

Die Wirkung eines Präventionsangebotes (pragmatisch) messen?

Einblick am Beispiel [*Eltern up to d@te* von Suchtprävention aargau](#)

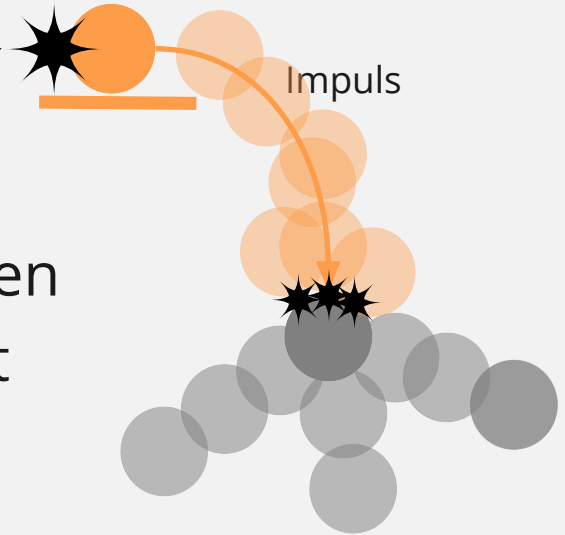
matthias.widmer@fhnw.ch

04.05.2025

Wirkung

Auf eine Intervention rückführbarer
und angestossener Prozess, der einen
Zustand verändert oder unterdrückt

Stimulus



Impuls

Es ist einfach, irgendeine Wirkung zu erzeugen
Es ist schwer, die Wirkrichtung zu kontrollieren

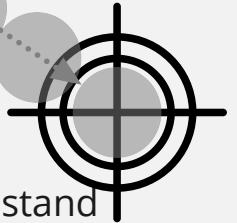
Stimulus → Ausgangszustand

Wirksamkeit

Mit einer Intervention eine erwünschte Wirkung erzeugen

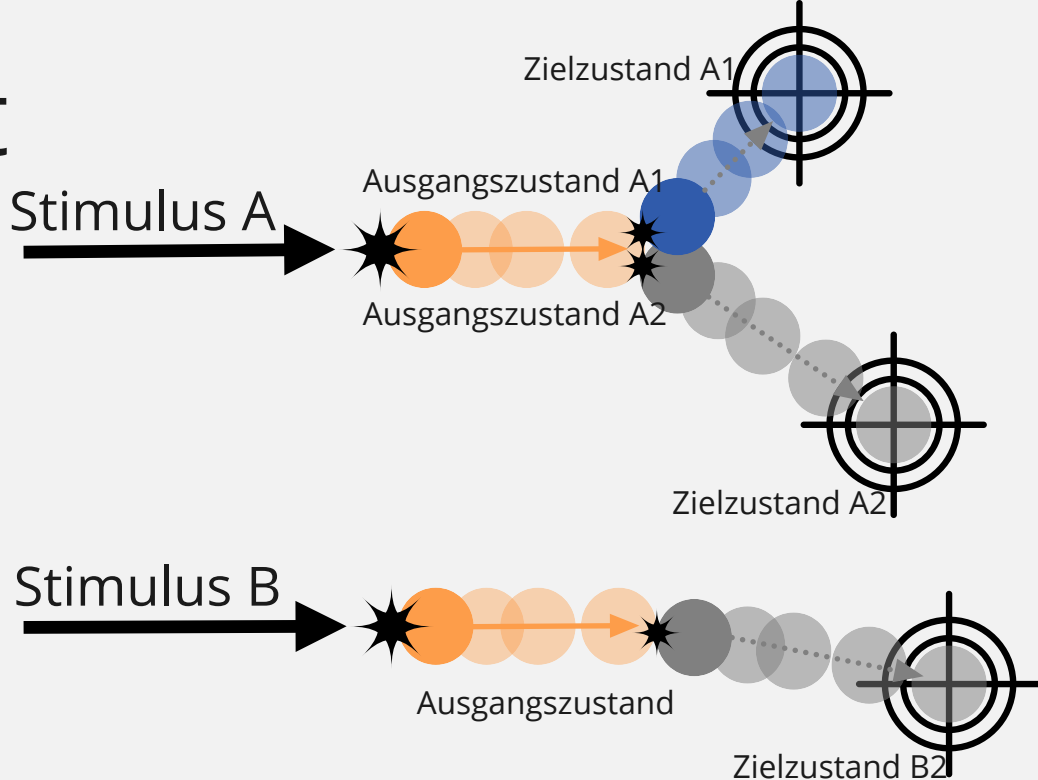
Wissen zu
Zusammenhängen

Zielzustand



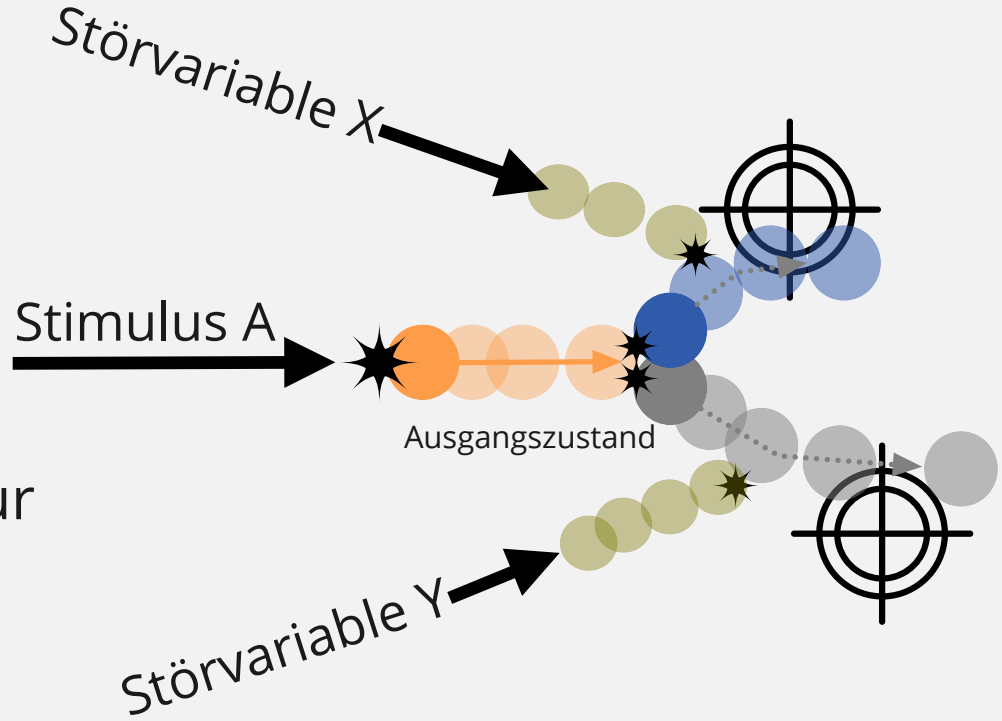
Wirksamkeit

Mehrdimensional: Summe
und Annäherungswerte
aller erreichten
erwünschten Wirkungen



Wirksamkeit

Störvariablen: Einflüsse von aussen, die nicht zur Intervention und zum Ziel gehören



Das tun wir

Das steht an

Podcast

SUCHT
prävention
aargau

Eltern up to d@te

Das Referat bringt Eltern auf den neuesten Stand

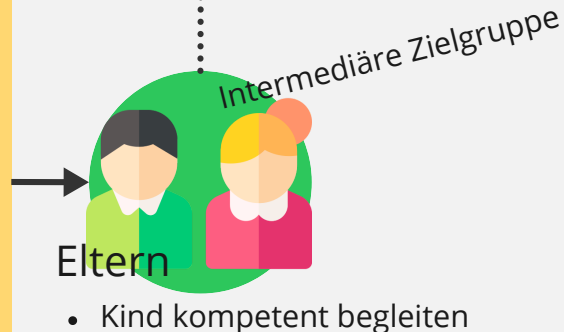
Games, Soziale Netzwerke, Chats, Websites, Onlineshops. Die Möglichkeiten sind unendlich, die Risiken auch. Diese Mischung macht es aus. Die digitale Welt ist einfach spannend und zieht einem schnell mal in ihren Bann.

Eltern müssen nicht jeden technischen Kniff und jedes soziale Netzwerk kennen. Denn: wichtig ist die Art und Weise, wie sie ihre Kinder begleiten, damit sie sich gewandt, sicher und klug im digitalen Dschungel bewegen können. Das heisst, medienkompetent werden.

