

Evaluation Dialogwoche Alkohol 2013

Schlussfolgerungen und Empfehlungen

1.1 Schlussfolgerungen

Die Schlussfolgerungen betreffen Themen wie die Akzeptanz der Präventionsarbeit im Bereich Alkohol, die Projektorganisation und verschiedene Überlegungen zur Zusammenarbeit, die Aktivitäten der Dialogwoche, Fragen zum bottom-up Ansatz und Nutzen der Dialogwoche für die verschiedenen Akteure der Dialogwoche. Zuletzt wird die Frage gestellt, ob und gegebenenfalls welchen Dialog die Dialogwoche Alkohol 2013 bis anhin anregen konnte.

1.1.1 Hohe Akzeptanz der Sensibilisierung zum Thema Alkohol als Präventionsmassnahme

Die Befragung der repräsentativen Stichprobe der Schweizer Bevölkerung hat ergeben, dass die Sensibilisierung zum Thema Alkohol als Präventionsmassnahme eine hohe Akzeptanz geniesst und diese von der Schweizer Bevölkerung als notwendig erachtet wird. Auch das Medienmonitoring hat gezeigt, dass die Berichterstattung über die Dialogwoche in den allermeisten Fällen positiv oder neutral ausfällt, und nur selten negativ. Die hohe Bereitschaft der verschiedenen Umsetzungspartner und Trägerorganisationen, an einer neuerlichen Durchführung der Dialogwoche teilzunehmen, weist darauf hin, dass auch die verschiedenen Akteure der Zivilgesellschaft die Präventionsarbeit im Bereich Alkohol unterstützen. Diese verschiedenen Indizien deuten darauf hin, dass trotz teilweise kontroverser Diskussion des Themas Alkohol die Präventionsarbeit akzeptiert und als sinnvoll eingeschätzt wird.

1.1.2 Projektorganisation und Zusammenarbeit

Zusammenfassend beurteilen die Akteure der Dialogwoche die Projektstruktur sowie die Kommunikation mehrheitlich positiv. Dieser Beurteilung kommt umso mehr Bedeutung zu, als die Vielfalt an verschiedenen Akteuren, die jeweils unterschiedliche Zielsetzungen, verschiedene Aktionsradi auf unterschiedlichen Ebenen (lokal, regional/kantonal und national) und auch unterschiedliche Organisationsstrukturen und -abläufe aufweisen, eine Zusammenarbeit komplexer und schwieriger macht. Hinzu kommt, dass Partnerkampagnen, d.h. Kampagnenformen, in welchen Bundesstellen eng mit der Zivilgesellschaft (Fachverbände, Fachstellen, NPOs etc.) und anderen öffentlichen Institutionen (andere Bundesämter, Kantonale Stellen, kommunale Schulen, etc.) zusammenarbeiten und diese auch über Handlungs- und Entscheidungsspielraum verfügen, eine nach wie vor neue Art der Präventionskampagne darstellt. Somit kann die Dialogwoche 2013 als ein zweites Pilotprojekt betrachtet werden, welches bereits aus den gesammelten Erfahrungen der Dialogwoche Alkohol 2011 lernen konnte, sich immer aber auch noch am Entwickeln ist. Um für allfällige weitere Dialogwochen relevantes Steuerungs- und Handlungswissen bereit zu stellen, kristallisierten sich aus der Evaluation die folgenden nun näher beschriebenen Themen der Kommunikation, Terminplanung, sowie des Rollenverständnisses und der Zusammenarbeit verschiedener Akteure heraus.

Kommunikation

Wie aus den Evaluationsergebnissen ersichtlich wird, konnte der Dialogwochennewsletter von Akteuren der Online-Befragung relativ wenig weitergeleitet werden. Die Gründe hierfür sind nicht genau bekannt, es kann jedoch angenommen werden, dass einige Umsetzungspartner den Newsletter nicht erhalten haben, hingegen andere ihn mehrmals erhielten und somit es nicht als notwendig erachteten, diesen noch weiterzuleiten. Der Newsletter deckt möglicherweise auch nicht die Bedürfnisse "aller" Zielgruppen ab.

