

„Take“ Ein Präventionsprojekt von Release Stuttgart

Ergebnisse der Begleitevaluation

Stuttgart | 27.06.2017

Prof. Dr. Susanne Schäfer-Walkmann | Daniel Rayment-Briggs

Institut für angewandte Sozialwissenschaften | Stuttgart |

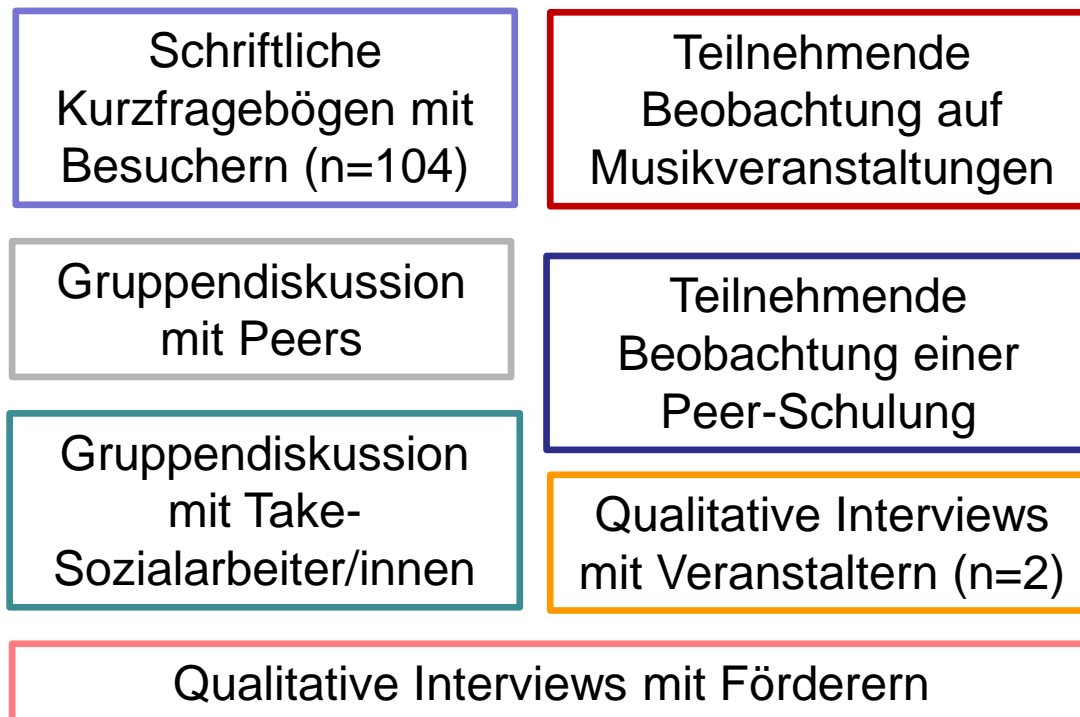
www.dhbw-stuttgart.de

www.ifas-stuttgart.de

EVALUATIONSFRAGESTELLUNGEN

1. In welchem Ausmaß wird die Zielgruppe durch Take angesprochen?
2. Wie bewertet die Zielgruppe das Take-Projekt?
3. Wie bewerten Veranstalter das Take-Projekt?
4. Was wird durch das Take-Projekt bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen erreicht?
5. Wie bewerten die Peers das Take-Projekt?
6. Wie sieht das Peer-Konzept bei Take aus? (Inhalte, Rekrutierung, Schulung, Betreuung)
7. Welche Erfahrungen machen die Mitarbeitenden im Take-Projekt?
8. Wie bewerten Fachleute das Take-Projekt?
9. Welche Impulse werden durch das Take-Projekt gesetzt?
10. Wie können Ergebnisse von Take auf andere Bereiche übertragen werden?

