

# Fazit aus zwei Expertisen zu schwer erreichbaren Zielgruppen

## **Ausgangslage**

- **Jahresthema 2014/15 «Schwer erreichbare Zielgruppen» der Stellen für Suchtprävention im Kt. Zürich**
- **Gründung einer Arbeitsgruppe mit dem Auftrag auch externe Expertisen einzuholen. Koordiniert durch die ZüFAM.**

1. Expertise

## **Sucht Schweiz**

- **Begriffsklärung und Eingrenzung «schwer erreichbar»**
- **Wer soll erreicht werden?**
- **Nähere Bestimmung der ausgewählten Zielgruppen**
  - **Vulnerable Familien**
  - **Erwerbslose**
  - **Junge Erwachsene**

## Begriffsklärung

«Gemeinhin werden unter dem Begriff "schwer erreichbare Zielgruppen" für die Prävention relevante Zielgruppen verstanden, welche jedoch aus verschiedenen Gründen nicht durch die herkömmlichen Zugangswege und Angebotsstrukturen erreicht werden können.»

## **Wer soll erreicht werden?**

- Tiefer ökonomischer Status**
- Bildungsferne**
- Soziale Isolation**
- Räumliche Isolation**
- Gesellschaftliche Marginalisierung**
- Direkte strukturelle Barrieren (Erschwerter Zugang)**
- Indirekte strukturelle Barrieren (Ungenügende Identifikation oder Aktivität durch MultiplikatorInnen)**
- Eingeschränkte Mobilität**
- Bewusst gewählte Unerreichbarkeit**

## Eingrenzung auf drei Zielgruppen

- **Vulnerable Familien**
- **Erwerbslose**
- **Junge Erwachsene**

## Ableitungen aus Literatur u. Praxis

Faktoren für schwere Erreichbarkeit	Empfehlungen zur besseren Erreichbarkeit
<b>Soziale Isolation/ Direkte strukturelle Barrieren</b>	Niedrigschwelligkeit, aufsuchende Präventionsmassnahmen
	Zugang über Multiplikatorinnen und Multiplikatoren
	Peer-to-Peer Ansätze
<b>Gesellschaftliche Marginalisierung/ Direkte strukturelle Barrieren</b>	Einbettung in andere, bestehende Programme, Projekte (ausserhalb der Suchtprävention)
	Zugang über andere, bestehende Strukturen, Vernetzung mehrerer Akteure
<b>Bewusst gewählte Unerreichbarkeit</b>	Peer-to-Peer Ansätze
	Niedrigschwelligkeit, Erreichbarkeit über (neue) Medien

## Ausgewählte Massnahmen

- *PartyFit* (Institut für Suchtprävention, Österreich)
- *Mut tut gut* – Stärkung psych. Gesundheit bei Frauen (donna klara und JobCenter)
- Frühe Förderung ab Geburt: *Zeppelin*





Party  Fit!



**checkit!**

In Zusammenarbeit und  
mit Unterstützung



Institut für Suchtprävention  
sucht und drogen  
koordination wien

StoDt+Wien

ZÜFAM

## **Ziele *Partyfit***

- **Junge Menschen mit Peeransatz im Partysetting erreichen und Alkoholkonsum thematisieren**
- **Aktive Auseinandersetzung mit Trinkverhalten und Trinkmotivationen**
  - **nachhaltige Reduzierung des problematischen Alkoholkonsums bzw. Erlernen eines "maßvollen Umgangs"**
- **Bewusstseins Schärfung und Auseinandersetzung mit "Gruppendruck" innerhalb Freundeskreis**

## **Methode *Partyfit***

- **Einsatz von motivierten und geschulten Peers**
- **Zielgruppenadäquates und attraktives Giveaways  
(Saferpartyguide, Alkoholquiz...)**
- **Thematisierung von Safer Sex**

## “Faktor” Peer



## **Ziele *Mut tut gut***

- **Stärkung des Selbstwertgefühls und der Selbstfürsorge**
- **soziale und emotionale Ressourcen erkennen und verbessern können**
- **Tage wieder strukturieren und aktiv gestalten lernen**
- **soziale Isolation verringern**
- **die aktuelle Situation realistisch einschätzen lernen**
- **Schritte zur Verbesserung ihrer Lebenssituation und Gesundheit einleiten**

## **Methode *Mut tut gut***

- **Persönliches Vorgespräch in der Beratungsstelle mit einer der Kursleiterinnen**
- **10-wöchiges Kursprogramm mit 12 -14 Frauen:**
- **5 begleitende Einzelberatungen mit einer Mitarbeiterin aus der Beratungsstelle**
- **Nachtreffen, ca. 8 Wochen nach Kursende**

## **Ziele *Zeppelin***

- **Früherkennung von Kindern in psychosozialen Risikosituationen**
- **Frühe Förderung dieser Kinder:**
  - **Eltern für altersspezifische Bedürfnisse sensibilisieren**
  - **Vorbereitung auf gute Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen**
  - **Sprachentwicklung optimal fördern**

## **Methode *Zeppelin***

- **Elterntrainerin PAT (Parents as Teachers)**
- **Hausbesuche, 2x/Monat, während 3 Jahren**
  - **Eltern/Kind-Interaktion (Bildung, etc.)**
  - **Entwicklung des Kindes (Sprache, etc.)**
  - **Wohl der Familie (Hilfe in Notfällen)**
- **Gruppenangebot, 1x/Monat (Aufbau soz. Netzwerke)**