Terminplanung

Die Evaluation hat gezeigt, dass die Vorlaufzeit, d.h. die Information und frühzeitige Vorbereitung der Dialogwoche markant verbessert werden konnten im Vergleich zur Dialogwoche 2011. Verschiedene kritische Bemerkungen zur Vorlaufzeit und auch die Tatsache, dass das nationale Kommunikationskonzept eher spät vorlag, und nicht alle Akteure das Gefühl hatten, rechtzeitig darüber informiert worden zu sein, weisen darauf hin, dass die Terminplanung nach wie vor ein zentrales Element der Projektorganisation ist. Wie bereits die Evaluation der Dialogwoche 2011 gezeigt hat, brauchen die Akteure der Dialogwoche mindestens ein Jahr Vorlaufzeit aufgrund ihrer verschiedenen Budget- und Planungsprozesse. Da diese Prozesse auf verschiedenen Ebenen koordiniert werden müssen, ist die Terminplanung der Dialogwoche ausserdem sehr komplex und benötigt auch in dieser Hinsicht ein umsichtiges und proaktives Vorgehen.

Klarheit Rolle und Kontaktpersonen

Die Befragten wurden am Anfang der Online-Befragung gebeten, ihre Rolle während der Dialogwoche zu definieren, d.h. anzugeben, ob sie Umsetzungspartner/in, Trägerorganisation oder kantonale Koordinatoren waren. Viele der befragten Akteure hatten mehrere Rollen, manchmal wurden bis zu 3 Rollen gleichzeitig genannt. Das heisst, dass gewisse Akteure gemäss eigener Angaben gleichzeitig Trägerorganisation und Umsetzungspartner/in waren und ebenfalls der kantonalen Koordination angehörten. Dies überrascht insofern, als dass eine Kumulation von zwei Rollen tatsächlich möglich ist (Träger und kantonale Koordinatoren können oftmals auch zusätzlich Umsetzungspartner sein, indem sie Aktivitäten organisieren), dass aber gemäss der vorgesehenen Projektstruktur eine Kumulation von drei Rollen eigentlich eher unwahrscheinlich sein sollte. Es gab auch zwei Akteure, welche ihre Rolle nicht benennen konnten. Diese Überlegungen weisen darauf hin, dass das Rollenverständnis sowie die verwendeten Begrifflichkeiten (bspw. was ist eine Umsetzungspartnerin?) allenfalls nochmals geklärt resp. erneut kommuniziert werden müssen.

Aus den Antworten der Online-Befragung wird zudem ersichtlich, dass 22% der Befragten (21 Akteure) keine Kontaktperson hatten und 8 Akteure angaben, dass sie nicht wussten, wer ihre Kontaktperson war (N=95). Es ist der Projektleitung bekannt, dass teilweise Organisationen aus eigener Motivation und nur in losem Zusammenhang mit der Dialogwoche Aktivitäten organisiert und z.B. einfach den Kanton darüber informiert haben. Da jedoch über die Kontaktpersonen viel Informationsarbeit und Begleitung geleistet wurde, stellt sich die Frage, inwiefern alle Akteure der Dialogwoche über eine solche verfügen sollten (Pflichtcharakter, pro-aktive Kontaktaufnahme durch Kontaktpersonen zu Umsetzungspartner, etc.) und wie diese bekannt zu machen wäre.

Zusammenarbeit der Projektleitung und der Kantone

Im Gespräch mit der Projektleitung der Dialogwoche Alkohol zeigte sich, dass die Zusammenarbeit mit den Kantonen unterschiedlich gestaltet ist. Drei mögliche Zusammenarbeitsformen können schematisch dargestellt werden:

- Es gibt keine kantonale Koordinationsperson oder –gruppe. Dies bedeutet, dass die Fachverbände direkt mit einzelnen Umsetzungspartnern in Kontakt standen.
- Es gibt eine kantonale Koordinationsperson, die entweder bei der kantonalen Verwaltung arbeitet oder bei einer Nonprofit-Organisation angestellt ist.
- Es gibt kantonale Koordinationsgruppen, die die verschiedenen Akteure des Kantons, welche sich an der Dialogwoche beteiligen, zusammenführt.

Die operativen Projektleitungen, bestehend aus Mitarbeitenden der Fachverbände in den drei Sprachregionen, standen in regelmässigem Kontakt mit der kantonalen Koordinationsperson

oder –gruppe, nahmen an Sitzungen teil und konnten diese kantonalen Partner/innen als Informationskanal zu den Umsetzungspartner nutzen.

Die Evaluation hat nicht auf diese verschiedenen Zusammenarbeitsformen fokussiert, und aus diesem Grund sind diesbezüglich keine weiteren Aussagen möglich ausser des Hinweises, dass es im Hinblick auf allfällige weitere Durchführungen der Dialogwoche nützlich sein könnte, mehr Wissen zu diesen Zusammenarbeitsformen zu generieren. Dies auch darum, weil die Koordination der verschiedenen Ebenen (Bund, Kanton, lokal) im Rahmen der Evaluation verschiedentlich als Herausforderung genannt wurde.

1.1.3 Öffentlichkeitsarbeit und mediale Präsenz der Dialogwoche

Die Online-Befragung der Akteure der Dialogwoche zeigte, dass die nationale und regionale/lokale Rahmenkommunikation als wichtig für die Dialogwoche eingestuft, und die Wahrnehmung der Öffentlichkeitsarbeit durch die Bevölkerung als eher gut beurteilt wurden. Die verschiedenen Rückmeldungen im Rahmen der offenen Fragen bestätigen, dass allgemein grosser Fortschritt hinsichtlich der Öffentlichkeitsarbeit und Rahmenkommunikation im Vergleich zur ersten Dialogwoche festgestellt wird, dass jedoch nach wie vor kritische Äusserungen zu diesen Themen gemacht wurden. Da die Dialogwoche verschiedene Akteure und Ebenen ansprechen soll, und somit auch die Öffentlichkeitsarbeit sich auf ein sehr breites Zielgruppenspektrum bezieht, ist die adressatengerechte Kommunikation eine grosse Herausforderung und kann allenfalls nicht in gewünschtem Masse erfolgen. Es stellt sich hier also die Frage, ob im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit gewisse Zielgruppen vermehrt fokussiert werden, oder ob weiterhin alle Bevölkerungssegmente gleichermassen bedient werden sollten.

Weitere Fragen stellen sich in Zusammenhang mit der Koordination von lokaler, regionaler und nationaler Öffentlichkeitsarbeit. Es wurde im Rahmen der Evaluation darauf hingewiesen, dass hier noch Optimierungspotential besteht und so könnte es hilfreich sein, für eine zukünftige Dialogwoche den Aspekt der Koordination besonders stark zu berücksichtigen.

Für die Weiterentwicklung des Kommunikationskonzeptes können zudem folgende Anhaltspunkte berücksichtigt werden: Die Berichterstattung erfolgte vorwiegend in regionalen Medien (149 Berichterstattungen gegenüber 58 Beiträge in überregionalen Medien und 42 Beiträge in lokalen Medien), d.h. es könnte nützlich sein, gezielt diese regionalen Medien zu bedienen, oder aber, je nach Kommunikationsstrategie, die Bemühungen in den anderen Medien (lokal, überregional) zu intensivieren. Anstoss für die Berichterstattung gaben die Dialogwoche und die Aktivitäten, Hauptthema der Berichterstattung war oftmals die Aktivität selber. Diese Elemente können für die Öffentlichkeitsarbeit wirksam eingesetzt werden, indem viel über Aktivitäten berichtet wird, respektive indem Aktivitäten durchgeführt werden, die öffentlichkeitswirksam sind. Zudem ist davon auszugehen, dass regionale Medien gern auch hinsichtlich der Veranstaltungen in der Region gelesen werden.

Verschiedene Ergebnisse der Evaluation deuten ausserdem darauf hin, dass die Kommunikationskompetenzen der Umsetzungspartner im Rahmen einer Dialogwoche stark gefordert sind. Viele der Aktivitäten standen in Zusammenhang mit der Erarbeitung und Anwendung von Kommunikationsmitteln (Plakatkampagnen, Radiobeiträge, Zusammenarbeit mit Printmedien, Internetauftritte, ...). Gemäss der Online-Befragung der Akteure der Dialogwoche wurden die im Auftrag der Projektleitung der Dialogwoche durchgeführten Schulungen für die Umsetzungspartner zur Öffentlichkeitsarbeit denn auch sehr geschätzt. Es kann daraus geschlossen werden, dass für weitere Durchführungen der Dialogwoche die Förderung der Kommunikationskompetenzen der Umsetzungspartner für alle Beteiligten hilfreich sein könnte.