METHODIK



Multi-
perspektivisch ✓

Methoden-Mix ✓

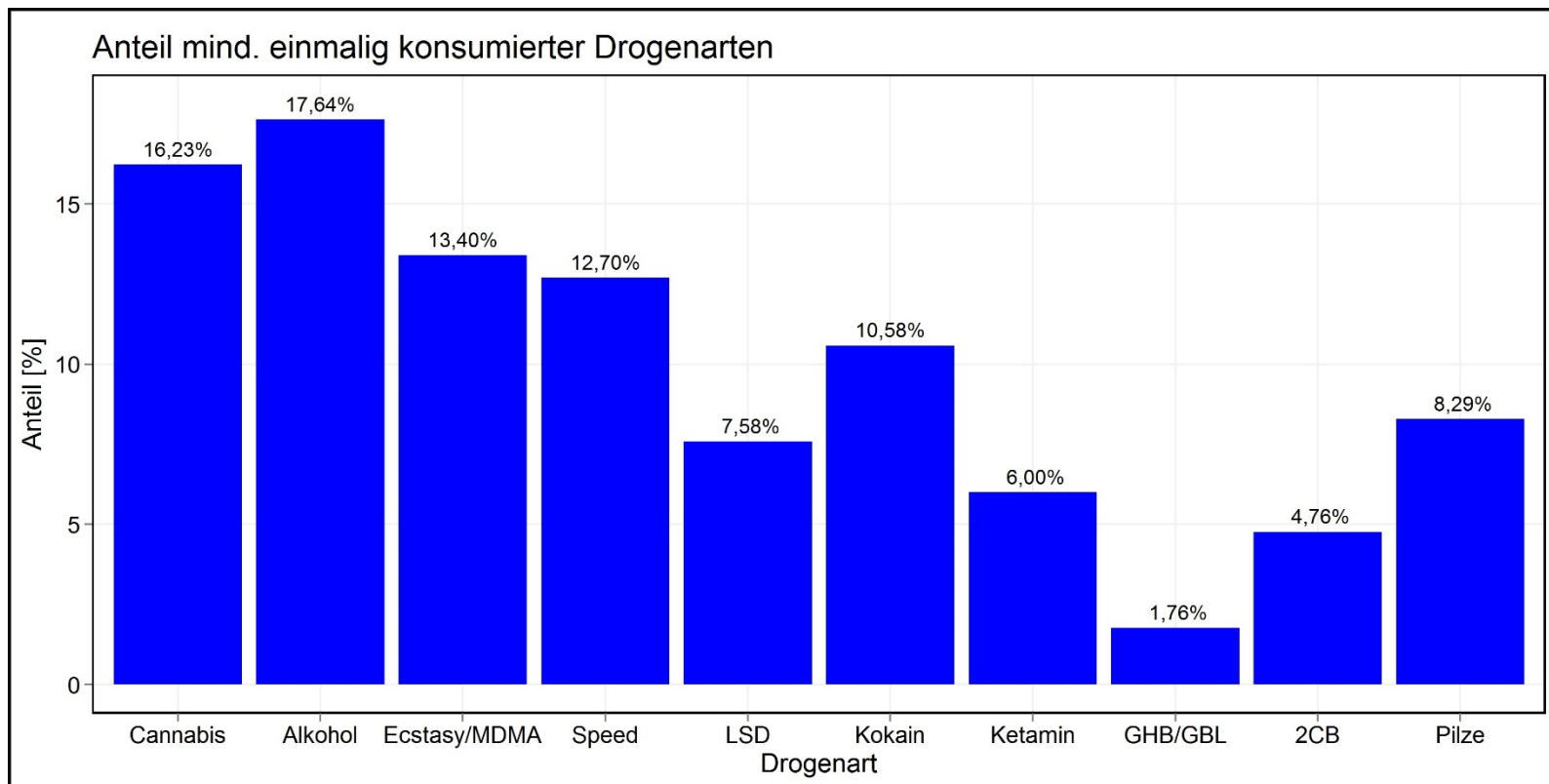
quantitativ ✓

qualitativ ✓

Take AUS SICHT DER SZENEGÄNGER Soziodemographie

- Schriftliche Befragung auf sechs Veranstaltungen; n=104
- Zwei Drittel männlich, ein Drittel weiblich
- Durchschnittsalter 25,5 Jahre [16; 55]
- Höhere und mittlere Schulabschlüsse überwiegen
- Knapp zwei Drittel sind momentan berufstätig; knapp ein Fünftel sind Schüler oder Auszubildende