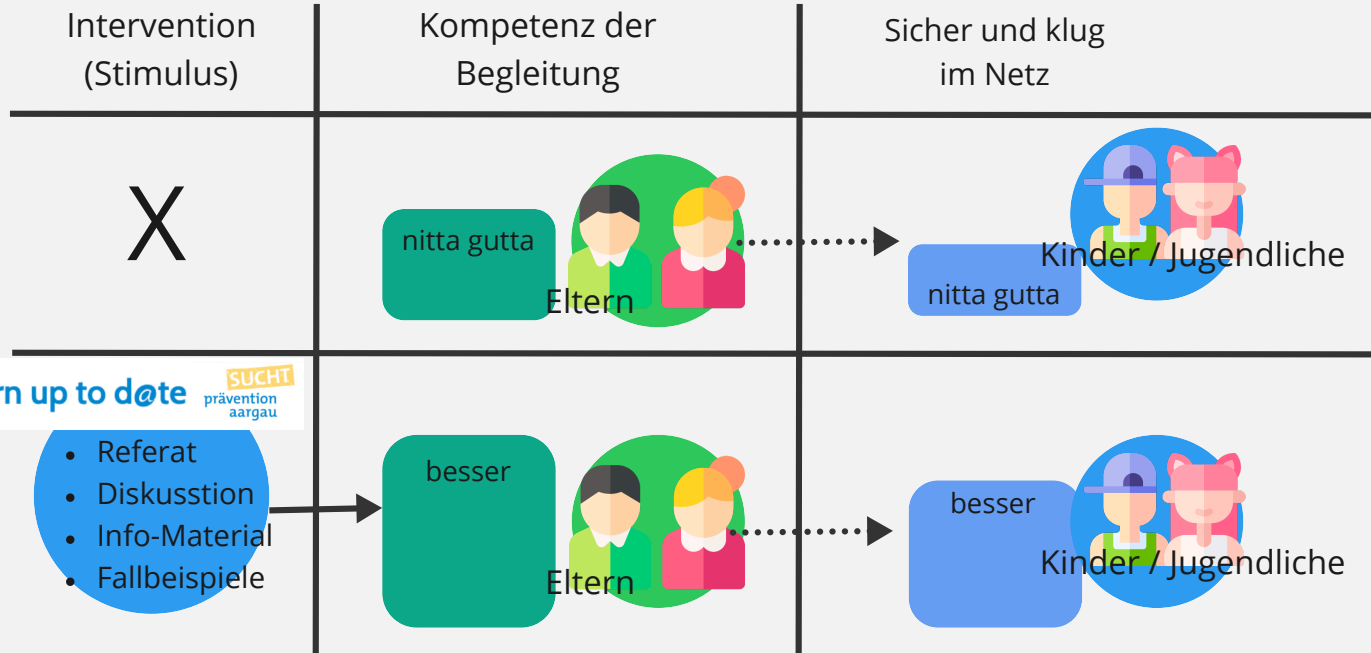
Der Elternabend – Eltern up to d@te kann für Eltern von Kindern und Jugendlichen aller Altersstufen gebucht werden.

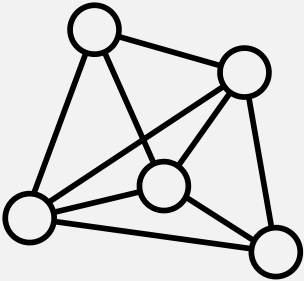


- Sicher und klug im Netz bewegen
- Medienkompetent werden



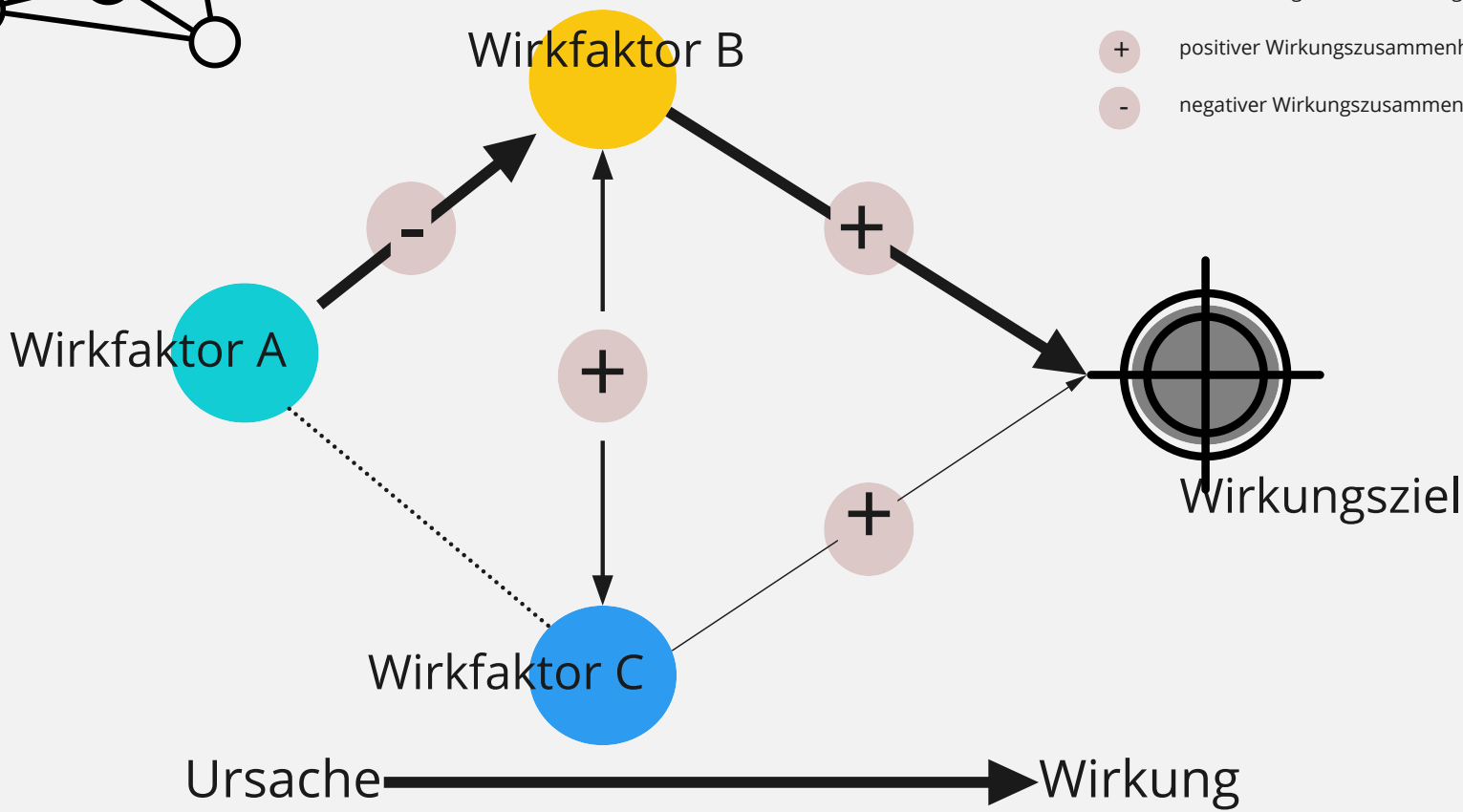
Prävention bedeutet, einen **ungünstigen Zustand** in der Bevölkerung durch gezielte **Massnahmen** zu **verringern**.
Prävention umfasst alle **Aktivitäten** mit dem **Ziel**, den **Zustand** zu **vermeiden**, zu **verzögern** oder **weniger wahrscheinlich** zu machen (ungefähr nach <https://www.rki.de/>)





Das Wirkmodell

- ➔ Wirkungsrichtung (Kausalität)
- starker Wirkungszusammenhang
- schwacher Wirkungszusammenhang
- kein Wirkungszusammenhang
- + positiver Wirkungszusammenhang
- negativer Wirkungszusammenhang

