcher Kantonaltturnfest waren die Abgabestellen der Kontrollbänder nachmittags trotz bereits anlaufendem Alkoholverkauf und -konsum geschlossen. Es wäre sinnvoll, die Öffnungszeiten so zu gestalten, dass ein Bezug von Kontrollbändern jederzeit möglich ist. Am Kreisturnfest Seerücken wurden die grünen Kontrollbänder nicht an eine klar definierte Altersgruppe abgegeben, sondern junge Erwachsene an der Grenze zum Jugendschutzalter wurden aufgrund einer Gesichtskontrolle der Helfenden in den Festbetrieben an die Abgabestelle der Kontrollbänder verwiesen. Diese vagen Vorgaben dürften einer einheitlichen Umsetzung des Alkohol-Jugendschutzes abträglich sein. Um eine lückenlose Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes sicherzustellen, könnten entsprechende Massnahmen in die Verträge zwischen Festbetrieben und Sportveranstaltern aufgenommen werden.

Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes

Am häufigsten werden nach Aussage der telefonisch befragten Sportveranstalter zur Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes Plakate eingesetzt. Daneben werden auch Aufkleber und Buttons verwendet. Häufig handelt es sich dabei um Kommunikationsmaterialien von «cool and clean». An einer Sportveranstaltung stellt die Gemeinde Plakate und Aufkleber zur Verfügung und verlangt von den Veranstaltern, dass sie auf den Getränkearten auf das Schutzalter hinweisen. Ein Veranstalter stellte selber laminierte Jugendschutzplakate her und verpflichtete die Festbetriebe, diese einzusetzen. An einer Sportveranstaltung, an der Kontrollbänder zum Einsatz kamen, wurden die teilnehmenden Vereine über diese Massnahme informiert.

Die Fallstudien über die drei Turnfeste zeigen eine vielfältige Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes auf (vgl. Anhang A5). Sowohl am Aargauer als auch am Zürcher Kantonaltturnfest wurden die Vereine im Vorfeld der Veranstaltung brieflich über die Handhabung des Alkohol-Jugendschutzes informiert und um eine Abgabe der Kontrollbänder an die Mitglieder gebeten. Zudem wurde in den Festzeitschriften über die Massnahmen im Bereich der Suchtprävention berichtet. Schliesslich wurden in einigen Festbetrieben auch Jugendschutzplakate aufgehängt. Solche Plakate kamen am Kreisturnfest Seerücken in allen Festbetrieben zum Einsatz. Bei den an den drei Turnfesten eingesetzten Jugendschutzplakaten handelt es sich teilweise um Materialien von «cool and clean», teilweise aber auch von anderen Organisationen.

Verbot von Alkoholwerbung

Alkoholwerbung ist in rund der Hälfte der telefonisch befragten Sportveranstaltungen verboten. Für solche Verbote haben sich die Veranstalter aus unterschiedlichen Gründen entschieden. So entspricht Alkoholwerbung bei gewissen Sportveranstaltern nicht deren Grundwerten. Dann sind Alkoholsponsoren an Sportveranstaltungen für Kinder

nicht willkommen. Schliesslich hat ein Sportveranstalter einen Exklusivvertrag mit einem Sportgetränkhersteller. Das Engagement bei «cool and clean» wurde von keinem Sportveranstalter erwähnt. Bei Sportveranstaltungen mit Alkoholwerbung war das Sponsoring einer Bierbrauerei für diesen Entscheid verantwortlich. Die Sportveranstalter möchten nicht auf die finanzielle Unterstützung oder auf die von den Bierbrauereien zur Verfügung gestellte Infrastruktur wie Tische, Theken und Kühlschränke verzichten. Einzelne Sportveranstalter haben sich nicht explizit gegen ein Verbot ausgesprochen, weil Alkoholwerbung respektive -sponsoring bisher kein Thema war.

Die Fallstudien zeigen, dass Bierbrauereien eine wichtige Rolle als Sponsoren der drei Turnfeste spielten (vgl. Anhang A5). Sie wurden zusammen mit anderen Sponsoren auf Schildern und Fahnen aufgeführt. Ihr Logo war an allen Turnfesten an den Theken der Festbetriebe, am Zürcher Kantonturnfest und am Kreisturnfest Seerücken auch an den Kühlschränken anzutreffen. Am Aargauer und Zürcher Kantonturnfest waren zudem weitere Anbieter von alkoholischen Getränken, wie der Wodkakersteller Trojka, mit Werbung präsent.

Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern

Von fünfzehn telefonisch befragten Sportveranstaltern verzichteten dreizehn auf einen Ausschank von Alkohol an Siegesfeiern. Die Gründe dafür sind vielfältig. An einer Veranstaltung verbieten die Regeln des Fernsehens den Einsatz von Alkohol an Siegesfeiern. An zwei Veranstaltungen wird aufgrund des hohen Anteils an Jugendlichen respektive Kindern auf Siegesfeiern mit Alkohol verzichtet. Der Verzicht wird zudem damit erklärt, dass der Alkoholkonsum nicht gefördert werden soll. Auch findet ein Veranstalter, dass Sport und Alkohol nicht zusammenpassen. Das Engagement bei «cool and clean» wurde von keinem Sportveranstalter erwähnt. An Sportveranstaltungen mit Alkohol an Siegesfeiern wurde mit Champagner gefeiert. Es wurde argumentiert, dass sich so die Siegesfeiern besser fotografisch inszenieren lassen.

An allen drei Turnfesten, welche Gegenstand von *Fallstudien* waren, wurde auf Siegesfeiern mit Alkohol verzichtet.

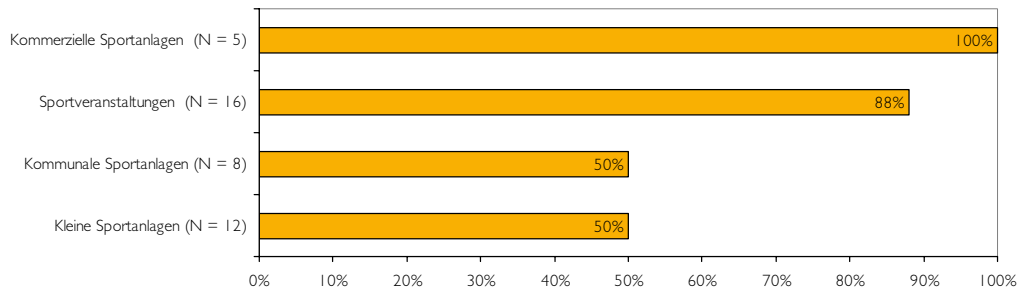
4.3.3 NUTZUNG DER «COOL AND CLEAN»-MATERIALIEN

Informationen zur Nutzung der «cool and clean»-Materialien lieferten in erster Linie die telefonische Befragung der Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen.

Anforderung und Einsatz von «cool and clean»-Materialien

Die Darstellung D 4.4 gibt Einblick über die Nutzung von «cool and clean»-Materialien in Sportanlagen und an Sportveranstaltungen. Bei den kommerziellen Sportanlagen gaben alle fünf befragten Verantwortlichen (100%) an, dass sie die «cool and clean»-Materialien angefordert und eingesetzt haben. Von den 16 interviewten Sportveranstaltern sagten 14 (88%) aus, die Materialien bestellt und genutzt zu haben. Bei den acht kommunalen und zwölf kleinen Sportanlagen bestätigten jeweils die Hälfte der befragten Verantwortlichen eine Nutzung der «cool and clean»-Materialien.

D 4.4: Anforderung und Einsatz der «cool and clean»-Materialien in Sportanlagen und bei Sportveranstaltungen



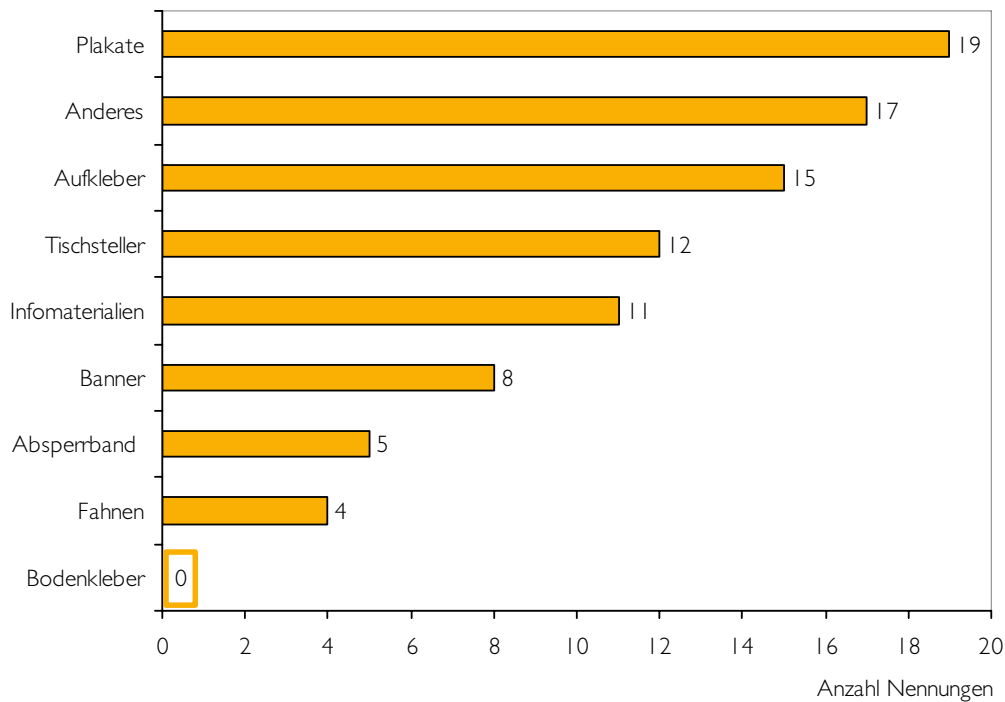
Fragen Sportanlagen: Haben Sie bei «cool and clean» Material angefordert zur Kennzeichnung rauchfreier Sportanlagen? Haben Sie die Kennzeichnungsmaterialien und Hinweisplakate von «cool and clean» eingesetzt?

Fragen Sportveranstaltungen: Haben Sie aufgrund Ihres Kontakts mit Swiss Olympic bei «cool and clean» Material angefordert zur Kennzeichnung rauchfreier Sportanlagen und des Jugendschutzes beim Alkoholverkauf? Haben Sie die Kennzeichnungsmaterialien und Hinweisplakate von «cool and clean» eingesetzt?

Art der genutzten «cool and clean»-Materialien

Aus Darstellung D 4.5 wird ersichtlich, welche Materialien über alle befragten Zielgruppen hinweg am häufigsten eingesetzt wurden.

D 4.5: Eingesetzte Informationsmaterialien in Sportanlagen und an Sportveranstaltungen (N = 29)



Frage: Welche Materialien haben Sie angefordert?

Insgesamt 29 Personen äusserten sich zu dieser Frage. Am häufigsten eingesetzt werden Plakate, gefolgt von Aufklebern, Tischtellern, Informationsmaterialien, Bannern, Absperrbändern und Fahnen. Gar nicht eingesetzt wurden Bodenkleber. Viele Befragte gaben auch andere Materialien an. Unter anderen Materialien wurden relativ häufig Flyer erwähnt. Je zwei Sportveranstalter nannten zudem die «cool and clean»-Bar sowie den akustischen Jingle. Weiter wurden Badetücher, Bündel, Bandenkleber, DVD, Trinkflaschen und T-Shirts erwähnt. Zwei Verantwortliche von kommerziellen Sportanlagen erklärten, dass «cool and clean» auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Materialien erstellt hat.

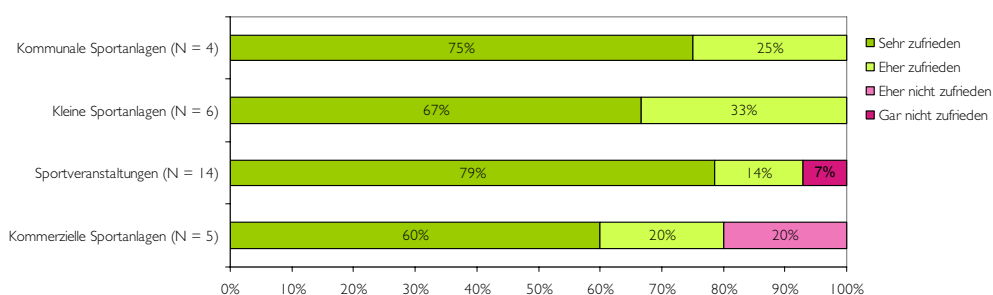
Verwendungsbereiche für «cool and clean»-Materialien

Die «cool and clean»-Materialien werden vor allem in den Innenanlagen eingesetzt. Von den befragten Verantwortlichen der kleinen Sportanlagen nutzen vier die Materialien im Clubhaus respektive in der Cafeteria, zwei in den Festzelten und zwei in den inneren Trainingsräumen. Letztere werden auch in vier kommunalen Sportanlagen für den Einsatz der «cool and clean»-Materialien genutzt. Bei den kommerziellen Sportanlagen werden die Materialien neben dem Innenbereich auch in den Familienzonen und den Sitzreihen angebracht. An Sportveranstaltungen werden die Materialien am häufigsten in den Innenanlagen, gefolgt von der Festwirtschaft eingesetzt. Im Aussenbereich werden die «cool and clean»-Materialien nur an vier Veranstaltungen genutzt.

Zufriedenheit mit «cool and clean»-Materialien

Insgesamt sind die Befragten sehr zufrieden mit den «cool and clean»-Materialien (vgl. Darstellung D 4.6). Eine grosse Mehrheit ist sehr oder eher zufrieden mit den Materialien. Nur je eine Person äussert sich bei den Sportveranstaltungen und den kommerziellen Sportanlagen negativ über die «cool and clean»-Materialien.

D 4.6: Zufriedenheit mit «cool and clean»-Materialien bei Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen



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

Das positive Echo auf die «cool and clean»-Materialien ist auf die folgenden fünf Faktoren zurückzuführen:

- **Vielfältigkeit der Materialien:** Die befragten Verantwortlichen von *Sportanlagen* und *Sportveranstaltungen* sind der Meinung, dass «cool and clean» eine vielfältige und gute Auswahl an Materialien bietet. Insbesondere die Vertreter von *kommer-*

ziellen Sportanlagen schätzen es, dass auf ihre Wünsche angepasste Materialien erstellt werden.

- *Gute formale Gestaltung der Materialien:* Die interviewten Vertreter von Sportanlagen und Sportveranstaltungen finden, dass die Materialien ansprechend gestaltet sind. Den Materialien wird zudem eine gute Qualität attestiert. Sie seien zweckmässig, pflegeleicht und robust. Ebenfalls gelobt wird die gute Einsetzbarkeit und einfache Handhabung.
- *Gute inhaltliche Aufbereitung der Materialien:* Die befragten Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen sind der Ansicht, dass die «cool and clean»-Botschaften klar und verständlich seien. Sie attestieren den Materialien zudem einen hohen Wiedererkennungseffekt.
- *Hohe Akzeptanz der Materialien:* Die interviewten Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen sind der Meinung, dass die Informationsmaterialien und Gadgets bei Endnutzern wie Sportler/-innen sowie Teilnehmende und Zuschauer von Sportveranstaltungen auf Anklang stossen.
- *Kostenlosigkeit der Materialien:* Einige Vertreter von Sportanlagen und Sportveranstaltungen finden es gut, dass die Materialien gratis bezogen werden können.

Vereinzelt werden jedoch auch Kritikpunkte geäussert, welche den obenstehenden Aussagen teilweise widersprechen. Die vier wichtigsten Kritikpunkte werden nachfolgend wiedergegeben:

- *Fehlende Nachhaltigkeit der Materialien:* Einige Verantwortliche von Sportanlagen beanstanden die mangelnde Nachhaltigkeit der Materialien. Gerade die Papierplakate würden schnell zerreißen und seien nicht wieder verwendbar. Dadurch sei ein Nachbestellen notwendig. Ein Sportveranstalter kritisiert zudem, dass die Gadgets teilweise von den Zuschauern liegen gelassen würden.
- *Schlechtes Verhältnis von Aufwand und Nutzen:* Von verschiedenen Verantwortlichen von Sportveranstaltungen wird der Aufwand für das Montieren der Materialien, insbesondere der Bar, als gross erachtet. Der Nutzen von «cool and clean» für den Veranstalter sei im Vergleich zu diesem Aufwand jedoch zu gering. Entsprechend werden Materialien gewünscht, welche dem Sportveranstalter einen Mehrwert bieten, wie Becher, Servietten, Zelte und Theken, die ohnehin beschafft werden müssten. Durch die Bereitstellung solcher Materialien würde der Veranstalter finanziell entlastet. Gleichzeitig würde ein Beitrag an die Prävention geleistet.
- *Ungenügende Anzahl Materialdepots:* Aus Sicht von befragten Sportveranstaltern aus der Ost- und Westschweiz bräuchte es mehr und näher gelegene Materialdepots.
- *Fragwürdige Kosten und Altersgerechtigkeit der Gadgets:* Einige Sportveranstalter kritisieren, dass die Gadgets für kleine Sportveranstalter zu teuer seien. Auch sei die Abgabe von Gadgets nur bei jüngeren Kindern sinnvoll und besser auf verschiedene Altersgruppen angepasste Gadgets notwendig.

4.4 WIRKUNGEN

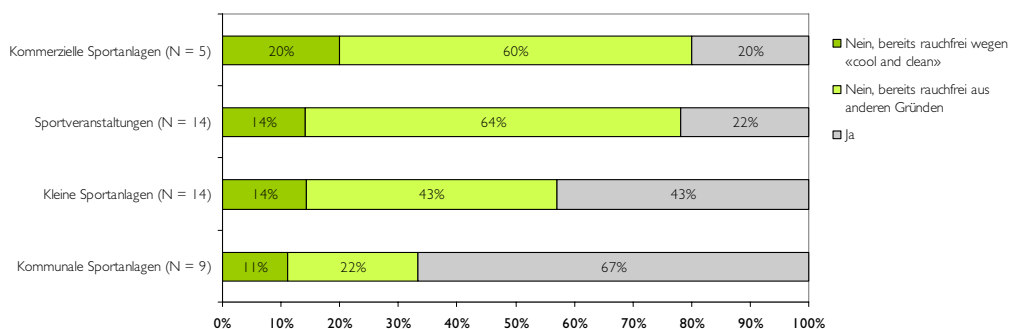
In diesem Abschnitt werden die Wirkungen von «cool and clean» im Bereich der Tabakprävention (vgl. Abschnitt 4.4.1), der Alkoholprävention (vgl. Abschnitt 4.4.2) und des ehrenamtlichen Engagements (vgl. Abschnitt 4.4.3) dargelegt.

4.4.1 WIRKUNGEN TABAKPRÄVENTION

Nachfolgend werden die Wirkungen von «cool and clean» im Bereich der Verhältnisprävention beschrieben. Grundlage dafür bilden die telefonische Befragung der Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportverantwortlichen sowie die drei Fallstudien (vgl. Anhang A5).

Wie Darstellung D 4.7 zeigt, wurde die Einführung von Rauchverboten in Sportanlagen massgeblich durch das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen geprägt. Vor Inkrafttreten dieses Gesetzes kannten lediglich ein Drittel der befragten Verantwortlichen der kommunalen und gut die Hälfte der befragten Verantwortlichen der kleinen Sportanlagen Rauchverbote. Bei den interviewten Verantwortlichen der kommerziellen Sportanlagen und der Sportveranstaltungen waren es immerhin rund vier Fünftel. In Einzelfällen hat das Programm «cool and clean» zur Einführung von Rauchverboten beigetragen. Häufig waren jedoch andere Gründe ausschlaggebend.

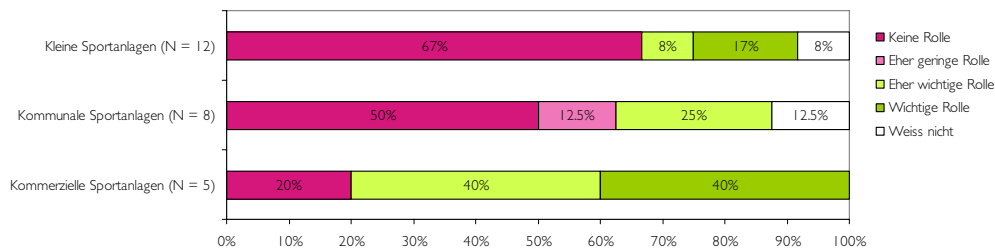
D 4.7: Einfluss «cool and clean» respektive Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen auf Rauchverbote in Innenräumlichkeiten von Sportanlagen und Sportveranstaltungen



Frage: Am 1. Mai 2010 ist das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen in Kraft getreten. In öffentlich zugänglichen geschlossenen Räumen wie Sportsstätten gilt seither ein Rauchverbot. Hat das Gesetz zu Veränderung bei der Handhabung des Rauchens in Ihrer Sportanlage / an Ihrer Sportveranstaltung geführt?

Die Verantwortlichen von Sportanlagen wurden zudem gefragt, welche Rolle «cool and clean» bei der Umsetzung der Rauchverbote gespielt hat. Während «cool and clean» in vier von fünf kommerziellen Anlagen wichtig war, spielte das Programm in kleinen und kommunalen Sportanlagen nur eine geringe Rolle (vgl. Darstellung D 4.8). Ausschlaggebend für die Einführung der Rauchverbote war in erster Linie das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen. Vereinzelt wurde angegeben, dass feuertechnische Überlegungen respektive eigene Wertvorstellungen bei der Einführung von Rauchverboten entscheidend waren.

D 4.8: Rolle von «cool and clean» im Bereich Tabakprävention



Frage: Welche Rolle spielte das Programm «cool and clean» bisher bei der Umsetzung der Rauchfreiheit in Ihrer Sportanlage?

Ähnliche Erkenntnisse gehen aus den Fallstudien zu den drei Turnfesten hervor. So war die Durchsetzung des Schutzes vor Passivrauchen auf dem Wettkampfgelände und den Festbetrieben erfolgreich. Lediglich am Zürcher Turnfest wurde in den Randstunden in einem Zelt das Rauchverbot nicht vollständig eingehalten. Die Wirkungen dürften jedoch nicht auf die von «cool and clean» zur Verfügung gestellten Rauchverbotschilder, sondern auf einen Mentalitätswandel infolge des Inkrafttretens des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen zurückzuführen sein.

4.4.2 WIRKUNGEN ALKOHOLPRÄVENTION

Informationen zu den Wirkungen im Bereich der Alkoholprävention liefern einerseits die sechzehn telefonischen Interviews mit Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltern. Sie wurden um eine Einschätzung des Nutzens von «cool and clean» für die Alkoholprävention in ihrer Sportanlage respektive an ihrer Sportveranstaltung gebeten. Andererseits geben die drei Fallstudien zum Aargauer Kantonturnfest, dem Zürcher Kantonturnfest und dem Kreisturnfest Seerücken Aufschluss über die Wirkungen im Bereich der Alkoholprävention (vgl. Anhang A5).

Die telefonisch befragten Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltern schätzen, dass «cool and clean» in ihrem Umfeld vor allem einen Beitrag zur Alkoholprävention in folgenden zwei Bereichen leistet:

- *Sensibilisierung für Alkoholprävention:* Einige Verantwortliche von *kommunalen Sportanlagen* sowie *Sportveranstaltungen* sehen den Nutzen von «cool and clean» vor allem in einer Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für die Alkoholprävention.
- *Einhaltung des Jugendschutzes:* Für einige Verantwortliche von kommerziellen, kommunalen und kleinen *Sportanlagen* sowie von *Sportveranstaltungen* trägt «cool and clean» zur Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen bei.

Der Beitrag von «cool and clean» zur Alkoholprävention in Sportanlagen und an Sportveranstaltungen wird aus Sicht der Befragten jedoch durch drei Faktoren eingeschränkt.

- *Geringer Problemdruck:* Einige interviewte Vertreter von *Sportveranstaltungen* sowie kleinen und kommunalen *Sportanlagen* sind der Meinung, dass Alkohol in

ihrem institutionellen Umfeld kein Problem darstelle. Einige argumentieren, dass einerseits bereits ein Alkoholverbot bestehe respektive auf den Alkoholausschank verzichtet wird. Andere erklären, dass der Alkoholkonsum aufgrund der ausschliesslichen Präsenz von Kindern eingeschränkt sei. Entsprechend ist der Nutzen von «cool and clean» gering.

- *Finanzielle Einbussen:* Für einige Verantwortliche von kleinen *Sportanlagen* sowie *Sportveranstaltungen* ist der Nutzen von «cool and clean» dadurch eingeschränkt, dass die Umsetzung zu finanziellen Einbussen führen würde. So würde ein Verzicht auf Alkoholwerbung zu einem Verlust von Sponsorengeldern führen.
- *Ungünstiges Umfeld:* Verantwortliche von unterschiedlichen *Sportanlagen* schätzen das Umfeld als ungünstig für die Alkoholprävention ein. Einerseits gehöre Alkoholkonsum zu gewissen Sportarten wie Fussball dazu. Andererseits sei die Umsetzbarkeit und Visibilität der Massnahmen gerade in grossen Stadien schwierig.

Im Rahmen der Fallstudien wurde untersucht, wie gut die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes an den drei Turnfesten gelungen ist (vgl. Anhang A5). Dazu wurden pro Turnfest fünfzig Jugendliche zu ihrem Alkoholkonsum befragt. Rund die Hälfte von ihnen hat anlässlich der Turnfeste Alkohol zu sich genommen. Beim Kauf von Alkohol wurde am Zürcher Turnfest bei zwei Dritteln und am Aargauer Turnfest respektive dem Kreisturnfest Seerücken bei einem Drittel der Jugendlichen das Alter überprüft.¹¹ Eine lückenlose Überprüfung des Jugendschutzalters wurde somit an keinem der drei Turnfeste gewährleistet. Am Zürcher Kantonturnfest gelang es zudem einem 16-jährigen, tiefprozentigen und einem 17-jährigen Jugendlichen, hochprozentigen Alkohol zu kaufen. Weiteren befragten Minderjährigen gelang es an allen drei Turnfesten dank älteren Vereinsmitgliedern, an alkoholische Getränke heranzukommen.

Weiter wurde im Rahmen der Fallstudien der Frage nachgegangen, inwiefern der übermässige Alkoholkonsum und die damit verbundenen Schäden unterbunden werden konnten. Am Zürcher Kantonturnfest kam es nicht zuletzt infolge übermässigen Alkoholkonsums zu Tumulten, welche ein Eingreifen der Kantonspolizei erforderten. Von den anderen beiden Turnfesten sind keine Ausschreitungen bekannt. Die Kantonspolizei attestierte dem Aargauer Kantonturnfest einen friedlichen Ablauf. Möglicherweise ist dies auf das Verbot zurückzuführen, selbstgekauften Alkohol auf das Gelände des Turnfestes mitzubringen. Diese Massnahme wurde jedoch vom Veranstalter selbstständig ergriffen und nicht von «cool and clean» angeregt. An allen drei Turnfesten sind zudem kaum Wirkungen auf das individuelle Verhalten im Hinblick auf eine Einschränkung des Alkoholkonsums beobachtbar. Die mangelnde Gelegenheit war der Hauptgrund, der die interviewten Jugendlichen zum Zeitpunkt der Befragung vom Alkoholkonsum abgehalten hat. Während den Wettkämpfen war zumindest an den beiden Kantonturnfesten der Alkoholkonsum eingeschränkt. Am Kreisturnfest Seerücken wurde dagegen bereits am Nachmittag relativ viel Alkohol konsumiert.

¹¹ Die höhere Kontrollrate am Zürcher Turnfest ist möglicherweise darauf zurückzuführen, dass das Evaluationsteam im Gegensatz zu den anderen beiden Turnfesten systematisch nicht nur nach der Identitätskarte, sondern auch nach den Kontrollbändern als Mittel zur Überprüfung des Alters gefragt wurde.

4.4.3 WIRKUNGEN EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT

Im Rahmen der telefonischen Befragung wurden die Interviewpartner/-innen gefragt, ob und wie sie sich über ihre Funktion hinaus ehrenamtlich für die Tabakprävention einsetzen und wie sie dabei von «cool and clean» unterstützt wurden. Bei den Verantwortlichen von Sportveranstaltungen setzten sich vier (25% der Befragten) sowie von den kommunalen Sportanlagen zwei Personen (25% der Befragten) ehrenamtlich für die Tabakprävention ein. Bei den Betreibern von kommerziellen Sportanlagen ist es eine Person (20% der Befragten). Die ehrenamtlich Engagierten setzten sich als Präsident/-in, Trainer/-in oder einfaches Mitglied in einem Sportverein für die Tabakprävention. Ein Befragter engagiert sich auch als J+S-Leiter für die Tabakprävention.

Die Beurteilung der Unterstützung von «cool and clean» beim ehrenamtlichen Engagement fällt sehr unterschiedlich aus. Die beiden ehrenamtlich engagierten Verantwortlichen von kommunalen Sportanlagen fühlen sich von «cool and clean» unterstützt. Bei den vier Vertretern von Sportveranstaltungen spüren nur zwei von vier ehrenamtlich Engagierten eine solche Unterstützung. Bei den kommerziellen Sportanlagen fühlt sich der ehrenamtlich Engagierte nicht unterstützt. Am meisten helfen den Befragten die von «cool and clean» zur Verfügung gestellten Unterlagen und Materialien. Diese enthielten gute Ideen und müssten nicht selber erarbeitet werden.

4.5 FAZIT

In diesem Fazit werden die wichtigsten Erkenntnisse aus den Erhebungen bei den Zuständigen von Sportanlagen und bei Sportveranstaltungen zusammengefasst.

4.5.1 BEKANNTHEIT VON «COOL AND CLEAN»

Die Bekanntheit des Gesamtprogramms «cool and clean» bei den befragten Verantwortlichen von Sportanlagen respektive Sportveranstaltungen variiert beträchtlich. Bei Institutionen, deren Verantwortliche sich hauptsächlich mit Sport und Präventionsfragen auseinandersetzen wie kommerzielle Sportanlagen und in geringerem Ausmass Sportveranstaltungen, ist die Bekanntheit des Programms grösser. Bei Institutionen, deren Verantwortliche sich ehrenamtlich respektive nebenberuflich mit Sport- und Präventionsfragen beschäftigen wie Betreiber von kommunalen und kleinen Sportanlagen, ist die Bekanntheit von «cool and clean» geringer.

4.5.2 IMAGE UND KONZEPT

Das Image von «cool and clean» ist bei Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen durchwegs positiv. Dazu trägt das auf die Prävention bei der Zielgruppe der Jugendlichen fokussierte Konzept mit seinen positiven und verständlichen Botschaften bei. Zudem wird die materielle und personelle Unterstützung von «cool and clean» geschätzt. Das Programm wird auch nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen als notwendig erachtet. Ausschlaggebend für diese Einschätzung ist der Beitrag von «cool and clean» an die Verhaltensprävention bei Kindern und Jugendlichen in den Vereinen sowie der suchtmittelübergreifende Ansatz. Aus Sicht der Verantwortlichen sollte sich «cool and clean» jedoch stärker auf Vereine anstelle von Sportanlagenbetreibern, Jugendliche anstelle von Erwachsenen sowie Alkohol-, Drogen- und Dopingprävention anstelle von Tabakprävention fokussieren.

Ausschlaggebend für diesen Wunsch nach einer Neuausrichtung dürften zwei Gründe sein: Erstens wird nach der Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen im Jahr 2010 der Bedarf nach Tabakprävention im Allgemeinen und verhältnispräventiven Massnahmen im Besonderen als geringer erachtet. Zweitens wird der Hauptnutzen des Programms in der Präventionsarbeit bei Jugendlichen gesehen. Diese Einschätzung dürfte auch ein Stück weit die mangelnde Kenntnis des Programms «cool and clean» bei Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen spiegeln. Obwohl es sich bei diesen beiden Akteuren um wichtige Zielgruppen der verhältnispräventiven Massnahmen von «cool and clean» handelt, ist dieser Aspekt des Programms bei Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen wenig bekannt.

4.5.3 UMSETZUNG

Tabakprävention

Rauchverbote in Innenbereichen von Sportanlagen und -veranstaltungen: Seit Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen gilt das Rauchverbot in allen Innenbereichen von Sportanlagen sowohl bei einer öffentlichen Nutzung als auch bei einer privaten Nutzung durch Drittpersonen oder Vereine.

Rauchverbote in Aussenbereichen von Sportanlagen und -veranstaltungen: Hier gibt es kein gesetzliches Rauchverbot. Entsprechend kennt nur ein Drittel der befragten Verantwortlichen der kommunalen und kleinen Sportanlagen sowie der Sportveranstaltungen und zwei Drittel der kommerziellen Sportanlagen ein Rauchverbot in Aussenbereichen. Grossmehrwheitlich handelt es sich dabei um Sportanlagen respektive Sportveranstaltungen, welche bei «cool and clean» teilnehmen.

Durchsetzung von Rauchverboten: Grundsätzlich sind viele Befragte der Meinung, dass die Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen und der damit einhergehende Mentalitätswandel zu einer guten Einhaltung der Rauchverbote geführt haben. Weitergehende Massnahmen zur Durchsetzung von Rauchverboten werden entsprechend von etlichen Befragten als unnötig erachtet. Nichtsdestotrotz wird in vier Fünftel der untersuchten kommerziellen und kommunalen Sportanlagen sowie in der Hälfte der kleinen Sportanlagen und Sportveranstaltungen die Einhaltung der Rauchverbote überprüft. Häufig wird dazu das Personal instruiert. Verstösse gegen das Rauchverbot werden in der Regel durch Gespräche gelöst. Unterschiede zwischen bei «cool and clean» teilnehmenden und nicht teilnehmenden Sportanlagen sowie Sportveranstaltungen zeigen sich keine.

Kommunikation der Rauchverbote: Die grosse Mehrheit der untersuchten Sportanlagen und Sportveranstaltungen sind beschildert. In gewissen Anlagen wurden dabei auch Materialien von «cool and clean» verwendet.

Verzicht auf Tabakwerbung: Grossmehrwheitlich wird auf Tabakwerbung in Sportanlagen und an Sportveranstaltungen verzichtet. Nur in einem Fall ist ein entsprechender Verzicht auf das Engagement bei «cool and clean» zurückzuführen.

Alkoholprävention

Limitierung des Verkaufs von Alkohol: Nur wenige untersuchte Sportveranstaltungen verzichten auf den Ausschank von Alkohol. Lediglich in einem Fall wird dieser Verzicht auf die Zusammenarbeit mit «cool and clean» zurückgeführt. Immerhin ist es grösstenteils gelungen, an den drei im Rahmen von Fallstudien untersuchten Turnfesten den Verkauf von Alcopops und hochprozentigem Alkohol zu limitieren und nicht-alkoholische Getränke günstiger anzubieten als alkoholische Getränke.

Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes: Rund drei Viertel der befragten Sportveranstalter überprüfen die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes in der Regel durch eine Ausweiskontrolle. Das Engagement für entsprechende Massnahmen ist bei Sportveranstaltern, welche bei «cool and clean» mitmachen, grösser als bei nicht teilnehmenden Veranstaltern. Mit der Einführung von farblich auf verschiedene Altersgruppen abgestimmten Kontrollbändeln und der Schulung der Helfenden respektive Verantwortlichen der Festbetriebe haben die drei Turnfeste eine gute Grundlage für die Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes geschaffen. Damit die Kontrollen optimal funktionieren, braucht es jedoch auf eine klar definierte Altersgruppe von Jugendlichen und junger Erwachsener beschränkte Kontrollbänder. Zudem muss ein Bezug der Kontrollbänder jederzeit möglich sein. Schliesslich könnte die Umsetzung der Massnahme in den Verträgen zwischen Sportveranstaltern und Festbetrieben geregelt werden.

Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes: Dazu werden am häufigsten Plakate eingesetzt. Häufig handelt es sich dabei um Kommunikationsmaterialien von «cool and clean».

Verbot von Alkoholwerbung: Auf Alkoholwerbung wird nur in rund der Hälfte der telefonisch befragten Sportveranstaltungen verzichtet. Das Engagement bei «cool and clean» war in keinem Fall ausschlaggebend. Bei den Sportveranstaltungen mit Alkoholwerbung sowie den drei im Rahmen der Fallstudien untersuchten Turnfesten war das Sponsoring von Bierbrauereien ausschlaggebend. Neben der finanziellen Unterstützung stellen diese häufig Infrastruktur wie Zelte, Tische, Theken und Kühlschränke zur Verfügung.

Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern: Bei einer grossen Mehrheit der telefonisch befragten Sportveranstalter und an allen drei untersuchten Turnfesten wurde auf den Ausschank von Alkohol an Siegesfeiern verzichtet. Das Engagement bei «cool and clean» war dafür in der Regel nicht ausschlaggebend.

Nutzung der «cool and clean»-Materialien

Die «cool and clean»-Materialien werden bei der grossen Mehrheit der untersuchten kommerziellen Sportanlagen und Sportveranstaltungen sowie der Hälfte der kommunalen und kleinen Sportanlagen eingesetzt. Die Zufriedenheit mit den «cool and clean»-Materialien ist sehr hoch. Das positive Echo auf die «cool and clean»-Materialien ist auf die Vielfältigkeit der Materialien, die formale Gestaltung, die inhaltliche Aufbereitung, die hohe Akzeptanz bei den Sportler/-innen und Zuschauern sowie die Kostenlosigkeit der Materialien zurückzuführen. Trotz der grossen Zufriedenheit gibt es auch einzelne Kritikpunkte. So wird die fehlende Nachhaltigkeit etwa der schnell zerreisenden Papierplakate beanstandet. Dann empfinden einzelne Sportveranstalter das Ver-

hältnis von Aufwand für das Montieren der Materialien und dem Nutzen als unausgewogen. Sie wünschen sich Materialien mit einem Mehrwert wie Servietten, Becher, Zelte und Theken. Weiter wird die ungenügende Anzahl von Materialdepots in der Ost- und Westschweiz bemängelt.

4.5.4 WIRKUNGEN

Tabakprävention

Seit Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen gilt in allen öffentlich zugänglichen Innenräumen ein Rauchverbot. Vor Inkrafttreten dieses Gesetzes hat «cool and clean» bei einzelnen untersuchten Sportanlagen respektive Sportveranstaltungen zu einer Einführung von Rauchverboten beigetragen. Häufig waren jedoch andere Gründe wie der Brandschutz ausschlaggebend. Im Aussenbereich der untersuchten Sportanlagen und Sportveranstaltungen hat «cool and clean» jedoch einen Beitrag zur Einführung von Rauchverboten geleistet (vgl. Abschnitt 4.5.3).

Alkoholprävention

Die telefonische Befragung zeigt zwei Nutzen von «cool and clean» für die Alkoholprävention auf: Einerseits trägt das Programm zur Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für die Alkoholprävention bei. Andererseits trägt das Programm zur Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen bei. Der Nutzen von «cool and clean» wird jedoch an Kinderveranstaltungen mit keinem oder geringem Alkoholkonsum respektive -verkauf aufgrund der Angst vor Verlust des finanziell attraktiven Alkoholsponsorings und einem ungünstigen Umfeld in gewissen Sportarten wie dem Fussball eingeschränkt.

Die Fallstudien an den drei Turnfesten zeigen, dass die Überprüfung des Jugendschutzalters nicht lückenlos funktioniert. So mussten an zwei Turnfesten lediglich ein Drittel und an einem Turnfest zwei Drittel der befragten Jugendlichen beim Kauf von Alkohol ihre Identitätskarte respektive einen Kontrollbändel zeigen. Entsprechend wurden in Einzelfällen die Jugendschutzbestimmungen durch die Festbetriebe nicht eingehalten. Minderjährige gelangen zudem dank älteren Vereinsmitgliedern an alkoholische Getränke.

Einen Beitrag von «cool and clean» zur Einschränkung des übermässigen Alkoholkonsums und der damit verbundenen Schäden kann nicht klar nachgewiesen werden. An einem Turnfest kam es zu Ausschreitungen, während ein anderes gemäss der zuständigen Kantonspolizei erstaunlich ruhig verlief. An allen drei Turnfesten sind zudem kaum Wirkungen auf das individuelle Verhalten im Hinblick auf eine Einschränkung des Alkoholkonsums beobachtbar. Die mangelnde Gelegenheit war der Hauptgrund, der die interviewten Jugendlichen zum Zeitpunkt der Befragung vom Alkoholkonsum abgehalten hat.

Ehrenamtliches Engagement

Nur eine Minderheit der befragten Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen setzt sich über ihre Funktion hinaus ehrenamtlich für die Tabakprävention ein. Die Beurteilung der Unterstützung von «cool and clean» beim ehrenamtlichen Engagement fällt unterschiedlich aus.

In diesem Kapitel wird zuerst die Bekanntheit von «cool and clean» bei kantonalen Sportämtern und Präventionsfachstellen beschrieben (vgl. Abschnitt 5.1). Danach wird auf das Image und das Konzept (vgl. Abschnitt 5.2) sowie die Wirkungen (vgl. Abschnitt 5.3) eingegangen. Schliesslich werden die Ergebnisse in einem Fazit zusammengefasst (vgl. Abschnitt 5.4).

5.1 BEKANNTHEIT VON «COOL AND CLEAN»

In diesem Abschnitt wird einerseits auf die Bekanntheit des Gesamtprogramms und andererseits auf die Bekanntheit einzelner Aktivitäten des Teilprogramms Jugendsport eingegangen.

5.1.1 BEKANNTHEIT GESAMTPROGRAMM

Die Bekanntheit des Programms «cool and clean» bei den kantonalen Präventionsfachstellen sowie den Sportämtern ist sehr gross. Von den 50 Befragten geben 94 Prozent an, dass Programm im Grossen und Ganzen zu kennen. Weitere 6 Prozent kennen es dem Namen nach. Bei diesen Befragten handelt es sich um Vertreter von Präventionsstellen dreier kleiner Deutschschweizer Kantone.

5.1.2 BEKANNTHEIT TEILPROGRAMM JUGENDSPORT

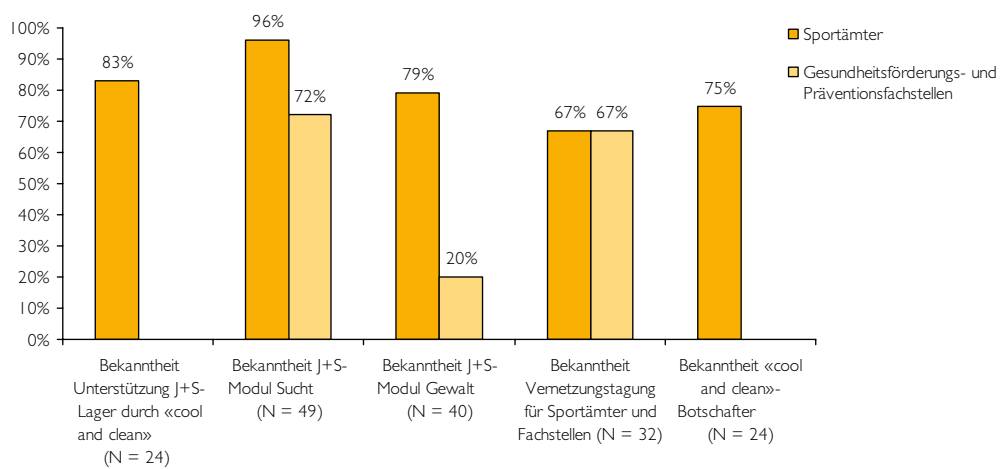
Das Teilprogramm Jugendsport umfasst zurzeit verschiedene Aktivitäten. *Erstens* unterstützt «cool and clean» die kantonalen J+S-Lager der Sportämter. *Zweitens* bietet «cool and clean» in Zusammenarbeit mit Jugend und Sport (J+S) interdisziplinäre Module zur Sucht respektive zur Gewalt im Sport für Leiter von Vereinen an. Die kantonalen Sportämter können für die Durchführung dieser Module auf Referenten der kantonalen Fachstellen für Gesundheitsförderung und Prävention zurückgreifen. Dadurch soll die Vernetzung zwischen den beiden Institutionen gestärkt werden. Die Vernetzung soll – *drittens* – durch eine von «cool and clean» organisierte Tagung zwischen Sportämtern und Fachstellen für Gesundheitsförderung und Prävention unterstützt werden. *Viertens* finanziert «cool and clean» zusammen mit den Sportämtern kantonale «cool and clean»-Botschafter, welche die Sportvereine bezüglich der Suchtprävention beraten. Die kantonalen «cool and clean»-Botschafter können bei Bedarf die Fachstellen für Gesundheitsförderung und Prävention beiziehen.

Wie die Darstellung D 5.1 zeigt, kennen gut vier Fünftel der befragten Sportämter die Unterstützung der J+S-Lager durch «cool and clean».¹² Das interdisziplinäre Jugend+Sport-Modul Sucht ist bei einer grossen Mehrheit der befragten Sportämter und knapp drei Viertel der Gesundheitsförderungs- und Präventionsfachstellen bekannt. Weniger bekannt ist das interdisziplinäre Jugend+Sport-Modul Gewalt. Bei den Sport-

¹² Die in den Darstellungen in diesem Kapitel aufgeführten Fragen wurden nicht immer allen kantonalen Fachstellen gestellt. Insgesamt wurden 49 kantonale Stellen befragt, wovon es sich bei 25 um Präventionsfachstellen und bei 24 um Sportämter handelt. Gewisse Fragen wurden nur den Sportämtern gestellt (vgl. Darstellungen D 5.1, D 5.8, D 5.9). Aufgrund von Filterfragen variiert zudem das N und beträgt nicht immer 49 (alle kantonalen Stellen), 25 (Präventionsfachstellen) oder 24 (Sportämter).

ämtern kennen das Modul immerhin vier Fünftel der Befragten, während es bei den Gesundheitsförderungs- und Präventionsfachstellen nur ein Fünftel ist. Die von «cool and clean» organisierte Vernetzungstagung ist gut zwei Dritteln der Befragten bekannt. Unterschiede zwischen Sportämtern und Fachstellen lassen sich dabei nicht beobachten. Von den befragten Sportämtern kennen zudem drei Viertel die kantonalen «cool and clean»-Botschafter. Alle beschriebenen Aktivitäten des Teilprogramms Jugendsport sind bei den kantonalen Stellen der lateinischen Schweiz besser bekannt als bei denjenigen der Deutschschweiz.

D 5.1: Bekanntheit Aktivitäten Teilprogramm Jugendsport



Fragen: Kennen Sie die Unterstützung kantonalen Jugend+Sport-Lager durch «cool and clean»? Kennen Sie das interdisziplinäre Modul Sucht von Jugend+Sport? Kennen Sie das interdisziplinäre Modul Gewalt von Jugend+Sport? Haben Sie schon von der Tagung für Sportämter und Fachstellen für Prävention und Gesundheitsförderung gehört, die 2010 erstmals im Rahmen von «cool and clean» durchgeführt wurde? Kennen Sie das Angebot der kantonalen «cool and clean»-Botschafter?

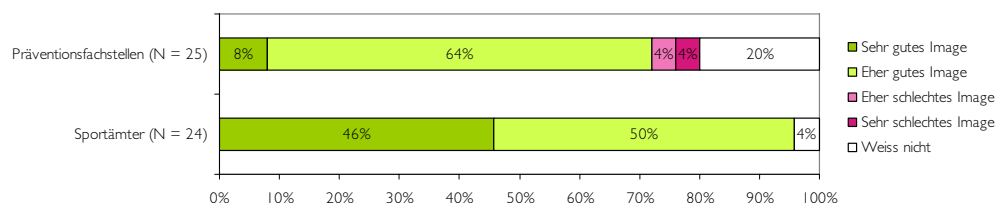
Die an der Vernetzungstagung teilnehmenden Verantwortlichen von Fachstellen für Gesundheitsförderung und Prävention sowie von Sportämtern wurden nach der Bedeutung der Vernetzungstagung gefragt. Für 12 Prozent der Befragten ist die Vernetzungstagung sehr und für weitere 63 Prozent eher wichtig. Eher nicht oder gar nicht wichtig ist die Vernetzungstagung für 25 Prozent der Teilnehmenden.

5.2 IMAGE UND KONZEPT

Die Darstellung D 5.2 macht deutlich, dass das Image von «cool and clean» bei den kantonalen Stellen gut ist. 84 Prozent aller befragten kantonalen Stellen gaben an, dass das Image von «cool and clean» in ihrem beruflichen Umfeld sehr oder eher gut ist. Dabei zeigen sich jedoch Unterschiede zwischen Präventionsfachstellen einerseits und Sportämtern andererseits. Letztere sind dem Programm gegenüber deutlich positiver eingestellt. So beurteilen 96 Prozent der Sportämter das Image von «cool and clean» als gut, aber nur 72 Prozent der Präventionsfachstellen. Letztere beurteilen das Image das Programm zudem seltener als sehr gut und weisen höhere „Weiss nicht“-Anteile auf als die Sportämter. Zudem zeigen sich sprachregionale Unterschiede. So fällt der

Anteil „Sehr gut“-Antworten bei kantonalen Stellen der Deutschschweiz mit 33 Prozent höher aus als bei den Stellen aus der lateinischen Schweiz mit 8 Prozent. Gleichzeitig fühlen sich ausschliesslich Deutschschweizer Stellen nicht imstande, das Image von «cool and clean» zu beurteilen.

D 5.2: Image von «cool and clean»

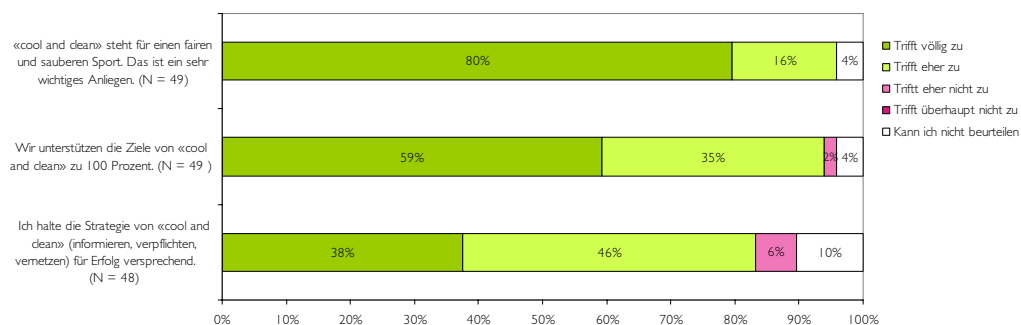


Frage: Welches Image hat «cool and clean» in ihrem beruflichen Umfeld?

Zu den Stärken von «cool and clean» zählen nach Einschätzung der kantonalen Stellen – erstens –, dass es sich bei «cool and clean» um ein nationales Programm für Prävention im Sport handelt. Zweitens werden die Botschaften von «cool and clean» als gut und verständlich beurteilt. Drittens wird der suchtübergreifende Ansatz von «cool and clean» hervorgehoben. Einerseits decke «cool and clean» mehrere Suchtmittel ab und andererseits spreche das Programm auch andere Themen wie Gewalt und Fairness an.

Die Befragung der kantonalen Stellen zeigt eine hohe Akzeptanz der konzeptionellen Grundlagen von «cool and clean» auf (vgl. Darstellung D 5.3).

D 5.3: Konzeptionelle Grundlagen von «cool and clean»

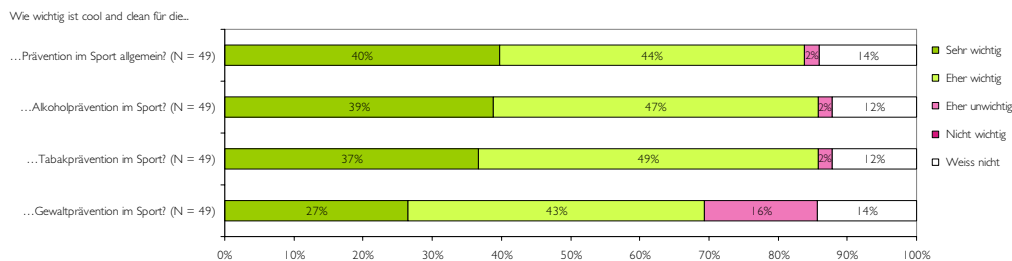


Frage: Welche Aussagen treffen für Sie zu?

Eine grosse Mehrheit der Befragten findet die Aussage völlig oder eher zutreffend, dass «cool and clean» für einen fairen und sauberen Sport steht und es sich dabei um ein sehr wichtiges Anliegen handelt. Ebenso unterstützt eine grosse Mehrheit die Ziele von «cool and clean» zu 100 Prozent völlig oder eher. Über vier Fünftel halten zudem die Strategie von «cool and clean» mit den Elementen „informieren“, „verpflichten“ und „vernetzen“ als Erfolg versprechend. Unterschiede in der Beurteilung zwischen Sportämtern und Präventionsfachstellen gibt es kaum. Einzig der Anteil an „Weiss nicht“-Antworten ist bei Präventionsfachstellen wiederum höher. Sprachregionale Unterschiede zeigen sich lediglich bei der Beurteilung der Strategie, welche von kantonalen Stellen der lateinischen Schweiz kritischer beurteilt wird als von Deutschschweizer Stellen.

In der Darstellung D 5.4 wird ersichtlich, welche Bedeutung die kantonalen Stellen dem Programm «cool and clean» bei der Prävention im Sport zusprechen. Über vier Fünftel der Befragten halten «cool and clean» im Sportbereich für sehr oder eher wichtig bei der Prävention allgemein sowie der Alkohol- und Tabakprävention. Gut zwei Drittel finden «cool and clean» auch für die Gewaltprävention im Sport sehr oder eher wichtig. Insgesamt messen die Sportämter «cool and clean» eine grössere Bedeutung für die Prävention im Sport zu als die Präventionsfachstellen. Diese weisen bei den Antworten kleinere „Sehr wichtig“-Anteile und grössere „Weiss nicht“-Anteile auf als die Sportämter. Sprachregionale Unterschiede zeigen sich bei der Beurteilung der Bedeutung von «cool and clean» für die Prävention im Sport allgemein sowie die Alkoholprävention, welche von kantonalen Stellen in der Westschweiz kritischer beurteilt wird als von Deutschschweizer Stellen.

D 5.4: Bedeutung von «cool and clean» für Prävention im Sport



Frage: Bitte beurteilen Sie folgende Aussagen.

Die kantonalen Stellen wurden ebenfalls danach gefragt, ob es nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen ein Programm wie «cool and clean» überhaupt noch braucht. Die grosse Mehrheit der Befragten bejaht diese Frage. Die drei wichtigsten Gründe für diese Einschätzung werden nachfolgend zusammengefasst:

- *Beitrag zur Verhaltensprävention:* Viele befragte kantonale Stellen sehen den Beitrag von «cool and clean» vor allem in der Verhaltensprävention. Noch immer sei der Tabakkonsum insbesondere bei Jugendlichen verbreitet und es gelte den Einstieg zu verhindern. Aus diesem Grund sei das Programm «cool and clean» und insbesondere die Arbeit mit Commitments, das Community Building im Verein und die Vorbildfunktion der Vereinsleitenden nach wie vor wichtig.
- *Beitrag zur Verhältnisprävention:* Einige Befragte sind der Meinung, dass «cool and clean» einen Beitrag zur Verhältnisprävention leisten könne. So gelte das Bundesgesetz in Sportanlagen und Sportveranstaltungen im Aussenbereich nicht. Doch auch in diesen Bereichen seien Rauchverbote anzustreben. Zudem könne «cool and clean» einen Beitrag an die Umsetzung des Gesetzes, etwa bei der Signalisation der Rauchverbote, leisten.
- *Suchtübergreifendes Präventionsprogramm:* Einige Befragte sind der Meinung, dass das Programm «cool and clean» nicht nur der Tabakprävention diene, sondern auch einen Beitrag an die Alkohol-, Doping- und Gewaltprävention leiste.

Die wenigen kritischen Stimmen finden, dass «cool and clean» überflüssig sei, da bereits genügend Informationen zum Thema Tabakprävention und Sport bestünden und die Kantone bereits selber Präventionsarbeit betreiben würden.

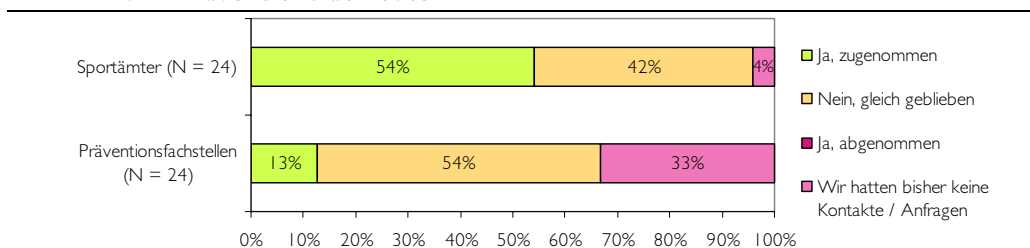
5.3 WIRKUNGEN

In diesem Abschnitt werden die Wirkungen von «cool and clean» bei den kantonalen Stellen beschrieben. Hauptziel von «cool and clean» bei dieser Zielgruppe ist es, den Austausch zwischen Personen im Sportbereich und Präventionsfachleuten zu fördern. Wirkungen in diesem Bereich sind Gegenstand des Abschnittes 5.3.1. Weitere Wirkungen betreffen die Massnahmen in Zusammenhang mit Jugend und Sport (vgl. Abschnitt 5.3.2), den kantonalen «cool and clean»-Botschaftern (vgl. Abschnitt 5.3.3), Wirkungen im Setting Sport allgemein (vgl. Abschnitt 5.3.4) sowie dem ehrenamtlichen Engagement der kantonalen Fachstellen im Bereich der Tabakprävention (vgl. Abschnitt 5.3.5).

5.3.1 WIRKUNGEN VERNETZUNG ZWISCHEN SPORT- UND PRÄVENTIONSAKTEUREN

Nachfolgend werden die Wirkungen auf die Vernetzung zwischen Akteuren aus dem Sport- und Präventionsbereich beschrieben. Aus der Darstellung D 5.5 wird ersichtlich, wie sich der Austausch zwischen Personen aus dem Sportbereich und Präventionsfachleuten in den letzten Jahren verändert hat. Dabei zeigt sich ein gewisser Widerspruch zwischen den Sportämtern und Präventionsfachstellen, welche die Veränderung dieses Austausches unterschiedlich beurteilen. So ist mehr als die Hälfte der befragten Sportämter der Meinung, dass die Kontakte in den letzten Jahren zugenommen haben. Nach Einschätzung von zwei Fünfteln ist die Anzahl Kontakte gleich geblieben. Lediglich eine Minderheit hat bisher überhaupt keine Kontakte zu Präventionsfachleuten. Bei den befragten Verantwortlichen der Präventionsfachstellen sieht die Situation etwas anders aus. Lediglich gut ein Achtel ist der Meinung, dass die Anfragen von Personen aus dem Sportbereich in den letzten Jahren zugenommen haben. Für gut die Hälfte sind die Anfragen stabil geblieben. Ein Drittel hatte bisher noch keine Anfragen aus dem Sportbereich. Von diesen acht Gesundheitsförderungs- und Präventionsfachstellen ohne Anfragen haben jedoch vier Kontakt mit Personen aus dem Sportbereich.

D 5.5: Veränderung des Austausches zwischen Personen aus dem Sportbereich und Präventionsfachleuten

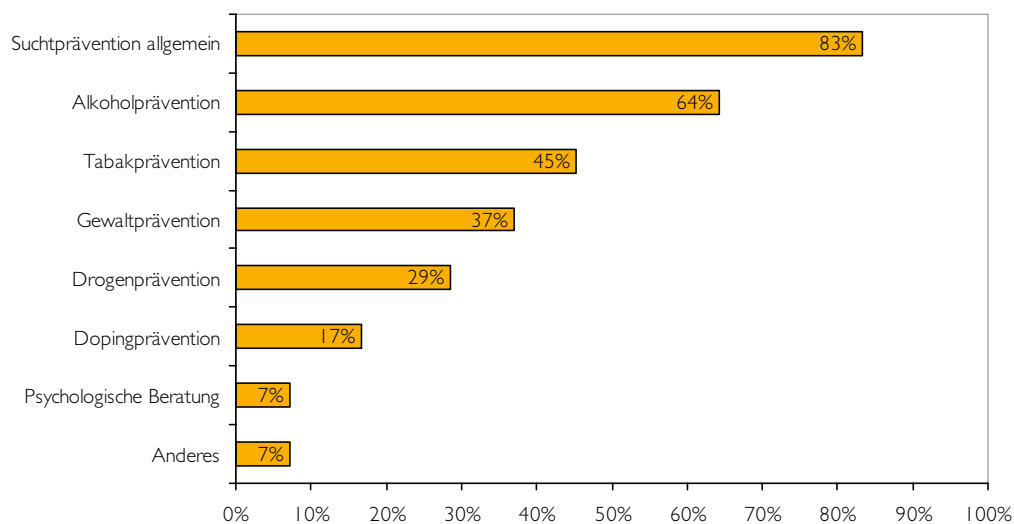


Frage Präventionsfachstellen: Hat sich die Zahl der Anfragen von Personen aus dem Sportbereich (z.B. für Sucht- oder Gewaltprävention) in den letzten Jahren verändert?

Frage Sportämter: Hat sich die Anzahl der Kontakte mit Präventionsfachleuten (z.B. für Sucht- oder Gewaltprävention) in den letzten Jahren verändert?

Am häufigsten tauschten sich Personen aus dem Sportbereich und Präventionsfachleute zu Fragen der Suchtprävention allgemein aus (vgl. Darstellung D 5.6). Über vier Fünftel der befragten Sportämter und Präventionsfachstellen gaben dieses Austauschthema an. Gefolgt wird dieses Thema von der Alkoholprävention, welches Gegenstand des Austausches bei zwei Drittel der Befragten war. Die Tabakprävention war Gesprächsthema bei knapp einem Fünftel der Befragten. Die Drogenprävention wurde in knapp einem Drittel diskutiert. Dopingprävention war bei knapp einem Fünftel der Befragten Gesprächsgegenstand. Schliesslich fand vereinzelt ein Austausch zur psychologischen Beratung und anderen Themen wie sexueller Missbrauch sowie Ernährung und Sport statt. Wesentliche Unterschiede in dieser Reihenfolge zwischen Sportämtern und Gesundheits- und Präventionsstellen gibt es nicht.

D 5.6: Austauschthemen (N = 42)



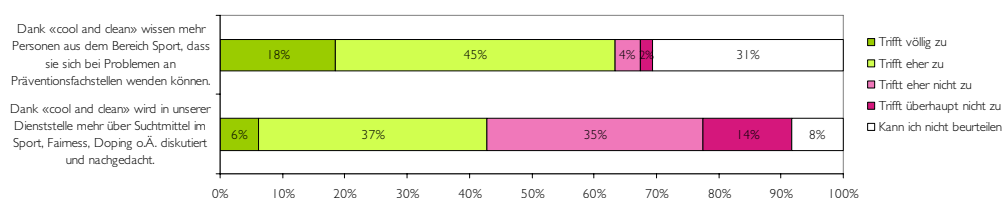
Frage: Um welche Bereiche ging es bei diesen Kontakten?

Die Frage, ob «cool and clean» den Austausch zwischen Sport- und dem Präventionsbereich im Kanton beeinflusst hat, bejahten gut die Hälfte der Befragten. Dieser Austausch wurde nach Einschätzung von 14 Prozent der Befragten sehr und nach Meinung von 44 Prozent von «cool and clean» eher gefördert. Weitere 26 Prozent sind der Meinung, dass «cool and clean» den Austausch nicht beeinflusst hat. Das Programm hat den Austausch nach einheitlicher Meinung jedoch nicht gehemmt. Unterschiede in dieser Einschätzung zwischen Sportämtern und Präventionsfachstellen sind nicht erkennbar. Differenzen zeigen sich dagegen zwischen Sprachregionen. So sind insbesondere Präventionsfachstellen aus der Deutschschweiz häufiger der Meinung, dass «cool and clean» den Austausch nicht beeinflusst hat. In der lateinischen Schweiz haben sowohl Präventionsfachstellen als auch Sportämter Mühe, diese Frage zu beantworten.

Wie aus der Darstellung D 5.7 ersichtlich wird, finden knapp zwei Drittel der Befragten die erste Aussage völlig oder eher zutreffend, dass dank «cool and clean» mehr Personen aus dem Bereich Sport wissen, dass sie sich bei Problemen an Präventionsfachstellen werden können. Bei der Beurteilung dieser Aussage zeigen sich jedoch grosse Unterschiede zwischen Sportämtern und Präventionsfachstellen. So stimmen vier

Fünftel der Sportämter, jedoch lediglich zwei Fünftel der Präventionsfachstelle der Aussage zu. Zudem können zwei Fünftel der Präventionsfachstellen die Aussage nicht beurteilen. Die zweite Aussage, dass dank «cool and clean» in der Dienststelle mehr über Suchtmittel im Sport, Fairness, Doping oder Ähnliches diskutiert und nachgedacht wird, stösst lediglich bei gut zwei Fünftel der Befragten auf Zustimmung. Dabei zeigen sich jedoch wiederum Unterschiede zwischen Sportämtern und Präventionsfachstellen. Zwei Drittel der befragten Sportämter finden die Aussage völlig oder eher zutreffend, während die Aussage von einem Drittel als eher nicht oder überhaupt nicht zutreffend beurteilt wird. Bei den Präventionsfachstellen ist das Verhältnis genau umgekehrt. Die Vertreter von Deutschschweizer Präventionsfachstellen äussern sich zu dieser Frage kritischer als ihre Kollegen aus der lateinischen Schweiz.

D 5.7: Einfluss von «cool and clean» auf den Austausch (N = 49)



Frage: Welche Aussagen treffen für Sie zu?

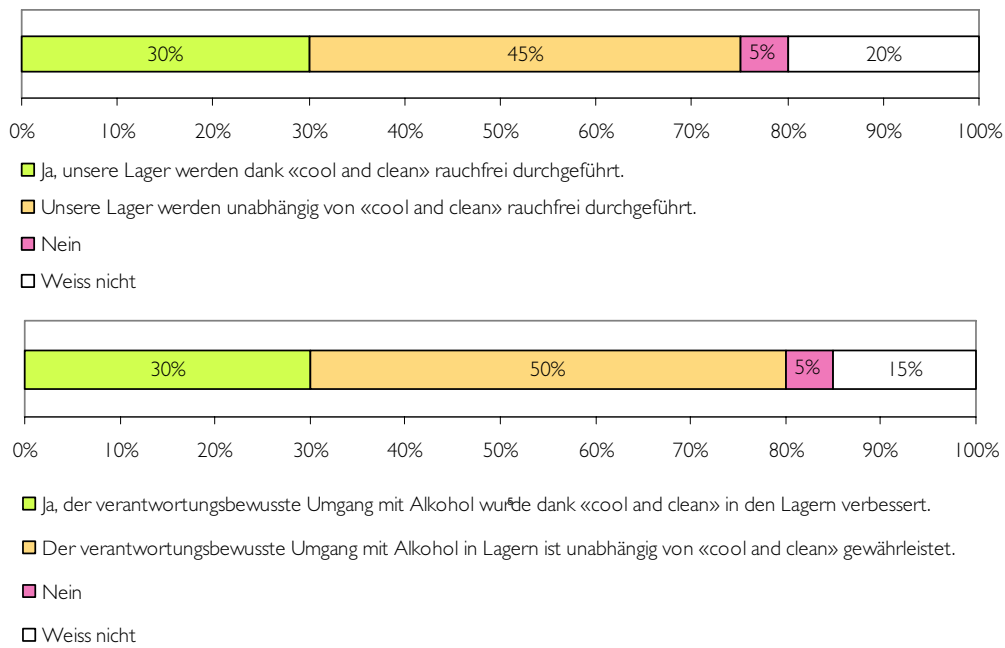
5.3.2 WIRKUNGEN JUGEND UND SPORT

Im Bereich Jugend und Sport (J+S) werden einerseits Lager für Jugendliche durchgeführt. Andererseits werden Leitenden von Vereinen als Weiterbildung die interdisziplinären Module Sucht und Gewalt angeboten. Die Wirkungen in diesen beiden Bereichen werden nachfolgend beschrieben.

Wirkungen J+S-Lager

Die Darstellung D 5.8 zeigt, wie die Wirkungen von «cool and clean» auf J+S-Lager von den befragten Sportämtern eingeschätzt werden. Jeweils ein Drittel der Sportämter ist der Meinung, dass «cool and clean» einen Beitrag zur Durchführung rauchfreier Lager respektive den verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol geleistet hat. Es handelt sich dabei ausschliesslich um Deutschschweizer Sportämter. Rund die Hälfte der Sportämter ist der Meinung, dass unabhängig von «cool and clean» eine rauchfreie Durchführung der Lager respektive ein verantwortungsbewusster Umgang mit Alkohol gewährleistet ist.

D 5.8: Einfluss von «cool and clean» auf J+S-Lager (N = 20)



Frage 1: Hat «cool and clean» in Ihrem Kanton die Durchführung rauchfreier J+S-Lager erleichtert?

Frage 2: Hat «cool and clean» den verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol in J+S-Lagern erleichtert?

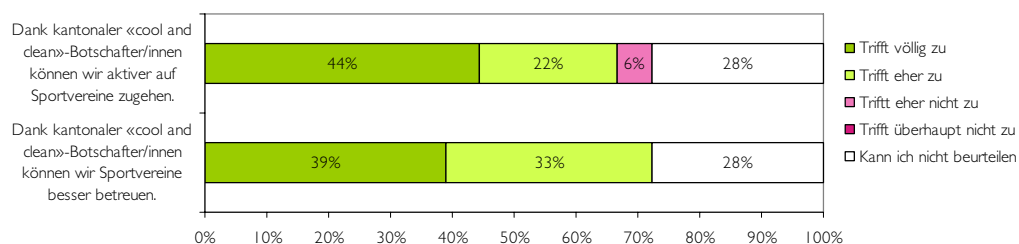
Wirkungen interdisziplinäre J+S-Module Sucht und Gewalt

Die Sportämter und Präventionsfachstellen wurden gefragt, ob die Kursteilnehmenden der beiden interdisziplinären Module von Jugend und Sport zu Sucht und Gewalt kompetenter im Umgang mit den beiden Themen wurden. Knapp die Hälfte der Befragten fühlt sich ausserstande, diese Frage zu beurteilen. Zwei Fünftel bejahen die Frage und ein Achtel verneint sie.

5.3.3 WIRKUNGEN KANTONALE «COOL AND CLEAN»-BOTSCHAFTER

Die von «cool and clean» und den Sportämtern finanzierten kantonalen «cool and clean»-Botschafter beraten die Vereine bezüglich der Suchtprävention. Die Sportämter wurden um eine Einschätzung gebeten, wie sie den Einfluss der kantonalen «cool and clean»-Botschafter auf die Zusammenarbeit mit den Sportvereinen einschätzen. Zwei Drittel der befragten Sportämter finden die Aussage völlig oder eher zutreffend, dass sie dank kantonalen «cool and clean»-Botschaftern aktiver auf die Sportvereine zugehen können. Knapp drei Viertel stimmen der Aussage völlig oder eher zu, dass sie die Sportvereine dank «cool and clean»-Botschaftern besser betreuen können. Insgesamt wird dadurch aus Sicht einzelner kantonalen Stellen die lokale Verankerung von «cool and clean» gestärkt. Der Erfolg der «cool and clean»-Botschafter hängt gemäss den Befragten von der Sicherstellung einer längerfristigen Finanzierung ab. Die Wirkungen der kantonalen «cool and clean»-Botschafter werden von Sportämtern aus der lateinischen Schweiz kritischer beurteilt als in der Deutschschweiz.

D 5.9: Einfluss der kantonalen «cool and clean»-Botschafter auf die Zusammenarbeit mit Sportvereinen (N = 20)



Frage: Welche Aussagen treffen für Sie zu?

5.3.4 WIRKUNGEN IM SETTING SPORT ALLGEMEIN

Die kantonalen Stellen wurden um eine Einschätzung der Wirkungen von «cool and clean» im Setting Sport allgemein gebeten. Dabei wurden Veränderungen im Themenbereich „Prävention und Sport“ einerseits und der Wirksamkeit von «cool and clean» bei Kinder und Jugendlichen andererseits zur Diskussion gestellt.

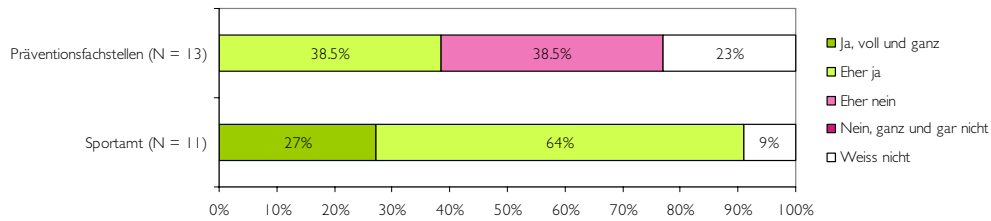
Veränderungen im Themenbereich „Prävention und Sport“

Die kantonalen Stellen wurden gefragt, ob sie Veränderungen in Bezug auf das Thema „Prävention und Sport“ festgestellt haben. 49 Prozent der Befragten bejahten diese Frage, 12 Prozent verneinten sie und weitere 39 Prozent konnten sich nicht dazu äussern. Die festgestellten Veränderungen sind relativ vielfältig, können aber in drei Themenbereiche eingeordnet werden:

- *Grössere Bekanntheit des Themas Prävention und Sport:* Nach Einschätzung der befragten Sportämter und Präventionsfachstellen ist die Bedeutung des Themas Prävention und Sport gestiegen. Es sei die Erkenntnis gewachsen, dass Sport alleine zur Prävention des Suchtmittelkonsums nicht ausreicht.
- *Wirkungen auf die Vereine:* Nach Meinung der Sportämter hat die Arbeit mit den Commitments und die Sensibilisierung der Trainer für die Vorbildfunktion die Arbeit in den Vereinen beeinflusst. «cool and clean» kann zudem mittels der kantonalen Botschafter Einfluss auf die Vereine nehmen.
- *Sensibilisierung für verschiedene Themen:* Aus Sicht der Präventionsfachstellen ist die Sensibilisierung für die Themen Tabakprävention, Alkoholprävention, Sportsucht und Doping gestiegen. Gerade Veranstalter würden sich mehr mit Massnahmen zur Alkoholprävention auseinandersetzen.

Nach Einschätzung von knapp zwei Dritteln der befragten Stellen können diese Veränderungen voll und ganz respektive eher auf «cool and clean» zurückgeführt werden. Bei den Sportämtern ist gar eine grosse Mehrheit dieser Ansicht (vgl. Darstellung D 5.10). Die Präventionsfachstellen schätzen den Einfluss von «cool and clean» auf die beschriebenen Veränderungen kleiner ein. Jeweils zwei Fünftel der Fachstellen finden, dass die Veränderung eher respektive eher nicht auf «cool and clean» zurückgeführt werden kann. Die kantonalen Stellen aus der lateinischen Schweiz beurteilen den Einfluss von «cool and clean» als geringer als die Deutschschweizer Stellen.

D 5.10: Veränderungen im Themenbereich „Prävention und Sport“ dank «cool and clean»

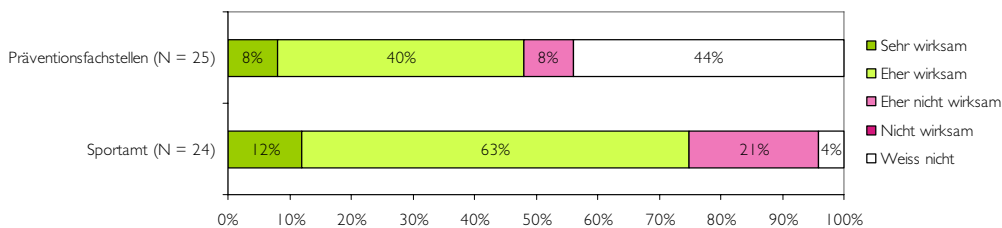


Frage: Können diese Veränderungen auf «cool and clean» zurückgeführt werden?

Wirksamkeit von «cool and clean» bei Kindern und Jugendlichen

Die kantonalen Stellen wurden um eine Einschätzung der Wirksamkeit von «cool and clean» im Hinblick auf einen sauberen und fairen Sport bei den Kindern und Jugendlichen gebeten (vgl. Darstellung D 5.11). Knapp zwei Drittel der befragten kantonalen Stellen halten «cool and clean» für sehr respektive eher wirksam. Bei den Sportämtern sind es gar drei Viertel und bei den Präventionsfachstellen knapp die Hälfte der Befragten. Bei den Fachstellen können über zwei Fünftel diese Frage nicht beantworten. Bei den Sportämtern hält ein Fünftel das Programm für eher nicht wirksam. Die Wirksamkeit von «cool and clean» bei Kindern und Jugendlichen wird wiederum von den lateinischen kantonalen Stellen kritischer beurteilt als von Deutschschweizer Stellen. Die skeptischen Stimmen sind der Meinung, dass die Wirkungen schwierig messbar sind, das Programm zwar eine Breiten-, aber nicht unbedingt eine Tiefenwirkung hat und die Nachhaltigkeit fragwürdig ist.

D 5.11: Wirksamkeit von «cool and clean» bei Kindern und Jugendlichen



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

5.3.5 WIRKUNGEN EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT

Die Teilnehmenden an der Online-Befragung wurden gefragt, ob und wie sie sich über ihre Funktion hinaus ehrenamtlich für die Tabakprävention einsetzen und wie sie dabei von «cool and clean» unterstützt werden. Bei den befragten Verantwortlichen von kantonalen Gesundheitsförderungs- und Präventionsfachstellen sowie Sportämtern setzten sich 14 Personen (29% der Befragten) ehrenamtlich für die Tabakprävention ein. Die ehrenamtlich Engagierten setzen sich als Trainer/-in, einfaches Vereinsmitglied oder als Leiter von Jugend+Sport-Lagern für die Tabakprävention ein. Von den vierzehn ehrenamtlich engagierten Personen finden zehn (71%), 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.

5.4 FAZIT

In diesem Fazit werden die wichtigsten Erkenntnisse aus der Online-Befragung bei kantonalen Sportämtern und Präventionsfachstellen zusammengefasst.

5.4.1 BEKANNTHEIT VON «COOL AND CLEAN»

Die grosse Mehrheit der befragten Verantwortlichen der kantonalen Sportämter und Präventionsfachstellen kennt das Gesamtprogramm «cool and clean» sehr gut. Bei den Aktivitäten im Teilprogramm Jugendsport zeigen sich Unterschiede in der Bekanntheit zwischen Sportämtern und kantonalen Fachstellen. So kennen praktisch alle Sportämter, jedoch nur knapp drei Viertel aller Präventionsfachstellen das interdisziplinäre J+S-Modul Sucht. Das Modul Gewalt ist bei vier Fünftel der Sportämter, jedoch nur bei einem Fünftel der Präventionsfachstellen bekannt. Jeweils zwei Drittel der Sportämter und Präventionsfachstellen kennen zudem die Vernetzungstagung von «cool and clean». Vier Fünftel der Sportämter kennen die Unterstützung der J+S-Lager durch «cool and clean» und drei Viertel die kantonalen «cool and clean»-Botschafter. Sowohl das Gesamtprogramm als auch alle Aktivitäten des Teilprogramms Jugendsport sind bei kantonalen Stellen aus der lateinischen Schweiz besser bekannt als bei Deutschschweizer Stellen.

5.4.2 IMAGE UND KONZEPT

Das Image von «cool and clean» ist bei den befragten kantonalen Stellen mehrheitlich positiv. Die konzeptionellen Grundlagen stossen auf eine grosse Akzeptanz. Das Anliegen, die Ziele und die Strategie von «cool and clean» werden grossmehrheitlich unterstützt. Als Stärke empfunden wird die Tatsache, dass es sich bei «cool and clean» um ein nationales Programm für Prävention im Sport mit gut verständlichen Botschaften handelt und «cool and clean» mit einem suchtmittelübergreifenden Ansatz arbeitet. «cool and clean» wird von einer grossen Mehrheit der Befragten als wichtig für die Alkohol-, Tabak- und Gewaltprävention sowie die Prävention im Sport allgemein beurteilt. Ein Programm wie «cool and clean» brauche es auch nach der Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen. Als wichtigster Beitrag von «cool and clean» zur Tabakprävention werden die Massnahmen im Bereich der Verhaltensprävention (Commitments, Community Building, Vorbildfunktion Trainer) hervorgehoben. Im Bereich der Verhältnisprävention könne das Programm vor allem zu rauchfreien Aussenbereichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen beitragen. Bei der Beurteilung des Images und der konzeptionellen Grundlagen von «cool and clean» zeigen sich wiederum Unterschiede zwischen Sportämtern und kantonalen Präventionsfachstellen. Letztere fühlen sich häufiger ausserstande, Fragen zu Image und Konzept von «cool and clean» zu beantworten und äussern sich dem Programm gegenüber skeptischer als die Sportämter. Dies dürfte einerseits auf die geringere Bekanntheit von «cool and clean» bei kantonalen Präventionsfachstellen zurückzuführen sein. Andererseits lässt sich aus gewissen Antworten schliessen, dass «cool and clean» von den Fachstellen als Konkurrenz empfunden wird und die Abstimmung mit anderen Präventionsprogrammen noch nicht optimal ist. Das Image von «cool and clean», die strategische Ausrichtung und die Bedeutung des Programms für die Prävention allgemein und die Alkoholprävention im Spezifischen werden von den kantonalen Stellen der lateinischen Schweiz kritischer beurteilt als von Deutschschweizer Stellen.

5.4.3 WIRKUNGEN

Wirkungen Vernetzung zwischen Sport- und Präventionsakteuren

Jeweils gut die Hälfte der befragten kantonalen Stellen ist der Ansicht, dass «cool and clean» den Austausch zwischen dem Sport- und Präventionsbereich im Kanton beeinflusst hat. Knapp zwei Drittel der befragten kantonalen Stellen halten die Aussage für zutreffend, dass dank «cool and clean» mehr Personen aus dem Bereich Sport wissen, dass sie sich bei Problemen an Präventionsfachstellen werden können. Zwei Fünftel der kantonalen Stellen stimmen der Aussage zu, dass in ihrer Dienststelle mehr über Suchtmittel im Sport, Fairness, Doping oder Ähnliches diskutiert und nachgedacht wird. Die Wirkungen auf die Vernetzung zwischen Sport- und Präventionsakteuren wird von den befragten Sportämtern positiver beurteilt als von den Präventionsfachstellen. Insbesondere Deutschschweizer Präventionsfachstellen äussern sich in dieser Frage kritisch.

Wirkungen Jugend und Sport (J+S)

Jeweils ein Drittel der befragten Sportämter ist der Meinung, dass «cool and clean» einen Beitrag Durchführung rauchfreier J+S-Lager respektive den verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol geleistet hat. Es handelt sich dabei ausschliesslich um Deutschschweizer Sportämter. Die Wirkungen von «cool and clean» auf die Teilnehmenden der beiden interdisziplinären J+S-Module Sucht und Gewalt können die Hälfte der befragten kantonalen Stellen nicht beurteilen. Immerhin zwei Fünftel sind jedoch der Meinung, dass die Teilnehmenden der beiden Module kompetenter im Umgang mit Sucht respektive Gewalt wurden.

Wirkungen kantonale «cool and clean»-Botschafter

Zwei Drittel der befragten Sportämter finden die Aussage zutreffend, dass sie dank kantonalen «cool and clean»-Botschaftern aktiver auf die Sportvereine zugehen können. Knapp drei Viertel stimmen der Aussage völlig oder eher zu, dass sie die Sportvereine dank «cool and clean»-Botschaftern besser betreuen können. Sportämter aus der lateinischen Schweiz schätzen die Wirkungen geringer ein als ihre Deutschschweizer Kollegen.

Wirkungen im Setting Sport allgemein

Knapp die Hälfte der befragten kantonalen Stellen haben Veränderungen in Bezug auf das Thema Prävention und Sport festgestellt. Sie stellen eine grössere Bekanntheit des Themas sowie eine Sensibilisierung für verschiedene Themen wie Tabakprävention, Alkoholprävention, Sportsucht und Doping fest. Die Arbeit mit den «cool and clean»-Commitments und die Sensibilisierung der Trainer für ihre Vorbildfunktion hätte zudem die Arbeit der Vereine beeinflusst. Knapp zwei Drittel der befragten Stellen sind der Meinung, dass diese Veränderungen auf «cool and clean» zurückgeführt werden könnten. In der deutschen Schweiz ist der Anteil grösser als in der lateinischen Schweiz. Die kantonalen Stellen wurden zudem um eine Beurteilung der Wirksamkeit von «cool and clean» im Hinblick auf einen fairen und sauberen Sport bei den 10- bis 20-Jährigen gebeten. Knapp zwei Drittel der Befragten halten «cool and clean» für wirksam. Die Präventionsfachstellen äussern sich in Bezug auf die oben beschriebenen Wirkungen im Setting Sport deutlich skeptischer als die Sportämter. Kritischer in Bezug zu dieser Frage sind zudem die kantonalen Stellen aus der lateinischen Schweiz.

Wirkungen ehrenamtliches Engagement

Bei den Verantwortlichen von kantonalen Gesundheitsförderungs- und Präventionsfachstellen sowie Sportämtern setzten sich 14 Personen (29% der Befragten) ehrenamtlich für die Tabakprävention ein. Von den vierzehn ehrenamtlich engagierten Personen finden zehn (71%), 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.

Das Präventionsprogramm «cool and clean» mit dem Schwerpunkt Jugendsport des BAG, des BASPO und der Swiss Olympic Association 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*, sodass fairer sowie doping- und suchtmittelfreier Sport zu einer Selbstverständlichkeit wird, *verpflichten*, sodass vorbildhaftes Verhalten von Sportlerinnen und Sportlern suchtpreventiv wirkt, *Verhältnisse verändern*, sodass sie für Jugendliche suchtpreventiv wirken sowie *vernetzen*, damit Suchtprevention und Sport selbstverständlich zusammenwirken.

Die Untersuchung zu den institutionellen Veränderungen ist Teil einer umfassenden Evaluation des Programms «cool and clean». Sie analysierte vor allem die bisher ausgelösten Wirkungen des Programms bei den Institutionen, das heisst bei den Verbänden, Vereinen, Veranstaltern, Sportanlagen sowie bei den kantonalen Sportämtern und Präventionsfachstellen. Weiter untersuchte sie, wie das Programm «cool and clean» von den genannten Institutionen beurteilt wird. Das Kapitel gliedert sich in zwei Abschnitte. Zunächst werden im Abschnitt 6.1 die Fragestellungen beantwortet. Abschnitt 6.2 synthetisiert die wichtigsten Folgerungen. Diese begründen die Empfehlungen, welche nachfolgend zuhanden der Peers formuliert werden. Diese sollen Optimierungsmöglichkeiten aufzeigen, um die Wirksamkeit des Programms zu erhöhen.

6.1 BEANTWORTUNG DER FRAGESTELLUNGEN

In diesem Abschnitt werden einerseits die Evaluationsfragen beantwortet und andererseits die Ergebnisse zur Indikatorenmessung präsentiert.

6.1.1 ERGEBNISSE ZU DEN EVALUATIONSFRAGEN

Im Zentrum der Teilstudie zu den institutionellen Veränderungen standen sechs Evaluationsfragen. Nachfolgend werden die Ergebnisse entlang den Fragestellungen synthetisiert und die Fragen beantwortet.

Frage 1: Wie beurteilen Ausbildungs- oder Jugendverantwortliche von Verbänden und Vereinen, Veranstalter, Besitzer von Sportanlagen sowie kantonale Stellen «cool and clean» und insbesondere Aktivitäten im Bereich Tabakprävention? Welche Rolle spielt ihrer Ansicht nach «cool and clean» in der Tabakprävention?

Das Image von «cool and clean» ist bei den befragten Verantwortlichen von Verbänden, Vereinen, Sportanlagen, Sportveranstaltungen sowie kantonalen Sportämtern und Präventionsfachstellen durchwegs positiv.

Bei den befragten Verantwortlichen von *Verbänden* und *Vereinen* ist das positive Image auf die Tatsache zurückzuführen, dass es sich bei «cool and clean» um ein etabliertes und bekanntes Programm mit gut verständlichen Kernbotschaften handelt. Zudem wird die Akzeptanz des Programms insbesondere bei Vereinen als hoch erachtet und die materielle Unterstützung von «cool and clean» geschätzt. Einer grossen Mehrheit der Verbands- und Vereinsverantwortlichen scheint es sinnvoll, die Präventionsgelder zu konzentrieren und alle Programme zur Suchtprävention im Sport unter einem Label zusammenzuführen. Ebenso werden die Ziele von «cool and clean» unterstützt, das Rauchen an Sportveranstaltungen und auf Sportanlagen sowie den Alkoholausschank an Jugendliche zu unterbinden. Leicht kritischer beurteilt werden ein generelles Alkoholverbot und die Vorstellung, dass Suchtprävention eine Aufgabe des Sports ist. Das Programm «cool and clean» wird auch nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen von einer grossen Mehrheit als notwendig erachtet. Als wichtigster Beitrag von «cool and clean» zur Tabakprävention werden die Massnahmen im Bereich der Verhaltensprävention (Community Building, Arbeit mit Vorbildern) hervorgehoben. Für das Programm spreche zudem, dass es nicht nur der Tabakprävention diene, sondern einen suchtmittelübergreifenden Ansatz verfolge. Optimierungsbedürftig sind aus Sicht der Verbands- und Vereinsverantwortlichen insbesondere zwei Punkte: Was die Verhältnisprävention betrifft, sprechen sich einige Befragte für eine stärkere Fokussierung der Tabakprävention auf den Aussenbereich von Sportveranstaltungen und Sportanlagen aus. Im Bereich der Verhaltensprävention wird von Verbands- und Vereinsverantwortlichen stärker die Vermittlung von Suchtmittelkompetenzen anstelle von Abstinenzgeboten gewünscht. Dieser Optimierungswunsch deutet möglicherweise darauf hin, dass die Neuausrichtung der Commitments nach der letzten Evaluation von den Verbands- und Vereinsverantwortlichen nicht wahrgenommen wurde. Es ist aber auch vorstellbar, dass die Neuausrichtung den Verantwortlichen zu wenig weit ging.

Bei den interviewten Verantwortlichen von *Sportanlagen und Sportveranstaltungen* trägt das auf die Prävention bei der Zielgruppe der Jugendlichen fokussierte Konzept mit seinen positiven und verständlichen Botschaften zum positiven Image von «cool and clean» bei. Zudem wird die materielle und personelle Unterstützung von «cool and clean» geschätzt. Auch nach der Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen sprechen sich die Befragten mehrheitlich für die Beibehaltung des Programms «cool and clean» aus. Ausschlaggebend für diese Einschätzung ist der Beitrag von «cool and clean» an die Verhaltensprävention bei Kindern und Jugendlichen in den Vereinen sowie der suchtmittelübergreifende Ansatz. Optimierungsbedürftig ist aus Sicht der Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen die Ausrichtung des Programms. Dieses sollte sich stärker auf Vereine anstelle von Sportanlagenbetreibern, Jugendliche anstelle von Erwachsenen sowie Alkohol-, Drogen- und Dopingprävention anstelle von Tabakprävention fokussieren. Ausschlaggebend für diesen Wunsch nach einer Neuausrichtung dürften zwei Gründe sein: Erstens wird nach der Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen im Jahr 2010 der Bedarf nach Tabakprävention im Allgemeinen und verhältnispräventiven Massnahmen im Besonderen als geringer erachtet. Zweitens wird der Hauptnutzen des Programms in der Präventionsarbeit bei Jugendlichen gesehen. Diese Einschätzung dürfte auch ein Stück weit die mangelnde Kenntnis des Programms «cool and clean» bei Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen spiegeln. Obwohl es sich bei diesen beiden Akteuren um wichtige Zielgruppen der verhältnispräventiven Massnahmen von

«cool and clean» handelt, ist dieser Aspekt des Programms Verantwortlichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen wenig bekannt.

Bei den befragten kantonalen *Sportämtern und Präventionsfachstellen* ist das positive Image auf die Tatsache zurückzuführen, dass es sich bei «cool and clean» um ein nationales Programm für Prävention im Sport mit gut verständlichen Botschaften handelt und «cool and clean» mit einem suchtmittelübergreifenden Ansatz arbeitet. «cool and clean» wird von einer grossen Mehrheit der Befragten als wichtig für die Alkohol-, Tabak- und Gewaltprävention sowie die Prävention im Sport allgemein beurteilt. Auch nach dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen plädieren die Befragten für eine Beibehaltung des Programms. Als wichtigster Beitrag von «cool and clean» zur Tabakprävention werden die Massnahmen im Bereich der Verhaltensprävention (Commitments, Community Building, Vorbildfunktion Trainer) hervorgehoben. Im Bereich der Verhältnisprävention könne das Programm vor allem zu rauchfreien Aussenbereichen von Sportanlagen und Sportveranstaltungen beitragen. Es zeigen sich jedoch Unterschiede zwischen Sportämtern und kantonalen Präventionsfachstellen. Letztere sind dem Programm «cool and clean» gegenüber skeptischer eingestellt als die Sportämter. Dies dürfte einerseits auf die im Vergleich zu den Sportämtern geringere Bekanntheit von «cool and clean» bei kantonalen Präventionsfachstellen zurückzuführen sein. Andererseits lässt sich aus gewissen Antworten der Präventionsfachstellen schliessen, dass «cool and clean» als Konkurrenz empfunden und die Abstimmung mit anderen Präventionsprogrammen noch nicht optimal ist.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Programm «cool and clean» von allen befragten Akteuren positiv beurteilt wird. Im Bereich der Tabakprävention wird vor allem der Beitrag des Programms zur Verhaltensprävention bei Kindern und Jugendlichen hervorgehoben. Seit dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen hat die Bedeutung verhältnispräventiver Massnahmen von «cool and clean» aus Sicht der Befragten eindeutig abgenommen. Ein Handlungsbedarf ergibt sich allenfalls im Aussenbereich von Sportanlagen und Sportveranstaltungen.

Frage 2: Wie setzen Ausbildungs- oder Jugendverantwortliche von Verbänden und Vereinen sowie Veranstalter und Sportanlagenverantwortliche ihr «cool and clean»-Commitment um und wie unterscheiden sich ihre Aktivitäten von denjenigen ohne entsprechende Verpflichtungen? Welche Massnahmen werden im Bereich der Tabakprävention ergriffen?

Die Aktivitäten der untersuchten *Verbände* zur Umsetzung von «cool and clean» entfalten sich auf zwei Ebenen: Einerseits versteht sich ein grosser Teil der Verbände als Multiplikator und transportiert die Anliegen des Programms aktiv an seine Mitgliedsverbände. Dies geschieht zum Beispiel, indem gezielt in der internen und externen Kommunikation für das Mitmachen bei «cool and clean» geworben wird, indem «cool and clean»-Materialien genutzt und weitergegeben werden oder indem der Verband im Rahmen seiner Schulungen und Tagungen über «cool and clean» beziehungsweise über Möglichkeiten zur Suchtprävention informiert. Andererseits werden die Verbände auch selbst aktiv und führen beispielsweise alle beziehungsweise einen Teil ihrer Sportveranstaltungen rauchfrei durch oder verzichten auf den Alkoholausschank.

Die Aktivitäten der befragten *Vereine* zielen ebenfalls vornehmlich auf die Tabakprävention ab, vor allem durch die Durchführung von rauchfreien Sportveranstaltungen. Allerdings – so die Vereinsvertretenden – sei heute bereits die Mehrheit der öffentlich zugänglichen Sportanlagen rauchfrei, sodass sich das Aussprechen eines „eigenen“ Rauchverbots in der Regel erübrige. Ebenfalls bedeutsam ist die Alkoholprävention – wobei jedoch vielfach von Schwierigkeiten berichtet wird, einen Verzicht auf den Alkoholausschank vereinsintern und/oder gegenüber den in privater Trägerschaft befindlichen Restaurationsbetrieben der Sportanlagen durchzusetzen. Zudem nutzt rund die Hälfte der befragten Vereine die «cool and clean»-Materialien bei ihren Veranstaltungen. Insgesamt zeigt sich, dass Vereine, von denen ein oder mehrere Jugendsportteams an «cool and clean» teilnehmen, stärker als andere Vereine bemüht sind, «cool and clean» auch über die Aktivitäten dieser Teams hinaus umzusetzen.

Im Bereich der Tabakprävention werden in den untersuchten *Sportanlagen* und an *Sportveranstaltungen* verschiedene verhältnispräventive Massnahmen umgesetzt. Infolge des Inkrafttretens des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen gilt im Innenbereich der untersuchten Sportanlagen und Sportveranstaltungen ein striktes Rauchverbot sowohl für öffentliche als auch für private Anlässe. Im Aussenbereich sind dagegen nur ein Drittel der kommunalen und kleinen Sportanlagen sowie der Veranstaltungen und zwei Drittel der kommerziellen Sportanlagen rauchfrei. In der grossen Mehrheit der Sportanlagen und -veranstaltungen wird das Rauchverbot durch Schilder signalisiert. In vier Fünftel der untersuchten kommerziellen und kommunalen Sportanlagen sowie in der Hälfte der kleinen Sportanlagen und Sportveranstaltungen wird die Einhaltung der Rauchverbote überprüft. Häufig wird dazu das Personal instruiert und Verstösse gegen das Rauchverbot im Rahmen eines Gesprächs gelöst. Grossmehrheitlich wird auf Tabakwerbung in Sportanlagen und an Sportveranstaltungen verzichtet. Unterschiede zwischen bei «cool and clean» teilnehmenden und nicht teilnehmenden Sportanlagen und Sportveranstaltungen sind nur in Einzelfällen erkennbar. Eine Ausnahme bilden Rauchverbote im Aussenbereich von Sportanlagen und Sportveranstaltungen. Grossmehrheitlich handelt es sich dabei, um Sportanlagen respektive Sportveranstaltungen, welche bei «cool and clean» teilnehmen.

Im Bereich der Alkoholprävention setzten die telefonisch befragten Verantwortlichen von *Sportveranstaltungen* und die im Rahmen von drei Fallstudien untersuchten *Turnfeste* verschiedene verhältnispräventive Massnahmen um. Eine Limitierung des Verkaufs von Alkohol wird nur an wenigen Sportveranstaltungen etwa mit der Zielgruppe Kinder und Jugendliche umgesetzt. An den drei Turnfesten gelang es grösstenteils, den Verkauf von Alcopops und hochprozentigem Alkohol zu limitieren und nichtalkoholische Getränke günstiger anzubieten als alkoholische Getränke. Rund drei Viertel der befragten Sportveranstaltungen überprüfen die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes in der Regel durch eine Ausweiskontrolle. An den drei Turnfesten wurden farblich auf verschiedene Altersgruppen abgestimmte Kontrollbänder abgegeben und die Helfenden respektive die Verantwortlichen der Festbetriebe geschult. Für die Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes setzten die Sportveranstaltungen häufig Plakate ein. An zwei Turnfesten wurden die Vereine zusätzlich brieflich über die Massnahmen im Bereich des Alkohol-Jugendschutzes informiert und in den Festzeitschriften darüber berichtet. Auf Alkoholwerbung wird nur in rund der Hälfte der befragten Sportveranstaltungen und von keinem der drei untersuchten Turnfeste verzichtet. Dagegen wird in einer

grossen Mehrheit der Sportveranstaltungen und den drei Turnfesten auf Alkohol an Siegesfeiern verzichtet. Wesentliche Unterschiede zwischen bei «cool and clean» teilnehmenden und nicht teilnehmenden Sportveranstaltungen zeigen sich bei der Überprüfung des Alkohol-Jugendschutzes. Letzterer wird bei teilnehmenden Sportveranstaltungen häufiger überprüft. Auch an den drei Turnfesten hat «cool and clean» die Umsetzung des Alkohol-Jugendschutzes begünstigt.

Die «cool and clean»-Materialien stossen bei den Befragten auf eine grosse Zufriedenheit. Trotz der grossen Zufriedenheit gibt es auch einzelne Kritikpunkte. So wird die fehlende Nachhaltigkeit etwa der schnell zerreisenden Papierplakate beanstandet. Weiter empfinden einzelne Sportveranstalter das Verhältnis von Aufwand für das Montieren der Materialien und dem Nutzen als unausgewogen. Sie wünschen sich Materialien mit einem Mehrwert wie Servietten, Becher, Zelte und Theken. Schliesslich wird die ungenügende Anzahl von Materialdepots in der Ost- und Westschweiz bemängelt.

Frage 3: Welche Auswirkungen hat «cool and clean» auf die Arbeit der kantonalen Präventionsstellen und Sportämter?

Das Programm «cool and clean» hat in verschiedenen Bereichen eine Auswirkung auf die Arbeit der kantonalen Sportämter und Präventionsfachstellen. Im Bereich der *Ver-netzung* vertritt jeweils gut die Hälfte der befragten kantonalen Sportämter und Präventionsfachstellen die Ansicht, dass «cool and clean» den Austausch zwischen dem Sport- und Präventionsbereich im Kanton beeinflusst hat. Knapp zwei Drittel der befragten kantonalen Stellen halten 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. Zwei Fünftel der kantonalen Stellen stimmen der Aussage zu, dass in ihrer Dienststelle mehr über Suchtmittel im Sport, Fairness, Doping oder Ähnliches nachgedacht und diskutiert wird. Was die Auswirkungen auf die *Aktivitäten im Bereich Jugend und Sport* betrifft ist ein Drittel der befragten Sportämter der Meinung, dass «cool and clean» einen Beitrag zur Durchführung rauchfreier J+S-Lager respektive den verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol geleistet hat. Im Hinblick auf die Auswirkungen der *kantonalen «cool and clean»-Botschafter* finden zwei Drittel der befragten Sportämter die Aussage zutreffend, dass sie dank kantonalen «cool and clean»-Botschaftern aktiver auf die Sportvereine zugehen können. Knapp drei Viertel stimmen der Aussage zu, dass sie die Sportvereine dank «cool and clean»-Botschaftern besser betreuen können. Schliesslich wurden auch die Auswirkungen auf das *Setting Sport allgemein* erfasst. Knapp die Hälfte der befragten kantonalen Stellen haben in den letzten Jahren Veränderungen auf das Thema Prävention und Sport festgestellt. Knapp zwei Drittel der Befragten führen die Veränderungen auf «cool and clean» zurück. Ebenfalls knapp zwei Drittel der kantonalen Stellen halten «cool and clean» im Hinblick auf einen fairen und sauberen Sport bei den 10- bis 20-Jährigen für wirksam. Insgesamt schätzen die Präventionsfachstellen die Auswirkungen von «cool and clean» geringer ein als die Sportämter. Die kantonalen Stellen in der Deutschschweiz beurteilen die Wirkungen von «cool and clean» im Bereich Jugend und Sport, bei den kantonalen «cool and clean»-Botschaftern und im Setting Sport allgemein positiver als die Stellen der lateinischen Schweiz. Diese schätzen dagegen die Wirkungen

von «cool and clean» im Bereich der Vernetzung höher ein als die Deutschschweizer Stellen.