Take AUS SICHT DER SZENEGÄNGER KONSUM: LEBENSZEITPRÄVALENZ



Take AUS SICHT DER SZENEGÄNGER KONSUMMUSTER

- Nur 5% der Befragten haben keine Erfahrungen mit Cannabis
- Über 80% haben bereits Erfahrungen mit Ecstasy und Speed
- Ein Viertel konsumiert diese Substanzen 1-2mal im Monat
- Zwei Drittel der Befragten haben Erfahrungen mit Kokain, aber nur 11% konsumieren es monatlich oder öfter
- LSD, Pilze und Ketamin wurden bereits von Vielen probiert, aber ein regelmäßiger Konsum ist selten

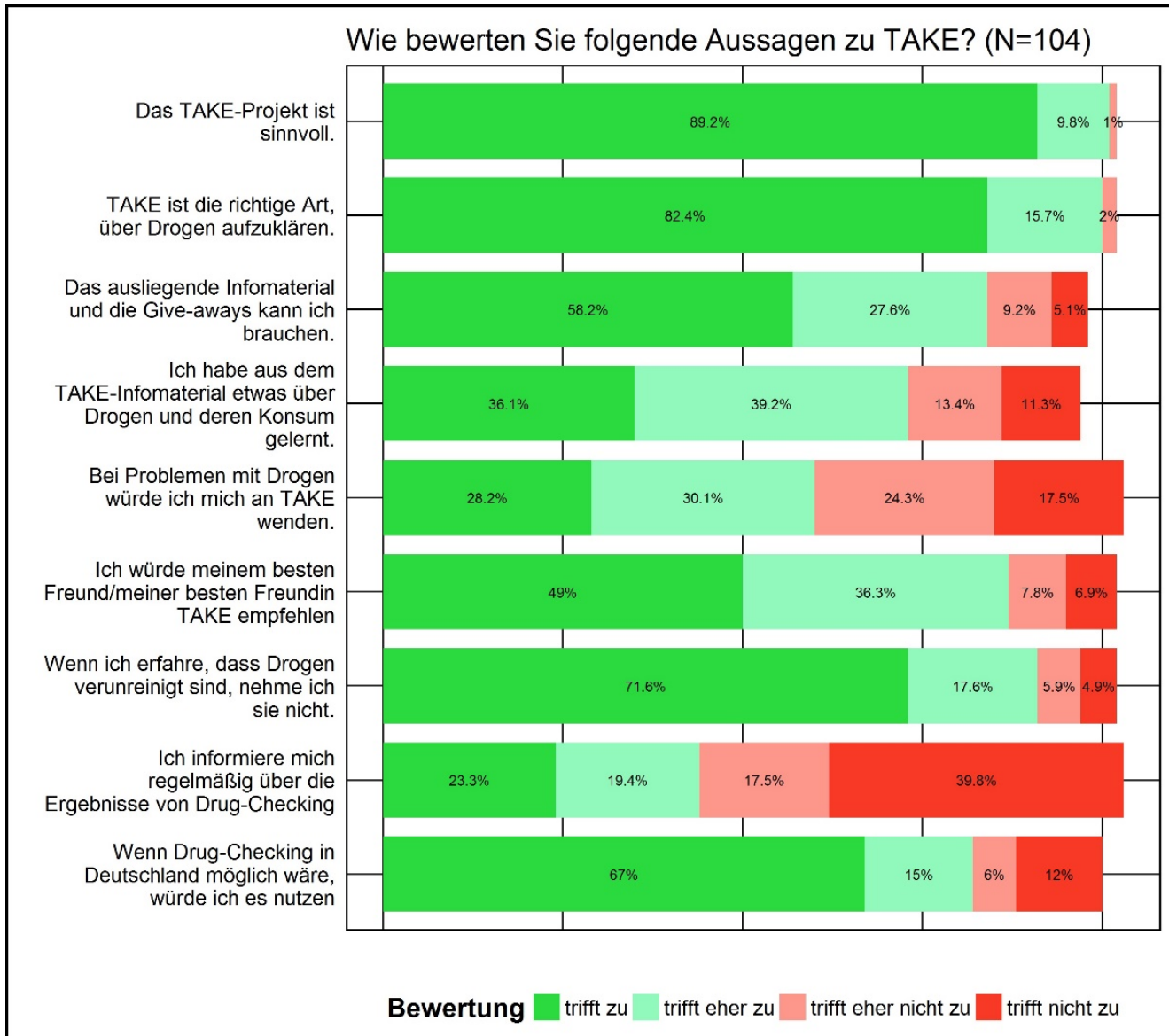
Take AUS SICHT DER SZENEGÄNGER TAKE AWAY-BOTSCHAFT

- Erfahrungen mit Alkohol und Cannabis sind der Normalfall
- Speed und Ecstasy sind weit verbreitet
- Andere Substanzen werden häufig ausprobiert, aber selten regelmäßig konsumiert

Für den größten Teil der Veranstaltungsbesucher ist das Ausprobieren von Drogen normal und ein regelmäßiger Konsum ist weit verbreitet.

Take AUS SICHT DER SZENEGÄNGER

„Die richtige Art, über Drogen aufzuklären“



Take AUS SICHT DER PEERS

„Die restriktive Drogenpolitik geht total am Ziel vorbei!“

„Die restriktive Drogenpolitik geht total am Ziel vorbei. Es braucht solche Projekte.“ (GD-P1)

„Es kursieren viele Halbwahrheiten. Viele Konsumenten informieren sich in Internetforen, in denen irgendjemand Erfahrungsberichte veröffentlicht.“ (GD-P1)

„Viele kommen zuerst mit Fragen wie *ist dies oder jenes gefährlich bzw. legal?*
Aber dann stellt sich oft raus, dass einfach das Bedürfnis da ist, zu reden, verstanden zu werden.“ (GD-P3)

Take AUS SICHT VON VERANSTALTERN

„Ich würde nach einer Legalisierung direkt bei Abgabestellen eine Beratung integrieren“