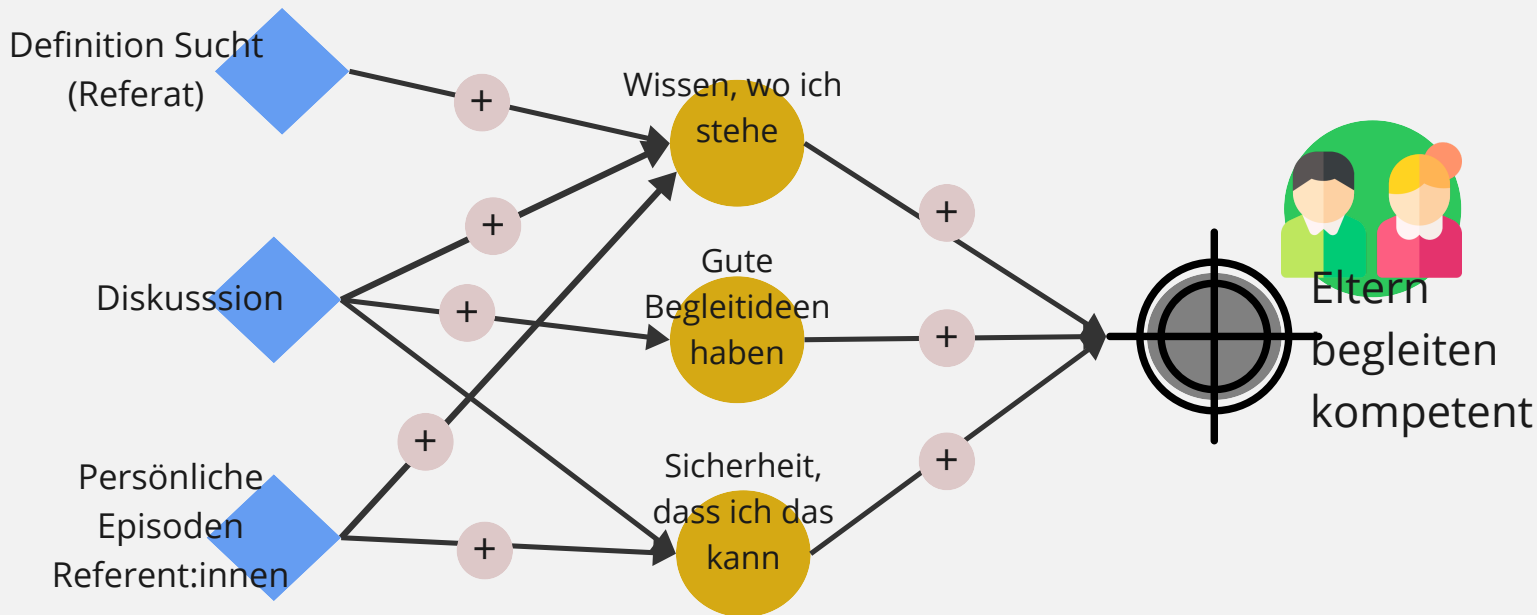


Wirkungskette

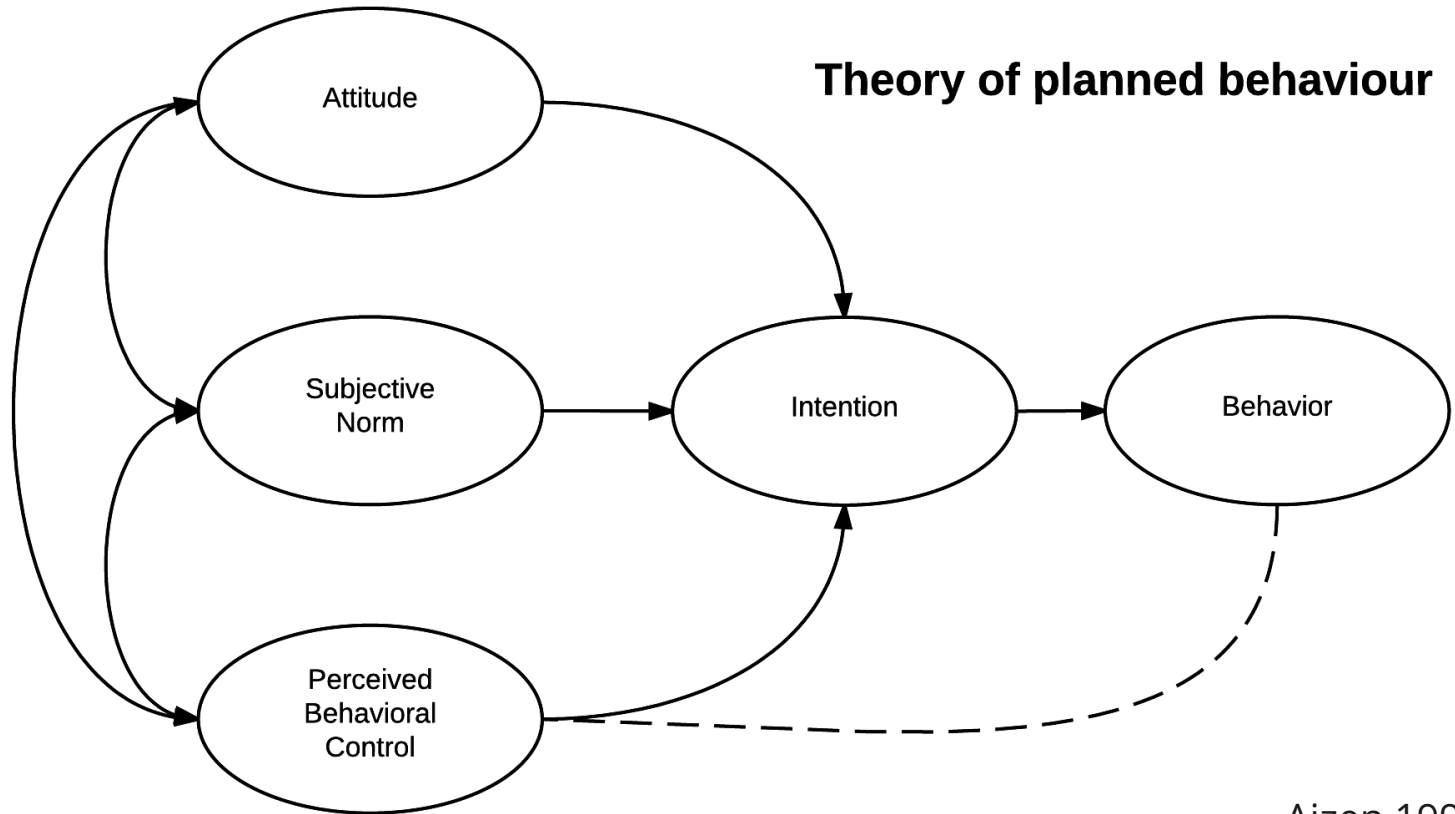
Aktivitäten
(Stimulus)

Vorhersagefaktoren
(Prädiktoren)

Wirkungsziel



Theory of planned behaviour



Ajzen 1991

Theory of Planned Behavior und ...

Eltern up to d@te

SUCHT
prävention
aargau

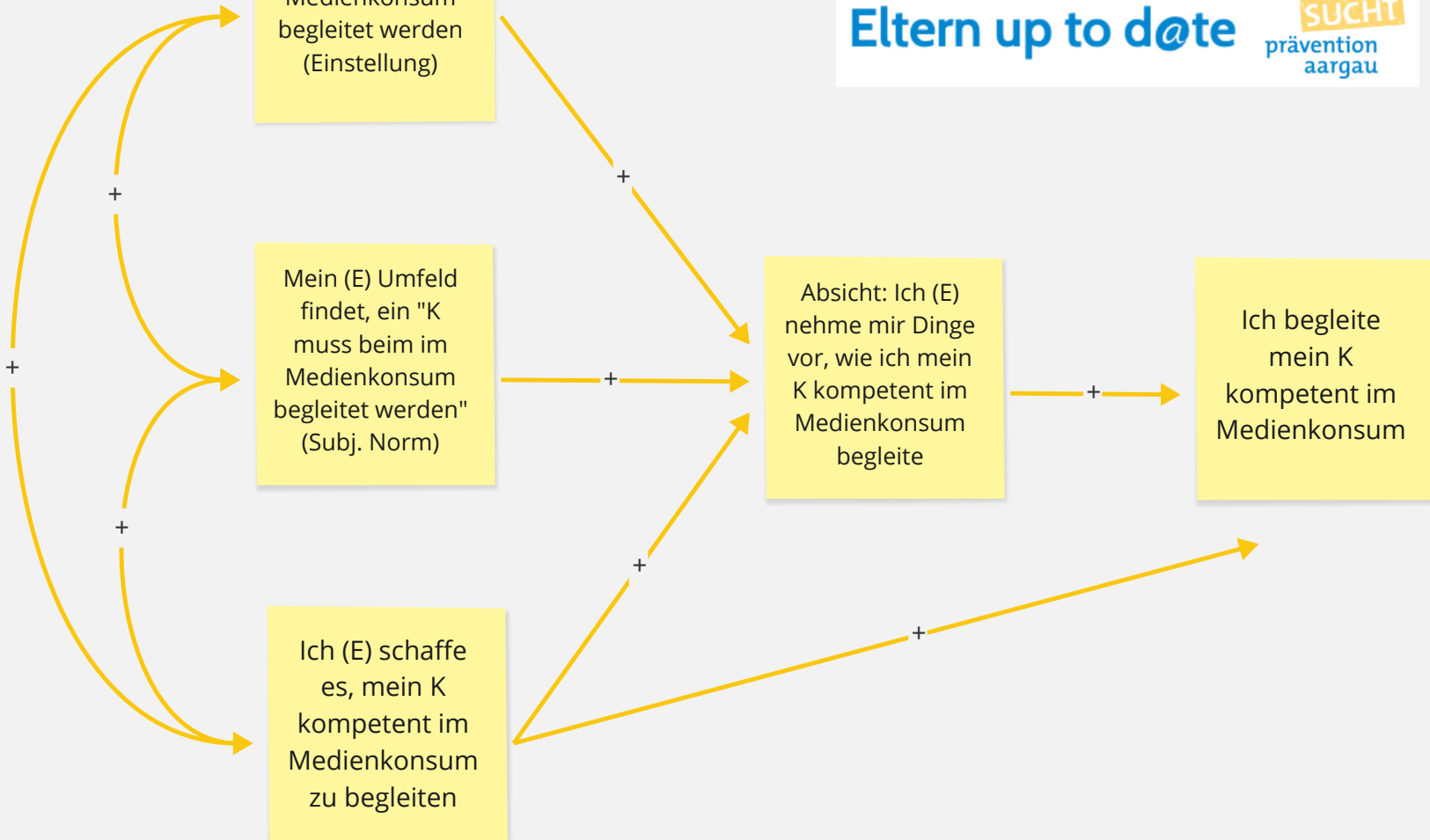
Ich (E) finde, mein K muss beim im Medienkonsum begleitet werden (Einstellung)