Frage 4: Hat das Programm «cool and clean» in den Augen von Verbands- und Vereinsverantwortlichen zu *weitergehenden Veränderungen im Setting Sport* beigetragen? Wenn ja, zu welchen? Sind insbesondere weitergehende Veränderungen in Bezug auf die Tabakprävention zu beobachten?

Es ist nur zum Teil gelungen, die Anliegen von «cool and clean» in den Verbänden und Vereinen institutionell zu verankern. So wird lediglich aus einem knappen Drittel der befragten *Verbände* berichtet, dass das Thema Suchtprävention regelmässig auf die Traktandenlisten der Verbandsorgane und anderer Gruppen gesetzt wird und nur ein Fünftel der Verbände hat das Amt einer/-s Suchtbeauftragten eingerichtet. Dort, wo solche institutionellen Verankerungen zu verzeichnen sind, führen die Befragten dies jedoch zumeist unmittelbar auf «cool and clean» respektive auf dessen Teil- und Vorgängerprogramme zurück. Die institutionellen Veränderungen bei den *Vereinen* sind noch geringer ausgeprägt als auf der Ebene der Verbände: Lediglich ein Fünftel der befragten Vereine hat die Themen Sportethik und/oder Suchtprävention in die Vereinsstatuten aufgenommen und nur in einem von zehn Vereinen wurde ein/-e Beauftragte/-r für die Suchtprävention benannt.

Über diese institutionellen Veränderungen hinaus sind keine weitergehenden Auswirkungen des Programms «cool and clean» im Setting Sport erkennbar. Noch ist eine Mehrheit der Verbands- und Vereinsverantwortlichen der Ansicht, dass Prävention eine Aufgabe des Sportes ist. Bedenklich ist jedoch, dass die Akzeptanz dieses Anliegens über die drei Erhebungszeitpunkte gesunken ist. Die Veränderungen in Bezug auf die Tabakprävention werden nachfolgend beschrieben (vgl. Frage 5).

Frage 5: In welcher Weise nehmen Verbands- und Vereinsverantwortliche sowie Veranstalter und Sportanlagenverantwortliche das Engagement von «cool and clean» für *rauchfreie Sportanlagen und Veranstaltungen* wahr beziehungsweise wirken daran mit? In welcher Form findet eine allfällige Mitwirkung statt? Welche konkreten Massnahmen wurden umgesetzt?

Bei den befragten *Verbänden* und *Vereinen* zeigt sich, dass es gelungen ist, den Tabakkonsum im Setting Sport zu senken: Sowohl von Seiten der Verbände als auch von den Vereinen wird berichtet, dass die Zahl der rauchfreien Sportveranstaltungen in den letzten fünf Jahren zugenommen habe beziehungsweise dass heute bei Vereinsaktivitäten weniger geraucht wird. Diese Wirkungen fallen bei denjenigen Vereinen mit einem oder mehreren bei «cool and clean» teilnehmenden Jugendsportteams stärker aus als bei Vereinen ohne teilnehmende Teams.

In den Innenräumlichkeiten der untersuchten *Sportanlagen* und *Sportveranstaltungen* hat das Engagement von «cool and clean» für rauchfreie Sportanlagen und Sportveranstaltungen nur in Einzelfällen die Einführung von Rauchverbote begünstigt. Massgeblich für entsprechende Rauchverbote war das im Mai 2010 in Kraft getretene Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen. Viele befragte Verantwortliche von Sportanlagen und Sportveranstaltungen sind der Meinung, dass das Bundesgesetz und der generelle Mentalitätswandel zu einer guten Einhaltung der Rauchverbote geführt haben. Weiter-

gehende Massnahmen zur Durchsetzung von Rauchverboten in Innenräumlichkeiten von Sportanlagen und Sportveranstaltungen werden entsprechend von etlichen Befragten als unnötig erachtet. Im Aussenbereich von Sportanlagen und Sportveranstaltungen, wo Rauchverbote weniger verbreitet sind, ist das Engagement von «cool and clean» dagegen deutlich erkennbar (vgl. Frage 2). Hier besteht für «cool and clean» weiterhin ein grosses Potenzial, die Einführung von Rauchverboten zu fördern. Allerdings gilt es dabei zu bedenken, dass entsprechende Massnahmen häufig als unnötig und schwierig in der Umsetzung betrachtet werden. Entsprechend braucht es ein gutes Argumentarium zur Überzeugung der Verantwortlichen.

Frage 6: Wie wird die Nützlichkeit der Aktivitäten von «cool and clean» hinsichtlich der Alkoholprävention von Verantwortlichen von Verbänden, Vereinen, Sportanlagen und Sportveranstaltungen beurteilt?

Die befragten *Verbände und Vereine* heben mit Blick auf die Alkoholprävention insbesondere den Sensibilisierungsaspekt der «cool and clean»-Aktivitäten hervor: «Cool and clean» trage dazu bei, dass das Thema Alkohol im Sport wahrgenommen und beachtet werde, insbesondere bei den jungen Zielgruppen. Des Weiteren habe «cool and clean» einen Unterstützungsaspekt in Bezug auf verbands- oder vereinspezifische Massnahmen der Alkoholprävention, vor allem durch die von «cool and clean» bereitgestellten Materialien. Diese Materialien seien bedarfsgerecht gestaltet und könnten in der Regel unmittelbar von den Verbänden und Vereinen eingesetzt werden, was wiederum entsprechende eigene Anschaffungen überflüssig mache. Im Hinblick auf den Nutzen von «cool and clean» für die Alkoholprävention wird aus den Vereinen und Verbänden jedoch kritisch angemerkt, dass das Thema Alkohol im Sport vielfach nicht als Problem gesehen wird und dass aus diesem Grunde entsprechende Präventionsbemühungen oft wirkungslos verpuffen würden. Der (massvolle) Konsum wird zudem als zentraler Bestandteil des Vereinslebens gesehen.

Die Beurteilung der Nützlichkeit der Aktivitäten von «cool and clean» hinsichtlich der Alkoholprävention bei den telefonisch befragten *Sportveranstaltungen* und der im Rahmen der drei Fallstudien untersuchten *Turnfeste* fällt gemischt aus. Gemäss den Verantwortlichen der Sportveranstaltungen hilft das Programm «cool and clean» einerseits bei der Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für die Alkoholprävention. Andererseits trägt das Programm zur Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen bei. Entsprechende Massnahmen werden von Sportveranstaltungen, die bei «cool and clean» teilnehmen, häufiger umgesetzt als von nicht teilnehmenden Sportveranstaltungen (vgl. oben). Die Fallstudien an den drei Turnfesten zeigen jedoch, dass die Massnahmen zur Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes nicht lückenlos funktionieren. So mussten an zwei Turnfesten lediglich ein Drittel und an einem Turnfest zwei Drittel der befragten Jugendlichen beim Kauf von Alkohol ihre Identitätskarte respektive einen Kontrollbändel zeigen. Minderjährige gelangten zudem dank älteren Vereinsmitgliedern an alkoholische Getränke. Um die Nützlichkeit der Aktivitäten von «cool and clean» im Bereich der Alkoholprävention zu steigern, sind zwei Massnahmen denkbar. Einerseits könnten die Massnahmen zur Umsetzung der gesetzlichen Jugendschutzbestimmungen in den Verträgen zwischen Sportveranstaltern und Festbetrieben geregelt werden. Andererseits ist die Sensibilisierungsarbeit in den Vereinen zentral. So gilt es

die Vorbildfunktion der Leitenden zu unterstreichen und diese für den Alkohol-Jugendschutz zu sensibilisieren.

Frage 7: Ob, auf welche Weise und in welchem Umfang engagieren sich Verantwortliche von Verbänden, Vereinen, Sportanlagen, Sportveranstaltungen sowie kantonalen Präventions- und Sportfachstellen auch ehrenamtlich für die Anliegen von «cool and clean»? Ob, auf welche Weise und in welchem Umfang werden sie dabei von «cool and clean» unterstützt?

Am ausgeprägtesten ist das ehrenamtliche Engagement bei den Verbänden. Gut die Hälfte der befragten Verbandsverantwortlichen engagiert sich ehrenamtlich für die Tabakprävention. Bei den kantonalen Stellen, den Sportveranstaltungen und den kommunalen Sportanlagen sind es jeweils gut ein Viertel und bei den kommerziellen Sportanlagen ein Fünftel der Befragten. Am häufigsten engagieren sich die Befragten als Präsident/-in, Trainer/-in oder einfaches Mitglied in einem Sportverein für die Tabakprävention. Einige Befragte setzten sich auch als J+S-Leiter/-in für die Tabakprävention ein. Von den Personen, welche sich ehrenamtlich für die Tabakprävention einsetzen, erhalten zwei Drittel Unterstützung von «cool and clean». Am meisten helfen den Befragten die von «cool and clean» zur Verfügung gestellten Unterlagen und Materialien. Diese enthielten gute Ideen und müssten nicht selber erarbeitet werden.

6.1.2 ERGEBNISSE DER INDIKATORENMESSUNG

Die Programmleitung legte in ihrem Evaluationskonzept drei Indikatoren fest, welche über die Verbreitung der Rauchfreiheit wegen «cool and clean» und über die Steigerung der gemeinsamen Interventionen der Bereiche Sport und Prävention Auskunft geben sollen.

Erreichung der Zielvorgaben hinsichtlich rauchfreier Veranstaltungen

Folgender Indikator wurde gemessen: *«cool and clean» ist bis Mitte 2011 an 360 Sportveranstaltungen präsent und erreicht 450'000 Personen. Zudem nutzen 300 weitere kleine Veranstaltungen Materialien von «cool and clean».*

Die Erfüllung dieses Indikators ist unklar, da genaue Zahlen zur Anzahl Veranstaltungen, Teilnehmer/-innen und Besucher/-innen erst seit Anfang 2011 von Swiss Olympic erfasst werden. Die bei den Sportveranstaltungen angestrebten Ziele wurden nach Auskunft von Swiss Olympic jedoch erreicht. Es handelt sich dabei um eine grobe Hochrechnung der bisher verfügbaren Daten.

Erreichung der Zielvorgaben hinsichtlich rauchfreier Sportanlagen

Folgender Indikator wurde gemessen: *300 Clubhäuser (die eindeutig nicht als öffentlicher Raum deklariert sind) sind rauchfrei; 12 Fussballstadien haben rauchfreie Sektoren; 10 Fussballfelder sind im Wettkampf- und Zuschauerbereich rauchfrei, 10 Aussen-sportanlagen (Leichtathletik, Hartplätze) sind rauchfrei; 10 Freibäder haben rauchfreie Sektoren installiert; 5 offene Eisfelder sind im Wettkampf- und Zuschauerbereich rauchfrei.*

Mit der Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen hat sich der Fokus von «cool and clean» von Innenanlagen von Sportanlagen auf Aussenanlagen verschoben. Die vom «cool and clean»-Team gesteckten Ziele bezüglich rauchfreier Aussenanlagen wurden weitgehend erreicht (vgl. Darstellung D 6.1). Anstelle der anvisierten 300 privaten Clubhäuser wurden 322 Clublokale dank «cool and clean» rauchfrei. Dabei sind die Sportarten Schiessen, Fussball und Tennis am stärksten vertreten. Mit 13 rauchfreien Sektoren in Fussballstadien wurde das ursprüngliche Ziel von 12 solcher Sportanlagen ebenfalls übertroffen. Mehr als doppelt so viele Fussballfelder (23) respektive Aussensportanlagen (24) als ursprünglich geplant (10) wurden dank «cool and clean» rauchfrei. Auf Massnahmen im Bereich der Freibäder und der offenen Eisfelder wurde nach vertieften Abklärungen verzichtet. Der Schwimmbereich von Freibädern ist bereits überall rauchfrei und die restlichen Anlagen haben wenig mit dem Kernanliegen von Swiss Olympic, dem organisierten Sport, zu tun. Offene Eisfelder sind in der Schweiz kaum mehr vorhanden.

D 6.1: SOLL-IST-Vergleich rauchfreie Sportanlagen

| Sportanlage | Soll | Ist |
|--------------------------------|------|-----|
| Clubhäuser von Vereinen, davon | 300 | 322 |
| - Schiessen | | 141 |
| - Fussball | | 108 |
| - Tennis | | 46 |
| - Andere | | 27 |
| Fussballstadien | 12 | 13 |
| Fussballfelder | 10 | 23 |
| Aussensportanlagen | 10 | 24 |
| Freibäder | 10 | 0 |
| Offene Eisfelder | 5 | 0 |

Quelle: Swiss Olympic

Erreichung der Zielvorgaben hinsichtlich gemeinsamer Interventionen der Bereiche Sport und Prävention

Folgender Indikator wurde gemessen: *Die kantonalen und kommunalen Fachstellen für Gesundheitsförderung und Prävention verzeichnen gegenüber 2007 eine weitere Zunahme von Aktivitäten mit dem Sport. Laufende Verträge mit allen kantonalen Sportämtern und kantonalen Präventionsfachstellen sind vorhanden.*

Dieser Indikator wurde teilweise erfüllt. Seit 2007 ist eine Zunahme der Aktivitäten der Fachstellen für Gesundheitsförderung und Prävention im Sport zu verzeichnen. Diese Aktivitäten fanden vor allem über die interdisziplinären Jugend+Sport-Module statt. Vertretende der Fachstellen wurden in den Kantonen Aargau, Bern, Jura, Luzern, Waadt und Zürich in die Module integriert. Im Jahre 2010 wurden 17 interdisziplinäre Jugend+Sport-Module zum Thema Sucht und 6 zum Thema Gewalt durchgeführt. Laufende Vereinbarungen bestehen jedoch nicht mit allen, sondern lediglich mit sieben Kantonen. Diese haben kantonale «cool and clean»-Botschafter ernannt. Diese von den kantonalen Sportämtern und «cool and clean» finanzierten Botschafter beraten die

Vereine im Bereich der Suchtprävention. Daneben pflegt «cool and clean» mit allen kantonalen Sportämtern und Präventionsfachstellen gute persönliche Kontakte.

6.2 EMPFEHLUNGEN

Aufgrund der Ergebnisse auf die im Abschnitt 6.1 behandelten Fragestellungen formulieren wir fünf Empfehlungen.

Empfehlung 1: «cool and clean» modifiziert weiterführen

Wir empfehlen, das Programm «cool and clean» aus den nachfolgenden zwei Gründen weiterzuführen:

Etabliertes Programm: Seit seiner Einführung im Jahr 2005 hat sich «cool and clean» zu einem in weiten Kreisen bekannten Programm entwickelt. Das Image von «cool and clean» bei Verantwortlichen von Verbänden, Vereinen, Sportanlagen, Sportveranstaltungen und kantonalen Stellen ist durchwegs positiv. «cool and clean» hat massgeblich dazu beigetragen, das Thema Prävention im organisierten Sport zu etablieren.

Wirksames Programm: Das Programm «cool and clean» hat in verschiedenen Bereichen Wirkungen entfaltet. Im Aussenbereich von Sportanlagen hat «cool and clean» die Einführung von Rauchverboten begünstigt. Es ist dem Programm gelungen, die Sportveranstalter für die Bedeutung von Alkohol-Jugendschutzmassnahmen zu sensibilisieren. Durch verschiedene Massnahmen ist die Vernetzung zwischen Akteuren aus Sport und Prävention gestiegen. Bei Vereinen mit bei «cool and clean» teilnehmenden Jugendsportteams fallen die Wirkungen im Bereich der Tabak- und Alkoholprävention stärker aus als bei anderen Vereinen. Bei den Verbänden sind institutionelle Verankerungen zumeist unmittelbar auf «cool and clean» respektive dessen Teil- und Vorgängerprogramme zurückzuführen.

Trotz der grundsätzlich positiven Beurteilung des Programms wurden mit der Evaluation auch Optimierungsmöglichkeiten identifiziert. Durch die nachfolgenden Empfehlungen könnte das Wirkungspotenzial von «cool and clean» noch stärker ausgeschöpft werden und die Nachhaltigkeit der angestossenen Wirkungen erhöht werden. Ein solches Potenzial besteht insbesondere bei der Alkoholprävention und einer Verstärkung der verhaltenspräventiven Massnahmen in der Tabakprävention.

Empfehlung 2: Massnahmen in der Tabakprävention neu fokussieren

Die Evaluation hat gezeigt, dass infolge des Inkrafttretens des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen die Innenräumlichkeiten von Sportanlagen und Sportveranstaltungen sowohl für öffentliche als auch für private Anlässe rauchfrei wurden. In der Regel werden die Innenräumlichkeiten mit Rauchverbotsschildern gekennzeichnet und die Einhaltung der Rauchverbote überprüft. Aufgrund des in den letzten Jahren stattfindenden Mentalitätswandels werden die Rauchverbote gut respektiert. Weitergehende Unterstützungsleistungen seitens «cool and clean» im Bereich der Innenräumlichkeiten sind aufgrund dieser Entwicklungen nicht notwendig. Es besteht jedoch bei allen befragten Akteuren einheitlich die Meinung, dass es ein Programm wie «cool and cle-

an» auch nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes nach wie vor braucht. Allerdings sind Anpassungen in zwei Richtungen notwendig.

Fokussierung auf den Outdoor-Bereich im Teilprogramm „Sportstätten“: Die Massnahmen im Teilprogramm „Sportstätten“ sollten auf den Aussenbereich von Sportanlagen konzentriert werden. Dies ist sinnvoll, weil einerseits nur eine Minderheit der Sportanlagen und Sportveranstaltungen Rauchverbote im Aussenbereich kennt und «cool and clean» andererseits die Einführung von rauchfreien Aussenbereichen begünstigt. Allerdings gilt es dabei zu bedenken, dass entsprechende Massnahmen häufig als unnötig und schwierig in der Umsetzung betrachtet werden. Entsprechend braucht es ein gutes Argumentarium zur Überzeugung der Verantwortlichen. Dabei sollte – erstens – mit einer klaren und nachvollziehbaren Definition des Aussenbereichs gearbeitet werden. Mit dem Argument das Rauchen nicht zum Sport gehört, sollten sich Rauchverbote vor allem auf den Aussenbereich von Wettkampfanlagen und den angrenzenden Zuschauerbereich beschränken. Andere Zonen wie der Eingangsbereich von Sportanlagen sollen von Massnahmen ausgenommen werden. Zweitens könnte auf die Reduktion von Geruchsemission und des Reinigungsaufwands infolge von Rauchverboten hingewiesen werden. Drittens könnte auf Erfahrungen von «cool and clean» mit Rauchverboten auf Wettkampfgeländen zurückgegriffen werden, welche beispielsweise an den drei Turnfesten auf grosse Akzeptanz bei Teilnehmenden und Zuschauern gestossen sind.

Fokussierung der Massnahmen im Teilprogramm „Jugendsport“: Das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen wirkt sich lediglich auf die Verhältnisse, nicht aber auf das Verhalten der Jugendlichen aus. Bei diesen ist der Tabakkonsum nach Einschätzung der Befragten nach wie vor verbreitet und Massnahmen zur Verhinderung des Einstiegs werden einhellig als notwendig erachtet. Diese Einschätzung wird auch durch Zahlen des nationalen Tabakmonitorings belegt. Zwar sank der Anteil Rauchender bei den 14- bis 19-Jährigen von 31 Prozent im Jahr 2001 auf 22 Prozent im Jahr 2009. Im Jahr 2010 ist der Anteil jedoch wieder auf 24 Prozent gestiegen.¹³ Aus diesem Grund sind die Massnahmen des Teilprogramms Jugendsport fortzuführen. Sie sollten jedoch noch stärker Unterschiede zwischen Sportarten, Geschlechtern und Altersgruppen berücksichtigen (vgl. auch Teilstudien 2 und 4).

Empfehlung 3: Massnahmen in der Alkoholprävention optimieren

Im Bereich der Alkoholprävention hat die Evaluation in verschiedenen Teilprogrammen von «cool and clean» einen Optimierungsbedarf ausgemacht, welcher nachfolgend präzisiert wird.

Optimierung der Massnahmen zur Alkoholprävention im Teilprogramm „Sportveranstaltungen“: Die Evaluation hat betreffend Teilprogramm „Sportveranstaltungen“ drei Verbesserungsmöglichkeiten ausgemacht:

- *Erstens* funktioniert die Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes an den drei untersuchten Turnfesten nicht lückenlos. Entsprechend sollte das Programm «cool

¹³ Keller, R.; Radtke, T.; Krebs, H.; Hornung R. (2011): Der Tabakkonsum der Schweizer Wohnbevölkerung in den Jahren 2001 bis 2010, Tabakmonitoring – Schweizerische Umfrage zum Tabakkonsum, Zürich, S. 19–20.

and clean» die Sportveranstalter anregen, die Massnahmen zur Umsetzung der Jugendschutzbestimmungen in den Verträgen mit den Festbetrieben zu regeln. Dies hätte einerseits den Vorteil, dass die Festbetriebe von den Sportveranstaltern stärker in die Pflicht genommen werden könnten. Andererseits könnten die Sportveranstaltungen die Verantwortung für die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen nicht mehr so einfach an die Festbetriebe delegieren.

- *Zweitens* ist die Präsenz des Alkoholsponsorings an Sportveranstaltungen nach wie vor hoch. Um den Verantwortlichen von Sportveranstaltungen eine Alternative zu bieten, ist eine Zusammenarbeit von «cool and clean» mit Herstellern von nichtalkoholischen Getränken (Sportgetränke, Säfte, Mineralwasser etc.) zu prüfen.
- *Drittens* ist der Aufwand für die Umsetzung der von «cool and clean» vorgeschlagenen Alkoholpräventionsmassnahmen für die Sportveranstalter im Vergleich zum Nutzen relativ gross. Entsprechend sollten ihnen vermehrt Materialien mit einem Mehrwert wie Zelte, Tische, Theken, Servietten und Becher zur Verfügung gestellt werden. Zur Bereitstellung respektive Finanzierung entsprechender Materialien könnten die Hersteller von nichtalkoholischen Getränken beigezogen werden.

Integration von Massnahmen zur Alkoholprävention in das Teilprogramm „Sportstätten“: Das Teilprogramm „Sportstätten“ widmet sich zurzeit ausschliesslich der Umsetzung rauchfreier Sportanlagen. Massnahmen zur Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes, die Limitierung von hochprozentigen alkoholischen Getränken oder die preislich attraktivere Gestaltung von nichtalkoholischen Getränken sind nicht Gegenstand des Teilprogramms. Die Befragung der Vereine hat jedoch gezeigt, dass die Umsetzung solcher Massnahmen bei Anlässen häufig nicht in die Entscheidungshoheit der Vereine, sondern der Restaurationsbetriebe auf den Sportanlagen fällt. Entsprechend ist es wichtig, Verantwortliche von Sportanlagen in die Umsetzung von strukturellen Massnahmen in Bereich der Alkoholprävention mit einzubeziehen.

Klarere Kommunikation der Massnahmen zur Alkoholprävention im Teilprogramm „Jugendsport“: Die Befragung bei Verbänden und Vereinen hat ergeben, dass die Neuausrichtung des vierten Commitments von der Alkoholabstinenz zum massvollen Umgang mit Alkohol von vielen nicht wahrgenommen wurde. Entsprechend gilt es, die Botschaften von «cool and clean» im Bereich der Alkoholprävention zu präzisieren und klarer zu kommunizieren (vgl. auch Teilstudien 1, 2 und 4). In der Kommunikation sollten insbesondere vier Punkte hervorgehoben werden:

- *Jugendschutz:* «cool and clean» setzt sich für die Durchsetzung der gesetzlichen Jugendschutzbestimmungen ein. Unter 16-Jährige sollen keinen Alkohol trinken.
- *Suchtmittelkompetenzen:* Ältere Jugendliche sollen dank «cool and clean» die notwendigen Kompetenzen erwerben, um massvoll niederprozentigen (16- bis 17-Jährige) respektive hochprozentigen (über 18-Jährige) Alkohol zu konsumieren.
- *Problematischer Konsum:* «cool and clean» bekämpft den problematischen Alkoholkonsum entschieden. Übermässiger Alkoholkonsum wie Rauschtrinken beeinträchtigt nicht nur die individuelle Gesundheit, sondern gefährdet etwa bei gewalttätigen Ausschreitungen an Sportveranstaltungen unbeteiligte Dritte.

- *Vorbildfunktion der Erwachsenen:* Die Leitenden, Trainer und erwachsenen Vereinsmitglieder haben für die jugendlichen Sportler/-innen eine wichtige Vorbildfunktion beim massvollen Konsum von Alkohol. Die Abgabe von Alkohol an unter 16-Jährige ist nicht akzeptabel.

Empfehlung 4: Suchtmittelübergreifende Präventionsarbeit fortführen

Eine von vielen Befragten hervorgehobene Stärke von «cool and clean» ist der suchtmittelübergreifende Ansatz des Programms. Einige befragte Akteure sind der Ansicht, dass andere Suchtmittel als Tabak stärker in den Fokus der Präventionsarbeit von «cool and clean» gelangen sollen. Der Tabakpräventionsfonds als Hauptfinanzierer des Programms ist jedoch gesetzlich verpflichtet, seine Mittel zweckgebunden einzusetzen. Die bisherigen Bemühungen von «cool and clean» weitere Geldquellen (Nationales Programm Alkohol, Alkoholzehntel) zu erschliessen, sind aus diesem Grund weiterzuführen. Zudem könnte sich Swiss Olympic für eine suchtmittelübergreifende Finanzierung von Präventionsprogrammen einsetzen. Neben politisch engagierten Sportfunktionären könnte dafür der Kontakt zu weiteren Befürwortern eines suchtmittelübergreifenden Präventionsansatzes wie die drei Eidgenössischen Kommissionen für Alkoholfragen (EKAL), für Drogenfragen (EKDF) und für Tabakprävention (EKTP) gesucht werden.

Empfehlung 5: Vernetzung mit Präventionsfachstellen intensivieren

Das Programm hat nachweislich zur Vernetzung von Akteuren aus dem Sport- und Präventionsbereich beigetragen. Entsprechende Wirkungen sind für die befragten Sportämter jedoch besser spürbar als für die Präventionsfachstellen. Letztere kennen «cool and clean» weniger und äussern sich in Bezug auf Image, Konzept und Wirkungen des Programms skeptischer als die Sportämter. Diese kritische Haltung dürfte einerseits auf die geringere Bekanntheit von «cool and clean» bei kantonalen Präventionsfachstellen zurückzuführen sein. Andererseits lässt sich aus gewissen Antworten schliessen, dass «cool and clean» von den Fachstellen als Konkurrenz empfunden und die Abstimmung mit anderen Präventionsprogrammen noch nicht optimal ist. Entsprechend empfehlen wir, die Vernetzung von «cool and clean» mit den Präventionsfachstellen zu intensivieren. Einerseits sollten die Fachstellen in weiteren Kantonen in die Durchführung der interdisziplinären Jugend+Sport-Module mit einbezogen werden. Andererseits sollte am Beispiel des Zürcher Kantonalturfestes und des Kreisturfestes Seerücken verstärkt eine Zusammenarbeit mit Präventionsfachstellen gesucht werden. Anlässlich dieser Turnfeste hat sich «cool and clean» mit der regionalen respektive kantonalen Suchtpräventionsfachstelle abgesprochen.

A I ERGÄNZUNGEN ZU DEN TEILSTANDARDISIERTEN BEFRAGUNGEN

DA 1: Frage: Wie gut kennen Sie das Programm «cool and clean»?

| | Ich habe noch nie davon gehört | Ich kenne es dem Namen nach | Ich kenne es im Grossen und Ganzen |
|---------------------------|---|---|--|
| Kommerzielle Sportanlagen | 2009 (N = 9): 11% 2011 (N = 5): 0% | 2009 (N = 9): 11% 2011 (N = 5): 0% | 2009 (N = 9): 78% 2011 (N = 5): 100% |
| Kommunale Sportanlagen | 2009 (N = 7): 29% 2011 (N = 9): 11% | 2009 (N = 7): 57% 2011 (N = 9): 33% | 2009 (N = 7): 14% 2011 (N = 9): 56% |
| Verbände | 2007 (N = 20): 0% 2009 (N = 20): 0% 2011 (N = 20): 0% | 2007 (N = 20): 0% 2009 (N = 20): 0% 2011 (N = 20): 5% | 2007 (N = 20): 100% 2009 (N = 20): 100% 2011 (N = 20): 95% |
| Vereine | 2007 (N = 49): 10% 2009 (N = 20): 0% | 2007 (N = 49): 49% 2009 (N = 20): 20% | 2007 (N = 49): 41% 2009 (N = 20): 80% |
| Insgesamt | 2011 (N = 20): 0% | 2011 (N = 20): 20% | 2011 (N = 20): 80% |
| Teilnehmend | 2011 (N = 10): 0% | 2011 (N = 10): 0% | 2011 (N = 10): 100% |
| Nicht teilnehmend | 2011 (N = 10): 0% | 2011 (N = 10): 40% | 2011 (N = 10): 60% |

DA 2: Verbände: Beurteilung konzeptionelle Grundlagen

| | Stimme voll zu | Stimme eher zu | Stimme eher nicht zu | Stimme gar nicht zu |
|--|-------------------|-------------------|----------------------|---------------------|
| Konzentration aller Gelder für Suchtprävention auf ein Programm ist sinnvoll. 2011 (N = 18) 2009 (N = 19) 2007 (N = 20) | 44% 53% | 28% 32% | 17% 11% | 11% 5% |
| Zusammenfassung aller Programme zur Suchtprävention unter einem Label ist sinnvoll. 2011 (N = 17) 2009 (N = 20) 2011 (N = 20) | 88% 80% 68% | 12% 15% 12% | 0% 0% 14% | 0% 5% 6% |
| Alkoholausschank sollte an Sportveranstaltungen/auf Sportanlagen generell nicht gestattet sein. 2011 (N = 20) 2009 (N = 20) 2007 (N = 20) | 15% 45% 31% | 35% 25% 29% | 45% 25% 33% | 5% 5% 6% |

| | Stimme voll zu | Stimme eher zu | Stimme eher nicht zu | Stimme gar nicht zu |
|--|-------------------|-------------------|----------------------|---------------------|
| Alkoholausschank an Jugendliche sollte an Sportveranstaltungen/auf Sportanlagen nicht gestattet sein. 2011 (N = 20) 2009 (N = 20) 2007 (N = 20) | 70% 70% | 30% 25% | 0% 0% | 0% 5% |
| Rauchen sollte an Sportveranstaltungen/auf Sportanlagen nicht gestattet sein. 2011 (N = 20) 2009 (N = 20) 2007 (N = 20) | 90% 85% 80% | 0% 5% 14% | 10% 5% 4% | 0% 5% 2% |
| Suchtprävention ist Aufgabe des Sportes. 2011 (N = 20) 2009 (N = 20) 2007 (N = 20) | 10% 35% 51% | 50% 35% 31% | 30% 30% 18% | 10% 0% 0% |

DA 3: Vereine: Beurteilung konzeptionelle Grundlagen I

| | Stimme voll zu | Stimme eher zu | Stimme eher nicht zu | Stimme gar nicht zu |
|--|-------------------|-------------------|----------------------|---------------------|
| Konzentration aller Gelder für Suchtprävention auf ein Programm ist sinnvoll. 2011 (N = 20) 2009 (N = 20) | 60% 50% | 30% 30% | 5% 15% | 5% 5% |
| Zusammenfassung aller Programme zur Suchtprävention unter einem Label ist sinnvoll. 2011 (N = 20) 2009 (N = 20) 2007 (N = 49) | 40% 70% 68% | 45% 15% 12% | 10% 15% 14% | 5% 0% 6% |
| Alkoholausschank sollte an Sportveranstaltungen/auf Sportanlagen generell nicht gestattet sein. 2011 (N = 20) 2009 (N = 19) 2007 (N = 48) | 30% 26% 31% | 40% 37% 29% | 25% 26% 33% | 5% 11% 6% |

| | Stimme voll zu | Stimme eher zu | Stimme eher nicht zu | Stimme gar nicht zu |
|---|-------------------|-------------------|----------------------|---------------------|
| Alkoholausschank an Jugendliche sollte an Sportveranstaltungen/auf Sportanlagen nicht gestattet sein. 2011 (N = 20) 2009 (N = 20) | 70% 75% | 30% 5% | 0% 15% | 0% 5% |
| Rauchen sollte an Sportveranstaltungen/auf Sportanlagen nicht gestattet sein. 2011 (N = 20) 2009 (N = 20) 2007 (N = 49) | 90% 75% 80% | 0% 25% 14% | 5% 0% 4% | 5% 0% 2% |
| Suchtprävention ist Aufgabe des Sportes. 2011 (N = 20) 2009 (N = 20) 2007 (N = 49) | 25% 30% 51% | 40% 50% 31% | 30% 20% 18% | 5% 0% 0% |

DA 4: Vereine: Beurteilung konzeptionelle Grundlagen II

| | Stimme voll zu | Stimme eher zu | Stimme eher nicht zu | Stimme gar nicht zu |
|---|----------------|----------------|----------------------|---------------------|
| Konzentration aller Gelder für Suchtprävention auf ein Programm ist sinnvoll. Teilnehmend 2011 (N = 10) Nicht teilnehmend 2011 (N = 10) | 50% 70% | 50% 10% | 0% 10% | 0% 10% |
| Zusammenfassung aller Programme zur Suchtprävention unter einem Label ist sinnvoll. Teilnehmend 2011 (N = 10) Nicht teilnehmend 2011 (N = 10) | 40% 40% | 60% 30% | 0% 20% | 0% 10% |
| Alkoholausschank sollte an Sportveranstaltungen/auf Sportanlagen generell nicht gestattet sein. Teilnehmend 2011 (N = 10) Nicht teilnehmend 2011 (N = 10) | 30% 30% | 40% 40% | 20% 30% | 10% 0% |
| Alkoholausschank an Jugendliche sollte an Sportveranstaltungen/auf Sportanlagen nicht gestattet sein. Teilnehmend 2011 (N = 10) Nicht teilnehmend 2011 (N = 10) | 50% 90% | 50% 10% | 0% 0% | 0% 0% |

| | Stimme voll zu | Stimme eher zu | Stimme eher nicht zu | Stimme gar nicht zu |
|---|----------------|----------------|----------------------|---------------------|
| Rauchen sollte an Sportveranstaltungen/auf Sportanlagen nicht gestattet sein. | | | | |
| Teilnehmend 2011 (N = 10) | 90% | 0% | 10% | 0% |
| Nicht teilnehmend 2011 (N = 10) | 90% | 0% | 0% | 10% |
| Suchtprävention ist Aufgabe des Sportes. | | | | |
| Teilnehmend 2011 (N = 10) | 40% | 40% | 20% | 0% |
| Nicht teilnehmend 2011 (N = 10) | 10% | 40% | 40% | 10% |

DA 5: Frage: Nutzt Ihr Verband/Verein die «cool and clean»-Materialien?

| | ja |
|------------------------------|--|
| Verbände | 2007 (N = 20): 85% 2009 (N = 20): 95% 2011 (N = 20): 90% |
| Vereine Insgesamt | 2007 (N = 49): 35% 2009 (N = 20): 65% 2011 (N = 20): 45% |
| Vereine Teilnehmend | 2007 (N = 11): 56% 2009 (N = 12): 58% 2011 (N = 10): 60% |
| Vereine Nicht teilnehmend | 2007 (N = 38): 29% 2009 (N = 08): 75% 2011 (N = 10): 30% |

A 2 INTERVIEWLISTEN

A 2.1 EXPLORATIVE INTERVIEWS

Dauer der Gespräche: 1,5 bis 2 Stunden

| Name | Funktion |
|-------------------|---------------------------------|
| Adrian von Allmen | Programmleiter «cool and clean» |

A 2.2 FALLSTUDIEN

Dauer der Gespräche: 0,5 bis 1 Stunde

| Name | Funktion | Veranstaltung/Sportstätte |
|-----------------|-------------------------------|---------------------------|
| Jürg Baur | Verantwortlicher Unterhaltung | Aargauer Kantonturnfest |
| Roland Fässler | OK-Vizepräsident | Zürcher Kantonturnfest |
| Luigi Gelsomino | Verantwortlicher Festwirte | Kreisturnfest Seerücken |

A3 FRAGEBOGEN

A3.1 EXEMPLARISCHER FRAGEBOGEN FÜR VERBÄNDE
UND VEREINE

Das Interview wurde geführt von: (Name Mitarbeitende/r Interface)

Fragebogen für Telefonbefragung von Ausbildungsverantwortlichen der Verbände

Guten Tag/Guten Abend, Grüezi Frau/Herr ...

Mein Name ist ... vom Institut Interface in Luzern. Wir evaluieren im Auftrag von Swiss Olympic die Wirkungen des Suchtpräventionsprogramms «cool and clean» auf der Ebene der Verbände und Vereine. Vor einiger Zeit müssten Sie dazu ein Schreiben von Swiss Olympic bekommen haben, in dem mein Anruf angekündigt wurde. Wir haben ja bereits vor zwei Jahren mit Ihnen / mit einem Vertreter Ihres Verbandes ein Interview gemacht. Dieses Interview möchten wir gerne wiederholen. Zuerst die Frage:

0.1 Sind Sie verantwortlich für den Bereich Ausbildung bzw. Jugendsport im Breitensport Ihres Verbandes?

- Ja **Interview weiterführen**
- Nein Können Sie uns die Telefonnummer der zuständigen Person nennen (Name und Telefonnummer)?

Herzlichen Dank für Ihre Auskunft.

Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie mir einige Fragen zum Thema Suchtprävention im Sport beantworten könnten. Das Ganze wird etwa 20 Minuten dauern.

Ihre Angaben werden anonym behandelt und nicht in Verbindung mit Ihrem Namen oder dem Namen Ihres Verbandes weitergegeben. Damit wir Ihre Angaben richtig zuordnen können, benötige ich kurz den Namen Ihres Verbandes:

0.2 Name des Verbandes:

1. 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“. Wenn Sie keine Meinung haben, sagen Sie bitte „Weiss nicht“: ◆

| | 4 | 3 | 2 | 1 | weiss nicht |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.1 Suchtprävention ist Aufgabe des Sports. <i>(im Allgemeinen, als gesellschaftliche Institution etc.)</i> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.2 An Sportveranstaltungen und auf Sportanlagen sollte das Rauchen nicht gestattet sein. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.3 An Sportveranstaltungen, die sich ausschliesslich an Jugendliche richten (z.B. U 16), soll auf den Alkoholausschank verzichtet werden. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1.4 An Sportveranstaltungen und auf Sportanlagen sollte generell auf den Alkoholausschank verzichtet werden. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2. Wie bereits erwähnt, geht es in dieser Befragung um das Suchtpräventionsprogramm «cool and clean». Zum Gesamtprogramm «cool and clean» gehört auch der Wettbewerb „Sport rauchfrei“. Ich stelle Ihnen zunächst eine Frage zum Programm «cool and clean», dann eine Frage zum Wettbewerb „Sport rauchfrei“.

2.1 Wie gut kennen Sie das Programm «cool and clean»? Ich lese Ihnen drei Antwortmöglichkeiten vor, bitte sagen Sie mir dann, welche der folgenden Aussagen am ehesten auf Sie zutrifft. ● ■ ◆

- Ich habe noch nie davon gehört.
⇒ **Kurz antworten:** «cool and clean» ist das grösste Präventionsprogramm im Schweizer Sport. «cool and clean» steht für sauberen und fairen Sport. Mitmachen bei «cool and clean» können Jugendsport-Teams im Alter zwischen 10 und 20 Jahren und deren Leiter. «cool and clean» vereint seit Januar 2006 alle bisherigen Präventionsprojekte im Sport in einem Programm. ⇒ **Anschliessend: direkt zu Frage 2.3!**
- Ich kenne es dem Namen nach.
- Ich kenne das Programm im Grossen und Ganzen.

2.2 Wie gut kennen Sie den Wettbewerb „Sport rauchfrei“? Ich lese Ihnen wieder drei Antwortmöglichkeiten vor, bitte sagen Sie mir dann, welche der folgenden Aussagen am ehesten auf Sie zutrifft. ● ■ ◆

- Ich habe noch nie davon gehört.
⇒ **Kurz antworten:** Der Wettbewerb „Sport rauchfrei“ ist ein Teil von «cool and clean». Der Wettbewerb „Sport rauchfrei“ setzt sich für Rauchfreiheit vor, während und nach dem Sport ein. Am Wettbewerb „Sport rauchfrei“ können Jugendliche und Erwachsene in Teams und im Verein gleichermassen teilnehmen. ⇒ **Anschliessend: direkt zu Frage 3!**
- Ich kenne es dem Namen nach.
- Ich kenne den Wettbewerb im Grossen und Ganzen.

2.3. Nun geht es um den Bekanntheitsgrad des Programms «cool and clean» in Ihrem Verband. Bitte schätzen Sie einmal, wie viele der Mitgliedsvereine das Programm «cool and clean» kennen. (Wenn gefragt wird, wer in den Mitgliedsvereinen das Programm kennen soll: Vereinspräsidiumsebene) ◆

- 25% der Mitgliedsvereine oder weniger.
- Etwa 50% der Mitgliedsvereine.
- Etwa 75% der Mitgliedsvereine.
- Nahezu alle Mitgliedsvereine.

2.4 Welches Image hat das Programm «cool and clean» bei Ihren Mitgliedsvereinen?

- Ein sehr gutes
- Ein eher gutes
- Ein eher schlechtes
- Ein sehr schlechtes

Aus welchem Grund finden Sie das Image von «cool and clean» sehr/eher gut oder eher/sehr schlecht?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Weiss nicht (nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!)

3. Nun einige Fragen dazu, wie sich Ihr Verband konkret für das Programm «cool and clean» und den Wettbewerb „Sport rauchfrei“ einsetzt. Bitte antworten Sie jeweils mit „Ja“ oder „Nein“ (INT zuerst Ja oder Nein erfassen und danach differenziert nachfragen):

3.1 Versteht sich Ihr **Verband als Multiplikator** und wirbt z. B. bei seinen Mitgliedsvereinen, Trainern, Ausbildern und Funktionären z.B. mittels Verbandsorgan, Mail, Versand oder an Tagungen und Weiterbildungen aktiv für das Mitmachen bei «cool and clean»? ● ◆

Ja

Nein ⇒ Aus welchen Gründen?.....

.....

.....

.....

.....

- Weiss nicht (nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!)

3.2 Ist ein Teil der **Sportveranstaltungen Ihres Verbandes** wegen «cool and clean» **rauchfrei**? ● ■ ◆

Ja

- rauchfrei, wegen «cool and clean»
- rauchfrei, aber nicht wegen «cool and clean» ⇒ Was ist der Grund dafür?

.....

.....

.....

⇒ Wie viele Ihrer Sportveranstaltungen im Jahr 2008 waren rauchfrei? (Zahl)

⇒ Wie gross ist der Anteil rauchfreier Sportveranstaltungen, gemessen an der Gesamtzahl der Sportveranstaltungen Ihres Verbandes?(%)

Nein ⇒ Aus welchen Gründen?

.....

.....

.....

Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

3.3 Verzichtet Ihr Verband wegen «cool and clean» an einem Teil seiner **Sportveranstaltungen auf den Ausschank von Alkohol**? ● ■

Ja

- kein Alkoholausschank, wegen «cool and clean»
- kein Alkoholausschank, aber nicht wegen «cool and clean» ⇒ Was ist der Grund dafür?

.....

.....

.....

⇒ An wie vielen Ihrer Sportveranstaltungen wurde im Jahr 2010 kein Alkohol ausgeschenkt? (Zahl)

⇒ Wie gross ist der Anteil rauchfreier Sportveranstaltungen, an denen kein Alkohol ausgeschenkt wird?.....(%)

Nein ⇒ Aus welchen Gründen?

.....

.....

.....
 Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

3.4 Wird das Personal im Ausschank bezüglich den Vorgaben des Jugendschutzes speziell geschult? ●

Ja, bei allen Veranstaltungen

Ja, bei einem Teil der Veranstaltungen

Nein

Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

3.5 Nutzt Ihr Verband an seinen Sportveranstaltungen **Werbematerialien und Hinweisplakate von «cool and clean»** (Plakate, Absperrband, Aufkleber, Infomaterial, Tischsteller, Fahnen, die «cool and clean»-Bar und Anderes)? ● ■ ◆

Ja ⇒ An wie vielen Ihrer Sportveranstaltungen im Jahr 2010 wurden Werbematerialien von «cool and clean» genutzt? (Zahl)

⇒ Wie gross ist der Anteil Ihrer Sportveranstaltungen, an denen Werbematerialien von «cool and clean» genutzt wurden? (%)

Nein ⇒ Aus welchen Gründen?

.....
.....
.....

Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

FILTER:

Falls mindestens eine Frage mit „Ja“ beantwortet wurde: ⇒ weiter zu Frage 3.6

Falls alle Fragen mit „Nein“ beantwortet wurden: ⇒ weiter zu Frage 4

3.6 Wie zufrieden sind Sie mit dem Material von «cool and clean»? ■

Sehr zufrieden

Eher zufrieden

Eher nicht zufrieden

Gar nicht zufrieden

Aus welchem Grund sind Sie sehr/eher/eher nicht/gar nicht zufrieden mit den Materialien?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3.7 Wie nützlich ist das Programm «cool and clean» für die Alkoholprävention in Ihrem Verband (**INT bei Nachfragen:** Commitments zum Jugendschutz beim Alkohol: alkoholfreie Siegesfeiern, keine Alkoholwerbung sowie Nutzung von «cool and clean»-Informationsmaterialien)?

- Sehr nützlich
- Eher nützlich
- Eher nicht nützlich
- Überhaupt nicht nützlich

Aus welchem Grund finden Sie das Programm sehr/eher/eher nicht/überhaupt nicht nützlich?

.....

.....

.....

.....

.....

3.8 Wie beurteilen Sie den administrativen Aufwand für «cool and clean»?

- Sehr gross
- Eher gross
- Eher klein
- Sehr klein

Aus welchem Grund finden Sie den administrativen Aufwand sehr gross/eher gross/eher klein/sehr klein?

.....

.....

.....

.....

3.9 Setzen Sie sich nebst Ihrem Engagement im Verband auch in Ihrer Freizeit **ehrenamtlich** für die Tabakprävention im Sport ein (z.B. in einem Sportverein)?

- Ja ⇒ Wie?

.....

.....

.....

.....

.....

Nein **FILTER: weiter bei Frage 5**

3.10 Hilft Ihnen „«cool and clean» bei diesem ehrenamtlichen Engagement?

Ja ⇒ Wie?

.....
.....
.....
.....

Nein

FILTER: weiter bei Frage 5

4. Ich möchte Ihnen nun einige Fragen zu den Gründen stellen, warum sich Ihr Verband nicht für das Programm «cool and clean» engagiert. Bitte antworten Sie wieder jeweils mit „Ja“ oder „Nein“:

4.1 Haben Sie das Gefühl, als Verband ausreichend über «cool and clean» informiert zu sein?

- Ja
- Nein
- Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

4.2 Ist Ihr Verband zu sehr mit anderen, verbandsspezifischen Projekten beschäftigt, um sich für «cool and clean» zu engagieren?

- Ja
- Nein
- Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

4.3 Schätzen Sie den durch «cool and clean» bedingten zusätzlichen Zeitaufwand für die Jugendsportleiter als zu hoch ein und wollen Ihre Mitgliedsvereine damit nicht belasten?

- Ja
- Nein
- Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

4.4 Lehnt der Vorstand des Verbandes das Programm «cool and clean» ab?

Ja ⇒ Warum? Bitte nennen Sie bis zu drei Stichworte:

1.
2.
3.

Nein

Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

4.5 Gibt es andere Gründe, warum sich Ihr Verband nicht für «cool and clean» engagiert?

Ja ⇒ Welche Gründe? Bitte nennen Sie bis zu drei Stichworte:

1.
2.
3.



Nein

Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)



5. Jetzt interessiert mich Ihre Meinung zum Konzept von «cool and clean». 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“. Wenn Sie keine Meinung haben, sagen Sie bitte „Weiss nicht“:

| | 4 | 3 | 2 | 1 | weiss nicht |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 5.1 Ich finde es sinnvoll, zur Verfügung stehende Gelder (z.B. aus dem Tabakpräventionsfonds) für die Suchtprävention auf ein Programm im Sport zu konzentrieren (z.B. «cool and clean»)? ● ■ ◆ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5.2 Ich finde es sinnvoll, alle Programme zur Suchtprävention im Sport unter einem einheitlichen Label (z.B. «cool and clean») zusammenzufassen. ◆ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

6. Welche Veränderungen in Bezug auf das Thema Suchtprävention hat es in Ihrem Verband gegeben?

6.1 Ist der Anteil **rauchfreier** Sportveranstaltungen Ihres Verbandes in den letzten fünf Jahren grösser geworden, gleich geblieben oder kleiner geworden?  

- Grösser
- Gleich ⇒ Könnten Sie bitte präzisieren:
 - Der Anteil rauchfreier Sportveranstaltungen war schon immer/seit langem **gross**.
 - Der Anteil rauchfreier Sportveranstaltungen war schon immer/seit langem **klein**.
- Kleiner ⇒ Worauf führen Sie dies zurück? (*zunächst „offen“ fragen, dann die Antwort in Abstimmung mit dem Interviewpartner einer der folgenden Kategorien zuordnen*)
 - Bundesgesetz / kantonale Gesetze
 - Allgemeiner Trend
 - Vorgängerprogramme von «cool and clean» und andere Projekte
 - Unmittelbar auf das Programm «cool and clean» oder den Wettbewerb „Sport rauchfrei“
 - „Ethik-Charta im Sport“
 - Arbeit der Präventionsfachstellen im Kanton oder in der Gemeinde
 - Etwas anderes, nämlich:
- Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

6.2 Ist der Anteil **alkoholfreier** Sportveranstaltungen Ihres Verbandes in den letzten fünf Jahren grösser geworden, gleich geblieben oder kleiner geworden?  

- Grösser
- Gleich ⇒ Könnten Sie bitte präzisieren:
 - Der Anteil alkoholfreier Sportveranstaltungen war schon immer/seit langem **gross**.
 - Der Anteil alkoholfreier Sportveranstaltungen war schon immer/seit langem **klein**.
- Kleiner ⇒ Worauf führen Sie dies zurück? (*zunächst „offen“ fragen, dann die Antwort in Abstimmung mit dem Interviewpartner einer der folgenden Kategorien zuordnen*)
 - Bundesgesetz / kantonale Gesetze
 - Allgemeiner Trend
 - Vorgängerprogramme von «cool and clean» und andere Projekte
 - Unmittelbar auf das Programm «cool and clean» oder den Wettbewerb „Sport rauchfrei“
 - „Ethik-Charta im Sport“
 - Arbeit der Präventionsfachstellen im Kanton oder in der Gemeinde
 - Etwas anderes, nämlich:
- Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

6.3 Ist das Weiterbildungsangebot Ihres Verbandes zum Thema Suchtprävention in letzten fünf Jahren grösser geworden, gleich geblieben oder kleiner geworden? ◆

- Grösser
- Gleich ⇒ Könnten Sie bitte präzisieren:
 - Im Verband ist das Weiterbildungsangebot zum Thema Prävention schon immer/ seit langem **gross**.
 - Im Verband ist das Weiterbildungsangebot zum Thema Prävention schon immer/ seit langem **klein**.
- Kleiner ⇒ Worauf führen Sie dies zurück? (*zunächst „offen“ fragen, dann die Antwort in Abstimmung mit dem Interviewpartner einer der folgenden Kategorien zuordnen*)
 - Allgemeiner Trend
 - Vorgängerprogramme von «cool and clean» und andere Projekte
 - Unmittelbar auf das Programm «cool and clean» oder den Wettbewerb „Sport rauchfrei“
 - „Ethik-Charta im Sport“
 - Arbeit der Präventionsfachstellen im Kanton oder in der Gemeinde
 - Etwas anderes, nämlich:
- Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

6.4 Wurde in Ihrem Verband eine Art Beauftragte/r für Suchtprävention benannt? ◆ ■

- Ja ⇒ Worauf führen Sie dies zurück? (*zunächst „offen“ fragen, dann die Antwort in Abstimmung mit dem Interviewpartner einer der folgenden Kategorien zuordnen*)
 - Allgemeiner Trend
 - Vorgängerprogramme von «cool and clean» und andere Projekte
 - Unmittelbar auf das Programm «cool and clean» oder den Wettbewerb „Sport rauchfrei“
 - „Ethik-Charta im Sport“
 - Arbeit der Präventionsfachstellen im Kanton oder in der Gemeinde
 - Etwas anderes, nämlich:
- Nein
- Nein, im Verband gibt es schon immer/seit langem eine/-n Beauftragte/-n für Prävention
- Weiss nicht (*nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!*)

6.5 Steht heute das Thema Suchtprävention (bzw. das Programm «cool and clean») standardmässig auf den Traktandenlisten der Generalversammlungen oder Tagungen Ihres Verbandes? ◆

Ja ⇒ Worauf führen Sie dies zurück? (zunächst „offen“ fragen, dann die Antwort in Abstimmung mit dem Interviewpartner einer der folgenden Kategorien zuordnen)

- Allgemeiner Trend
- Vorgängerprogramme von «cool and clean» und andere Projekte
- Unmittelbar auf das Programm «cool and clean» oder den Wettbewerb „Sport rauchfrei“
- „Ethik-Charta im Sport“
- Arbeit der Präventionsfachstellen im Kanton oder in der Gemeinde
- Etwas anderes, nämlich:

Nein

Nein, wir haben schon immer/ seit langem ein Standardtraktandum „Suchtprävention“.

Weiss nicht (nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!)

6.6 Gab es andere Veränderungen im Bezug auf das Thema Suchtprävention in Ihrem Verband?

Ja ⇒ Welche? Bitte nennen Sie bis zu drei Stichworte:

1.
2.
3.

Nein

Weiss nicht (nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!)

6.7 Inwiefern können diese Veränderungen auf «cool and clean» zurückgeführt werden?

.....

.....

.....

.....

7. Nun möchten wir noch auf allfällige Optimierungsmöglichkeiten des Programms «cool and clean» zu sprechen kommen.

7.1 Braucht es ein Programm wie «cool and clean» nach dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen überhaupt noch?

Ja ⇒ Aus welchen Gründen?

.....

.....

.....

.....

Nein ⇒ Warum finden Sie ein solches Programm überflüssig?

.....

.....

.....

.....

7.2 Braucht es aufgrund des neuen Gesetzes Anpassungen am Programm «cool and clean»?

Ja ⇒ Aus welchen Gründen?

.....

.....

.....

.....

Nein ⇒ Warum nicht?

.....

.....

.....

.....

7.3 Nun möchten wir Sie noch um eine Gesamtbeurteilung des Programms «cool and clean» bitten. Was finden Sie am Programm gut und was nicht?

Stärken

.....

.....

.....

.....

Schwächen

.....

.....

.....

.....

7.4. Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge für das Programm «cool and clean»?

Ja ⇨ Welche?

.....

.....

.....

.....

Gegen Materialflut/“Dauerberieselung“, lieber vermehrt neue Ideen

(ankreuzen falls so oder ähnlich erwähnt, nicht gezielt abfragen)

Vermehrt auf strukturelle Verankerung in den Vereinen/Nachhaltigkeit achten

(ankreuzen falls so oder ähnlich erwähnt, nicht gezielt abfragen)

Nein

Weiss nicht *(nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!)*

8. Jetzt noch einige kurze statistische Fragen zu Ihrem Verband:

8.1 Wie viele Mitgliedsvereine hat Ihr Verband aktuell? *(bei Bedarf schätzen lassen)*

.....

8.2 Liegt der Schwerpunkt Ihres Verbandes eher in den Mannschaftssportarten oder eher in den Individualsportarten?

- Mannschaftssportarten Individualsportarten beides gleichermassen

8.3 Sind die Sportarten, die in Ihrem Verband ausgeübt werden, eher outdoor- oder indoororientiert?

- outdoororientiert indoororientiert beides gleichermassen

9. Möchten Sie zu «cool and clean» noch etwas anmerken?

.....
.....
.....
.....

Bei Bedarf nach weiteren Informationen: Hinweis auf www.coolandclean.ch und www.ecosport.ch

**Das war es schon.
Herzlichen Dank für Ihre Zeit und Ihre Unterstützung!**

**A3.2 EXEMPLARISCHER FRAGEBOGEN FÜR
SPORTANLAGEN UND SPORTVERANSTALTUNGEN**

Das Interview wurde geführt von: (Name Mitarbeitende/r Interface)

Fragebogen für Telefonbefragung bei Sportveranstalter

Guten Tag/Guten Abend, Grüezi Frau/Herr

Mein Name ist ... vom Institut Interface in Luzern. Wir evaluieren im Auftrag von Swiss Olympic die Wirkungen des Suchtpräventionsprogramms «cool and clean» unter anderem bei Sportveranstaltern. Vor einiger Zeit müssten Sie dazu ein Schreiben von Swiss Olympic bekommen haben, in dem mein Anruf angekündigt wurde,

Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie mir einige Fragen zum Thema Suchtprävention bei Sportveranstaltungen beantworten könnten. Das Ganze wird etwa 20 Minuten dauern. Ihre Angaben werden anonym behandelt und nicht in Verbindung mit Ihrem Namen oder dem Namen Ihrer Sportanlage weitergegeben.

0.1 Name der interviewten Person

.....

0.2 Funktion der befragten Person

.....

INT: Angaben gemäss Swiss Olympic

- Veranstaltung basic: Name.....
- Veranstaltung national: Name.....
- Veranstaltung international: Name.....
- Veranstaltung public: Name.....

1. Daten zur Sportveranstaltung

Zuerst möchte ich Ihnen einige allgemeine Fragen zur Sportveranstaltung stellen.

1.1 Welche Infrastrukturen wird während der Veranstaltung genutzt?

- Wettkampfgelände
 - Indoor
 - Outdoor
- Zuschauertribüne
- Restauration/Verpflegung
 - Festzelt
- Weitere.....

1.2 Wie viele Personen nahmen an der letzten Veranstaltung teil?

- Sportler.....
- Zuschauer.....
- Helfer.....

2. Tabakprävention an der Sportveranstaltung

Nun kommen wir zum Thema Tabakprävention. Uns interessiert, wie Sie das Thema an Ihrer Sportveranstaltung umsetzen.

2.1 Am 1. Mai 2010 ist das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen in Kraft getreten. In öffentlich zugänglichen geschlossenen Räumen wie Sportstätten (Art. 1, Abs. 2, lit. g) gilt seither ein Rauchverbot. Hat das Gesetz zu Veränderungen bei der Durchführung Ihrer Sportveranstaltung geführt?

- Ja. Welche Veränderungen wurden vorgenommen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Nein, es war bereits vorher rauchfrei wegen „cool and clean“.
- Nein, es war bereits vorher rauchfrei, aber nicht wegen «cool and clean».

2.2 Gemäss der Passivrauchschutzverordnung können spezielle Raucherräume oder Raucherlokale geschaffen werden (Art. 4 und 5). Gibt es in den Innenräumlichkeiten Ihrer Sportveranstaltung Raucherräume oder -lokale? ■

Ja ⇒ Wie sind diese Raucherräume/-lokale gekennzeichnet?

.....

.....

.....

Nein ⇒ Was ist der Grund dafür (z.B. Vorgabe Behörden, Sauberkeit der Anlage, «cool and clean»)? (**INT: Nicht vorlesen, bei Bedarf nachhelfen**)

.....

.....

.....

.....

.....

2.3 Gibt es im Aussenbereich Ihrer Veranstaltung Zonen mit Rauchverbot? ■ (**INT z.B. Zuschauertribünen**)

Ja ⇒ Welche Zonen sind rauchfrei?

.....

.....

.....

⇒ Aus welchen Gründen sind diese Zonen rauchfrei? (z.B. Vorgabe Behörden, Sauberkeit der Anlage, «cool and clean»)? (**INT: Nicht vorlesen, bei Bedarf nachhelfen**)

.....

.....

.....

.....

.....

Nein ⇒ Gibt es bestimmte Gründe dafür?

.....

.....

.....

.....

.....

2.4 Welche Mittel zur Kommunizierung des Rauchverbots setzen Sie auf den Innen- und Aussenanlagen Ihrer Sportveranstaltung ein? (INT: Nicht vorlesen, aber wenn nötig nachhelfen)

- Keine
- Keine, da die Anlagen bereits beschildert sind
- Beschilderung (Kleber, Plakate ...)
- Kommunikation über Medien
- Schriftliche Information der Teilnehmenden
- Mündliche Informationen während der Veranstaltung (Jingle, Lautsprecherdurchsage)
- Weitere.....
.....
.....

2.5 Wird die Einhaltung des Rauchverbots überprüft?

- Ja ⇒ Wie wird es überprüft?
.....
.....
.....
- Nein ⇒ Was sind die Gründe dafür? (**FILTER: Weiter zu Frage 2.8**)
.....
.....
.....

2.6 Wird das Personal bezüglich dem Rauchverbot speziell instruiert?

- Ja ⇒ Wie wird es instruiert?
.....
.....
.....
- Nein ⇒ Gibt es dafür bestimmte Gründe?
.....
.....
.....

2.7 Was passiert, wenn sich jemand nicht an das Rauchverbot hält?

.....

.....

.....

.....

2.8 Ist Tabakwerbung an der Sportveranstaltung verboten?

Ja ⇒ Aus welchen Gründen?

.....

.....

.....

.....

Nein ⇒ Gibt es bestimmte Gründe dafür?

.....

.....

.....

3. Alkoholprävention an der Sportveranstaltung

Nun kommen wir zum Thema Alkoholprävention. Uns interessiert, wie Sie das Thema an Ihrer Sportveranstaltung umsetzen.

3.1 Wird an Ihrer Veranstaltung Alkohol verkauft?

Ja ⇒ Wann und wo?

.....

.....

.....

.....

Nein ⇒ Was sind die Gründe dafür? (**FILTER: Weiter zu Frage 3.7**)

.....

.....

.....

3.2 Welche Mittel zur Kommunizierung des Schutzalters 16 respektive 18 beim Alkoholverkauf setzen Sie ein? (INT Schilder, Plakate etc. zur Markierung des Schutzalters)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.3 Wird die Einhaltung des Jugendschutzes beim Alkoholverkauf überprüft?

Ja ⇒ Wie?

Testkäufe

Ausweispflicht: Wird diese konsequent umgesetzt?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Nein (**FILTER: Weiter zu Frage 3.7**)

3.4 Ist jemand mit der Überprüfung der Einhaltung des Jugendschutzes beauftragt?

Ja ⇒ Wer?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Nein

3.5 Wird das Verkaufspersonal von Getränken bezüglich dem Jugendschutz beim Alkoholverkauf speziell instruiert?

Ja ⇒ Wie wird es instruiert?

.....

.....

.....

.....

.....

Nein ⇒ Aus welchen Gründen?

.....

.....

.....

.....

.....

3.6 Unternehmen Sie etwas, wenn sich ein Restaurateur nicht an den Jugendschutz beim Alkoholverkauf hält?

Ja ⇒ Was?

.....

.....

.....

.....

.....

Nein

3.7 Ist Alkoholwerbung an der Sportveranstaltung verboten?

Ja ⇒ Aus welchen Gründen?

.....

.....

.....

.....

.....

Nein ⇒ Gibt es bestimmte Gründe dafür?

.....

.....

.....

.....

.....

3.8 Wird an Siegesfeiern Alkohol ausgeschenkt?

Ja ⇒ Aus welchen Gründen?

.....

.....

.....

.....

Nein ⇒ Gibt es bestimmte Gründe dafür?

.....

.....

.....

.....

4. Umsetzung von «cool and clean»

Nun kommen wir zum Programm «cool and clean».

4.1 Wie gut kennen Sie das Programm «cool and clean»? Ich lese Ihnen drei Antwortmöglichkeiten vor, bitte sagen Sie mir dann, welche der folgenden Aussagen am ehesten auf Sie zutrifft. ■

- Ich habe noch nie davon gehört.
⇒ **Kurz antworten:** Das Programm hat erstens zum Ziel, den Einstieg Jugendlicher in den Konsum von Suchtmitteln zu verhindern oder zumindest das Einstiegsalter zu verzögern. Zweitens will es Sportler/-innen und Zuschauer/-innen dazu bringen, das Rauchen in den Sportanlagen zu unterlassen. Zu diesem Zweck unterstützt «cool and clean» die Organisatoren von Sportveranstaltungen bei der Einführung und Umsetzung von Rauchverböten und der Einhaltung des Jugendschutzes.
- Ich kenne es dem Namen nach.
- Ich kenne das Programm im Grossen und Ganzen.

Wenn: „Ich habe noch nie davon gehört“ angekreuzt ⇒ FILTER: weiter zu Frage 5.1, danach 5.5!

4.2 Welches Image hat das Programm «cool and clean» bei Ihren *Mitorganisatoren und Partnern*?

- Ein sehr gutes
- Ein eher gutes
- Ein eher schlechtes
- Ein sehr schlechtes

Aus welchem Grund finden Sie das Image von «cool and clean» sehr/eher gut oder eher/sehr schlecht?

.....

.....

.....

.....

.....

- Weiss nicht (nicht gezielt abfragen, nur wenn keine Ja-/Nein-Antwort kommt!)

4.3 Wie sind Sie zum ersten Mal auf das Programm «cool and clean» bzw. aufmerksam geworden? In welchem Jahr war das?

- Durch Swiss Olympic ⇒ Jahr:.....
- Medien ⇒ Jahr:.....
- Sportverband (Eishockey- bzw. Fussballverband) ⇒ Jahr:.....
- Sportverein ⇒ Jahr:.....
- Besitzer ⇒ Jahr:.....
- Betreiber Sportanlagen ⇒ Jahr:.....
- Stadt ⇒ Jahr:.....
- ⇒ Jahr:.....

4.4 Haben Sie aufgrund Ihres Kontakts mit Swiss Olympic bei «cool and clean» Material angefordert zur Kennzeichnung rauchfreier Sportanlagen und des Jugendschutzes beim Alkoholverkauf (Plakate, Banner, Aufkleber, Infomaterial, Tischsteller, Fahnen und Anderes)?

- Ja
- Nein ⇒ Falls Nein: Wieso nicht? ⇒ **FILTER: Weiter bei Frage 4.9**

.....

.....

.....

.....

.....

4.5 Welche Materialien haben Sie angefordert? (INT: Nicht vorlesen, aber wenn nötig nachhelfen)

- Plakate
- Banner
- Aufkleber
- Infomaterial
- Tischsteller
- Fahnen
- Absperrband
- Buttons
- Akustische Jingles
- Trailer
- Bar
- Bodenkleber
- Anderes:

4.6 Haben Sie die Kennzeichnungsmaterial und Hinweisplakate von «cool and clean» (Plakate, Banner, Aufkleber, Infomaterial, Tischsteller, Fahnen und Anderes) eingesetzt?

- Ja: In welchen Anlagen? (INT: Innen-/Aussenanlagen, Clublokal, Restaurant)

.....

.....

.....

- Nein ⇒ Falls Nein: Gibt es bestimmte Gründe dafür?

.....

.....

.....

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

- Sehr zufrieden
- Eher zufrieden
- Eher nicht zufrieden
- Gar nicht zufrieden

Aus welchem Grund sind Sie sehr/eher/eher nicht/gar nicht zufrieden mit den Materialien?

.....

.....

.....

4.8 Welche weiteren Materialien könnten Sie noch gebrauchen?

.....

.....

.....

4.9 Hat das «cool and clean»-Showteam/Dance Company an Ihrer Sportveranstaltung mitgewirkt?

Ja ⇒ Wie hat Ihnen das Showteam gefallen?

.....

.....

.....

.....

Nein

4.10 Ich würde jetzt nochmals auf die Tabakprävention zu sprechen kommen. Wie beurteilen Sie die Unterstützung von «cool and clean» bei der Umsetzung des Rauchverbots an Ihren Sportveranstaltungen? ■

- Sehr positiv
- Eher positiv
- Eher negativ
- Negativ

Aus welchem Grund sind Sie sehr/eher/eher nicht/gar nicht zufrieden mit der Unterstützung?

.....

.....

.....

.....

4.11 Würden Sie eine Hilfestellung von Swiss Olympic bezüglich der Kontrolle der Rauchverbote und der Sanktionen bei Übertretungen begrüßen?

Ja ⇒ Welche Hilfestellungen wären notwendig?

.....

.....

.....

.....

Nein ⇒ Braucht es entsprechende Hilfsmittel nach dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen überhaupt noch? Begründung!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.12 Setzen Sie sich neben der Organisation von Sportveranstaltungen in Ihrer Freizeit noch weiter **ehrenamtlich** für die Tabakprävention im Sport ein (z.B. in einem Sportverein)?

Ja ⇒ Wie?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Nein **FILTER: Weiter bei Frage 4.14**

4.13 Hilft Ihnen «cool and clean» bei diesem ehrenamtlichen Engagement?

Ja ⇒ Wie?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Nein

4.14 Jetzt würde ich nochmals auf das Thema Alkoholprävention zu sprechen kommen. Wie nützlich ist das Programm «cool and clean» für die Alkoholprävention an Ihrer Sportveranstaltung (**NT bei Nachfragen:** Commitments zum Jugendschutz beim Alkohol: alkoholfreie Siegesfeiern, keine Alkoholwerbung sowie Nutzung von «cool and clean»-Informationsmaterialien)?

- Sehr nützlich
- Eher nützlich
- Eher nicht nützlich
- Überhaupt nicht nützlich

Aus welchem Grund finden Sie das Programm sehr/eher/eher nicht/überhaupt nicht nützlich?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. Nun möchten wir noch auf allfällige Optimierungsmöglichkeiten des Programms «cool and clean» zu sprechen kommen.

5.1 Braucht es ein Programm wie «cool and clean» nach dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes und der Verordnung zum Schutz vor Passivrauchen überhaupt noch?

- Ja ⇒ Aus welchen Gründen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Nein ⇒ Warum finden Sie ein solches Programm überflüssig?

.....

.....

.....

.....

.....

5.2 Braucht es aufgrund des neuen Gesetzes Anpassungen am Programm «cool and clean»?

Ja ⇒ Aus welchen Gründen?

.....

.....

.....

.....

Nein

5.3 Nun möchten wir Sie noch um eine Gesamtbeurteilung des Programms «cool and clean» bitten. Was finden Sie am Programm gut und was nicht?

Stärken

.....

.....

.....

.....

Schwächen

.....

.....

.....

.....

5.4. Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge für das Programm «cool and clean»?

In Bezug auf das Programm «cool and clean»

.....

.....

.....

.....

In Bezug auf die Tabakprävention

.....

.....

.....

.....

5.5 Möchten Sie noch etwas zum Programm «cool and clean» anmerken?

.....

.....

.....

.....

.....

***Das war es schon.
Herzlichen Dank für Ihre Zeit und Ihre Unterstützung!***

A3.3 ONLINE-BEFRAGUNG KANTONALE STELLEN



COOL & CLEAN

... for the SPIRIT of SPORT



Internetbefragung zum Präventionsprogramm "cool and clean"

Guten Tag

Vielen Dank, dass Sie bei der Online-Befragung mitmachen. Ziel der Umfrage ist die Beurteilung und Verbesserung von "cool and clean". Damit die Kampagne weiter verbessert und Ihren Bedürfnissen und Möglichkeiten angepasst werden kann, brauchen wir Ihre Hilfe: Beantworten Sie bitte die verschiedenen Fragen zur Umsetzung der Kampagne, zu den Erfolgen und den Problemen.

Die Befragung ist anonym und die Beantwortung der Fragen sollte nicht länger als 15 Minuten dauern. Bitte klicken Sie auf "weiter" am unteren Rand des Fensters.

Bei Fragen, Anmerkungen oder Schwierigkeiten stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Sarah Fässler
Interface Politikstudien Forschung Beratung
faessler@interface-politikstudien.ch
041 226 04 23

Für welchen Kanton sind Sie tätig?

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="radio"/> ZH | <input type="radio"/> OW | <input type="radio"/> SO | <input type="radio"/> AI | <input type="radio"/> TI | <input type="radio"/> JU |
| <input type="radio"/> BE | <input type="radio"/> NW | <input type="radio"/> BS | <input type="radio"/> SG | <input type="radio"/> VD | |
| <input type="radio"/> LU | <input type="radio"/> GL | <input type="radio"/> BL | <input type="radio"/> GR | <input type="radio"/> VS | |
| <input type="radio"/> UR | <input type="radio"/> ZG | <input type="radio"/> SH | <input type="radio"/> AG | <input type="radio"/> NE | |
| <input type="radio"/> SZ | <input type="radio"/> FR | <input type="radio"/> AR | <input type="radio"/> TG | <input type="radio"/> GE | |

Für welche Dienststelle sind Sie tätig?

- Sportamt, Sportfachstelle, Dienststelle Sport oder ähnlich
- Fachstelle für Prävention und Gesundheitsförderung, kantonal beauftragte Gesundheitsliga oder ähnlich

Wie gut kennen Sie das Programm "cool and clean"?

- Ich habe noch nie davon gehört.
- Ich kenne das Programm dem Namen nach.
- Ich kenne das Programm im Grossen und Ganzen.

Sind Sie schon mit "cool and clean" in Berührung gekommen?

- Ja
- Nein

Welches Image hat "cool and clean" in Ihrem beruflichen Umfeld?

- Ein sehr gutes Image
- Ein eher gutes Image
- Ein eher schlechtes Image
- Ein sehr schlechtes Image
- Weiss nicht

Begründung für schlechtes Image?

Kennen Sie das interdisziplinäre Modul "Sucht" von J+S?

- Ja
 Nein

Kennen Sie das interdisziplinäre Modul "Gewalt" von J+S?

- Ja
 Nein

Fragen zum Weiterbildungsmodul "Sucht"

| | Ja | Nein | Weiss nicht |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Haben Sie "cool and clean" dank dem interdisziplinären Weiterbildungsmodul "Sucht" von J+S kennengelernt? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Hatten Sie im Rahmen des interdisziplinären Moduls "Sucht" von J+S erstmals Kontakt mit der kantonalen Präventionsfachstelle beziehungsweise dem kantonalen Sportamt? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sind die Kursteilnehmenden dank dem Besuch des interdisziplinären Moduls "Sucht" von J+S nun kompetenter im Umgang mit dem Thema Sucht? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Fragen zum Weiterbildungsmodul "Gewalt"

| | Ja | Nein | Weiss nicht |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Haben Sie "cool and clean" dank dem interdisziplinären Weiterbildungsmodul "Gewalt" von J+S kennengelernt? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Hatten Sie im Rahmen des interdisziplinären Moduls "Gewalt" von J+S erstmals Kontakt mit der kantonalen Präventionsfachstelle beziehungsweise dem kantonalen Sportamt? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sind die Kursteilnehmenden dank dem Besuch des interdisziplinären Moduls "Gewalt" von J+S nun kompetenter im Umgang mit dem Thema Gewalt? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Haben Sie schon von der Tagung für Sportämter und Fachstellen für Prävention und Gesundheitsförderung gehört, die Rahmen von "cool and clean" durchgeführt wurde?

- Ja
- Nein

Wie wichtig ist diese Tagung für Sie?

- Sehr wichtig
- Eher wichtig
- Eher nicht wichtig
- Nicht wichtig

Gehört die Suchtprävention im Sport zum expliziten Auftrag Ihrer Fachstelle?

- Ja
- Nein

Wie wichtig ist dieser Auftrag für Ihre Fachstelle?

- Sehr wichtig
- Eher wichtig
- Eher nicht wichtig
- Nicht wichtig

Würden Sie einen entsprechenden Auftrag begrüßen?

- Ja sehr
- Eher ja
- Eher nein
- Nein gar nicht

Hat sich die Zahl der Anfragen von Personen aus dem Sportbereich (z.B. für Sucht- oder Gewaltprävention) in den letzten Jahren verändert?

- Ja, zugenommen
- Nein, gleich geblieben
- Ja, abgenommen
- Wir hatten bisher keine Anfragen aus dem Bereich Sport
- Wir hatten zwar keine Anfragen, standen aber in Kontakt mit Personen aus dem Sportbereich
- Wir hatten bisher keinen Kontakt mit Personen aus dem Sportbereich

Kennen Sie das Angebot der kantonalen "cool and clean" BotschafterInnen?

- Ja
- Nein
 - Wir werden das Angebot aber prüfen
 - Wir haben keinen Bedarf

Welche Aussagen treffen für Sie zu?

| | Trifft völlig zu | Trifft eher zu | Trifft eher nicht zu | Trifft überhaupt nicht zu | Kann ich nicht beurteilen |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|---------------------------|
| Dank kantonalen "cool and clean" BotschafterInnen können wir aktiver auf Sportvereine zugehen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dank kantonalen "cool and clean" BotschafterInnen können wir Sportvereine besser betreuen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Kennen Sie die Unterstützung kantonaler J+S-Lager durch "cool and clean"?

- Ja
- Nein

Hat "cool and clean" in Ihrem Kanton die Durchführung rauchfreier Lager erleichtert?

- Ja, unsere Lager werden dank "cool and clean" rauchfrei durchgeführt
- Unsere Lager werden unabhängig von "cool and clean" rauchfrei durchgeführt
- Nein
- Weiss nicht

Hat "cool and clean" den verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol in Lagern erleichtert?

- Ja, der verantwortungsbewusste Umgang mit Alkohol wurde dank "cool and clean" in Lagern verbessert
- Der verantwortungsbewusste Umgang mit Alkohol in Lagern ist unabhängig von "cool and clean" gewährleistet
- Nein
- Weiss nicht

Hat sich die Anzahl der Kontakte mit Präventionsfachleuten (z.B. für Sucht- oder Gewaltprävention) in den letzten Jahren verändert?

- Ja, zugenommen
- Nein, gleich geblieben
- Ja, abgenommen
- Wir hatten bisher noch nie Kontakt mit Präventionsfachleuten
 - Das Bedürfnis danach ist jedoch vorhanden
 - Wir hatten bisher keinen Bedarf

Um welche Bereiche ging es bei diesen Kontakten? (Mehrfachantworten möglich)

- Suchtprävention allgemein
- Tabakprävention
- Alkoholprävention
- Drogenprävention
- Dopingprävention
- Gewaltprävention
- Psychologische Beratung
- Anderes, nämlich:

Hat "cool and clean" den Austausch zwischen dem Sport- und dem Präventionsbereich in Ihrem Kanton beeinflusst?

- Sehr gefördert
- Eher gefördert
- Nicht beeinflusst
- Eher gehemmt
- Sehr gehemmt
- Weiss nicht

Wird der Austausch zwischen dem Sport- und dem Präventionsbereich in Ihrem Kanton künftig auch unabhängig von "cool and clean" bestehen bleiben?

- Ja, auf jeden Fall
- Eher ja
- Eher nein
- Nein, sicher nicht
- Weiss nicht

Welche Aussagen treffen für Sie zu?

| | Trifft völlig zu | Trifft eher zu | Trifft eher nicht zu | Trifft überhaupt nicht zu |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|
| "cool and clean" steht für einen fairen und sauberen Sport. Dies ist ein sehr wichtiges Anliegen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Wir unterstützen die Ziele von "cool and clean" zu 100 Prozent. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ich halte die Strategie von "cool and clean" (informieren, verpflichten, vernetzen) für erfolgversprechend. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ich finde "cool and clean" überflüssig. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ich konnte meine Vorgesetzten leicht von "cool and clean" überzeugen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dank "cool and clean" wird in unserer Dienststelle mehr über Suchtmittel im Sport, Fairness, Doping o.ä. diskutiert und nachgedacht. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dank "cool and clean" wissen mehr Personen aus dem Bereich Sport, dass sie sich bei Problemen an Präventionsfachstellen wenden können. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Wie wichtig ist "cool and clean" für die ...

| | Sehr wichtig | Eher wichtig | Eher unwichtig | Nicht wichtig |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ... Tabakprävention im Sport? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ... Alkoholprävention im Sport? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ... Gewaltprävention im Sport? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ... Prävention im Sport ganz allgemein? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Wie beurteilen Sie die Wirksamkeit von "cool and clean" im Hinblick auf einen fairen und sauberen Sport bei den 10- bis

- Sehr wirksam
- Eher wirksam
- Eher nicht wirksam
- Nicht wirksam
- Weiss nicht

Stellen Sie allgemein Veränderungen in Bezug auf das Thema "Prävention und Sport" fest?

- Ja
- Nein
- Weiss nicht

Welche? Bitte nennen Sie bis zu drei Stichworte:

Können diese Veränderungen auf "cool and clean" zurückgeführt werden?

- Ja, voll und ganz
- Eher ja
- Eher nein
- Nein, ganz und gar nicht
- Weiss nicht

Setzen Sie sich nebst Ihrem Engagement im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeit auch in Ihrer Freizeit ehrenamtlich für die Tabakprävention im Sport ein? (z.B. in einem Sportverein)

- Ja
- Nein

wie

Hilft "cool and clean" bei diesem ehrenamtlichen Engagement?

- Ja
- Nein
- Weiss nicht

wie

Braucht es die Aktivitäten im Bereich Tabakprävention von "cool and clean" nach dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen überhaupt noch?

- Ja
- Nein

Aus welchen Gründen?

Warum finden Sie ein solches Programm überflüssig?

Sind aufgrund des Bundesgesetzes vom Mai 2010 zum Schutz vor Passivrauchen Anpassungen am Programm "cool and clean" nötig?

- Ja
- Nein
- Weiss nicht

Aus welchen Gründen?

v46b

Nun möchten wir Sie noch um eine Gesamtbeurteilung des Programms "cool and clean" bitten. Welches sind Ihrer Ansicht nach die Stärken, welches die Schwächen des Programms?

Stärken:

Schwächen:

Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge für das Programm "cool and clean"?

- Ja
- Nein

Welche?

Gibt es weitere Erfahrungen, Wünsche und Anregungen zum Thema Prävention im Sport, die Sie uns mitteilen möchten?

Herzlichen Dank für Ihre Zeit und Ihre Unterstützung!

Über den Button "speichern" werden ihre Angaben erfasst und der Fragebogen beendet

A3.4 FRAGEBOGEN JUNGE TURNFESTTEILNEHMENDE

| Fragen | | Anweisungen |
|------------|---|--|
| 0 | Einleitung | |
| 0.1 | Ich möchte dir herzlich danken, dass du dich für das Interview zur Verfügung gestellt hast. | Dank für die Teilnahme |
| 0.2 | Dieses Interview führen wir im Auftrag von Swiss Olympic, der Dachorganisation der Schweizer Sportverbände, durch. Swiss Olympic möchte mehr über die Wirkungen des Präventionsprogramms «cool and clean» erfahren. | Grund für das Interview |
| 0.3 | Deine Antworten werden vertraulich behandelt. Antworte bitte möglichst ehrlich! | Vertraulichkeit zusichern |
| 1 | Daten zum Interview | |
| 1.1 | Wie alt bist du?Jahre | Falls nicht zwischen 15 und 20 Jahre → Interview abbrechen |
| 1.2 | Bist du als aktiver Sportler oder als Zuschauer hier? <input type="checkbox"/> Aktiver Sportler <input type="checkbox"/> Zuschauer | |
| 1.3 | <input type="checkbox"/> männlich <input type="checkbox"/> weiblich | Bitte im Anschluss an das Interview ausfüllen. |
| 1.4 | <input type="checkbox"/> Person <u>mit Alkohol</u> angetroffen <input type="checkbox"/> Person <u>ohne Alkohol</u> angetroffen | Bitte im Anschluss an das Interview ausfüllen. |
| 1.5 | <input type="checkbox"/> Aargauer Kantonturnfest <input type="checkbox"/> Zürcher Kantonturnfest <input type="checkbox"/> Kreisturnfest Seerücken | Bitte im Anschluss an das Interview ausfüllen. |
| 1.6 | <input type="checkbox"/> Zeitpunkt: 12–16 Uhr <input type="checkbox"/> Zeitpunkt: 16–20 Uhr | Bitte im Anschluss an das Interview ausfüllen. |
| 1.7 | <input type="checkbox"/> Wettkampfgelände <input type="checkbox"/> Festgelände | Bitte im Anschluss an das Interview ausfüllen. |
| 2 | Informationsmaterialien «cool and clean» | |
| 2.1 | Hast du am Turnfest irgendwo die folgenden Informationsmaterialien gesehen? <input type="checkbox"/> «cool and clean»-Bar <input type="checkbox"/> «cool and clean»-Beach-Flags <input type="checkbox"/> «cool and clean»-Plastikbanner <input type="checkbox"/> cool and clean»-Zelt <input type="checkbox"/> Jugendschutz-Plakate <input type="checkbox"/> Jugendschutz-Buttons (Helfer) <input type="checkbox"/> Jugendschutzbündel | Bitte dem Interviewpartner die Materialliste von «cool and clean» zeigen. |
| 2.2 | Wie gefallen dir diese Informationsmaterialien? <input type="checkbox"/> Sehr gut <input type="checkbox"/> Eher gut <input type="checkbox"/> Eher schlecht <input type="checkbox"/> Sehr schlecht | Bitte Antwortmöglichkeiten vorlesen. Falls gut → Weiter 1.3 Falls schlecht → Weiter 1.4 |

| | | |
|------------|---|--|
| 2.3 | Was gefällt dir daran gut? <input type="checkbox"/> Farbe <input type="checkbox"/> Schrift <input type="checkbox"/> Inhalt <input type="checkbox"/> Anderes:..... | Bitte Antworten den Items zuordnen. |
| 2.4 | Was gefällt dir nicht daran? <input type="checkbox"/> Farbe <input type="checkbox"/> Schrift <input type="checkbox"/> Inhalt <input type="checkbox"/> Anderes:..... | Bitte Antworten den Items zuordnen. |

| | | |
|------------|--|---|
| 3 | Alkoholkonsum | |
| 3.1 | Hast du am Turnfest Alkohol getrunken? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein | Falls ja → Weiter 2.2 Falls nein → Weiter 2.5 |
| 3.2 | Welche alkoholischen Getränke hast du genau getrunken? <input type="checkbox"/> Bier, Wein, Champagner <input type="checkbox"/> Spirituosen (Cocktails, Wodka, Rum etc.) | Bitte Antworten den Items zuordnen. |
| 3.3 | Hast du den Alkohol selber gekauft? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein | Falls ja → Weiter 2.2 Falls nein → Weiter 3.1 |
| 3.4 | Musstest du beim Kauf der alkoholischen Getränke deine Identitätskarte zeigen? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein | Weiter bei 3.1 |
| 3.5 | Aus welchen Gründen hast du keinen Alkohol getrunken? <input type="checkbox"/> Ich mag den Geschmack nicht. <input type="checkbox"/> In meinem Freundeskreis wird nicht getrunken. <input type="checkbox"/> Meine Eltern haben mir den Alkoholkonsum verboten. <input type="checkbox"/> Die Verkaufsstände verkauften mir keinen Alkohol. <input type="checkbox"/> Alkohol und Sport gehören nicht zusammen. <input type="checkbox"/> In unserem Verein wird nicht getrunken. <input type="checkbox"/> Mein Verein hält sich an die fünf Commitments von «cool and clean». <input type="checkbox"/> Der Verein hat uns den Alkoholkonsum verboten. <input type="checkbox"/> Anderes:..... | Bitte Antworten den Items zuordnen. Falls spontan keine Antworten kommen, Antwortmöglichkeiten vorlesen. |

| | | |
|------------|--|--|
| 6 | Bedankung | |
| 6.2 | Wir möchten uns herzlich für das Interview bedanken. | |

A4 BEOBACHTUNGSRASTER TURNFESTE

**BEOBACHTUNG AN KANTONALEN UND REGIONALEN
TURNFESTEN**

24. JUNI 2011: AARGAUER KANTONALTURNFEST

25. JUNI 2011: KREISTURNFEST SEERÜCKEN

1. JULI 2011: ZÜRCHER KANTONALTURNFEST

ERHEBUNGSINSTRUMENTE

**A1 Verwendung von «cool and clean»-Materialien auf dem
Wettkampfgelände**

**A2 Verkauf und Werbung für Alkohol auf dem
Wettkampfgelände**

**B1 Verwendung von «cool and clean»-Materialien auf dem
Festgelände**

B2 Verkauf und Werbung für Alkohol auf dem Festgelände

**WICHTIG: Bitte eure Beobachtungen fotografisch
dokumentieren**

A1 WETTKAMPFGELÄNDE

Verwendung «cool and clean»-Materialien

| | Wettkampfgelände OUTDOOR | | | | | | | Wettkampfgelände INDOOR | | | | | | |
|---|--------------------------|--|--|--|--|--|--|-------------------------|--|--|--|--|--|--|
| <i>Bitte Kreuze setzen</i> | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean» allgemein | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean»-Easyflag | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean»-Plastikbanner | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean»-Beach-Flags | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean»-Plakate | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean»-Bar | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean»-Zelt | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean»-Quiz | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean»-Song | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean»-Dance-Company | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| Alkoholprävention | | | | | | | | | | | | | | |
| Jugendschutz-Plakate | | | | | | | | | | | | | | |
| Jugendschutz-Buttons (Helfer) | | | | | | | | | | | | | | |
| «cool and clean»-T-Shirts für Kampfrichter/Barpersonal | | | | | | | | | | | | | | |
| Jugendschutz-Bändel | | | | | | | | | | | | | | |
| Abgabe Hinweiskärtchen | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |

A2 WETTKAMPFGELÄNDE

Alkoholverkauf und -werbung

| | Wettkampfgelände OUTDOOR | | | | | | | Wettkampfgelände INDOOR | | | | | | |
|---|--------------------------|--|--|--|--|--|--|-------------------------|--|--|--|--|--|--|
| <i>Bitte Spalten mit JA und NEIN ausfüllen</i> | | | | | | | | | | | | | | |
| Alkoholverkauf | | | | | | | | | | | | | | |
| Alkoholverkauf | | | | | | | | | | | | | | |
| Ausweiskontrollen Jugendschutz | | | | | | | | | | | | | | |
| Getränkemarken: Verweis auf Jugendschutz | | | | | | | | | | | | | | |
| Nichtalkoholische Getränke günstiger als alkoholische | | | | | | | | | | | | | | |
| Kein Verkauf von Alcopops | | | | | | | | | | | | | | |
| Kein hochprozentiger Alkohol | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| Alkoholwerbung | | | | | | | | | | | | | | |
| Plakate / Plastikbanner | | | | | | | | | | | | | | |
| Absperrbänder | | | | | | | | | | | | | | |
| Festzelt | | | | | | | | | | | | | | |
| Tische | | | | | | | | | | | | | | |
| Becher/Servietten | | | | | | | | | | | | | | |
| Lautsprecherdurchsagen (z.B. Hinweis Sponsor) | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |

A 5 FALLSTUDIEN

In diesem Kapitel werden die drei Fallstudien zum Aargauer Kantonturnfest (vgl. A5.1), dem Zürcher Kantonturnfest (vgl. A5.2) und dem Kreisturnfest Seerücken (vgl. A5.3) dargelegt. Die Fallstudien beruhen auf drei empirischen Daten; Interviews mit *Verantwortlichen des Organisationskomitees* (vgl. A2.2), *Beobachtungen* an den Turnfesten durch das Evaluationsteam sowie die Befragung von je 50 *Jugendlichen* (vgl. Abschnitt 2.2.4 mit Erklärungen zum methodischen Vorgehen).

A 5.1 AARGAUER KANTONALTURNFEST

Das Aargauer Kantonturnfest fand zwischen Mittwoch, 22. Juni und Sonntag, 26. Juni 2011 in Brugg-Windisch statt. In sechs Bezirken des Kantons war der Donnerstag aufgrund des Fronleichnam-Feiertags arbeits- und schulfrei. Am Fest nahmen rund 12'500 Sportler/-innen, 22'500 Zuschauer/-innen und 580 Helfer/-innen teil.

Das Wettkampfgelände umfasste drei Anlagen. Im „Stadion“ wurden die Disziplinen Wurf, Kugelstossen, Weitsprung, Faust-, Korb- und Volleyball, Fachtests, Gymnastik und Leichtathletik ausgeübt. In der Turnhalle „Mülimatt“ fand das Geräteturnen statt. Auf dem Gelände des „Geissenschachen“ wurden Freizeitwettkämpfe, Wurf- und Steinstossen sowie Fit-und-Fun-Parcours durchgeführt.

Die Festwirtschaft war hauptsächlich auf dem „Geissenschachen“ mit zehn Zelten respektive Ständen präsent. Je ein Verpflegungsstand befand sich neben dem Gelände des „Stadions“ und in der Turnhalle „Mülimatt“. Die Hauptverpflegung fand im selben Gebäude wie die Information und Administration statt.

A 5.1.1 UMSETZUNG «COOL AND CLEAN»-MASSNAHMEN

Gemeinsam mit dem Schweizerischen Turnverband schlägt «cool and clean» den Veranstaltern verschiedene Massnahmen im Bereich der Alkohol- und Tabakprävention vor.¹⁴ Deren Umsetzung am Aargauer Kantonturnfest erfolgte in Kooperation mit der kantonalen Suchtpräventionsstelle. Die Aktivitäten von «cool and clean» werden nachfolgend erläutert.

Limitierung des Alkoholkonsums

Durch verschiedene von «cool and clean» vorgeschlagene Massnahmen kann der Alkoholkonsum eingeschränkt werden. Nachfolgend wird beschrieben, wie diese Massnahmen aufgrund von *Beobachtungen* am Turnfest umgesetzt wurden.

- *Limitierung der Verkaufsstellen von Alkohol:* Diese Massnahme wurde am Aargauer Kantonturnfest nicht umgesetzt. Alle dreizehn besuchten Verkaufsstellen boten Alkohol an.
- *Alle nichtalkoholischen Getränke sind günstiger:* Diese gesetzliche Vorgabe wurde vollumfänglich umgesetzt. An allen Verkaufsständen kosteten Softdrinks und Mineralwasser weniger als alkoholische Getränke wie Bier und Wein.
- *Kein Verkauf von Alcopops:* Diese Empfehlung wurde grösstenteils eingehalten. Lediglich drei von dreizehn Verkaufsständen boten Alcopos an.
- *Kein Verkauf von hochprozentigen alkoholischen Getränken:* Diese Anregung wurde nur teilweise aufgenommen. An sieben von dreizehn besuchten Verkaufsständen konnten auch hochprozentige alkoholische Getränke wie Kaffeeschnaps und Cocktails bezogen werden, wie die Fotos in Darstellung DA 6 belegen.

¹⁴ Swiss Olympic: Gemeinsam für fairen und sauberen Sport. «cool and clean» an Turnfesten. Ein Angebot für Turnveranstalter, unterstützt durch den Schweizerischen Turnverband (STV), Bern.

Gemäss einem *Verantwortlichen des Organisationskomitees* ergriffen die Veranstalter eine weitere Massnahme, um den Alkoholkonsum einzuschränken. So wurde das Mitbringen von selbstgekauftem Alkohol auf das Gelände untersagt. Dieses Verbot wurde mittels Kontrollen durch den Sicherheitsdienst beim Zugang zum Turnfestgelände erfolgreich durchgesetzt.

DA 6: Verkauf von hochprozentigen alkoholischen Getränken



Quelle: Eigene Fotos, 24.6.2011

Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes

Um die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes sicherzustellen, arbeitete das Aargauer Kantonaltornfest nach Aussage eines *Verantwortlichen des Organisationskomitees* mit Kontrollbändeln. Rote Bänder wurden an unter 16-Jährige, orange an 16- bis 17-Jährige und grüne an über 18-jährige Festbesucher abgegeben. Die Verteilung der Kontrollbänder erfolgte einerseits über die Vereine. Andererseits konnten die Bänder am «cool and clean»-Stand und in den Festbetrieben nach Vorzeigen einer Identitätskarte bezogen werden.

Die Helfenden in den Festbetrieben wurden an einer Informationsveranstaltung über «cool and clean» informiert und um die Einhaltung der Massnahmen im Bereich des Alkohol-Jugendschutzes gebeten. Der Widerstand erwachsener Turnfestbesucher erschwerte jedoch die Durchsetzung der Alkohol-Jugendschutzmassnahmen. Sichtlich ältere Turnfestbesucher wollten beim Kauf von Alkohol keinen Kontrollbandel vorweisen. Vor allem am ersten Abend verzichteten gewisse Festbetriebe entsprechend auf die Kontrollen. Da die Festbetriebe laufend vom Organisationskomitee kontrolliert und auf die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes hingewiesen wurden, besserte sich die Durchsetzung im Laufe des Festes. Um künftig eine bessere Umsetzung der Alkohol-Jugendschutzmassnahmen sicherzustellen, könnten sich die Organisatoren eine vertragliche Regelung dieses Aspekts mit den Festbetrieben vorstellen. Andererseits empfehlen sie, die grünen Kontrollbänder nur bei 18- bis 25-jährigen Festbesuchern einzusetzen.

Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes

Die Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes erfolgte über drei Kanäle. Erstens wurden gemäss dem *Verantwortlichen des Organisationskomitees* die Vereine im Vorfeld des Festes in einem Brief über die Massnahmen des Aargauer Turnfestes im Bereich der Suchtprävention informiert. Die Vereine wurden aufgefordert, die beigelegten Kontrollbänder an ihre Mitglieder abzugeben und keinen selbstgekauften Alkohol mitzubringen. Zweitens wurde in der Festzeitung über die Massnahmen berichtet. Drittens zeigen die *Beobachtungen*, dass in vier von dreizehn besuchten Festbetrieben Hinweise auf das Jugendschutzalter an der Theke oder dem Kühlschrank angebracht wurden.

Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern

Nach Auskunft des *Verantwortlichen des Organisationskomitees* wurde am Aargauer Turnfest auf den Ausschank von Alkohol an den Siegesfeiern verzichtet.

Verzicht auf Alkoholwerbung und -sponsoring

Gemäss dem *Verantwortlichen des Organisationskomitees* war die Alkoholwerbung offiziell verboten. Lediglich die Brauerei Müllerbräu durfte als Sponsor auftreten, ihr Logo aber nicht an Kühlschränken verwenden. Die *Beobachtungen* machen deutlich, dass die Brauerei Müllerbräu zumindest drei Festbetrieben – darunter der Hauptverpflegung – mit dem Logo gekennzeichnete Theken zur Verfügung stellte. Vier besuchte Festbetriebe hielten sich zudem nicht an das Verbot der Alkoholwerbung (vgl. Fotos in Darstellung DA 7).

DA 7: Präsenz von Alkoholwerbung und -sponsoring



Quelle: Eigene Fotos, 24.6.2011

Präsenz von «cool and clean» am Turnfest

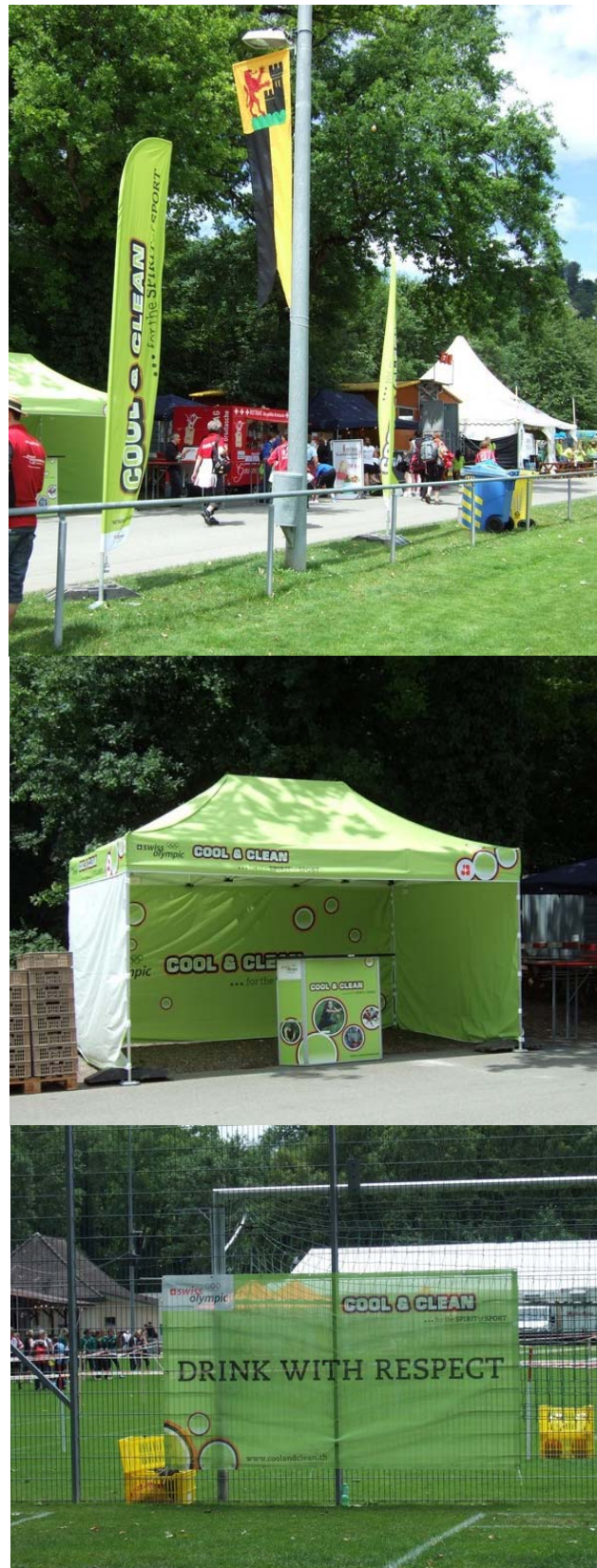
Aus den *Beobachtungen* am Aargauer Kantonturnfest geht hervor, dass «cool and clean» an mehreren Stellen präsent war (vgl. Darstellung DA 8 und DA 9). Auf dem Gelände des „Geissenschachens“, inmitten der Festwirtschaft, war das «cool and clean»-Zelt aufgestellt. Daneben befanden sich «cool and clean»-Beach-Flags sowie in der Nähe eines Goals ein Banner mit der Aufschrift „Drink with respect“. Ein solches Banner wurde auch beim Veloparkplatz neben dem Gelände des „Stadions“ aufgehängt. Zusätzlich war das „Stadion“ mit Beach Flags und einem weiteren «cool and clean»-Banner gekennzeichnet. Die Helfer/-innen in den Festbetrieben wurden aufgefordert, die «cool and clean»-Jugendschutz-Buttons zu tragen. Rauchverbotsplakate kennzeichneten einzelne Festbetriebe sowie das Wettkampfgelände. Eingesetzt wurden am Aargauer Turnfest zudem der «cool and clean»-Song sowie der Rauchfrei-Jingle. Am Samstagabend trat das «cool and clean»-Show-Team auf. Schliesslich waren Mitarbeitende von «cool and clean» auf dem Turnfestgelände unterwegs.