Die mediale Präsenz der Dialogwoche zeichnete sich dadurch aus, dass vor allem während der Dialogwoche Berichterstattung generiert werden konnte und diese über viermal umfangreicher als während anderer „normaler“ Wochen ausfiel. Es konnte also ein klarer medialer Effekt der Dialogwoche festgestellt und die Medien als Multiplikatoren eingesetzt werden, und dies durch eine positive oder neutrale Berichterstattung. Es konnte eine ähnliche Medienresonanz für z.B. die parlamentarischen Verhandlungen zum Alkoholgesetz beobachtet werden. Um ein genaueres Bild der Art der Berichterstattung in Zusammenhang mit der Dialogwoche und einen Vergleich zu anderen Berichterstattungen zum Thema Alkohol herzustellen, müssten jedoch weitere Auswertungen durchgeführt werden, die den Rahmen der vorliegenden Evaluation sprengen.

1.1.4 Aktivitäten der Dialogwoche

Im Rahmen der Dialogwoche wurden gemäss Kalender der Webseite www.ich-spreche-ueber-alkohol.ch 275 Aktivitäten durchgeführt, wobei zu beachten gilt, dass in der Kalenderfunktion nicht alle tatsächlich durchgeführten Aktivitäten erfasst wurden¹. 67% der Aktivitäten (185) wurden in der Deutschschweiz realisiert, 23% in der französischen Schweiz (63) und 10% (27) in der italienischen Schweiz.

Auf die Frage, ob die Aktivitäten in Bezug auf die Ziele der Dialogwoche erfolgreich waren, wurde im Rahmen der Online-Befragung von den Umsetzungspartnern bei 49% der Aktivitäten (84) angegeben, dass dies voll und ganz zu trifft, bei 36% der Aktivitäten (61), dass dies eher zu trifft. Im Hinblick auf weitere Durchführungen der Dialogwoche Alkohol wäre spannend zu eruieren, welche Art von Aktivitäten gut bzw. weniger gut ihre Ziele und ihr Zielpublikum erreichten. Die vorliegende Evaluation liefert erste Erkenntnisse zu dieser Frage, eine vertiefte Beantwortung letzterer müsste jedoch durch weitere Erhebungen und Auswertungen erfolgen.

Folgende Elemente sind bereits bekannt:

- Die Befragten schätzten vor allem Aktivitäten mit interaktiven Bestandteilen, die eine aktive Teilnahme ermöglichten. In diesem Zusammenhang wurden der Rauschparcours, der Fahrtst/Fahrsimulator und der Promillerechner explizit als bleibende Erinnerungen erwähnt.
- Aktivitäten müssen zudem Neues, Spannendes, Interessantes, Lehrreiches vermitteln, damit die Befragten gerne teilnehmen.
- Die Art der Projekte, die sich die Befragten wünschen, sind Kunstprojekte, Informationsveranstaltungen und Konzerte, es werden also künstlerische/musische sowie informative Aktivitäten gleichermaßen geschätzt.
- Zugang zu den Aktivitäten fanden die Befragten durch die Volksschule sowie durch zufällige Teilnahme. Für das Erreichen des Publikums bedeutet dies einerseits, dass Aktivitäten durch bestehende Institutionen wie Schule, Arbeitgeber etc. bekannt gemacht werden können. Andererseits sind Aktivitäten im öffentlichen Raum so zu platzieren, dass möglichst viele Passanten und Passantinnen erreicht werden können. Die Veranstalter müssen so den Schritt zum Zielpublikum machen, denn die Leute scheinen eher weniger geplant zu einer Aktivität zum Thema Alkohol zu kommen, ausser die Kommunikation findet in einem verbindlichen Rahmen (Schule, Arbeitgeber) statt.

1.1.5 Bottom-up vs. top-down Ansatz

Die Dialogwoche orientiert sich am bottom-up Ansatz. Wie in der Evaluation der Dialogwoche Alkohol 2011 bereits festgestellt, sind drei Dimensionen des bottom-up Bewegung festzustellen², nämlich:

- Organisationsform (die lokalen Umsetzungspartner habe einen hohen Entscheidungs- und Handlungsspielraum)
- Aktivitäten (die Aktivitäten werden von lokalen Umsetzungspartnern organisiert)
- Dialog (die Inhalte des Dialogs sind nicht vorgegeben, die Absicht besteht nur darin, den Dialog anzuregen).