Mein (E) Umfeld findet, ein "K muss beim im Medienkonsum begleitet werden" (Subj. Norm)

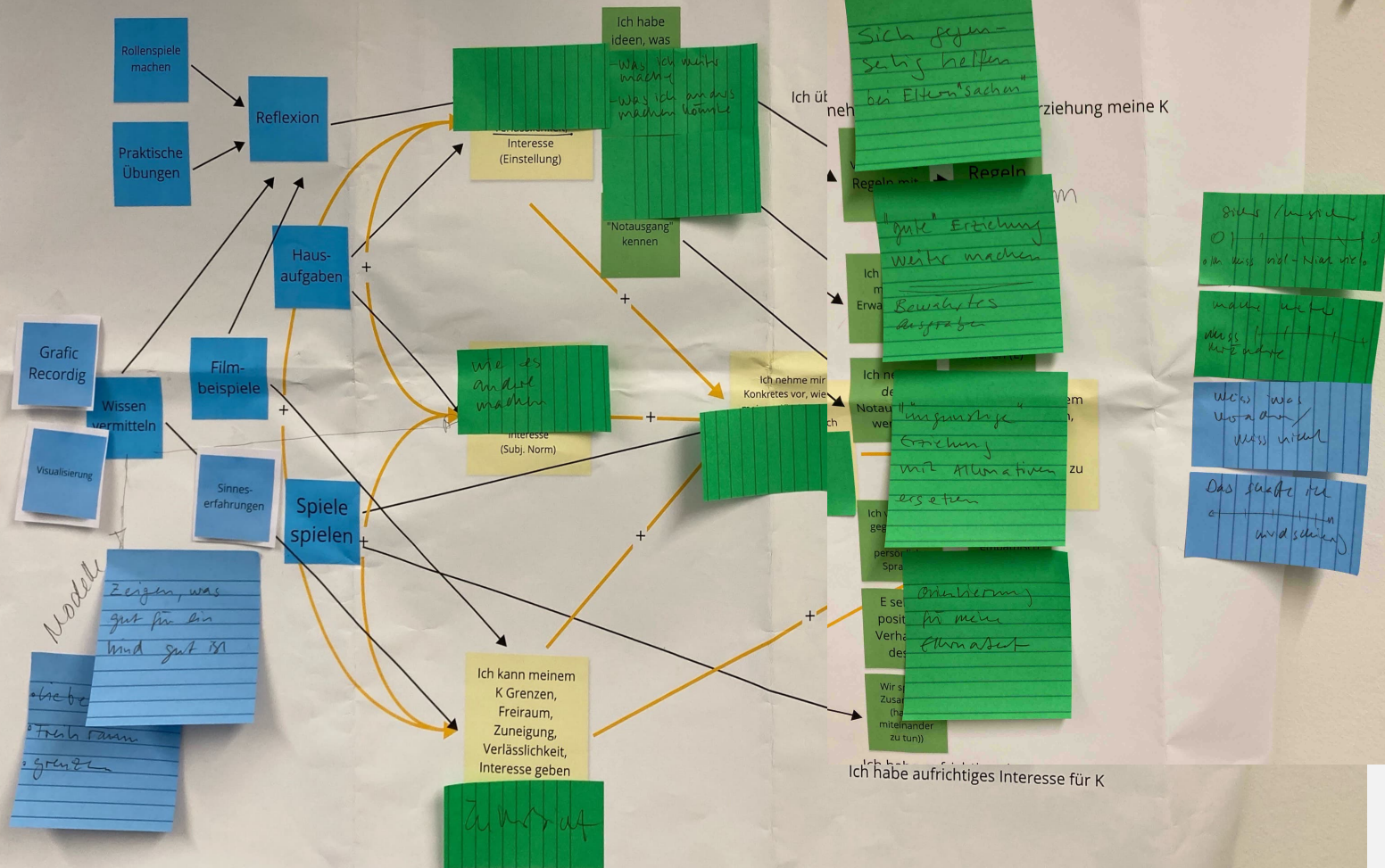
Ich (E) schaffe es, mein K kompetent im Medienkonsum zu begleiten

Absicht: Ich (E) nehme mir Dinge vor, wie ich mein K kompetent im Medienkonsum begleite