Die Zusammenarbeit mit «cool and clean» *wird vom Verantwortlichen des Organisationskomitees* aus verschiedenen Gründen gelobt:

- *Unterstützung durch das «cool and clean»-Team:* Die Präsenz von «cool and clean» an der Veranstaltung, die kooperative Zusammenarbeit und die Unterstützungsleistungen wurden geschätzt. So stand zum Beispiel eine Powerpoint-Präsentation zur Gewinnung des Organisationskomitees für eine Zusammenarbeit mit «cool and clean» zur Verfügung. Der mit der Umsetzung der «cool and clean»-Massnahmen verbundene Aufwand wird als klein eingeschätzt.
- *Gutes Kommunikationsmaterial:* Das Material wird als gut und unkompliziert in der Handhabung beurteilt. Die Materialien trügen zudem zur Identifikation mit dem Programm «cool and clean» bei.
- *Guter Auftritt des «cool and clean»-Teams:* Der Auftritt des «cool and clean»-Show-Teams ist bei den Festbesuchern gut angekommen. Die angesprochenen Thematiken werden als gut beurteilt. Als hilfreich wurde zudem von den Organisatoren empfunden, dass von «cool and clean» ein Text für die Ansage des Show-Teams zur Verfügung gestellt wurde.

«cool and clean» hat im Voraus an zwei Sitzungen mit der kantonalen Suchtpräventionsfachstelle und dem Veranstalter alle Massnahmen abgesprochen. Dennoch hält der Veranstalter die Zusammenarbeit mit «cool and clean» für verbesserungswürdig. Insbesondere wurde angeregt, die Aktivitäten von «cool and clean» noch stärker mit der kantonalen Suchtpräventionsstelle abzusprechen und den Auftritt am Turnfest noch intensiver gemeinsam zu planen.

DA 8: Sportanlage „Geissenschachen“ (Wettkampfgelände, Festwirtschaft)



Quelle: Eigene Fotos, 24.6.2011

DA 9: Sportanlage „Stadion“ (Wettkampfgelände)



Quelle: Eigene Fotos, 24.6.2011

A5.1.2 WIRKUNGEN «COOL AND CLEAN»-MASSNAHMEN

Das Programm «cool and clean» verfolgt mit seiner Präsenz an den Turnfesten verschiedene Ziele, deren Erreichung am Aargauer Turnfest nachfolgend beschrieben wird.

Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes

Knapp die Hälfte der 50 befragten *Jugendlichen* gab an, dass sie am Aargauer Turnfest Alkohol getrunken haben (vgl. Darstellung DA 10). Mit Ausnahme von zwei über 18-jährigen Jugendlichen tranken alle Befragten niederprozentige alkoholische Getränke wie Bier. Entgegen den Jugendschutzbestimmungen konsumierten drei Jugendliche unter 16 Jahren am Turnfest Alkohol. Keiner dieser drei Jugendlichen hat den Alkohol jedoch selber gekauft. Wahrscheinlich ist, dass die jüngeren Vereinsmitglieder den Alkohol über ältere Vereinsmitglieder beziehen. Ein entsprechender Zusammenhang geht auch aus der Darstellung DA 10 hervor. Je jünger die Jugendlichen sind, desto seltener kaufen sie den Alkohol selber.

DA 10: Alkoholkonsum und -kauf der Jugendlichen am Turnfest

| Alter | Alkoholkonsum (N = 50) | | | | Selbstgekaufter Alkohol (N = 24) | | | |
|-------|------------------------|-----|------|-----|----------------------------------|-----|------|------|
| | Ja | | Nein | | Ja | | Nein | |
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 15 | 3 | 23% | 9 | 77% | 0 | 0% | 3 | 100% |
| 16–17 | 12 | 50% | 12 | 50% | 8 | 67% | 4 | 33% |
| 18–20 | 9 | 69% | 4 | 31% | 8 | 89% | 1 | 11% |
| Total | 24 | 48% | 26 | 52% | 16 | 67% | 8 | 33% |

Frage: Hast du am Turnfest Alkohol getrunken? Hast du den Alkohol selber gekauft?

Von den sechzehn Jugendlichen, welche den Alkohol selber gekauft haben, mussten lediglich sechs (38%) ihre Identitätskarte zeigen. Möglicherweise haben einige der anderen einen Kontrollbändel gezeigt, was am Aargauer Turnfest vom Evaluationsteam nicht systematisch erfasst wurde. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Kontrolle der Altersangaben am Aargauer Kantonturnfest nicht lückenlos funktionierte. So wurden vom Evaluationsteam Jugendliche mit Alkohol und ohne Kontrollbändel angegriffen, welche angaben, keiner Identitätskontrolle unterworfen gewesen zu sein.

Verhinderung des übermässigen Alkoholkonsums, des Rauschtrinkens und der damit verbundenen Schäden

Durch das Verbot, selbstgekauften Alkohol mitzubringen, hat das Aargauer Turnfest erfolgreich auf die Verhältnisse, welche den übermässigen Alkoholkonsum begünstigen, eingewirkt. Gemäss dem *Verantwortlichen des Organisationskomitees* hat sich die Aargauer Kantonspolizei über den friedlichen Ablauf des Turnfestes gefreut. Es waren keine Gewaltausschreitungen zu verzeichnen, mit Ausnahme der Demolierung des «cool and clean»-Zeltes. Dieser Vorfall kann auf einen Einzeltäter zurückgeführt werden.

Weniger gross scheint der Einfluss auf das individuelle Verhalten der jugendlichen Festbesucher. So wurden die 26 bis zum Zeitpunkt der Befragung keinen Alkohol trinkenden *Jugendlichen* nach den Gründen für diese Abstinenz gefragt. Der am häufigsten

genannte Grund war die mangelnde Gelegenheit. Einige waren erst seit Kurzem auf dem Turnfestgelände, während andere durch die Teilnahme an Wettkämpfen am Alkoholkonsum gehindert wurden. Die meisten hatten aber vor, zu einem späteren Zeitpunkt Alkohol zu konsumieren. Einige der unter 16-jährigen Jugendlichen erklärten ihre Abstinenz mit dem gesetzlichen Verbot. Nur vereinzelt waren in den Antworten der Jugendlichen Botschaften des Programms «cool and clean» erkennbar, obwohl viele das Programm aus ihren Vereinen bereits kannten. So sagte eine befragte Person, sie trinke aufgrund ihrer Vorbildfunktion in der Leitung des Vereins keinen Alkohol. Einige Jugendliche waren zudem der Ansicht, dass Alkohol und Sport nicht zusammengehören. Aufgrund der Beobachtungen am Turnfest scheint diese Haltung für viele Turner zu gelten, solange die Wettkämpfe andauern. Kaum war das Wettkampfprogramm jedoch zu Ende, nahm der Alkoholkonsum schnell zu (vgl. Fotos in Darstellung DA 11).

DA 11: Alkoholkonsum nach Beendigung des Wettkampfprogramms



Quelle: Eigene Fotos, 24.6.2011

Schutz vor Passivrauchen

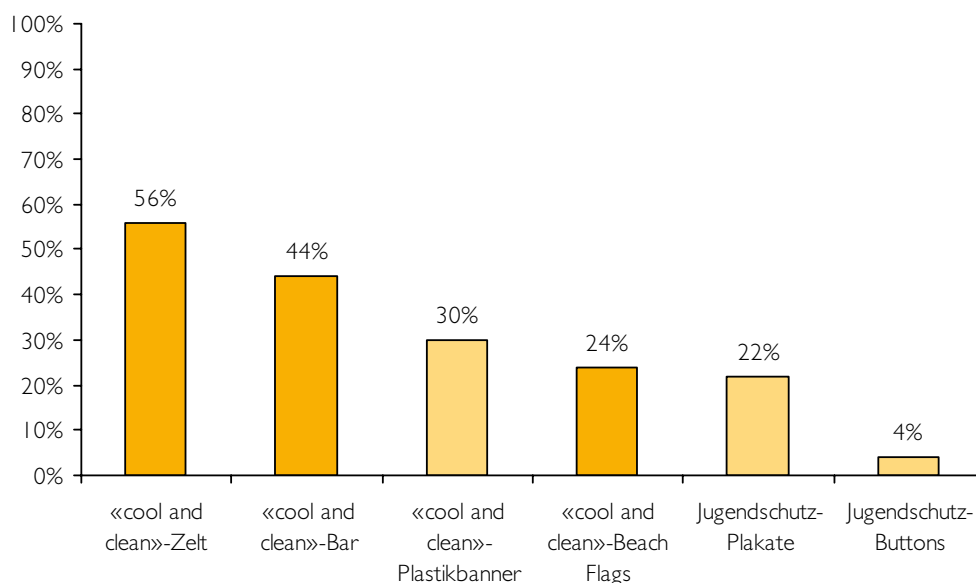
Nach Auskunft des *Verantwortlichen des Organisationskomitees* funktionierte die Einhaltung des Rauchverbots in den Festzelten und auf dem Wettkampfgelände sehr gut. Auch das Evaluationsteam *beobachtete* weder auf dem Wettkampfgelände noch in den Festzelten einen Tabakkonsum. Seit Einführung des Bundesgesetzes zum Schutz vor dem Passivrauchen scheint sich die Bevölkerung an die Rauchverbote gewöhnt zu haben und deren Durchsetzung unproblematisch.

Promotion von «cool and clean»

Wie im Abschnitt A5.1.1 beschrieben, war «cool and clean» mit verschiedenen Kommunikationsmaterialien am Aargauer Turnfest präsent. Diese Präsenz wurde auch von den befragten *Jugendlichen* wahrgenommen (vgl. Darstellung DA 12). Über die Hälfte

der 50 Interviewten hat das «cool and clean»-Zelt und knapp die Hälfte die sich darin befindende Bar wahrgenommen. Ein Drittel der Jugendlichen haben Plastikbanner und rund ein Viertel die Beach Flags gesehen. Obwohl vom Evaluationsteam keine Jugendschutz-Plakate und -Buttons von «cool and clean» am Aargauer Turnfest entdeckt wurden, gaben knapp ein Viertel respektive einzelne Jugendliche an, entsprechende Mittel zur Kommunikation des Jugendschutzes gesichtet zu haben.

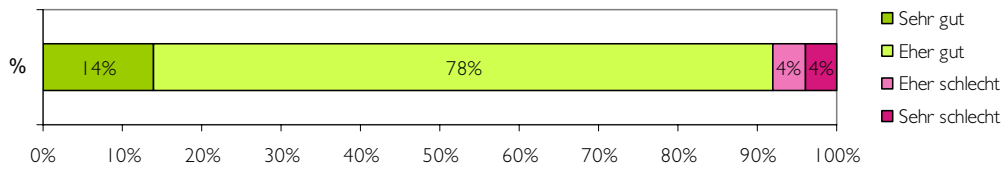
DA 12: Wiedererkennung der «cool and clean»-Materialien (N = 50)



Frage: Hast du am Turnfest irgendwo die folgenden Informationsmaterialien gesehen? Den Jugendlichen wurde eine Liste mit den oben erwähnten Materialien gezeigt. Die dunkelorange markierten Materialien wurden auch vom Evaluationsteam am Aargauer Kantonturnfest gesichtet (vgl. auch Darstellungen DA 8 und DA 9). Die hellorange markierten Materialien wurden vor Ort nicht gesehen. Was den Plastikbanner betrifft, wurde den Jugendlichen derjenige mit dem Slogan „Sauber kämpfen, fair gewinnen“ gezeigt. Auf dem Gelände des Aargauer Turnfestes befanden sich jedoch Plastikbanner mit den Slogans „Drink with respect“ und „«cool and clean» for the spirit of sport“.

Die Kommunikationsmaterialien kommen bei den befragten *Jugendlichen* äusserst gut an. Von den 50 Befragten gefallen 92 Prozent die Kommunikationsmaterialien sehr oder eher gut (vgl. Darstellung DA 13). Ausschlaggebend für die hohe Akzeptanz der Materialien bei den Jugendlichen ist vor allem die Farbe, welche als auffallend beschrieben wird. Vereinzelt wird zudem angemerkt, dass das Logo spritzig und jugendlich wirkt und einen Wiedererkennungseffekt hat.

DA 13: Beurteilung der «cool and clean»-Materialien (N = 50)



Frage: Wie gefallen dir diese Informationsmaterialien? Den Jugendlichen wurde zusätzlich zur Liste mit den Materialien das Logo von «cool and clean» auf einem A4-Blatt zur Beurteilung gezeigt.

A5.1.3 FAZIT ZUM AARGAUER KANTONALTURNFEST

Die wichtigsten Schlussfolgerungen zur Umsetzung der «cool and clean»-Massnahmen am Aargauer Kantonaltturnfest sind in der Darstellung DA 14 zusammengefasst.

DA 14: Schlussfolgerungen zur Umsetzung

| Umsetzung der Massnahmen | Gut | Mittel | Schlecht |
|---|-----|--------|----------|
| Limitierung Alkoholverkauf | | X | |
| Durchsetzung Alkohol-Jugendschutz | | X | |
| Kommunikation Alkohol-Jugendschutz | X | | |
| Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern | X | | |
| Verzicht auf Alkoholwerbung und -sponsoring | | | X |
| Präsenz von «cool and clean» | X | | |

Quelle: Eigene Darstellung

- *Mittelmässige Limitierung des Alkoholverkaufs:* Die Verbilligung nichtalkoholischer Getränke gelang vollumfänglich, die Einschränkung des Verkaufs von Alcopops grösstenteils und jene von hochprozentigen alkoholischen Getränken teilweise. Die Limitierung der Verkaufsstellen war erfolglos.
- *Mittelmässige Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes:* Mit der Einführung von Kontrollbändern und der Schulung des Verkaufspersonals sind gute Grundlagen für die Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes geschaffen worden. Der Widerstand der erwachsenen Turnfestbesucher gegen die Kontrollbänder erschwerte jedoch die Durchsetzung der Massnahme. Zur Optimierung könnten die Kontrollbänder – wie am Zürcher Kantonaltturnfest – nur für bis 25-Jährige eingesetzt werden. Zudem könnten die Festbetriebe vertraglich zur Durchsetzung der Alkohol-Jugendschutzmassnahme verpflichtet werden.
- *Gute Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes:* Die Kommunikation des Alkoholschutzes über die drei Kanäle – Briefe an die Vereine, Jugendschutzplakate in den Festbetrieben und Beiträge in der Festzeitschrift – kann als erfolgreich bezeichnet werden.
- *Guter gelungener Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern:* Diese Massnahme wurde vollumfänglich umgesetzt.

- *Schlecht gelungener Verzicht auf Alkoholwerbung und -sponsoring:* Auf das Sponsoring der Brauerei Müllerbräu wurde nicht verzichtet und auch andere Anbieter von Alkohol waren mit Werbung auf dem Gelände präsent.
- *Gute Präsenz von «cool and clean»:* «cool and clean» war nicht nur mit visuellen Kommunikationsmitteln, sondern auch mit akustischen Mitteln und der persönlichen Präsenz von Mitarbeitenden und dem Show Team präsent.

Die wichtigsten Schlussfolgerungen zu den Wirkungen von «cool and clean» am Aargauer Kantonturnfest sind in der Darstellung DA 15 zusammengefasst.

DA 15: Schlussfolgerungen zu den Wirkungen

| Wirkungen der Massnahmen | Gut | Mittel | Schlecht |
|---|-----|--------|----------|
| Einhaltung Alkohol-Jugendschutz | | X | |
| Verhinderung übermässiger Alkoholkonsum | | X | |
| Schutz vor Passivrauchen | X | | |
| Promotion von «cool and clean» | X | | |

Quelle: Eigene Darstellung

- *Mittelmässige Einhaltung des Jugendschutzes:* Die Umfrage bei den Jugendlichen hat zwar ergeben, dass am Aargauer Kantonturnfest kein Alkohol an unter 16-Jährige und keine hochprozentige alkoholische Getränke an 16- bis 17-Jährige verkauft wurden. Jedoch funktioniert die Überprüfung des Alters der Jugendlichen durch die Festbetriebe nicht lückenlos und unter 16-Jährige gelangen dank älteren Vereinsmitgliedern an Alkohol.
- *Mittelmässig gelungene Verhinderung des übermässigen Alkoholkonsums:* Durch das Verbot selbstgekauften Alkohol auf das Gelände zu bringen, wurde am Aargauer Kantonturnfest zwar erfolgreich auf die Verhältnisse, welche einen übermässigen Alkoholkonsum fördern, eingewirkt. Allerdings sind kaum Wirkungen auf das individuelle Verhalten beobachtbar, welche eine Einschränkung des Alkoholkonsums begünstigen würden.
- *Gut gelungener Schutz vor Passivrauchen:* Die Durchsetzung des Schutzes vor Passivrauchen auf dem Wettkampfgelände und in den Festbetrieben war erfolgreich. Die Wirkungen dürften jedoch nicht auf die «cool and clean»-Massnahmen, sondern auf einen Mentalitätswandel, infolge des Inkrafttretens des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen, zurückzuführen sein.
- *Gut gelungene Promotion von «cool and clean»:* Die Präsenz von «cool and clean» am Aargauer Turnfest wurde von den Jugendlichen gut wahrgenommen. Die Kommunikationsmaterialien erfreuen sich zudem einer hohen Akzeptanz.

A 5.2 ZÜRCHER KANTONALTURNFEST

Das Zürcher Kantonturnfest fand an zwei Wochenenden statt. Das erste Wochenende umfasste den Zeitraum vom Freitag, 24. Juni bis Sonntag, 26. Juni 2011. Das zweite Wochenende startete am Mittwoch, 29. Juni und endete am Sonntag, 3. Juli 2011.

Das Wettkampfgelände umfasste verschiedene Anlagen. Das Hauptfestgelände umfasste die Anlagen „Geren“ und „Beichlen“ in der Gemeinde Wädenswil. Auf dem Turnplatz „Geren“ wurde das Geräteturnen, Aerobic, Gymnastik und Kunstturnen durchgeführt. Auf dem Turnplatz „Beichlen“ wurden die Disziplinen Gymnastik Gross- und Kleinfeld, Leichtathletik, Nationalturnen, PlusSport, Fit+Fun, Hindernislauf Jugend, Crosslauf, freie Vorführungen, Fachtest Allround, Fachtest Korbball und Spieltest Allround Jugend ausgeübt. Ebenfalls in Wädenswil fanden in den Sporthallen „Glärnisch“ und „Untermosen“ verschiedene Volleyballveranstaltungen statt. In Horgen wurden in der Sportmehrzweckanlage „Waldegg“ die Disziplinen Trampolin einzeln, rhythmische Gymnastik, Korbball und Faustball durchgeführt. In der Sport- und Freizeitanlage „Brand“ in Thalwil fanden schliesslich der Leichtathletik-Siebenkampf und -Zehnkampf statt.

Die Festwirtschaft war hauptsächlich auf die Sportanlage „Beichlen“ konzentriert. Dort gab es ein grosses Festzelt für die Hauptverpflegung der Turner. Fünf Vereine der Region boten zusätzlich in fünf Zelten unterschiedliche Mahlzeiten an. Auf dem Gelände war zudem ein Bierzelt und die Trojka Energy Bar zu finden. Auf dem Gelände Geren waren ebenfalls ein grosses Festzelt sowie ein Verpflegungsstand in der Reithalle zu finden.

A 5.2.1 UMSETZUNG «COOL AND CLEAN»-MASSNAHMEN

Gemeinsam mit dem Schweizerischen Turnverband schlägt «cool and clean» den Veranstaltern verschiedene Massnahmen im Bereich der Alkohol- und Tabakprävention vor.¹⁵ Deren Umsetzung am Zürcher Kantonturnfest wird nachfolgend erläutert.

Limitierung des Alkoholkonsums

Durch verschiedene von «cool and clean» vorgeschlagene Massnahmen kann der Alkoholkonsum eingeschränkt werden. Nachfolgend wird beschrieben, wie diese Massnahmen aufgrund von *Beobachtungen* am Turnfest umgesetzt wurden.

- *Limitierung der Verkaufsstellen von Alkohol:* Diese Massnahme wurde am Zürcher Kantonalfest nicht umgesetzt. Alle zehn besuchten Verkaufsstellen boten Alkohol an.
- *Alle nichtalkoholischen Getränke sind günstiger:* Diese gesetzliche Vorgabe wurde nur von der Hälfte der Festbetriebe umgesetzt. Einzelne Trainer beklagten sich denn auch über das Preisverhältnis von alkoholischen und nichtalkoholischen Getränken. Der Preis von fünf Franken für ein Mineralwasser sei viel zu teuer und trage nicht zur Alkoholprävention bei.

¹⁵ Swiss Olympic: Gemeinsam für fairen und sauberen Sport. «cool and clean» an Turnfesten. Ein Angebot für Turnveranstalter, unterstützt durch den Schweizerischen Turnverband (STV), Bern.

- *Kein Verkauf von Alcopops:* Diese Empfehlung wurde grösstenteils eingehalten. Lediglich zwei von zehn Verkaufsständen boten Alcopops an.
- *Kein Verkauf von hochprozentigen alkoholischen Getränken:* Diese Anregung wurde relativ gut aufgenommen. Lediglich in drei der zehn Verkaufsstellen wurde hochprozentiger Alkohol verkauft. Dabei handelte es sich in zwei Fällen um Kaffee-Schnaps und in einem Fall um Cocktails.

DA 16: Verkauf von hochprozentigen alkoholischen Getränken

| | | | Deposit/Glass | | |
|---------------------------|--|----------------|---------------|-------|--|
| | | | CHF | CHF | |
| Schaumweine | Prosecco Gioiata d'Oro | Cüpli 1.0l | 6.00 | +2.00 | |
| Santos / Trojka Green Ice | Santos Ice | Flasche 33cl | 6.00 | +2.00 | |
| | Trojka Green Ice | Flasche 27.5cl | 6.00 | +2.00 | |
| Bier | Feldschlösschen | Dosen 50 cl | 6.00 | | |
| | Eve Litchi | Flasche 27.5cl | 6.00 | +2.00 | |
| Mineral / Fruchtsaft | Rhätöner Mineral | Pet 50cl | 5.00 | | |
| | Arkina | Pet 50cl | 5.00 | | |
| | Coca Cola | Pet 50cl | 5.00 | | |
| | Sprite | Pet 50cl | 5.00 | | |
| | Orangensaft | offen 25cl | 4.00 | +2.00 | |
| Trojka Energy | Trojka Energy | Dosen 25 cl | 5.00 | | |
| Shot | "The Hulk" Shot | | 5.00 | | |
| | "The Passion" Shot | | 5.00 | | |
| | Willi Süss / Süsser Apfel | 20Vol.% 4cl | 5.00 | | |
| | Willi Sauer / Saurer Apfel | 16Vol.% 4cl | 5.00 | | |
| | Trojka Caramel-Cream Shot | 17Vol.% 3cl | 5.00 | | |
| | Spitz Shot Trojka Strawberries | 17Vol.% 3cl | 5.00 | | |
| | Jägermeister | 38Vol.% 2cl | 4.00 | | |
| | Jägermeister mit Zusatz | | 6.00 | +2.00 | |
| Drink's | Vodka Trojka + Zusatz | | 10.00 | +2.00 | |
| | Red Trojka + Zusatz | | 10.00 | +2.00 | |
| | Black Trojka + Zusatz | | 10.00 | +2.00 | |
| | Green Trojka + Zusatz | | 10.00 | +2.00 | |
| | Orange Trojka + Zusatz | | 10.00 | +2.00 | |
| | Gin Escape7 + Schwebbesi | | 10.00 | +2.00 | |
| | Cuba Libre Rum Escape7 + | | 10.00 | +2.00 | |
| | Gold Label Whisky + Cola | | 10.00 | +2.00 | |
| | Passion TUCANO + Orangensaft | | 10.00 | +2.00 | |
| | Coquito TUCANO + Orangensaft | | 10.00 | +2.00 | |
| | Zusatz: | | | | |
| | Cola, Mineral, Orangensaft, Bitter Lemon, Sprite | | | | |

Quelle: Eigene Fotos, 1.7.2011. Getränkekarte der Trojka Energy Bar

Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes

Um die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes sicherzustellen, arbeitete das Zürcher Kantonturnfest gemäss einem *Verantwortlichen des Organisationskomitees* mit Kontrollbändern. Orange Bänder wurden an 16- bis 17-Jährige und grüne an 18- bis 25-Jährige abgegeben. Die restlichen Festteilnehmenden mussten keine Bänder tragen. Die Verteilung der Kontrollbänder erfolgte einerseits über die Vereine. Andererseits forderten die Helfenden in den Festbetrieben Jugendliche der ausgewählten Altersgruppen auf, Kontrollbänder in einem der vier mit einem «cool and clean»-Plakat markierten Abgabestellen auf dem Gelände zu beziehen. Die Abgabestellen öffneten nach Beobachtungen des Evaluationsteams ab 18 Uhr, als auch der Alkoholkonsum am Turnfest zunahm. Wie die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen bei Alkohol konsumierenden Jugendlichen am Nachmittag sichergestellt wird, ist unklar.

Die Verantwortlichen der Festbetriebe sowie ihre Stellvertreter wurden von der regionalen Jugendberatungs- und Suchtpräventionsstelle SAMOWAR zu Fragen des Jugendschutzes geschult. Die Festwirtschaftsverantwortlichen instruierten wiederum die restlichen Helfenden an den Verkaufsständen. Während des Turnfestes war immer mindestens ein Verantwortlicher respektive einer seiner Stellvertretenden anwesend, um die Einhaltung der Jugendschutzmassnahmen sicherzustellen. Zusätzlich führte das Organisationskomitee Stichproben in den Festbetrieben durch. Insgesamt wurde die Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes mittels Kontrollbänder von den Festbetrieben gut umgesetzt und von den Jugendlichen akzeptiert. Letztere kennen den Einsatz solcher Bänder bereits von anderen Anlässen. Gelegentlich verzichteten die Festbetriebe jedoch nach einer Identitätskontrolle darauf, die Jugendlichen zum Bezug eines Kontrollbändels aufzufordern.

Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes

Die Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes erfolgte über drei Kanäle. Erstens wurden die Vereine gemäss dem *Verantwortlichen des Organisationskomitees* im Vorfeld mittels eines Briefes aufgefordert, die beigelegten Kontrollbänder an ihre jungen Mitglieder abzugeben und diese über die Kontrollen in Zusammenhang mit dem Alkoholkonsum zu informieren. Zweitens wurde in der Festzeitung über die Massnahmen zur Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen berichtet. Drittens zeigen die *Beobachtungen*, dass in sieben von zehn besuchten Festbetrieben Hinweise auf das Jugendschutzalter an der Theke oder dem Kühlschrank angebracht wurden.

Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern

Nach Auskunft des *Verantwortlichen des Organisationskomitees* verzichteten die Organisatoren des Zürcher Turnfestes auf den Ausschank von Alkohol an den Siegesfeiern.

Verzicht auf Alkoholwerbung und -sponsoring

Am Zürcher Turnfest wurde nicht auf Alkoholwerbung respektive -sponsoring verzichtet. Die *Beobachtungen* machen deutlich, dass die Brauerei Feldschlösschen auf dem Gelände an verschiedenen Stellen wie auf Fahnen mit allen Sponsoren sowie an Theken, Kühlschränken und auf Menükarten der Festbetriebe, nicht aber auf dem Wettkampfgelände präsent war. Daneben stand dem Wodkahersteller Trojka ein eigenes

Zelt mit einer 100 Meter langen Bar als Werbefläche zur Verfügung (vgl. Fotos in Darstellung DA 17).

DA 17: Präsenz von Alkoholwerbung und -sponsoring



Quelle: Eigene Fotos, 1.7.2011

Präsenz von «cool and clean» am Turnfest

Nach Auskunft des Verantwortlichen des Organisationskomitees koordinierte «cool and clean» am Zürcher Turnfest die Massnahmen im Bereich der Alkoholprävention in Zusammenarbeit mit der regionalen Jugendberatung und Suchtpräventionsstelle SAMOWAR und dem Projekt «smartconnection». «cool and clean» war am ersten Wochenende des Turnfestes mit einem „smartconnection“-Stand und einer alkoholfreien Bar präsent. „smartconnection“ ist ein Alkoholpräventionsprojekt, das der Zunahme des Rauschtrinkens entgegentritt. Die Massnahme ist im Angebot von «cool and clean». Ein weiteres wichtiges Element der Alkoholpräventionsmassnahmen waren die mit «cool and clean»-Plakaten markierten Abgabestellen der Kontrollbündel (vgl. Fotos in Darstellung DA 18). Aus den *Beobachtungen* geht hervor, dass in vier der zehn besuchten Festbetriebe die Jugendschutzplakate von «cool and clean» aufgehängt wurden. An zwei Verpflegungsständen trug ein Teil respektive gar die Hälfte der Helfenden die «cool and clean»-Jugendschutzbuttons. In fünf Festbetrieben wurden die Rauchfrei-Plakate von «cool and clean» aufgehängt (vgl. Fotos in Darstellung DA 19). Schliesslich erhielten die Wettkampfrichter Schreibunterlagen. Zur Kennzeichnung der Abgabestellen für die Kontrollbündel hätten die Veranstalter gerne Beach Flags gehabt. Darauf wurde aber verzichtet, da der Transport der Beach Flags für «cool and clean» zu aufwändig war. In mehreren Festbetrieben wurden zudem Rauchverbotsplakate von «cool and clean» aufgehängt.

Die Zusammenarbeit mit «cool and clean» wird vom Verantwortlichen des Organisationskomitees aus verschiedenen Gründen gelobt:

- *Unterstützung durch das «cool and clean»-Team:* Die Veranstalter haben die personelle Unterstützung durch «cool and clean», SAMOWAR und «smartconnection» geschätzt. Weiter wurde das Eingehen von «cool and clean» auf die Bedürfnisse der Organisatoren gelobt.
- *Gutes Kommunikationsmaterial:* Die Qualität des Materials und die zur Verfügung gestellte Menge der Schreibunterlagen für Wettkampfrichter wurden hervorgehoben.

DA 18: Sportanlage „Beichlen“ – Abgabestelle Kontrollbündel



Quelle: Eigene Fotos, 1.7.2011

DA 19: «cool and clean»-Rauchverbotsplakate



Quelle: Eigene Fotos, 1.7.2011

A5.2.2 WIRKUNGEN «COOL AND CLEAN»-MASSNAHMEN

Das Programm «cool and clean» verfolgt mit seiner Präsenz an den Turnfesten verschiedene Ziele, deren Erreichung am Zürcher Kantonturnfest nachfolgend beschrieben wird.

Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes

Die Hälfte der 50 befragten *Jugendlichen* gab an, dass sie am Zürcher Kantonturnfest Alkohol getrunken haben (vgl. Darstellung DA 20). Die meisten tranken niederprozentige alkoholische Getränke wie Bier. Vier über 18-Jährige und eine 17-jährige Person griffen auch auf hochprozentige alkoholische Getränke zurück. Die Durchsetzung der Jugendschutzbestimmungen hat entsprechend bei der 17-jährigen Person nicht funktioniert. Zudem konsumierten vier Jugendliche unter 16 Jahren entgegen den Jugendschutzbestimmungen Alkohol am Turnfest. Einer dieser vier Jugendlichen hat den Alkohol selber gekauft.

DA 20: Alkoholkonsum und -kauf der Jugendlichen am Turnfest

| Alter | Alkoholkonsum (N = 50) | | | | Selbstgekaufter Alkohol (N = 25) | | | |
|-------|------------------------|-----|------|-----|----------------------------------|-----|------|-----|
| | Ja | | Nein | | Ja | | Nein | |
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 15 | 4 | 36% | 7 | 64% | 1 | 25% | 3 | 75% |
| 16–17 | 9 | 60% | 6 | 40% | 5 | 56% | 4 | 44% |
| 18–20 | 12 | 50% | 12 | 50% | 7 | 58% | 5 | 42% |
| Total | 25 | 50% | 25 | 50% | 13 | 52% | 12 | 48% |

Frage: Hast du am Turnfest Alkohol getrunken? Hast du den Alkohol selber gekauft?

Insgesamt mussten neun von dreizehn Jugendlichen (69%) beim Alkoholkauf ihre Identitätskarte oder den Kontrollbändel vorweisen. Vier Jugendlichen, darunter ein unter 16-Jähriger, gelang es, ohne Ausweisen ihres Alters am Zürcher Turnfest Alkohol zu beziehen.

Neben der lückenhaften Überprüfung des Alters erschwerten zwei weitere Faktoren die Durchsetzung der Alkohol-Jugendschutzbestimmungen. Einerseits zweifelten mehrere befragte *Jugendliche* die Wirksamkeit der Kontrollbändel an. Häufig würde ein Vereinsmitglied Alkohol für den ganzen Verein kaufen, wovon auch unter 16-Jährige pro-

fitieren würden. Andererseits würden die Vereine nach Auskunft des *Verantwortlichen des Organisationskomitees* eigenen Alkohol mitbringen und in den Zeltlagern aufbewahren.

Verhinderung des übermässigen Alkoholkonsums, des Rauschtrinken und der damit verbundenen Schäden

Gemäss Medienberichten gelang es am Zürcher Kantonturnfest nicht vollumfänglich die negativen Auswirkungen des übermässigen Alkoholkonsums zu unterbinden. Am zweiten Wochenende ist es in der Nacht von Samstag auf Sonntag zu Tumulten zwischen Betrunknen gekommen, welche erst nach dem Einsatz eines grösseren Polizeiaufgebots beruhigt werden konnten.¹⁶ Insgesamt verlief das Zürcher Kantonturnfest nach Einschätzung des *Verantwortlichen des Organisationskomitees* relativ ruhig. Bei den stark alkoholisierten Personen hätte es sich um Einzelpersonen gehandelt.

Der Einfluss der Alkoholpräventionsmassnahmen auf das individuelle Verhalten der *Jugendlichen* war auch am Zürcher Kantonturnfest beschränkt. Die 25 zum Zeitpunkt der Befragung abstinenten Jugendlichen wurden nach den Gründen gefragt. Am weitaus häufigsten wurde angegeben, dass die Teilnahme am Wettkampfprogramm bisher keinen Alkoholkonsum zugelassen habe. Viele planten aber, den Tag nach Beendigung des Wettkampfprogramms beim Alkoholtrinken ausklingen zu lassen. Die Beobachtungen des Evaluationsteams am Turnfest bestätigen diese Berichte. Während der sportlichen Aktivitäten am Nachmittag wurde relativ wenig Alkohol getrunken. Nach Beendigung der Wettkämpfe wurde bei der Abendverpflegung der Turner von einer grossen Mehrheit Bier getrunken. Als weiterer Grund für die Alkoholabstinenz wurden von den unter 16-jährigen Jugendlichen die gesetzlichen Bestimmungen erwähnt. Nur vereinzelt war in den Antworten der Jugendlichen ein möglicher Einfluss des Programms «cool and clean» erkennbar. So gab eine befragte Person an, der Verein hätte ihr den Alkoholkonsum verboten.

Schutz vor Passivrauchen

Nach Auskunft des *Verantwortlichen des Organisationskomitees* funktionierte die Einhaltung des Rauchverbots in den Festzelten sehr gut. Auch aus den *Beobachtungen* des Evaluationsteams geht weder auf dem Wettkampf- noch auf dem Festgelände ein Tabakkonsum hervor. Lediglich in der Trojka Energy Bar fanden nach Auskunft des *Verantwortlichen des Organisationskomitees* gegen Morgen nicht mehr alle Rauchenden den Weg nach draussen.

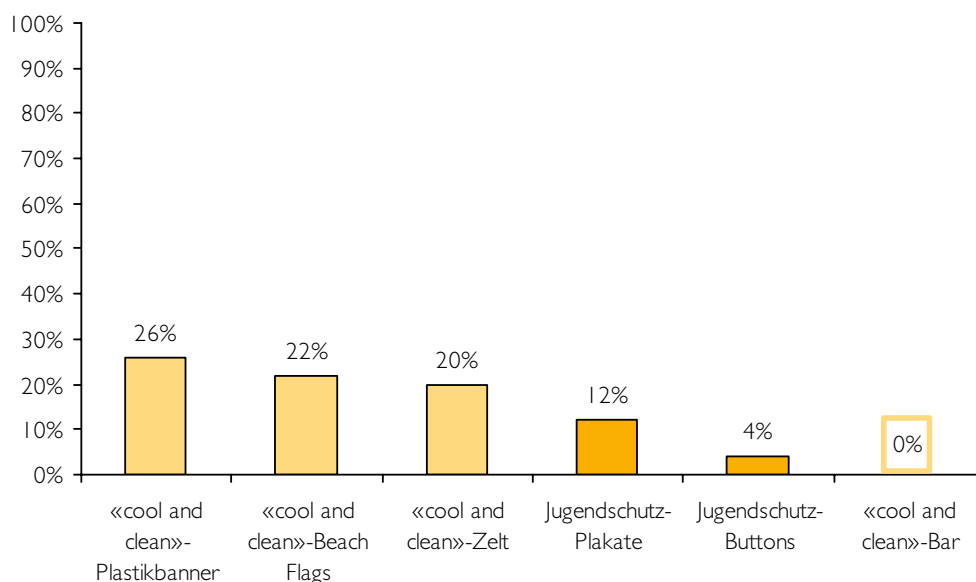
Promotion von «cool and clean»

Wie im Abschnitt A5.2.1 beschrieben, war «cool and clean» mit verschiedenen Kommunikationsmaterialien am Zürcher Kantonturnfest präsent. Die Präsenz von «cool and clean» fiel aber im Gegensatz zu den beiden anderen untersuchten Turnfesten relativ bescheiden aus. Dies spiegelt sich auch in der Befragung der *Jugendlichen* (vgl. Darstellung DA 21). Lediglich gut ein Viertel hat «cool and clean»-Plastikbanner wahrgenommen. Ein Fünftel hat auf dem Gelände «cool and clean»-Beach-Flags und -Zelte wahrgenommen, welche es allerdings dort gar nicht zu sehen gab! Die Abgabestellen für die Kontrollbänder wurden zwar als «cool and clean»-Zelte bezeichnet und waren

¹⁶ Neue Zürcher Zeitung (4. Juli 2011), 20 Minuten (3. Juli 2011).

in der Regel mit einem «cool and clean»-Plastikbanner markiert, das Logo des Sponsors Coop war aber auf den Zelten dominanter (vgl. Darstellung DA 18). Ein Achtel der befragten Jugendlichen haben Jugenschutz-Plakate von «cool and clean» wahrgenommen. Zwei Jugendlichen schliesslich sind die Jugenschutz-Buttons aufgefallen.

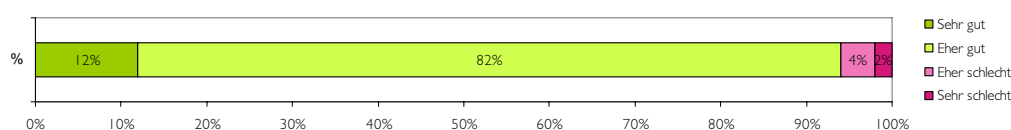
DA 21: Wiedererkennung der «cool and clean»-Materialien (N = 50)



Frage: Hast du am Turnfest irgendwo die folgenden Informationsmaterialien gesehen? Den Jugendlichen wurde eine Liste mit den oben erwähnten Materialien gezeigt. Die dunkelorange markierten Materialien wurden auch vom Evaluationsteam am Zürcher Kantonalturnfest gesichtet (vgl. auch Darstellungen DA 18 und DA 19). Die hellorange markierten Materialien wurden vor Ort nicht gesehen. Was den Plastikbanner betrifft, wurde den Jugendlichen derjenige mit dem Slogan „Sauber kämpfen, fair gewinnen“ gezeigt. Auf dem Gelände des Zürcher Turnfestes befanden sich jedoch Plastikbanner mit dem Slogan „Drink with respect“.

Die Kommunikationsmaterialien kommen bei den befragten *Jugendlichen* äusserst gut an. Von den 50 Befragten gefallen 94 Prozent die Kommunikationsmaterialien sehr oder eher gut (vgl. Darstellung DA 22). Ausschlaggebend für die hohe Akzeptanz der Materialien bei den Jugendlichen ist vor allem die Farbe, welche als auffallend beschrieben wird. Einige finden zudem, das Logo sei modern und sportlich. Auch die Schrift gefällt einigen Befragten.

DA 22: Beurteilung der «cool and clean»-Materialien (N = 50)



Frage: Wie gefallen dir diese Informationsmaterialien? Den Jugendlichen wurde zusätzlich zur Liste mit den Materialien das Logo von «cool and clean» auf einem A4-Blatt zur Beurteilung gezeigt.

Die Präsenz von «cool and clean» an den Turnfesten wird vom *Verantwortlichen des Organisationskomitees* als wichtig beurteilt. So hätten die Jugendlichen an den Abgabestellen nicht nur die Kontrollbänder abgeholt, sondern sich vereinzelt auch nach den Aktivitäten von «cool and clean» erkundigt.

A5.2.3 FAZIT ZUM ZÜRCHER KANTONALTURNFEST

Die wichtigsten Schlussfolgerungen zur Umsetzung der «cool and clean»-Massnahmen am Zürcher Kantonaltturnfest sind in der Darstellung DA 23 zusammengefasst.

DA 23: Schlussfolgerungen zur Umsetzung

| Umsetzung der Massnahmen | Gut | Mittel | Schlecht |
|---|-----|--------|----------|
| Limitierung Alkoholverkauf | | X | |
| Durchsetzung Alkohol-Jugendschutz | | X | |
| Kommunikation Alkohol-Jugendschutz | X | | |
| Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern | X | | |
| Verzicht auf Alkoholwerbung und -sponsoring | | | X |
| Präsenz von «cool and clean» | | | X |

Quelle: Eigene Darstellung

- *Mittelmässige Limitierung des Alkoholverkaufs:* Die Einschränkung des Verkaufs von Alcopops und von hochprozentigen alkoholischen Getränken wurde grösstenteils und die Verbilligung nichtalkoholischer Getränke teilweise umgesetzt. Die Limitierung der Verkaufsstellen war erfolglos.
- *Mittelmässige Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes:* Mit der Einführung von Kontrollbänder und der Schulung des Verkaufspersonals sind gute Grundlagen für die Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes geschaffen worden. Optimierungsbedürftig sind die Öffnungszeiten der Abgabestellen von Kontrollbänder, welche nachmittags trotz bereits anlaufendem Alkoholverkauf und -konsum geschlossen sind.
- *Gute Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes:* Die Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes über die drei Kanäle – Briefe an die Vereine, Jugendschutzplakate in den Festbetrieben und Beiträge in der Festzeitschrift – kann als erfolgreich bezeichnet werden.
- *Guter gelungener Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern:* Diese Massnahme wurde vollumfänglich umgesetzt.
- *Schlecht gelungener Verzicht auf Alkoholwerbung und -sponsoring:* Auf das Sponsoring der Brauerei Feldschlösschen wurde nicht verzichtet und auch andere Anbieter von Alkohol waren mit Werbung auf dem Gelände präsent.
- *Schlechte Präsenz von «cool and clean»:* Im Vergleich zu den anderen besuchten Turnfesten und der Omnipräsenz der Alkoholanbieter fielen die Kommunikationsmaterialien von «cool and clean» auf dem Gelände des Zürcher Kantonaltturnfestes kaum auf. Es wäre wünschenswert, dass «cool and clean» den Veranstaltern von Turnfesten genügend, insbesondere grosse Kommunikationsmaterialien wie Beach Flags und Fahnen zur Verfügung stellt.

Die wichtigsten Schlussfolgerungen zu den Wirkungen von «cool and clean» am Zürcher Kantonturnfest sind in der Darstellung DA 24 zusammengefasst.

DA 24: Schlussfolgerungen zu den Wirkungen

| Wirkungen der Massnahmen | Gut | Mittel | Schlecht |
|---|-----|--------|----------|
| Einhaltung Alkohol-Jugendschutz | | X | |
| Verhinderung übermässiger Alkoholkonsum | | | X |
| Schutz vor Passivrauchen | | X | |
| Promotion von «cool and clean» | | X | |

Quelle: Eigene Darstellung

- *Mittelmässige Einhaltung des Jugendschutzes:* Am Zürcher Kantonturnfest waren mehr Jugendliche einer Identitätskontrolle unterworfen als an den anderen beiden Turnfesten. Die Beispiele, wo ein unter 16-Jähriger tiefprozentigen Alkohol und ein 17-Jähriger hochprozentigen Alkohol am Zürcher Kantonturnfest kaufen konnten, zeigen, dass die Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes jedoch nicht lückenlos funktionierte. Erschwert wird die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen durch ältere Vereinsmitglieder, welche alkoholische Getränke für den ganzen Verein kaufen oder von ausserhalb auf das Gelände des Turnfestes mitbringen. Erstrebenswert wäre es, das Mitbringen von alkoholischen Getränken wie am Aargauer Kantonturnfest zu unterbinden.
- *Schlecht gelungene Verhinderung des übermässigen Alkoholkonsums:* Am Zürcher Kantonturnfest kam es infolge übermässigen Alkoholkonsums zu Tumulten, welche ein Eingreifen der Kantonspolizei erforderten. Gering waren zudem die Wirkungen auf das individuelle Verhalten, welche eine Einschränkung des Alkoholkonsums begünstigen würden.
- *Mittelmässig gelungener Schutz vor Passivrauchen:* Insgesamt wurde das Rauchverbot auf dem Wettkampfgelände und in den Festbetrieben gut respektiert. Lediglich einzelne Festbesucher hielten sich in den frühen Morgenstunden nicht mehr an das Rauchverbot.
- *Mittelmässig gelungene Promotion von «cool and clean»:* Die Präsenz von «cool and clean» am Zürcher Kantonturnfest wurde von den Jugendlichen relativ schlecht wahrgenommen. Einzelne Jugendliche haben sich aufgrund dieser Präsenz jedoch vertieft über das Programm erkundigt.

A5.3 KREISTURNFEST SEERÜCKEN

Das Kreisturnfest Seerücken fand zwischen Freitag, 24. Juni und Sonntag, 26. Juni 2011 statt.

Das Hauptgelände des Kreisturnfestes befindet sich in der Gemeinde Bottinghofen. Die meisten Disziplinen wurden in der Dreifachturnhalle, auf dem Sportplatz und auf den anliegenden Wiesen der Gemeinde durchgeführt. Zusätzlich wurden drei Plätze im „Hafenfeld“ von Kreuzlingen für die Korbball- und Faustballspiele genutzt. In den Turnhallen „Egelsee“ in Remisberg, „Dreispietz“ in Kreuzlingen und „Schwärzi“ in Altnau wurde Volleyball ausgeübt. Die Wettkämpfe 35+ und PlusSport wurden auf den Schulanlagen der Gemeinde Scherzingen durchgeführt.

Die Festwirtschaft umfasste auf dem Gelände der Gemeinde Bottinghofen ein Fisch-, ein Bar- sowie ein grosses und ein kleines Festzelt und einen Getränkestand von Coop. Ein weiteres Festzelt für über 35-Jährige befand sich in der Gemeinde Scherzingen.

A5.3.1 UMSETZUNG «COOL AND CLEAN»-MASSNAHMEN

Gemeinsam mit dem Schweizerischen Turnverband schlägt «cool and clean» den Veranstaltern verschiedene Massnahmen im Bereich der Alkohol- und Tabakprävention vor.¹⁷ Deren Umsetzung am Kreisturnfest Seerücken wird nachfolgend erläutert.

Limitierung des Alkoholkonsums

Durch verschiedene von «cool and clean» vorgeschlagene Massnahmen kann der Alkoholkonsum eingeschränkt werden. Nachfolgend wird beschrieben, wie diese Massnahmen aufgrund von *Beobachtungen* am Kreisturnfest umgesetzt wurden.

- *Limitierung der Verkaufsstellen von Alkohol:* Diese Massnahme wurde am Kreisturnfest Seerücken nicht umgesetzt. An allen fünf besuchten Verkaufsstellen wurde Alkohol ausgedient.
- *Alle nichtalkoholischen Getränke sind günstiger:* Diese gesetzliche Vorgabe wurde in vier der beobachteten Verkaufsstellen umgesetzt.
- *Kein Verkauf von Alcopops:* Diese Empfehlung wurde grösstenteils eingehalten. Möglicherweise wurden im Barzelt Alcopops angeboten.
- *Kein Verkauf von hochprozentigen alkoholischen Getränken:* Diese Massnahme wurde in vier von fünf Verkaufsstellen umgesetzt. Lediglich ab 20 Uhr wurden im Barzelt auch Cocktails ausgegeben.

Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes

Um die Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes sicherzustellen, arbeitete das Kreisturnfest Seerücken gemäss dem *Verantwortlichen des Organisationskomitees* mit Kontrollbändeln. Orange Bänder wurden an 16- bis 17-Jährige und grüne an über 18-Jährige abgegeben. Jugendliche unter 16 Jahren oder klar ältere Erwachsene müssen keinen Kontrollbänder tragen. Die Helfenden in den Festbetrieben entscheiden aufgrund einer

¹⁷ Swiss Olympic: Gemeinsam für fairen und sauberen Sport. «cool and clean» an Turnfesten. Ein Angebot für Turnveranstalter, unterstützt durch den Schweizerischen Turnverband (STV), Bern.

Gesichtskontrolle, ob sie eine Identitätskarte verlangen. Jugendliche an der Grenze zum Jugendschutzalter wurden an den von «cool and clean» und «smartconnection» betriebenen Stand sowie an das Fund- und Informationsbüro für den Bezug eines Kontrollbändels überwiesen. Der «cool and clean»-Stand war von neun Uhr morgens bis zwei Uhr nachts geöffnet.

Die Verantwortlichen der Festbetriebe wurden von der Thurgauer Gesundheitsförderungs-, Präventions- und Beratungsstelle Perspektive zu Fragen des Jugendschutzes geschult. Die Festwirtschaftsverantwortlichen instruierten wiederum die restlichen Helfenden an den Verkaufsständen.

Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes

Die Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes erfolgte vor allem über die Jugendschutzplakate. Die *Beobachtungen* zeigen, dass in vier der Festbetriebe entweder Jugendschutzplakate von Perspektive Thurgau oder von «cool and clean» aufgehängt waren (vgl. Fotos in Darstellung DA 25).

DA 25: Jugendschutzplakate



Quelle: Eigene Fotos, 25.6.2011

Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern

Nach Auskunft des *Verantwortlichen des Organisationskomitees* wurde am Kreisturnfest Seerücken auf den Ausschank von Alkohol an den Siegesfeiern verzichtet. Stattdessen werden den Siegern Blumen geschenkt.

Verzicht auf Alkoholwerbung und -sponsoring

Am Kreisturnfest Seerücken wurde nicht auf Alkoholwerbung respektive -sponsoring verzichtet. Die *Beobachtungen* machen deutlich, dass die Brauerei Schützengarten sowohl auf dem Fest- als auch dem Wettkampfgelände auf Bannern, an Theken und Kühlschränken präsent war (vgl. Fotos in Darstellung DA 26).

DA 26: Präsenz von Alkoholwerbung und -sponsoring



Quelle: Eigene Fotos, 25.6.2011

Präsenz von «cool and clean» am Turnfest

Am Kreisturnfest Seerücken war «cool and clean» sehr präsent. Zusammen mit «smartconnection» wurde ein Stand betrieben, an dem Kontrollbündel bezogen, alko-

holfreie Drinks konsumiert und an einem Wettbewerb teilgenommen werden konnte (vgl. Fotos in Darstellung DA 27). Auf dem Wettbewerbsgelände wurden vom Evaluationsteam an mindestens drei Stellen die «cool and clean»-Plastikbanner mit dem Slogan „Sauber kämpfen, fair gewinnen“ gesichtet. Ebenfalls wurde das Wettkampfgelände mit zwei «cool and clean»-Rauchfrei-Plastikbanner gekennzeichnet. Die Eingänge zu den Festbetrieben waren mit grossen Rauchfrei-Fahnen und das Innere mit Rauchfrei-Plakaten markiert (vgl. Fotos in Darstellung DA 28). Schliesslich trugen nach Beobachtungen des Evaluationsteams rund ein Fünftel der Helfenden in den Festbetrieben Jugendschutzbuttons.

Insgesamt wurde die Zusammenarbeit mit «cool and clean» vom Veranstalter als gut beurteilt. Gewünscht wird von «cool and clean» jedoch ein aktiveres Vorgehen. Statt an einem Stand auf die Festbesucher zu warten, sollten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von «cool and clean» durch das Gelände laufen, die Festbesucher direkt ansprechen und wenn möglich Gadgets verteilen. Dadurch würden sich die Festbesucher stärker durch das Programm angesprochen fühlen.

DA 27: Stand von «cool and clean» und «smartconnection»



Quelle: Eigene Fotos, 25.6.2011

DA 28: «cool and clean»-Rauchverbotsplakate



Quelle: Eigene Fotos, 25.6.2011

A5.3.2 WIRKUNGEN «COOL AND CLEAN»-MASSNAHMEN

Das Programm «cool and clean» verfolgt mit seiner Präsenz an den Turnfesten verschiedene Ziele, deren Erreichung am Kreisturnfest Seerücken nachfolgend beschrieben wird.

Einhaltung des Alkohol-Jugendschutzes

Knapp die Hälfte der 50 befragten *Jugendlichen* gab an, dass sie am Kreisturnfest Seerücken Alkohol getrunken haben (vgl. Darstellung DA 29). Die meisten tranken niederprozentige alkoholische Getränke wie Bier. Sieben über 18-Jährige konsumierten ebenfalls hochprozentige alkoholische Getränke. Entgegen den Jugendschutzbestimmungen konsumierten zwei Jugendliche unter 16 Jahren am Turnfest Alkohol. Keiner dieser drei Jugendlichen hat den Alkohol jedoch selber gekauft. Wahrscheinlicher ist, dass die jüngeren Vereinsmitglieder den Alkohol über ältere Vereinsmitglieder beziehen. Gemäss den Organisatoren nehmen die Oberturner ihre Vorbildfunktion nicht immer wahr und veranstalten Trinkwetten. Entsprechend sei eine Sensibilisierungsarbeit von «cool and clean» in den Vereinen bezüglich der negativen Auswirkungen des Alkoholkonsums und der Wichtigkeit der Vorbildfunktion von Leitungspersonen notwendig.

DA 29: Alkoholkonsum und -kauf der Jugendlichen am Turnfest

| Alter | Alkoholkonsum (N = 50) | | | | Selbstgekaufter Alkohol (N = 24) | | | |
|-------|------------------------|-----|------|-----|----------------------------------|-----|------|------|
| | Ja | | Nein | | Ja | | Nein | |
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 15 | 2 | 22% | 7 | 78% | 0 | 0% | 2 | 100% |
| 16–17 | 9 | 56% | 7 | 44% | 4 | 44% | 5 | 56% |
| 18–20 | 13 | 52% | 12 | 48% | 10 | 77% | 3 | 23% |
| Total | 24 | 48% | 26 | 52% | 14 | 58% | 10 | 42% |

Frage: Hast du am Turnfest Alkohol getrunken? Hast du den Alkohol selber gekauft?

Von den vierzehn Jugendlichen, welche den Alkohol selber gekauft haben, mussten lediglich fünf (36%) ihre Identitätskarte zeigen. Möglicherweise haben einige der anderen einen Kontrollbändel gezeigt, was am Kreisturnfest Seerücken vom Evaluationsteam nicht systematisch erfasst wurde. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Kontrolle des Alters am Kreisturnfest Seerücken nicht lückenlos funktionierte.

Verhinderung des übermässigen Alkoholkonsums, des Rauschtrinken und der damit verbundenen Schäden

Vom Kreisturnfest Seerücken sind keine Schäden in Zusammenhang mit übermässigem Rauschtrinken bekannt. Im Gegensatz zu den anderen beiden Turnfesten scheint jedoch die Devise, dass während den Wettkämpfen kein Alkohol getrunken wird, am Kreisturnfest Seerücken weniger verbreitet zu sein. Bereits am frühen Nachmittag war gemäss *Beobachtungen* des Evaluationsteams der Alkoholkonsum weit verbreitet.

Zu den wichtigsten Gründen, mit welchen die *Jugendlichen* ihren Verzicht auf Alkohol begründeten, zählte die mangelnde Gelegenheit. Sie seien erst gerade gekommen und würden später Alkohol konsumieren. Als weitere Gründe wurden von den unter 16-Jährigen das junge Alter und von einigen Jugendlichen die mangelnde Lust auf Alkohol angegeben. Nur vereinzelt war in den Antworten der Jugendlichen ein möglicher Einfluss des Programms «cool and clean» erkennbar. So gaben einzelne Jugendliche an, dass Sport und Alkohol nicht zusammengehören respektive dass in ihrem Verein nicht getrunken würde.

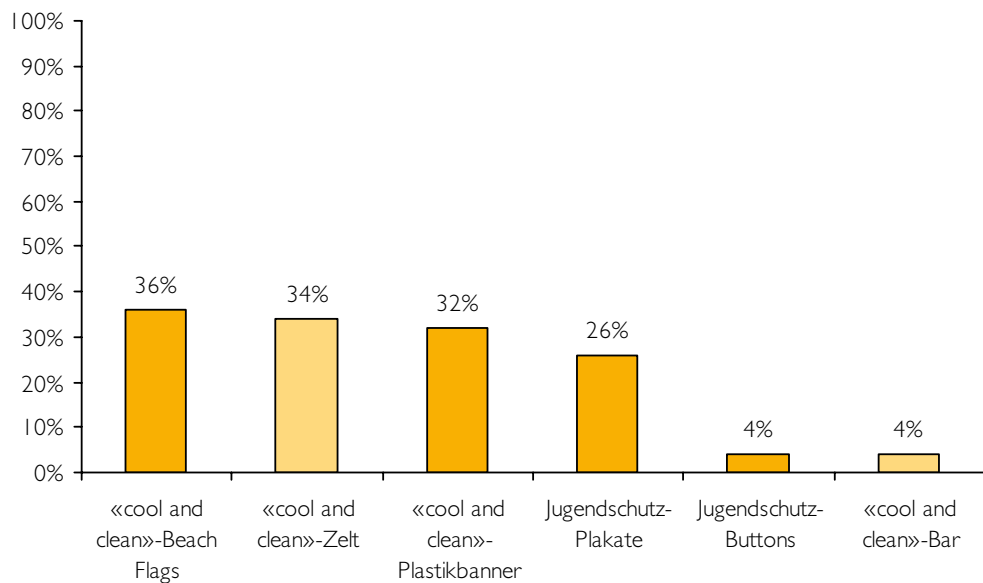
Schutz vor Passivrauchen

Nach Auskunft des *Verantwortlichen des Organisationskomitees* funktionierte die Einhaltung des Rauchverbots in den Festzelten gut. Unter den Turnern gäbe es relativ wenig Rauchende. Auch die *Beobachtungen* des Evaluationsteams zeigen weder auf dem Wettkampf- noch dem Festgelände einen Tabakkonsum auf.

Promotion von «cool and clean»

Die Präsenz von «cool and clean» auf dem relativ kleinen Gelände des Kreisturnfestes Seerücken war relativ ausgeprägt (vgl. Abschnitt A5.3.1). Trotzdem wurde diese Präsenz von den befragten *Jugendlichen* nur mittelmässig wahrgenommen. Jeweils gut ein Drittel erkannte die «cool and clean»-Beach-Flags und -Plastikbanner sowie das Zelt. Damit meinten sie wahrscheinlich den gemeinsam mit «smartconnection» betriebenen Stand. Gut ein Viertel hat die Jugendschutzplakate gesehen. Die Jugendschutz-Buttons und die sich nicht auf dem Gelände befindende «cool and clean»-Bar wurde nur von einzelnen Befragten angegeben.

DA 30: Wiedererkennung der «cool and clean»-Materialien (N = 50)

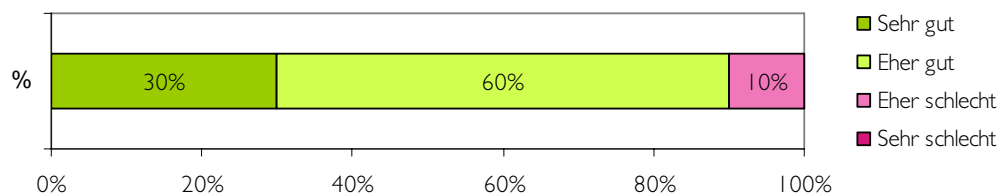


Frage: Hast du am Turnfest irgendwo die folgenden Informationsmaterialien gesehen? Den Jugendlichen wurde eine Liste mit den oben erwähnten Materialien gezeigt. Die dunkelorange markierten Materialien wurden auch vom Evaluationsteam am Kreisturnfest Seerücken gesichtet (vgl. auch Darstellungen DA 27 und DA 28). Die hellorange markierten Materialien wurden vor Ort nicht gesehen. «cool and clean» war nicht in einem den Jugendlichen vorgezeigten Zelt, sondern an einem gemeinsamen Stand mit dem Projekt «smartconnection» präsent.

Die Kommunikationsmaterialien kommen bei den befragten *Jugendlichen* äusserst gut an. Von den 50 Befragten gefallen 96 Prozent die Kommunikationsmaterialien sehr oder eher gut (vgl. Darstellung DA 31). Auffallend hoch ist im Vergleich zu den anderen Turnfesten der hohe Anteil der „Sehr gut“-Antworten. Ausschlaggebend für die hohe Akzeptanz der Materialien Jugendlichen ist vor allem die Farbe, welche als auffal-

lend beschrieben wird. Einzelnen hat zudem die Schrift und das moderne Logo gefallen.

DA 31: Beurteilung der «cool and clean»-Materialien (N = 50)



Frage: Wie gefallen dir diese Informationsmaterialien? Den Jugendlichen wurde zusätzlich zur Liste mit den Materialien das Logo von «cool and clean» auf einem A4-Blatt zur Beurteilung gezeigt.

A5.3.3 FAZIT ZUM KREISTURNFEST SEERÜCKEN

Die wichtigsten Schlussfolgerungen zur Umsetzung der «cool and clean»-Massnahmen am Kreisturnfest Seerücken sind in der Darstellung DA 32 zusammengefasst.

DA 32: Schlussfolgerungen zur Umsetzung

| Umsetzung der Massnahmen | Gut | Mittel | Schlecht |
|---|-----|--------|----------|
| Limitierung Alkoholverkauf | X | | |
| Durchsetzung Alkohol-Jugendschutz | | X | |
| Kommunikation Alkohol-Jugendschutz | X | | |
| Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern | X | | |
| Verzicht auf Alkoholwerbung und -sponsoring | | | X |
| Präsenz von «cool and clean» | X | | |

Quelle: Eigene Darstellung

- *Gut gelungene Limitierung des Alkoholverkaufs:* Die Einschränkung des Verkaufs von Alcopops und von hochprozentigen alkoholischen Getränken sowie die Verbilligung von nichtalkoholischen Getränken wurden grösstenteils umgesetzt. Lediglich die Limitierung der Verkaufsstellen war erfolglos.
- *Mittelmässige Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes:* Mit der Einführung von Kontrollbändern und der Schulung des Verkaufspersonals sind gute Grundlagen für die Durchsetzung des Alkohol-Jugendschutzes geschaffen worden. Unklar ist, wie einheitlich die relativ vagen Vorgaben betreffend die Tragepflicht eines Kontrollbändels von den Helfenden in den Festbetrieben umgesetzt wurden. Erfolg versprechender scheint, wie am Zürcher Kantonturnfest, das Tragen von grünen Kontrollbändern auf eine klar begrenzte Altersgruppe zu beschränken.
- *Gute Kommunikation des Alkohol-Jugendschutzes:* Am Kreisturnfest Seerücken wurden zwar weniger Kommunikationskanäle als an den anderen beiden Turnfesten genutzt. Dafür wurden flächendeckend Jugendschutzplakate in den Festbetrieben aufgehängt.
- *Guter gelungener Verzicht auf Alkohol an Siegesfeiern:* Diese Massnahme wurde vollumfänglich umgesetzt.

- *Schlecht gelungener Verzicht auf Alkoholwerbung und -sponsoring:* Auf das Sponsoring der Brauerei Schützengarten, selbst auf dem Wettkampfgelände, wurde nicht verzichtet.
- *Gute Präsenz von «cool and clean»:* «cool and clean» war nicht nur mit visuellen Kommunikationsmitteln auf dem Gelände des Kreisturnfestes Seerücken sehr präsent, sondern auch durch den gemeinsam mit «smartconnection» betriebenen Stand.

Die wichtigsten Schlussfolgerungen zu den Wirkungen von «cool and clean» am Kreisturnfest Seerücken sind in der Darstellung DA 33 zusammengefasst.

DA 33: Schlussfolgerungen zu den Wirkungen

| Wirkungen der Massnahmen | Gut | Mittel | Schlecht |
|---|-----|--------|----------|
| Einhaltung Alkohol-Jugendschutz | | X | |
| Verhinderung übermässiger Alkoholkonsum | | X | |
| Schutz vor Passivrauchen | X | | |
| Promotion von «cool and clean» | | X | |

Quelle: Eigene Darstellung

- *Mittelmässige Einhaltung des Jugendschutzes:* Die Umfrage bei den Jugendlichen hat zwar ergeben, dass am Kreisturnfest kein Alkohol an unter 16-Jährige und keine hochprozentige alkoholische Getränke an 16- bis 17-Jährige verkauft wurden. Jedoch funktioniert die Überprüfung des Alters der Jugendlichen durch die Festbetriebe nicht lückenlos. Wie an den anderen beiden besuchten Turnfesten auch, halten sich nicht alle Vereine an die Jugendschutzbestimmungen und geben ihren unter 16-jährigen Mitgliedern Alkohol ab. Die Sensibilisierungsarbeit in den Vereinen ist daher für die Durchsetzung der Jugendschutzbestimmungen zentral.
- *Mittelmässig gelungene Verhinderung des übermässigen Alkoholkonsums:* Am Kreisturnfest Seerücken waren zwar keine Ausschreitungen infolge des übermässigen Alkoholkonsums zu verzeichnen. Im Gegensatz zu den anderen beiden besuchten Turnfesten setzte der Alkoholkonsum bereits am Nachmittag während der Durchführung des Wettkampfprogramms ein. Wie an den anderen Turnfesten auch, konnte kaum ein Einfluss auf das individuelle Verhalten der Festbesucher im Hinblick auf eine Einschränkung des Alkoholkonsums ausgemacht werden.
- *Gut gelungener Schutz vor Passivrauchen:* Insgesamt wurde das Rauchverbot auf dem Wettkampfgelände und in den Festbetrieben gut respektiert.
- *Mittelmässig gelungene Promotion von «cool and clean»:* Die Präsenz von «cool and clean» am Kreisturnfest Seerücken wurde von den Jugendlichen mittelmässig gut wahrgenommen. Möglicherweise würde ein aktiveres Zugehen auf die Festbesucher durch «cool and clean» – unterstützt durch die Abgabe von Gadgets – die Wahrnehmung des Programms erhöhen.

ONLINE-BEFRAGUNG: ÜBERSICHT TEILNEHMENDE KANTONALE STELLEN

DA 34: Übersicht antwortende kantonale Stellen

| Sportämter | Anzahl | Suchtpräventionsstellen | Anzahl |
|------------------------|--------|-------------------------|--------|
| Aargau | 2 | Aargau | 1 |
| Appenzell Ausserrhoden | 1 | Appenzell Ausserrhoden | 1 |
| Appenzell Innerrhoden | 1 | Appenzell Innerrhoden | 0 |
| Bern | 2 | Bern | 1 |
| Basel Landschaft | 1 | Basel-Landschaft | 1 |
| Basel Stadt | 0 | Basel-Stadt | 0 |
| Freiburg | 1 | Freiburg | 2 |
| Genf | 0 | Genf | 1 |
| Glarus | 1 | Glarus | 0 |
| Graubünden | 1 | Graubünden | 1 |
| Jura | 1 | Jura | 1 |
| Luzern | 1 | Luzern | 0 |
| Neuenburg | 1 | Neuenburg | 0 |
| Nidwalden | 1 | Nidwalden | 1 |
| Obwalden | 1 | Obwalden | 2 |
| St. Gallen | 1 | St. Gallen | 1 |
| Schaffhausen | 1 | Schaffhausen | 1 |
| Solothurn | 1 | Solothurn | 2 |
| Schwyz | 1 | Schwyz | 0 |
| Thurgau | 1 | Thurgau | 1 |
| Tessin | 0 | Tessin | 1 |
| Uri | 1 | Uri | 1 |
| Waadt | 1 | Waadt | 2 |
| Wallis | 1 | Wallis | 1 |
| Zug | 0 | Zug | 1 |
| Zürich | 1 | Zürich | 2 |
| Kantone | 22 | Kantone | 20 |
| Personen (= n) | 24 | Personen (= n) | 25 |

Legende: rot markiert = keine Antworten, grün markiert = Antworten, n = Grundgesamtheit

IMPRESSUM

WEITERE INFORMATIONEN

INTERFACE

Politikstudien Forschung Beratung

Seidenhofstr. 12

CH-6003 Luzern

Tel +41 (0)41 226 04 26

www.interface-politikstudien.ch

PROJEKTREFERENZ

Luzern, 15. November 2011

Projektnummer: P08-33