Verschiedene Themen, die auf diesen drei Dimensionen des bottom-up Ansatzes verortet werden können, wurden auch in der Evaluation der Dialogwoche 2013 wieder angesprochen und werden nachfolgend zusammenfassend dargelegt.

Bottom-up Organisationsform

Die hohe Komplexität der Koordination der verschiedenen politischen Ebenen und die Herausforderung im Bereich der Rollenklärung und der Aufgabenteilung wurden bereits erwähnt in den Schlussfolgerungen zur Projektorganisation und der Zusammenarbeit. Insbesondere haben die Befragten hervorgehoben, dass die Einbindung der Fachstellen sowie die Kompetenzen und die Einbindung der kantonalen Koordinationspersonen und -gruppen noch gestärkt werden könnten.

Die Akteure der Dialogwoche gaben in der Online-Befragung an, dass für sie die Partnerkampagnenform teilweise einen grossen Aufwand darstelle. Sie stellen sich daher die Frage, ob das

¹ Das Projektleitungsteam hat zurückgemeldet, dass alleine in der Deutschschweiz 208 Aktivitäten gezählt wurden. Die Angaben zum Tessin sind gemäss Angaben der Projektleitung vollständig im Kalender eingetragen. Die Anzahl tatsächlich durchgeführten Aktivitäten in der Westschweiz ist nicht bekannt.

² Ruffin, Regula, Ettlín, Ricarda und Guggenbühl, Lisa (2011), S. 12 ff.

Kosten-Nutzenverhältnis für sie stimmt. Aus diesem Grund wurde vorgeschlagen, dass vermehrt regional, d.h. auch überkantonal zusammengearbeitet wird, oder sich generell verschiedene Anbieter zusammenschliessen könnten. Ein weiterer Vorschlag ist, dass die Aktivitäten vermehrt vom BAG lanciert werden und nicht von kleinen Partnern, da vermutet wird, dass dies wirkungsvoller wäre. Diese Überlegungen deuten auf bestehende Grenzen des bottom-up Ansatzes hin und zeigen den Wunsch nach „top-down“ Unterstützung. Die Frage, wie viel „bottom-up“ und wie viel „top-down“ es braucht, kann nicht abschliessend geklärt werden. Eine umsichtige Kommunikation und Planung ermöglichen es jedoch, diese praktisch anzugehen, z.B. indem nach Synergien zwischen lokalen Umsetzungspartnern oder sogar Kantonen gesucht, und übergreifende Unterstützungsleistungen wie Schulungen zur Öffentlichkeitsarbeit angeboten werden.

Bottom-up Aktivitäten

Während der Dialogwoche wurden gemäss des bottom-up Ansatzes Aktivitäten von lokalen Umsetzungspartnern organisiert. Verschiedene Rückmeldungen aus der Online-Befragung der Akteure zeigen, dass dies in den meisten Fällen gut funktionierte, dass aber auch gewisse Schwierigkeiten beobachtet wurden. In einem Kanton sei es z.B. der Kanton gewesen, der praktisch alle Aktivitäten organisierte und nicht private Vereine. Andere berichteten, dass viele Umsetzungspartner einfach für sich etwas gemacht, sich aber wenig für die anderen Aktivitäten der Dialogwoche in ihrer Region interessiert hätten. Weiter wurde erwähnt, dass es „Kollisionen“ zwischen lokalen und kantonalen Aktivitäten gegeben habe, dies wurde aber nicht näher beschrieben.

Die Befragten stellen sich auch die Frage, ob das BAG ein Basismodul für Aktivitäten den Umsetzungspartnern zur Verfügung stellen könnte (also ein „top-down“ Vorgehen), um Synergien zu generieren und Ressourcen auf lokaler Ebene zu schonen. Im Widerspruch dazu stehen Aussagen bezüglich der Notwendigkeit, auf lokale und kantonale Ideen Rücksicht zu nehmen. Es ist also auch in Bezug auf die Aktivitäten zwischen genug „bottom-up“ und „top-down“ zu balancieren.