Ich begleite mein K kompetent im Medienkonsum



ElternAlltag fern der Heimat

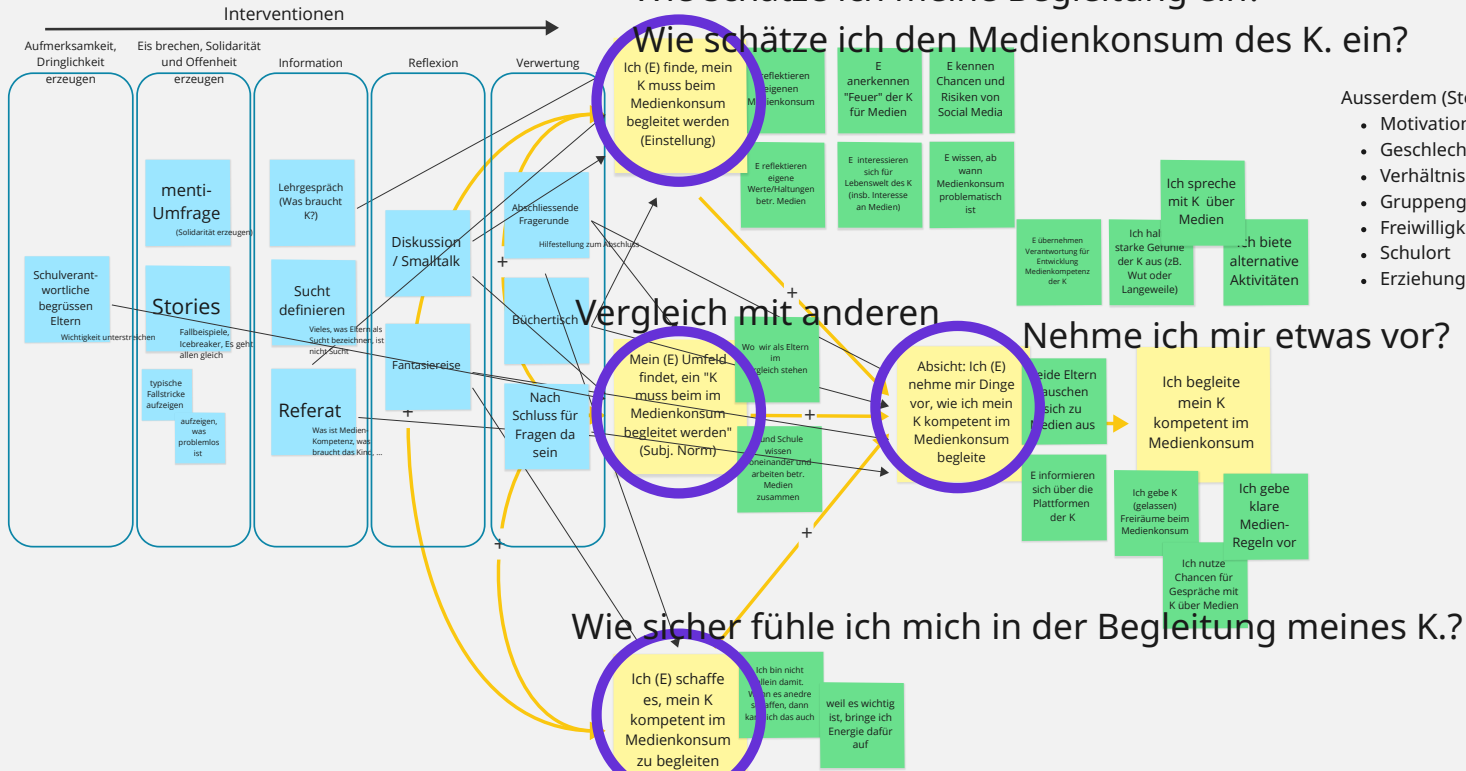


Eltern up to d@te

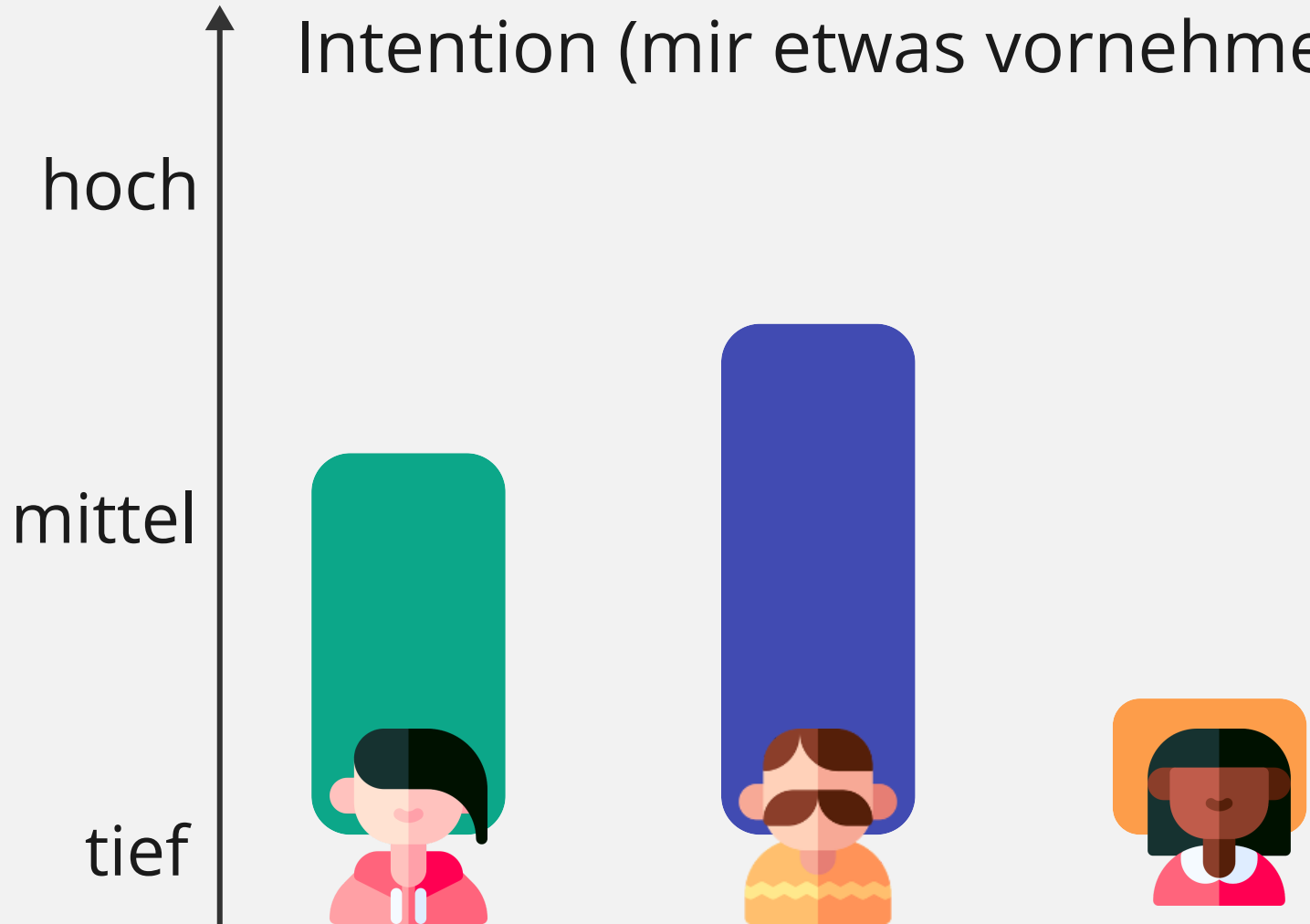
Das Angebot richtet sich an Eltern von Kindern, die sich in einem institutionellen Kontext wie einer Schule befinden. Die Eltern werden zu einem Informationsabend eingeladen, der entweder freiwillig oder verpflichtend sein kann. Ziel des Angebotes ist es, das Bewusstsein und Wissen der Eltern für den Umgang ihrer Kinder mit sozialen Medien zu schärfen und sie für ihre eigene Rolle in diesem Kontext zu sensibilisieren. Es ist klar, dass ein einmaliger Informationsabend nicht ausreicht, um das Verhalten der Eltern erheblich und nachhaltig zu verändern, falls dieses in diesem Zusammenhang kritisch ist. Was der Anlass leisten kann, ist das emotionale Ansprechen der Eltern, das vermittelt neuer Informationen zum Thema. Damit können die Eltern Sicherheit erlangen, was sie im Alltag schon gut machen, was beim Medienkonsum der Kinder überhaupt problematisch ist und was unproblematisch ist. Und letztlich sollen die Eltern auf Ideen kommen, wie sie im Alltag anders mit dem Thema umgehen können. Ziel ist es, dass Eltern nach der Veranstaltung gestärkt in den Medienalltag mit ihren Kindern entlassen werden.

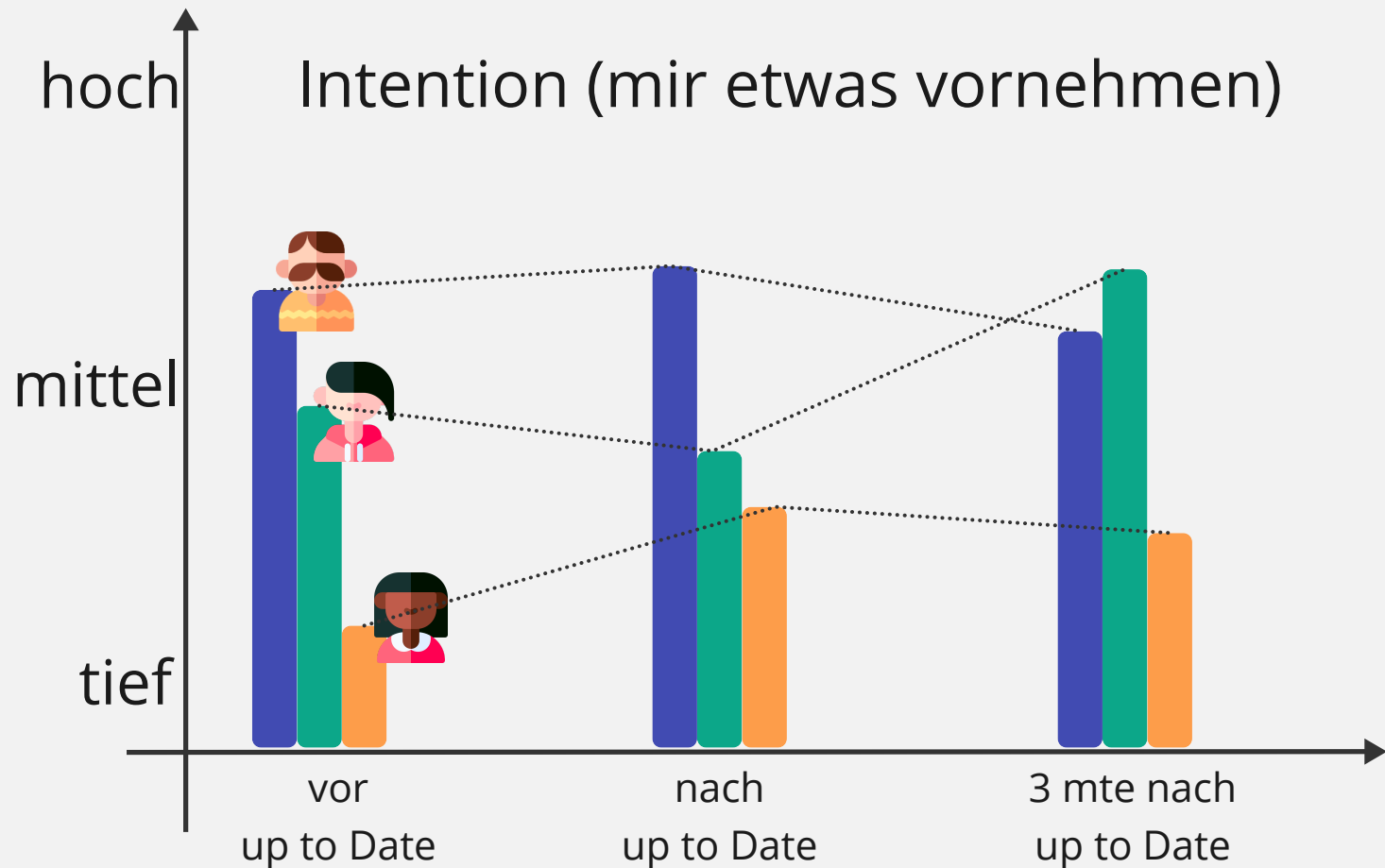
Vom Team werden die folgenden Herausforderungen herausgestellt: Zugang zu Fremdsprachen verbessern; Betroffene Erreichen, die gar nicht kommen und besonders angesprochen sind; Andere, einfacher zugänglicher

Orte für kritische Zielgruppen; Gruppengröße; Verbinden mit anderen Angeboten wie «Flo#»



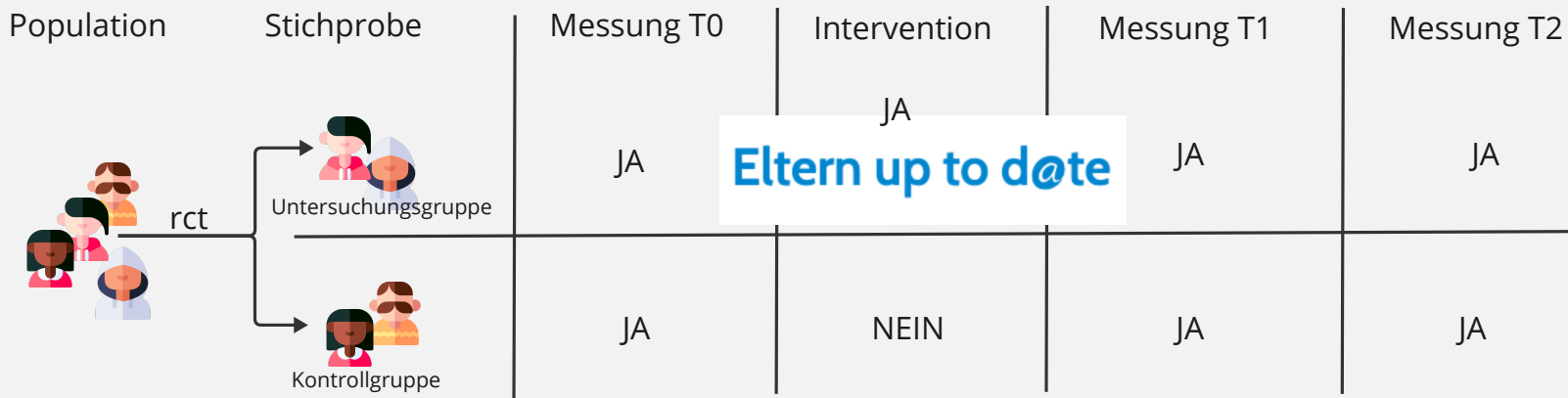
Intention (mir etwas vornehmen)



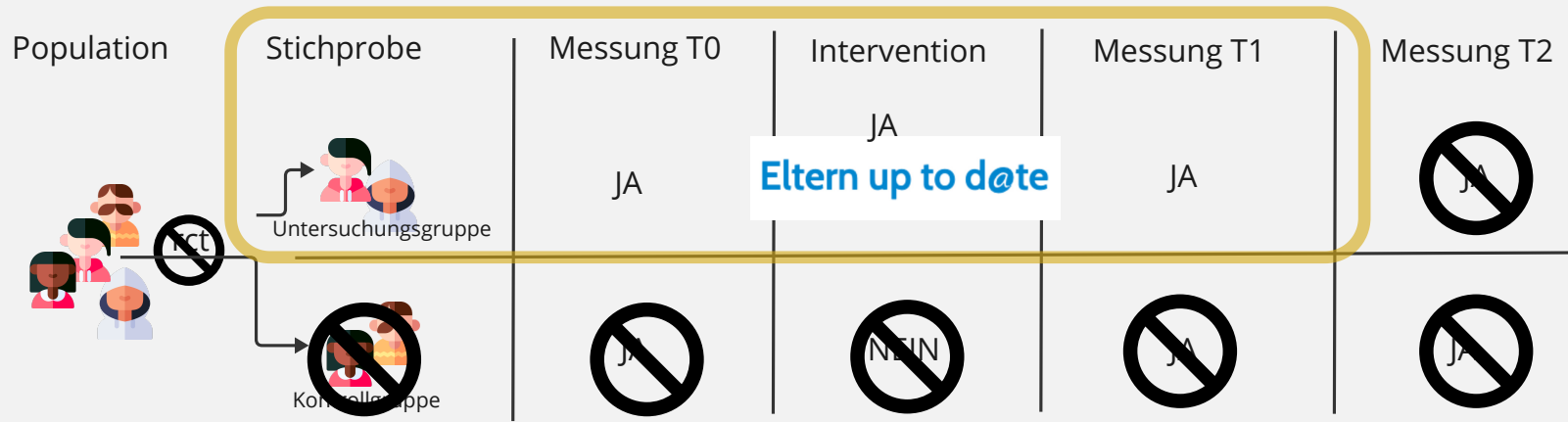


Für einen kausalen Schluss brauchen wir ...

- Zeitliche Reihenfolge (Ursache > Wirkung)
- Begründete Hypothese
- Kontrollgruppe ohne Einfluss der Intervention
- Randomisierung
- Kontrolle von Störvariablen



Pragmatismus



- + Freiwillige und verbindliche Anlässe
- + nur 2x 5 Fragen pro Anlass (Menti), dafür proxy-Befragung für die ganze Gruppe
- + keine verbundene Stichprobe (Menti)

Bogen Kursleitende (Störvariablen, pro Gruppe)

Bogen 1 Eltern up to d@te	Name Moderator:innen: xx	Kompass: xx
Datum / Uhrzeit		
Ort / Online		
Anzahl Teilnehmende		
Veranstalter (Vertretung vor Ort) ☐ LP ☐ SL ☐ SSA		
Wie aktiv waren die Veranstalter (Oben) nicht aktiv ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr aktiv		
Verbindlichkeit der Teilnahme ☐ Freiwillig ☐ <u>Verpflichtend</u>		
Anzahl Personen N=		
Geschlechterverteilung Mehrheit Frauen ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mehrheit Männer		
Schätzfrage an die Schulleitung: Wie viel Prozent der Eltern am Anlass haben Migrationshintergrund? _____%		
Zyklus ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ _____		
Schultypen ☐ Real (C) ☐ Sek (B) ☐ Bez (A) ☐ _____		
Ausleihen Mediothek vor Ort		
Wie schätzen die Kursleitenden die Beteiligung der Eltern ein? tief ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ hoch		

Freiwilligkeit

Gruppengrösse

Geschlechterverteilung

Migrationsanteil

Stufe

Niveau

Beteiligung

Menti Umfrage Teilnehmende

1

Wirkfaktor	Frage	Skala (1-5, 2 Pole)	Messzeitpunkt	Bemerkungen
Wo stehen wir als Eltern im Vergleich? Sub. Norm (trifft Kern nicht ganz)	Wie gehen Sie im Vergleich mit anderen Familien mit dem Medienkonsum Ihres Kindes um?	Wir sind lockerer Wir sind strenger	Anfang Ende	5er Skala v1 Vergleich mit anderen

2

Erziehungstyp	Was löst der Medienkonsum Ihres Kindes bei Ihnen aus? Wählen Sie, was am besten auf Sie passt.	Ich mache mir Sorgen wegen den Gefahren in den sozialen Medien. Ich will mein Kind beschützen. Ich bin entspannt. Mein Kind wird den Umgang mit sozialen Medien selbst lernen. Ich bin verantwortlich, dass meine Kinder den Umgang mit sozialen Medien lernen. Ich verstehe nicht viel von sozialen Medien. Das machen besser Leute, die etwas davon verstehen.	Nur am Ende	Einzelauswahl (nur eines kann gewählt werden) Erziehungstyp (Störvariable)
---------------	---	---	-------------	---

3

E wissen, ab wann Medienkonsum problematisch ist (Einstellung)	Wie finden Sie den Medienkonsum Ihres Kindes?	Nicht problematisch Sehr problematisch	Anfang Ende	5er Skala v2 Wie schätze ich den Medienkonsum des K. ein?
--	---	---	----------------	--

4

Ich (E) finde, mein K muss beim Medienkonsum begleitet werden (Einstellung)	Müssten Sie Ihr Kind im Medienkonsum mehr begleiten oder klappt das im Moment gut?	Es <u>klappt</u> gut Ich muss mehr tun	Anfang Ende	5er Skala v3 Wie schätze ich meine Begleitung ein?
---	--	---	----------------	---

5

Ich (E) schaffe es, mein K kompetent im Medienkonsum zu begleiten (Wahrgenommene Verhaltenskontrolle)	Wie sicher fühlen Sie sich, wenn Sie Ihr Kind beim Medienkonsum begleiten?	Ich bin sicher Ich bin unsicher	Anfang Ende	5er Skala v4 Wie sicher fühle ich mich in der Begleitung meines K.?
---	--	------------------------------------	----------------	--

6

Ich (E) nehme mir Dinge vor, wie ich mein K kompetent im Medienkonsum begleite (Absicht)	Haben Sie genaue Ideen, was Sie bei der Medienbegleitung Ihres Kindes machen wollen?	Keine Ideen Viele Ideen	Anfang Ende	5er Skala v5 Ich nehme ich mir etwas vor
--	--	----------------------------	----------------	---

Ergebnisse

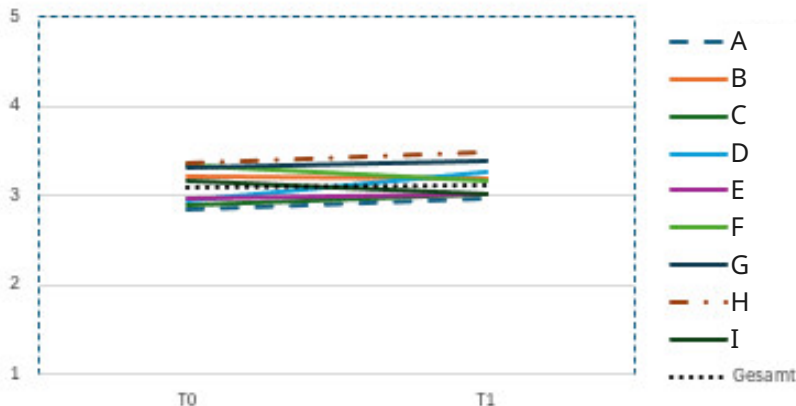
- 9 Anlässe
- 2x 500 Messungen (T0; T1)
- 30-150 Teilnehmende pro Anlass
- 20% freiwillige / 80% verpflichtende Anlässe
- Tendenziell mehr Mütter
- 15%-65% Migrationsanteil
- Fast 70% Zyklus 1
- 16% BESORGTE; 4% ENTSPANNTE; 79% VERANTWORTLICHE
1% ÜBERFORDERTE

Anlässe	Messungen	Datum	Anzahl TNs	Veranstalter	Energie Verar	Verpflichtung	Gender	1=v Migration	Level	Zyklus	Beteiligung	Präventions
1 Niederlenz 1	163 gross	27.02.2025	95 SL, SSA	2 JA	3	60%	1	3 Flott Z1				
2 Gebenstorf	102 mittel	11.03.2025	80 SL	4 JA	2	30%	2	4 Flott Z1				
3 Niederlenz 2	135 gross	12.03.2025	70 SL	4 JA	2	40%	2	2 Flott Z2				
4 Niederw.	38 klein	19.03.2025	30 SL, SSA	Nein	2	20% A, B, C	3	5				
5 Vüllmergen	188 gross	20.03.2025	150 SL	JA	2	65%	1	1 Flott Z1				
6 Küttingen	205 gross	26.03.2025	90 SL	3 JA	2	40%	1	3 Flott Z1				
7 Merenschwand Z1	36 klein	27.03.2025	50 LP, SL, SSA	5 JA	2	35%	1	4 Flott				
8 Gebenstorf Z2/Z3	62 mittel	03.04.2025	50 LP, SL, SSA	5 Nein	2	35% B, C	3	4 Flott				
9 Eiken Z1	114 mittel	01.05.2025	65 SL	5 Nein	3	15%	1	5 Flott				

v1 Vergleich mit anderen

Wie gehen Sie im Vergleich mit anderen Familien mit dem Medienkonsum Ihres Kindes um?

1=lockerer / 5=strenger



- Eltern schätzen ihre Position zu den andern durchschnittlich ein
- Anlass zeigt **keine Wirkung**
- Unterschiede zwischen Schulen

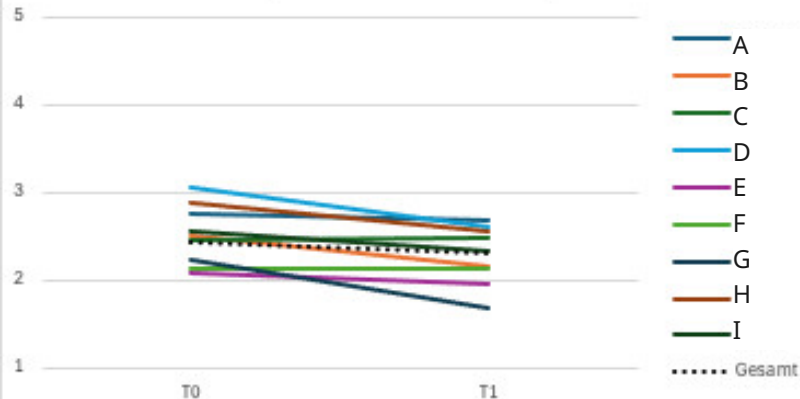
Gruppenebene (vage)

- Je höher Zyklus, desto strenger wird eigene Medienbegleitung eingeschätzt
- Erziehungstyp SORGEN & ÜBERFORDERT schätzen eigene Medienbegleitung i.V. strenger ein
- Erziehungstyp VERANTWORTLICH schätzt eigenes Erziehungsverhalten lockerer ein

121

v2 Wie schätze ich den Medienkonsum meines Kindes ein?

Wie finden Sie den Medienkonsum Ihres Kindes?
1=nicht problematisch / 5=sehr problematisch



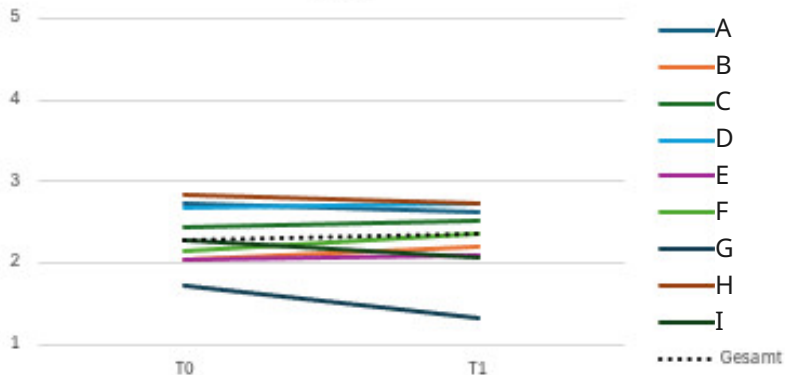
- Eltern schätzen Medienverhalten ihrer Kinder recht unproblematisch ein
- *Der Anlass **bewirkt**, dass Eltern das Medienverhalten der Kinder weniger problematisch einschätzen
- Unterschiede zwischen Schulen

ruppenebene (vage)

- Je höher Beteiligung, desto unproblematischer bewerten Eltern das Medienverhalten der eigenen Kinder

v3 Wie schätze ich meine Begleitung ein?