„Wie lässt sich dieser Konsum so gestalten, dass dabei nicht Fälle für das Gesundheitssystem herauskommen?“ (VA1)

„Bisher werden nur diejenigen erfasst, die bereits durchs Raster gefallen sind oder einen risikobehafteten Konsum haben.“ (VA1)

„Eine Akzeptanz von Drogen in der Öffentlichkeit wäre auch deshalb wichtig, damit sich Jugendliche mal trauen, mit ihren Eltern und Geschwistern darüber zu sprechen.“ (VA2)

Take AUS SICHT DER FÖRDERER

„Das zähe Bohren dicker Bretter führt letztendlich zum Erfolg“:

„... den Projektträgern immer gleich zu sagen, *„macht Euch Gedanken, wie das Projekt weiter finanziert werden kann.“*“ (F1)

„Das ist toll, wenn Spezialisten, hauptamtliche und ehrenamtliche, sich dem gleichen Ziel verpflichtet fühlen. Dann ist das unterstützenswert.“ (F1)

„Der Take-Ansatz nimmt besonders diese Hürden und schafft eine gute Atmosphäre, um sich zu informieren.“ (F2)

**Take AUS SICHT DER Take-MITARBEITENDEN
„WIR NEHMEN DROGEN ... ERNST“**

**„So gut wie alle Vorurteile können durch Gespräche geklärt werden.“
(GDTT2)**

**„... es gibt Zusagen, Absagen und auch keine Reaktion. Aber wir
bleiben am Ball.“ (GDTT2)**

**„Das eigentliche Ziel wird vom Kontaktsuchenden formuliert.“
(GDTT2)**

Take **SCHLIEßT EINE VERSORGUNGLÜCKE**
„ES BRAUCHT GELD UND DAS BEKENNTNIS, Take **FORTZUSETZEN**“

Take **schließt** eine **Beratungslücke** und
ist deshalb mehr als ein Projekt.

Im Sinne einer **zielgruppenorientierten Prävention** und
Nachhaltigkeit bedarf es einer
gesicherten Finanzierung,
um diese sinnvolle Arbeit dauerhaft fortführen zu können
und in Zukunft Planungssicherheit zu erhalten.