Bottom-up Dialog

Die Frage des bottom-up Dialogs wurde im Rahmen der vorliegenden Evaluation weniger stark thematisiert als während der Evaluation der Dialogwoche 2011. Es wurden auch dieses Mal geschätzt, dass die Botschaft nicht vorgegeben war, jedoch wurden gleichzeitig von den Akteuren der Dialogwoche im Rahmen der Online-Befragung Vorschläge gemacht bezüglich einer Fokussierung auf eine bestimmte Botschaft oder ein bestimmtes Thema.

Die vorhergehenden Darlegungen zeigen, dass eine zentrale Herausforderung von Partnerkampagnen die Frage darstellt, wie bottom-up und top-down Vorgehen sinnvoll kombiniert werden können. Dieses Thema werden die verschiedenen Akteure der Dialogwoche immer wieder zusammen aushandeln müssen und konkrete Lösungswege finden. Dabei werden voraussichtlich gewisse unterschiedliche Vorstellungen bestehen bleiben, da auch die Präferenzen und Kontextbedingungen unterschiedlich bleiben werden.

1.1.6 Nutzen der Dialogwoche für die Akteure

Die Teilnahme an der Dialogwoche 2013 hat sich für viele Umsetzungspartner und Trägerorganisation sowie die kantonalen Koordinationspersonen/-gruppen positiv ausgewirkt. So konnte die Mehrheit der befragten Akteure ihr Netzwerk erweitern, die Zusammenarbeit mit anderen Akteuren intensivieren, die Bekanntheit ihrer Organisation steigern und ihr Engagement zum Thema Alkohol verdeutlichen. Auch konnten viele Akteure durch die Dialogwoche ihre Zielgruppe besser erreichen. Diese Nutzen wurden bereits im Rahmen der Evaluation der Dialogwoche 2011 festgestellt und weisen somit eine gewisse Konstanz auf. Wichtig ist hier festzuhalten, dass die Dialogwoche Alkohol nicht nur Wirkungen auf die Zielgruppe (die sehr weit als „in der Schweiz wohnhafte Personen“ definiert werden kann) aufweist, sondern auch auf die Umsetzungspartner selber. Interessant wäre zu überprüfen, wie sich diese neuen und erweiterten Zusammenarbeitsformen zwischen den Dialogwochen entwickeln, d.h., wie nachhaltig diese Nutzen für die Akteure sind. Es könnte nämlich die Hypothese aufgestellt werden, dass die Dialogwoche den Akteuren neue Möglichkeiten eröffnet, und somit auch die Präventionsarbeit im Bereich Alkohol zwischen den Dialogwochen begünstigt. Diese Hypothese kann im Rahmen

der vorliegenden Evaluation nicht überprüft werden, da die Datenerhebung und -auswertung sich auf die Dialogwoche konzentrierte.

1.1.7 Konnte der Dialog angeregt werden?

Die Dialogwoche will, wie ihr Name bereits sagt, den Dialog über Alkohol anregen. Es geht darum, das Nachdenken und Sprechen über Alkohol zu begünstigen, ohne eine spezifische Botschaft zu vermitteln. Die Evaluation der Dialogwoche 2011 hat gezeigt, dass der Dialog tatsächlich angeregt werden konnte, dass viele Akteure der Dialogwoche aber skeptisch waren in Bezug auf die Nachhaltigkeit des Dialogs. Wie wird zwei Jahre später dieses Thema gesehen?

Verschiedene Aussagen deuten darauf hin, dass auch die Dialogwoche 2013 den Dialog anregen konnte. So haben die Teilnehmenden an den Aktivitäten beschrieben, dass die bleibenden Erfahrungen für sie unter anderem allgemeine Informationen zu Alkohol, sowie zu Gefahren und Risiken von Alkohol/Grenzen des Alkoholkonsums und zu Anlaufstellen bei Alkoholproblemen waren. Zudem konnten sie interessante Gespräche, Diskussionen und Austausch führen. Sie haben auch die Wirkung des Alkoholkonsums auf den Körper besser kennen gelernt und teilweise durch Rauschbrillenparcours auch selbst erfahren und erhielten Tipps im Umgang mit Alkohol. Eine Mehrheit der Akteure der Dialogwoche ist zudem der Meinung, dass durch die Dialogwoche beziehungsweise dessen Aktivitäten der Dialog über Alkohol angeregt werden konnte.

Die Befragung der Schweizer Bevölkerung hat jedoch ergeben, dass kein signifikanter Unterschied zwischen dem Nachdenken und Sprechen über Alkohol vor und nach der Dialogwoche festzustellen ist. Dies bedeutet noch nicht, dass für einzelne Personen der Dialog nicht stattgefunden hat. Es weist eher darauf hin, dass eine Dialogwoche ein punktuelles Ereignis ist, welche mehrere Male wiederholt oder in der Zeit zwischen den Dialogwochen mit Massnahmen und kommunikativ begleitet werden müsste, um nachhaltige Veränderungen in der Allgemeinbevölkerung herbei zu führen. Die Fachliteratur spricht in diesem Zusammenhang davon, dass eine Wiederholung von Botschaften das Verstehen der Inhalte fördert und auch die Einstellung zum Thema positiv beeinflusst³. Angewendet auf die Dialogwoche kann somit vermutet werden, dass eine zweimalige, punktuelle Durchführung unzureichend ist, um gesamthafte Wirkungen zu entfalten. Ausserdem besteht die Frage, inwiefern die weiteren Aktivitäten im Rahmen des Nationalen Programms Alkohol (NPA) das Nachdenken und Sprechen über Alkohol beeinflussen und ob hier allfällige längerfristige Wirkungen entstehen, die auf ein Zusammenspiel der verschiedenen Elementen des NPA zurück zu führen sind. Wie die vorliegende Evaluation klar zeigen konnte, verfügt die Sensibilisierung zum Thema Alkohol als Präventionsmassnahme über eine hohe Akzeptanz in der Gesamtbevölkerung. Damit besteht eine gute Ausgangslage für weitere Dialogwochen oder sonstige Präventionskampagnen im Bereich Alkohol.

1.2 Empfehlungen

Aus den verschiedenen Evaluationsergebnisse und Schlussfolgerungen ergeben sich verschiedene Handlungsfelder, in welchen Weiterentwicklungen der Partnerkampagne Dialogwoche Alkohol sinnvoll und notwendig erscheinen. Diese Handlungsfelder werden nachfolgend als mögliche Empfehlungen des Evaluationsteams formuliert.

- Die Spalte *Thema* verweist auf den Sachverhalt, welcher im Rahmen der Evaluation festgestellt wurde.
- Die Spalte *Empfehlungen* legt Handlungsmöglichkeiten dar.
- Die Spalte *Kapitel* verweist auf den Ort der Behandlung des Sachverhalts im hier vorliegenden Bericht.

Nr.	Thema	Empfehlung	Kapitel
1	Die Kampagnenprodukte, insbesondere auch die App und das Kartenspiel <i>Mythen und Tatsachen</i> , wurden rege genutzt von den Akteuren der Dialogwoche.	Die verschiedenen durch die Projektleitung zur Verfügung gestellten Kampagnenprodukte können weiterhin zur Verfügung gestellt und allenfalls weiterentwickelt werden.	3.2

³ Vgl. Atkin und Rice (2012).

Nr.	Thema	Empfehlung	Kapitel
2	Die Dauer der Vorbereitungszeit und die Terminplanung konnten seit der Dialogwoche 2011 optimiert werden, diese Themen stellen jedoch laut Akteure der Dialogwoche weiterhin eine Herausforderung dar.	Bei der Planung und Durchführung allfälliger weiterer Dialogwochen kann es von Vorteil sein, weiterhin die Dauer der Vorbereitungszeit genügend langfristig vorzunehmen. Der Terminplanung ist noch mehr Aufmerksamkeit zu widmen, und die Abstimmung auf Feiertage zu berücksichtigen.	3.1 / 4.1
3	Die Antworten aus der Online-Befragung machen erkenntlich, dass es einer Rollenklärung bedarf. Die Akteure wissen nicht immer genau, welche Rolle sie einnehmen, wie diese heisst, und auch wer ihre Kontaktpersonen bei der Projektleitung ist.	Die verschiedenen Rollen der Akteure der Dialogwoche, die teilweise auch mehrere Rollen kumulieren, könnten präziser definiert und vermehrt kommuniziert werden. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dabei gilt es zu beachten, dass die Terminologien in den verschiedenen Sprachen klar sind und entsprechend angewandt werden. ▪ Die Kompetenzen sowie die Art und Weise des Einbezugs der verschiedenen Akteure, insbesondere auch der kantonalen Koordinationspersonen/-gruppen und Fachstellen, könnten ebenfalls in diesem Rahmen geklärt werden. ▪ Hier wäre des Weiteren wichtig für die Durchführung einer weiteren Dialogwoche, die verschiedenen Zusammenarbeitformen der Projektleitung mit der kantonalen Ebene auf ihre praktischen Konsequenzen hin zu untersuchen (wer muss wie und wann informiert werden etc.) 	3.1 / 4.1
4	Die Evaluationen der Dialogwoche 2011 und 2013 haben gezeigt, dass die Projektleitung und die verschiedenen Akteure in einem Spannungsfeld zwischen Bottom-up und Top-down Ansätzen bewegen und immer wieder auch miteinander aushandeln müssen, welche Elemente bottom-up und welche top-down organisiert und geführt werden.	Die Frage von bottom-up versus top-down kann nicht abschliessend geklärt werden, sondern bedarf bei jeder Durchführung einer Dialogwoche sorgfältiger Abklärungen und Kommunikation. Folgende Fragen können hierbei hilfreich sein: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Welche Akteure wünschen sich wo welche Unterstützung? ▪ Wo können Synergien generiert werden, um den Aufwand für kleinere Organisationen zu verringern? ▪ Wer will und darf über welche Handlungsspielräume und Entscheidungskompetenzen verfügen? 	4.1
5	Der Dialogwochennewsletter wurde nicht oft als Kommunikationsmittel von den Akteuren der Dialogwoche verwendet.	Es könnte nützlich sein, das Verteilsystem für den Newsletter der Dialogwoche und die Zielgruppenansprache zu überprüfen.	4.1
6	Die Ergebnisse der Evaluation weisen darauf hin, dass aus Sicht der Teilnehmenden an den Aktivitäten und auch gemäss Rückmeldungen der Umsetzungspartner gewisse Arten von Aktivitäten sich eher bewähren als andere.	Für die Deutschschweiz besteht bereits ein Katalog von gut funktionierenden und nicht funktionierenden Aktivitäten, welcher den Akteuren zur Verfügung steht. Diese Liste könnte allenfalls noch stärker bekannt gemacht werden. Für die anderen Sprachregionen empfiehlt es sich zu überprüfen, ob die Erarbeitung/Übersetzung eines solchen Kata-	4.1

Nr.	Thema	Empfehlung	Kapitel
		logs ebenfalls Sinn machen würde.	
7	Die Öffentlichkeitsarbeit ist ein wichtiger Aspekt der Dialogwoche, einerseits, um auf die Aktivitäten aufmerksam zu machen, andererseits auch weil gerade viele Aktivitäten im Zusammenhang mit der Erarbeitung und Anwendung von Kommunikationsmitteln standen.	Es wurde bereits Unterstützung durch Schulungen zur Öffentlichkeitsarbeit für die Umsetzungspartner durch das BAG zur Verfügung gestellt. Dies scheint im Hinblick auf die Wichtigkeit der Öffentlichkeitsarbeit eine weiterzuführende Dienstleistung zu sein, die allenfalls auch intensiviert werden könnte.	4.1
8	Das Medienmonitoring ergab spannende und wichtige Hinweise auf die Medienresonanz der Dialogwoche.	Da gerade über die Medien eine Sensibilisierung zum Thema Alkohol herbeigeführt werden kann, ist das Medienmonitoring ein zentrales Element der Steuerung einer Dialogwoche und sollte somit auch weiterhin durchgeführt werden.	3.3 / 4.1
9	Der Dialog über Alkohol konnte durch die Dialogwoche 2011 und 2013 angeregt werden. Die Nachhaltigkeit des Dialogs sowie dessen Wirkung auf das Verhalten sind jedoch nicht bekannt.	Eine Wiederholung der Dialogwoche scheint insofern angezeigt, als dass durch Wiederholung ein gewisser Lerneffekt erzielt werden kann, die Befragten mehrheitlich an einer erneuten Durchführung teilnehmen würden und wenn auch nicht bei der Gesamtbevölkerung, so doch bei den Teilnehmenden der Aktivitäten konkrete, im Rahmen des NPA erwünschte Wirkungen festgestellt wurden.	3.4 / 4.1

Tabelle 1: Übersicht zu den Empfehlungen für allfällige weitere Durchführungen der Dialogwoche Alkohol