Müssten Sie Ihr Kind im Medienkonsum mehr begleiten
oder klappt das im Moment gut?
1=Es klappt gut / 5=Ich muss mehr tun

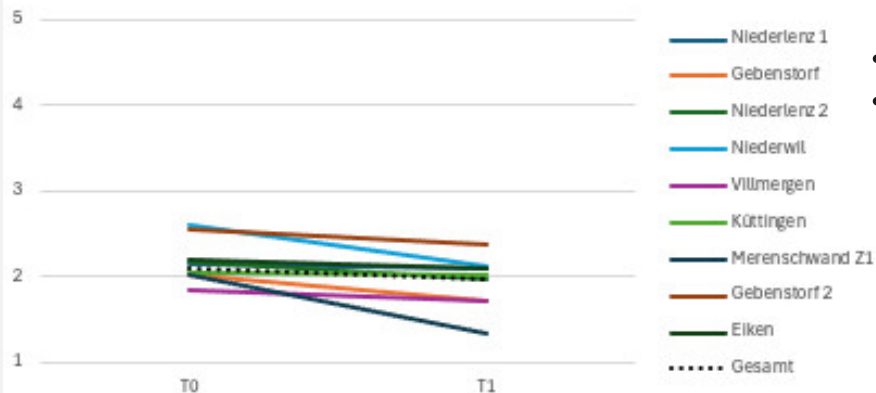


- Eltern finden, dass ihre Medienbegleitung recht gut klappt
- Anlass hat **keine Wirkung** auf die die Einschätzung der eigenen Medienbegleitung
Unterschiede zwischen Schulen > insb. Eltern eine Schule schätzt sich super ein

v4 Wie sicher fühle ich mich in der Begleitung meines K.?

Wie sicher fühlen Sie sich, wenn Sie Ihr Kind beim Medienkonsum begleiten?

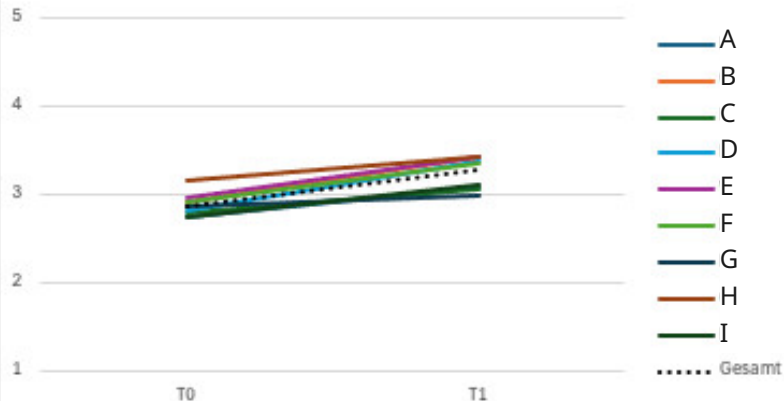
1=Ich bin sicher / 5=Ich bin unsicher



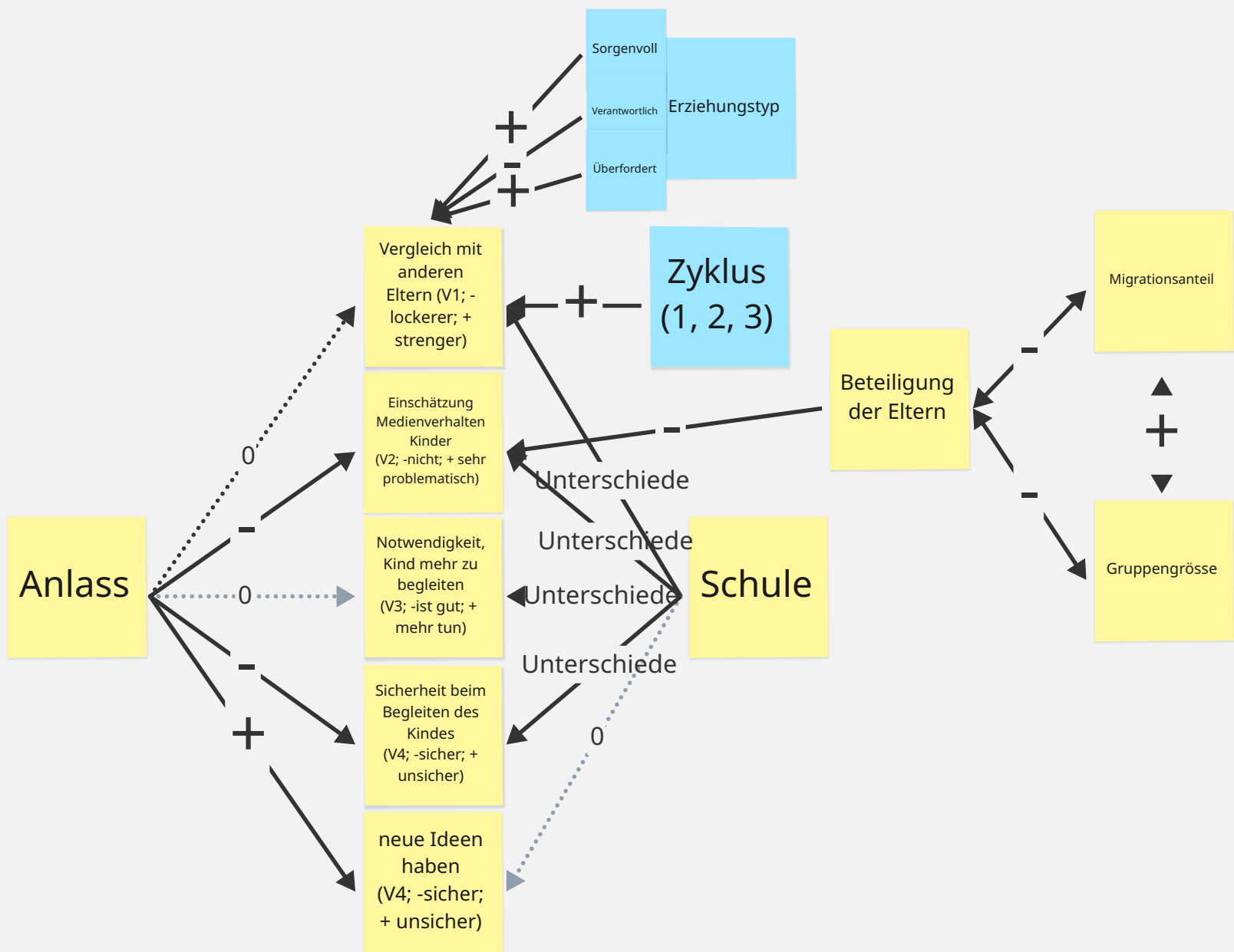
- Eltern schätzen sich bei der Begleitung ihrer Kinder recht sicher ein
- *Anlass **bewirkt**, dass sich Eltern durch den Anlass noch sicherer fühlen (0.12 Punkte auf 1-5er Skala)
- Unterschiede zwischen Schulen
- Besonders versichernd ist der Anlass bei an 2 Schulen

v5 Ich nehme ich mir etwas vor

Haben Sie genaue Ideen, was Sie bei der
Medienbegleitung Ihres Kindes machen wollen?
1=Keine Ideen / 5=Viele Ideen



- Eltern haben nicht übermässig, aber schon ein paar Ideen, was sie anderes machen
- *Anlass **bewirkt**, dass die Ideenvielfalt der Eltern ansteigt
- Keine Unterschiede zwischen Schulen



Learnings

- Versprechen "Eltern werden kompetent" = zu ambitioniert
- Kleinere Anlässe (<50), damit Beteiligung steigt > Beteiligung = ev. Schlüssel zur Auseinandersetzung
- Nachbefragung ins Auge fassen für mittelfristige Wirkung
- Fragen indirekt wir bei den Richtigen, was ist mit den Kindern?
- Jetzt Wirkung einzelner Interventionen experimentell untersuchen
- Präventions-Ziele anpassen, Interventionen umbauen
- Subgruppen mit wenig Wirkung gezielt ansprechen (Migration / BESORGTE)
- ... und weitermessen

Quellen

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Widmer, M. (2024). *Teilhabe wirksam gestalten Soziale Dienstleistungen mit Wirkmodellen entwickeln und steuern* (1. Auflage). Kohlhammer.