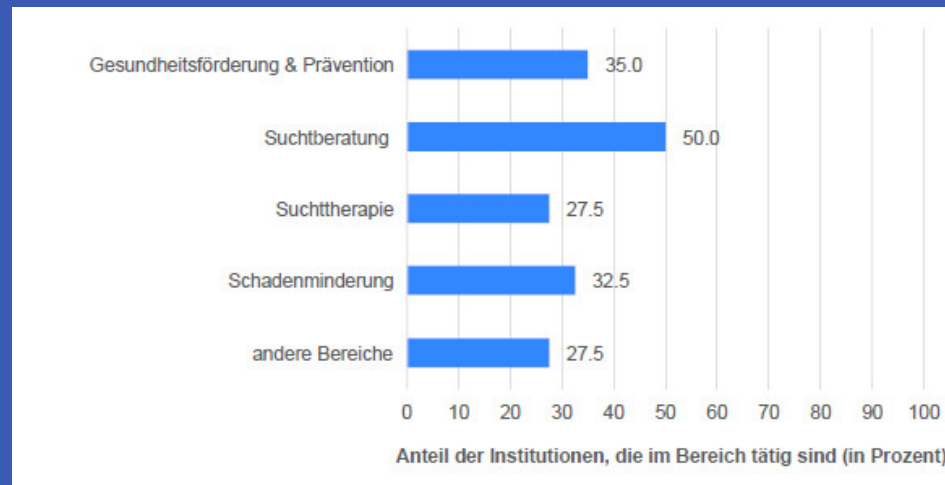
## **Fazit?**

- **Sich auf einzelne ausgewählte Zielgruppen zu fokussieren, um Verzettelung vorzubeugen.**
- **Und Punkte der Folie 5**

## 2. Expertise

# Umfrage bei Mitgliedern Fachverband Sucht

- **Internetbasierte Befragung**
- **40 Mitglieder haben teilgenommen (33%)**



## Wichtigste Zielgruppe: belastete Familien

- Von den drei vordefinierten Zielgruppen werden die **belasteten Familien** am meisten beachtet.
- Gleichzeitig am meisten Schwierigkeiten, den Zugang herzustellen und aufrechtzuerhalten
- und es wird der grösste Handlungsbedarf ausgemacht.

## **Und die anderen beiden?**

- erwerbslosen Personen wird in allen Belangen am wenigsten Beachtung geschenkt.**
- Junge Erwachsene werden von der Prävention und Suchthilfe bereits seit längerem als eigene Zielgruppe angesprochen.**
- Im Unterschied zu den anderen Zielgruppen spielt dabei auch die Online-Kommunikation eine Rolle, wenn auch keine zentrale.**

## **Klare Vorstellung**

**Die antwortenden Institutionen haben relativ klar verteilte Vorstellungen davon, was zu tun ist, damit ihre Angebote von den definierten Zielgruppen wahrgenommen, angenommen und genutzt werden.**

**Aber...**

**«Es besteht ein gewisser Trend dazu, die angetroffenen Zugangsschwierigkeiten, aber auch den wahrgenommenen Handlungsbedarf zu **externalisieren**. So betrifft ein sehr grosser Teil der genannten Schwierigkeiten Zugangsschranken auf Seiten der KlientInnen und Angehörigen – also Faktoren, die nicht mit dem Angebot der Fachstellen in Zusammenhang stehen.»**

## **Allem voran: Vernetzung**

**«Für alle Zielgruppen steht die gezielte Vernetzung und Zusammenarbeit mit anderen Fachstellen, Fachpersonen und spezialisierten Organisationen als Zugang klar im Vordergrund. Das gleiche gilt für die Bewerbung der eigenen Angebote. Obwohl also die Vernetzung eine ganz zentrale Rolle für den Zugang zur Zielgruppe darstellt, scheint es in der konkreten Zusammenarbeit und Koordination mit Partnerstellen oftmals zu „harzen“.»**

## **Fazit?**

- **Die eigenen Institution und deren Angebote und Zugänge überprüfen.**
- **Vernetzung verbessern**
- **Paradoxon: Die Zielgruppen, auf die man sich am meisten konzentriert, sind auch diejenigen, bei denen der grösste Handlungsbedarf gesehen wird...**



# **Erste Empfehlungen der Arbeitsgruppe**

## **Junge Erwachsene**

- Prüfung weitere und Optimierung bestehender Kanäle mit Öffentlichkeitsarbeit. Insbesondere im Onlinebereich**
- Bildung einer AG mit dem Schwerpunkt Nightlife**
  - Wichtiges Oberziel: Vernetzung stärken**

# **Erste Empfehlungen der Arbeitsgruppe**

## **Erwerbslose**

- **Sichtung bestehender Angebote auf Kantonsgebiet, insb. auch aus Therapie- und Beratungsbereich**
- **Vernetzung mit Multiplikatoren aus Amt für Wirtschaft und Arbeit**
  - **1. Schritt auf kantonaler...**
  - **2. Schritt auf regionaler Ebene**

# **Erste Empfehlungen der Arbeitsgruppe Vulnerable Familien**

**Anknüpfung der AG Jahresthema 2016/17 (Kinder aus suchtbelasteten Familien) an die Erkenntnisse aus dem Projekt Zeppelin betreffend innovativem Zugang zu mehrfach belasteten Familien.**

Herzlichen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit