

**Überprüfung und Erweiterung des Unfall-Präventionsprogrammes
„be my angel tonight“ des Blauen Kreuzes Aargau-Luzern**

MASTERARBEIT

2014/15

Nicole Berner

Andreas Krause

Blaues Kreuz Kantonalverband AG/LU

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	5
2	Einführung	7
2.1	Gesundheit, Gesundheitsverhalten und Prävention	7
2.2	Kennwerte im Bereich der Unfallprävention	8
2.3	Das Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight	10
2.3.1	Einordnung von be my angel tonight	10
2.4	Modelle des Gesundheitsverhaltens	12
2.4.1	Das sozial-kognitive Prozessmodell gesundheitlichen Handelns	14
2.5	Bewertung von Prävention	18
2.5.1	Das Vier-Ebenen-Modell	18
2.5.2	Das Vier-Ebenen-Modell und be my angel tonight	19
3	Fragestellungen und Hypothesen	23
4	Methode	24
4.1	Dokumentenanalyse	26
4.2	Experteninterview	28
4.2.1	Instrument	28
4.2.2	Auswertung	29
4.2.3	Stichprobe	30
4.3	Online-Fragebogen	31
4.3.1	Instrument	32
4.3.2	Stichprobe	39
4.3.3	Auswertungsmethoden	41
4.4	Workshop	43
4.4.1	Instrumente	43
4.4.2	Stichprobe	44
4.4.3	Auswertungsmethoden	44
5	Ergebnisse	45
5.1	Dokumentenanalyse	45
5.2	Experteninterview	49
5.3	Fragebogen	58
5.3.1	Darstellung der Ergebnisse	58
5.3.2	Ergebnisse der Rangkorrelation nach Spearman	76
5.3.3	Kreuztabellen und Kontingenzanalyse	78
5.4	Workshop	84

6	Diskussion.....	89
6.1	Interpretation der Ergebnisse.....	89
6.2	Methodische Einschränkungen der Studie	93
6.3	Ausblick.....	95
7	Ableitung von Gestaltungsmaßnahmen	97
7.1	Selbstwirksamkeitserwartung.....	97
7.2	Risikowahrnehmung.....	98
7.3	Handlungsergebniserwartung	99
7.4	Zielsetzung.....	100
7.5	Planung	101
7.6	Verhalten	101
7.7	Disengagement	102
7.8	Situative Barrieren und Ressourcen	103
8	Literaturverzeichnis	II
9	Abbildungsverzeichnis.....	V
10	Tabellenverzeichnis	VII

Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Master-Thesis selbständig, ohne Mithilfe Dritter und nur mit den angegebenen Quellen, Hilfsmitteln und Hilfeleistungen erstellt habe und dass Zitate kenntlich gemacht sind.

Ort, Datum

Unterschrift N. Berner

Abstract

In traffic accidents under the influence of alcohol a high number of particularly young drivers are getting injured. The aim of the prevention program ‚be my angel tonight‘ is, to protect them from the risk of accidents. The study’s purpose is to examine and illustrate the program’s effect and to deduce suggestions for optimising. The questions focus on the levels reaction, learning, behavior and behavior transfer of former participants. The investigation was realized through a combination of methods of a document analysis, an expert interview, a questionnaire and a workshop. The results of the questionnaire were presented descriptively and supplemented with the results of the qualitative content analysis. The questionnaire was replied by 90 male and female former participants from 18 years and older. The program was rated positively by the respondents. A learning effect could not be ascertained, whereas health-promoting behavior and behavior transfer could be detected.

A target group-specific adaptation and the promotion of self-efficacy and risk perception of the participants are recommended.

Keywords: accident under the influence of alcohol, prevention of accidents, Health Action Process Approach Model, four-level model of evaluation

Zusammenfassung

Bei Verkehrsunfällen unter Alkoholeinfluss werden besonders viele junge Fahrzeuglenkenden schwer verletzt. Das Präventionsprogramm ‚be my angel tonight‘ hat zum Ziel, diese Personen vor dem erhöhten Unfallrisiko zu schützen. Ziel der Studie ist, die Wirkungsweise des Programmes zu erheben und abzubilden und Optimierungsvorschläge abzuleiten. Die vier Fragestellungen konzentrieren sich auf die Reaktion, das Lernen, das Verhalten und den Verhaltenstransfer von ehemaligen Teilnehmenden. Die Daten wurden durch einen Methodenmix von Dokumentenanalyse, Experteninterview, Fragebogen und Workshop erhoben. Die Ergebnisse des Fragebogens wurden deskriptiv dargestellt und mit den Ergebnissen der qualitativen Inhaltsanalyse ergänzt. Die Stichprobe des Fragebogens umfasste 90 männliche und weibliche ehemalige Teilnehmende ab 18 Jahren. Die Befragten bewerteten das Programm positiv. Ein Lerneffekt konnte nicht ermittelt werden, wohingegen gesundheitsförderliches Verhalten und Verhaltenstransfer festgestellt werden konnten. Empfehlenswert sind eine zielgruppenspezifische Anpassung und die Förderung von Selbstwirksamkeitserwartung und Risikowahrnehmung der Teilnehmenden.

Schlüsselwörter: Unfall unter Alkoholeinfluss, Unfallprävention, Sozialkognitives Prozessmodell gesundheitlichen Handelns, Vier-Ebenen-Modell der Evaluation

1 Einleitung

Im Jahr 2013 sind in der Schweiz durch alkoholbedingte Unfälle im Schweizer Strassenverkehr 48 Menschen ums Leben gekommen. Bei Unfällen unter Alkoholeinfluss wurden 494 Menschen schwer verletzt. Laut SINUS-Report wurden am häufigsten 18- bis 29-jährige Personen verletzt oder getötet. Die alkoholbedingten Unfälle tragen sich meist nachts zwischen 22 und 24 Uhr oder an Wochenenden zwischen 24 Uhr und 4 Uhr morgens zu (Beratungsstelle für Unfallverhütung, 2014). Besonders häufig betroffen sind demnach junge Fahrzeuglenkende bis 30 Jahre, die von einer Abendveranstaltung nach Hause fahren.

Das Blaue Kreuz Schweiz fokussiert mit dem Unfall-Präventionsprogramm *be my angel tonight* [BMAT] auf diese Zielgruppe der jüngeren Fahrzeuglenkenden und möchte verhindern, dass diese nach einem Partybesuch in alkoholisiertem Zustand ein Fahrzeug lenken. Die Mitarbeitenden des Interventionsprogrammes BMAT sind mit ihrem sogenannten Angel-Stand jährlich an ungefähr zehn regionalen Veranstaltungen anwesend und belohnen diejenigen Fahrzeuglenkenden, welche am Veranstaltungsabend nüchtern feiern und fahren.

Die Wirkung des Unfall-Präventionsprogrammes auf die jugendlichen Fahrzeuglenkenden wurde bis zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht untersucht. Sowohl das Wissen um die Wirkungsweise des Programmes auf die Zielgruppe als auch mögliche Verbesserungshinweise zu einzelnen Elementen des Programmes stellen aber eine wichtige Ressource für die Weiterentwicklung von BMAT dar.

Aus der Problemstellung, der unbekanntem Wirkungsweise von BMAT leiten sich die Ziele der vorliegenden Studie ab (siehe Abb. 1). Zum einen verfolgt sie das Ziel, die Wirkungsweise des Unfall-Präventionsprogrammes BMAT zu überprüfen und die Intervention abzubilden. Für die Erhebung der Wirkungsweise ist das sozialkognitive Prozessmodell gesundheitlichen Handelns von Schwarzer (2004), auch Health Action Process Approach [HAPA] genannt, von zentraler Bedeutung. Es fördert das Verständnis für unterschiedliche Verhaltensweisen, versucht die Wirklichkeit abzubilden und darzustellen, wie unterschiedliche Faktoren miteinander in Beziehung stehen. Deswegen wird in Kapitel 2.4 des Theorieteils auf das HAPA-Modell eingegangen. Zum anderen ist das HAPA-Modell ein wichtiger Bestandteil der Arbeit, weil es für die vollständige Abbildung und Einordnung aller Elemente von BMAT eingesetzt wird. Zur Erhebung aller Elemente von BMAT wird im Methodenkapitel 4.1 die Dokumentenanalyse und im darauffolgenden Kapitel 4.2 das Experteninterview beschrieben. Die vollständige Einordnung von BMAT in Schwarzers HAPA-Modell wird in den Interviewergebnissen in Kapitel 5.3 dargestellt. Um die Wirkungsweise von BMAT zu überprüfen ist es wichtig, verschiedene Ebenen zu betrachten. Dafür wird das Vier-Ebenen-Modell (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) eingesetzt. Das Modell und die vier zugehörigen Ebenen werden im Theoriekapitel 2.5 beschrieben. Daraus abgeleitet werden im selben Kapitel die vier Fragestellungen, welche in Kapitel 3 zusammengefasst präsentiert werden. Die Fragestellungen

werden durch den Einsatz verschiedener Methoden wie Dokumentenanalyse, Experteninterview, Fragebogen und Workshop, welche im Methodenkapitel 4 beschrieben sind, beantwortet.

Ein weiteres Ziel der Studie konzentriert sich auf die Frage, wie die Intervention von BMAT optimiert werden kann. Die Erhebung der Wirkungsweise und die Abbildung von BMAT stellen die Basis für das Verständnis des Programms und die Ableitung von Verbesserungen dar. Im Methodenkapitel 4.4 wird der Workshop mit den ehemaligen Programmteilnehmenden beschrieben. Der Workshop hat eine besondere Bedeutung für die Weiterentwicklung von BMAT und wird basierend auf den vorangegangenen Erhebungen neue und zielgruppenspezifische Ideen generieren, welche in die Gestaltungsmassnahmen in Kapitel 7 einfließen werden.

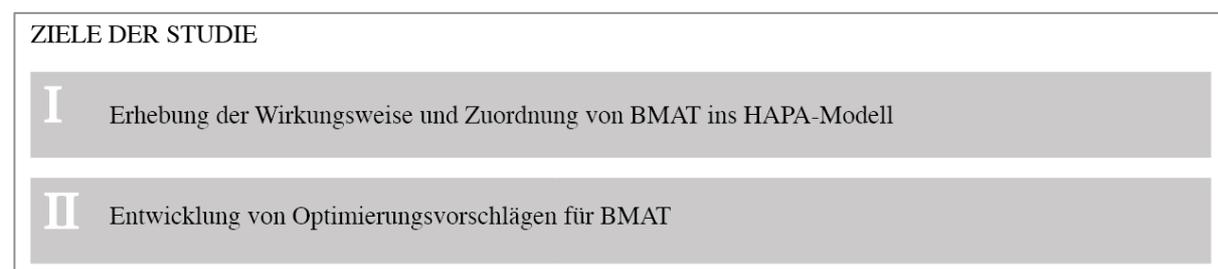


Abb. 1: Ziele der Studie (eigene Darstellung)

Um die Struktur der Studie nochmals aufzunehmen, werden nachfolgend alle Kapitel der Arbeit chronologisch aufgeführt. In Kapitel 2 Einführung wird eine kurze Definition von verschiedenen bedeutsamen Begriffen im Bereich der Prävention präsentiert. Diese Definitionen sind notwendig, um die darauf folgenden Erläuterungen und theoretischen Hintergründe besser zu verstehen. Die daraufhin aufgeführten Kennwerte zu Alkoholkonsum und Alkohol im Strassenverkehr verdeutlichen den Bedarf an Unfall-Präventionsprogrammen wie BMAT, welches darauffolgend beschrieben wird. Nach der Einordnung von BMAT in die primäre selektive Verhaltensprävention wird auf verschiedene Modelle des Gesundheitsverhaltens, insbesondere auf das HAPA-Modell von Schwarzer (2004), eingegangen. Danach wird das Vier-Ebenen-Modell (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) beschrieben, mit BMAT verknüpft und es werden Fragestellungen abgeleitet. Die Fragestellungen und Hypothesen werden im darauffolgenden Kapitel 3 zusammengefasst. Das Methodenkapitel 4 beschreibt die Dokumentenanalyse, das Experteninterview mit der Fachmitarbeiterin, die Online-Befragung mit ehemaligen Angeln wie auch den Workshop. Analog dazu werden in Kapitel 5 die Ergebnisse der einzelnen Methoden präsentiert. Auf den Ergebnisteil folgt die Besprechung der Ziele der Arbeit, der Fragestellungen und der zugehörigen Ergebnisse. Zudem wird die Arbeit reflektiert, die eingesetzte Methodik kritisch hinterfragt und ein mögliches zukünftiges Erhebungsdesigns aufgeführt. Im abschliessenden Kapitel 7 werden auf Basis der Ergebnisse Gestaltungsmassnahmen abgeleitet.

2 Einführung

Im Folgenden werden die Begriffe Gesundheit, Gesundheitsverhalten und Prävention für die vorliegende Studie definiert. Nebst der Beschreibung von Kennwerten und BMAT werden daraufhin verschiedene Gesundheitsmodelle angesprochen und Theorien beschrieben.

2.1 Gesundheit, Gesundheitsverhalten und Prävention

Lange Zeit waren die beiden Begriffe Gesundheit und Krankheit nicht einheitlich definiert und wurden durch unterschiedliche Betrachtungspunkte verschieden ausgelegt. Im Jahr 1946 wurde die Weltgesundheitsorganisation [WHO] der Vereinten Nationen gegründet und eine kulturübergreifende Definition festgehalten. In der Verfassung der WHO, welche von 61 Staaten unterzeichnet wurde, lautet die Präambel „Gesundheit ist der Zustand des vollständigen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlbefindens und nicht nur des Freiseins von Krankheit und Gebrechen“ (Weltgesundheitsorganisation, 1998).

Nach Blättner und Waller (2011) lässt sich diese Definition durch verschiedene Merkmale charakterisieren. Gesundheit ist einerseits positiv und nicht als die Abwesenheit ihres Gegenteils definiert, sondern stellt einen Endpunkt auf einem Kontinuum dar. Des Weiteren wird der Begriff der Gesundheit nicht als Prozess sondern als Zustand definiert. Weiter charakterisiert sich Gesundheit als subjektiv wahrgenommene Empfindung und nicht als ein objektiv messbarer Zustand. Das vierte Merkmal beinhaltet, dass Gesundheit mehrdimensional ist und sich körperlich, mental und sozial auswirkt. Gesundheit kann durch entsprechendes Verhalten gefördert werden. Renneberg und Hammelstein (2006) definieren sogenanntes Gesundheitsverhalten als „...jegliches Verhalten, das die Gesundheit fördert und langfristig erhält, Schäden und Einschränkungen fernhält und die Lebenserwartung verlängert. Gesundheitsverhalten kann auch die Unterlassung eines Risikoverhaltens sein, also wenn Verhaltensweisen, die Gesundheit gefährden, aufgegeben oder reduziert werden“ (S. 35). Gesundheitsverhaltensweisen sind beispielsweise eine ausgewogene Ernährung oder körperliche Aktivitäten wie auch der Verzicht auf Alkohol- oder Tabakkonsum.

Vor der Annäherung an die Thematik der Prävention erfolgt an dieser Stelle ebenfalls eine Begriffsdefinition. In der professionellen Praxis trifft man sowohl auf den Begriff der Prävention als auch jenen der Gesundheitsförderung. Letzterer Begriff konzentriert sich auf die Verbesserung von individuellen Fähigkeiten der Lebensbewältigung und die Förderung verschiedenster Bedingungen, beispielsweise ökonomischer oder sozialer Natur, der Lebensgestaltung. Die Gesundheitsförderung orientiert sich demnach am salutogenetischen Ansatz, welcher den Fokus auf die Entstehung von Gesundheit und, durch den Zugang zu möglichst vielen Ressourcen, die Erreichung von attraktiven Gesundheitszielen legt. Prävention hingegen hat zum Ziel, Krankheiten, Beeinträchtigungen oder Störungen zu verhindern, zu vermindern und zu verzögern. Die Prävention agiert unter dem

Blickwinkel des pathogenetischen Ansatzes, welcher sich mit der Entstehung von Krankheit befasst und hat zum Ziel Krankheiten und deren Ursachen und Gefahren zu bekämpfen (Hurrelmann, Klotz & Hisch, 2014). Zusammengefasst möchte Prävention demnach Schwächen mindern, während Gesundheitsförderung versucht, Stärken zu unterstützen (Wettstein, 2010).

Zumeist lassen sich Massnahmen der Prävention und der Gesundheitsförderung allerdings nicht auf den ersten Blick unterscheiden. Im professionellen, politischen und gesundheitswissenschaftlichen Sprachgebrauch werden die Begriffe der Gesundheitsförderung und Prävention oft synonym verwendet. Aufgrund der fehlenden theoretischen oder praktischen Abgrenzung zwischen Gesundheitsförderung und Krankheitsverhütung bleibt das Verhältnis der beiden zuvor genannten Begriffe häufig unklar (Franzkowiak, 2006). Des Weiteren überschneiden sich Prävention und Gesundheitsförderung insofern, als dass Gesundheitsförderungsstrategien zwar primär auf die Stärkung von Ressourcen fokussieren, implizit jedoch oft auch die Reduktion von Belastungen und Risiken ansprechen (Trojan & Legewie, 2001). Hafen (2005) beschreibt dies mit folgenden Worten:

So lässt sich formulieren, dass jede (erfolgreiche) Behandlung einer Krankheit gleichzeitig die Gesundheit fördert, dass sich die Gesundheitsförderung – formidentisch zur Prävention – immer bemühen muss, die Ursachen von Krankheiten zu beseitigen, wenn sie die Gesundheit fördern will, ohne eine Krankheit zu behandeln. Noch schärfer formuliert: Die Gesundheitsförderung ist wie die Prävention insofern eine behandelnde Disziplin, als sie Ursachen für die Minderung von Gesundheit definiert und zu beseitigen versucht. (S. 42)

Da sich die beiden genannten Disziplinen auf die Behebung von individuellen und sozialen Risikofaktoren respektive die Förderung von individuellen oder sozialen Schutzfaktoren konzentrieren und in ihrer formalen Ausrichtung somit dasselbe machen (Hafen, 2005), werden die beiden Begriffe Prävention und Gesundheitsförderung im Kontext der vorliegenden Arbeit integrativ und nicht getrennt verwendet.

2.2 Kennwerte im Bereich der Unfallprävention

Im Fokus von präventiven Massnahmen steht laut Definition die Vermeidung oder Verminderung von gesundheitsschädigendem Verhalten. Voraussetzung für die Bedarfsbestimmung und Entwicklung von präventiven Massnahmen sind epidemiologische Kennwerte. Diese beinhalten Angaben zur Verbreitung einer Krankheit wie beispielsweise deren Morbidität, Inzidenz, Letalität oder Prävalenz (Renneberg & Hammelstein, 2006). Zur Thematik Alkoholkonsum und insbesondere Alkohol im Strassenverkehr werden nachfolgend einige Kennzahlen beschrieben.

Im Jahr 2013 waren laut SINUS-Report 12% aller schweren Verkehrsunfälle mit schwer Verletzten und 19% aller Unfälle mit tödlich Verletzten auf Alkoholkonsum zurückzuführen. Bei Unfällen unter Alkoholeinfluss starben im Strassenverkehr 48 Menschen ,494 wurden schwer verletzt. Am

häufigsten werden bei alkoholbedingten Unfällen 18- bis 29-Jährige schwer verletzt oder getötet. Am meisten alkoholbedingte Unfälle geschehen nachts zwischen 22 und 24 Uhr oder an Wochenenden zwischen 24 und 4 Uhr morgens (Beratungsstelle für Unfallverhütung, 2014).

Diese Angaben decken sich mit den Ergebnissen des Suchtmonitoring Schweiz im Jahr 2013. Durch diese Erhebung konnte festgestellt werden, dass Jugendliche und junge Erwachsene bis zu einem Alter von 24 Jahren vorwiegend am Wochenende Alkohol konsumieren. An den Wochenenden konsumieren die Jugendlichen und junge Erwachsenen pro Konsumtag durchschnittlich über 50 Gramm reinen Alkohol. Die Altersgruppe konsumiert dementsprechend vier bis fünf Standardgetränke wie beispielsweise ein kleines Glas Bier, 1 dl Wein oder ein 2 cl Schnaps (entspricht 12 Gramm reinem Alkohol) pro Konsumtag am Wochenende. Dieser starke Konsum von Alkohol bei einzelnen Gelegenheiten wird nach internationalen Richtlinien als Indikator für Rauschtrinken bezeichnet. Rauschtrinken stellt ein problematisches Konsumverhalten dar. Unter der Woche hingegen wird kaum Alkohol konsumiert (Gmel, Kuendig, Notari & Gmel, 2014).

In der SMASH-Studie aus dem Jahr 2002 wurden Jugendliche und junge Erwachsene zu ihrem Alkoholkonsum als Fahrzeuglenkende befragt. Von den 3380 weiblichen Befragten haben 18% bereits mindestens einmal ein Fahrzeug in betrunkenen Zustand gelenkt. von den 4040 männlichen Befragten haben dies nach eigenen Angaben 48% bereits mindestens einmal gemacht. Von den jungen Frauen geben 3% an, dies schon sehr oft getan zu haben. Bei den jungen Männern gibt jeder zehnte Befragte an, schon sehr oft in betrunkenem Zustand ein Fahrzeug gelenkt zu haben (Narring, Tschumper, Inderwildi, Bonivento, Jeannin, Addor, Bütikofer, Suris, Diserens, Alsaker & Michaud, 2002).

Obwohl die Thematik Gesundheit für viele Jugendliche von grosser Bedeutung ist, konsumieren diese im Vergleich zur Gesamtbevölkerung vermehrt Alkohol (Gmel, Kuendig, Notari & Gmel, 2014). Die Universitätsklinik Bern schreibt dazu in den Ergebnissen der RIWA-Studie, dass knapp die Hälfte der Befragten zwischen 16 und 24 Jahren ihre Gesundheit als sehr wichtig einstuft. Dennoch sind Suchtmittel wie Alkohol, Tabak oder Cannabis unter den Jugendlichen stark verbreitet (Brodbeck, Bachmann, Croudace & Brown, 2013).

Bereits eine Menge von 0,2 Promille Alkohol im Blut hat Auswirkungen auf das Erleben und Verhalten von Menschen. Alkoholkonsum macht sich durch körperliche Reaktionen wie beispielsweise Schwindelgefühle, vermehrtes Schwitzen, beeinträchtigte Koordinationsfähigkeit oder undeutliche Aussprache bemerkbar. Eine euphorisierende Wirkung kann insbesondere bei geringen Dosen Alkohol festgestellt werden. Als physische Reaktion senkt der Alkohol zudem die Hemmschwelle, ändert das Verhalten und löst beispielsweise Aggressivität aus. Daneben kann starker Alkoholkonsum Stimmungsschwankungen bewirken, das Risiko für Depressionen steigern und das Suizidrisiko erhöhen (Brinkmann, 2014).

Die beschriebene Problematik von jugendlichen alkoholisierten Fahrzeuglenkenden ist bekannt und wird von verschiedenen Organisationen thematisiert und behandelt. Nebst Fachstellen für Suchtprävention wie beispielsweise Sucht Schweiz oder infodrog, welche mit Interventionsprogrammen und Informationsmaterial auf die Thematik eingehen, gibt die Gesetzeslage seit Beginn des Jahres 2014 den Neulenkenden am Steuer ein Alkoholverbot vor. Damit wurden Rahmenbedingungen geschaffen, welche das grösste Sicherheitsrisiko im Strassenverkehr, Fahren unter Alkoholeinfluss, senken sollen. Das Präventionsprogramm BMAT, welches von der Fachstelle Prävention und Gesundheitsförderung des Blauen Kreuzes Aargau-Luzern durchgeführt wird, konzentriert sich ebenfalls auf jugendliche Fahrzeuglenkende und deren sichere und nüchterne Heimfahrt nach Abendveranstaltungen.

2.3 Das Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight

BMAT ist ein aktuelles Projekt des Blauen Kreuzes Schweiz und konzentriert sich auf die Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen. Wie in Kapitel 2.2 beschrieben, ist das Unfallrisiko unter Einfluss von Alkohol bei den jugendlichen Fahrzeuglenkenden besonders hoch. Auf diese Problematik konzentriert sich das Unfall-Präventionsprogramm BMAT.

Das Präventionsprogramm findet ungefähr zehnmal jährlich an Abendveranstaltungen statt, an denen viel Alkohol konsumiert wird. An den betreffenden Veranstaltungsorten wird jeweils ein Informationsstand von BMAT durch eine Mitarbeitende und zwei freiwillige Mitarbeitende betreut. Unter dem Motto „wer fährt, trinkt nicht – wer trinkt, fährt nicht“ sollen die Partybesuchenden nach Veranstaltungsende sicher nach Hause gelangen. Durch ihre Teilnahme am Programm gehen die Fahrzeuglenkenden eine Vereinbarung ein, die besagt, dass sie am selbigen Abend vollständig auf Alkohol verzichten und Ihr Fahrzeug mit allen Mitfahrenden nüchtern nach Hause lenken.

Das Alkohol-Präventionsprogramm BMAT konzentriert sich primär auf die Vermeidung und Verminderung alkoholbedingter Unfälle der besonders gefährdeten Altersgruppe von jugendlichen Fahrzeuglenkenden.

2.3.1 Einordnung von be my angel tonight

Fachpersonen der Prävention bedienen sich verschiedener Klassifikationssysteme um Interventionen oder Programme einordnen zu können. Nachfolgend wird eine Einordnung des Präventionsprogrammes BMAT angestrebt.

Caplan (1964) unterscheidet drei Formen der Prävention. Während die Primärprävention vor Eintritt der Krankheit und bei gesunden Personen ohne Symptomatik agiert, interveniert die Sekundärprävention im Frühstadium einer Krankheit bei Akutpatienten oder Klienten. Die Primärintervention dient in erster Linie der Verringerung der Inzidenz oder des Anteils an

Neuerkrankungen innerhalb einer Population. Die Sekundärprävention hingegen möchte die Progredienz oder Chronifizierung einer Krankheit eindämmen. Patienten mit chronischer Beeinträchtigung werden mit der Tertiärprävention angesprochen, welche zum Ziel hat, Folgeschäden oder Rückfälle zu vermeiden. Sie findet nach der Manifestation oder Akutbehandlung einer Krankheit statt. Da das Programm BMAT gesunde Personen vor einem Unfallgeschehen anspricht und zur Verringerung von Unfällen beitragen möchte, kann BMAT in Caplan's Klassifikationssystem als Primärprävention definiert werden.

Eine weitere Möglichkeit zur Kategorisierung stellt Gordons (1987) Unterteilung in universelle, selektive und indizierte Prävention dar. Die universelle Prävention richtet sich an einen grossen Adressatenkreis und wird nicht zwingend von Experten durchgeführt. Diese universelle Prävention kommt beispielsweise bei der Ausstrahlung von Fernsehspots zur Thematik Verhütung von Krankheiten durch Kondome zum Einsatz. Das BMAT-Programm des Blauen Kreuz spricht eine bestimmte Zielgruppe mit erhöhtem Risiko, in diesem Fall jugendliche Fahrzeuglenkende an Abendveranstaltungen mit erhöhtem alkoholbedingtem Unfallrisiko, an und zählt damit zur selektiven Prävention. Die indizierte Prävention richtet sich an Personen mit eindeutigen Krankheitsrisiko. Dies können Personen sein, deren Familie beispielsweise stark durch Darmkrebs vorbelastet ist und bei denen regelmässige Untersuchungen ab einem bestimmten Lebensalter zu empfehlen wären.

Des Weiteren wird unterschieden zwischen Verhaltens- und Verhältnisprävention. Als strukturorientierte Verhaltensprävention werden Politikstrategien verstanden, welche eine breite Wirkung erzielen sollen. Dabei spielt die Reduktion der Verfügbarkeit von Alkohol und die damit verbundene Verringerung des missbräuchlichen Alkoholkonsums eine wichtige Rolle. Die Verfügbarkeit wird beispielsweise durch Abgabebeschränkungen mittels Altersgrenzen oder einer unattraktiven Preisgestaltung reduziert und nimmt so Einfluss auf die Lebensbedingungen von Personen (Abderhalden, 2010). Eine ebensolche Verhältnisprävention stellt das seit Anfang des Jahres 2014 geltende Alkoholverbot für Neulenkende dar. Die Verhaltensprävention hingegen, zu welcher auch BMAT gehört, nutzt kommunikative Massnahmen, welche das individuelle Verhalten beeinflussen sollen. Im Falle von BMAT verpflichten sich die Angel angeleitet durch eine Kommunikation zum Verzicht auf Alkoholkonsum und ändern demnach ihr individuelles Verhalten, indem sie am entsprechenden Veranstaltungsabend alkoholfrei feiern und fahren. Nebst Informationen benötigen Personen für die Initiation eines gesundheitsförderlichen Verhaltens Kompetenzen, mit welchen sie Probleme bewältigen und Frustration bearbeiten können (Abderhalden, 2010).

Das Alkohol-Präventionsprogramm BMAT für Jugendliche lässt sich nach den vorangegangenen Erläuterungen als primäre selektive Verhaltensprävention bezeichnen. Um das Verständnis für unterschiedliche Verhaltensweisen zu fördern, werden nachfolgend verschiedene Modelle angesprochen und das HAPA-Modell (2004) beschrieben.

2.4 Modelle des Gesundheitsverhaltens

Trotz stark verbreiteter Kenntnisse zu gesundheitsförderlichem Verhalten, wie beispielsweise über die Wirkung regelmässiger sportliche Aktivitäten oder gesunder Ernährung, wird dieses Verhalten teilweise nur kurzfristig oder gar nicht ausgeübt. Laut den Ergebnissen der Schweizerischen Gesundheitsbefragung 2012 (Schweizerisches Gesundheitsobservatorium Obsan, 2012) betätigten sich im Jahr 2012 insgesamt 72.5% der Gesamtbevölkerung der Schweiz wöchentlich mindestens zweieinhalb Stunden körperlich. Die restlichen 2.2 Mio. der Schweizer Bevölkerung waren zum Zeitpunkt der Befragung sportlich inaktiv. Bezüglich gesunder Ernährung hat das Schweizerische Gesundheitsobservatorium festgestellt, dass sich 19.2% der Schweizer Bevölkerung an die Empfehlung, mindestens fünf Portionen Früchte, Gemüse oder beides pro Tag zu konsumieren, halten. Zudem konnte erhoben werden, dass nur 29.1% der Schweizer Bevölkerung die empfohlenen ein bis zwei Liter Flüssigkeit täglich zu sich nehmen. Für die Gesundheit des Einzelnen kommt dem individuellen Verhalten jedoch eine grosse Bedeutung zu. Entsprechend bedeutsam ist das Verständnis für die intrapersonalen Vorgänge bei der Aufnahme, Aufrechterhaltung oder Aufgabe von gesundheitsrelevantem Verhalten für die Entwicklung von Interventionen zur Förderung von gesundheitsförderlichen Verhaltensweisen.

Gesundheitsverhaltensmodelle sind keine Handlungsanleitung für die Praxis, wirken jedoch unterstützend bei der Analyse der bestehenden Praxis und der Planung von Interventionsmöglichkeiten. Modelle zum Gesundheitsverhalten fördern das Verständnis für unterschiedliche Verhaltensweisen indem sie versuchen, die Wirklichkeit abzubilden und darstellen, wie unterschiedliche Faktoren miteinander in Beziehung stehen (Naidoo & Wills, 2003). Sie beschreiben unter welchen Bedingungen und in welcher Form bestimmte Einflussfaktoren wirken und ein Kriterium, wie beispielsweise die Absicht Sport zu treiben oder die Aufrechterhaltung einer ebensolchen Verhaltensweise, beeinflussen (Renneberg & Hammelstein, 2006).

Bestimmte Variablen, welche auf die Ausübung eines Gesundheitsverhaltens wirken, werden teilweise in mehreren Modellen berücksichtigt. So bezeichnen beispielsweise die Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 2002), das Transtheoretische Modell (Prochaska & DiClemente, 1983) als auch das HAPA-Modell (Schwarzer, 2004) die Handlungsergebniserwartung und die Selbstwirksamkeitserwartung als Einflussfaktoren auf gesundheitsförderliche Verhaltensweisen. Dennoch unterscheiden sich die genannten Modelle hinsichtlich ihrer Auffassung wie die Variablen zusammenwirken. Während das Transtheoretische Modell (Prochaska & DiClemente, 1983) als Stufenmodell bezeichnet wird, gehört die Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 2002) zu den Kontinuumsmodellen.

In Kontinuumsmodellen, auch kontinuierliche Prädiktionsmodelle genannt, werden alle Phasen des Prozesses einer Verhaltensänderung als gleichwertig bezeichnet. Kontinuierliche Prädiktionsmodelle

betrachten bestimmte Variablen, wie beispielsweise Selbstwirksamkeitserwartung oder Risikowahrnehmung als Prädiktoren für ein bestimmtes Gesundheitsverhalten und gehen davon aus, dass diese Prädiktoren sich auf alle Personen, unabhängig ob diese erst eine Absicht bilden oder bereits kurz vor der Ausübung eines Verhaltens stehen, in gleicher Weise auswirken. Je nach Ausprägung auf die genannten Variablen, so die Annahme dieser Modelle, können einzelne Personen auf dem Kontinuum lokalisiert und eine bestimmte Verhaltenswahrscheinlichkeit ermittelt werden. Dabei zählen beispielsweise die erwähnte Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 2002), die Theorie der Schutzmotivation (Rogers, 1983) als auch das Health Belief Modell (Becker, 1974, 1992) zu den kontinuierlichen Prädiktionsmodellen (Schwarzer, 2004).

In Stufenmodellen, auch dynamische Stadienmodelle genannt, wird davon ausgegangen, dass im Prozess einer Gesundheitsverhaltensänderung verschiedene Phasen oder Stufen durchlaufen werden, welche sich qualitativ voneinander unterscheiden. In diesen Modellen wird angenommen, dass bestimmte Vorstufen auf dem Weg zur Gesundheitsverhaltensänderung liegen und erst auf Basis dieser Vorstufen eine sukzessive Weiterentwicklung stattfinden kann. Des Weiteren gehen die Stufenmodelle davon aus, dass zwischen Personen, welche sich auf unterschiedlichen Stufen befinden, ein psychologischer Unterschied besteht. So wird beispielsweise unterschieden zwischen Menschen ohne Absicht den Alkoholkonsum aufzugeben, Menschen mit der Absicht den Alkoholkonsum aufzugeben und Menschen, welche rückfällig geworden sind und den Alkoholkonsum wieder aufgenommen haben. Entsprechend soll eine gesundheitsförderliche Verhaltensänderung jeweils durch stufenspezifische Variablen unterstützt werden. Zu den dynamischen Stadienmodellen lassen sich beispielsweise das Transtheoretische Modell der Verhaltensänderung (Prochaska & DiClemente, 1983) oder das Precaution Adoption Process Model (Weinstein, Sandman & Cuite, 1998) zählen (Schwarzer, 2004).

Auch das HAPA-Modell (Schwarzer, 2004) wird den dynamischen Stadienmodellen zugeordnet. Allerdings vereint es die Ansätze von Stufen- und Kontinuumsmodellen und wird deswegen auch als Hybridmodell bezeichnet. Das HAPA-Modell (Schwarzer, 2004) entstand durch Diskussion über den unbefriedigenden Status vieler Forschungs- und Praxisprogramme im Bereich der Gesundheitsverhaltensänderung. Schwarzer hatte bei der Entwicklung des Modells in den 1980er-Jahren zum Ziel, die bekannten Nachteile der bis dahin bestehenden Modelle zu überwinden (Schwarzer, 2004). So beschreibt das HAPA-Modell den dynamischen Prozess der Änderung von Gesundheitsverhalten, insbesondere die Umsetzungs- und Bewältigungsplanung. Das Modell schließt mit dem Faktor der Planung die bis dahin bestehende Intentions-Verhaltens-Lücke (Brinkmann, 2014).

2.4.1 Das sozial-kognitive Prozessmodell gesundheitlichen Handelns

Das HAPA-Modell von Schwarzer (2004) stellt zum einen eine zentrale Theorie der Studie dar. Ein Ziel der Arbeit ist die Abbildung von BMAT. Dieses Ziel wird durch die Zuordnung aller Elemente von BMAT im HAPA-Modell erreicht und in den Ergebnissen des Experteninterviews dargestellt. Das Modell hat dementsprechend eine tragende Bedeutung für die Arbeit und wird daher nachfolgend genauer beschrieben.

Schwarzer beschreibt das HAPA-Modell (siehe Abb. 2) als dynamisches Modell zur Erklärung und Vorhersage von Verhaltensweisen, unabhängig davon ob diese gesundheitsförderlicher oder gesundheitsschädigender Natur sind. In diesem Modell wird davon ausgegangen, dass eine Sequenz respektive ein Schritt auf den anderen folgt und dass kein weiterer Schritt auf dem Weg zur Verhaltensänderung möglich ist, solange nicht eine gewisse Ausprägung der Variable Selbstwirksamkeitserwartung gegeben ist.

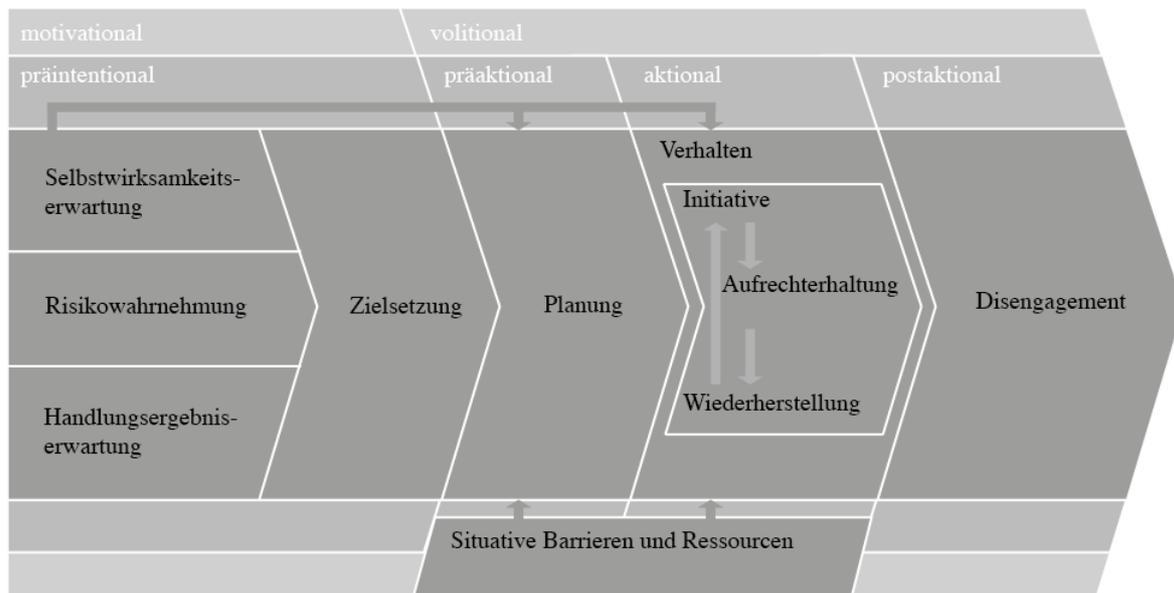


Abb. 2: Sozial-kognitive Prozessmodell gesundheitlichen Handelns, Health Action Process Approach, HAPA (eigene Darstellung in Anlehnung an Schwarzer, 2004)

Das HAPA-Modell (Schwarzer, 2004) unterscheidet zwischen präintentionalen Motivationsprozessen und postintentionalen Volitionsprozessen. Während den erstgenannten Motivationsprozessen, der sogenannten motivationalen Phase, entscheiden verschiedene kognitive Prozesse über die Bildung einer Intention zur Verhaltensänderung. Zu den Kognitionen gehören die Selbstwirksamkeitserwartung, die Risikowahrnehmung als auch die Handlungsergebniserwartung.

Die Selbstwirksamkeitserwartung lässt sich beschreiben als subjektive Überzeugungen, bestimmte Verhaltensweisen aufgrund eigener Kompetenzen und trotz vorhandener Barrieren umsetzen zu können (Schwarzer, 2004). Die Absicht einer fahrzeuglenkenden Veranstaltungsbesucherin, am selbigen Abend auf Alkoholkonsum zu verzichten, könnte durch deren Freunde beeinflusst werden.

Die Freunde würden dann eine Barriere darstellen, wenn diese die Fahrzeuglenkende dazu motivieren, dennoch ein alkoholisches Getränk zu konsumieren. Nach Schwarzer ist die Selbstwirksamkeitserwartung von besonderer Bedeutung für eine Gesundheitsverhaltensänderung, da sie Einfluss auf die Zielsetzung, die Planung, die Aufrechterhaltung als auch die Wiederherstellung eines Gesundheitsverhaltens nimmt (2004).

Die Risikowahrnehmung beinhaltet den subjektiv eingeschätzten Schweregrad von Erkrankungen als auch die wahrgenommene Verwundbarkeit der eigenen Person bezüglich bestimmter Krankheiten (Schwarzer, 2004). Schweregrad und Verwundbarkeit können auch bezüglich eines möglichen Verkehrsunfalls subjektiv bewertet werden. Nach Schwarzer kann die Einschätzung der eigenen Verwundbarkeit als Situationsergebniserwartung verstanden werden (2004). Ein Beispiel dafür wäre „Wenn ich als Fahrzeuglenkende an der Veranstaltung Alkohol konsumiere, gehe ich auf der Fahrt nach Hause ein Unfallrisiko für mich und meine mitfahrenden Freunde ein und beeinträchtige damit unsere Gesundheit“. Laut Schwarzer ist die Wahrnehmung des Zusammenhanges zwischen dem eigenen Verhalten und der eigenen Gesundheit ein erster notwendiger Schritt für eine Gesundheitsverhaltensänderung.

Eine Handlungsergebniserwartung bezeichnet die Kognitionen darüber, ob eine oder mehrere Verhaltensalternativen bekannt sind, welche eine wahrgenommene Bedrohung zu reduzieren vermögen. Die Wahrnehmung von Kontingenzen zwischen alternativen Handlungen und darauffolgenden Ergebnissen ist Voraussetzung für eine Verhaltensänderung. Eine Handlungsergebniserwartung könnte beispielsweise sein, dass eine Person auf Alkoholkonsum verzichtet, um sich am darauffolgenden Morgen besser zu fühlen oder um ihre Freunde sicher nach Hause zu bringen. In Bezug auf die Änderungsmotivation stellen die Handlungsergebniserwartungen die wichtigsten Überzeugungen dar, weil das Bestehen von Alternativen eine erforderliche Bedingung für die Verhaltensänderung darstellt. Den möglichen Verhaltensalternativen können verschiedene positive oder negative Ergebnisse zugeschrieben werden. Diese Pros, welche Anreize und Vorteile darstellen und die Kontras, also Nachteile und Barrieren werden während der Motivationsphase abgewogen. Für eine rationale Entscheidungsfindung ist das Abwägen von Pro und Kontra alternativer Handlungsziele typisch (Schwarzer, 2004).

Alle drei Prädiktoren, die Selbstwirksamkeitserwartung, die Risikowahrnehmung und die Handlungsergebniserwartung haben einen Einfluss auf die darauffolgende Intentionsbildung. Während die Selbstwirksamkeitserwartungen für alle Phasen wichtig sind, haben die Risikowahrnehmung und das Abwägen des Für und Wider alternativer Handlungsziele besonders in den frühen Stadien der Intentionsbildung einen Einfluss (Renner & Schwarzer, 2003). Dadurch dass sich Personen an ein Ziel binden, schliessen sie Motivationsphase mit der Zielintention ab. Je stärker eine Absicht ausgeprägt ist, umso wahrscheinlicher ist die nachfolgende Verhaltensänderung (Abraham & Sheeran, 2000). Nach Orbell und Sheeran erklären Intentionen ca. 20% bis 30% der

Varianz des Verhaltens. Der eher niedrige Zusammenhang lässt sich durch Personen erklären, die eine Intention bilden, diese aber nicht erfolgreich umsetzen können (1998).

Die darauffolgende postintentionale, volitionale Phase wird im HAPA-Modell (Schwarzer, 2004) unterteilt in die präaktionale, die aktionale und die postaktionale Phase. Die präaktionale Phase stellt diejenige Phase dar, in welcher eine intendierte Verhaltensänderung vorbereitet und geplant wird und die Ziel- und Ausführungsintention dementsprechend konkretisiert werden. Dabei werden günstige Bedingungen, Risikosituationen und Realisierungsmöglichkeiten mit detaillierten Handlungsplänen verbunden (Schwarzer, 2004). Ein Veranstaltungsbesucher entscheidet sich in der präaktionalen Phase beispielsweise dafür, am selbigen Abend zu Fahren und dementsprechend auf Alkohol zu verzichten. Eine begünstigende Bedingung könnte sein, dass der Fahrzeuglenkende die Veranstaltung bereits kennt und weiss, dass er diese auch ohne Alkoholkonsum sehr schätzt und geniessen kann. Eine Risikosituation wäre dann gegeben, wenn seine Freunde ihn zu einem Bier einladen würden. Ein Handlungsplan könnte sein, das Bier direkt an einen Kollegen weiterzugeben oder an der Bar gegen ein alkoholfreies Getränk umzutauschen. Laut Schwarzer kann es durchaus sinnvoll sein, auf günstige Bedingungen für die Handlungsaufnahme zu warten, dies ist jedoch abhängig von der jeweiligen Handlung als auch den festgelegten Ausführungsintentionen. Nach der Definition von Zeitpunkt, Ort und Form der gesundheitsförderlichen Handlung wird die präaktionale Phase mit einer oder mehreren handlungsnahen, konkreten Ausführungsintentionen abgeschlossen. Diese erste Phase des volitionalen Prozesses verhindert durch postintentionale und präaktionale Kognitionen impulsives und orientierungsloses Handeln und ermöglicht der Person einen sinnvollen Einsatz ihrer Ressourcen. Die Selbstwirksamkeitserwartung hat bei verschiedenen Prozessen eine grosse Bedeutung. Bei der Detailplanung einer Handlung spielt sie eine zentrale Rolle. Der Grad der Selbstwirksamkeitserwartung gibt während der präaktionalen Phase wieder, ob sich eine Person in der Lage sieht, definierte Teilhandlungen erfolgreich auszuführen und dem Handlungsziel damit einen Schritt näher zu kommen (2004).

Die darauf folgende aktionale Phase konzentriert sich auf die Handlungsausführung und -aufrechterhaltung. Eine Handlungsausführung meint die Ausführung eines Gesundheitsverhaltens als auch die Unterlassung eines Risikoverhaltens, wie beispielsweise den Alkoholkonsum als Fahrzeuglenkender. Durch die Handlungsausführungskontrolle, welche Teil der aktionalen Phase ist, wird versucht die Handlung sowie auch die Intention gegenüber störenden Einflüssen abzuschirmen (Schwarzer, 2004). Eine fahrzeuglenkende Veranstaltungsbesucherin könnte sich beispielsweise von ihren sehr angetrunkenen Bekannten distanzieren und stattdessen mit ihren nüchternen oder nur wenig Alkohol konsumierenden Freunden amüsieren. Damit würde die Fahrzeuglenkende dieser Form von störenden Einflüssen aus dem Weg gehen. Laut Schwarzer können metakognitive Abschirm- oder Durchhaltetendenzen dabei unterstützen, das Ziel vor Augen zu halten, die Aufmerksamkeit auf die Handlung zu richten und die Handlung weiterhin auszuführen. Solche Strategien beinhalten

beispielsweise den sogenannten Belohnungsaufschub. Dieser beschreibt die Fähigkeit, zugunsten eines langfristigen Ziels wie beispielsweise der Erreichung des Wunschgewichtes auf die kurzfristige Belohnung in Form einer Praline zu verzichten. Eine weitere unterstützende Strategie beinhaltet die Unterteilung eines Fernziels in erreichbare Etappen oder sogenannte Nahziele. Solche Strategien sind bis zu demjenigen Zeitpunkt nötig, da das gewünschte Verhalten zur Gewohnheit geworden ist. Die Selbstwirksamkeit spielt während der aktionalen Phase insofern eine Rolle, da sie die Beharrlichkeit der Zielverfolgung fördert. Optimistische Selbstwirksamkeitserwartungen ermöglichen positive Erfolgsszenarien und fördern die Erreichung des Zielverhaltens (2004).

Die postaktionale Phase des Disengagements schliesst den Volitionsprozess des Modells ab. Nach der ersten Handlungsausführung findet eine Handlungsbewertung, welche Erfolge und Misserfolge wahrnimmt und interpretiert, statt. Die Ursachenzuschreibung von Erfolg oder Misserfolg beeinflusst den Bewertungsprozess und hat Auswirkungen auf das zukünftige Handeln. Die Attribution des Erfolgs oder Misserfolgs einer Person nimmt Einfluss auf deren Volitionsstärke und Selbstwirksamkeitserwartungen. Schreibt eine Person ihren erfolgreichen Verzicht auf Alkoholkonsum beispielsweise günstigen Bedingungen zu, kann dies hinderlich auf zukünftige Handlungsversuche wirken. Schreibt sie ihren Erfolg hingegen ihren eigenen Kompetenzen zu, fördert dies ihre Volitionsstärke als auch ihre Selbstwirksamkeitserwartungen (Schwarzer, 2004).

Des Weiteren haben fehlgeschlagene Versuche einen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit eines späteren Erfolges. Die Theory of Trying (Bagozzi & Warshaw, 1990) geht davon aus, dass aus schlechten Strategien oder mangelnder Vorbereitung und dem darauffolgenden Misserfolg Kompetenzen entstehen können, bestimmte Fehler bei einem nächsten Versuch zu vermeiden und die Erholung von einem Rückschlag zu beschleunigen. Erwartungen an die eigenen Kompetenzen, beispielsweise in schwierigen Situationen durchzuhalten, können durch vergangene Misserfolge unter Umständen gesteigert werden (Schwarzer, 2004).

Während der präaktionalen und aktionalen Phase wirken situative Ressourcen und Barrieren auf den Erfolg oder Misserfolg eines gesundheitsförderlichen Verhaltens ein (Schwarzer, 2004). Ist das Verhaltensziel einer Person ein Veranstaltungsbesuch ohne den Konsum von Alkohol, können die anderen Gäste oder die begleitenden Freunde eine Barriere darstellen, indem sie die Person zum Mittrinken motivieren. Ein Beispiel für eine Ressource wäre, wenn ein Veranstalter spezielle und geschmacksvolle Mixgetränke ohne Alkohol anbietet.

Das HAPA-Modell von Schwarzer (2004) ist von zentraler Bedeutung für die Studie, weil es das Verständnis für Verhaltensweisen fördert, die Wirklichkeit abbilden möchte und das Zusammenspiel von verschiedenen Faktoren darstellt. Zudem wird mit dem Experteninterview (Kapitel 4.2) eine Zuordnung von BMAT im HAPA-Modell angestrebt und in den Ergebnissen des Experteninterviews (Kapitel 5.2) vollständig dargestellt.

2.5 Bewertung von Prävention

Wie im vorangegangenen Kapitel beschrieben, unterstützen Modelle zu gesundheitsförderlichem Verhalten die Analyse der Praxis und fördern das Verständnis für unterschiedliche Verhaltensweisen. Die Fachpersonen aus dem Bereich Prävention machen sich unter anderem zur Aufgabe, die Wirkungsweise von präventiven Massnahmen zu beurteilen und diese für den zukünftigen Einsatz zu verbessern (Renneberg & Hammelstein, 2006). Für die Erreichung der Ziele der Studie, die Erfassung und Abbildung der Wirkungsweise von BMAT als auch die Erweiterung des Programmes, wird das Vier-Ebenen-Modell (Kirkpatrick, 1998; Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) eingesetzt und daher nachfolgend beschrieben.

2.5.1 Das Vier-Ebenen-Modell

Um die Wirkungsweise des Unfall-Präventionsprogrammes BMAT erfassen und abbilden zu können, wird nachfolgend ein Instrument beschrieben, welches diese Wirkung auf verschiedenen Ebenen betrachtet.

Das im Jahre 1959 von Donald L. Kirkpatrick entwickelte Vier-Ebenen-Modell zur spezifischen Bewertung von Trainingsprogrammen und Weiterbildungsmassnahmen wird bis heute immer wieder diskutiert, eingesetzt und weiterentwickelt. Das Vier-Ebenen-Modell erfreut sich aufgrund seines praktischen Ansatzes zur Erfolgskontrolle von Schulungsprogrammen starker Beliebtheit. Wie der Bezeichnung des Modells zu entnehmen ist, werden bei der Erfassung der Erfolgskontrolle vier Ebenen betrachtet (Kirkpatrick, 1998; Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006).

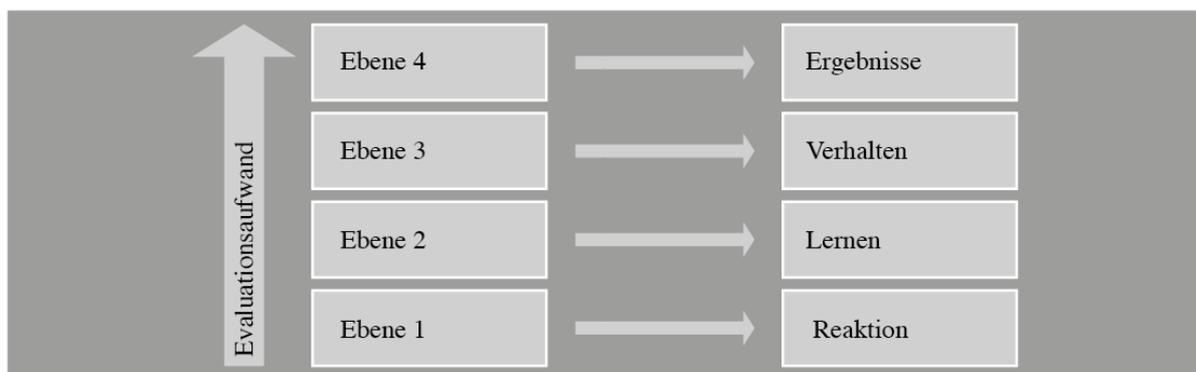


Abb. 3: Die Stufen des Vier-Ebenen-Modells (eigene Darstellung in Anlehnung an Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006)

Das Programm des Blauen Kreuz lässt sich nicht im klassischen Sinne als Ausbildungsprogramm bezeichnen, weist jedoch Elemente auf allen vier Ebenen auf. Die erste Ebene *Reaktion* konzentriert sich auf das Feedback der Jugendlichen zu BMAT. Des Weiteren werden die jugendlichen Gäste, noch vor der ersten Kontaktaufnahme durch die Mitarbeitenden, durch Plakate auf das Risiko von Alkohol am Steuer aufmerksam gemacht. Bei der Kontaktaufnahme durch einen Mitarbeitenden oder

eine Mitarbeitende des Blauen Kreuzes erfahren die Jugendlichen mehr über Alkohol am Steuer und mögliche Folgen. Die Jugendlichen erhalten von BMAT einen verbalen Input und können sich dadurch Wissen aneignen. Die Ebene 2 *Lernen* ist im Unfall-Präventionsprogramm BMAT zu erkennen. Daraufhin werden die jugendlichen Teilnehmenden praktisch angeleitet und begleitet, den Veranstaltungsabend ohne Alkoholkonsum zu verbringen. Daneben erhalten Sie Unterstützung für ebendieses Verhalten und können bei Bedarf auf die Mitarbeitenden zugehen und diese um Hilfe bitten. Die Betreuung und Unterstützung der Mitarbeitenden kann als Mentoring bezeichnet werden, da die erfahrene Person, der Mentor, ihr Erfahrungswissen an den noch unerfahrenen Teilnehmenden weitergibt und diesen bei der Erreichung seines Zieles unterstützt. Die Ebene 3, welche sich auf das *Verhalten* konzentriert, ist ein grosser Bestandteil von BMAT. Ebene 4 *Ergebnisse* sind bei BMAT im Sinne eines Lerntransfers zu betrachten. Ein Lerntransfer findet dann statt, wenn die jugendlichen Teilnehmenden an späteren Abendveranstaltungen (ohne BMAT) auf Alkoholkonsum verzichten. Das Unfall-Präventionsprogramm BMAT weist alle vier Ebenen des Modells auf und aus diesem Grund eignet sich das Vier-Ebenen-Modell sehr gut für die Erhebung der Wirkungsweise und die Abbildung von BMAT.

2.5.2 Das Vier-Ebenen-Modell und be my angel tonight

Um den Einsatz des Vier-Ebenen-Modells abzustützen werden nachfolgend die Grundzüge des Modells und dessen vier Ebenen beschrieben als auch mit BMAT verknüpft. Kirkpatrick und Kirkpatrick gehen davon aus, dass jede aufeinanderfolgende Stufe auf den Informationen der vorhergehenden Stufe basiert. Für die vollständige Evaluation und ein lückenloses Bild des Erfolges werden die vier Ebenen *Reaktion*, *Lernen*, *Verhalten* und *Ergebnisse* nacheinander abgefragt (siehe Abb. 3). Die formative Evaluation konzentriert sich meist auf die beiden Ebenen *Lernen* und *Reaktion*. Im Rahmen der Studie wird die summative Evaluation eingesetzt, welche alle vier Ebenen berücksichtigt und damit auch das *Feedback* und die *Ergebnisse* überprüft. Wie in der Abbildung 3 vermerkt, nimmt der Evaluationsaufwand von Stufe zu Stufe zu. Diese Zunahme an Aufwand geht einher mit der erhöhten Bedeutsamkeit von Informationen auf höheren Stufen (2006).

Nachfolgend ist eine Beschreibung der einzelnen Ebenen zu finden. Zudem wird beschrieben, welche Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes BMAT auf den einzelnen Ebenen zu erkennen sind.

Ebene 1 - Reaktion

Die erste und unterste Stufe des Vier-Ebenen-Modells nach Kirkpatrick und Kirkpatrick (2006) konzentriert sich auf die Reaktionen der Teilnehmenden auf das Trainingsprogramm. Dabei werden die Teilnehmenden gebeten, ihre wahrgenommene Nützlichkeit, Akzeptanz, Zufriedenheit oder Rahmenbedingungen zu bewerten. Diese erste Stufe lässt sich auch als Feedback-Stufe bezeichnen, da in erster Linie der Zufriedenheitserfolg erhoben wird. Eine positive Beurteilung ebendieses Zufriedenheitserfolges garantiert noch keinen Lernerfolg (Ebene 2). Bei einer eher negativen

Beurteilung von Ebene 1 *Reaktion* ist bei der darauffolgenden Ebene 2 *Lernen* aber nicht mit Erfolg zu rechnen. Entsprechend wichtig ist die Erhebung von Ebene 1 als Basis für die darauffolgenden Ebenen. Mit den Ergebnissen von Ebene 1 *Reaktion* erhalten die Lehrenden ein Feedback zu ihrer Vorgehensweise, Gestaltung oder Nützlichkeit ihrer Unterlagen. Dies bietet ihnen die Chance, sich und ihr Angebot zu verbessern.

Für die Evaluation von BMAT auf der Ebene 1 *Reaktion* bedeutet dies, dass die sogenannten Angel unterschiedliche Elemente des Interventionsprogrammes bewerten. Dies können Elemente wie die Lokalität oder deren Einrichtung sein. Des Weiteren können die Bewertung der Drucksachen oder des Angel-Standes zu Ebene 1 erhoben werden. Wichtig für die Mitarbeitenden und Freiwilligen des Blauen Kreuz ist zudem ein Feedback bezüglich ihres Auftretens. Mit Ebene 1 *Reaktion* werden die einzelnen Elemente des Präventionsprogrammes BMAT durch die jugendlichen Teilnehmenden bewertet. Zur Ergänzung der Bewertung werden die Jugendlichen gebeten, eine qualitative Begründung ihrer Bewertung abzugeben. **Fragestellung 1** lautet demnach:

Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight?

Ebene 2 – Lernen

Ebene 2 konzentriert sich auf den Lernerfolg der Teilnehmenden. Nach Kirkpatrick und Kirpatrick ist ein Lernerfolg definiert als Erweiterung von Fertigkeiten und Fähigkeiten sowie als Ausbau von Wissen. Das angeeignete Wissen der Schulungsteilnehmenden wird demnach nach dem Abschluss einer Schulungseinheit durch Wissensfragen überprüft (2006).

Zur Messung des Lernerfolges der ehemaligen BMAT-Teilnehmenden wird eine subjektive Einschätzung der Teilnehmenden eingesetzt. Die Angel werden befragt, ob sie einen Lernerfolg durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm wahrnehmen können. Hierbei gilt es nicht nur das theoretische Wissen, wie beispielsweise den Einfluss von Alkohol auf den Körper abzufragen, sondern auch praktische Lernerfolge. Dies könnte beispielsweise das positive Erlebnis sein, ohne Alkoholkonsum einen tollen Partyabend erlebt zu haben und diesen gleichermassen genossen zu haben wie mit Alkoholkonsum. **Fragestellung 2** lautet demnach:

Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?

Entsprechend lautet Hypothese 2:

Durch die Teilnahme an be my angel tonight lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden etwas über Alkohol am Steuer.

Ebene 3 – Verhalten

Die dritte Ebene konzentriert sich nach Kirkpatrick und Kirkpatrick (2006) auf das Verhalten von ehemaligen Teilnehmenden und dessen Qualität als auch Quantität. Dabei wird erhoben, ob sich das Verhalten nach dem Training verändert hat und in wie weit Trainingsinhalte erfolgreich umgesetzt werden. Ein weiteres Element dieser Ebene bildet der Transfererfolg, welcher misst wie die Teilnehmenden das Gelernte in der Praxis anwenden.

Der Verzicht auf Alkoholkonsum der teilnehmenden Fahrzeuglenkenden von BMAT am Veranstaltungsabend stellt das *Verhalten* dar, welches auf Ebene 3 betrachtet wird. Für die Überprüfung des Verhaltens, dem alkoholfreien Feiern und Fahren, wird die Anzahl Teilnehmer an einer Veranstaltung mit der Anzahl retournierter Armbänder der erfolgreichen Teilnehmenden am selben Veranstaltungsabend verglichen. Damit kann die Quantität, also das Verhältnis von erfolgreichen Teilnehmenden zu den nicht Erfolgreichen, nicht retournierten Armbändern, festgestellt werden. Die Qualität des Verhaltens lässt sich stichprobenartig durch am Veranstaltungsort eingesetzte Promilletests überprüfen. Bei ungefähr einem Zehntel der Angel wird ein Promilletest durchgeführt. Zudem werden die ehemaligen Angel befragt, ob sie am Abend ihrer Teilnahme tatsächlich auf Alkohol verzichtet hätten und wenn nicht, aus welchen Gründen. Bezüglich des Lerntransfers, der Anwendung des Gelernten in der Praxis, steht der Zeitraum des jeweiligen Abends im Mittelpunkt des Interesses. Das gewünschte Verhalten von alkoholfreiem Feiern wird von den Teilnehmenden an einer Veranstaltung mit BMAT nach dem Input direkt praktisch umgesetzt und vor dem Verlassen der Veranstaltung überprüft. Der Lerntransfer zwischen dem Input und dem späteren Verhalten am selbigen Abend lässt sich ebenfalls durch die Anzahl der retournierten Armbänder, die Promilletests und die Befragung feststellen. Das Ziel von BMAT, jugendliche, nüchterne Fahrzeuglenkende auf den Heimweg zu schicken ist mit einem erfolgreichen Lerntransfer am jeweiligen Abend erfüllt. Daraus ableiten lässt sich folgende **Fragestellung 3**:

Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?

Entsprechend lautet Hypothese 3:

Durch die Teilnahme der jugendlichen Fahrzeuglenkenden am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight, verzichten diese auf Alkoholkonsum am selben Abend.

Ebene 4 – Ergebnisse

Die vierte und höchste Ebene des Vier-Ebenen-Modells interessiert sich für die Ergebnisse einer Schulungsteilnahme. Dabei interessieren insbesondere betriebliche Kennzahlen, Angaben zum Geschäftserfolg oder der Return on Investment. Diese Angaben sind bedeutend schwieriger zu erheben als diejenigen Elemente von vorangegangenen Ebenen. Zudem sind veränderte Geschäftsergebnisse meist nicht sofort feststellbar und wenn doch, so ist ein eindeutiger Zusammenhang zwischen den veränderten Zahlen und der Trainingseinheit nicht immer einfach

herzustellen. Um die Ergebnisse dennoch festhalten zu können, empfiehlt sich die Messung von Effekten der Schulungsmassnahme wie beispielsweise die Zeitersparnis, Arbeitsqualität oder Unfallquote (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006).

Was im Rahmen von BMAT besonders interessiert ist der auf dem Programm basierende Rückgang von Unfällen unter Alkoholeinfluss mit jugendlichen Beteiligten. Dieser Rückgang kann jedoch, wie auch im geschäftlichen Setting, nicht sofort gemessen werden und zudem nicht eindeutig auf die Intervention des Blauen Kreuzes zurückgeführt werden. Messbar ist aber, ob die jugendlichen Teilnehmenden an späteren Veranstaltungen ohne BMAT keinen Alkohol konsumieren und damit das Risiko eines Unfalls unter Alkoholeinfluss reduzieren. Dieser Transfer des Verhaltens übertrifft das definierte Ziel des Unfall-Präventionsprogrammes BMAT, wäre jedoch sehr wünschenswert. Des Weiteren wäre auch denkbar, dass das Unfall-Präventionsprogramm Personen anspricht, die am jeweiligen Abend nicht als Fahrzeuglenkende unterwegs sind. Entsprechend lautet Fragestellung 4:

Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol verzichten?

Entsprechend lautet Hypothese 4:

Die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die jugendlichen Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol zu verzichten.

Um die hergeleiteten Fragestellungen zu beantworten und die aufgestellten Hypothesen zu überprüfen, werden verschiedene methodische Zugänge zu den Daten eingesetzt. Der Methodenmix, welcher eingesetzt wird um die Ziele der Studie zu erreichen, wird im Methodenkapitel 4 beschrieben.

3 Fragestellungen und Hypothesen

Im Folgenden werden die in Kapitel 2.5 abgeleiteten Fragestellungen und Hypothesen in einer kurzen Übersicht dargestellt.

Fragestellung 1

Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight?

Fragestellung 2

Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?

Hypothese 2

Durch die Teilnahme an be my angel tonight lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden etwas über Alkohol am Steuer.

Fragestellung 3

Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?

Hypothese 3

Durch die Teilnahme der jugendlichen Fahrzeuglenkenden am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight, verzichten diese auf Alkoholkonsum am selben Abend.

Fragestellung 4

Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol verzichten?

Hypothese 4

Die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die jugendlichen Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol zu verzichten.

4 Methode

Die beiden Ziele der Studie konzentrierten sich auf die Erhebung und Abbildung der Wirkungsweise von BMAT sowie die Erarbeitung von Optimierungsvorschlägen. Für die Erreichung dieser Ziele und die Beantwortung der Fragestellungen wurden verschiedene Methoden eingesetzt.

Wie in Abbildung 4 aufgeführt, wurde zur Beschaffung von Wissen zum Unfall-Präventionsprogramm BMAT vorab eine Dokumentenanalyse betrieben und allfällige Wissenslücken durch ein Experteninterview mit einer Fachmitarbeiterin ergänzt. Ziel des Interviews war es, BMAT vollständig in Schwarzers HAPA-Modell (2004) abzubilden. Nach der Vervollständigung der Informationen zum Programm als auch dessen Abbildung wurde eine Online-Befragung, welche die Wirkung des Programms auf vier Ebenen untersuchte, mit ehemaligen Angeln durchgeführt. Die Ergebnisse des Fragebogens stellten die Grundlage für den darauffolgenden Workshop mit ehemaligen Teilnehmenden dar. Der Workshop hatte zum Ziel, Optimierungsvorschläge zu generieren und Elemente mit niedriger Bewertung weiter zu entwickeln.

	UNTERSUCHUNG	ZIEL	AUSWERTUNG
1	Dokumentenanalyse	Wissen über Programm, Inhalte, Abläufe und Elemente	Inhaltsanalyse
2	Experteninterview	Füllen von Wissenslücken, Einordnung BMAT in HAPA	Inhaltsanalyse
3	Online-Fragebogen	Wirkungsweise des Programms auf 4 Ebenen	deskriptiv, Korrelation, Kreuztabelle
4	Workshop	Ideensammlung für die Weiterentwicklung von Elementen	Rating-System

Abb. 4: Untersuchungsdesign (eigene Darstellung)

Das Ziel der Studie war, die Wirkung von BMAT zu erfassen und abzubilden als auch die Verbesserung von Programmelementen. Die vier Fragestellungen wurden durch den Einsatz verschiedener Methoden beantwortet. Welche Fragestellung mit welchem methodischen Zugang bearbeitet wurde, ist nachfolgender Abbildung 5 zu entnehmen.

FRAGESTELLUNG	METHODIK
1 Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight?	Fragebogen Workshop
2 Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?	Dokumentenanalyse Experteninterview Fragebogen
3 Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?	Dokumentenanalyse Fragebogen
4 Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol verzichten?	Fragebogen

Abb. 5: Fragestellungen und die zugehörigen methodischen Zugänge (eigene Darstellung)

In den Folgenden Kapiteln werden die einzelnen Untersuchungsmethoden und deren Durchführung beschrieben.

4.1 Dokumentenanalyse

Laut Flick (2010) ermöglicht die Analyse von bestehenden Dokumenten einen unzensierten und unabhängigen Blick auf eine Organisation und deren Prozesse. Die Dokumentenanalyse wurde eingesetzt, um Kenntnisse über das Unfall-Präventionsprogramm BMAT zu erlangen. Das Programm sollte nach der erfolgten Analyse der Dokumente möglichst vollständig beschrieben werden können. Die Dokumentenanalyse diente als Grundlage für alle weiteren methodischen Erhebungen. Ziel der Analyse war die Beantwortung von **Fragestellung 2** ‚Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas über Alkohol am Steuer?‘ aufgrund von bestehenden Dokumenten. Die Bearbeitung von **Fragestellung 2** wurde mit den beiden Zugängen Experteninterview und Online-Befragung zu einem späteren Zeitpunkt erneut aufgenommen und eine abschliessende Beantwortung findet erst nach der vollständigen Ergebnisdarstellung ebendieser Zugänge statt. Zum Zweiten hatte die Dokumentenanalyse zum Ziel, **Fragestellung 3** ‚Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?‘ zu beantworten. Auch **Fragestellung 3** wird bei der Erhebung durch einen Online-Fragebogen erneut thematisiert.

In die Analyse flossen einerseits online zugängliche Informationen als auch interne Dokumente des Blauen Kreuzes ein. Nachfolgend (Tabelle 1) sind die verwendeten Informationsträger und Dokumente aufgeführt.

Dokument	Inhalt	Zugang
Internetseite des Blauen Kreuzes	Informiert die Zielgruppe, Interessierte, mögliche Partnerorganisationen etc. über das Projekt BMAT in den Kantonen Aargau und Luzern	online zugänglich unter www.blaueskreuz.ch
BMAT auf der Internetseite Blaues Kreuz Aargau – Luzern	Informiert die Zielgruppe, Interessierte, mögliche Partnerorganisationen etc. über das Projekt BMAT in den Kantonen Aargau und Luzern	online zugänglich unter blaueskreuz-aglu.ch
Projektbeschrieb von BMAT	Beschreibung des Projektes	Internes Dokument
Internetseite von BMAT	Informiert die Zielgruppe, Interessierte, mögliche Partnerorganisationen etc. über das Projekt BMAT im Kanton Zürich	online zugänglich unter bemyangel.ch
Flyer von BMAT	Einsatz an Veranstaltungen um Fahrzeuglenkende anzuwerben	durch Fachmitarbeiterin
Vereinbarungsformular	Vertrag zum Verzicht auf Alkoholkonsum	durch Fachmitarbeiterin

von BMAT		
Auswertung einer Veranstaltung von BMAT	Interne Auswertung der Anzahl Teilnehmenden, Erfolgreichen und Kontrollierten Fahrzeuglenkenden	durch Fachmitarbeiterin
Datenbank von BMAT	Verwendung der Kontaktdaten für jährliches Mailing	durch Fachmitarbeiterin

Tabelle 1: Dokumente der Dokumentenanalyse (eigene Darstellung)

4.2 Experteninterview

Nichtstandardisierte oder teilstandardisierte Interviews gehören zu den wichtigsten Grundtechniken zur Erhebung von qualitativen Daten. Durch qualitative Befragungen werden beispielsweise subjektive Sichtweisen, Meinungen oder Erfahrungen erhoben. Der Gesprächsverlauf wird dabei nicht von der interviewenden Person sondern vielmehr von der interviewten Person gestaltet und gesteuert. Offene Fragen lassen der interviewten Person Spielraum bei der Beantwortung ebendieser. Qualitative Befragungen ermöglichen zudem die Berücksichtigung der Interaktion zwischen der interviewten Person und der interviewenden Person. Eine der gängigsten Formen von qualitativen Befragungen stellt das Leitfadeninterview dar. Der Leitfaden setzt sich zusammen aus Leitfragen, den zugehörigen konkreten Fragen als auch Steuerungs- und Aufrechterhaltungsfragen. Der Leitfaden und die eingesetzten Themen schaffen ein Gerüst für die Datenerhebung und –analyse. Dennoch zeichnet sich diese Form des Interviews dadurch aus, dass bei dessen Einsatz genügend Spielraum für spontane, neue Fragen und Themen bleibt. Das halbstrukturierte Interview eignet sich für sehr viele Themen, da es mit einem vorbereiteten aber flexiblen Fragenkatalog arbeitet (Bortz & Döring, 2006).

Die Studie hatte zum Ziel, die Wirkungsweise von BMAT zu überprüfen, abzubilden und Optimierungsvorschläge zu entwickeln. Durch die Dokumentenanalyse konnten Kenntnisse zu BMAT erlangt werden. Das ergänzende Experteninterview diente der Klärung von Wissenslücken und offenen Fragen. Zudem war die Zuordnung von BMAT in Schwarzers HAPA-Modell (2004) zentrales Ziel des Experteninterviews. Die Abbildung des Präventionsprogrammes in Schwarzers Gesundheitsmodell fördert das Verständnis für die Wirkungsweise von BMAT. Mit den Ergebnissen des Experteninterviews sollte zudem die **Fragestellung 2** ‚Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?‘ beantwortet werden können. Die Fragestellung war bereits Teil der Dokumentenanalyse, konnte jedoch nicht abschliessend beantwortet werden. Während des Experteninterviews sollte die Fragestellung aus der Perspektive der Fachmitarbeiterin beantwortet werden. Beim späteren Erhebungsverfahren, der Online-Befragung, wurde die Aneignung von Wissen erneut thematisiert und der eigene Lernerfolg von den ehemaligen Teilnehmenden subjektiv bewertet.

4.2.1 Instrument

Ziel des Interviews war die vollständige Erhebung und Ergänzung aller Informationen zum Unfall-Präventionsprogramm BMAT und dessen Zuordnung zu den einzelnen Phasen und Faktoren von Schwarzers HAPA-Modell (2004). Die Abbildung von BMAT in Schwarzers Gesundheitsmodell ermöglicht eine umfassende Darstellung von allen Elementen von BMAT und unterstützt das Verständnis für die möglichen inter- und intrapersonalen gesundheitsförderlichen Vorgänge als auch Einflussfaktoren.

Die Leitfragen der einzelnen Teile sind nachfolgend (Tabelle 2) dargestellt. Der vollständige Leitfaden ist in Anhang C abgebildet.

LEITFRAGEN TEIL I: Inhaltliche Fragen zu BMAT

1. Welches Ziel hat BMAT in deinen Augen?
2. Wie ist die Entwicklung von BMAT seit 2006? Was hat sich verändert/verbessert?
3. Gibt es Elemente von BMAT, welche eine längerfristige Wirkung anstreben?
4. Wie werden Preise für die Verlosung ausgewählt? Wer stellt diese zur Verfügung?
5. Wie und von wem wird die Anzahl Gutscheine für Getränke zum halben Preis definiert?
6. Führte das seit dem Jahr 2014 geltende Alkoholverbot für Neulenkende zu spürbaren Veränderungen im Konsumverhalten von Fahrzeuglenkenden?
7. Kennst du andere Mitarbeitende von BMAT und kannst du Unterschiede bezüglich Auftreten, Kommunikation und Erfolgchance bei den Jugendlichen erkennen?
8. Wie viele angesprochene Fahrzeuglenkende nehmen tatsächlich am Programm teil?

LEITFRAGEN TEIL II: Zuordnung von BMAT im HAPA

Ich möchte BMAT dem sozial-kognitive Prozessmodell gesundheitlichen Handelns (Health Action Process Approach, HAPA, Schwarzer, 2004) zuordnen. Dazu benötige ich Kenntnisse zum gesamten Ablauf von BMAT.

Bitte beschreibe den üblichen und vollständigen Ablauf von BMAT mit allen dir bekannten Elementen. Ich werde die einzelnen Abläufe, Elemente etc. festhalten und zu einem späteren Zeitpunkt eine Zuordnung zum erwähnten Modell vornehmen.

Tabelle 2: Leitfragen des Experteninterviews (eigene Darstellung)

4.2.2 Auswertung

Das Interview mit einer Expertin diente der Vervollständigung der Kenntnisse zu BMAT und der vollständigen Abbildung von BMAT im Sinne der Zuordnung im HAPA-Modell (Schwarzer, 2004). Die Auswertung des Interviews hatte zudem die Beantwortung von **Fragestellung 2** ‚Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?‘ zum Ziel. Die Auswertung des Experteninterviews wurde mittels induktiver, zusammenfassender, qualitativer Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) durchgeführt. Zusammenfassend bedeutet, dass das erhobene Material auf eine überschaubare Grösse reduziert wurde, welche die wesentlichen Inhalte des Experteninterviews abbildet. Die induktive Vorgehensweise bildet durch einen Verallgemeinerungsprozess Kategorien aus dem Datenmaterial. Nach der Festlegung der Protokollierungsregeln der Transkription werden die Kodiereinheiten bestimmt. Die darauffolgende Bildung von Kategorien wurde während der Analyse stetig überprüft

und angepasst. Die Kategorienbildung entstand durch die Paraphrasierung von Kodiereinheiten, welche sich auf die wesentlichen Inhalte beschränkten und in grammatikalischer Kurzform gehalten wurden. Paraphrasen, welche sich aufeinander bezogen oder den gleichen Inhalt aufwiesen, wurden durch die Bestimmung des Abstraktionsniveaus zusammengefasst. Wichtig dabei war, dass die ursprünglichen Paraphrasen in den einzelnen Kategorien vollständig und korrekt repräsentiert werden. Aus den definierten Kategorien entstand ein sogenanntes Kategoriensystem, welches in Bezug auf die offenen Fragen, die Wissenslücken und die Fragestellung interpretiert werden konnte.

4.2.3 Stichprobe

Das Interview fand am Freitag, 27. Februar 2015 um 13.30 Uhr in den Räumlichkeiten des Blauen Kreuzes in Aarau statt und dauerte eine Stunde. Die Expertin, die Fachmitarbeiterin des Blauen Kreuzes Aargau / Luzern war zum Zeitpunkt des Interviews seit ungefähr fünf Jahren für alle administrativen und konzeptuellen Aufgaben des Präventionsprogrammes BMAT verantwortlich. Vor dieser Tätigkeit war die Expertin ein Jahr im Ausseneinsatz als freiwillige Mitarbeitende an Veranstaltungen. Die Expertin wies Erfahrungen im persönlichen Kontakt mit jugendlichen Neulenkenden als auch Kenntnisse zu allen Abläufen und Eckdaten des Programmes aus.

4.3 Online-Fragebogen

Die Fragebogenerhebung zählt zu den wichtigsten und meistangewendeten Untersuchungsverfahren in der psychologischen Forschung. Im Rahmen von Fragebogen werden die antwortenden Personen durch sprachlich strukturierte Fragen zur Beurteilung ebendieser aufgefordert. Die einzelnen Fragen werden als sogenannte Items bezeichnet und dienen der Bewertung von Gegenständen, Personen oder Sachverhalten durch die antwortenden Personen. Für die Einschätzung der einzelnen Items stehen den Befragten jeweils festgelegte Antwortmöglichkeiten, sogenannte Skalen, zur Verfügung (Grau & Mummendey, 2008).

Die Online-Erhebung mittels Befragung stellte eine zentrale Erhebungsmethode der Studie dar. Die Erhebung durch einen Fragebogen an die ehemaligen Teilnehmenden von BMAT konzentrierte sich auf das erste Ziel der Studie, die Erhebung der Wirkungsweise von BMAT. Der Fragebogen orientierte sich am Vier-Ebenen-Modell (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) und beantwortete die in Abbildung 6 aufgeführten vier Fragestellungen.

FRAGESTELLUNG	EBENE
1 Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight?	1 Reaktion
2 Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?	2 Lernen
3 Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?	3 Verhalten
4 Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol verzichten?	4 Ergebnisse

Abb. 6: Fragestellungen bei der Fragebogenerhebung und die zugehörigen Ebenen des Vier-Ebenen-Modells (eigene Darstellung in Anlehnung an Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006)

Das Vier-Ebenen-Modell wurde in Kapitel 2.5 ausführlich beschrieben und wird hier nur kurz angesprochen. Das Evaluationsmodell wurde ursprünglich für die Bewertung von Schulungseinheiten konzipiert, eignet sich aber sehr gut für die Überprüfung von BMAT. Kirkpatrick und Kirkpatrick (2006) gehen davon aus, dass jede aufeinanderfolgende Stufe auf den Informationen der vorhergehenden Stufe basiert. Für die vollständige Überprüfung und um ein lückenloses Bild des Erfolges von BMAT zu erheben, wurden die vier Ebenen *Reaktion*, *Lernen*, *Verhalten* und *Ergebnisse* als Leitthemen und in derselben Reihenfolge in der Befragung eingesetzt. Wie in Abbildung 7

dargestellt, erhob der Fragebogen mit Ebene 1 die Reaktionen der ehemaligen Angel auf verschiedene Elemente und auf Ebene 2 deren Lernerfolg durch ihre Teilnahme. Der Fragebogen mass mit Ebene 3 das Verhalten der jugendlichen Fahrzeuglenkenden und mit Ebene 4 deren Verhaltenstransfer zu späteren Veranstaltungen (ohne BMAT). Eine detailliertere Beschreibung der einzelnen Ebenen und den zugehörigen BMAT-Ebenen sind in Kapitel 2.5 zu finden.

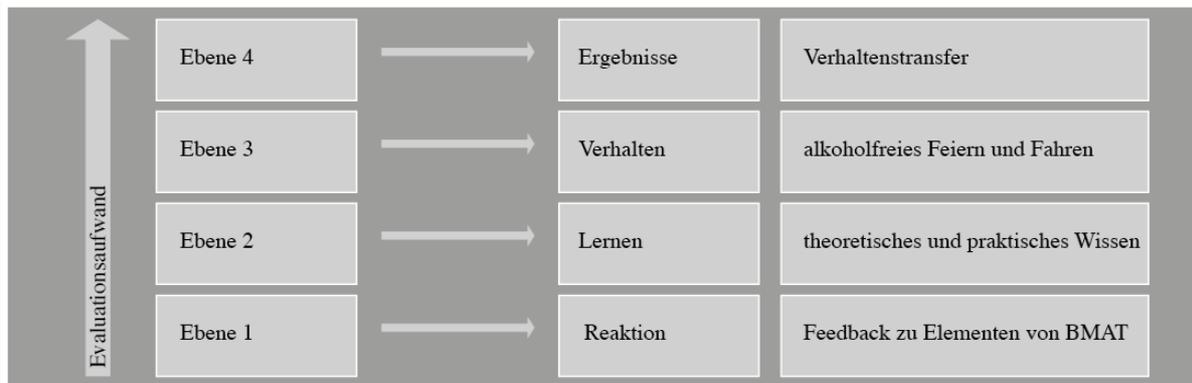


Abb. 7: die Stufen des Vier-Ebenen-Modells (eigene Darstellung in Anlehnung an Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006)

4.3.1 Instrument

Nachfolgend wird das Erhebungsinstrument Online-Fragebogen beschrieben. Das Instrument orientierte sich am Vier-Ebenen-Modell von Kirkpatrick und Kirkpatrick (2006), ein Evaluationsmodell, welches die Ebenen *Reaktion*, *Lernen*, *Verhalten* und *Ergebnisse* betrachtet. In Kapitel X.X wurden die einzelnen Ebenen beschrieben und erläutert, wie die vier Ebenen im Unfallpräventionsprogramm BMAT wieder zu finden sind.

Die persönlich angeschriebenen ehemaligen Teilnehmenden wurden durch den Emailinhalt über das Ziel der Erhebung und die zugehörige Belohnung informiert (siehe Abb. 8). Durch die persönliche Anschrift war es möglich, auf die Erhebung der demografischen Daten zu verzichten. Der vollständige Name wie auch Adresse, Wohnort, Kontaktangabe und Alter aller eingeladenen Jugendlichen konnten bereits im Vorfeld anhand der unterschriebenen Vereinbarungen der letzten beiden Jahre erfasst werden. Auf der Vereinbarung waren zudem Angaben zur Besitzdauer des Fahrausweises, zur Anzahl Teilnahmen bei BMAT und zum Grund der Teilnahme zu finden. Des Weiteren gab die Vereinbarung Auskunft über die Häufigkeit von ähnlichen Veranstaltungsbesuchen, die Anzahl der Mitfahrenden und Abmachungen bezüglich Heimfahrt. Da die demografischen Daten nicht erhoben werden mussten, wurde die Bearbeitungszeit des Fragebogens dadurch zu Gunsten der Teilnehmenden verkürzt. Für den Versand der Einladungen zum Fragebogen stellte das Blaue Kreuz eine interne Emailadresse (angel.aglu@blaueskreuz.ch) zur Verfügung. Die Jugendlichen erhielten die Einladung dementsprechend von einer öffentlichen und vertrauensvollen Adresse. Zudem wurde das Logo von BMAT im Email platziert. Inhaltlich war das Email möglichst kurz, informativ und

einladend gestaltet. Da es sich um mehrheitlich jugendliche Teilnehmende handelt, wurde das Email mit einer bildlichen Darstellung der Belohnungen ergänzt.

Hallo Nicole

Um deinen Wünschen in Zukunft noch gerechter zu werden, brauchen wir deine Hilfe!
Was können wir bei *be my angel tonight* verbessern?

Als Dankeschön für deine Teilnahme an der Umfrage (Dauer ca. 10 Minuten) erhältst du eine Belohnung.

Klicke bis 22. März 2015 auf folgenden Link:
<http://ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/?code=0003d6df74d5d670>



Mit freundlicher Unterstützung von

PimpSkinTattoo
Lindenplatz 2, 86, 5722 Gränichen, 078 789 18 89, pimpskintattoo@gmail.com

Vielen Dank und liebe Grüsse

**be my
Angel
tonight**
Blaues Kreuz Aargau/Luzern
Nicole Berner

Abb. 8: Email Einladung an ehemalige Angel (eigene Darstellung)

Mit dem persönlichen Link gelangten die teilnehmenden Personen auf die Startseite der Onlinebefragung (siehe Anhang D), wurden kurz informiert und sogleich gebeten, ihre Belohnung für ihre Teilnahme auszuwählen. Zur Auswahl standen ein Gutschein für einen Kaffee bei Starbucks im Wert von CHF 10.00 und ein Gutschein für ein Tätowierstudio im Aargau im Wert von CHF 50.00. Für die Zuordnung des Wunsches zur Person, wurden die Teilnehmenden gebeten, ihre Emailadresse zu ergänzen. Diese Angabe war nötig, da eine personalisierte Befragung die Emailadresse der

antwortenden Person bei der Ausgabe zur Auswertung nicht wiedergibt. Die Beantwortung der Onlinebefragung nahm ca. 10 Minuten in Anspruch. Der gesamte Online-Fragebogen ist in Anhang D ersichtlich.

Ebene 1 Reaktion

Ziel der Befragung auf der ersten Ebene war die Beantwortung der Fragestellung 1, 'Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes *be my angel tonight*?'. Zur Ebene 1 *Reaktion* wurden die Befragten gebeten, einzelne Elemente des Präventionsprogrammes zu bewerten und eine Begründung dazu abzugeben. Die Elemente wurden jeweils mit einem Bild ergänzt, um die Erinnerung der Teilnehmenden an das entsprechende Element zu unterstützen (siehe Abb. 9).

Abb. 9: Item *Drucksachen* des Online-Fragebogens (eigene Darstellung)

Im ersten Teil des Fragebogens, welcher sich auf die Ebene 1 *Reaktion* konzentrierte, wurde eine 5er-Likert-Skala von 0 (*sehr schlecht*) bis 5 (*sehr gut*) eingesetzt. Die Teilnehmenden wurden gebeten, ihre Wertung zu begründen. Für diese Begründung stand den Teilnehmenden pro Element oder Item ein offenes Textfeld zur Verfügung. Die einzelnen Items sind in Tabelle 3 aufgeführt.

Ebene 1 - Reaktion

Item	Antwortoptionen
03 Drucksachen	<input type="checkbox"/> sehr schlecht
Wie gefallen dir die Drucksachen von <i>be my angel tonight</i> ? Bitte begründe	<input type="checkbox"/> schlecht

<p>deine Auswahl. Nachfolgend findest du ein Bild des aktuellen Flyers. Die Plakate und Banner sind im gleichen Stil gehalten.</p>	<input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/> sehr gut offenes Textfeld
<p>04 Angelstand Wie gefällt dir der Stand von <i>be my angel tonight</i>? Bitte begründe deine Auswahl. Nachfolgend findest du ein Bild des Standes.</p>	<input type="checkbox"/> sehr schlecht <input type="checkbox"/> schlecht <input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/> sehr gut offenes Textfeld
<p>05 Vereinbarung Wie gefällt dir die Vereinbarung von <i>be my angel tonight</i>? Bitte begründe deine Auswahl. Nachfolgend findest du ein Bild des Formulars.</p>	<input type="checkbox"/> sehr schlecht <input type="checkbox"/> schlecht <input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/> sehr gut offenes Textfeld
<p>06 Mitarbeitende Wie findest du die Mitarbeitenden von <i>be my angel tonight</i>? (Freundlichkeit, Auftreten, Kommunikation, Outfit) Bitte begründe deine Auswahl. Nachfolgend findest du ein Beispielbild.</p>	<input type="checkbox"/> sehr schlecht <input type="checkbox"/> schlecht <input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/> sehr gut offenes Textfeld
<p>07 Getränkegutschein Wie findest du die Idee der Getränkegutscheine als Belohnung für deine Teilnahme? Bitte begründe deine Auswahl. Nachfolgend findest du ein Beispielbild der Gutscheine.</p>	<input type="checkbox"/> sehr schlecht <input type="checkbox"/> schlecht <input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/> sehr gut offenes Textfeld
<p>08 Gutschein Fahrertraining Wie findest du die Idee des Gutscheins für ein Fahrertraining bei ASSR im Wert von CHF 30.00 als Belohnung für deine erfolgreiche Teilnahme? Bitte begründe deine Auswahl. Die ASSR bietet obligatorische als auch freiwillige Kurse rund ums Fahren an.</p>	<input type="checkbox"/> sehr schlecht <input type="checkbox"/> schlecht <input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/> sehr gut offenes Textfeld
<p>09 Verlosungspreise Wie findest du die Preise der Verlosung als Belohnung für deine erfolgreiche Teilnahme? (TomTom, Reka-Checks, Kinogutscheine) Bitte begründe deine</p>	<input type="checkbox"/> sehr schlecht <input type="checkbox"/> schlecht <input type="checkbox"/> neutral

Auswahl. Nachfolgend findest du ein Beispielbild der Preise.	<input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/> sehr gut offenes Textfeld
10 Promilletest Wie findest du die Idee des Promilletests, welchen einige Angel vor dem Verlassen der Party durchführen müssen? Bitte begründe deine Auswahl. Nachfolgend findest du ein Beispielbild eines Alkohol-Testgerätes.	<input type="checkbox"/> sehr schlecht <input type="checkbox"/> schlecht <input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/> sehr gut offenes Textfeld

Tabelle 3: Items der Ebene 1 *Reaktion* (eigene Darstellung)

Der zweite Teil des Fragebogens (siehe Tabelle 4) konzentrierte sich auf die Ebene *Lernen* des Vier-Ebenen-Evaluationsmodells (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006). Dieser Teil des Fragebogens diente der Beantwortung von Fragestellung 2 ‚Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm *be my angel tonight* etwas zu Alkohol am Steuer?‘. Durch die Analyse der Dokumente und die Ergebnisse des Experteninterviews wurde bereits deutlich, dass die Angel bei ihrer Teilnahme grundsätzlich kein Wissen über Alkohol am Steuer erlangen. Dieses fehlende Lernen ist darauf zurückzuführen, dass die Mitarbeitenden und Freiwilligen von BMAT die eintreffenden Veranstaltungsgäste in erster Linie auf ihre Vorteile bei einer Teilnahme aufmerksam machen, das Risiko von Alkohol im Strassenverkehr aber nicht ansprechen. Dennoch wurden die Jugendlichen bei der Fragebogenerhebung gefragt, ob sie durch ihre Teilnahme am Programm etwas gelernt hätten. Sie wurden durch einen kurzen Wissenstest überprüft und hatten die Möglichkeit, durch ein offenes Textfeld anzugeben, was sie anstelle des theoretischen Wissens gelernt hatten. Die Frage nach dem Gelernten diente einerseits der Vollständigkeit des Evaluationsmodells, andererseits der Absicht zu erfahren, was die Angel durch ihre Teilnahme an BMAT Praktisches gelernt haben. Nachfolgend sind die einzelnen Items mit den jeweiligen Antwortmöglichkeiten aufgeführt. Falls es sich um ein Item mit Filterfunktion handelte, ist bei der entsprechenden Antwortoption das darauffolgende Item vermerkt.

Ebene 2 - Lernen		
Item	Antwortoptionen	Filterfunktion
11 Learning Hast du durch deine Teilnahme an <i>be my angel tonight</i> etwas über Alkohol am Steuer gelernt?	<input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja	→ Item 11b
11b Überprüfung Learning Welche Altersgruppe ist besonders gefährdet durch Unfälle unter Einfluss von Alkohol?	<input type="checkbox"/> 16- bis 30-Jährige <input type="checkbox"/> 31- bis 50-Jährige <input type="checkbox"/> 51- bis 70-Jährige <input type="checkbox"/> weiss ich nicht	→ Item 11c

11c Learning Alternativ Was hast du stattdessen gelernt? Bitte führe einige Stichworte auf.	offenes Textfeld	
---	------------------	--

Tabelle 4: Items der Ebene 2 *Lernen* (eigene Darstellung)

Ebene 3 konzentrierte sich auf das Verhalten der Jugendlichen, das alkoholfreie Feiern und Fahren. Ziel der Befragung mit Ebene 3 war die Beantwortung der **Fragestellung 3** ‚Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm *be my angel tonight* dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?‘. Vorab wurden die Jugendlichen gefragt, ob sie das gewünschte Verhaltensziel des Programmes erkennen könnten und wie sie dies mit Stichworten beschreiben würden. Ebenso wurden sie nach ihrer Motivation und der Unterstützung durch das Programm gefragt. Zuletzt war es von besonderem Interesse zu erheben, ob die jugendlichen *Angel* am Veranstaltungsabend mit *BMAT* tatsächlich keinen Alkohol konsumiert hatten und wenn doch, welche Gründe es dafür gab. Die einzelnen Items sind nachfolgend aufgeführt (Tabelle 5).

Ebene 3 - Verhalten		
Item	Antwortoptionen	Filterfunktion
12 Verhaltensziele Für welches Verhalten wurdest du mit deiner Teilnahme an <i>be my angel tonight</i> motiviert? Schreibe einige Stichworte dazu in die untenstehende Box.	Offenes Textfeld	
13 Motivation Wie stark motiviert warst du nach Abschluss der Vereinbarung, nüchtern zu feiern und zu fahren?	<input type="checkbox"/> sehr schwach <input type="checkbox"/> schwach <input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> stark <input type="checkbox"/> sehr stark	
14 Unterstützung durch BMAT Wie gut hat dich das Programm unterstützt, nüchtern zu feiern und zu fahren? Unterstützung: Kontakt mit Mitarbeitenden, Gutscheine, etc.	<input type="checkbox"/> sehr schlecht <input type="checkbox"/> schlecht <input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/> sehr gut	
15 Alkoholverzicht War es dir am Veranstaltungsabend mit <i>be my angel tonight</i> möglich, auf Alkohol zu verzichten? Keine Angst, die Belohnung für deine Teilnahme kriegst du in jedem Fall. Danke für deine Ehrlichkeit.	<input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja	→ Item 15b
15b Grund für Alkoholkonsum	<input type="checkbox"/> Das Programm hat	

<p>Aus welchem Grund konntest du an diesem Abend nicht nüchtern feiern und fahren?</p>	<p>mich nicht angesprochen</p> <p><input type="checkbox"/> Meine Freunde haben mich demotiviert</p> <p><input type="checkbox"/> Ich habe es versucht, bin aber gescheitert</p> <p><input type="checkbox"/> Es war ein Versehen.</p> <p><input type="checkbox"/> Andere Gründe (bitte ergänzen):</p>	
--	---	--

Tabelle 5: Items der Ebene 3 *Verhalten* (eigene Darstellung)

Das Vier-Ebenen-Modell (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) konzentriert sich mit Ebene 4 auf die Ergebnisse. Im Rahmen von BMAT stellt der Verhaltenstransfer von Veranstaltungen mit BMAT zu späteren Veranstaltungen (ohne BMAT) ein wünschenswertes Ergebnis dar. Die Jugendlichen wurden demnach gefragt, ob sie als Fahrzeuglenkende oder Mitfahrende diesen Transfer bereits gemacht hätten oder ob sie die Absicht dazu hätten. Die mit Ebene 4 *Ergebnisse* zu beantwortende Fragestellung 4 lautet , *Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol verzichten?'*. Die einzelnen Items zur Ebene 4 sind nachfolgend mit Antwortoptionen und allfälligen Filterfunktionen aufgeführt (Tabelle 6).

Ebene 4 - Ergebnisse		
Item	Antwortoptionen	Filterfunktion
<p>16 Transfer als Fahrer/in</p> <p>Hast du als FAHRER/IN an Veranstaltungen OHNE die Anwesenheit von <i>be my angel tonight</i> bereits auf Alkoholkonsum verzichtet?</p>	<p><input type="checkbox"/> nein</p> <p><input type="checkbox"/> ja</p>	<p>→ Item 16b</p>
<p>16b Transferabsicht als Fahrer/in</p> <p>Hast du als Fahrer/in die ABSICHT, an Veranstaltungen OHNE die Anwesenheit von <i>be my angel tonight</i> auf Alkoholkonsum zu verzichten?</p>	<p><input type="checkbox"/> nein</p> <p><input type="checkbox"/> ja</p>	
<p>17 Transfer als Mitfahrer/in</p> <p>Hast du als MITFAHRER/IN an Veranstaltungen OHNE die Anwesenheit von <i>be my angel tonight</i> bereits auf Alkoholkonsum verzichtet?</p>	<p><input type="checkbox"/> nein</p> <p><input type="checkbox"/> ja</p>	<p>→ Item 17b</p>
<p>17b Transferabsicht als Mitfahrer/in</p> <p>Hast du als Mitfahrer/in die ABSICHT, an Veranstaltungen</p>	<p><input type="checkbox"/> nein</p> <p><input type="checkbox"/> ja</p>	

OHNE die Anwesenheit von *be my angel tonight* auf Alkoholkonsum zu verzichten?

Tabelle 6: Items der Ebene 4 *Ergebnisse* (eigene Darstellung)

Nach der Beantwortung aller Items gelangten die Teilnehmenden auf die Abschlusseite (siehe Tabelle 7). Die letzte Seite des Fragebogens enthielt den Dank an die Teilnehmenden, die Information zum Versand der Belohnung und Kontaktangaben für allfällige Fragen oder Wünsche.

Abschlusseite

VIELEN DANK FÜR DEINE TEILNAHME!

Dein ausgewähltes Geschenk wird dir in den nächsten Tagen per Post zugestellt.

Bei Fragen freue ich mich über eine Nachricht.

Nicole Berner

Blaues Kreuz Aargau/Luzern

angel.aglu@blaueskreuz.ch

Tabelle 7: Abschlusseite (eigene Darstellung)

4.3.2 Stichprobe

Das Blaue Kreuz Aargau/Luzern stellte für die Online-Befragung Kontaktdaten der teilnehmenden Fahrzeuglenkenden von Februar 2013 bis Februar 2015 zur Verfügung. Die Datenbank umfasst insgesamt ca. 1600 Angel, davon gaben 667 Personen beim Ausfüllen der Vereinbarung eine aktuelle und leserliche Emailadresse an. Die Stichprobe wurde auf die letzten beiden Jahre eingegrenzt, da seit diesem Zeitpunkt Programmablauf als auch –inhalt von BMAT unverändert blieben. Zudem war bei der Auswahl der Stichprobe davon auszugehen, dass sich ehemalige Angel im besten Falle an eine Teilnahme vor zwei Jahren erinnern können, weniger aber an ein weiter zurückliegendes Datum. Zur Unterstützung des Gedächtnisses wurden den Partizipierenden während des Fragebogens jeweils Abbildungen des zu bewertenden Elementes gezeigt. Die 667 Angel wurden mit einem personalisierten Email mit Informationen und Link zum Fragebogen angeschrieben. Nebst einer inhaltlichen Erläuterung des Untersuchungsvorhabens und der Erläuterung des Mehrwertes der Ergebnisse empfehlen Bortz und Döring die individuelle und persönliche Nachricht an potentielle Untersuchungsteilnehmende (2006), allerdings geht damit die Möglichkeit auf eine höhere Teilnehmerzahl aufgrund des Schneeballsystems verloren.

Nach der Durchführung eines Pretests (N=10) zur Erhebung von Informationen zur Verständlichkeit der Fragen, zu Problemen der Befragten und deren Interesse an den Fragen als auch technischen Problemen und Zeitdauer der Befragung, wurden Korrekturen zum besseren Verständnis

vorgenommen und teilweise die Abbildungen der Elemente ersetzt. Die Teilnehmenden des Pretests benötigten für die Bearbeitung des Fragebogens durchschnittlich 10 Minuten.

Von den angeschriebenen 667 ehemaligen Teilnehmenden haben nach dem ersten Befragungsfenster von Freitag, 13. März bis Sonntag, 22. März insgesamt 59 Personen (8.85% der Eingeladenen) teilgenommen. Nach einer Erinnerungsnachricht und der Verlängerung des Teilnahmefensters bis zum Freitag, 27. März 2015 haben insgesamt 90 Personen, dies entspricht 13.49% der persönlich Angeschriebenen, teilgenommen.

Soziodemographische Merkmale der Stichprobe

Die Vereinbarung, welche von den teilnehmenden Fahrzeuglenkenden am Veranstaltungsabend ausgefüllt und unterschrieben wird, gab sehr detaillierte demografische Angaben zu den Teilnehmenden wieder. Die Vereinbarung beinhaltete Angaben zum Geschlecht und Alter der Fahrzeuglenkenden als auch zu deren Teilnahmehäufigkeit und Teilnahmegrund bei BMAT. Zudem gab die Vereinbarung Informationen darüber, wie häufig die Teilnehmenden ähnliche Veranstaltungen besuchen würden, wie viele Mitfahrende sie am selben Abend dabei hätten und welche Abmachungen in der Gruppe bezüglich der Heimfahrt bestehen würden.

Die befragten 90 Personen besuchten insgesamt acht unterschiedliche Veranstaltungen mit BMAT. 31.11% der Teilnehmenden besuchte die Veranstaltung Top of Seetal, 27.78% besuchten die SummerXParty, 11.11% waren am Cherusball als Angel dabei und 8.89% an der Veranstaltung Zytsprung. Weitere 7.78% besuchten die Beachparty, 6.67% das FH-Fest. 4.44% nahmen an der Offensiv-Party als Angel teil und weitere 2.22% an der Pfingstparty. Von den 90 Personen, welche den Online-Fragebogen vollständig beantwortet haben, waren 62.22% weibliche und 37.78% männliche Teilnehmende. 37.78% der Befragten waren zum Zeitpunkt der Befragung 18 bis 20 Jahre alt, 47.78% waren 21 bis 25 Jahre alt und 14.45% waren 26 Jahre oder älter. Die meisten Befragten (38.89%) waren zum Zeitpunkt ihrer Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm BMAT seit maximal 2 Jahren im Besitz ihres Führerscheins. Jeweils 20.00% besaßen den Führerschein seit 2 bis 5 Jahren oder seit 5 bis 10 Jahren. 7.78% der Befragten besaßen den Führerschein seit mehr als 10 Jahren und 13.33% machten keine Angaben dazu. 61.11% der Befragten nahmen zum ersten Mal an BMAT teil, 30.00% waren bereits mindestens einmal als Angel an einer Veranstaltung dabei und 8.89% haben keine Angaben dazu gemacht. Als Grund für die Teilnahme an BMAT gaben 80% der Teilnehmenden an, sie würden keinen Alkohol trinken wenn sie fahren. 10.00% der Teilnehmenden gaben an, sie würden nie Alkohol trinken. 6.67% verzichteten am Veranstaltungsabend aufgrund von BMAT auf Alkohol und 3.33% gaben an, dass sie sonst maximal ein bis zwei Gläser Alkohol konsumieren würden, wenn sie fahren. Die Angel-Vereinbarung von BMAT gab zudem Auskunft darüber, wie häufig die Teilnehmenden im Durchschnitt ähnliche Veranstaltungen besuchen würden. 18.89% der Teilnehmenden machten dies halbjährlich, 47.78% monatlich. 27.78% der Teilnehmenden besuchten

alle zwei Wochen ähnliche Veranstaltungen und 5.55% machten dies jedes Wochenende. Die teilnehmenden Angel machten Angaben dazu, wie viele Mitfahrende sie am Veranstaltungsabend mit BMAT dabei hatten. 13.33% der Teilnehmenden fuhren alleine nach Hause. 25.56% hatten eine mitfahrende Person und 22.22% hatten zwei mitfahrende Personen dabei. 36.67% gaben an, drei oder mehr mitfahrende Personen dabei zu haben und 2.22% machen keine Angaben dazu. Zur Abmachung bezüglich Heimfahrt gaben 26.67% an, dass sie eigentlich immer fahren würden. 71.11% gaben an, sie würden sich mit dem Fahren abwechseln und 1.00% gab an, dass diejenige Person fahren würde, welche noch in der Lage wäre. 1.00% der Teilnehmenden machte keine Angabe dazu.

Analyse der Stichprobenverzerrungen

Die Stichprobe von 90 Personen stammte aus einer Grundgesamtheit von BMAT-Teilnehmenden der beiden Jahre 2013 und 2014 und enthielt 1642 Personen. Während in der Grundgesamtheit die Geschlechterverteilung ausgewogen war, wies die Stichprobe zu zwei Dritteln weibliche Teilnehmende auf. Die Altersverteilung in der Stichprobe war derjenigen der Grundgesamtheit sehr ähnlich. In beiden Gruppen war beinahe die Hälfte der Teilnehmenden zwischen 21- bis 25-Jahre alt. Ebenfalls vergleichbar waren die Häufigkeitsverteilungen der Besitzdauer des Führerscheins und die Anzahl Teilnahmen an BMAT. Die Häufigkeitsverteilung des Teilnahmegrundes, der Anzahl Veranstaltungsbesuche, der Anzahl Mitfahrenden und der Abmachungen bezüglich Heimfahrt zwischen der Stichprobe und der Grundgesamtheit waren vergleichbar. Die Stichprobe ist insgesamt sehr ähnlich wie die Grundgesamtheit der ehemaligen Teilnehmenden, weist jedoch einen Unterschied bei der Geschlechterverteilung auf.

4.3.3 Auswertungsmethoden

Für die Eingabe und Auswertung der erhobenen Daten wurde die Statistiksoftware SPSS eingesetzt. Die Durchführung des Kolmogorov-Smirnov-Tests zur Überprüfung auf Normalverteilung ergab, dass die Daten keiner Normalverteilung unterliegen. Die Analyse der Fragebogen-Abbrüche zeigte, dass von den 122 Personen, welche den Link zum Fragebogen angewählt haben, 27 Personen (22.13%) auf der Startseite abgebrochen haben (siehe Tabelle 8).

Seite:	Anzahl Abbrüche	fortgeschritten bis Seite
01 Startseite	27 (22.13%)	122 (100.00%)
02 Reaction - Drucksachen	1 (0.82%)	95 (77.87%)
02 Reaction - Angelstand	1 (0.82%)	94 (77.05%)
02 Reaction - Vereinbarung	2 (1.64%)	93 (76.23%)
02 Reaction - Mitarbeitende	1 (0.82%)	91 (74.59%)
02 Reaction - Getränkegutschein	0 (0.00%)	90 (73.77%)

Tabelle 8: alle Abbrüche der Fragebogen-Teilnehmenden (eigene Darstellung)

Bei den vier darauffolgenden Items haben insgesamt fünf weitere Personen den Fragebogen abgebrochen. Nach dem Item *Getränkegutschein* konnte kein Abbruch mehr festgestellt werden.

Insgesamt haben 90 Personen den Fragebogen vollständig beantwortet. Die fehlenden Werte der abgebrochenen Teilnahmen bewegten sich über alle vier Ebenen, so dass die Daten der 32 Teilnehmenden mit fehlenden Werten vollständig aus der Analyse entfernt wurden.

Nach der Analyse des Abbruchverhaltens wurden die erhobenen Daten mittels deskriptiver Analyse beschrieben. Zusätzlich wurden Korrelationen berechnet und die Daten mittels Kreuztabellen ausgewertet. Die erhobenen Werte zu offenen Textfeldern, wie beispielsweise die Begründung einer Bewertung eines Elementes, wurden zusammenfassend inhaltsanalytisch ausgewertet. Was eine zusammenfassende, qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) ist, wurde in Kapitel 4.2.2 näher beschrieben.

4.4 Workshop

Die Studie hatte zum einen zum Ziel, die Wirkungsweise von BMAT zu erheben und das Unfall-Präventionsprogramm mit Hilfe des HAPA-Modells (Schwarzer, 2004) abzubilden. Zum anderen war es Ziel der Arbeit, Optimierungsvorschläge für BMAT zu entwickeln. Das zweite Ziel der Studie ist zentrales Thema der vierten und letzten Erhebung, dem Workshop.

Nach der Ergebnisdarstellung des Fragebogens wurde deutlich, welche Elemente am stärksten von einer Überarbeitung oder Optimierung profitieren würden. Die Auswahl der Elemente für den Workshop geschah anhand der Mittelwerte der Bewertungen (siehe Anhang P). Der Workshop mit ehemaligen Teilnehmenden aus den letzten beiden Jahren bot eine gute Plattform für den Austausch über die einzelnen Elemente und deren Optimierungsmöglichkeiten. Mit der Veranstaltung des Workshops wurde unter anderem Feedback zu den einzelnen Elementen von BMAT eingeholt, welches die Ergebnisse des Fragebogens ergänzte. **Fragestellung 2** ‚Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes bei my angel tonight?‘ stellte die zentrale Fragestellung des Workshops dar.

4.4.1 Instrumente

Der Workshop fand am Donnerstag, 16. April 2015 ab 19.00 Uhr in den Verwaltungsräumen des Blauen Kreuzes Aargau / Luzern statt. Für die Teilnehmenden standen Verpflegung, Getränke als auch Give Aways von BMAT bereit. Nach der Begrüssung der Teilnehmenden, der Vorstellung des Programmablaufes und der Workshop-Leitung wurde die Erinnerung der Anwesenden an das Unfall-Präventionsprogramm durch ein Plakat mit allen Abläufen und Elementen von BMAT aufgefrischt. Zudem wurden die Workshop-Teilnehmenden über die wichtigsten Ergebnisse des Fragebogens auf Ebene 1 *Reaktion* informiert. Danach gliederte sich der Workshop inhaltlich in zwei Themenbereiche.

Während des ersten Themenblockes befassten sich die Workshop-Teilnehmenden mit Ideen für den Gutschein, welcher den Fahrzeuglenkenden nach erfolgreicher Teilnahme zum Schluss der Veranstaltung geschenkt wird. Für eine möglichst kreative und lockere Atmosphäre und einen angeregten Ideenaustausch wurden durch die Workshop-Leitung 15 Rollenfotos vorbereitet. Darunter waren beispielsweise die Tierfreundin Lisa, der junge Rapper Justin oder der Auto-Fan Marco. Die Workshop-Teilnehmenden wurden gebeten, sich für jeweils eine Rolle zu entscheiden und sich Gedanken dazu zu machen, welche Wünsche diese Person bezüglich eines Gutscheins äussern würde. In einem anschliessenden Austausch zwischen den Workshop-Teilnehmenden in ihrer Rolle wurden Ideen gegenseitig vorgetragen, verteidigt und übertrumpft. Währenddessen sammelte die Workshop-Leitung die geäusserten Ideen auf Karten.

Nach einer Pause stiegen die Teilnehmenden unter der Anleitung der Workshop-Leitung in die zweite Thematik des Abends ein. Die Teilnehmenden wurden gebeten, sich mit den Drucksachen von BMAT

zu befassen. Dafür erhielten alle Workshop-Teilnehmenden ein Exemplar des aktuellen Flyers und durften sich dazu äussern. Hierbei wurde sehr ähnliches Feedback vorgetragen wie aus den Ergebnissen des Fragbogens deutlich wurde. Die achtköpfige Gruppe der Workshop-Teilnehmenden wurde in zwei kleinere Gruppen aufgeteilt um sich jeweils dem Logo oder dem Design des Flyers zu widmen. Die beiden Gruppen erhielten für diese Aufgabe einen Laptop mit Internetanschluss zur Recherche im Internet und einen angeschlossenen Drucker um das Gefundene ausdrucken zu können. Die beiden Gruppen wurden gebeten, im Internet nach Logos oder Designs zu suchen, welche ihnen besser zusagen würden, als die Bestehenden. Als Unterstützung erhielten beide Gruppen Suchbegriffe, mit welchen sie auf Google erste Eindrücke erhalten würden. Nach Abschluss der Recherche und des Druckens wurden die Ergebnisse beider Gruppen separat bewertet. Wiederum hatte jede teilnehmende Person drei Punkte zur Bewertung zur Verfügung, durfte jedoch maximal zwei Punkte an eine Idee vergeben.

Zum Schluss des Workshops wurde den Teilnehmenden verdeutlicht, welche Arbeit sie geleistet hatten und was mit den Ideen im Weiteren geschieht. Die Workshop-Teilnehmenden erhielten als kleines Dankeschön je einen Gutschein von Starbucks für CHF 10.00. Der Workshop dauerte insgesamt 2.5 Stunden.

4.4.2 Stichprobe

Die Auswahl der Stichprobe geschah über das Anschreiben von ehemaligen Teilnehmenden und deren Einladung zum Workshop. Die Stichprobe setzte sich zusammen aus 8 Teilnehmenden der letzten beiden Jahre. Die 5 weiblichen und 3 männlichen Teilnehmenden waren im Alter zwischen 19 und 29 Jahren und hatten ein Durchschnittsalter von gut 24 Jahren. Zudem nahm die Fachmitarbeiterin und befragte Expertin des Blauen Kreuzes teil. Diese Teilnahme gilt als besonders wertvoll, weil sie durch ihre Teilnahme in den direkten Kontakt mit den Angeln kam und deren Wünsche und Bedürfnisse am eigenen Leibe erfuhr.

4.4.3 Auswertungsmethoden

Die gesammelten Ideen des Workshops wurden jeweils von allen Teilnehmenden mit Punkten bewertet. Dabei durften die Teilnehmenden jeweils drei Punkte vergeben, pro Idee aber maximal zwei Punkte. Diejenigen Ideen oder Vorschläge mit den meisten Punkten galten als die stärksten und besten Ideen und flossen in die Gestaltungsmassnahmen ein.

5 Ergebnisse

Ziel der vorliegenden Studie war, die Erhebung der Wirkungsweise und Zuordnung von BMAT zu Schwarzers HAPA-Modell (2004). Des Weiteren wurde mit der Studie beabsichtigt, Optimierungsvorschläge für BMAT zu entwickeln.

Die vier Fragestellungen wurden mit Hilfe unterschiedlicher methodischer Zugängen untersucht. Die einzelnen Fragestellungen sowie der zugehörige Methodeneinsatz sind in Abbildung 10 aufgeführt.

FRAGESTELLUNG	METHODIK
1 Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight?	Fragebogen Workshop
2 Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?	Dokumentenanalyse Experteninterview Fragebogen
3 Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?	Dokumentenanalyse Fragebogen
4 Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol verzichten?	Fragebogen

Abb. 10: Fragestellungen und die zugehörigen methodischen Zugänge (eigene Darstellung)

In den nachfolgenden Ergebniskapiteln werden die Ergebnisse der verschiedenen methodischen Zugänge Dokumentenanalyse, Experteninterview, Fragebogen und Workshop beschrieben und die untersuchten Fragestellungen beantwortet.

5.1 Dokumentenanalyse

Die Analyse der Dokumente hatte die Beantwortung von folgenden Fragestellungen zum Ziel:

Fragestellung 2: Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?

Fragestellung 3: Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?

Zudem konnte mit der Dokumentenanalyse Informationen zur Gründung des Programmes, zur Organisation als auch zu den Abläufen und Elementen des Unfall-Präventionsprogrammes BMAT

erhoben werden. Während die Printmedien im Fliesstext oder Anhang vollständig abgebildet werden, wird für die online zugänglichen Dokumente jeweils die Internetadresse angegeben.

Laut Internetseite des Blauen Kreuzes (www.blaueskreuz.ch) wurde diese Organisation im Jahr 1877 gegründet und widmet sich seit Anbeginn der Thematik Alkohol. Das Ziel der Organisation ist die Reduktion und Verhinderung von Suchtproblemen. Zum Zeitpunkt der Studie gehörte das Blaue Kreuz zu den wichtigsten Organisationen im Bereich der Gesundheitsförderung und Suchtprävention und konzentriert sich stark auf die Problematik der Alkoholsucht. Insgesamt beschäftigt das Blaue Kreuz 160 Mitarbeitende und etliche Freiwillige. Finanziert wird die Organisation durch Spenden, Eigenleistungen und Zuwendung der öffentlichen Hand. Das Blaue Kreuz Schweiz verfügt über ein breites Angebot an Projekten und Dienstleistungen in den Bereichen Gesundheitsförderung, Prävention, Behandlung, Beratung, Begleitung sowie Nachsorge und Integration.

Laut Projektbeschrieb wird das Projekt in der Deutschschweiz durch die Fachstelle für Suchtprävention des Blauen Kreuzes Bern und der Fachstelle „Alkohol am Steuer – nie!“ des Kantons Zürich umgesetzt. Der Zentralverband des Blauen Kreuzes Kinder- und Jugendwerk mit Sitz in Bern, welcher eng mit der Fondation Vaudoise contre l'Alcoolisme zusammenarbeitet, unterstützt die teilnehmenden Regionalverbände des Blauen Kreuzes bei der Durchführung von BMAT und strebt einen gemeinsamen visuellen Auftritt an (Von Aesch, 2015). Gemäss der Programmbeschreibung von BMAT auf www.blaueskreuz-aglu.ch wird BMAT im Kanton Aargau seit dem Jahr 2006 vom Blauen Kreuz Prävention und Gesundheitsförderung Aargau-Luzern durchgeführt und von der Neuen Aargauer Bank sowie vom Departement Gesundheit und Soziales des Kantons Aargau unterstützt.

Laut Projektbeschrieb des Blauen Kreuzes AG / LU lautet die Zielsetzung des Präventionsprogrammes BMAT, Fahrzeuglenkende zwischen 16 und 25 Jahren, welche im Kanton Aargau einen Anlass besuchen, an ihre Verantwortung im Strassenverkehr zu erinnern und diese zur Teilnahme an BMAT zu motivieren. Mit der Teilnahme am Präventionsprogramm verzichten die Fahrzeuglenkenden am Veranstaltungsabend mit BMAT auf Alkohol und übernehmen auf diese Weise eine Schutzengel-Funktion für ihre Mitfahrenden. Das Fernziel sieht vor, dass die Registration als Angel zur Selbstverständlichkeit für alle Fahrzeuglenkenden wird und dass diese ihre Verantwortung selbständig wahrnehmen (Von Aesch, 2015).

Der Ablauf des Programmes an einer Veranstaltung wird im Dokument Projektbeschrieb (siehe Anhang Q) erläutert. Die eintreffenden Veranstaltungsbesuchenden werden von sichtbar gekennzeichneten und gut instruierten Projektmitarbeitenden auf das Programm BMAT aufmerksam gemacht. Die Mitarbeitenden oder Freiwilligen von BMAT fragen die Veranstaltungsbesuchenden, wer am betreffenden Abend nach Hause fährt. Die Fahrzeuglenkenden erhalten einen Flyer (siehe Abb. 11) und werden dazu motiviert, zum Wohle der Mitfahrenden als auch der anderen Verkehrsteilnehmenden auf den Konsum von Alkohol zu verzichten und sich als Schutzengel zu

registrieren. Bei Interesse machen die Mitarbeitenden oder Freiwilligen von BMAT die Interessierten auf den Angel-Stand aufmerksam und schicken sie zur Registration dort hin (Von Aesch, 2015).



Abb. 11: Vorder- und Rückseite des Flyers von BMAT (be my angel tonight, 2014)

Am lokalen Stand von BMAT können sich die interessierten Fahrzeuglenkenden durch das Ausfüllen der Vereinbarung (siehe Anhang A) als Angel registrieren (Von Aesch, 2015). Die Vereinbarung verlangt Angaben zu den Personalien, zur Anzahl Teilnahmen an BMAT, zu den Gründen für die Teilnahme, zur Häufigkeit von Veranstaltungsbesuchen, zur Anzahl der mitfahrenden Personen und zur Abmachung in der Gruppe bezüglich Heimfahrt. Des Weiteren informiert die Vereinbarung die Fahrzeuglenkenden über die Angel-Vorteile, welche sich durch die Teilnahme ergeben. Einer der Vorteile handelt davon, dass durch die Teilnahme das Unfallrisiko auf der Heimfahrt vermindert wird. Die Jugendlichen werden wohl über das Risiko von Alkohol am Steuer informiert, erhalten jedoch keine expliziten Informationen zur Wirkung von Alkohol, besonders gefährdeten Personen oder Unfallzahlen in der Schweiz. **Hypothese 2**, 'Durch die Teilnahme an be my angel tonight lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden etwas über Alkohol am Steuer' konnte mit den erhobenen Informationen in der Dokumentenanalyse nicht abschliessend bestätigt oder verworfen werden, wurde mit dem Experteninterview und der Onlinebefragung aber weiter überprüft.

Laut Projektbeschrieb verpflichten sich die Angel mit der schriftlichen Vereinbarung und im Wissen um ihre Verantwortung zum Verzicht auf Alkohol am betreffenden Abend. Die Angel werden mit einem reissfesten bunten Armband sichtbar als Teilnehmende gekennzeichnet und werden zudem gebeten, vor dem Verlassen der Veranstaltung den Angel-Stand erneut aufzusuchen, das Armband an die Mitarbeitenden von BMAT zu retournieren und sich einem allfälligen Promille-Test zu unterziehen. Als Angel-Vorteil erhalten die Teilnehmenden vergünstigte alkoholfreie Getränke im Partylokal (Von Aesch, 2015). Wie der Vereinbarung der Beach Party in Gansingen vom 13. Dezember 2014 (siehe Anhang A) zu entnehmen ist, haben die Angel an der Beach Party drei Gutscheine für alkoholfreie Getränke zum halben Preis erhalten. Laut Projektbeschrieb haben die Angel zudem die Möglichkeit, an der abendlichen Preis-Verlosung teilzunehmen. Die Teilnahme an

der Verlosung ist nur dann gewährleistet, wenn die Teilnehmenden ihr buntes Armband vor dem Verlassen der Party am Angel-Stand zurückgeben und sich einem allfälligen Promille-Test unterziehen (Von Aesch, 2015). Wie in Abbildung 11 auf der Rückseite des Flyers erkennbar, sind jeweils fünf Preise zu gewinnen. Darunter ein Navigationsgerät, Reka-Checks und Kinogutscheine. Auf dem Flyer ist zudem vermerkt, dass erfolgreiche Teilnehmende, welche auf den Konsum von Alkohol verzichtet haben, einen Gutschein im Wert von CHF 30.00 für die Teilnahme an einem obligatorischen oder freiwilligen Fahrertraining in der Antischleuderschule Regensdorf erhalten.

Die Analyse der Auswertung der Veranstaltung FH-Fest in Windisch vom 18. Oktober 2014 (siehe Anhang B), welche aufgrund der unterschiedlichen Vereinbarungen erfasst wurde, hat Folgendes ergeben: Die Veranstaltung wurde von ungefähr 700 jugendlichen Partygästen besucht. Am FH-Fest in Windisch haben insgesamt 72 Jugendliche als Angel teilgenommen. Von den 72 Teilnehmenden waren 38 Personen (52.8%) weiblichen und 34 Personen (47.2%) männlichen Geschlechts. Laut eigenen Angaben der Angel sind 70 Personen in der Schweiz und zwei in Deutschland wohnhaft. Das Alter der meisten Jugendlichen (69.4%) lag zum Zeitpunkt ihrer Teilnahme zwischen 21 und 25 Jahren. Bei 16.7% lag das Alter zwischen 18 und 20 Jahren, bei 12.5% über 26 Jahren und bei 1.4% zwischen 16 und 17 Jahren. 77.8% der jugendlichen Teilnehmenden gaben an, dass sie als Fahrzeuglenkende nie Alkohol konsumieren würden. Zwei Angel (2.78%) verzichteten laut eigenen Angaben aufgrund von BMAT auf Alkoholkonsum. Jeweils sieben Teilnehmende (9.72%) konsumieren bei einer Gelegenheit maximal ein bis zwei Gläser Alkohol respektive trinken grundsätzlich keinen Alkohol. Die Statistik des FH-Festes in Windisch vom 18. Oktober 2014 enthält nebst den Personalien der Teilnehmenden auch Angaben dazu, ob die Vereinbarung eingehalten und das Armband retourniert wurde oder ob die teilnehmenden Jugendlichen die Veranstaltung ohne die Retournierung des Armbandes verlassen haben. Von den 72 Teilnehmenden in Windisch haben 42 Personen (58.3%) die Vereinbarung erfüllt und das Armband retourniert während 30 Personen (41.7%) die Veranstaltung ohne Retournierung des Armbandes verlassen haben. Bei den erwähnten 30 Personen konnte kein Promilletest durchgeführt werden und somit ist unklar, ob sich diese an den vereinbarten Verzicht auf Alkoholkonsum gehalten haben. Von den 42 Personen, welche das Armband retournierten, wurde bei acht Personen, dies entspricht ungefähr 10% aller jugendlichen Teilnehmenden, eine Messung des Alkoholgehaltes in der Atemluft durchgeführt. Bei keinem dieser acht Tests konnte ein Alkoholkonsum nachgewiesen werden. Aufgrund der Stichproben kann davon ausgegangen werden, dass diese 42 Personen am Veranstaltungsabend auf Alkohol verzichtet haben. Ob die restlichen 30 Personen (41.7%) Alkohol konsumiert und deswegen das Armband nicht retourniert haben oder ob diese die Retournierung des Armbandes vergessen haben, konnte durch die Dokumentenanalyse nicht überprüft werden. **Hypothese 3** ‚Durch die Teilnahme der jugendlichen Fahrzeuglenkenden am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight, verzichteten diese auf Alkoholkonsum am selben Abend‘ konnte mit den erhobenen Informationen in der

Dokumentenanalyse nicht abschliessend bestätigt oder verworfen werden, wurde mit der Onlinebefragung aber weiter überprüft.

Die Analyse der Dokumente stellte eine informationsreiche Quelle für die Erfassung aller Elemente und Abläufe des Unfall-Präventionsprogramms BMAT dar. Aus den erhobenen Informationen resultierten weitere Fragen, welche mit dem nachfolgenden Experteninterview geklärt werden konnten.

5.2 Experteninterview

Ein Ziel der Studie war, das Unfallpräventionsprogramm BMAT Schwarzers HAPA-Modell (2004) zuzuordnen. Durch die Analyse der Dokumente (Kapitel 5.1) konnten bereits ausführliche Informationen zum Programm erlangt werden. Das Experteninterview vervollständigte die erhobenen Informationen, klärte Wissenslücken und ermöglichte die Abbildung des Präventionsprogrammes in Schwarzers Gesundheitsmodell. Ziel des Experteninterviews war zudem, **Fragestellung 2** ‚Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?‘ zu beantworten. Diese Fragestellung war bereits Teil der Dokumentenanalyse, konnte jedoch nicht abschliessend beantwortet werden und wird mit dem Experteninterview erneut überprüft.

Die Daten des Experteninterviews wurden mit einer induktiven, zusammenfassenden, qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) ausgewertet. Die zentralen Ergebnisse des Leitfadeninterviews mit der Fachmitarbeiterin werden nachfolgend beschrieben.

Teil I des Interviews konzentrierte sich auf inhaltliche Fragen zum Präventionsprogramm BMAT und auf Wissenslücken, welche durch die Dokumentenanalyse nicht beantwortet werden konnten. In Tabelle 9 werden die zusammengefassten Ergebnisse anhand der entstandenen Kategorien der Inhaltsanalyse dargestellt. Durch das Experteninterview wurde deutlich, dass das Ziel von BMAT die Unfallprävention von jungen Fahrzeuglenkenden zwischen 16 und 25 Jahren ist. Diese sollen als Fahrzeuglenkende zu keinem Zeitpunkt Alkohol konsumieren. In den letzten Jahren blieb das Programm beinahe unverändert. Seit Anfang des Jahres 2015 wirkt die Neue Aargauer Bank nicht weiter als Hauptsponsorin mit, was eine spürbare Veränderung bei der Beschaffung der Verlosungspreise darstellt. Das Programm BMAT ist in erster Linie auf den Zeitrahmen eines Abends ausgerichtet. Längerfristiges Element war die Angel-Card, welche die Teilnehmenden dazu verpflichtete, während zwei Jahren zu keinem Zeitpunkt unter Alkoholeinfluss zu fahren. Die Angel-Card vereinfachte das Ausfüllen der Vereinbarung dadurch, dass einzig die Nummer der Angel-Card auf dem Formular eingetragen werden musste. Aufgrund mangelnden Interessens auf Seite der Teilnehmenden wurde der Einsatz der Angel-Card im Jahre 2012 jedoch eingestellt. Der jährliche Postversand des Mailings informiert die ehemaligen Teilnehmenden über zukünftige Veranstaltung

mit BMAT. Bis Ende des Jahres 2014 wurden die Verlosungspreise jeweils von der Neuen Aargauer Bank zur Verfügung gestellt und daher durch diese bestimmt. Dies wird bei neuen Sponsoren ähnlich sein. Die Anzahl Getränkegutscheine kann von den Organisatoren einer Veranstaltung festgelegt werden. Grundsätzlich schlägt die Fachmitarbeiterin im gemeinsamen Gespräch drei Gutscheine vor. Das seit Beginn des Jahres 2014 geltende Alkoholverbot für Neulenkende ist für BMAT nicht spürbar. Die jugendlichen Fahrzeuglenkenden haben bereits zuvor interessiert und in gleichem Masse mitgemacht. Viele haben zudem bereits seit Beginn ihrer Zeit als Fahrzeuglenkende eine Floskel im Versicherungsvertrag, welche ihnen günstigere Konditionen für alkoholfreies Lenken ermöglicht. Bezüglich des Auftretens gibt es Unterschiede zwischen den Mitarbeitenden oder Freiwilligen. Da einzelne Mitarbeitende beziehungsweise Freiwillige eher kommunikativ, andere eher scheu sind, werden diese je nach Persönlichkeit vor oder hinter den Angel-Stand gestellt. Die Anzahl der Teilnehmenden entspricht jeweils ungefähr 10% der Veranstaltungsbesuchenden. Beinahe alle Fahrzeuglenkenden, welche von den Mitarbeitenden oder Freiwilligen angesprochen werden, nehmen als Angel teil. Nur in seltenen Fällen entscheiden sich jugendliche Fahrzeuglenkende bewusst dagegen, um ein einzelnes Bier konsumieren zu können. In seltenen Fällen gibt es den einen oder anderen Angel, welcher trotz Teilnahme Alkohol konsumiert. Manche geben dies zu, manche werden durch den Promilletest, welcher bei 10% der Teilnehmenden durchgeführt wird, entlarvt und andere bleiben unentdeckt. Diejenigen Angel, welche das Armband nicht retournieren, machen dies jedoch meist nicht absichtlich. Die schriftliche Vereinbarung verlangt zwar ebendiese Retournierung, die Teilnehmenden werden am Angel-Stand aber oft nicht explizit darauf aufmerksam gemacht und sind sich ihres Fehlverhaltens nicht bewusst.

Kategorie	Inhalt
Ziel von BMAT	<ul style="list-style-type: none"> ○ Unfallprävention ○ nüchterne Fahrzeuglenkende
Veränderung und Entwicklung von BMAT	<ul style="list-style-type: none"> ○ beinahe unverändert ○ Hauptsponsorin NAB bis Ende 2014
Kurz- und langfristige Wirkung von BMAT	<ul style="list-style-type: none"> ○ Fokus auf kurzfristiger Wirkung ○ Angel-Card als längerfristiges Element
Auswahl der Verlosungspreise	<ul style="list-style-type: none"> ○ durch Sponsoren
Festlegung der Anzahl Getränkegutscheine	<ul style="list-style-type: none"> ○ Durch Veranstalter ○ meist drei Stück
Alkoholverbot für Neulenkende seit Beginn des Jahres 2014	<ul style="list-style-type: none"> ○ nicht spürbar ○ Floskel im Versicherungsvertrag
Auftreten und Kommunikation der Mitarbeitenden von BMAT	<ul style="list-style-type: none"> ○ unterschiedliche Persönlichkeiten ○ passende Aufgabe
Anzahl Teilnehmende im Verhältnis zur Anzahl Fahrzeuglenkende	<ul style="list-style-type: none"> ○ beinahe alle Fahrzeuglenkenden nehmen teil ○ seltene Ausnahmen (Konsum von einem Bier)
Alkohol konsumierende Teilnehmende	<ul style="list-style-type: none"> ○ selten

Tabelle 9: Ergebnisse Teil I der zusammenfassenden, qualitativen Inhaltsanalyse

Teil II des Experteninterviews konzentrierte sich auf das eine Ziel der Studie, die vollständige Abbildung von BMAT in Schwarzers HAPA-Modell (2004). Während des Interviews wurde die Expertin gebeten, den gesamten Ablauf des Unfall-Präventionsprogrammes mit allen bestehenden Elementen zu erläutern. In Tabelle 10 sind alle genannten Elemente chronologisch aufgeführt.

Element	Erläuterungen
Plakate	Die Plakate sind vor oder im Eingangsbereich des Veranstaltungsorts platziert.
Stoffbanner	Die Stoffbanner sind im Eingangsbereich des Veranstaltungsorts und beim Angel-Stand platziert.
Mitarbeitende	Die Mitarbeitenden sprechen die eintreffenden Veranstaltungsbesuchenden an, machen sie auf BMAT aufmerksam und informieren sie über die Vorteile einer Teilnahme.
Flyer	Die Mitarbeitenden geben den Interessierten einen Flyer und schicken sie zum Angel-Stand.
Angel-Stand	Am Angel-Stand werden die interessierten Fahrzeuglenkenden von weiteren Mitarbeitenden begrüsst und gebeten, die Vereinbarung auszufüllen.
Vereinbarung	Die Vereinbarung verlangt verschiedene Angaben der Teilnehmenden und verpflichtet zum Verzicht auf Alkoholkonsum.
Armband	Die Angel werden mit einem bunten, reissfesten Armband markiert.
Getränkegutscheine	Nach ausgefüllter und unterschriebener Vereinbarung erhalten die Angel Gutscheine für vergünstigte Getränke am Veranstaltungsabend.
Armband	Vor dem Verlassen der Veranstaltung retournieren die Angel ihr Armband am Angel-Stand.
Promilletest	Bei 10% derjenigen Teilnehmenden, welche das Armband retournieren, werden Promilletests durchgeführt.
Gutschein Fahrertraining	Diejenigen Angel, welche laut eigenen Angaben auf Alkohol verzichtet haben oder den Promilletest bestanden haben, erhalten einen Gutschein im Wert von CHF 30.00 für ein Fahrertraining bei der ASSR in Regensdorf.
Verlosungspreise	Die erfolgreichen Angel, nehmen an der Verlosung von TomTom, Reka-Checks und Kinogutscheinen teil.
Give Aways	Die erfolgreichen Angel erhalten vor dem Verlassen der Veranstaltung verschiedene Give Aways wie Kugelschreiber, Traubenzucker oder Schlüsselanhänger.
Mailing	Einmal im Jahr erhalten die ehemaligen Angel auf dem postalischen Weg ein Mailing, welches über die zukünftigen Veranstaltungen mit BMAT informiert.

Tabelle 10: Ergebnissen Teil II der qualitativen Inhaltsanalyse

Das Unfallpräventionsprogramm BMAT beinhaltet Elemente wie Plakate, Stoffbanner, Mitarbeitende, Flyer, den Angel-Stand, die Vereinbarung und das bunte Armband. Darauf folgen Promilletest, der Gutschein für das Fahrertraining, die Verlosungspreise und Give Aways. Ergänzt werden die Elemente an den Veranstaltungen durch ein jährliches Mailing, welches die ehemaligen Teilnehmenden per Post erhalten. Nach abgeschlossener Erhebung aller Elemente und der

Beschreibung des Ablaufes durch die Expertin konnte **Hypothese 2** ‚Durch die Teilnahme an be my angel tonight lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden etwas über Alkohol am Steuer‘ nicht abschliessend bestätigt oder verworfen werden. Die Fragestellung 2 wurde mit dem Experteninterview aus der Perspektive der Fachmitarbeiterin behandelt. In der Online-Befragung wird Fragestellung 2 erneut thematisiert, um die Wahrnehmung der Angel bezüglich des Lernens zu überprüfen.

Das eine Ziel der Studie, die Zuordnung der einzelnen Elemente von BMAT zu Schwarzers HAPA-Modell (2004) konnte nach der Erhebung aller Bestandteile von BMAT und der Vervollständigung aller Vorgänge des Unfallpräventionsprogrammes vorgenommen werden und wird nachfolgend beschrieben.

Abbildung von BMAT

Modelle gesundheitsförderlichen Verhaltens wirken unterstützend auf die Analyse von bestehenden Programmen und die Konzeption von möglichen Interventionen. Das HAPA-Modell nach Schwarzer (2004) versucht die Wirklichkeit abzubilden und darzustellen, wie unterschiedliche Faktoren miteinander in Beziehung stehen und wie mögliche Einflussfaktoren auf das gesundheitsförderliche Handeln wirken. Das Gesundheitsmodell von Schwarzer, welches in Kapitel 2.4.1 genauer beschrieben wurde, hat eine zentrale Bedeutung für die Studie und daher wird nachfolgend die Zuordnung der einzelnen Elemente von BMAT zu den Phasen des Modells beschrieben.

Schwarzers Gesundheitsmodell unterscheidet zwischen Motivations- und Volitionsprozessen. In der motivationalen Phase spielen kognitive Prozesse zur Selbstwirksamkeitserwartung, zur Risikowahrnehmung und zur Handlungsergebniserwartung eine grosse Rolle für die nachfolgende Intentionbildung. Das Präventionsprogramm BMAT hat bereits in dieser frühen Phase Einfluss auf die jugendlichen Fahrzeuglenkenden.

Selbstwirksamkeitserwartung. Die subjektive Überzeugungen, bestimmte gesundheitsförderliche Verhaltensweisen auf der Basis von eigenen Kompetenzen und trotz bestehender Barrieren realisieren zu können, werden in Schwarzers Gesundheitsmodell als Selbstwirksamkeitserwartung bezeichnet. Schwarzer geht davon aus, dass ein Vorankommen auf dem Weg zur Verhaltensänderung nicht möglich ist ohne eine gewisse Ausprägung der Variable Selbstwirksamkeitserwartung (2004). Laut Schwarzer und Jerusalem stellen eigene Erfolgserfahrungen die stärkste Quelle für den Aufbau selbstwirksamkeitsförderlicher Kompetenzüberzeugungen dar. Dennoch kann auch die verbale Unterstützung einer Person Kompetenzüberzeugungen fördern. Durch gutes Zureden oder aussprechen von Vertrauen bezüglich einer erfolgreichen Teilnahme gegenüber einer Person, welche an ihrer Selbstwirksamkeitserwartung zweifelt, können deren Kompetenzüberzeugungen gefördert werden (2002). Diese Möglichkeit haben die Mitarbeitenden und Freiwilligen von BMAT im Gespräch mit den interessierten Fahrzeuglenkenden. Die Mitarbeitenden haben demzufolge einen

Einfluss auf die Selbstwirksamkeitserwartung der jugendlichen Fahrzeuglenkenden und wurden dem Gesundheitsmodell entsprechend zugeordnet. Das Programm BMAT spricht die Selbstwirksamkeitserwartung der Teilnehmenden auch dadurch an, dass es die Angel bei der Erreichung ihres Zieles, dem nüchternen Feiern und Fahren, mit Gutscheinen, Verlosungspreisen und Give Aways belohnt. Abhängig davon, ob die Jugendlichen ihre Teilnahme an BMAT erfolgreich oder nicht erfolgreich abschließen, bewerten diese ihre Handlung positiv oder eher negativ. Durch die Belohnungen von BMAT für das erfolgreiche Verhalten wird die Handlungsbewertung extrinsisch verstärkt. Daneben wird durch den Einsatz eines Promilletests der Erfolg der Angel messbar gemacht. BMAT hat am Veranstaltungsabend also einen, wenn auch eher schwachen Einfluss auf die Selbstwirksamkeitserwartung, bestärkt aber die positive Handlungsbewertung, welche wiederum zu höheren Erwartungen an die Selbstwirksamkeit bei den jugendlichen Fahrzeuglenkenden führt. Die nach der Veranstaltung höheren Erwartungen an die Selbstwirksamkeit spielen eine grosse Rolle bei einer zukünftigen gesundheitsförderlichen Verhaltensänderung oder einer zukünftigen Teilnahme an BMAT. Aus diesen Gründen wurden der Pommille-Test, der Gutschein für das Fahrertraining, die Verlosungspreise und die Give Aways in Schwarzers Gesundheitsmodell der Selbstwirksamkeitserwartung zugeordnet.

Risikowahrnehmung. Die wahrgenommene Verwundbarkeit der eigenen Person wird in Schwarzers Gesundheitsmodell als Risikowahrnehmung bezeichnet. Ein erster notwendiger Schritt für eine Gesundheitsverhaltensänderung ist die Wahrnehmung des Zusammenhangs zwischen dem eigenen Verhalten und der eigenen Gesundheit (Schwarzer, 2004). Bereits beim Eintreffen an einer Veranstaltung werden die Fahrzeuglenkenden durch Plakate, Stoffbanner, die Mitarbeitenden und Flyer auf BMAT aufmerksam gemacht. Die Drucksachen als auch die Mitarbeitenden und Freiwilligen von BMAT werben mit der Nachricht ‚Sitzt du am Steuer? Bleib nüchtern! Wir belohnen dich dafür‘ und machen die eintreffenden Gäste auf das eigene Verhalten aufmerksam. Zudem ist der Angel-Stand jeweils gut sichtbar platziert und mit Stoffbanner als auch Plakaten mit der identischen Nachricht gestaltet. Diese Elemente fördern die Wahrnehmung der Fahrzeuglenkenden bezüglich des Zusammenhangs zwischen dem eigenen Verhalten und der eigenen Gesundheit und werden daher der Risikowahrnehmung in Schwarzers Gesundheitsmodell zugeordnet. Ein weiteres Element, welches die Wahrnehmung des Zusammenhangs und damit die Risikowahrnehmung fördert, stellt die Vereinbarung dar, welche das verminderte Unfallrisiko auf der Heimfahrt von der Party als Angel-Vorteil darstellt. Die Vereinbarung wird im Modell ebenfalls bei der Risikowahrnehmung platziert. Der Gutschein für das Fahrertraining bei der ASSR Regensdorf kann bei den Teilnehmenden Auslöser für Überlegungen darstellen. So könnten diese sich aufgrund des Gutscheins mit ihrem eigenen Fahrverhalten auseinandersetzen und sich Gedanken machen wie beispielsweise ‚Das Lenken eines Fahrzeuges scheint nicht einfach zu sein, sonst gäbe es keine professionellen Kursanbieter‘. Mit dem Gutschein konzentriert sich BMAT nicht direkt auf das nüchterne Fahren der

Teilnehmenden, führt ihnen aber das Risiko im Strassenverkehr vor Augen. Daher wird der Gutschein in Schwarzers Modell ebenfalls der Risikowahrnehmung zugeordnet. Ein letztes Element, welches dem Modell zugeordnet wird und auf die Wahrnehmung des Risikos wirkt, stellt das jährliche Mailing dar. Damit werden die ehemaligen Teilnehmenden mindestens einmal im Jahr mit dem Thema Alkohol am Steuer konfrontiert. Die jugendlichen Fahrzeuglenkenden werden durch BMAT nicht explizit auf Fakten und Zahlen zu Unfällen im Strassenverkehr unter Einfluss von Alkohol aufmerksam gemacht. Ebenso erhalten sie keine Angaben dazu, welche physischen und psychischen Auswirkungen Alkoholkonsum auf sie und ihre Fertigkeit, ein Fahrzeug zu lenken hat und welche möglichen Folgen daraus entstehen können. Dennoch spricht das Unfall-Präventionsprogramm BMAT die Risikowahrnehmung der Jugendlichen an, indem es das Problembewusstsein und die Wahrnehmung des Zusammenhangs zwischen dem eigenen Verhalten und der eigenen Verwundbarkeit fördert.

Handlungsergebniserwartung. Eine weiterer kognitiver Prozess während der ersten, motivationalen Phase stellt die Handlungsergebniserwartung dar. Diese bezeichnet die Kognitionen darüber, ob eine oder mehrere alternative Verhaltensweisen bekannt sind, welche eine wahrgenommene Bedrohung zu schwächen vermögen. Voraussetzung für eine Verhaltensänderung ist die Wahrnehmung von Kontingenzen zwischen alternativen Handlungen und nachfolgenden Ergebnissen (Schwarzer, 2004). Durch die Teilnahme an BMAT wird die Handlungsergebniserwartung der Jugendlichen angesprochen. Bereits die Plakate, Banner, Flyer und Mitarbeitenden oder Freiwilligen vor und im Eingangsbereich der Veranstaltung informieren die Veranstaltungsgäste darüber, dass sie bei einer Teilnahme belohnt werden. Diese Elemente sprechen die Erwartungen der Jugendlichen an das Handlungsergebnis an und werden somit in Schwarzers Gesundheitsmodell zugeordnet. In der Vereinbarung, welche alle Angel ausfüllen und unterschreiben müssen, werden die Angel-Vorteile aufgeführt. Den Teilnehmenden werden zum einerseits Getränkegutscheine, die Teilnahme an der Verlosung und ein Gutschein für ein Fahrertraining als Handlungsergebnis präsentiert. Zudem dürfen die Angel durch ihr nüchternes Feiern und Fahren mit einem reduzierten Unfallrisiko auf dem Heimweg von der Veranstaltung rechnen. Die Elemente Vereinbarung, Getränkegutscheine, Verlosungspreise und Gutschein für Fahrertraining wurden in Schwarzers Gesundheitsmodell (2004) der Handlungsergebniserwartung zugeordnet. Für manche jugendlichen Neulenkenden stellt die Durchführung eines Promilletests eine neue, spannende Erfahrung dar, weshalb auch dieser Test als Handlungsergebnis bezeichnet werden kann und im Modell bei der Ergebniserwartung aufgeführt wurde.

Zielsetzung. Das Abwägen des Für und Wider alternativer Handlungsziele ist in den frühen Stadien der Intentionsbildung von grosser Bedeutung (Renner & Schwarzer, 2003). Die Motivationsphase mit der Bildung einer Zielintention wird dadurch abgeschlossen, dass sich Personen an ein Ziel binden. Nach Abraham und Sheeran ist die Wahrscheinlichkeit für die Verhaltensänderung davon abhängig,

wie stark eine Absicht ausgeprägt ist (2000). Das Unfall-Präventionsprogramm BMAT macht die Fahrzeuglenkenden vor Ort auf das alkoholfreie Feiern und Fahren aufmerksam. Die Fahrzeuglenkenden erhalten die Möglichkeit, sich durch eine Teilnahme bewusst für das gesundheitsförderliche Verhalten zu entscheiden und somit eine Intention zu bilden. Die Unterzeichnung der Vereinbarung untermauert die Entscheidung für das gesundheitsförderliche Verhalten. BMAT unterstützt die jugendlichen Teilnehmenden durch eine klar formulierte Zielsetzung, dem alkoholfreien Feiern und Fahren. Die Mitarbeitenden, welche die Jugendlichen ansprechen und die Vereinbarung, auf welcher die Jugendlichen ihr Ziel schriftlich festhalten, wurden der Zielsetzung in Schwarzers HAPA-Modell (2004) zugeordnet.

Planung. Mit dem Eintritt in die volitionale Phase beginnt die Planung des gesundheitsförderlichen Verhaltens. In dieser präaktionalen Phase wird eine intendierte Verhaltensänderung geplant und vorbereitet während die Ziel- und Ausführungsintention dementsprechend konkretisiert werden (Schwarzer, 2004). Das Präventionsprogramm BMAT bietet den Teilnehmenden im präaktionalen Stadium eine klar strukturierte Vorgehensweise. Die Teilnehmenden erhalten nach Abschluss der schriftlichen Vereinbarung ein buntes Armband, welches sie als Angel kennzeichnet und womit der Zugang zu alkoholischen Getränken an der Bar untersagt ist. Gleichzeitig erhalten die Angel zu diesem Zeitpunkt ihre erste Belohnung, die Gutscheine für vergünstigte alkoholfreie Getränke an der Bar. Sie werden zudem darüber informiert, dass sie durch die Abgabe des bunten Armbandes vor dem Verlassen der Veranstaltung an der abendlichen Preisverlosung teilnehmen können und dabei einem allfälligen Promilletest unterzogen werden. BMAT verlangt von den Fahrzeuglenkenden also eine bestimmte Vorgehensweise was die Teilnahme betrifft. Nach der Vereinbarung erhalten die Angel das Armband, daraufhin können sie ihre Getränkergutscheine einlösen, bringen vor dem Verlassen der Veranstaltung das Armband retour, unterziehen sich einem allfälligen Promilletest und nehmen daraufhin an der Verlosung teil. BMAT bietet den Teilnehmenden mit den Elementen Vereinbarung, Armband, Getränkergutscheine, Promilletest und der Teilnahme an der Verlosung einen festgelegten und strukturierten Ablauf des Abends. Daher wurde der festgelegte Ablauf mit den zugehörigen Elementen der Planung des Gesundheitsmodells zugeordnet.

Verhalten. Das aktionale Stadium von Schwarzers Modell konzentriert sich auf die Initiative und Aufrechterhaltung eines Gesundheitsverhaltens. Nebst der Ausführung eines Gesundheitsverhaltens gilt auch die Unterlassung eines Risikoverhaltens, wie beispielsweise das Lenken eines Fahrzeuges unter Alkoholeinfluss, als Handlungsausführung (2004). Die Teilnahme an BMAT und die damit verbundene Unterzeichnung der Vereinbarung tragen zur bewussten Handlung der Fahrzeuglenkenden bei und fördern die Initiative zur Ausführung des gesundheitsförderlichen Verhaltens. Indem die Teilnehmenden Getränkergutscheine für vergünstigte alkoholfreie Getränke erhalten, entscheiden sich die Angel an der Bar eher für den Verzicht auf Alkoholkonsum. Die Getränkergutscheine wirken demzufolge unterstützend bei der Aufrechterhaltung des Verzichts auf

Alkohol. Ein weiterer unterstützender Faktor stellt die Dauer des Veranstaltungsbesuches dar. Die Angel verbringen höchstens fünf bis sieben Stunden zwischen dem Zeitpunkt der Unterzeichnung der Vereinbarung und dem Verlassen der Veranstaltung. Der überschaubare Zeitrahmen von einigen Stunden ermöglicht die Aufrechterhaltung des Verhaltens eher, als beispielsweise ein fünftägiger Ausflug. Die Elemente Vereinbarung, Getränkegutscheine und der Faktor Zeit wurden dem Verhalten in Schwarzers Gesundheitsmodell zugeordnet. Für die Aufrechterhaltung sprechen zudem die in Aussicht gestellte Teilnahme an der Verlosung und der Gutscheine für ein Fahrertraining. Alkohol konsumierende Angel werden von der weiteren Teilnahme am selben Abend und der Verlosung ausgeschlossen. Eine Wiederherstellung des Verhaltens am selben Abend ist nicht möglich und kann erst bei einer späteren Veranstaltung stattfinden.

Disengagement. Die abschliessende postaktionale Phase in der das Disengagement stattfindet, dient der Zielentbindung und Handlungsbewertung. Eine positive Handlungsbewertung führt zu höheren Erwartungen an die Selbstwirksamkeit, welche wiederum bei einer zukünftigen Verhaltensänderung von Bedeutung ist (Schwarzer, 2004). Diejenigen Angel, welche das Armband vor dem Verlassen der Veranstaltung retournieren, werden durch die Mitarbeitenden und Promilletests auf möglichen Alkoholkonsum befragt oder getestet. Von den Teilnehmenden, welche bis anhin überprüft wurden, war nur in selten Fällen jemand alkoholisiert. Die Rückgabe des Armbandes bedeutet also ein erfolgreiches Umsetzen des gesundheitsförderlichen Verhaltens. Die Rückgabe des Armbandes, die positive Reaktion der Mitarbeitenden und der negative Test des Alkoholwertes im Blut bestätigen die Angel in ihrem Erfolg und können zu einer positiven Handlungsbewertung führen. Dementsprechend wurden die drei Elemente dem Disengagement in Schwarzers Gesundheitsmodell zugeordnet. Mit den Verlosungspreisen, dem Gutscheine für ein Fahrertraining und den Give Aways werden die Angel für ihr erfolgreiches Verhalten extrinsisch belohnt. Gemäss Schwarzer kann es hinderlich auf zukünftige Handlungsversuche wirken, wenn eine Person ihren erfolgreichen Verzicht auf Alkohol günstigen Bedingungen zuschreibt (2004). Im Rahmen der Unfall-Präventionsprogrammes sind die Teilnehmenden während des Feierns auf ihre eigenen Kompetenzen angewiesen und somit kann davon ausgegangen werden, dass sie den Erfolg auch diesen zuschreiben. Haben die Angel die Zielsetzung erreicht, kann von einer positiven Handlungsbewertung ausgegangen werden, welche sich förderlich auf deren Volitionsstärke und Selbstwirksamkeitserwartung für zukünftige Verhaltensänderungen auswirkt. Es muss aber auch angenommen werden, dass allfällige Misserfolge von den jugendlichen Teilnehmenden negativ bewertet werden und demnach hinderlich für zukünftige Verhaltensänderungen sind.

Ressourcen und Barrieren. Während der Planung als auch dem nachfolgenden Verhalten können situative Barrieren und Ressourcen auf den Erfolg oder Misserfolg eines gesundheitsförderlichen Verhaltens wirken (Schwarzer, 2004). Die soziale Unterstützung der Freunde der teilnehmenden Angel stellt sowohl Ressourcen als auch Barrieren dar. Sprechen sich die Freunde für das alkoholfreie

Fahren und für die Teilnahme am Unfallpräventionsprogramm BMAT aus, so werden diese den Angel während der Veranstaltung unterstützen. Wollen die Freunde jedoch in erster Linie Feiern, erscheinen bereits angetrunken an der Veranstaltung oder werten die Teilnahme an BMAT ab, stellt deren sozialer Einfluss ein Hindernis für eine erfolgreiche Teilnahme des Fahrzeuglenkenden dar. Die Freunde eines Angels wurden im Gesundheitsmodell den Barrieren als auch Ressourcen zugeordnet. Die Mitarbeitenden und Freiwilligen von BMAT repräsentierten das Programm in nüchternem Zustand. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Fahrzeuglenkenden das Gefühl erhalten, von den Mitarbeitenden verstanden zu werden, sich mit ihnen identifizieren und diese als soziale Unterstützung wahrnehmen. Die Mitarbeitenden und Freiwilligen werden den Ressourcen im Gesundheitsmodell zugeordnet. Daneben erhalten die Teilnehmenden Gutscheine für vergünstigte Getränke an der Bar, welche ihnen die Entscheidung für alkoholfreie Getränke erleichtern. Auch die Teilnahme an der Verlosung und der Gutscheine für das Fahrertraining können als Ressourcen bezeichnet werden, welche das gesundheitsförderliche Verhalten unterstützen und wurden dementsprechend im Modell zugeordnet. Abbildung 12 stellt die beschriebenen Elemente in Schwarzers HAPA-Modell (2004) dar.

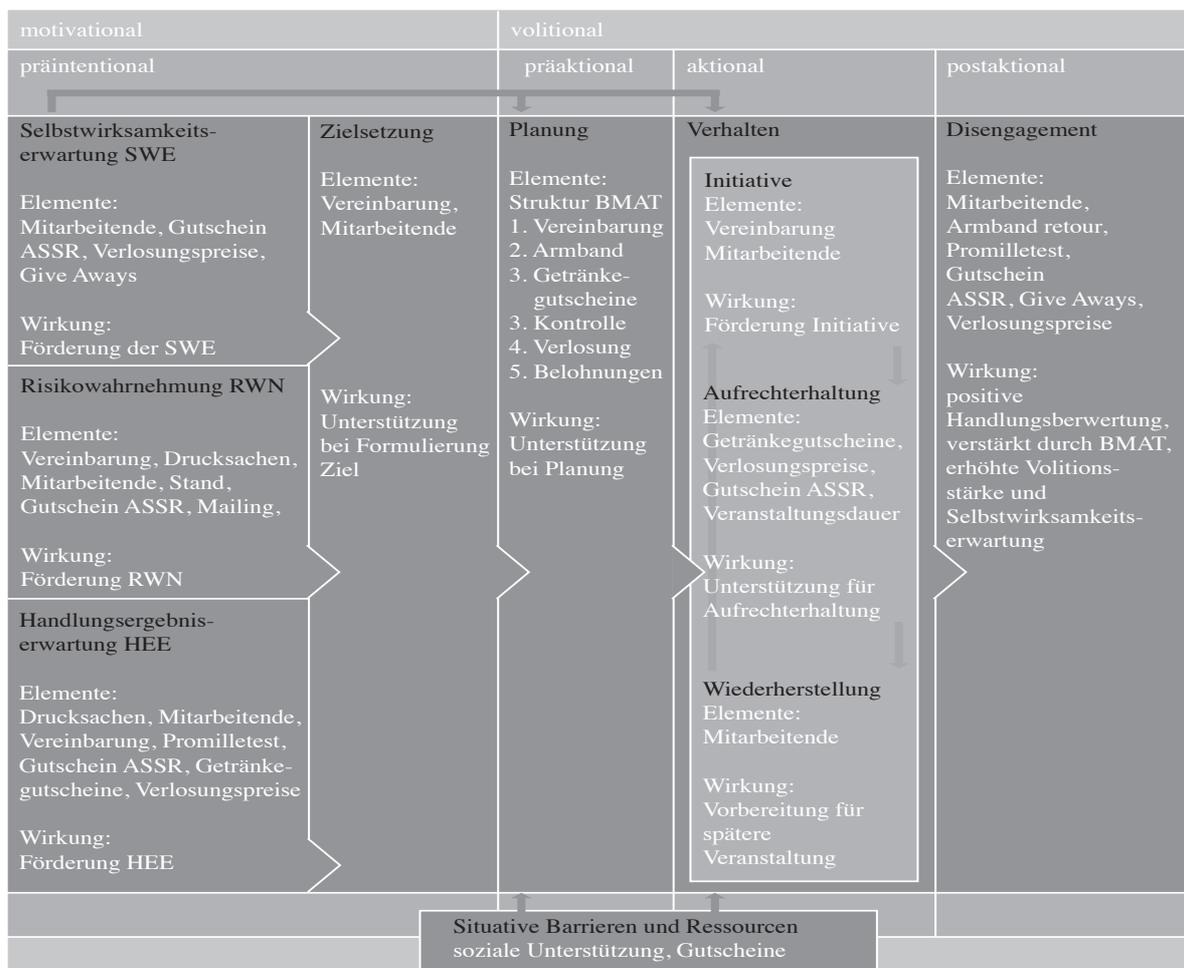


Abb. 12: Einordnung von BMAT im sozial-kognitiven Prozessmodell gesundheitlichen Handelns, Health Action Process Approach, HAPA (eigene Darstellung in Anlehnung an Schwarzer, 2004)

5.3 Fragebogen

Die beiden Ziele der Studie konzentrierten sich auf die Erhebung der Wirkungsweise und die Abbildung von BMAT als auch die Entwicklung von Optimierungsvorschlägen. Die Erhebung mittels Onlinebefragung zielte auf Erstgenanntes, die Erhebung der Wirkungsweise des Unfall-Präventionsprogrammes BMAT ab. Die Erhebung der Wirkungsweise von BMAT auf die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden orientierte sich am Vier-Ebenen-Modell (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006). Ziel des Fragebogens war die Beantwortung von allen vier Fragestellungen. Zur besseren Verständlichkeit werden die Fragestellungen in nachfolgender Abbildung 13 dargestellt.

FRAGESTELLUNG	EBENE
1 Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight?	1 Reaktion
2 Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?	2 Lernen
3 Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?	3 Verhalten
4 Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol verzichten?	4 Ergebnisse

Abb. 13: Fragestellungen bei der Fragebogenerhebung und die zugehörigen Ebenen des Vier-Ebenen-Modells (eigene Darstellung in Anlehnung an Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2004)

Die Ergebnisse des Online-Fragebogens werden nachfolgend deskriptiv beschrieben und mit den Ergebnissen der qualitativen Inhaltsanalyse ergänzt. Daraufhin werden Korrelationen dargestellt und die Ergebnisse der Kreuztabellen und Kontingenzanalysen beschrieben.

5.3.1 Darstellung der Ergebnisse

Nachfolgend werden die Ergebnisse der einzelnen Ebenen *Reaktion*, *Lernen*, *Verhalten* und *Ergebnisse* dargestellt. Item Nummer 01 und 02 des Fragebogens verlangten Informationen zur gewünschten Belohnung und der Emailadresse der Partizipierenden und werden in der Ergebnisdarstellung nicht berücksichtigt.

Ebene 1 - Reaktion

Die Befragung auf Ebene 1 *Reaktion* hatte zum Ziel, **Fragestellung 1** ,Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes be my

angel tonight?’ zu beantworten. Die Partizipierenden wurden nach ihrer Einschätzung zu allen bekannten Elementen von BMAT gefragt.

Item 03: Wie gefallen dir die Drucksachen von *be my angel tonight*? Bitte begründe deine Auswahl.

Item Nummer 03 der Onlinebefragung wollte von den Teilnehmenden wissen, wie ihnen die Drucksachen von BMAT gefallen und wie sie ihre Wertung auf einer 5er-Likert-Skala von 1 (*sehr schlecht*) bis 5 (*sehr gut*) begründen. Das Skalenformat blieb während der Befragung auf der ersten Ebene *Reaktion* identisch. Von den 90 (N) Partizipierenden haben sieben Personen (7.78%) mit *schlecht*, 24 Personen (26.67%) mit *neutral* und 47 Personen (52.22%) mit *gut* geantwortet (siehe Abb. 14). Zwölf (13.33%) der Befragten gefielen die Drucksachen von BMAT *sehr gut*. Der Mittelwert der Antworten lag bei 3.71 (SD = .797, V = .635), was zwischen den Antwortoptionen *neutral* (3.00) und *gut* (4.00) lag. Eine Übersicht über alle Mittelwerte der Elementbewertungen ist in Anhang P zu finden. Der Median von 4.00 lag bei der Ausprägung *gut* (4.00).

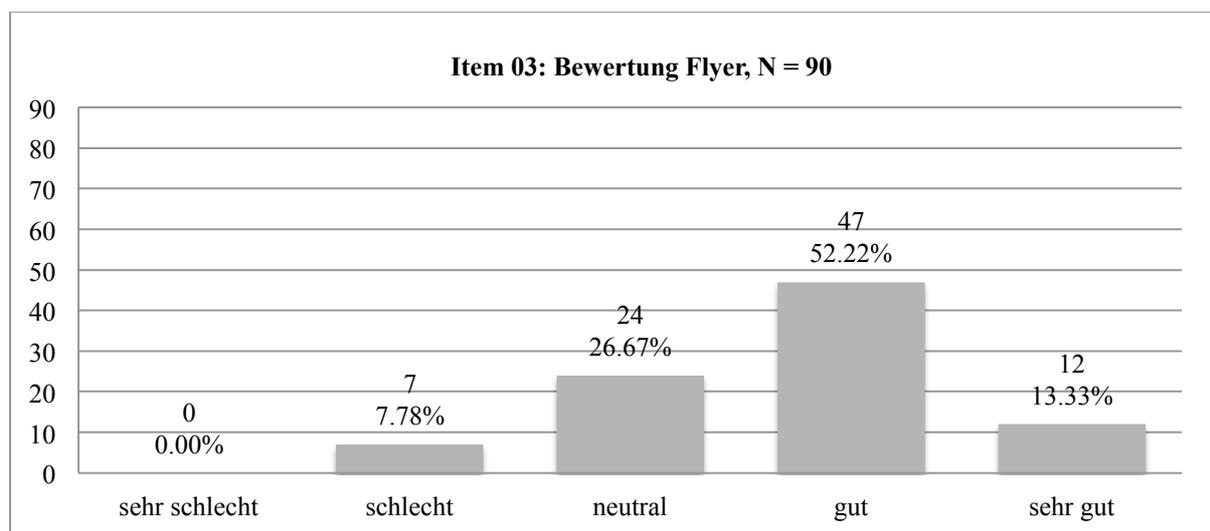


Abb. 14: Ergebnisdiagramm Item 03 Bewertung Flyer

Auf der Ebene *Reaktion* wurden die Befragten nebst einer Bewertung der Elemente auch um eine qualitative Begründung ihrer Bewertung gebeten. Diese Begründungen wurden durch eine zusammenfassende qualitative Inhaltsanalyse ausgewertet. Die Ergebnisse werden jeweils nach der quantitativen Bewertung der Diagramme aufgeführt. Die vollständigen Kategoriensysteme der acht Elemente sind in den Anhängen E bis N abgebildet.

Tabelle 11 beinhaltet die Kategorien, Codes, Ankerbeispiele und die Nennungen der jeweiligen Codes. Das Design des Flyers wurde in 20 Nennungen mit *positiv* bezeichnet. Ein Beispiel für diese Codierung lautet „Ist sehr ansprechend...“. 14 Nennungen bezogen sich auf die Farben des Flyers und bezeichneten diese mit *positiv*. Bezüglich *Übersichtlichkeit* des Flyers wurden 10 Nennungen gezählt. Ein Beispiel einer Aussage wäre „Nicht überladen“. Jeweils 10 weitere Nennungen beinhalteten

negative Äusserungen zum Logo und die *nicht erkennbare* Thematik des Flyers. Die *negative* Farbauswahl wurde neunmal genannt, ebenso das *auffallende* Design. Acht Nennungen konzentrierten sich auf die *erkennbare* Thematik, sechs Nennungen auf das *unprofessionelle und altmodische* Design des Flyers. Weitere Codierungen mit niedrigerer Anzahl Nennungen sind der Tabelle 11 zu entnehmen. Das vollständige Kategoriensystem ist in Anhang E abgebildet.

Kategorie	Code	Ankerbeispiel	Anzahl
02 Design	01 positiv	Nr. 15: "Ist sehr ansprechend..."	20
01 Farben	01 positiv	Nr. 15: "...sehr gut mit den Farben gespielt."	14
03 Übersichtlichkeit	01 übersichtlich	Nr. 54: "Nicht überladen."	10
04 Logo Angel	02 negativ	Nr. 51: "Zu Kindisch..."	10
05 Thematik	02 nicht erkennbar	Nr. 17: "... sollte die Grundhandlung mehr in den vorder Grund gesetzt werden."	10
01 Farben	02 negativ	Nr. 27: "Farbkombo könnte auch besser sein"	9
02 Design	04 auffallend	Nr. 14: "auffallend"	9
05 Thematik	01 erkennbar	Nr. 54: "Super klare Botschaft!"	8
02 Design	02 negativ: unprofessionell, altmodisch	Nr. 48: " es sieht nicht professionel aus"	6
04 Logo Angel	01 positiv	Nr. 30: "Der Engel als Symbol finde ich passend..."	3
06 Hintergrund	02 negativ	Nr. 27: "Mir gefallen ... der unscharfe Hintergrund nicht so gut"	3
07 Kugeln 3D	01 negativ	Nr. 18: "Kugeln in 3D gehen meiner Meinung nach gar nicht."	3
08 Wiedererkennungswert	01 vorhanden	Nr. 61: "...ist es in der erinnerung!"	3
02 Design	03 negativ: zu modern und jugendlich	Nr. 06: "zu modern"	2
03 Übersichtlichkeit	02 unübersichtlich	Nr. 26: "... zu viel auf einmal."	2
09 Schrift	01 positiv	Nr. 18: "Schrift gefällt mir sehr gut"	2
02 Design	05 nicht auffallend	Nr. 32: "Nicht alzu auffallend"	1
06 Hintergrund	01 positiv	Nr. 18: "Hintergrund ist zu verpixelt"	1

Tabelle 11: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 03 Bewertung Flyer

Item 04: Wie gefällt dir der Stand von *be my angel tonight*? Bitte begründe deine Auswahl.

Item Nummer 04 fragte die Teilnehmenden danach, wie ihnen der Angel-Stand von BMAT gefällt. Von den Teilnehmenden (N = 90) hat niemand (0.00%) mit *sehr schlecht* oder *schlecht* geantwortet (siehe Abb. 15). 22 Partizipierende (24.44%) antworteten mit *neutral*, 62 Personen (68.89%) mit *gut* und sechs Personen (6.67%) mit *sehr gut*. Der Mittelwert der Antworten lag bei 3.82 (SD = .532, V = ,283), was zwischen den Antwortoptionen *neutral* (3.00) und *gut* (4.00) lag. Der Median von 4.00 lag bei der Ausprägung *gut* (4.00).

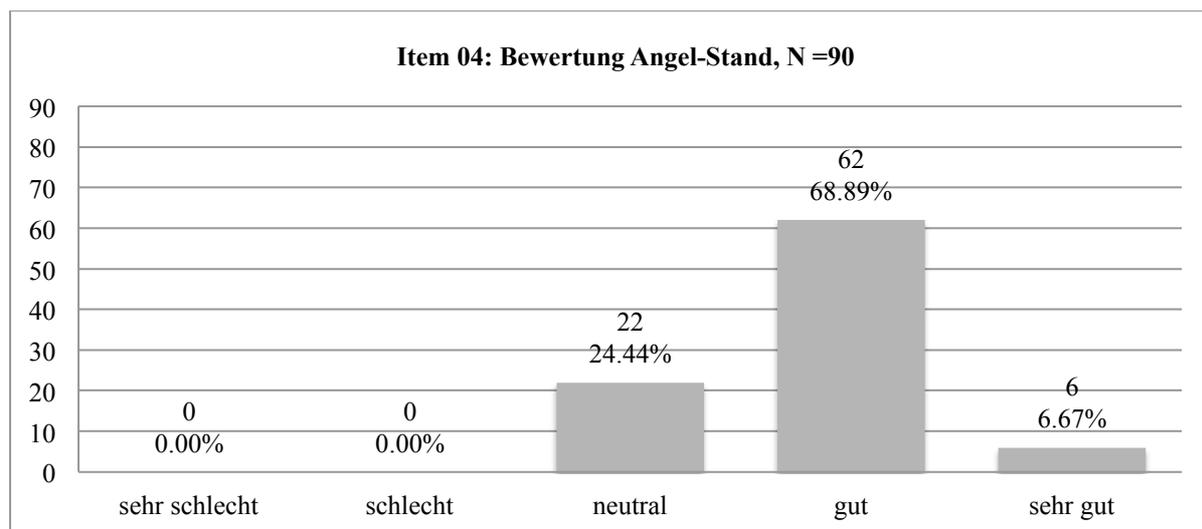


Abb. 15: Ergebnisdiagramm Item 04 Bewertung Angel-Stand

Die Befragten wurden gebeten, ihre Bewertung des Angel-Standes zu begründen. In nachfolgender Tabelle 12 werden die Kategorien und Codes der qualitativen Inhaltsanalyse dargestellt. 19 Nennungen bezogen sich auf die *ansprechende* Gestaltung des Angel-Standes. Eine befragte Person äusserte sich dazu mit den Worten „Anregend um vorbei zu schauen“. Zwölf Nennungen bezeichneten den Stand mit *auffallend* und neun Nennungen fanden diesen *nicht auffallend*. Acht Nennungen bezogen sich auf die Grösse des Standes und fanden diese *zu klein*. Siebenmal wurden die Farben und sechsmal die Standplatzierung *positiv* bewertet. Jeweils fünf Nennungen konzentrierten sich auf die zu bunten (*negativ*) Farben oder auf den fehlenden Wiedererkennungswert. Alle weiteren Codierungen mit weniger Nennungen sind in Tabelle 12 aufgeführt. Das vollständige Kategoriensystem ist in Anhang F abgebildet.

Kategorie	Code	Ankerbeispiel	Anzahl
07 Gestaltung	03 ansprechend	Nr. 06: "anregend um vorbei zu schauen"	19
07 Gestaltung	01 auffallend	Nr. 19: "Klein aber auffällig"	12
07 Gestaltung	02 nicht auffallend	Nr. 12: "Nicht sehr auffällig"	9
04 Grösse	01 negativ	Nr. 67: "etwas klein"	8
06 Farbe	01 positiv	Nr. 22: "Ich finde die Farben cool"	7
01 Platzierung	01 positiv	Nr. 27: "gut platziert"	6
06 Farbe	01 negativ	Nr. 41: "etwas bunt"	5
09 Wiedererkennungswert	01 vorhanden	Nr. 58: "Flyer und Stand sind identisch"	5
08 Design	01 negativ	Nr. 80: "etwas zu kindlich gehalten"	4
08 Design	02 Logo fehlt	Nr. 34: "Theke mit Logo-Sticker versehen"	4
02 Standform	01 Zelt positiv	Nr. 30: "Dach über dem Kopf"	3
10 NAB	01 fällt auf	Nr. 15: "Das NAB Logo fällt einem zuerst auf"	3
10 Aktivitäten neben Stand	01 fehlen	Nr. 61: "sollte vielleicht an der Kasse werbung gemacht werden"	3
03 Thematik	01 nicht erkennbar	Nr. 80: "message ist nicht auf den 1. Blick erkennbar"	2

04 Grösse	01 positiv	Nr. 24: "Gute grösse"	2
05 Mitarbeitende	01 positiv	Nr. 59: "immer aufgestellte arbeiter/innen"	2
07 Gestaltung	04 nicht ansprechend	Nr. 54: "Wenig ansprechend"	2
02 Standform	02 instabil	Nr. 38: "Theke und Zelt etwas instabil"	1
03 Thematik	01 erkennbar	Nr. 23: "Wer fährt trinkt nicht"	1

Tabelle 12: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 04 Bewertung Angel-Stand

Item 05: Wie gefällt dir die Vereinbarung von *be my angel tonight*? Bitte begründe deine Auswahl.

Item Nummer 05 fragte die Teilnehmenden danach, wie ihnen die schriftliche Vereinbarung von BMAT gefällt. Insgesamt 90 Personen haben dieses Item beantwortet (N = 90). Eine Person (1.11%) hat mit *sehr schlecht*, drei Personen (3.33%) haben das Item mit *schlecht* geantwortet (siehe Abb. 16). Sieben Personen (7.78%) stufen die Vereinbarung von BMAT *neutral* ein, 34 Personen (37.78%) fanden diese *gut* und 45 Personen (50.00%) gefiel die Vereinbarung *sehr gut*. Der Mittelwert der Antworten lag bei 4.32 (SD = .846, V = .715), was zwischen den Antwortoptionen *gut* (4.00) und *sehr gut* (5.00) lag. Der Median von 4.50 lag zwischen der Ausprägung *gut* (4.00) und *sehr gut* (5.00).

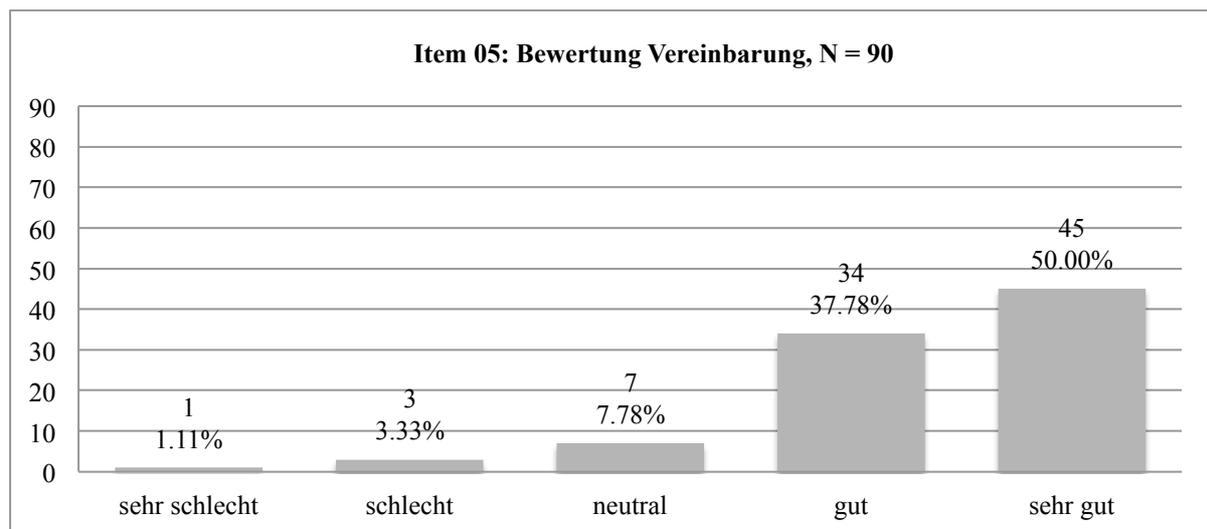


Abb. 16: Ergebnisdiagramm Item 05 Bewertung Vereinbarung

Nebst der Bewertung der Vereinbarung mit einer 5er-Likert-Skala wurden die Befragten um eine qualitative Begründung ihrer Bewertung gebeten. Tabelle 13 beinhaltet die Kategorien, Codes, Ankerbeispiele und Anzahl Nennungen zu Item 05. 27 Nennungen bezogen sich auf die vorhandene Übersichtlichkeit der Vereinbarung. 16 Nennungen bezogen sich auf die *erkennbare Thematik* der Vereinbarung. Je zwölf Nennungen bezeichneten die Vereinbarung als *verständlich* oder die Dauer der Bearbeitung *negativ*. Ein Beispiel für die Bearbeitungsdauer lautet „zu viel zum lesen und beantworten“. *Nicht übersichtlich* wurde elfmal genannt, *Angebot positiv* neunmal. Acht Nennungen bezeichneten die Bearbeitungsdauer *positiv* und sieben Nennungen bezeichneten den Inhalt *positiv*. Der Inhalt der Vereinbarung wurde fünfmal *negativ* genannt. Ein Beispiel für den *negativen* Inhalt

lautet „Leider keine Konsequenzen bei Vertragsbruch“. Alle weiteren Codierungen mit weniger Nennungen sind in der Tabelle 13 enthalten. Das vollständige Kategoriensystem ist in Anhang G zu finden.

Kategorie	Code	Ankerbeispiel	Anzahl
03 Übersichtlichkeit	01 übersichtlich	Nr. 06: "Übersichtlich"	27
02 Thematik	01 Thematik erkennbar	Nr. 22: "setzt voraus, keinen Alkohol zu trinken"	16
04 Verständlichkeit	01 verständlich	Nr. 24: "verständlich"	12
05 Dauer	02 negativ	Nr. 38: "zu viel zum ... beantworten"	12
03 Übersichtlichkeit	02 nicht übersichtlich	Nr. 36: "zu viel text"	11
01 Angebot	01 Angebot positiv	Nr. 12: "Mega gutes angebot"	9
05 Dauer	01 positiv	Nr. 11: "die wichtigsten Fragen werden gestellt."	8
09 Inhalt	01 positiv	Nr. 28: "motivierend"	7
09 Inhalt	02 negativ	Nr. 31: "Leider keine Konsequenzen bei Vertragsbruch"	5
01 Angebot	02 Angebot negativ	Nr. 23: "Ein Getränk könnte auch gratis sein"	3
06 Layout	01 positiv	Nr. 15: "Sehr ansprechend"	2
06 Layout	02 negativ	Nr. 34: "kein Layout"	1
08 Wiedererkennungswert	01 nicht vorhanden	Nr. 34: "orientiert sich nicht an Flyer"	1
09 Ehrlichkeit der TN	01 fraglich	Nr. 56: "Gefahr ... , ob alles ehrlich ausgefüllt wird"	1
07 Papierformat	01 negativ	Nr. 46: "evtl. A5-Format verwenden"	1

Tabelle 13: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 05 Bewertung Vereinbarung

Item 06: Wie findest du die Mitarbeitenden von *be my angel tonight*? (Freundlichkeit, Auftreten, Kommunikation, Outfit) Bitte begründe deine Auswahl.

Item Nummer 06 der Onlinebefragung wollte von den Teilnehmenden wissen, wie sie Mitarbeitenden bezüglich Freundlichkeit, Auftreten, Kommunikation oder Outfit bewerten. Von den Teilnehmenden (N = 90) hat niemand (0.00%) mit *sehr schlecht* oder *schlecht* geantwortet (siehe Abb. 17). Sieben Personen (7.78%) schätzten die Mitarbeitenden von BMAT *neutral* ein, 39 Personen (43.33%) schätzten diese *gut* ein und 44 Personen (48.89%) schätzten sie *sehr gut* ein. Der Mittelwert der Antworten lag bei 4.41 (SD = .634, V = .402), was zwischen den Antwortoptionen *gut* (4.00) und *sehr gut* (5.00) lag. Der Median von 4.00 lag bei der Ausprägung *gut* (4.00).

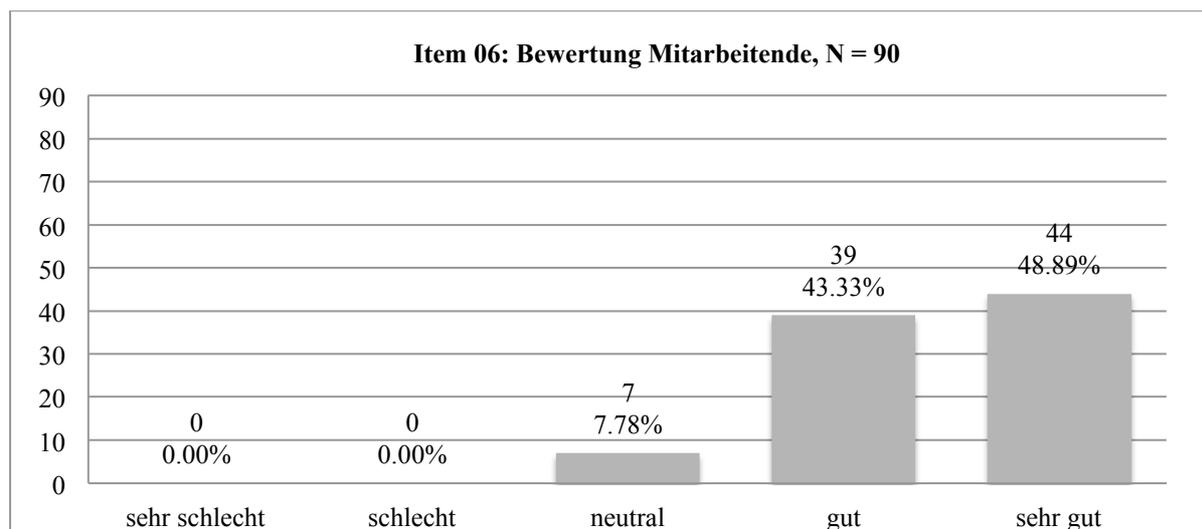


Abb. 17: Ergebnisdiagramm Item 06 Bewertung Mitarbeitende

Nach der Bewertung der Mitarbeitenden wurden die Befragten gebeten, ihre Bewertung zu begründen. Nachfolgende Tabelle 14 beinhaltet die Kategorien, Codes, Ankerbeispiele und Anzahl Nennungen zu den Begründungen von Item 06. 67 Nennungen bezogen sich auf die Sympathie und Freundlichkeit (Code *positiv*) der Mitarbeitenden. Eine Befragte beschrieb dies mit den Worten „nette leute“. Die Mitarbeitenden wurden sechsmal als *fachkundig* bezeichnet, die Kleidung fünfmal als *langweilig, unauffällig*. Weitere fünf Nennungen bezogen sich auf die *positive* Kommunikationsform der Mitarbeitenden und vier Nennungen auf deren *hilfsbereite und aufmerksame* Art. Je viermal wurden das *nicht aufdringliche* Auftreten und deren *gute* Kleidung genannt. Alle weiteren Codierungen mit weniger Nennungen sind in der Tabelle 14 enthalten. Das vollständige Kategoriensystem ist in Anhang H zu finden.

Kategorie	Code	Ankerbeispiel	Anzahl
01 Auftreten	01 positiv	Nr. 19: "Nette leute"	67
02 Kompetenzen	01 fachkundig	Nr. 25: "erklären alles gut"	6
03 Kleidung	01 langweilig, unauffällig	Nr. 15: "fallen etwas zu wenig auf"	5
04 Kommunikation	01 positiv	Nr. 31: "Kommunikation ... vorbildlich"	5
01 Auftreten	03 hilfsbereit, aufmerksam	Nr. 14: "hilfsbereit"	4
01 Auftreten	04 nicht aufdringlich	Nr. 18: "nicht aufdringlich"	4
03 Kleidung	03 gut	Nr. 51: "gute Kleidung"	4
05 Motivation	01 motiviert	Nr. 85: "engagiert"	3
03 Kleidung	02 negativ	Nr. 34: "Kleidung dürfte mal wieder neu bedruckt werden"	2
04 Kommunikation	02 unsicher	Nr. 34: "... Reden unsicher um das Thema herum"	2
05 Motivation	02 unmotiviert	Nr. 32: "teilweise unmotiviert"	2
06 Wartezeit	01 lang	Nr. 34: "nicht direkt bedient"	2
07 Anzahl Veranstaltungen	01 niedrig	Nr. 79: "war schon lange nicht mehr an einer Party, wo ich my angel angetroffen habe"	1

Tabelle 14: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 06 Bewertung Mitarbeitende

**Item 07: Wie findest du die Idee der Getränkegutscheine als Belohnung für deine Teilnahme?
Bitte begründe deine Auswahl.**

Item Nummer 07 fragte die Partizipierenden danach, wie sie die Idee der Getränkegutscheine als Belohnung für ihre Teilnahme finden. Von den Teilnehmenden (N = 90) hat niemand (0.00%) mit *sehr schlecht* geantwortet (siehe Abb. 18). Eine Person (1.11%) schätzte die Getränkegutscheine *schlecht* ein, vier Personen (4.44%) schätzen diese *neutral* ein, 21 Personen (23.33%) antworteten mit *gut* und 64 Personen (71.11%) antworteten mit *sehr gut*. Der Mittelwert der Antworten lag bei 4.64 (SD = .624, V = .389), was zwischen den Antwortoptionen *gut* (4.00) und *sehr gut* (5.00) lag. Der Median von 5.00 lag bei der Ausprägung *sehr gut* (5.00).

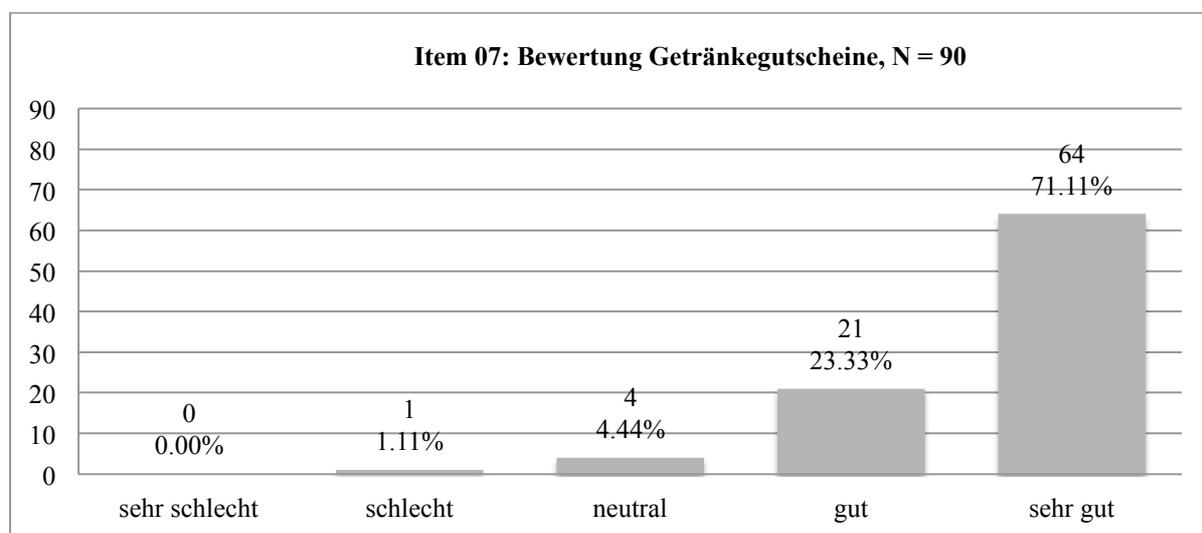


Abb. 18: Ergebnisdiagramm Item 07 Bewertung Getränkegutscheine

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse der Begründungen werden nachfolgend in Tabelle 15 dargestellt. Der Einsatz von Getränkegutscheinen wurde in 29 Nennungen mit *toll* bewertet. 27 Nennungen bezeichneten die Getränkegutscheine als Belohnung für den *Alkoholverzicht* und 18 Nennungen als Motivationsstütze für die *Aufrechterhaltung* des alkoholfreien Feierns und Fahren. Dass die Gutscheine *besser gratis* sein sollten, wurde elfmal genannt. Die weiteren Codes wurden vergleichsweise wenig genannt, sind aber in Tabelle 15 aufgeführt. Das vollständige Kategoriensystem ist dem Anhang I zu entnehmen.

Kategorie	Code	Ankerbeispiel	Anz
01 Angebot	01 toll	Nr. 25: "tolles angebot"	29
02 Belohnung	01 für Alkoholverzicht	Nr. 18: "so hat man eine ... Belohnung"	27
03 Motivation	01 für Aufrechterhaltung	Nr. 34: unterstützt bei Entscheidung für alkoholfreie Getränke"	18
04 System	01 besser gratis	Nr. 23: 1 gratis ... wäre besser"	11
01 Angebot	02 nicht nützlich	Nr. 26: "brauche ich ... fast nicht."	3
04 System	03 möchte was anderes	Nr. 54: "gäbe noch andere Belohnungen"	3
04 System	02 zu wenig Gutscheine	Nr. 58: "3 reichen für einen abend nicht aus"	2
04 System	03 grosszügig	Nr. 34: "Drei Stück reichen völlig aus"	1

04 System	04 Gültigkeit an Bars	Nr. 71: "müssten ... an allen Bezugsorten gelten"	1
-----------	-----------------------	---	---

Tabelle 15: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 07 Bewertung Getränkegutscheine

Item 08: Wie findest du die Idee des Gutscheins für ein Fahrertraining bei ASSR im Wert von CHF 30.00 als Belohnung für deine erfolgreiche Teilnahme? Bitte begründe deine Auswahl.

Item Nummer 08 der Onlinebefragung wollte von den Teilnehmenden wissen, wie sie die Idee des Gutscheins für ein Fahrertraining bei ASSR als Belohnung für eine erfolgreiche Teilnahme finden würden. Von den 90 (N) Partizipierenden hat keine Person (0.00%) mit *sehr schlecht* und neun Personen (10.00%) mit *schlecht* geantwortet (siehe Abb. 19). Von den Befragten beantworteten das Item 30 Personen (33.33%) mit *neutral*, 28 Personen (31.11%) mit *gut* und 23 Personen (25.56%) mit *sehr gut*. Der Mittelwert der Antworten lag bei 3.72 (SD = .960, V = .922), was zwischen den Antwortoptionen *neutral* (3.00) und *gut* (4.00) lag. Der Median von 4.00 lag bei der Ausprägung *gut* (4.00).

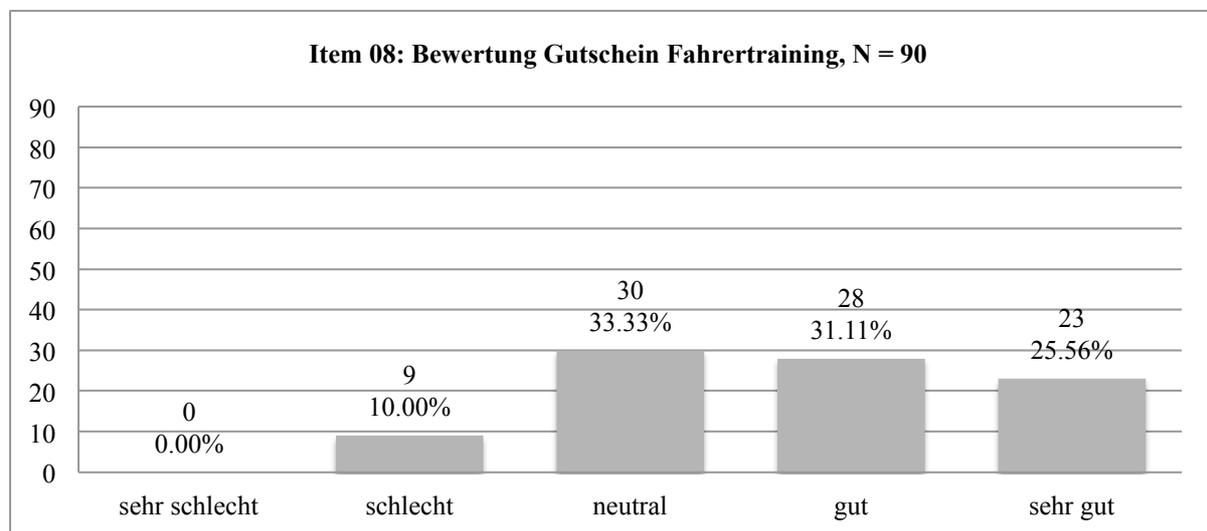


Abb. 19: Ergebnisdiagramm Item 08 Bewertung Gutschein Fahrertraining

Nach der quantitativen Bewertung des Gutscheins für ein Fahrertraining bei der ASSR in Regensdorf wurden die Teilnehmenden gebeten, ihre Bewertung zu begründen. Die bei der Analyse entstandenen Kategorien, Codes, Ankerbeispiele und Anzahl Nennungen sind in Tabelle 16 aufgeführt. Der Gutschein wurde in 22 Nennungen als *nützlich und sinnvoll* bezeichnet. Sechzehn Nennungen bezogen sich darauf, dass *kein freiwilliger Kurs* gemacht würde. Fünfzehn Nennungen bezeichneten den Gutschein der ASSR als *nicht nützlich*. Je fünfmal wurde genannt, dass der Gutschein nur für *Neulenkende* sei, dass *Lernen gut* sei, dass der *Betrag höher* sein sollte und dass der *Standort schlecht* sei. Die restlichen Codes wurden von einzelnen Teilnehmenden genannt und sind in nachfolgender Tabelle 16 zu finden. Das gesamte Kategoriensystem zum Gutschein für das Fahrertraining bei der ASSR Regensdorf ist in Anhang J abgebildet.

Kategorie	Code	Ankerbeispiel	Anzahl
01 Nützlichkeit	01 nützlich, sinnvoll	Nr. 15: "das kann man immer gebrauchen!"	22
05 ASSR	02 mache keinen freiwilligen Kurs	Nr. 33: "kenne niemand der freiwillig noch einen kurs macht"	16
01 Nützlichkeit	03 nicht nützlich	Nr. 20: "würde ihn nie machen!"	15
02 WAB	01 nur Neulenkende	Nr. 23: "für die Anfänger sicher nicht schlecht"	5
02 WAB	03 Lernen ist gut	Nr. 22: "weil man nie genug lernen kann"	5
04 Alternative	03 Betrag höher	Nr. 39: "besser mehr"	5
05 ASSR	01 Standort schlecht	Nr. 14: "wenn man nicht aus dieser region kommt"	5
01 Nützlichkeit	02 besser als nichts	Nr. 19: "schon etwas weniger vorteil"	3
02 WAB	02 erhöht Sicherheit	Nr. 01: "sind wichtig und interessant"	3
03 Belohnung	02 keinen erhalten	Nr. 47: "habe noch keinen bekommen"	2
02 WAB	04 gut für Prämien	Nr. 17: "... plus noch prämien verbilligung"	1
03 Belohnung	01 für Alkoholverzicht	Nr. 41: "motiviert ... keinen Alkohol zu trinken"	1
04 Alternative	01 Gutschein Waschanlage	Nr. 33: "besser vielleicht einen gutschein für auto waschanlage"	1
04 Alternative	02 Gutschein Starbucks	Nr. 79: "mehr freude an einem Starbucks-gutschein"	1
05 ASSR	03 macht auf Kurse aufmerksam	Nr. 88: "macht einem auf die Kurse aufmerksam"	1

Tabelle 16: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 08 Bewertung Gutschein ASSR

Item 09: Wie findest du die Preise der Verlosung als Belohnung für deine erfolgreiche Teilnahme (TomTom, Reka-Checks, Kinogutscheine)? Bitte begründe deine Auswahl.

Item Nummer 09 fragte die Teilnehmenden danach, wie ihnen die Preise der Verlosung als Belohnung für ihre erfolgreiche Teilnahme gefallen würden. Keine Person (0.00%) der Partizipierenden (N = 90) antworteten mit *sehr schlecht* oder *schlecht* (siehe Abb. 20). Sieben Personen (7.78%) antworteten mit *neutral*. 30 Personen (33.33%) gefielen die Verlosungspreise *gut* und 53 Personen (58.89%) gefielen sie *sehr gut*. Der Mittelwert der Antworten lag bei 4.51 (SD = .640, V = .410), was zwischen den Antwortoptionen *gut* (4.00) und *sehr gut* (5.00) lag. Der Median von 5.00 lag bei der Ausprägung *sehr gut* (5.00).

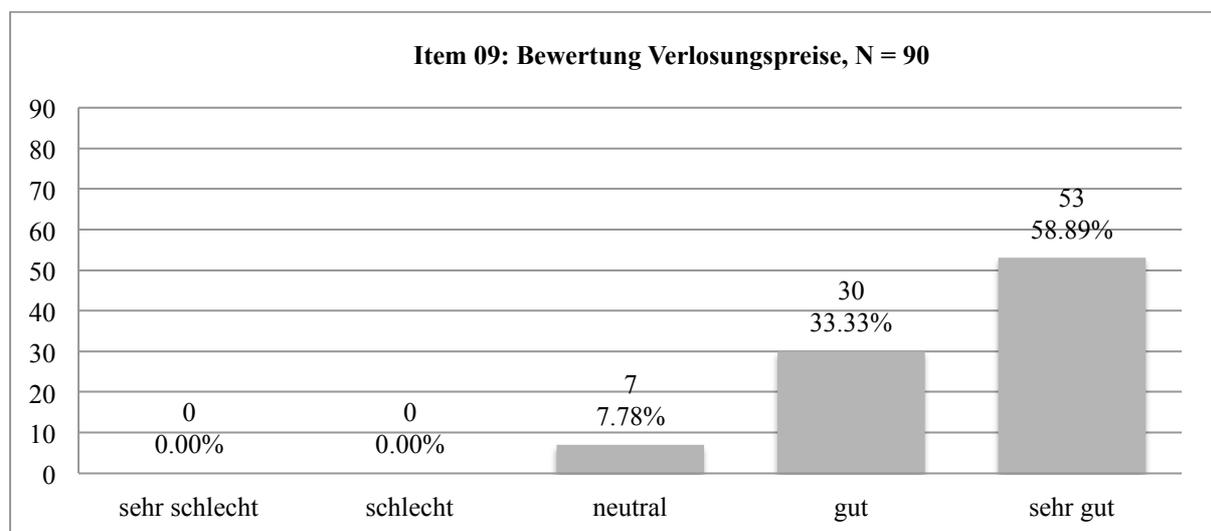


Abb. 20: Ergebnisdiagramm Item 09 Bewertung Verlosungspreise

Die Inhaltsanalyse der Begründungen für die Bewertung der Verlosungspreise ergab folgende Kategorien und Codes (Tabelle 17). In der letzten Spalte sind die Anzahl Nennungen pro Code abgebildet. Für jeden Code wurde ein Ankerbeispiel aufgeführt. Die meisten Nennungen (24) bezogen sich auf die Nützlichkeit der Preise. 18 Nennungen fanden die Preise *attraktiv*, sechs Nennungen fanden diese *nicht nützlich*. Jeweils drei Nennungen bezeichneten die Verlosungspreise als *Anreiz* oder kritisierten, dass sie noch nie gewonnen hätten. Zwei Nennungen bezogen sich darauf, dass die Verlosungspreise *toll* seien. Weitere Codes mit niedrigerer Anzahl Nennungen sind der Tabelle 17 zu entnehmen. Das gesamte Kategoriensystem zur Bewertung der Verlosungspreise ist in Anhang K zu finden.

Kategorie	Code	Ankerbeispiel	Anzahl
05 Preise	01 nützlich	Nr. 16: "kann jeder gut gebrauchen"	24
05 Preise	03 attraktiv	Nr. 15: "ansprechende Preise"	18
05 Preise	02 nicht nützlich	Nr. 20: "auch schon unnuetzliches"	6
06 Wirkung	01 Anreiz	Nr. 01: "motivierend"	3
07 Gewinnrate	01 nie gewonnen	Nr. 30: "noch nie etwas gewonnen"	3
03 Kinogutscheine	01 toll	Nr. 34: "geht immer"	2
06 Wirkung	02 Spannung	Nr. 84: "machens spannend"	1
02 Reka-Checks	01 nützlich	Nr. 70: "sehr gut sowie auch die REKA Scheine"	1
03 Kinogutscheine	02 Gültigkeit kurz	Nr. 53: "waren nur noch ca. 1 Monat gültig"	1
04 Alternative	02 Partygutschein	Nr. 44: "vielleicht auch party gutscheine"	1
04 Alternative	03 Wellness	Nr. 44: "oder wellness"	1
01 Navigationsgerät	01 nützlich	Nr. 35: "TomTom finde ich eine gut Sache"	1
04 Alternative	01 Smartphone	Nr. 35: "neues natel würde ... besser passen"	1
01 Navigationsgerät	02 nicht nützlich	Nr. 34: "brauche ich nicht"	1
02 Reka-Checks	02 nicht nützlich	Nr. 34: "brauche ich kaum"	1

Tabelle 17: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 09 Bewertung Verlosungspreise

Item 10: Wie findest du die Idee des Promilletests, welchen einige Angel vor dem Verlassen der Party durchführen müssen? Bitte begründe deine Auswahl.

Item Nummer 10 der Onlinebefragung wollte von den Teilnehmenden wissen, wie sie die Idee des Promilletests, welchen einige Angel vor dem Verlassen der Party durchführen müssten, fänden. Von den 90 (N) Partizipierenden hat eine teilnehmende Person (1.11%) mit *sehr schlecht* geantwortet (siehe Abb. 21). Keine Person (0.00%) antwortete mit *schlecht*. Neun Personen (10.00%) beantworteten das Item *neutral*, 26 Personen (28.89%) antworteten mit *gut* und 54 Personen (60.00%) mit *sehr gut*. Der Mittelwert der Antworten lag bei 4.47 (SD = .767, V = .589), was zwischen den Antwortoptionen *gut* (4.00) und *sehr gut* (5.00) lag. Der Median von 5.00 lag bei der Ausprägung *sehr gut* (5.00).

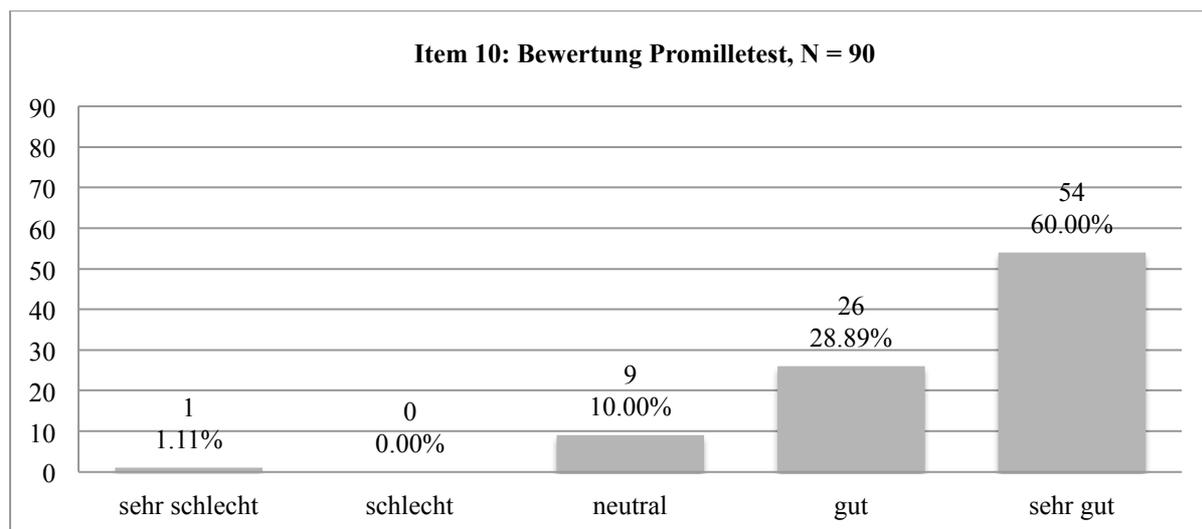


Abb. 21: Ergebnisdiagramm Item 10 Bewertung Promilletest

Die Inhaltsanalyse der Begründungen für die Bewertung des Promilletestes ergab folgende Kategorien und Codes (Tabelle 18). In der letzten Spalte sind die Anzahl Nennungen pro Code abgebildet. Für jeden Code wurde ein Ankerbeispiel aufgeführt. 39 Nennungen und somit am meisten Nennungen bezogen sich auf die mit der Kontrolle verbundene Prüfung der *Ehrlichkeit* der Teilnehmenden. Eine teilnehmende Person begründete Ihre Bewertung des Promilletests beispielsweise mit den Worten „so sieht man wer wirklich aufrecht war“. Elf Nennungen bewerteten die Durchführung des Tests mit *gerechtfertigt*, neun Nennungen mit *super* und acht Nennungen mit *notwendig*. Die weiteren Codes mit niedrigerer Anzahl von Nennungen sind der Tabelle 18 zu entnehmen. Das gesamte Kategoriensystem ist in Anhang L zu finden.

Kategorie	Code	Ankerbeispiel	Anzahl
02 Kontrolle	01 prüft Ehrlichkeit	Nr. 07: "so sieht man wer wirklich aufrecht war"	39
05 Bewertung	01 gerechtfertigt	Nr. 12: "Gerechtfertigt"	11
05 Bewertung	02 super	Nr. 35: "... ist dies eine super Sache"	9
05 Bewertung	04 notwendig	Nr. 32: "muss aber auch gemacht werden!!!"	8
03 Konsequenzen	01 unbekannt	Nr. 26: "gibt es auch folgen?"	3
04 Messung	02 schwarz auf weiss	Nr. 11: "denn man kann sich sehr schlecht selber einschätzen"	3
01 Wirkung	01 Fairness	Nr. 29: "ist nur fair"	2
01 Wirkung	02 Verbindlichkeit	Nr. 48: "so wird das ganze sicher ernster genommen"	2
01 Wirkung	04 Abneigung	Nr. 15: "kann aber auch auf Abneigung ... stossen"	2
02 Kontrolle	03 anstelle von Vereinbarung	Nr. 71: "Würde reichen als Teilnahmebestätigung...und nicht so ein deftiger Vertrag"	2
02 Kontrolle	04 Betrunkene kommen nicht	Nr. 46: "Angel, die den Test nicht bestehen werden, werden wohl nicht an den Stand kommen"	2
01 Wirkung	03 Spannung	Nr. 34: "Spannend"	1
02 Kontrolle	02 Anzahl Tests klein	Nr. 88: "kannte bisher niemanden, der in die Kontrolle kam"	1
03 Konsequenzen	02 durchziehen	Nr. 35: "bei den alkoholisierten Fahrern sollte man Massnahmen ergreifen."	1

04 Messung	01 für alle	Nr. 62: „sollten auch angetrunkene pusten dürfen“	1
04 Messung	03 Ergebnis bekanntgeben	Nr. 34: "sofern ich das Ergebnis ... erfahre"	1
05 Bewertung	03 Persönlichkeitsverletzung	Nr. 15: "kann aber auch auf ... Persönlichkeits Verletzung stossen"	1

Tabelle 18: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 10 Bewertung Promilletest

Ebene 2 - Lernen

Die Befragung auf Ebene 2 *Lernen* hatte zum Ziel, **Fragestellung 2** ‚Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?‘ zu beantworten. Die Partizipierenden wurden gefragt, ob sie was gelernt hätten und durch eine einfache Frage zur Thematik Alkohol am Steuer überprüft. Falls die Partizipierenden angaben, dass sie die Wissensfrage nicht beantworten können, wurden die sie danach gefragt, was sie stattdessen gelernt hätten.

Item 11: Hast du durch deine Teilnahme an *be my angel tonight* etwas über Alkohol am Steuer gelernt?

Item Nummer 11 der Onlinebefragung wollte von den Teilnehmenden wissen, ob sie durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm BMAT etwas über Alkohol am Steuer gelernt hätten. Von den 90 (N) Partizipierenden haben 59 Personen (65.56%) mit *Nein*, 31 Personen (34.44%) mit *Ja* geantwortet (siehe Abb. 22). Diejenigen Personen, welche mit *Ja* geantwortet hatten, wurden durch eine Filterfunktion zu Item 11b, der Überprüfung durch eine Wissensfrage, weitergeleitet.

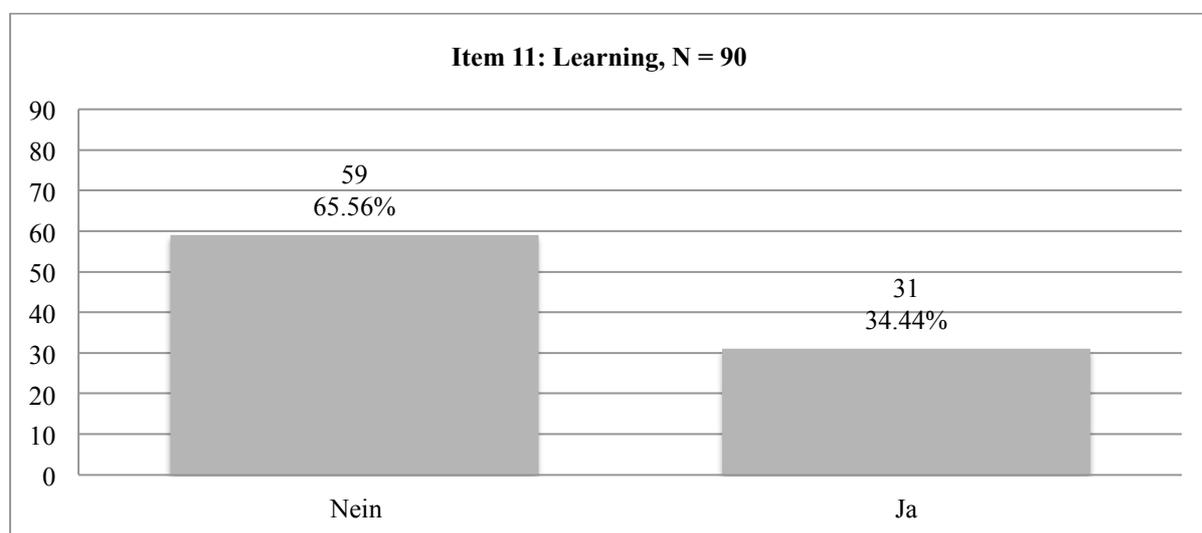


Abb. 22: Ergebnisdiagramm Item 11 Learning

Item 11b: Welche Altersgruppe ist besonders gefährdet durch Unfälle unter Einfluss von Alkohol?

Item Nummer 11b erschien nur bei denjenigen Teilnehmenden, welche bei Item Nummer 11 angaben, dass sie durch ihre Teilnahme an BMAT etwas über Alkohol am Steuer gelernt hätten. Das Item

Nummer 11b fragte die Teilnehmenden danach, welche Altersgruppe besonders stark von Unfällen unter Einfluss von Alkohol gefährdet sei. Von den 31 Teilnehmenden (N) beantworteten 29 Personen (93.55%) dem Wissenstest korrekt mit der Antwort *16- bis 30-Jährige* (siehe Abb. 23). Niemand (0.00%) beantwortete das Item falsch mit *31- bis 50-Jährige* oder *51- bis 70-Jährige*. Zwei befragte Personen (6.45%) gaben an, dass sie die Antwort nicht kennen würden (*Weiss ich nicht*). Diese Antwortoption leitete die Teilnehmenden durch einen Filterfunktion zu Item 11c weiter.

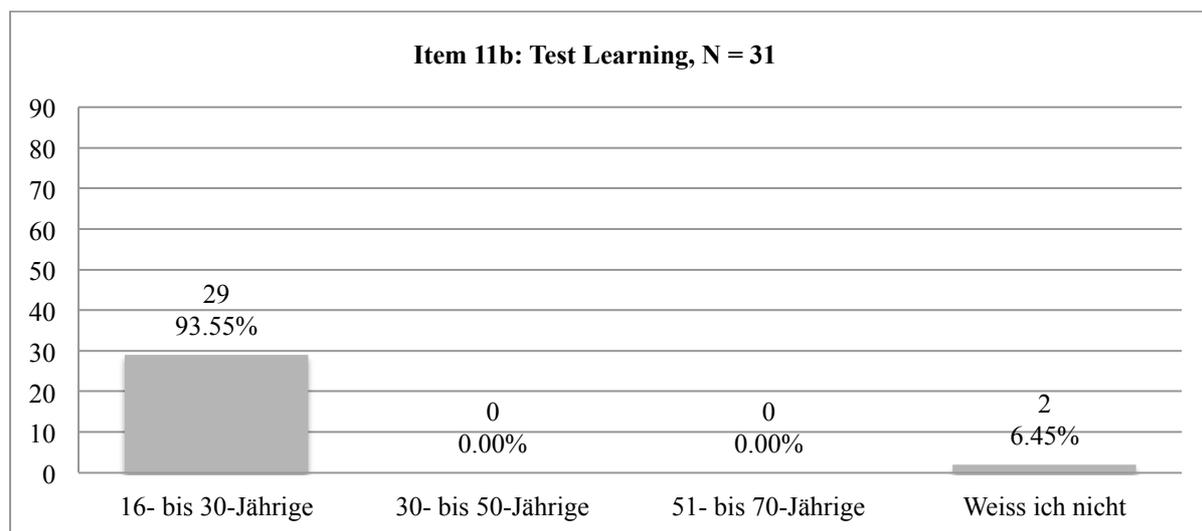


Abb. 23: Ergebnisdiagramm Item 11b Bewertung Test Learning

Item 11c: Was hast du stattdessen gelernt? Bitte führe einige Stichworte auf.

Item Nummer 11c war nur bei denjenigen Teilnehmenden aktiv, welche bei Item Nummer 11b angaben, dass sie die Antwort nicht kennen würden und daher mit *weiss ich nicht* geantwortet haben. Das Item Nummer 11c der Onlinebefragung wollte von den zwei Teilnehmenden wissen, was sie anstelle der Antwort auf die Wissensfrage gelernt hätten. Die Ergebnisse wurden durch eine qualitative Inhaltsanalyse ausgewertet. Die entstandenen Kategorien, Codes, Ankerbeispiele und Anzahl Nennungen sind in Tabelle 19 aufgeführt. Durch die Teilnahme wurde gelernt, dass alkoholfreies Fahren *schützt* (eine Nennung). Der exakte Wortlaut der Befragten war „Dass alkoholfrei Fahren mich und meine Kollegen schützt“. Eine weitere Nennung sagte aus, dass alkoholfreies Feiern *Spass macht*. Die Aussage dazu lautete „dass es auch nüchtern Spass macht“. Eine Nennung konzentrierte sich auf die *Aufklärung* der Besuchenden durch BMAT und eine weitere Nennung auf die *Motivation* am Steuer nüchtern zu bleiben, welche durch BMAT gefördert wird. Das gesamte Kategoriensystem ist in Anhang M abgebildet.

Kategorie	Code	Ankerbeispiel	Anz
01 alkoholfrei	01 schützt	Nr. 34: "Dass alkoholfrei Fahren mich und meine Kollegen schützt"	1
	02 macht Spass	Nr. 34: "dass es auch nüchtern Spass macht"	1
02 be my angel	01 klärt auf	Nr. 59: "die Leute aufgeklärt ... Werden"	1
	02 motiviert	Nr. 59: "die Leute ... motiviert werden nichts zu trinken am Steuer."	1

Tabelle 19: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 11c alternativ erlerntes Wissen

Ebene 3 - Verhalten

Die Befragung auf Ebene 3 *Verhalten* hatte zum Ziel, **Fragestellung 3** ‚Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm *be my angel tonight* dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?‘ zu beantworten. Die Partizipierenden wurden nach ihren Verhaltenszielen, der Motivation, der Unterstützung durch BMAT, dem Alkoholverzicht und einem allfälligen Grund für den Alkoholkonsum gefragt.

Item 12: Für welches Verhalten wurdest du mit deiner Teilnahme an *be my angel tonight* motiviert?

Item Nummer 12 der Onlinebefragung wollte von den Teilnehmenden wissen, für welches Verhalten sie bei ihrer Teilnahme an BMAT motiviert wurden. Die Ergebnisse wurden durch eine qualitative Inhaltsanalyse ausgewertet. Während der Analyse wurde deutlich, dass die Befragten das Item unterschiedlich verstanden haben. Die einen beantworteten die Frage wie erwartet mit Verhaltensweisen, andere antworteten mit den Motivationsfaktoren. In Tabelle 20 sind die entstandenen Kategorien, Codes, Ankerbeispiele und Anzahl Nennungen abgebildet. Das Verhalten *kein Alkohol am Steuer* wurde ebenso wie der Motivationsfaktor *Getränkegutschein* in 21 Fällen genannt. 17 Nennungen sagten aus, dass die Entscheidung für das Verhalten *bereits vorher entschieden* wurde. Dabei wurde beispielsweise die Aussage „das stand schon fest“ gemacht. Zehn Nennungen bezogen sich auf das Verhalten, *weniger/keinen Alkohol zu konsumieren*. Je fünf Nennungen galten den *Verlosungspreisen* als Motivationsfaktoren und der *Unfallvermeidung* als Verhaltensziel. Vier Nennungen bezeichneten die *Mitarbeitenden* als Motivationsquellen. Weiter Codes mit weniger Nennungen sind in der nachfolgenden Tabelle 20 aufgeführt. Das gesamte Kategoriensystem ist Anhang N zu entnehmen.

Kategorie	Code	Ankerbeispiel	Anzahl
01 Verhalten	01 kein Alkohol am Steuer	Nr. 04: "trinke kein alkohol wenn ich fahre"	21
03 Motivation	01 Getränkegutscheine	Nr. 14: "Getränkegutschein"	21
02 Entscheidung	09 bereits vorher entschieden	Nr. 12: "das stand schon fest"	17
01 Verhalten	02 weniger/keinen Alkohol konsumieren	Nr. 24: "Kein alkohol im ausgang"	10
03 Motivation	02 Verlosungspreise	Nr. 35: "wegen den Preisen ... machte ich auch mit"	5
01 Verhalten	03 Unfallvermeidung/Sicherheit	Nr. 01: "unfallvermeidung"	5
03 Motivation	03 Mitarbeitende	Nr. 07: "durch nettes Personal ;-)"	4
01 Verhalten	04 Autofahren	Nr. 09: "autofahren"	3
02 Entscheidung	10 Zufall	Nr. 20: "war eher zufall"	3
03 Motivation	05 Angel-Stand	Nr. 60: "ich sah den stand und war interessiert"	2
01 Verhalten	05 Verzicht auf Drogenkonsum	Nr. 55: "kein Drogenkonsum"	2
02 Entscheidung	11 mal ausprobieren	Nr. 51: "wollte es mal ausprobieren"	2
03 Motivation	04 Fahrertraining	Nr. 31: "gratis Fahrtraining"	2
01 Verhalten	06 verantwortungsvolles Handeln	Nr. 65: "Verantwortungsvoll"	1

01 Verhalten	08 fahren wenn BMAT da	Nr. 68: "immer zu fahren, wenn be my angel anwesend ist ;)"	1
01 Verhalten	07 Vorbildfunktion für Freunde	Nr. 67: "vorbild für freunde"	1

Tabelle 20: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 12 Motivation für Verhalten

Item 13: Wie stark motiviert warst du nach Abschluss der Vereinbarung, nüchtern zu feiern und zu fahren?

Item Nummer 13 fragte danach, wie stark die Partizipierenden nach Abschluss der Vereinbarung motiviert gewesen seien, nüchtern zu feiern und zu fahren. Den Teilnehmenden stand eine 5er-Likert-Skala von 1 (*sehr schwach*) bis 5 (*sehr stark*) zur Verfügung. Die beiden Antwortoptionen *sehr schwach* und *schwach* wurden von niemandem (0.00%) ausgewählt (siehe Abb. 24). 16 Personen (17.78%) der insgesamt 90 Partizipierenden (N) antworteten mit *neutral*, 29 Personen (32.22%) mit *stark* und 45 Personen (50.00%) mit *sehr stark*. Der Mittelwert der Antworten lag bei 4.32 (SD = .762, V = .580), was zwischen den Antwortoptionen *gut* (4.00) und *sehr gut* (5.00) lag. Der Median von 4.50 lag zwischen der Ausprägung *gut* (4.00) und *sehr gut* (5.00).

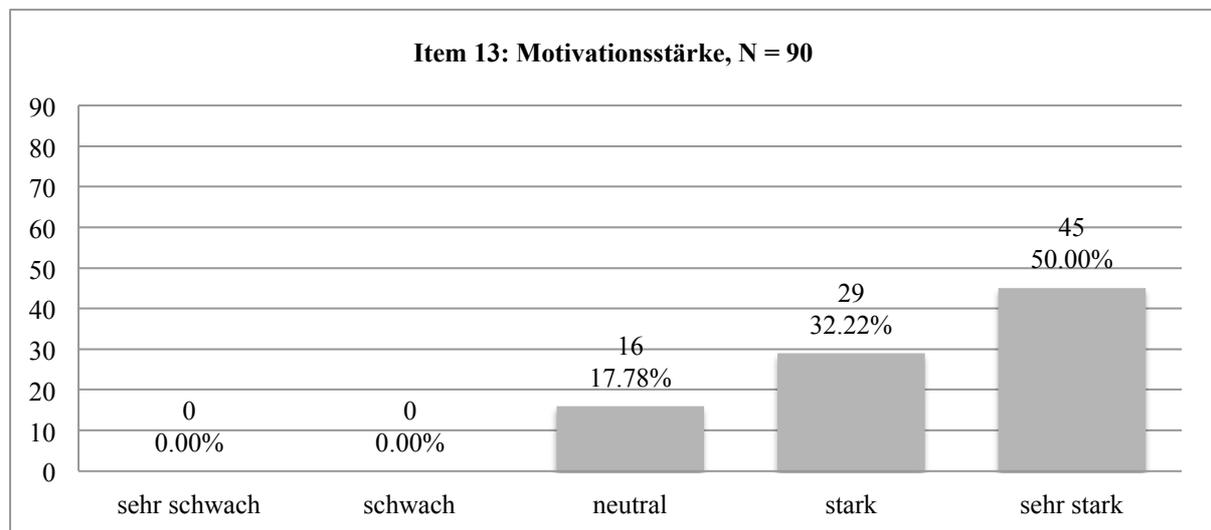


Abb. 24: Ergebnisdiagramm Item 14 Motivationsstärke

Item 14: Wie gut hat dich das Programm unterstützt, nüchtern zu feiern und zu fahren?

Item Nummer 14 der Onlinebefragung wollte von den Teilnehmenden wissen, wie gut sie das Programm BMAT unterstützt hätte, nüchtern zu feiern und zu fahren. Den Teilnehmenden stand eine 5er-Likert-Skala von 1 (*sehr schlecht*) bis 5 (*sehr gut*) zur Verfügung. Von den 90 (N) Partizipierenden hat keine Person (0.00%) mit *sehr schlecht* geantwortet (siehe Abb. 25). Eine Person (1.11%) beantwortete das Item mit *schlecht*, 35 Personen (38.89%) mit *neutral*, 29 Personen (32.22%) mit *gut* und 25 Personen (27.78%) mit *sehr gut*. Der Mittelwert der Antworten lag bei 3.87 (SD = .837, V = .701), was zwischen den Antwortoptionen *neutral* (3.00) und *gut* (4.00) lag. Der Median von 4.00 lag bei der Ausprägung *gut* (4.00).

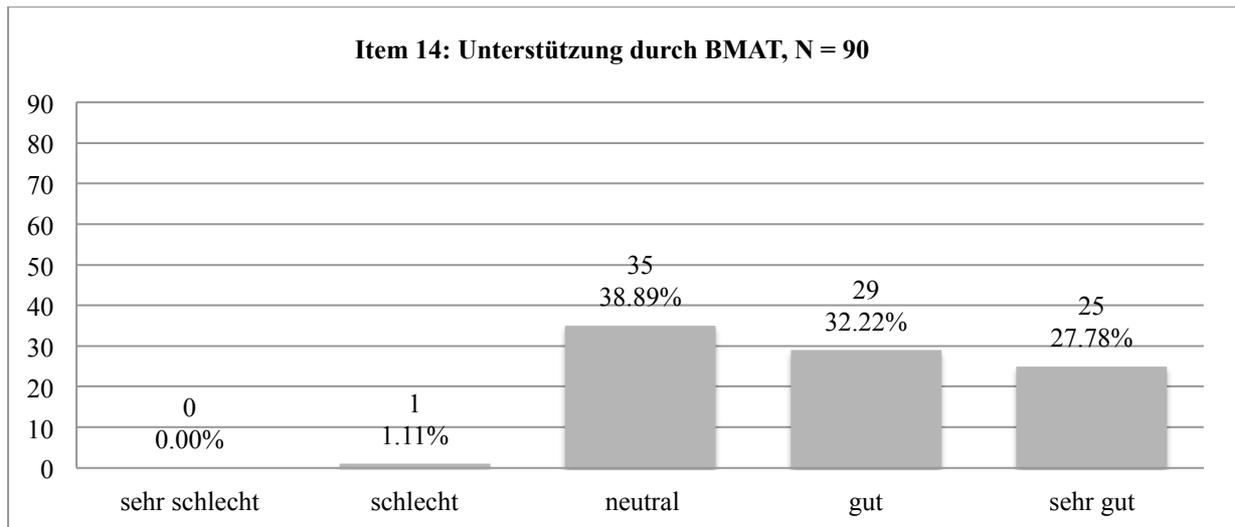


Abb. 25: Ergebnisdiagramm Item 14 Unterstützung durch BMAT

Item 15: War es dir am Veranstaltungsabend mit *be my angel tonight* möglich, auf Alkohol zu verzichten?

Item Nummer 15 fragte die Teilnehmenden danach, ob es ihnen am Veranstaltungsabend mit BMAT möglich gewesen sei, auf Alkohol zu verzichten. Niemand der 90 Partizipierenden (N) beantwortete das Item mit *Nein*. Alle 90 Partizipierenden (100.00%) antworteten mit *Ja* (siehe Abb. 26).

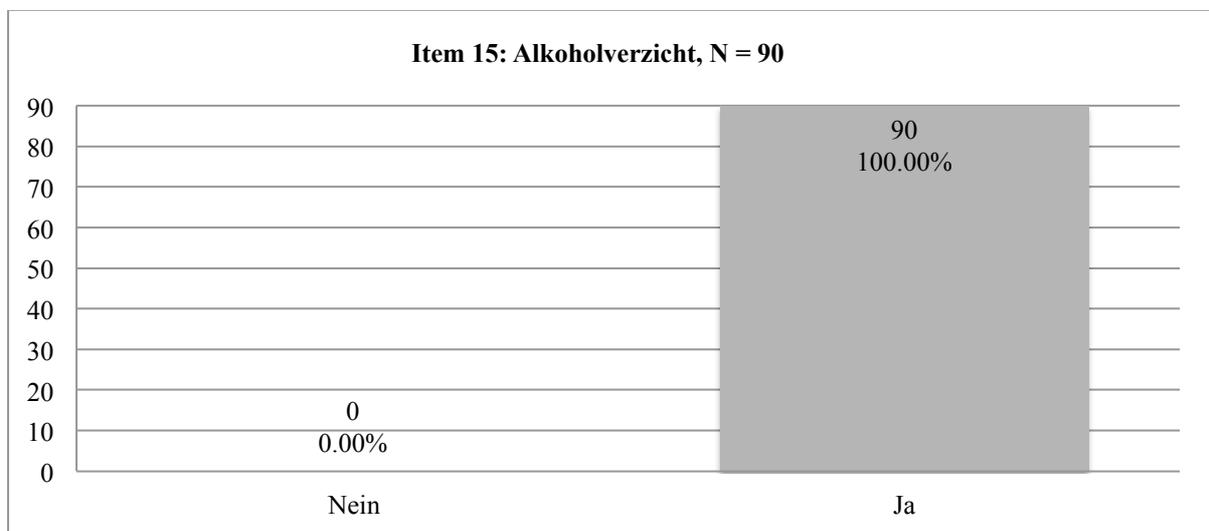


Abb. 26: Ergebnisdiagramm Item 15 Alkoholverzicht

Ebene 4 - Ergebnisse

Die Befragung auf Ebene 4 *Ergebnisse* hatte zum Ziel, **Fragestellung 4** ‚Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogrammes *be my angel tonight* dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne *be my angel tonight*) auf Alkohol verzichten?‘ zu beantworten. Die Partizipierenden wurden gefragt, ob sie bereits einen Transfer des Verhaltens gemacht hätten oder aber die Absicht dazu hätten.

Item 16: Hast du als Fahrer/in an Veranstaltungen ohne die Anwesenheit von *be my angel tonight* bereits auf Alkoholkonsum verzichtet?

Item Nummer 16 der Onlinebefragung interessierte sich dafür, ob die Partizipierenden als Fahrzeuglenkende an Veranstaltungen ohne BMAT bereits auf den Konsum von Alkohol verzichtet hätten. Von den 90 (N) Partizipierenden hat eine Person (1.11%) mit *Nein geantwortet*, 89 Personen (98.89%) haben mit *Ja geantwortet* (siehe Abb. 27). Diejenige partizipierende Person, welche mit *Nein geantwortet* hat, wurde durch eine Filterfunktion zu Item Nummer 16b weitergeleitet.

Item 16b: Hast du als Fahrer/in die Absicht, an Veranstaltungen ohne die Anwesenheit von *be my angel tonight* auf Alkoholkonsum zu verzichten?

Item Nummer 16b fragte danach, ob die ehemaligen Teilnehmenden als Fahrzeuglenkende die Absicht hätten, an Veranstaltungen ohne BMAT auf Alkohol zu verzichten. Das Item wurde durch eine Filterfunktion nur bei denjenigen Befragten angezeigt, welche Item Nummer 16 mit *Nein* beantwortet haben. Die eine Person (N), welche Item 16 mit *Nein* beantwortet hatte, wählte in Item 16b die Antwortoption *Ja* (siehe Abb. 27) und hat somit die Absicht, an einer späteren Veranstaltung ohne die Anwesenheit von BMAT auf den Konsum von Alkohol zu verzichten.

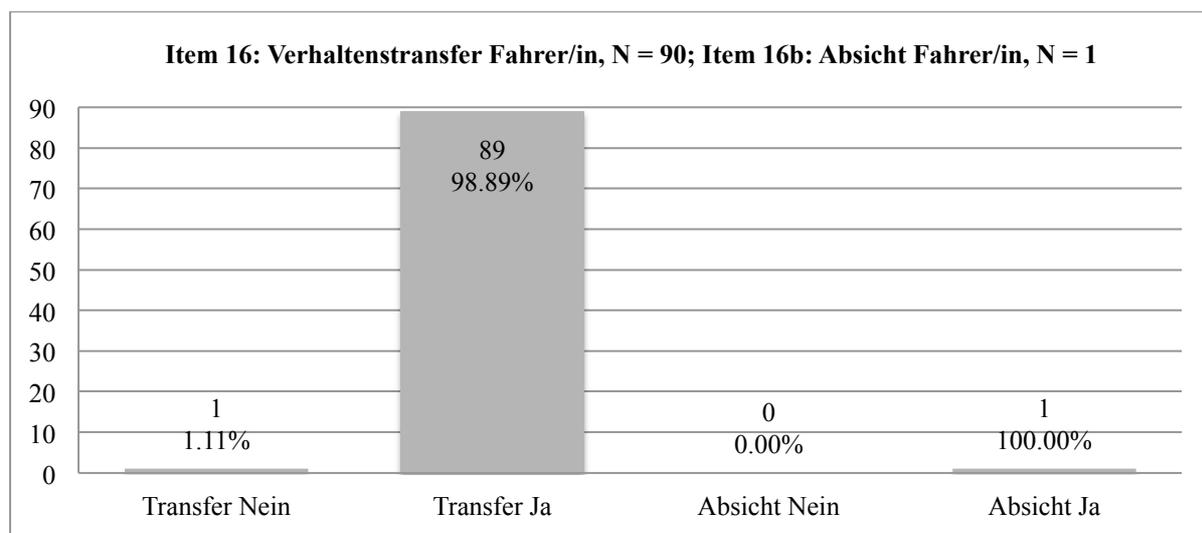


Abb. 27: Ergebnisdigramm Item 16 Verhaltenstransfer Fahrer/in und Item 16b Absicht Verhaltenstransfer Fahrer/in

Item 17: Hast du als Mitfahrer/in an Veranstaltungen ohne die Anwesenheit von *be my angel tonight* bereits auf Alkoholkonsum verzichtet?

Item Nummer 17 der Onlinebefragung interessierte sich dafür, ob die Partizipierenden als Mitfahrende an Veranstaltungen ohne BMAT bereits auf den Konsum von Alkohol verzichtet hätten. Von den 90 (N) Partizipierenden haben 21 Personen (23.33%) mit *Nein*, 69 Personen (76.67%) mit *Ja geantwortet* (siehe Abb. 28). Diejenigen Partizipierenden, welche mit *Nein geantwortet* haben, wurden durch eine Filterfunktion zu Item Nummer 17b weitergeleitet (N = 21).

Item 17b: Hast du als Mitfahrer/in die Absicht, an Veranstaltungen ohne die Anwesenheit von *be my angel tonight* auf Alkoholkonsum zu verzichten?

Item Nummer 17b fragte danach, ob die ehemaligen Teilnehmenden als Mitfahrende die Absicht hätten, an Veranstaltungen ohne BMAT auf Alkohol zu verzichten. Das Item wurde durch eine Filterfunktion nur bei denjenigen Befragten angezeigt, welche Item Nummer 17 mit *Nein* beantwortet hatten (N = 21). 15 Personen (71.43%) antworteten mit *Nein*, sechs Personen (28.57%) mit *Ja* (siehe Abb. 28).

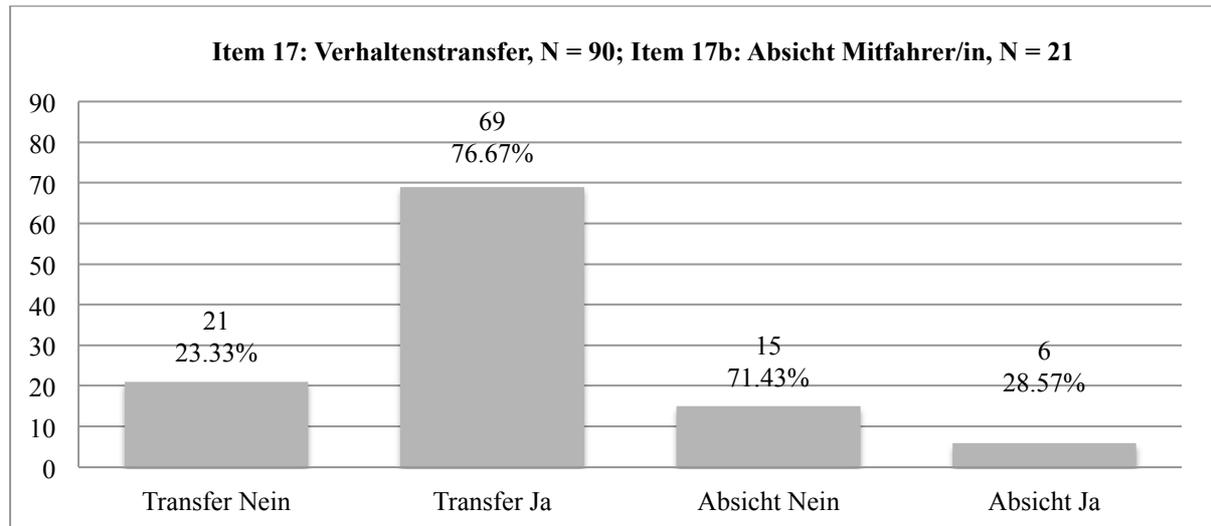


Abb. 28: Ergebnisdiagramm Item 17 Verhaltenstransfer Mitfahrer/in und Item 17b Absicht Verhaltenstransfer Mitfahrer/in

5.3.2 Ergebnisse der Rangkorrelation nach Spearman

Für die Analyse der Korrelationen wurde eine Rangkorrelation nach Spearman eingesetzt. Spearmans Analyse eignet sich besonders für die Stufenkombination von nominalskalierten Daten mit zwei Kategorien und ordinal- oder intervallskalierten Daten. Für die Korrelation wurden nur jene Fälle mit zwei gültigen Werten berücksichtigt, dementsprechend variiert die Anzahl der Fälle (siehe Tabelle 21). In die Analyse flossen alle Items mit zuvor erwähnten Skalenniveaus ein. Die vollständige Darstellung der Korrelationen ist in Anhang O zu finden. In Tabelle 21 sind nur diejenigen sechzehn Variablen abgebildet, welche signifikante Korrelationen aufwiesen.

Variablen	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4	5	6	7	8
1 Sex	-	-								
N										
2 Alter	-	-	-,078							
N			90							
3 Führerschein	-	-	-,053	,781**						
N			78	78						
4 Teilnahme	-	-	-,114	-,097	-,187					
N			82	82	72					
5 Häufigkeit	-	-	,250*	-,163	,020	-,049				
N			90	90	78	82				
6 Mitfahrer	-	-	,158	-,107	-,156	-,052	,035			
N			88	88	77	82	88			
7 Flyer	3.71	.797	-,070	-,048	,098	-,105	,065	-,042		
N			90	90	78	82	90	88		
8 Stand	3.82	.532	-,050	-,106	,015	-,192	,104	-,131	,264*	
N			90	90	78	82	90	88	90	
9 Vereinbarung	4.32	.846	,011	-,107	-,154	-,115	,033	,002	,113	,056
N			90	90	78	82	90	88	90	90
10 Mitarbeitende	4.41	.634	-,052	,161	,066	,249*	-,131	-,033	,057	,095
N			90	90	78	82	90	88	90	90
11 ASSR	3.72	.960	-,061	,074	,001	,098	,007	-,184	,110	,072
N			90	90	78	82	90	88	90	90
12 Verlosungspreise	4.51	.640	,058	-,127	-,121	,071	-,085	-,026	,013	-,128
N			90	90	78	82	90	88	90	90
13 Promilletest	4.47	.767	,121	,061	-,018	-,059	-,017	,219*	,046	,011
N			90	90	78	82	90	88	90	90
14 Motivation	4.32	.762	,001	,062	-,017	,088	-,022	-,098	-,006	-,080
N			90	90	78	82	90	88	90	90
15 Unterstützung	3.87	.837	-,026	-,045	-,114	,180	,044	-,062	,011	,002
N			90	90	78	82	90	88	90	90
16 Transfer Mitfahrer	-	-	-,112	,132	,205	-,277*	,024	-,216*	-,131	,072
N			90	90	78	82	90	88	90	90

Variablen	<i>M</i>	<i>SD</i>	9	10	11	12	13	14	15	16
1 Sex	-	-								
N										
2 Alter	-	-								
N										
3 Führerschein	-	-								
N										
4 Teilnahme	-	-								
N										
5 Häufigkeit	-	-								
N										
6 Mitfahrer	-	-								
N										
7 Flyer	3.71	.797								
N										
8 Stand	3.82	.532								
N										
9 Vereinbarung	4.32	.846								
N										
10 Mitarbeitende	4.41	.634	,112							
N			90							
11 ASSR	3.72	.960	-,011	,209*						
N			90	90						
12 Verlosungspreise	4.51	.640	,195	,228*	-,121					
N			90	90	90					
13 Promilletest	4.47	.767	,060	,189	-,051	,138				
N			90	90	90	90				
14 Motivation	4.32	.762	,178	,040	-,029	,113	,113			
N			90	90	90	90	90			
15 Unterstützung	3.87	.837	,209*	,163	,003	,228*	,078	,582**		
N			90	90	90	90	90	90		
16 Transfer Mitfahrer	-	-	-,175	-,171	-,164	-,167	-,073	,175	-,028	
N			90	90	90	90	90	90	90	

Tabelle 21: Ergebnisdarstellung der Rangkorrelation nach Spearman

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0.01 (2-seitig) signifikant

* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0.05 (2-seitig) signifikant

Die *Häufigkeit* von Veranstaltungsbesuchen ähnlicher Art korrelierte gering mit dem *Geschlecht*. Die Ausprägung *weiblich* ging dementsprechend mit einer niedrigeren Anzahl an Veranstaltungsbesuchen einher als die Ausprägung *männlich*. Zwischen den Variablen *Stand* und *Flyer* besteht ein geringer Zusammenhang. Eine höhere Bewertung des *Standes* ging mit einer höheren Bewertung des *Flyers* einher und umgekehrt. Ein positiver, geringer Zusammenhang besteht auch zwischen der Anzahl *Teilnahmen* an BMAT und der Bewertung der *Mitarbeitenden*. Eine mehrmalige *Teilnahme* an BMAT ging einher mit einer höheren Bewertung der *Mitarbeitenden* und umgekehrt. Eine geringe Korrelation konnte zwischen den Variablen *ASSR* und *Mitarbeitende* festgestellt werden. Je höher die Befragten den Gutschein für das Fahrertraining bewerteten, umso höher bewerteten sie auch die *Mitarbeitenden*. Die Variablen *Verlosungspreise* und *Mitarbeitende* korrelierten gering miteinander. Je höher die Bewertung für die *Verlosungspreise*, desto höher war auch die Bewertung der *Mitarbeitenden*. Eine spannende Korrelation zeigte sich zwischen den Variablen *Promilletest* und *Mitfahrer*. Je mehr *Mitfahrer* die Befragten am Veranstaltungsabend dabei hatten, umso höher bewertete sie den *Promilletest*. Die *Unterstützung* durch BMAT und die Bewertung der Vereinbarung als auch der *Verlosungspreise* korrelierten gering. Je höher die wahrgenommenen *Unterstützung*, desto besser wurden die *Vereinbarung* oder die *Verlosungspreise* bewertet. Zudem konnte ein mittlerer Zusammenhang zwischen der Variable *Unterstützung* und der Variable *Motivation* festgestellt werden. Je höher die ehemaligen Teilnehmenden die *Unterstützung* durch BMAT wahrgenommen haben, desto höher haben sie auch ihre *Motivation* zur Handlungsausführung eingeschätzt. Die Variable *Transfer Mitfahrer* korrelierte gering mit der Variable *Teilnahme* als auch *Mitfahrer*. Ein Verhaltenstransfer auf spätere Veranstaltungen ohne BMAT ging einher mit einer höheren Anzahl *Teilnahmen* an BMAT und einer höheren Anzahl *Mitfahrenden*.

5.3.3 Kreuztabellen und Kontingenzanalyse

Mithilfe von Kreuztabellen und Kontingenzanalyse lassen sich Zusammenhänge zwischen Variablen aufdecken und untersuchen. Die multivariate Analyseverfahren untersucht die Wirkung von einer oder mehreren unabhängigen Variablen auf eine oder mehrere abhängige Variablen. Voraussetzung für die Anwendung der Analyseverfahren ist ein ordinales, nominales oder gemischtes Datenniveau. Die vorliegenden Daten waren teils nominal-, teils ordinal- und teils intervallskaliert. Die metrischen, also intervallskalierten Daten liessen sich auf ein ordinales Skalenniveau transformieren und eigneten sich daher ebenso für die Kreuztabellen und Kontingenzanalysen. Hervorzuheben ist, dass durch die Anwendung dieser Verfahren keine kausalen Zusammenhänge festgestellt werden können, wohl aber durch Interpretation auf eine kausale Richtung der Ergebnisse geschlossen werden kann. Nachfolgend werden die Ergebnisse in Form von Kreuztabellen dargestellt.

Ebene 1 Reaktion

Die erste Ebene des Vier-Ebenen-Modells (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) behandelte die Reaktionen der Teilnehmenden auf verschiedene Elemente von BMAT. In die Analyse der Häufigkeitsverteilungen flossen die Variablen *Alter*, *Geschlecht* und die einzelnen Elemente ein. Ziel dieser Analyse war festzustellen, ob alters- oder geschlechterspezifische Unterschiede bezüglich der Bewertungen zu erkennen sind. Nachfolgend sind diejenigen Ergebnisse aufgeführt, welche auf Zusammenhänge zwischen zwei oder mehreren Variablen hinwiesen.

In der Tabelle 22 sind die Variablen *Alter* und *Vereinbarung* abgebildet. Die Kreuztabelle weist darauf hin, dass die meisten Befragten der Altersklassen *18 bis 20 Jahre* und *21 bis 25 Jahre* die *Vereinbarung sehr gut* bewertet haben, während die meisten Befragten der Altersklasse *26 und älter* eine Bewertung von *gut* angab.

Alter	Vereinbarung	Beobachtet		Erwartet	
		Anzahl	%	Anzahl	%
18 bis 20 Jahre	sehr schlecht	0	0,0%	,000	0,0%
	schlecht	1	1,1%	1,000	1,1%
	neutral	2	2,2%	2,000	2,2%
	gut	14	15,6%	14,000	15,6%
	sehr gut	17	18,9%	17,000	18,9%
21 bis 25 Jahre	sehr schlecht	0	0,0%	,000	0,0%
	schlecht	1	1,1%	1,000	1,1%
	neutral	5	5,6%	5,000	5,6%
	gut	12	13,3%	12,000	13,3%
	sehr gut	25	27,8%	25,000	27,8%
26 Jahre und älter	sehr schlecht	1	1,1%	1,000	1,1%
	schlecht	1	1,1%	1,000	1,1%
	neutral	0	0,0%	,000	0,0%
	gut	8	8,9%	8,000	8,9%
	sehr gut	3	3,3%	3,000	3,3%

Tabelle 22: Kreuztabelle Alter*Vereinbarung

Eine Kontingenzanalyse stellte eine signifikante Wechselwirkung zwischen den beiden Variablen *Alter* und *Vereinbarung* fest (Tabelle 23). Es besteht eine Wechselwirkung zwischen den Befragten in der Altersklasse *21 bis 25 Jahre* und einer Bewertung der Vereinbarung mit *gut*.

Parameter	Schätzung	Standard- fehler	U	Sig.	95% Konfidenzintervall	
					Untergrenze	Obergrenze
[Alter = 3] * [Vereinbarung = 4]	-1,715	,763	-2,248	,025	-3,210	-,220

Tabelle 23: Kontingenzanalyse Alter*Vereinbarung

Auf der ersten Ebene *Reaktion* konnte zudem festgestellt werden, dass die Altersklasse *18 bis 20 Jahre* die *Mitarbeitenden* mehrheitlich *gut* bewertete, während die beiden Altersklassen *21 bis 25 Jahre* und *26 Jahre und älter* diese mehrheitlich mit *sehr gut* bewerteten (siehe Tabelle 24).

Alter	Mitarbeitende	Beobachtet		Erwartet	
		Anzahl	%	Anzahl	%
18 bis 20 Jahre	neutral	3	3,3%	3,000	3,3%
	gut	18	20,0%	18,000	20,0%
	sehr gut	13	14,4%	13,000	14,4%
21 bis 25 Jahre	neutral	3	3,3%	3,000	3,3%
	gut	17	18,9%	17,000	18,9%
	sehr gut	23	25,6%	23,000	25,6%
26 Jahre und älter	neutral	1	1,1%	1,000	1,1%
	gut	4	4,4%	4,000	4,4%
	sehr gut	8	8,9%	8,000	8,9%

Tabelle 24: Kreuztabelle Alter*Mitarbeitende

Die Analyse der Häufigkeitsverteilungen der Variablen *Alter* und *ASSR* ergaben, dass die meisten Befragten der Altersklassen *18 bis 20 Jahre* und *21 bis 25 Jahre* den Gutschein für das Fahrertraining *neutral* bewerteten, während die meisten Befragten der Altersklasse *26 Jahre und älter* den Gutschein mit *gut* oder *sehr gut* bewerteten (siehe Tabelle 25).

Alter	ASSR	Beobachtet		Erwartet	
		Anzahl	%	Anzahl	%
18 bis 20 Jahre	schlecht	4	4,4%	4,000	4,4%
	neutral	11	12,2%	11,000	12,2%
	gut	10	11,1%	10,000	11,1%
	sehr gut	9	10,0%	9,000	10,0%
21 bis 25 Jahre	schlecht	4	4,4%	4,000	4,4%
	neutral	17	18,9%	17,000	18,9%
	gut	13	14,4%	13,000	14,4%
	sehr gut	9	10,0%	9,000	10,0%
26 Jahre und älter	schlecht	1	1,1%	1,000	1,1%
	neutral	2	2,2%	2,000	2,2%
	gut	5	5,6%	5,000	5,6%
	sehr gut	5	5,6%	5,000	5,6%

Tabelle 25: Kreuztabelle Alter*ASSR

Die Analyse der Häufigkeitsverteilung wurde auch bei allen weiteren Elementen vorgenommen. Zwischen der Variable *Alter* und den Bewertungen anderer Elemente konnten in der Stichprobe keine altersspezifischen Unterschiede festgestellt werden. Die Stichprobe wurde aber auch hinsichtlich geschlechterspezifische Unterschieden untersucht. Dabei konnte festgestellt werden, dass die Mehrheit der weiblichen Teilnehmenden die *Mitarbeitenden* *sehr gut* bewertete, während die Mehrheit der männlichen Teilnehmenden diese mit *gut* bewertete (siehe Tabelle 26).

Sex	Mitarbeitende	Beobachtet		Erwartet	
		Anzahl	%	Anzahl	%
weiblich	neutral	5	5,6%	7,701	7,1%
	gut	22	24,4%	23,920	22,1%
	sehr gut	29	32,2%	38,145	35,3%
männlich	neutral	2	2,2%	6,305	5,8%

	gut	17	18,9%	17,139	15,8%
	sehr gut	15	16,7%	15,000	13,9%

Tabelle 26: Kreuztabelle Sex*Mitarbeitende

Ebene 2 Lernen

Die zweite Ebene des Vier-Ebenen-Modells (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) behandelte das Lernen der Teilnehmenden. Interessant für die Untersuchung war, ob der Lerneffekt zwischen den Altersklassen unterschiedliche Häufigkeitsausprägungen ergab. Die beiden Altersklassen *18 bis 20 Jahre* und *21 bis 25 Jahre* hatten mehrheitlich kein *Learning* durch ihre Teilnahme an BMAT. Die Mehrheit der Altersklasse *26 Jahre und älter* berichtete über ein *Learning* (siehe Tabelle 27).

Alter	Learning	Beobachtet		Erwartet	
		Anzahl	%	Anzahl	%
18 bis 20 Jahre	Nein	22	24,4%	22,000	24,4%
	Ja	12	13,3%	12,000	13,3%
21 bis 25 Jahre	Nein	32	35,6%	32,000	35,6%
	Ja	11	12,2%	11,000	12,2%
26 Jahre und älter	Nein	5	5,6%	5,000	5,6%
	Ja	8	8,9%	8,000	8,9%

Tabelle 27: Kreuztabelle Alter*Learning

Die Kontingenzanalyse ergab, dass eine Wechselwirkung zwischen der Variable *Alter*, *Geschlecht* und *Learning* besteht. Der Tabelle 28 ist zu entnehmen, dass eine Wechselwirkung zwischen den Altersklassen *18 bis 20 Jahre* und *21 bis 25 Jahre* und dem Gelernten (*Nein*) besteht. Ebenso besteht eine Wechselwirkung zwischen dem Geschlecht *weiblich* und dem Fehlen an Gelerntem (*Nein*). Eine weitere Wechselwirkung konnte zwischen den Variablen *Führerschein* und *Wissenstest* festgestellt werden. Die Analyse zeigte signifikante z-Werte für die Wechselwirkung zwischen Befragten, welche seit *0 bis 2 Jahren* im Besitz des Führerscheins sind und der Antwort *Weiss ich nicht* beim Wissenstest.

Parameter	Schätzung	Standard- fehler	U	Sig.	95 % Konfidenzintervall	
					Untergrenze	Obergrenze
[Alter = 2] * [Learning = 1]	18,288	1,256	14,559	,000	15,826	20,750
[Alter = 3] * [Learning = 1]	19,386	,833	23,264	,000	17,753	21,020
[Sex = 1] * [Learning = 1]	18,105	,863	20,984	,000	16,414	19,796
[Führerschein = 1] * [Wissenstest = 4]	-1,667	,816	-2,041	,041	-3,267	-,066

Tabelle 28: Zusammenfassung der Kontingenzanalyse Ebene 2 Lernen

Ebene 3 Verhalten

Die dritte Ebene des Vier-Ebenen-Modells (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) konzentrierte sich auf das Verhalten der Teilnehmenden. Alle befragten Teilnehmenden berichteten über ein erfolgreiches Verhalten an der Veranstaltung mit BMAT. Eine Analyse der Variable *Alkoholverzicht* war demnach hinfällig. Stattdessen floss die Variable *Motivation* in die Kontingenzanalyse mit ein (siehe Tabelle

29). Eine höchst signifikante Wechselwirkung konnte zwischen den Variablen *Verlosungspreise* mit der Ausprägung *gut* und der *Motivation* mit der Ausprägung *stark* festgestellt werden. Zwischen der Ausprägungen *neutral* und *gut* der Variable *Unterstützung* und der Ausprägung *stark* der Variable *Motivation* konnte eine signifikante Wechselwirkung festgestellt werden. Ebenso zwischen einer *starken Motivation* und der *Besitzdauer des Führerscheins von 5 bis 10 Jahren* und der Variable *Abmachung* mit der Ausprägung *Eigentlich fahre ich immer*. Die beiden Daten 31.07.2013 und 31.07.2014, beide Male dieselbe jährliche Veranstaltung, zeigten eine Wechselwirkung mit einer *starken* und einer *sehr starken* Motivation. Die Ausprägungen *allein*, *eine MitfahrerIn* und *zwei Mitfahrende* der Variable *Mitfahrer* zeigten eine höchst signifikante Wechselwirkung mit der Variable *Motivation* und deren Ausprägung *stark*. Zwischen der *Häufigkeit* des Besuches von ähnlichen Veranstaltungen und der *Motivation* konnte ebenso eine Wechselwirkung festgestellt werden. Die Ergebnisse zeigen, dass höchst signifikante Werte bezüglich der Wechselwirkung zwischen den Ausprägungen *halbjährlich* und *monatlich* und der Ausprägung *stark* der *Motivation* vorlagen. Zwischen der Ausprägung *alle zwei Wochen* der Variable *Häufigkeit* und der Ausprägung *neutral* der Variable *Motivation* konnte eine signifikante Wechselwirkung festgestellt werden.

Parameter	Schätzung	Standardfehler	U	Sig.	95% Konfidenzintervall	
					Untergrenze	Obergrenze
[Verlosungspreise = 4] * [Motivation = 4]	-18,924	,992	19,084	,000	-20,868	-16,980
[Unterstützung = 3] * [Motivation = 4]	2,193	,762	2,878	,004	,699	3,687
[Unterstützung = 4] * [Motivation = 4]	2,061	,719	2,867	,004	,652	3,471
[Führerschein = 3] * [Motivation = 4]	-2,667	1,204	-2,215	,027	-5,027	-,307
[Abmachung = 1] * [Motivation = 4]	14,811	,687	21,574	,000	13,466	16,157
[Datum = 5] * [Motivation = 4]	2,708	1,366	1,982	,047	,030	5,386
[Datum = 16] * [Motivation = 3]	20,397	1,683	12,118	,000	17,098	23,696
[Mitfahrer = 1] * [Motivation = 4]	16,026	,734	21,847	,000	14,588	17,464
[Mitfahrer = 2] * [Motivation = 4]	15,890	,622	25,531	,000	14,670	17,110
[Mitfahrer = 3] * [Motivation = 4]	15,435	,644	23,959	,000	14,172	16,698
[Häufigkeit = 1] * [Motivation = 4]	16,762	,730	22,969	,000	15,332	18,192
[Häufigkeit = 2] * [Motivation = 4]	17,506	,546	32,087	,000	16,437	18,576
[Häufigkeit = 3] * [Motivation = 3]	-2,351	1,185	-1,984	,047	-4,674	-,028

Tabelle 29: Zusammenfassung der Kontingenzanalyse Ebene 3 Verhalten

Ebene 4 Ergebnisse

Die vierte Ebene des Vier-Ebenen-Modells (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) konzentrierte sich auf die Ergebnisse der Intervention. Ergebnisse bedeuten für BMAT ein erfolgreicher Transfer des alkoholfreien Feierns und Fahrens auf spätere Veranstaltungen ohne BMAT. Die Analyse der Häufigkeitsverteilungen zwischen den Variablen *Transfer FahrerIn* und *Motivation* zeigen, dass die Mehrheit derjenigen, welche das Verhalten bereits transferiert hat, eine *sehr starke Motivation* bei der Teilnahme an BMAT angab (siehe Tabelle 30).

Transfer FahrerIn	Motivation	Beobachtet		Erwartet	
		Anzahl	%	Anzahl	%
Nein	neutral	0	0,0%	,000	0,0%
	stark	1	1,1%	1,000	1,1%
	sehr stark	0	0,0%	,000	0,0%
Ja	neutral	16	17,8%	16,000	17,8%
	stark	28	31,1%	28,000	31,1%
	sehr stark	45	50,0%	45,000	50,0%

Tabelle 30: Kreuztabelle Transfer FahrerIn*Motivation

Die Analyse der Häufigkeitsverteilungen zwischen den Variablen *Transfer MitfahrerIn* und *Motivation* zeigte, dass die Mehrheit derjenigen Mitfahrenden, welche das Verhalten bereits transferiert hat, eine *sehr starke* Motivation bei der Teilnahme an BMAT angab (siehe Tabelle 31). Im Gegensatz dazu, berichteten diejenigen Teilnehmenden, welche das Verhalten als Mitfahrende noch nicht transferiert hatten, mehrheitlich von einer *starken Motivation*.

Transfer MitfahrerIn	Motivation	Beobachtet		Erwartet	
		Anzahl	%	Anzahl	%
Nein	neutral	5	5,6%	5,000	5,6%
	stark	9	10,0%	9,000	10,0%
	sehr stark	7	7,8%	7,000	7,8%
Ja	neutral	11	12,2%	11,000	12,2%
	stark	20	22,2%	20,000	22,2%
	sehr stark	38	42,2%	38,000	42,2%

Tabelle 31: Kreuztabelle Transfer MitfahrerIn*Motivation

Die Ergebnisse von Kreuztabellen und Kontingenzanalysen sind für die Ableitung von Gestaltungsmaßnahmen interessant und werden im zugehörigen Kapitel wieder aufgenommen. Mit den dargestellten Ergebnissen im gleichnamigen Kapitel konnten einerseits die Fragestellungen beantwortet werden, welche in Kapitel 6.1 Interpretation der Ergebnisse wieder aufgegriffen werden. Andererseits stellen die Ergebnisse der Fragebogenerhebung die Basis für den nachfolgend beschriebenen Workshop dar.

5.4 Workshop

Die Entwicklung von Optimierungsvorschlägen für BMAT stellte ein Ziel der Studie dar. Mit der Durchführung des Workshops wurde diese Absicht umgesetzt. Die im Workshop behandelten Themen wurden anhand der Ergebnisse der zuvor durchgeführten Analysen definiert. Nachfolgend werden die Ergebnisse des Workshops beschrieben.

Optimierungsvorschläge für Gutscheine Fahrertraining

Im Austausch zwischen den Workshop-Teilnehmenden in ihrer Rolle entstanden über 35 Ideen, welche auf grauen Karten notiert und nach Abschluss des Rollenspiels von den Teilnehmenden kategorisiert und bewertet wurden.

Bis anhin wurde den erfolgreichen teilnehmenden Fahrzeuglenkenden nach der Rückgabe ihres Armbandes ein Gutschein im Wert von CHF 30.00 für ein Fahrertraining bei ASSR in Regensdorf geschenkt. Während des Workshops wurde deutlich, dass dieser Gutschein nicht nur von den Befragten, sondern auch von den Workshop-Teilnehmenden kritisiert wurde. Die Idee sei zwar sehr sinnvoll und besonders für Neulenkende, welche den obligatorischen Kurs noch nicht gemacht hätten, sehr interessant. Für die älteren Teilnehmenden käme ein Fahrertraining aber eher selten in Frage.

Stattdessen haben die Teilnehmenden folgende Ideen für Gutscheine auf hellgrauen Karten gesammelt (siehe Abb. 29). Die einzelnen Ideen wurden verschiedenen Themen zugeordnet und kategorisiert. Die Kategorien wurden auf dunkelgraue Karten notiert und die einzelnen zugehörigen Ideen auf den hellgrauen Karten darunter aufgereiht. Nach der Bewertung der einzelnen Kategorien wurde deutlich, dass die Workshop-Teilnehmenden Gutscheine im Bereich von *Kleidung* oder *Beauty* mit je sechs Nennungen oder im Bereich *Gourmet* mit vier Nennungen bevorzugen würden. Die Anzahl Punkte, respektive Nennungen, sind in Abbildung 29 in den dunkelgrauen Feldern oben links zu erkennen. Des Weiteren entstanden aus den Ideen die Kategorien *Kultur*, *Literatur/Musik*, *Auto*, *Autoausflüge*, *Baby* und *Tierzubehör*. Diese Kategorien wurden mit maximal drei Nennungen bewertet.

6	KLEIDUNG	6	BEAUTY	4	GOURMET	3	KULTUR	3	LITERATUR / MUSIK
	Kleider		Feuchttücher		LoliPop		Ferien		Bücher
	Zalando		Linsen				KKL		Lexikon
	H&M		Wellness				Eminemkonzert		iTunes
	Metro Boutique		Kosmetik				Cowboy-Farm		
	Cap		Coiffeur						
	Hoodies		Piercing						
	Kinderkleider								
3	AUTO	2	AUTOAUSFLÜGE	0	BABY	0	TIERZUBEHÖR		
	Kleber		Nürburgring		Haushälterin		Hundesalon		
	Felgenreiniger		Taxi		Pampers-Abo		Qualipet		
	Waschanlage		Driften		Babybrei		Kastration		
	Pneus		Mitfahrt Formel 1				Diamanten-Halsband		
	Lackierung								

Abb. 29: kategorisierte und bewertete Gutscheine-Ideen (Workshop BMAT, 2015)

Optimierungsvorschläge für Flyer

Im zweiten Teil des Workshops befassten sich die Kleingruppen mit dem Logo oder dem Design des Flyers. Die Gruppe *Logo* fand insgesamt zehn Vorschläge für die Optik des Logos (siehe Abb. 30). Die Workshop-Teilnehmenden hatten jeweils drei Punkte zur Bewertung eines Logo-Vorschlages zur Verfügung, durften jedoch maximal zwei Punkte pro Vorschlag vergeben. Entsprechend der beiden meistbewerteten Vorschläge mit sieben und acht Punkten wünschen sich die Workshop-Teilnehmenden ein eher schlichtes Logo, welches nur die Flügel anstelle des vollständigen Engels beinhaltet. Dies wurde nebst der Bewertung auch so von den Teilnehmenden kommuniziert. Die Anzahl erreichter Punkte ist in Abbildung 30 jeweils unter den einzelnen Vorschlägen vermerkt. Die Gruppe *Design* druckte insgesamt 15 Vorschläge für die Optik des Flyers (siehe Abb. 31). Die Workshop-Teilnehmenden hatten auch hierbei jeweils drei Punkte zur Bewertung eines Design-Vorschlages zur Verfügung, durften jedoch maximal zwei Punkte pro Vorschlag vergeben. Entsprechend der beiden bestbewerteten Vorschläge mit sieben und acht Punkten wünschen sich die Workshop-Teilnehmenden ein schlichtes Design und eine prägnante, leserliche Schrift. Nebst der Bewertung mittels Punkten haben die Teilnehmenden dies so kommuniziert.



8 Pt.



3 Pt.



7 Pt.

2 Pt.



0 Pt.



3 Pt.



0 Pt.



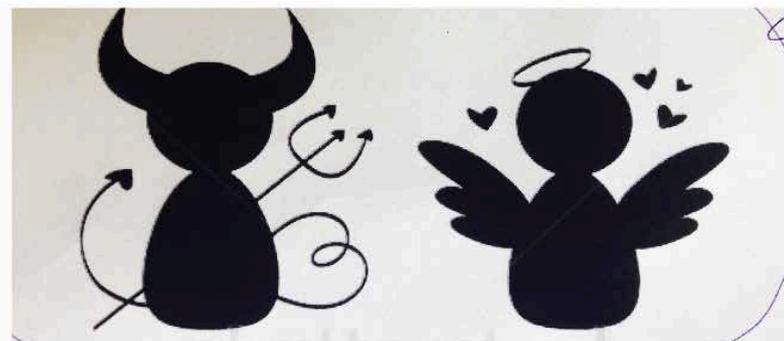
1 Pt.



0 Pt.



0 Pt.



2 Pt.

Abb. 30: Logo-Vorschläge für BMAT (Workshop, 2015)

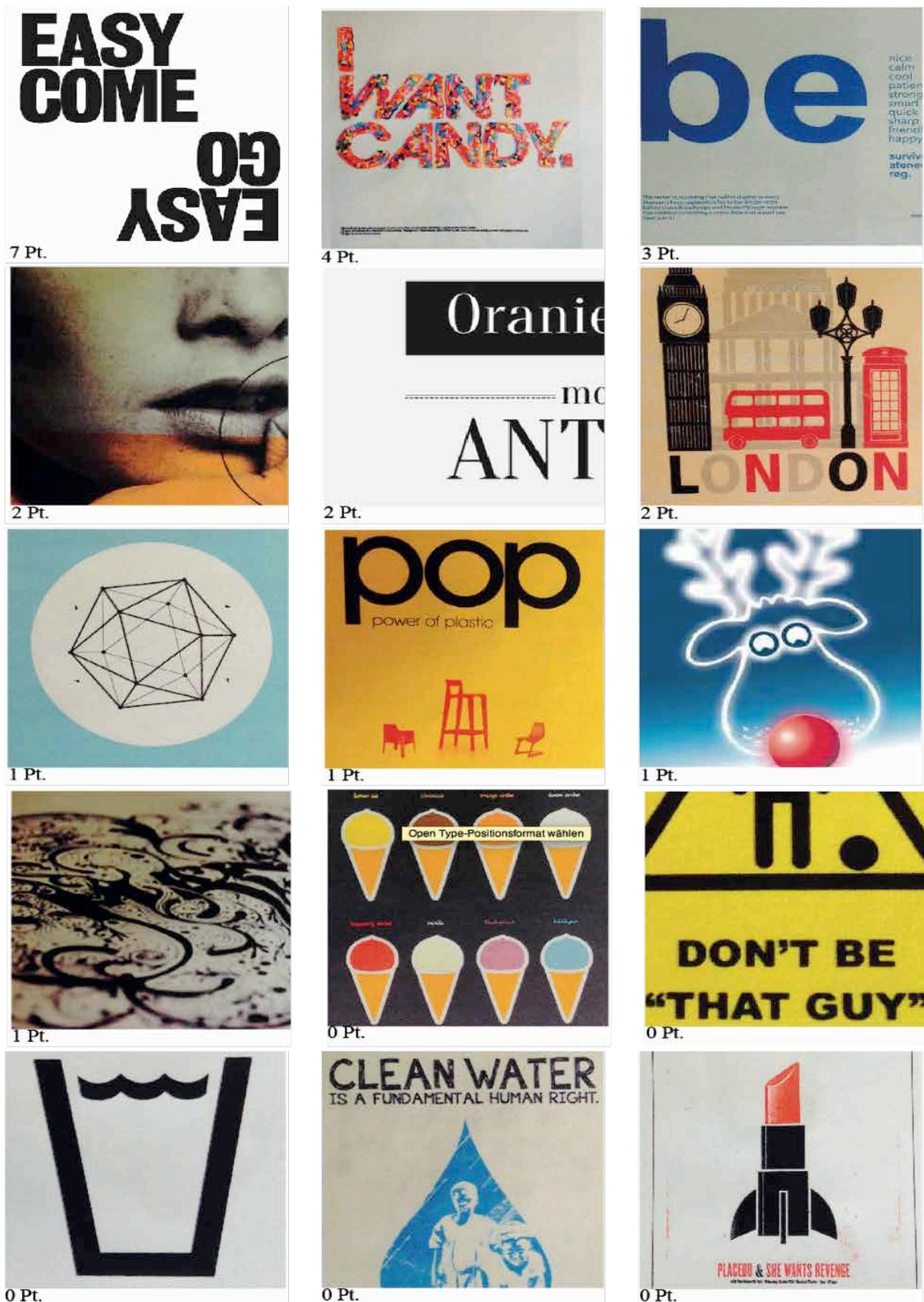


Abb. 31: Design-Vorschläge für BMAT (Workshop BMAT, 2015)

Um die Ergebnisse abzuschliessen kann zusammenfassend gesagt werden, dass die Teilnehmenden des Workshops die bearbeiteten Elemente *Gutschein* und *Drucksachen* mit ähnlichem Wortlaut kritisierten wie die Teilnehmenden des Fragebogens. Die Beantwortung von **Fragestellung 2** ‚Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes *be my angel tonight?*‘ deckt sich stark mit den Ergebnissen des Fragebogens. Die Workshop-Teilnehmenden griffen ebenso die Farben, das Logo und den Hintergrund der Drucksachen auf. Zum Gutschein für ein Fahrertraining wurde geäussert, dass dieser Gutschein sehr sinnvoll sei, für ältere Fahrzeuglenkende aber keinen Anreiz darstellen würde.

Konkret wünschen sich die Workshop-Teilnehmenden Gutscheine im Bereich von *Kleidung*, *Beauty* oder auch *Gourmet*. Die Drucksachen sollen gemäss den Ergebnissen möglichst schlicht und farblich sehr ruhig gestaltet werden. Die Schriftart soll deutlich lesbar und prägnant sein. Das Logo soll nur die Flügel beinhalten und diese stilisiert dargestellt werden.

6 Diskussion

Ziel der vorliegenden Studie war die Erhebung der Wirkungsweise und Zuordnung von BMAT in Schwarzers HAPA-Modell (2004). Dafür wurde einerseits eine Dokumentenanalyse durchgeführt, welche grundlegende Informationen über BMAT hervorbringen konnte. Die Informationen zu BMAT wurden mit dem Experteninterview ergänzt und Schwarzers Gesundheitsmodell zugeordnet. Die Wirkungsweise von BMAT wurde auf vier Ebenen überprüft. Zentrales Erhebungsinstrument dafür stellte die Onlinebefragung dar. Die Ergebnisse dieser methodischen Zugänge werden nachfolgend zusammengefasst und interpretiert. Das zweite Ziel der Studie war, basierend auf den Ergebnissen, Optimierungsvorschläge für BMAT zu entwickeln. Dafür wurde ein Workshop durchgeführt, welcher sich mit der Verbesserung der Drucksachen und dem Gutschein für ein Fahrertraining auseinandersetzte. Die Ergebnisse des Workshops weisen darauf hin, dass es wichtig ist, Logo und Design der Drucksachen zu verändern als auch die Belohnung den Wünschen der Teilnehmenden anzupassen. Darauf wird in Kapitel 7 bei der Ableitung von Gestaltungsmaßnahmen genauer eingegangen.

6.1 Interpretation der Ergebnisse

Für die **Fragestellung 1** ‚Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight?‘ ergibt sich insgesamt folgendes Bild aus den eingesetzten Methoden. Der Flyer von BMAT erhielt insgesamt die niedrigste Bewertung zwischen neutral und gut und erreichte damit unter den acht bewerteten Elementen den achten und letzten Rang. Das Design und die Farben des Flyers als auch dessen Übersichtlichkeit, Auffälligkeit und gut erkennbare Thematik wurden von den einen Teilnehmenden positiv bewertet. Das Logo auf dem Flyer, die nicht zu erkennende Thematik, die Farben als auch das unprofessionelle und altmodische Design wurden von anderen Befragten kritisiert. Der Stand von BMAT erreichte eine ähnlich niedrige Bewertung wie der Flyer und erreichte damit Rang sechs. Positive Bewertungen erhielt die ansprechende und auffallende Standgestaltung, die Farbgestaltung und Platzierung als auch der Wiedererkennungswert. Zugleich wurden die unauffällige Standgestaltung, die Grösse und die Farbgestaltung kritisiert. Die Vereinbarung von BMAT wurde von den Teilnehmenden etwas besser als gut bewertet und besetzt auf der Rangliste der bewerteten Elemente den Platz fünf. Die Mehrheit der jüngeren Altersklassen bewertete die Vereinbarung sehr gut, während die Befragten ab 26 Jahren diese mehrheitlich gut bewertete. Positiv bewertet wurden von einigen Befragten die Übersichtlichkeit, die offensichtliche Thematik, die Verständlichkeit, das Angebot, die Bearbeitungsdauer und der Inhalt. Negative qualitative Bewertungen erhielt das Element Vereinbarung durch seine Bearbeitungsdauer, seine Unübersichtlichkeit und seinen Inhalt. Die Mitarbeitenden und Freiwilligen von BMAT wurden mit einem Wert zwischen gut und sehr gut

bewertet und erreichten damit Rang vier. Die Hälfte der Altersklasse der 18- bis 20-Jährigen ebenso wie die Hälfte der männlichen Befragten bewerteten die Mitarbeitenden gut, während die Hälfte der älteren Partizipierenden und die Hälfte der weiblichen Befragten diese mehrheitlich sehr gut bewerteten. Die meisten Befragten schätzten das freundliche Auftreten der Mitarbeitenden. Zudem wurden die Kompetenzen, die Kommunikation, die Hilfsbereitschaft, die Zurückhaltung und die Kleidung positiv erwähnt. Gleichzeitig bewerteten andere Teilnehmende die langweilige und unauffällige Kleidung der Mitarbeitenden negativ. Die Getränkegutscheine von BMAT wurden von den Teilnehmenden am besten bewertet. Sie erreichten mit einer Wertung zwischen gut und sehr gut den ersten Rang aller bewerteten Elemente. Das Angebot wurde von vielen Befragten als toll bezeichnet. Sie schätzten zudem die Belohnung für den Alkoholverzicht und die Motivation für die Aufrechterhaltung des Verhaltens. Andere Befragte wünschten sich eine höhere Anzahl Gutscheine oder kostenlose Getränke. Der Gutschein für ein Fahrertraining bei der Firma ASSR in Regensdorf erreichte mit einer Wertung zwischen neutral und gut den siebten und zweitletzten Rang. Die Befragten unter 26 Jahre bewerteten den Gutschein mehrheitlich neutral oder gut. Die älteren Befragten bewerteten den Gutschein für ein Fahrertraining mehrheitlich mit gut oder sehr gut. Positiv bewertet wurden die Nützlichkeit des Gutscheins und das damit verbundene Lernen. Andere Teilnehmende zweifelten daran, dass jemand einen solchen Kurs freiwillig besuchen würde. Manche fanden den Gutschein nicht nützlich oder nur für Neulenkende sinnvoll. Zudem wurden die Höhe des Betrages und der Standort der ASSR kritisiert. Die Verlosungspreise von BMAT erreichten mit einem Wert zwischen gut und sehr gut den zweiten Platz der Rangreihenfolge. Die Teilnehmenden gaben an, dass die Preise nützlich und attraktiv seien und eine motivierende Wirkung auf sie hätten. Andere bewerteten die Verlosungspreise negativ, indem sie diese als unnütz bezeichneten oder die Gewinnchancen als zu gering einstufen. Der Promilletest erreichte mit einer Wertung zwischen gut und sehr gut den dritten Platz aller Elemente. Die Teilnehmenden befürworteten den Promilletest aufgrund der notwendigen und gerechtfertigten Kontrolle der Ehrlichkeit und einer grundsätzlich positiven Haltung gegenüber dem Promilletest. Zudem wurden die Messung, die überprüfbare Fairness und erhöhte Verbindlichkeit durch den Einsatz des Testes befürwortet. Negativ bewertet wurde der Promilletest, da den Teilnehmenden die Konsequenzen bei Alkoholkonsum nicht bekannt waren und da der Test zu Abneigungen bei den Teilnehmenden führen könnte. Interessant ist zudem, dass ein Zusammenhang zwischen der Bewertung des Promilletests und der Anzahl der Mitfahrenden festgestellt werden konnte. Die Elemente Getränkegutscheine, Verlosungspreise, Promillemessung, Mitarbeitende und Vereinbarung wurden mit mindestens gut bewertet. Die Elemente Stand, Gutschein Fahrertraining und Flyer erhielten Bewertungen zwischen neutral und gut. Der Mittelwert der Bewertungen aller Elemente lag bei etwas höher als gut. **Fragestellung 1** ‚Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight?‘ kann demnach damit beantwortet werden, dass die meisten Befragten die Elemente

positiv bewerteten. Keines der Elemente von BMAT hat eine durchschnittliche Bewertung von neutral oder schlecht erhalten.

Aus den eingesetzten Methoden ergibt sich für die **Fragestellung 2** ‚Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?‘ insgesamt folgendes Bild. Die Ergebnisse der Dokumentenanalyse weisen darauf hin, dass die Angel durch die Drucksachen, die Mitarbeitenden und die Vereinbarung auf das Risiko von Alkoholkonsum im Strassenverkehr aufmerksam gemacht wurden. Explizite Informationen über die Auswirkung von Alkohol auf das Fahrverhalten, besonders gefährdete Gruppen, Unfallzahlen oder anderweitige Informationen erhielten die Teilnehmenden nicht. Diese Erkenntnisse wurden durch die Ergebnisse des Experteninterviews bestätigt. Bei der Onlinebefragung wurden die Partizipierenden danach gefragt, ob sie durch ihre Teilnahme an BMAT etwas über Alkohol am Steuer gelernt hätten. Die Mehrheit der Befragten, insbesondere die Mehrheit der jüngeren Altersklassen und die Mehrheit der weiblichen Teilnehmenden, verneinte dies. **Fragestellung 2** ‚Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?‘ muss nach abgeschlossener Untersuchung mit ‚Nein‘ beantwortet werden.

Für die **Fragestellung 3** ‚Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?‘ ergibt sich insgesamt folgendes Bild aus den eingesetzten Methoden. Die Analyse der Dokumente zeigte, dass die Mehrheit der teilnehmenden Besuchenden der Veranstaltung in Windisch das Armband retournierte und sich für einen allfälligen Promilletest zur Verfügung stellte. Die Ergebnisse des Experteninterviews weisen zudem darauf hin, dass die Rückgabe des Armbandes ein erfolgreiches Umsetzen des gesundheitsförderlichen Verhaltens bedeutet. Der Expertin waren nur sehr wenige Fälle bekannt, bei denen Angel trotz Vereinbarung Alkohol konsumiert hätten. Zudem kann davon ausgegangen werden, dass diejenigen Teilnehmenden, welche das Armband nicht retourniert haben, dies vergessen oder von den Mitarbeitenden unzureichend darauf hingewiesen wurden. Dies bestätigen auch die Ergebnisse des Fragbogens. Alle Befragten gaben an, am Veranstaltungsabend mit BMAT auf Alkohol verzichtet zu haben. **Fragestellung 3** ‚Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?‘ kann nach abgeschlossener Untersuchung mit ‚Ja‘ beantwortet werden. Die Teilnehmenden berichteten davon, dass sie durch ihre Teilnahme zum Alkoholverzicht am Steuer, zu weniger oder keinem Alkoholkonsum, zur Unfallvermeidung oder zum Autofahren motiviert wurden. Die Entscheidung für den Verzicht auf Alkoholkonsum fiel bei anderen Veranstaltungsbesuchenden bereits vor ihrer Teilnahme oder durch Zufall. Motiviert wurden die Angel laut eigenen Angaben durch die Getränkegutscheine, die Verlosungspreise, die Mitarbeitenden oder den Angel-Stand. Des Weiteren wurden auf der Ebene 2 die Motivationsstärke der

Teilnehmenden und die wahrgenommene Unterstützung durch BMAT erhoben. Die durchschnittliche Motivation war stärker ausgeprägt als die wahrgenommene Unterstützung durch BMAT, die Ergebnisse wiesen auf einen Zusammenhang zwischen den beiden Werten hin. Ein weiterer Zusammenhang konnte zwischen einer guten Bewertung der Verlosungspreise und einer starken Motivation festgestellt werden. Zudem weisen die Ergebnisse auf einen Zusammenhang zwischen der Abmachung, dass immer die Befragte Person fährt und einer starken Motivation hin.

Aus der eingesetzten Methode ergibt sich für die **Fragestellung 4** ‚Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol verzichten?‘ insgesamt folgendes Bild. Beinahe alle befragten Fahrzeuglenkenden gaben an, dass sie das gesundheitsförderliche Verhalten, alkoholfreies Feiern und Fahren, bereits auf spätere Veranstaltungen ohne BMAT transferiert hätten. Die Hälfte dieser Befragten berichtete über eine sehr starke Motivation für das alkoholfreie Feiern und Fahren am Veranstaltungsabend mit BMAT. Eine grosse Mehrheit der Mitfahrenden gab an, dass sie an späteren Veranstaltungen ohne BMAT auf den Konsum von Alkohol verzichten hätten. Davon gab die Mehrheit an, sehr stark für das alkoholfreie Feiern und Fahren am Veranstaltungsabend mit BMAT motiviert gewesen zu sein. **Fragestellung 4** ‚Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol verzichten?‘ konnte nach abgeschlossener Untersuchung mit ‚Ja‘ beantwortet werden. In nachfolgender Abbildung 32 werden die Fragestellungen und deren Beantwortungen dargestellt.

FRAGESTELLUNG	ERGEBNIS
1 Wie beurteilen die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden die einzelnen Elemente des Unfall-Präventionsprogrammes be my angel tonight?	durchschnittlich gut
2 Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?	Nein
3 Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden am betreffenden Abend auf Alkoholkonsum verzichten?	Ja
4 Führt die Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight dazu, dass die Fahrzeuglenkenden an späteren Veranstaltungen (ohne be my angel tonight) auf Alkohol verzichten?	Ja

Abb. 32: Fragestellungen und deren Beantwortung

6.2 Methodische Einschränkungen der Studie

Die Studie hatte zum Ziel, die Wirkungsweise von BMAT zu erheben und eine Zuordnung der Programmelemente in Schwarzers Gesundheitsmodell vorzunehmen. Zum Zweiten sollten aus den Ergebnissen Handlungsempfehlungen für BMAT abgeleitet werden können. Diese beiden Ziele konnten mit der eingesetzten Methodenvielfalt erreicht werden. Nachfolgend werden verschiedene Aspekte der Studie kritisch reflektiert.

Nebst der Dokumentenanalyse wurden ein Experteninterview, eine Onlinebefragung und ein Workshop durchgeführt. Während mit der Dokumentenanalyse möglichst umfassende Kenntnisse zu den Abläufen, Strukturen und der Geschichte von BMAT angestrebt wurden, ergänzte das Experteninterview Wissenslücken und ermöglichte die Abbildung von BMAT. Die darauffolgende Onlinebefragung war quantitativer Natur und wurde durch Items mit qualitativem Antwortformat ergänzt. So konnten in den Ergebnissen nicht nur Bewertungen, sondern auch die Gründe für diese Bewertungen und Verbesserungswünsche der Teilnehmenden dargestellt werden. Der anschliessende Workshop, welcher auf den Ergebnissen der Onlinebefragung aufbaute, stellte eine sehr wichtige Ideenquelle dar und liess ehemalige Teilnehmende bei der Ausarbeitung von Verbesserungsvorschlägen zu Wort kommen. Die Kombination von quantitativen und qualitativen methodischen Zugängen stellt einen Mehrwert für die Studie dar und brachte sehr spannende Ergebnisse hervor. Optimalerweise hätte die Befragung der Fahrzeuglenkenden zu zwei Zeitpunkten, nämlich vor und nach der Teilnahme an BMAT stattgefunden, um die Ergebnisse der beiden Messzeitpunkte vergleichen zu können. Spannend wäre der Vergleich zwischen einem Messzeitpunkt vor der motivationalen Phase und einem Messzeitpunkt nach der postaktionalen Phase von Schwarzers HAPA-Modell (2004). Bei einer Befragung vor und nach einer Teilnahme bei BMAT stellt sich auch in Zukunft die Frage, wie Personen, welche noch nicht teilgenommen haben und dies auch nicht beabsichtigen oder planen, erreicht werden können. Während der Studie waren nebst der Rekrutierungsfrage die beschränkten zeitlichen Ressourcen ausschlaggebend dafür, dass die ehemaligen Teilnehmenden erst nach der Veranstaltung mit BMAT befragt wurden.

Von den 667 angeschriebenen ehemaligen Teilnehmenden, haben 90 Personen an der Onlinebefragung teilgenommen. Trotz ansprechender Gestaltung des Online-Fragebogens und Belohnung für jede einzelne Teilnahme betrug die Rücklaufquote nur 13.49%. Diese eher kleine Stichprobengrösse schränkt die Generalisierbarkeit der Ergebnisse ein. Zudem zeigte die Analyse der Stichprobenverzerrung, dass die Geschlechterverteilung bei der Grundgesamtheit ausgewogen war, während die Stichprobe zu zwei Dritteln weibliche Befragte aufwies. Die erhobenen Elementbewertungen und die im Workshop entstandenen Ideen sind dennoch sehr wertvoll und beinhalten zielgruppenspezifische Verbesserungsvorschläge für BMAT. Die abgeleiteten

Handlungsempfehlungen könnten zudem Hinweise für BMAT in anderen Kantonen der Schweiz geben.

Gemäss Kirkpatrick und Kirkpatrick (2006) sind Lernerfolg, das darauffolgende Verhalten und der Verhaltenstransfer nur dann möglich, wenn das Programm von den Teilnehmenden positiv bewertet wird. Im Falle von BMAT haben die Teilnehmenden die einzelnen Elemente mehrheitlich positiv bewertet, was eine gute Voraussetzung für die darauf folgenden Ebenen darstellt. Wie von Kirkpatrick und Kirkpatrick (2006) empfohlen, wurde für die Erhebung der Ebene 2 *Lernen* eine subjektive Einschätzung der Teilnehmenden eingesetzt und zudem das erlernte Wissen durch eine Wissensfrage überprüft. Bereits im Vorfeld wurde anhand der Ergebnisse von Dokumentenanalyse und Experteninterview deutlich, dass aufgrund der Teilnahme an BMAT keine Wissensfrage beantwortet werden kann. Dennoch wurde der Vollständigkeit halber, wie von Kirkpatrick und Kirkpatrick (2006) empfohlen, ein Item eingesetzt, welches das erlangte Wissen überprüfen sollte. Unterwarteterweise hat knapp ein Drittel der Befragten die Wissensfrage korrekt beantwortet. Es muss also davon ausgegangen werden, dass die Befragten dieses Wissen von einer anderen Wissensquelle als BMAT erlangten. Denn den Fahrzeuglenkenden wurde am Veranstaltungabend kein Wissen zu Alkohol am Steuer vermittelt. Stattdessen wurden die Fahrzeuglenkenden durch die Mitarbeitenden und Freiwilligen auf das Risiko von Alkohol am Steuer aufmerksam gemacht. Interessant ist, dass die Befragten trotz fehlendem Lernen das gesundheitsförderliche Verhalten erfolgreich ausgeführt und dies sogar auf spätere Veranstaltungen ohne BMAT transferiert haben. Das Vier-Ebenen-Modell, welches für die Evaluation von Schulungsprogrammen entwickelt wurde, eignete sich für die Überprüfung der Wirkungsweise von BMAT, stellte aber eher ein grobes System zur Orientierung als ein Instrument oder eine Theorie dar.

Schwarzers Theorien zum HAPA-Modell hingegen sind sehr viel differenzierter. Die Zuordnung der einzelnen Elemente von BMAT zum Gesundheitsmodell waren einerseits für das Verständnis förderlich, wiesen andererseits auf Optimierungsmöglichkeiten von einzelnen Phasen oder Faktoren hin. Laut Schwarzer ist eine Verhaltensänderung nur dann möglich, wenn die Variable Selbstwirksamkeitserwartung eine gewisse Ausprägung aufweist (2004). Das Unfallpräventionsprogramm BMAT hat einen eher geringen Einfluss auf diese Kognition. Dennoch haben die befragten Teilnehmenden das gesundheitsförderliche Verhalten erfolgreich umsetzen können. Unbeantwortet bleibt daher die Frage, ob die Veranstaltungsgäste bereits vor ihrer Teilnahme mit einer stark ausgeprägten Selbstwirksamkeitserwartung ausgerüstet sind oder ob BMAT einen grösseren Einfluss auf die Selbstwirksamkeitserwartung hat, als während der Erhebung festgestellt werden konnte. Die zweite Kognition, die Risikowahrnehmung stellt ebenso eine Voraussetzung für die nachfolgenden Phasen dar (Schwarzer, 2004). Die Ergebnisse haben gezeigt, dass die Risikowahrnehmung durch BMAT nur am Rande angesprochen wird. Die Angel werden auf das Risiko von Alkohol im Strassenverkehr aufmerksam gemacht, erhalten aber keine detaillierteren

Informationen dazu, welche Auswirkungen Alkohol auf das Fahrverhalten hat oder welche Personen besonders vom Unfallrisiko unter Alkoholeinfluss betroffen sind. Trotz der schwach ausgeprägten Risikowahrnehmung haben die befragten Angel das gesundheitsförderliche Verhalten, nüchternes Feiern und Fahren, erfolgreich ausgeübt. Es stellt sich demzufolge die Frage, ob die Risikowahrnehmung für das nüchterne Feiern und Fahren keine allzu grosse Rolle spielt oder aber, ob die Risikowahrnehmung bereits durch die Nachricht ‚Sitzt du am Steuer? Bleib nüchtern! Wir belohnen dich dafür‘ genügend gefördert wird. Für eine weitere Untersuchung wären die Erfassung der einzelnen Konstrukte aus dem HAPA-Modell und die Analyse derer Zusammenhänge daher besonders spannend.

Des Weiteren zeigte sich, dass 90% der Befragten grundsätzlich auf den Konsum von Alkohol als Fahrzeuglenkende verzichten. Die restlichen 10% verzichteten aufgrund ihrer Teilnahme an BMAT auf den Alkoholkonsum am Veranstaltungsabend. Die Verminderung von Unfällen unter Alkoholeinfluss bei diesen 10% der Teilnehmenden ist mit Sicherheit als Erfolg zu werten. Wenn die restlichen 90% der Teilnehmenden aber auch ohne Teilnahme an BMAT auf Alkohol verzichtet hätten, ist der ohnehin bereits knappe Ressourceneinsatz von BMAT zu überdenken. Die Teilnahme am Programm hat dennoch einen positiven Effekt auf alle Teilnehmenden, da durch das erfolgreiche Verhalten deren Selbstwirksamkeitserwartung gestärkt wird und diese sie bei späteren Verhaltensänderungen unterstützt. Offen bleibt die Frage, ob die Teilnehmenden tatsächlich auf den Konsum von Alkohol verzichten haben, oder ob ihr Antwortverhalten unter dem Einfluss der sozialen Erwünschtheit lag. Es könnte zudem sein, dass nur die sehr interessierten und engagierten ehemaligen Angel am Fragebogen teilgenommen haben und diese im Vergleich zur restlichen Grundgesamtheit tatsächlich öfters auf den Konsum von Alkohol verzichten.

Abschliessend lässt sich sagen, dass BMAT eine hohe Teilnahme- als auch Erfolgsquote bei den jugendlichen Fahrzeuglenkenden erreicht. Nur durch zielgruppenspezifische Angebote und Optimierungen können diese weiter erhöht werden. Mit der Erhebung der Wirkungsweise, der Abbildung von BMAT und der Entwicklung von zielgruppenspezifischen Optimierungsmöglichkeiten verfolgte die Studie exakt dieses Ziel und stellt im nachfolgenden Kapitel 7 die Ableitung von Gestaltungsmaßnahmen vor.

6.3 Ausblick

Die Wirkungsweise des Unfallpräventionsprogrammes BMAT wurde vor der vorliegenden Studie zu keinem Zeitpunkt evaluiert. Entsprechend wertvoll und bedeutsam sind die Ergebnisse der Studie als auch die daraus abgeleiteten Handlungsempfehlungen. Für zukünftige Studien stellen die vorliegenden Ergebnisse eine interessante Datensammlung dar, auf deren Basis weitere Untersuchungen vorgenommen werden können.

Für ein zukünftiges Forschungsdesign empfiehlt sich ein gemischter methodischer Zugang von qualitativer und quantitativer Forschung. Der Mehrwert dieses gemischten Designs zeigte sich während der Studie darin, dass die einzelnen Elemente von BMAT durch die Befragten nicht nur bewertet, sondern die Bewertung auch begründet und mögliche Verbesserungsvorschläge gesammelt werden konnten. Des Weiteren war die Kombination aus Experteninterview und Online-Befragung sehr aufschlussreich. Während durch das Experteninterview die Perspektive der Fachmitarbeiterin von BMAT erhoben werden konnte, spiegelten die Ergebnisse des Fragebogens die Sicht der Teilnehmenden wider. Um die verschiedenen Perspektiven möglichst umfassend zu erheben, könnte die Fragebogenerhebung mit Interviews mit jugendlichen Fahrzeuglenkenden und ehemaligen Teilnehmenden ergänzt werden.

In der vorliegenden Studie wurden die Teilnehmenden aufgrund beschränkter zeitlicher Ressourcen erst und nur nach ihrer Teilnahme bei BMAT befragt. Bei einer späteren Untersuchung mit grösseren zeitlichen Ressourcen würde sich die Erhebung zu zwei Messzeitpunkten anbieten. Für einen Vergleich der Ergebnisse würden sich ein Messzeitpunkt vor der motivationalen Phase und ein Messzeitpunkt nach der postaktionalen Phase von Schwarzers HAPA-Modell (2004) eignen. Des Weiteren könnten eine Befragung oder Interviews mit den Teilnehmenden auf die Konstrukte von Schwarzers Gesundheitsmodell eingehen, anstatt sich am Vier-Ebenen-Modell (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) zu orientieren. Interessant wäre zu erforschen, ob sich die Ergebnisse der beiden unterschiedlichen Messzeitpunkte bezüglich der Ausprägung von Selbstwirksamkeitserwartung, Risikowahrnehmung oder Handlungsergebniserwartung unterscheiden würden. Zudem könnten Zusammenhänge zwischen den einzelnen Phasen oder Faktoren des Modells überprüft werden.

Aufgrund der eher kleinen Stichprobe in der vorliegenden Studie, ist die Generalisierbarkeit der Ergebnisse anzuzweifeln. Für eine zukünftige Studie müsste die Rekrutierung der Teilnehmenden grundlegend durchdacht werden. Wie die Stichprobe der Fragebogenerhebung gezeigt hat, reichen ein ansprechendes Design, eine persönliche Anrede und eine Belohnung für jede Teilnahme nicht aus, um eine hohe Rücklaufquote zu erreichen. Allenfalls würde sich eine Befragung an den Veranstaltungen eignen, da sich die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden vor Ort jeweils sehr interessiert und motiviert für die Thematik Alkohol am Steuer zeigen. Diese Form der Befragung müsste allerdings frühzeitig getestet werden, da die Möglichkeit besteht, dass die Angel das unverzügliche Feiern dem Beantworten von Fragen vorziehen.

Zusammenfassend empfiehlt sich für ein zukünftiges Untersuchungsdesign ein gemischter methodischer Zugang bestehend aus quantitativen und qualitativen Untersuchungen. Des Weiteren würde sich eine Erhebung zu zwei unterschiedlichen Messzeitpunkten für den Vergleich der Ergebnisse eignen. Interessant wäre die Erhebung der Konstrukte aus Schwarzers HAPA-Modell als auch die Befragung von uninteressierten Fahrzeuglenkenden, Fahrzeuglenkenden, welche BMAT nicht kennen und teilnehmenden Fahrzeuglenkenden.

7 Ableitung von Gestaltungsmaßnahmen

Im Folgenden werden aus den in Kapitel 5 beschriebenen Ergebnissen von Dokumentenanalyse, Experteninterview, Online-Fragebogen und Workshop Gestaltungsmaßnahmen für BMAT abgeleitet. Zu Gunsten von Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit werden die möglichen Verbesserungen im Kontext von Schwarzers HAPA-Modell erläutert. Das HAPA-Modell wurde in Kapitel 2.4.1 detailliert erläutert und die Zuordnung von BMAT zum Modell in Kapitel 5.2 vorgenommen.

Bereits vor der Ableitung von Gestaltungsmaßnahmen kann festgehalten werden, dass die Studie zur Wirkungsweise für die Projektleitung von BMAT einen grossen Nutzen aufweist. Das Unfall-Präventionsprogramm des Blauen Kreuzes Aargau-Luzern wurde mit der vorliegenden Studie erstmals bezüglich seiner Wirkungsweise untersucht. Durch die Überprüfung der Reaktionen der Teilnehmenden auf die einzelnen Elemente von BMAT wurde deutlich, wo Optimierungsmöglichkeiten vorliegen und bei welchen Elementen besonders hoher Bedarf besteht. Die Überprüfung des Lernens zeigte, dass die Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme keinen Wissenszuwachs im Bereich von Alkohol am Steuer erleben. Die Erhebung zum Verhalten und Verhaltenstransfer ergab, dass die Teilnehmenden das nüchterne Feiern und Fahren nicht nur an der Veranstaltung mit BMAT, sondern auch an späteren Veranstaltungen erfolgreich umsetzen. Durch die qualitativen Begründungen der Elementbewertungen der Fragebogenerhebung und den abschliessenden Workshop sind praxisorientierte und zielgruppenspezifische Empfehlungen möglich.

7.1 Selbstwirksamkeitserwartung

In Schwarzers HAPA-Modell wird davon ausgegangen, dass für eine Verhaltensänderung eine Sequenz respektive ein Schritt auf den anderen folgt. Zudem ist eine Verhaltensänderung nur dann möglich, wenn die Variable Selbstwirksamkeitserwartung eine gewisse Ausprägung aufweist. Für eine Gesundheitsverhaltensänderung ist die Selbstwirksamkeitserwartung von besonderer Bedeutung, da sie Einfluss auf die Zielsetzung, die Planung, die Aufrechterhaltung als auch die Wiederherstellung eines Gesundheitsverhaltens hat. Die Selbstwirksamkeitserwartung stellt die subjektive Überzeugung dar, ein gesundheitsförderliches Verhalten aufgrund von eigenen Kompetenzen erfolgreich umsetzen zu können (2004). Die Selbstwirksamkeitserwartung wird durch das aktuelle Programm von BMAT dadurch gefördert, dass ein erfolgreiches Ausführen des gesundheitsförderlichen Verhaltens mit verschiedenen Elementen belohnt wird. Diese Belohnungen begünstigen eine positive Handlungsbewertung, was wiederum zu höheren Erwartungen an die eigene Selbstwirksamkeit führt. Den Mitarbeitenden und Freiwilligen von BMAT steht durch Gespräche mit den Teilnehmenden eine weitere Möglichkeit zur Förderung der Selbstwirksamkeitserwartung zur Verfügung. **Es empfiehlt sich, die Erwartungen der Angel an deren Selbstwirksamkeit durch gutes Zureden und Aussprechen von Vertrauen durch die Mitarbeitenden zu fördern.**

7.2 Risikowahrnehmung

Die Risikowahrnehmung stellt die wahrgenommene Verwundbarkeit der eigenen Person als auch die Wahrnehmung zwischen dem eigenen Verhalten und der eigenen Gesundheit dar (Schwarzer, 2004).

Die eintreffenden Veranstaltungsbesuchenden werden durch verschiedene Drucksachen mit der Nachricht ‚Sitzt du am Steuer? Bleib nüchtern! Wir belohnen dich dafür!‘ auf die Thematik von Alkohol am Steuer aufmerksam gemacht. Die Ergebnisse der Studie haben gezeigt, dass sich insbesondere die Befragten unter 26 Jahren durch ihre Teilnahme an BMAT mehrheitlich kein Wissen aneignen konnten. Kenntnisse von Unfallzahlen unter Alkoholeinfluss, Auswirkungen von Alkohol auf den Körper oder besonders gefährdete Personengruppen könnten die Risikowahrnehmung der jugendlichen Fahrzeuglenkenden aber stärken. **Für diese Wissensvermittlung am Stand, im Eingangsbereich oder im Veranstaltungsraum würden sich die Mitarbeitenden und Freiwilligen als auch die diversen Drucksachen eignen.** Bezüglich Flyer lassen die Ergebnisse Verbesserungswünsche der Befragten erkennen. **Es empfiehlt sich eine Überarbeitung des Angel-Logos, der Farben, des Designs als auch der Kugeln in dreidimensionaler Optik. Zudem könnte der Flyer hinsichtlich seiner Übersichtlichkeit und der Darstellung der Thematik optimiert werden.** Der Flyer wurde von der Mehrheit gut bewertet, hat jedoch auch neutrale und schlechte Bewertungen erhalten. Als dasjenige Element, welches am schlechtesten bewertet wurde, wurde der Flyer in einem Workshop von ehemaligen Teilnehmenden hinsichtlich Design und Logo überarbeitet. Die Ehemaligen kamen zum Schluss, **dass der Flyer möglichst schlicht und farblich sehr ruhig gestaltet werden soll. Zudem soll die Schriftart deutlich lesbar und prägnant sein. Das Angel-Logo soll stilisiert werden und anstelle des gesamten Engels nur dessen Flügel beinhalten.** Die Ergebnisse des Workshops sind sehr wertvoll, da nicht nur Verbesserungsvorschläge für den Flyer ausgearbeitet wurden, sondern diese Vorschläge auch auf die **restlichen Drucksachen wie Plakate und Banner** übertragen werden können und laut den Studienergebnissen sogar übertragen werden müssen.

Der Angel-Stand stellt ein weiteres Element dar, dass die Veranstaltungsgäste auf die Problematik von Alkohol am Steuer hinweist. Laut den Ergebnissen der Befragung empfiehlt sich, die Gestaltung des Standes der Überarbeitung des Flyers anzupassen. **Der Stand dürfte zudem auffälliger gestaltet und mit dem Angel-Logo versehen sein. Die Befragten gaben an, das Logo der Neuen Aargauer Bank noch vor der eigentlichen Thematik des Angel-Standes erkannt zu haben.** Die Sponsoren sollen sehr wohl gut sichtbar platziert sein, dürfen das Angel-Projekt aber keinesfalls in den Hintergrund stellen.

Ein weiteres Element, welches die Risikowahrnehmung der Teilnehmenden zu stärken versucht, ist die Vereinbarung. Diese wirbt mit den Angelvorteilen, welche unter anderem das verminderte Unfallrisiko innehaben. **Die Vereinbarung würde aber zudem die Chance bieten, die**

Teilnehmenden über interessante und schockierende Fakten von Alkohol im Strassenverkehr zu informieren und damit die Risikowahrnehmung der Fahrzeuglenkenden stärken.

Der **Gutschein für ein Fahrertraining** stellt eine weitere Möglichkeit dar, mit den erfolgreichen Teilnehmenden ins **Gespräch** zu kommen und ihnen das Risiko im Strassenverkehr, sei dies mit oder ohne Alkoholeinfluss, bewusst zu machen. Anstelle einer wortlosen Überreichung des Gutscheins an die erfolgreichen Teilnehmenden, würde sich ein Gespräch über den obligatorischen Kurs oder bereits erlebte kritische Situationen im Strassenverkehr anbieten. Damit würden die Fahrzeuglenkenden an das Risiko im Strassenverkehr erinnert und im besten Fall Anstoss für späteres Nachdenken nehmen.

Während die bis anhin angesprochenen Elemente an einer Veranstaltung mit BMAT anzutreffen sind, tritt das **Mailing in einem ruhigeren Rahmen** auf. Die ehemaligen Teilnehmenden haben zu Hause eher die Zeit und Ruhe, einen kleineren Informationsflyer oder Ähnliches zu lesen, als an der lauten und lebendigen Veranstaltung. **Es empfiehlt sich, diese Möglichkeit der Wissensvermittlung und der damit verbundenen Verstärkung der Risikowahrnehmung zu nutzen.**

7.3 Handlungsergebniserwartung

Eine weitere Variable der präintentionalen Phase stellt die Handlungsergebniserwartung dar. Laut Schwarzer beinhaltet diese Kognitionen darüber, ob eine oder mehrere Verhaltensweise bekannt sind, welche eine wahrgenommene Bedrohung zu schwächen vermögen (2004). Im Falle von BMAT könnte eine Handlungsergebniserwartung sein, dass auf Alkohol verzichtet wird, um die mitfahrenden Freunde sicher nach Hause zu bringen.

Die teilnehmenden Fahrzeuglenkenden werden durch die Drucksachen darauf aufmerksam gemacht, dass sie durch ihre Teilnahme mit Getränkegutscheinen, einer Verlosungsteilnahme, einem Gutschein für ein Fahrertraining und einem reduzierten Unfallrisiko als Handlungsergebnis rechnen dürfen. Die Mitarbeitenden betonen insbesondere die Getränkegutscheine. Die restlichen Elemente können von den Teilnehmenden nur dann erkannt werden, wenn sie die Drucksachen wie Flyer oder Vereinbarung aus eigenem Antrieb genau durchlesen. **Würden die Mitarbeitenden und Freiwilligen am Angel-Stand auf die einzelnen Angel-Vorteile eingehen und diese erläutern, würde die Erwartung der Teilnehmenden an das Handlungsergebnis durch BMAT gestärkt. Besonders hervorzuheben ist das reduzierte Unfallrisiko, welches die teilnehmenden Angel mit erfolgreichem Verhalten erreichen.**

Die einzelnen Elemente wurden von den Fragebogenteilnehmenden bewertet und diese Bewertung begründet. Die Verlosungspreise wurden von den Befragten mehrheitlich gut bis sehr gut bewertet. **Für eine zielgruppenspezifische Anpassung sind der Einsatz des Navigationsgerätes und der Reka-Checks zu überdenken. Stattdessen würden die Befragten ein Smartphone, einen Gutschein für Wellness oder für einen Veranstaltungsbesuch vorziehen. Wünschenswert wäre**

es zudem, wenn die Wahrscheinlichkeit für einen Gewinn höher und die Gültigkeit der Kinogutscheine länger wären.

Ein weiteres Element, welches durch die Fragebogen-Teilnehmenden bewertet wurde, war der Gutschein für ein Fahrertraining. Der Gutschein, welchen die Angel nach erfolgreicher Ausführung des Verhaltens erhalten, wurde insbesondere von den jüngeren Befragten neutral bewertet. Kritisiert wurde der Gutschein dahingehend, dass **der Kurs nur für Neulenkende sei, diesen niemand freiwillig machen würde und der Gutschein daher nicht nützlich sei. Des Weiteren wurden die Höhe des Betrages als auch der Standort der ASSR in Regensdorf bemängelt. Geäussert wurde zudem, dass die Befragten noch nie einen solchen Gutschein erhalten hätten.** Da aber alle Befragten von einer erfolgreichen Ausführung des gesundheitsförderlichen Verhaltens berichtet haben, muss davon ausgegangen werden, dass diese unzureichend über die Retournierung des Armbandes vor dem Verlassen der Veranstaltung informiert wurden. Des Weiteren wiesen Ergebnisse des Fragebogens daraufhin, **dass die Befragten einen Gutschein für eine Fahrzeug-Waschanlage oder für Starbucks vorziehen würden.** Ähnliche Ergebnisse zeigte der Workshop. **Die Teilnehmenden arbeiteten verschiedene Ideen für Gutscheine aus und bewerteten daraufhin Gutscheine in den Bereichen Kleidung, Beauty oder Gourmet am besten. Es empfiehlt sich, diesen von ehemaligen Teilnehmenden erarbeiteten Ideen nachzugehen und sie nach Möglichkeit umzusetzen.** Besonders wertvoll sind die Ergebnisse des Workshops, weil sie auf andere Elemente von BMAT übertragen werden können. Die drei Kategorien können bei der Auswahl der Verlosungspreise berücksichtigt werden oder bei der Suche nach Sponsoren auf eine bisher unbeachtete Branche hinweisen.

7.4 Zielsetzung

In der motivationalen Phase bilden Personen eine Zielintention und binden sich an dieses Ziel. Je stärker die Absicht für eine Verhaltensänderung ausgeprägt ist, umso grösser ist die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Umsetzung (Schwarzer, 2004).

Durch die Zielformulierung der Mitarbeitenden und der Vereinbarung werden die teilnehmenden Angel in ihrer Zielsetzung unterstützt. **Diese beiden Elemente wirken demnach förderlich auf die Zielsetzung der Teilnehmenden und sollen auch in Zukunft Teil des Programmes sein.** Die Vereinbarung beinhaltet die schriftliche Zielformulierung, am Veranstaltungsabend auf den Konsum von Alkohol und illegalen Drogen zu verzichten. Laut Angaben der Befragten ist die Vereinbarung aber sehr ausführlich und die Bearbeitung nimmt zu viel Zeit in Anspruch. **Es empfiehlt sich eine Reduktion der Vereinbarungsinhalte auf die wichtigsten Kernpunkte. Des Weiteren würden sich eine Anpassung an das Design des Flyers und eine frische Layout-Gestaltung anbieten.**

7.5 Planung

In der präaktionalen Phase findet die Planung des gesundheitsförderlichen Verhaltens statt. Zu diesem Zeitpunkt werden die Ziel- und Ausführungsintentionen konkretisiert (Schwarzer, 2004).

Bei der Planung des Gesundheitsverhaltens unterstützt BMAT die Teilnehmenden durch einen klar strukturierten Ablauf des Veranstaltungsabends. Entscheiden sich die Veranstaltungsbesuchenden für eine Teilnahme, füllen sie die Vereinbarung aus, erhalten ein Armband, welches sie als Angel markiert und Getränkegutscheine. Vor dem Verlassen der Veranstaltung sollen sie das Armband retournieren und sich einem allfälligen Promilletest unterziehen. Als Belohnung für ihre erfolgreiche Teilnahme erhalten die Angel einen Gutschein für ein Fahrertraining, Give Aways und nehmen an der Verlosung teil. **Dieser einfache Ablauf unterstützt die Angel bei der Planung ihres Abends und soll weiterhin beibehalten werden.** Wichtig anzumerken ist, dass den Teilnehmenden nicht immer bewusst ist, dass sie das Armband vor dem Verlassen der Veranstaltung retournieren müssen, um als erfolgreiche Angel zu gelten und von den Belohnungen zu profitieren. **Es empfiehlt sich, die Teilnehmenden deutlich darauf aufmerksam zu machen.** Eine vermehrte Retournierung des Armbandes würde sich nicht nur für die erfolgreichen Teilnehmenden, sondern auch für BMAT positiv äussern. Würde das Armband von einer höheren Anzahl Angel retourniert werden als dies bis anhin getan wurde, würde dies die Überprüfung des nüchternen Feiern und Fahrens aber auch den Erfolg von BMAT fördern.

7.6 Verhalten

Laut Schwarzer beinhaltet die aktionale Phase des HAPA-Modells die Initiative, die Aufrechterhaltung eines Verhaltens und dessen Wiederherstellung. Zentrale Aspekte dieser Phase sind die Ausführung eines Gesundheitsverhaltens und die Unterlassung von Risikoverhalten (2004).

Förderliche Elemente für die Initiative eines gesundheitsförderlichen Verhaltens stellen die Vereinbarung als auch die Mitarbeitenden dar. **Diese Elemente wurden von den Befragten positiv bewertet und sollen Teil von BMAT bleiben.** Die grosse Mehrheit der Befragten berichtete von einer starken Motivation für das nüchterne Feiern und Fahren. Die Befragten gaben an, dass sie aufgrund der Getränkegutscheine, der Verlosungsteilnahme, der Mitarbeitenden, des Angel-Standes oder des Gutscheins für ein Fahrertraining motiviert waren. **Es empfiehlt sich, diese Elemente weiterhin als Teil des Programmes zu belassen und wo möglich, den Wünschen der Zielgruppe anzupassen.** Ein besonderes Augenmerk gilt den Verlosungspreisen. Wurden diese von den Befragten gut bewertet, war deren Motivation für das nüchterne Feiern und Fahren ebenso stark. **Es empfiehlt sich, die Verlosungspreise speziell auf die Zielgruppe auszurichten.**

Alle befragten Teilnehmenden gaben an, dass sie das Verhalten an der Veranstaltung mit BMAT erfolgreich aufrechterhalten hätten. Zur Förderung der Aufrechterhaltung tragen die Elemente Getränkegutscheine, Verlosungspreise, Gutscheine für ein Fahrertraining und die Veranstaltungsdauer bei. **Diese Elemente sollen weiterhin Teil des Programms bleiben.** Die Unterstützung von BMAT wurde von den Teilnehmenden weniger gut bewertet als die eigene Motivation für das Gesundheitsverhalten. **Um die Unterstützung für das gesundheitsförderliche Verhalten zu fördern, könnten die Mitarbeitenden nach dem grossen Ansturm der Veranstaltungsgäste im Raum der Veranstaltung umhergehen und sich bei den Teilnehmenden erkundigen, ob mit den Getränkegutscheinen alles geklappt hätte oder ob sie noch Fragen hätten.** So wären die Mitarbeitenden von BMAT für die Angel nicht nur im niedrig frequentierten Eingangsbereich sichtbar sondern an der ganzen Veranstaltung präsent und ansprechbar.

Teilnehmende, welche aus irgendwelchen Gründen trotz Vereinbarung Alkohol konsumiert haben, sind von der weiteren Teilnahme an BMAT am Veranstaltungsabend ausgeschlossen. Sie müssen auf den Gutschein für ein Fahrertraining, die Verlosungsteilnahme und die Give Aways verzichten. **Dennoch können die Mitarbeitenden und Freiwilligen von BMAT Einfluss auf das zukünftige Verhalten der Teilnehmenden nehmen, indem sie diese für die Teilnahme an einer späteren Veranstaltung motivieren und ihnen Vertrauen zusprechen. Gemeinsam mit den erfolglosen Teilnehmenden haben sie die Möglichkeit, Verhaltensstrategien zu entwickeln und auf mögliche Risikofaktoren hinzuweisen.**

7.7 Disengagement

Das Disengagement stellt in Schwarzers HAPA-Modell die abschliessende, postaktionale Phase dar. Während dieser Phase findet die Zielentbindung und Handlungsbewertung statt, welche wiederum die Selbstwirksamkeitserwartung für zukünftige Verhaltensänderungen fördert oder reduziert (2004).

Bei erfolgreichen Teilnehmenden, welche während der Veranstaltung aufgrund ihrer eigenen Kompetenzen auf den Konsum von Alkohol verzichtet haben, kann von einer positiven Handlungsbewertung ausgegangen werden. **Die Wahrnehmung des Erfolges wird durch den Gutschein für ein Fahrertraining, die Verlosungsteilnahme und die Give Aways bestärkt. Diese Elemente sollen auch zukünftig Bestandteil von BMAT bleiben.** Zudem ist durch den Promilletest, die Fragen der Mitarbeitenden an die Teilnehmenden und die Retournerung des Armbandes eine Überprüfung des Gesundheitsverhaltens möglich. Der Promilletest wurde von der grossen Mehrheit der Befragten gut bewertet. **Die Befragten wünschen zudem aber die Bekanntgabe und den Vollzug von Konsequenzen bei Alkoholkonsum. Des Weiteren empfiehlt sich ein vermehrter Einsatz des Promilletests, da die Befragten berichteten, dass sie oder ihre Bekannten noch nie**

getestet worden seien. Zudem wäre es spannend für die Angel, wenn sie das Ergebnis des Promilletests erfahren würden.

Die Phase des Disengagements kann dann einen hinderlichen Einfluss auf die Selbstwirksamkeitserwartungen für zukünftige Verhaltensänderungen haben, wenn Personen einen Misserfolg erlebt haben (Schwarzer, 2004). **Wie bereits zuvor beschrieben, sollte den gefallenen Engeln besondere Beachtung geschenkt werden.** Denn genau diese Personen, welche das nüchterne Feiern nicht erfolgreich umsetzen konnten, sind von einem höheren Unfallrisiko betroffen. **Nebst der Gesprächsführung ist es wichtig zu überprüfen, dass diese Personen sicher nach Hause gelangen.**

Beinahe alle befragten Teilnehmenden haben von einem Verhaltenstransfer auf spätere Veranstaltungen ohne BMAT berichtet. Das heisst, dass sie als Fahrzeuglenkende auch an einer anderen Veranstaltung nüchtern feierten und fuhren. Ein grosser Teil der Befragten hat diesen Transfer des nüchternen Feierns auch schon als Mitfahrende gemacht. Dieser Verhaltenstransfer an spätere Veranstaltungen, bestätigt den Erfolg von BMAT und spricht für eine gelungene Umsetzung. Die in diesem Kapitel geäusserten Verbesserungsvorschläge dienen einzig der bestmöglichen Weiterentwicklung und der zielgruppenspezifischen Gestaltung von BMAT.

7.8 Situative Barrieren und Ressourcen

Auf den Erfolg oder Misserfolg einer Verhaltensänderung haben laut Schwarzer die Barrieren als auch die Ressourcen einen Einfluss (2004). Bei der Teilnahme an BMAT stellen die Getränkegutscheine eine Ressource für die Teilnehmenden dar. Die Getränkegutscheine wurden von allen Elementen am besten bewertet. Dennoch haben die Befragten einige Kritikpunkte geäussert. **So könnte beispielsweise die Anzahl der Gutscheine erhöht werden oder eines von drei Getränken kostenlos sein. Zudem wäre es hilfreich, wenn die Getränkegutscheine an sämtlichen Bezugsstellen der Veranstaltung gültig wären.**

Eine weitere Ressource stellen die Mitarbeitenden und Freiwilligen von BMAT dar. Sie haben die Möglichkeit, die Teilnehmenden vor und während der Ausübung ihres Verhaltens zu unterstützen. Die Mitarbeitenden wurden von den Befragten grösstenteils positiv bewertet. **Um den Wünschen der Zielgruppe noch näher zu kommen, sollte die Kleidung der Mitarbeitenden auffälliger gestaltet und frisch bedruckt werden. Des Weiteren empfiehlt sich, die Mitarbeitenden zu schulen, damit sie ein sicheres, motiviertes und kompetentes Auftreten zeigen können. Wünschenswert ist zudem, dass die interessierten Personen am Angel-Stand nicht warten müssen und rasch betreut werden. Dafür würden sich eine Kürzung und selbsterklärende Gestaltung der Vereinbarung oder aber gut geschulte Mitarbeitende, welche die Menge der interessierten Angel handhaben können, eignen.**

Die Freunde der Angel stellen sowohl Barriere als auch Ressource dar. Damit diese weniger eine Barriere und viel mehr eine Ressource für den Angel darstellen, würde sich deren Einbezug bei BMAT anbieten. Interessierte Freunde, welche dem Unfall-Präventionsprogramm BMAT gegenüber positiv gestimmt sind und eine zukünftigen Teilnahme nicht ablehnen, unterstützen den Angel bei der Durchführung seines gesundheitsförderlichen Verhaltens. Zum Zeitpunkt der Erhebung hatten die Mitarbeitenden und Freiwilligen beinahe ausschliesslich mit den Teilnehmenden Kontakt. **Durch Gespräche, Hinweise auf die nächste Veranstaltung von BMAT oder Give Aways würden aber auch diejenigen Veranstaltungsgäste angesprochen, welche am selben Abend nicht als Fahrzeuglenkende unterwegs sind.** Diese Massnahme fördert einerseits die zukünftige Teilnahmequote, andererseits werden damit die bereits teilnehmenden Fahrzeuglenkenden unterstützt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Zusammenstellung und der Ablauf des Unfall-Präventionsprogrammes BMAT bereits erfolgsversprechend gestaltet sind. Für die Weiterentwicklung von BMAT empfiehlt sich eine Anpassung der einzelnen Elemente an die Wünsche der Zielgruppe als auch die bewusste Förderung von Selbstwirksamkeitserwartung, Handlungsergebniserwartung und Risikowahrnehmung der Teilnehmenden.

8 Literaturverzeichnis

- Aberhalden, I. (2010). Alkoholprävention im Spannungsfeld. *Evidenzbasierte Suchtprävention*, 01, 13-17.
- Abraham, C. & Sheeran, P. (2000). Understanding and changing health behavior: From health beliefs to self-regulation. In P. Norman, C. Abraham & M. Conner (Hrsg.), *Understanding and changing health behavior* (S. 3-24). Amsterdam: Harwood Academic.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665-683.
- Bagozzi, R.P. & Warshaw, P. R. (1990). Trying to consume. *Journal of Consumer Research*, 17, 127-40.
- Becker, M. H. (Ed.). (1974). *The health belief model and personal health behavior*. Thorofare: Slack.
- Becker, P. (1992). Seelische Gesundheit als protektive Persönlichkeitseigenschaft. *Zeitschrift für Klinische Psychologie*, 21, 64-75.
- bfu – Beratungsstelle für Unfallverhütung. *SINUS-Report 2014: Sicherheitsniveau und Unfallgeschehen im Strassenverkehr 2013*. Bern: bfu.
- Blättner, B. & Waller, H. (2011). *Gesundheitswissenschaft. Eine Einführung in Grundlagen, Theorie und Anwendung*. 5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart: W. Kohlhammer GmbH.
- Bortz, J. & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. 4. Auflage. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Brinkmann, R. (2014). *Angewandte Gesundheitspsychologie*. Hallbergmoos: Pearson Studium.
- Brodbeck, J., Bachmann, M. S., Croudace, T.J. & Brown, A. (2013). Comparing Growth Trajectories of Risk Behaviors From Late Adolescence Through Young Adulthood: An Accelerated Design. *Developmental Psychology*, 49 (9), 1732-1738.
- Caplan, G. (1964). *Principles of preventive psychiatry*. New York/London: Basic Books.
- Franzkowiak, P. (2006). *Präventive Soziale Arbeit im Gesundheitswesen*. München, Basel: Ernst Reinhardt Verlag.
- Flick, U. (2010). *Qualitative Sozialforschung - Eine Einführung*. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Gmel G., Kuendig H., Notari L. & Gmel C. (2014). *Suchtmonitoring Schweiz - Konsum von Alkohol, Tabak und illegalen Drogen in der Schweiz im Jahr 2013*. Sucht Schweiz, Lausanne, Schweiz.

- Grau, I. & Mummendey, H.D (2008) Die Fragebogenmethode. 5., überarbeitete und erweiterte Auflage. Göttingen: Hogrefe Verlag GmbH.
- Gordon, R. (1983). An Operational Classification of disease prevention. *Public Health Reports*, 98 (2), 107-109.
- Hafen, M. (2005). Systemische Prävention. *Grundlagen für eine Theorie präventiver Massnahmen*. Heidelberg. Carl Auer.
- Hafen, M. (2005). Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Prävention und Gesundheitsförderung aus systemischer Sicht. *Dokumentation der E&C-Konferenz: Sozialraumorientierte Präventionsarbeit mit Kindern und Jugendlichen in benachteiligten Stadtteilen*, Berlin.
- Hurrelmann, K., Klotz, T. & Hisch, J. (2014). *Lehrbuch Prävention und Gesundheitsförderung*. Göttingen: Verlag Hans Huber Hogrefe AG.
- Kirkpatrick, D.L. (1998). *Evaluating Training Programs. The Four Levels. Second Edition*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Kirkpatrick, D.L. & Kirkpatrick J.D. (2006). *Evaluating Training Programs. The Four Levels*. Third Edition. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Mayring, Ph. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 11. aktualisierte und überarbeitete Auflage. Weinheim: Beltz Verlag.
- Naidoo, J. & Wills, J. (2003). Lehrbuch der Gesundheitsförderung: *Umfassend und anschaulich mit vielen Beispielen und Projekten aus der Praxis der Gesundheitsförderung*. Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.
- Narring, F., Tschumper, A., Inderwildi Bonivento, L., Jeannin, A., Addor, V., Bütikofer, A., Suris, J.C., Diserens, C., Alsaker, F. & Michaud, P.A. (2002). *Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz (2002). SMASH 2002: Swiss multicenter adolescent survey on health 2002*. Lausanne: Institut universitaire de médecine sociale et préventive.
- Orbell, S, & Sheeran, P. (1998) "Inclined abstainers": A problem for predicting health-related behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 37 (2), 151-165.
- Prochaska, J. O. & DiClemente, C. C. (1983). Stages and processes of self-change of smoking: toward an integrative model of change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51, 390-395.
- Renneberg, B. & Hammelstein, P. (2006). *Gesundheitspsychologie* Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Renner, B., & Schwarzer, R. (2003). Social-cognitive factors in health behavior change. In J. Suls & K. Wallston (Eds.), *Social psychological foundations of health and illness* (S. 169-196). Oxford, England: Blackwell.

- Rogers, R. W. (1983). Cognitive and physiological processes in fear appeals and attitude change: A revised theory of protection motivation. In J. R. Cacioppo & R. E. Petty (Eds.), *Social Psychology: A Sourcebook* (S. 153-176). New York: Guilford.
- Schwarzer, R. (1992). Self-efficacy in the adoption and maintenance of health behaviors: theoretical approaches and a new model. In R. Schwarzer (Ed.), *Self-efficacy - Thought control of action* (S. 217-243). Washington, D.C.: Hemisphere.
- Schwarzer, R. (2004). *Psychologie des Gesundheitsverhaltens. Einführung in die Gesundheitspsychologie*. Göttingen: Hogrefe.
- Schwarzer, R. & Jerusalem, M. (2002). Das Konzept der Selbstwirksamkeit. In M. Jerusalem & D. Hopf (Hrsg.), *Selbstwirksamkeit und Motivationsprozesse in Bildungsinstitutionen, Zeitschrift für Pädagogik*, 44. Beiheft, 28-53. Weinheim: Beltz.
- Schweizerisches Gesundheitsobservatorium Obsan (2014). *Gesundheit im Kanton Luzern. Ergebnisse aus der Schweizerischen Gesundheitsbefragung 2012*. Neuchâtel: Obsan.
- Trojan, A. & Legewie, H. (2001). Nachhaltige Gesundheit und Entwicklung. Leitbilder, Politik und Praxis der Gestaltung gesundheitsförderlicher Umwelt- und Lebensbedingungen. Frankfurt: Verlag für Akademische Schriften VAS.
- Von Aesch, E. (2015). *Projektbescrieb „be my angel tonight“*. Blaues Kreuz AG / LU. Aarau, Schweiz.
- Weinstein, N. D., Lyon, J. E., Sandman, P. & Cuite, C. (1998). Experimental evidence for stages of health behavior change: the precaution adoption process model applied to home radon testing. *Health Psychology*, 17, 445-453.
- Wettstein, F. (2010). *Zum Unterschied zwischen Gesundheitsförderung und (universeller) Prävention in der Sozialen Arbeit*. Präsentiert an der Praxistagung der Hochschule für Soziale Arbeit, Olten.
- World Health Organization WHO (1998). *Health Promotion Glossary*. Geneva.

9 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Ziele der Studie (eigene Darstellung)	6
Abb. 2: Sozial-kognitive Prozessmodell gesundheitlichen Handelns, Health Action Process Approach, HAPA (eigene Darstellung in Anlehnung an Schwarzer, 2004)	14
Abb. 3: Die Stufen des Vier-Ebenen-Modells (eigene Darstellung in Anlehnung an Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006).....	18
Abb. 4: Untersuchungsdesign (eigene Darstellung)	24
Abb. 5: Fragestellungen und die zugehörigen methodischen Zugänge (eigene Darstellung)	25
Abb. 6: Fragestellungen bei der Fragebogenerhebung und die zugehörigen Ebenen des Vier-Ebenen-Modells (eigene Darstellung in Anlehnung an Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006)	31
Abb. 7: die Stufen des Vier-Ebenen-Modells (eigene Darstellung in Anlehnung an Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006).....	32
Abb. 8: Email Einladung an ehemalige Angel (eigene Darstellung)	33
Abb. 9: Item Drucksachen des Online-Fragebogens (eigene Darstellung)	34
Abb. 10: Fragestellungen und die zugehörigen methodischen Zugänge (eigene Darstellung)	45
Abb. 11: Vorder- und Rückseite des Flyers von BMAT (be my angel tonight, 2014).....	47
Abb. 12: Einordnung von BMAT im sozial-kognitiven Prozessmodell gesundheitlichen Handelns, Health Action Process Approach, HAPA (eigene Darstellung in Anlehnung an Schwarzer, 2004)	57
Abb. 13: Fragestellungen bei der Fragebogenerhebung und die zugehörigen Ebenen des Vier-Ebenen-Modells (eigene Darstellung in Anlehnung an Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2004)	58
Abb. 14: Ergebnisdiagramm Item 03 Bewertung Flyer.....	59
Abb. 15: Ergebnisdiagramm Item 04 Bewertung Angel-Stand.....	61
Abb. 16: Ergebnisdiagramm Item 05 Bewertung Vereinbarung	62
Abb. 17: Ergebnisdiagramm Item 06 Bewertung Mitarbeitende.....	64
Abb. 18: Ergebnisdiagramm Item 07 Bewertung Getränkegutscheine	65
Abb. 19: Ergebnisdiagramm Item 08 Bewertung Gutscheine Fahrertraining	66
Abb. 20: Ergebnisdiagramm Item 09 Bewertung Verlosungspreise	67
Abb. 21: Ergebnisdiagramm Item 10 Bewertung Promilletest.....	69
Abb. 22: Ergebnisdiagramm Item 11 Learning	70
Abb. 23: Ergebnisdiagramm Item 11b Bewertung Test Learning.....	71
Abb. 24: Ergebnisdiagramm Item 14 Motivationsstärke.....	73
Abb. 25: Ergebnisdiagramm Item 14 Unterstützung durch BMAT	74
Abb. 26: Ergebnisdiagramm Item 15 Alkoholverzicht.....	74
Abb. 27: Ergebnisdiagramm Item 16 Verhaltenstransfer Fahrer/in und Item 16b Absicht Verhaltenstransfer Fahrer/in	75

Abb. 28: Ergebnisdiagramm Item 17 Verhaltenstransfer Mitfahrer/in und Item 17b Absicht Verhaltenstransfer Mitfahrer/in	76
Abb. 29: kategorisierte und bewertete Gutscheine-Ideen (Workshop BMAT, 2015).....	85
Abb. 30: Logo-Vorschläge für BMAT (Workshop, 2015).....	86
Abb. 31: Design-Vorschläge für BMAT (Workshop BMAT, 2015)	87
Abb. 32: Fragestellungen und deren Beantwortung	92

10 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Dokumente der Dokumentenanalyse (eigene Darstellung)	27
Tabelle 2: Leitfragen des Experteninterviews (eigene Darstellung)	29
Tabelle 3: Items der Ebene 1 <i>Reaktion</i> (eigene Darstellung)	36
Tabelle 4: Items der Ebene 2 <i>Lernen</i> (eigene Darstellung)	37
Tabelle 5: Items der Ebene 3 <i>Verhalten</i> (eigene Darstellung).....	38
Tabelle 6: Items der Ebene 4 <i>Ergebnisse</i> (eigene Darstellung).....	39
Tabelle 7: Abschlussseite (eigene Darstellung).....	39
Tabelle 8: alle Abbrüche der Fragebogen-Teilnehmenden (eigene Darstellung).....	41
Tabelle 9: Ergebnisse Teil I der zusammenfassenden, qualitativen Inhaltsanalyse	50
Tabelle 10: Ergebnissen Teil II der qualitativen Inhaltsanalyse.....	51
Tabelle 11: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 03 Bewertung Flyer	60
Tabelle 12: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 04 Bewertung Angel-Stand.....	62
Tabelle 13: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 05 Bewertung Vereinbarung	63
Tabelle 14: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 06 Bewertung Mitarbeitende.....	64
Tabelle 15: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 07 Bewertung Getränkegutscheine ..	66
Tabelle 16: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 08 Bewertung Gutschein ASSR.....	67
Tabelle 17: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 09 Bewertung Verlosungspreise	68
Tabelle 18: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 10 Bewertung Promilletest.....	70
Tabelle 19: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 11c alternativ erlerntes Wissen	71
Tabelle 20: Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse Item 12 Motivation für Verhalten	73
Tabelle 21: Ergebnisdarstellung der Rangkorrelation nach Spearman.....	77
Tabelle 22: Kreuztabelle Alter*Vereinbarung.....	79
Tabelle 23: Kontingenzanalyse Alter*Vereinbarung	79
Tabelle 24: Kreuztabelle Alter*Mitarbeitende	80
Tabelle 25: Kreuztabelle Alter*ASSR.....	80
Tabelle 26: Kreuztabelle Sex*Mitarbeitende	81
Tabelle 27: Kreuztabelle Alter*Learning	81
Tabelle 28: Zusammenfassung der Kontingenzanalyse Ebene 2 Lernen	81
Tabelle 29: Zusammenfassung der Kontingenzanalyse Ebene 3 Verhalten.....	82
Tabelle 30: Kreuztabelle Transfer FahrerIn*Motivation.....	83
Tabelle 31: Kreuztabelle Transfer MitfahrerIn*Motivation.....	83

Verzeichnis Anhang

Anhang A	Vereinbarung für die Teilnahme an BMAT	IIX
Anhang B	Auswertung der Vereinbarung vom 18.10.2014 FH-Fest	X
Anhang C	Interviewleitfaden.....	XII
Anhang D	Online-Fragebogen	XV
Anhang E	Kategoriensystem zur Bewertung des Flyers	XXII
Anhang F	Kategoriensystem zur Bewertung des Angel-Standes.....	XXIIII
Anhang G	Kategoriensystem zur Bewertung der Vereinbarung	XXIV
Anhang H	Kategoriensystem zur Bewertung der Mitarbeitenden	XXV
Anhang I	Kategoriensystem zur Bewertung der Getränkegutscheine.....	XXVI
Anhang J	Kategoriensystem zur Bewertung des Gutscheins von ASSR	XXVII
Anhang K	Kategoriensystem zur Bewertung der Verlosungspreise.....	XXVIII
Anhang L	Kategoriensystem zur Bewertung des Promilletests	XXIX
Anhang M	Kategoriensystem zum alternativ erlernten Wissen	XXX
Anhang N	Kategoriensystem zu Motivation und Verhalten	XXXI
Anhang O	Vollständige Ergebnisdarstellung der Rangkorrelation	XXXIIII
Anhang P	Rangliste der Mittelwerte der Elementbewertungen	XXXIV
Anhang Q	Projektbeschreibung von BMAT	XXXIV

Anhang A: Vereinbarung für die Teilnahme an BMAT

Vereinbarung

Gansingen, 13. Dezember 2014



ANGEL-Personalien (bitte **leserlich** und **vollständig** ausfüllen)

DIE PERSÖNLICHEN DATEN WERDEN NUR FÜR EINE ALLFÄLLIGE GEWINNBENACHRICHTUNG VERWENDET

Name Vorname
 Adresse PLZ, Ort
 Telefon E-Mail

Geschlecht: weiblich männlich
 Alter: 16 – 17 18 – 20 21 – 25 26 Jahre und älter
 Fahrausweis seit: 0–2 Jahre 2–5 Jahre 5–10 Jahre mehr als 10 Jahre

ANGEL-Fragen

Hast du bereits an einer Party als ANGEL mitgemacht? ja nein

Warum unterschreibst du heute die Angel-Vereinbarung?

- Sonst** trinke ich **max. 1 bis 2 Gläser Alkohol wenn ich fahre**
 Ich verzichte heute Abend **wegen dem Angel-Projekt** auf den Alkohol
 Ich trinke **nie Alkohol**
 Ich trinke **keinen Alkohol wenn ich fahre**

anderer Grund:

Wie häufig besuchst du Partys wie heute Abend?

- halbjährlich monatlich alle 2 Wochen jedes Weekend

Wie viele Personen chauffierst du heute Abend?

- ich fahre allein 1 Mitfahrer/in 2 Mitfahrende 3 und mehr

Bestehen in deiner Gruppe Abmachungen bezüglich der Heimfahrt?

- Eigentlich fahre immer ich
 Wir wechseln uns ab
 Es fährt, wer dazu noch in der Lage ist

ANGEL-Vorteile

- **3 Gutscheine für alkoholfreie Getränke zum ½ - Preis**
- **Vermindertes Unfallrisiko** auf der Heimfahrt von der Party
- **Teilnahme an der Preis-Verlosung** bei Rückmeldung am **Angel-Stand vor der Heimfahrt**
- **Jeder erfolgreiche Angel** (keinen Alkohol getrunken) erhält einen **Bon im Wert von CHF 30.00** für den Besuch eines obligatorischen WAB- oder freiwilligen Auto-Kurses im www.assr.ch in Regensdorf.

Sponsoren



ANGEL-Verpflichtung

Mit meiner Unterschrift verpflichte ich mich, an der heutigen Party **keinen Alkohol und keine illegalen Drogen** zu konsumieren. Ich nehme damit meine (Schutz-)Engel-Funktion bewusst wahr und leiste einen Beitrag an die Strassenverkehrssicherheit.

*Wenn ich mich **vor der Heimfahrt wieder am ANGEL-Stand melde**, nehme ich an der Verlosung der Preise teil. Es ist mir bewusst, dass dabei Promille-Blastests gemacht werden.*

Unterschrift:

Angel-Nr: **55**.....

ANGEL-Daten 18. Oktober 2014 FH-Fest in Windisch										
5000 Aarau										4330
5505 Brugg	1									4331
79809 Weilheim										4339
5621 Zufikon										4340
5000 Aarau										4343
5610 Wohlen										4344
5036 Oberentfelden										4351
6332 Hagendorn										4352
TOTAL ok		28	14							
%		66,67	33,33	0	0	0	0	0	0	0
42										
TOTAL nicht ok	10	20	5	30	5	3	6	7	25	0
%	33,33	66,67	16,67	71,43	11,9	7,14	14,29	16,67	59,52	0
30										
TOTAL	38	34	12	50	12	3	10	17	25	0
%	52,78	47,22	16,67	69,44	16,67	4,17	13,89	22,22	31,75	0
72										
weltweit										
männlich										
16 - 17 Jahre										
18 - 20 Jahre										
21 - 25 Jahre										
26 Jahre und älter										
Fahrtausch seit 0 - 2 Jahren										
Fahrtausch seit 2 - 5 Jahren										
Fahrtausch seit 5 - 10 Jahren										
Fahrtausch seit mehr als 10 J.										
bereits als Angel mitgenommen										
noch nie als Angel mitgenommen										
max. 1 bis 2 Gläser Alkohol										
verzichte wegen Popset										
nie Alkohol										
nie Alkohol beim Fahren										
anderer Grund										
halbjährlich an Partys										
monatlich an Partys										
alle 2 Wochen an Partys										
jedes Weckend an Partys										
fährt alleine nach hause										
1 Mitfahrer/in										
2 Mitfahrer/ok										
3 und mehr Mitfahrer/ok										
eigentlich fahre immer ich										
abwechselnd										
es fährt, wer noch kann										
Vereinbarung ok										
nicht ok, Altkost. Zugesen										
nicht ok, überführt durch o/oo										
nicht zurecht										
Preis gewonnen										
Altkost										
Angelernd										

Ramona Gysi

19.03.15

20141018_Statistik_FH Fest.xls

Anhang C: Interviewleitfaden

Leitfaden Experteninterview *Be my Angel tonight* BMAT aus Sicht einer Mitarbeitenden

Inhalt und Fragestellungen

Das Interview dient in erster Linie der Beantwortung inhaltlicher Fragen zum Unfall-Präventionsprogramm BMAT. Dabei werden Fragen zum Programm gestellt, welche durch Recherche nicht zu beantworten sind. Die zu beantwortende Fragestellung 2 lautet:

Lernen die jugendlichen Fahrzeuglenkenden durch ihre Teilnahme am Unfall-Präventionsprogramm be my angel tonight etwas zu Alkohol am Steuer?

In einem zweiten Teil konzentriert sich das Interview mit die Erfassung aller Elemente und Abläufe von BMAT auf eines der Ziele der Studie. Mit den Ergebnissen findet später eine Zuordnung von BMAT im sozial-kognitiven Prozessmodell gesundheitlichen Handelns (Health Action Process Approach, HAPA; Schwarzer, 2004) statt.

Vorbereitung

- ✓ Installation des Aufnahmegerätes
- ✓ Begrüssung
- ✓ Dank für Teilnahmebereitschaft
- ✓ Vorstellung von Interviewerin und ihrer Funktion
- ✓ Erklärung der Interviewform (halbstrukturiertes Interview) und der geplanten Zeit
- ✓ Vorstellung der Fragestellung
- ✓ Fragen der Interviewpartnerin

Persönliche Angaben zur Expertin

Name	<input type="text"/>	Vorname	<input type="text"/>
Adresse	<input type="text"/>	Wohnort	<input type="text"/>
Natel	<input type="text"/>	Email	<input type="text"/>
Alter	<input type="text"/>	Geschlecht	<input type="text"/>
BMAT seit	<input type="text"/>	Anzahl Parties	<input type="text"/>
Funktion	<input type="text"/>	Aufgaben	<input type="text"/>

Inhaltliche Fragen zu BMAT				
<i>Nr.</i>	<i>Leitfrage</i>	<i>Check, wurde dies angesprochen</i>	<i>Konkrete Frage</i>	<i>Aufrechterhaltungs-/ Steuerungsfragen</i>
01	Ziel von BMAT	Kein Alkohol am Steuer, Abstinenz	Welches Ziel hat BMAT in deinen Augen?	Geht es dabei um nüchterne Fahrzeuglenkende oder um Suchtprävention? Soll der Verzicht auf Alkoholkonsum auf den Abend begrenzt gegeben sein oder auf längerfristig?
02	Entwicklung von BMAT	Elemente, Anzahl Mitarbeitende, Anzahl Veranstaltungen, Anzahl und Grösse von Partnern, Austausch mit anderen Kantonen	Wie ist die Entwicklung von BMAT seit seiner Entstehung im Jahr 2006?	Was hat sich verändert? Was hat sich verbessert? Was war früher besser?
03	Wirkungsdauer BMAT	Abendliches Programm, Erweiterung Programm, Mailing, Angel Card	Gibt es Elemente von BMAT, welche eine längerfristige Wirkung anstreben?	Beschreibe dieses Element Ist dieses Element noch Teil des Programms? Warum nicht? Was beinhaltet dieses Element?
04	Anreizsystem: Verlosung	Fahrertraining, Navigationsgerät	Wie werden Preise für die Verlosung ausgewählt? Wer stellt diese zur Verfügung??	Welche Preise sind dir bekannt? Welche scheinen besonders gut anzukommen? Welche Empfehlung würdest du abgeben?
05	Anreizsystem: Getränke	Gutscheine für alkoholfreie Getränke zum halben Preis, Gratis-Getränke	Wie und von wem wird die Anzahl Gutscheine für Getränke zum halben Preis definiert?	Sind die Gutscheine immer für eine Preisreduktion? Gibt es auch Gratis-Getränke?
06	Alkoholverbot Neulenkende	Erhöhte Teilnahme, einfacheres Ansprechen	Führte das seit dem Jahr 2014 geltende Alkoholverbot für Neulenkende zu spürbaren Veränderungen im Konsumverhalten von Fahrzeuglenkenden?	Machen mehr Angel mit als noch in den Jahren zuvor?
07	Mitarbeitende BMAT	Auftreten, Kleidung, Freundlichkeit, Verkaufstalent, Kommunikation, Alter	Kennst du andere Mitarbeitende von BMAT und kannst du Unterschiede erkennen?	Was kommt bei den Jugendlichen besonders gut an? Welche Sorte von Mitarbeitenden würdest du empfehlen?
08	Verhältnis Angel und Fahrer	Anzahl Angel, Anzahl Fahrzeuglenkende	Wie viele angesprochene Fahrzeuglenkende nehmen tatsächlich am Programm teil?	Laut eigenen Beobachtungen nehmen ca. 98% der Angesprochenen teil

Erfassung des gesamten Präventionsprogrammes

Nr.	Leitfrage	Check, wurde dies angesprochen	Konkrete Frage	Aufrechterhaltungs-/ Steuerungsfragen
09	BMAT und HAPA	siehe Elemente von Modell	<p>Ich möchte BMAT dem sozial-kognitive Prozessmodell gesundheitlichen Handelns (Health Action Process Approach, HAPA, Schwarzer, 2004) zuordnen. Dazu benötige ich Kenntnisse zum gesamten Ablauf von BMAT.</p> <p>Bitte beschreibe den üblichen und vollständigen Ablauf von BMAT mit allen dir bekannten Elementen. Ich werde die einzelnen Abläufe, Elemente etc. festhalten und zu einem späteren Zeitpunkt eine Zuordnung zum erwähnten Modell vornehmen.</p>	<p>Welche Elemente folgen im Programm aufeinander?</p> <p>Welche Elemente sind Teil des Programms?</p> <p>Was passiert wenn...?</p>

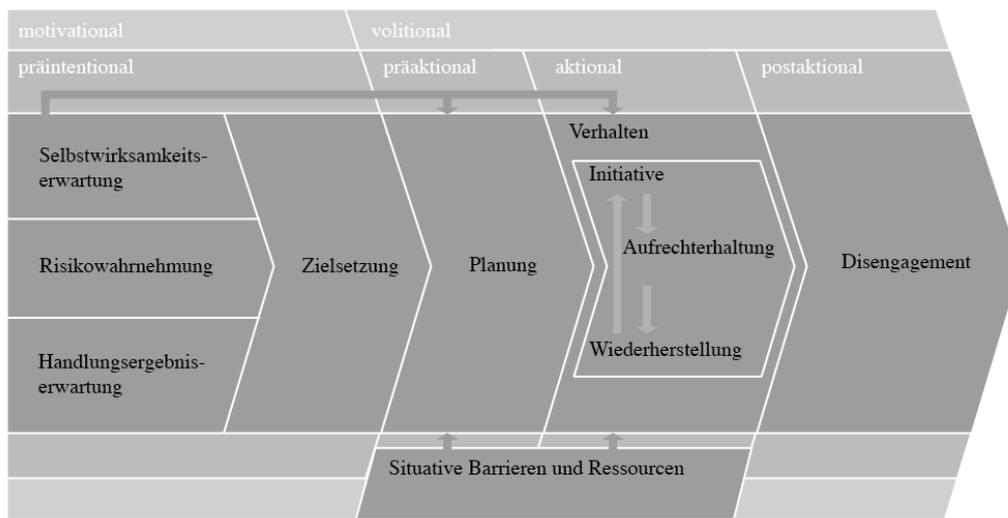


Abb. 1: Sozial-kognitive Prozessmodell gesundheitlichen Handelns, Health Action Process Approach, HAPA (eigene Darstellung in Anlehnung an Schwarzer, 2004)

Abschluss des Experteninterviews

Vielen Herzlichen Dank für deine ehrlichen Antworten. Ich werde den Bericht mit deinen Angaben vervollständigen und daraus einen Online-Fragebogen für ehemalige Angel erstellen.

Deine Personalien werden in meinem Bericht nicht erwähnt und dienen allein meinem Verständnis.

Hast du noch offene Fragen?

Anhang D: Online-Fragebogen

www2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SE5-52d2b09512aca3ca97cb1fa99b4b1400

8%

LIEBER ANGEL

Vielen Dank für deine Teilnahme.
Du unterstützt damit die Verbesserung von be my angel tonight!
Deine Angaben werden anonym verarbeitet und deine Personalien nur für die Zustellung deiner Belohnung verwendet.
Die Umfrage dauert ca. 10 Minuten.

VIELEN HERZLICHEN DANK

Welches Dankeschön dürfen wir dir zustellen?

- TATTOO-Gutschein im Wert von CHF 50.00 (Sponsor: PimpSkinTattoo Gränichen)
- Gutschein von STARBUCKS im Wert von CHF 10.00 (Sponsor: ehemalige Teilnehmerin)

Wie lautet deine Emailadresse?
Diese ist für den Versand deiner Belohnung notwendig.

be my **Angel** tonight

PimpSkinTattoo

www2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SE5-52d2b09512aca3ca97cb1fa99b4b1400

11%

Wie gefallen dir die Drucksaachen von be my angel tonight?
Bitte begründe deine Auswahl.
Rechtsgenösslich findest du ein Bild von aktuellen Flyers. Die Plakate und Banner sind im gleichen Stil gehalten.

sehr schlecht schlecht neutral gut sehr gut

Begründung:



be my **Angel** tonight

PimpSkinTattoo

16%

Wie gefällt dir der Stand von **be my angel tonight?**
 Bitte begründe deine Auswahl.
 Nachfolgend findest du ein Bild des Standes.

sehr schlecht schlecht neutral gut sehr gut

Begründung:



Zurück Weiter

be my **ANGEL** tonight Pump Skin Tattoo

21%

Wie gefällt dir die Vereinbarung von **be my angel tonight?**
 Bitte begründe deine Auswahl.
 Nachfolgend findest du ein Bild des Formulars.

sehr schlecht schlecht neutral gut sehr gut

Begründung:

Vereinbarung

Gansingen, 13. Dezember 2014

ANGEL-Personalien (Bitte **leserlich** und **vollständig** ausfüllen)

Die **PERSÖNLICHEN DATEN** WERDEN NUR FÜR EINE ALLFÄLIGE GEWÖHNENACHRICHTUNG VERWENDET

Name: Vorname:
 Adresse: PLZ, Ort:
 Telefon: E-Mail:

Geschlecht: weiblich männlich
 Alter: 16 - 17 18 - 20 21 - 25 26 Jahre und älter
 Fahrlizenz seit: 0-2 Jahre 3-5 Jahre 5-10 Jahre mehr als 10 Jahre

ANGEL-Vorteil
 Hast du bereits an einer Party als ANGEL mitgemacht? ja nein

Warum unterschreibst du heute die Angel-Vereinbarung?
 Sonst trinke ich max. 1 bis 2 Gläser Alkohol wenn ich fahre
 Ich verheisse heute Abend wegen dem Angel-Projekt auf den Alkohol
 Ich trinke nie Alkohol
 Ich trinke keinen Alkohol wenn ich fahre
 anderer Grund:

Wie häufig besuchst du Partys wie heute Abend?
 halbjährlich monatlich alle 2 Wochen jedes Weekend

Wie viele Personen chauffierst du heute Abend?
 ich fahre allein 1 MitfahrerIn 2 MitfahrerIn 3 und mehr

Bestehen in deiner Gruppe Abmachungen bezüglich der Heimfahrt?
 Eigentlich fahre immer ich
 Wir wechseln uns ab
 Es fährt, wer dazu noch in der Lage ist

ANGEL-Vorteile

- 2 Gutscheine für alkoholfreie Getränke zum 1,- Preis
- Vermindertes Unfallrisiko auf der Heimfahrt von der Party
- Teilnahme an der Preis-Verlosung bei Rückmeldung am Angel-Stand vor der Heimfahrt
- Jeder erfolgreiche Angel kann einen Bonus erhalten einen Bonus im Wert von CHF 20.00 für den Besuch eines obligatorischen WAD- oder freiwilligen Auto-Kurses im www.assr.ch in Regensdorf.

Sponsoren:



ANGEL-Verpflichtung
 Mit meiner Unterschrift verpflichte ich mich, an der heutigen Party keinen Alkohol und keine illegalen Drogen zu konsumieren. Ich nehme damit meine (Schutz-)Angel-Funktion bewusst wahr und bestehe einen Beitrag an die Strassenverkehrsicherheit.
 Wenn ich mich vor der Heimfahrt wieder am ANGEL-Stand melde, nehme ich an der Verlosung der Preise teil. Es ist mir bewusst, dass dabei Promille-Blasstests gemacht werden.

Unterschrift: Angel-Nr: 55

Ein Projekt des Blauen Kreuzes Argawalden, Herwegstrasse 55, 8600 Aarau, www.blaukruz.ch

Zurück Weiter

be my **ANGEL** tonight Pump Skin Tattoo

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SES=52d2b09512a93ca97cb1fa99b4b1400

26%

Wie findest du die Mitarbeitenden von *be my angel tonight*? (Freundlichkeit, Auftreten, Kommunikation, Outfit)
Bitte begründe deine Auswahl.
Nachfolgend findest du ein Beispielbild.

sehr schlecht schlecht neutral gut sehr gut

Begründung:



Zurück Weiter

be my angel tonight Pump Skin Tattoo

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SES=52d2b09512a93ca97cb1fa99b4b1400

32%

Wie findest du die Idee der Getränkgutscheine als Belohnung für deine Teilnahme?
Bitte begründe deine Auswahl.
Nachfolgend findest du ein Beispielbild der Gutscheine.

sehr schlecht schlecht neutral gut sehr gut

Begründung:



Zurück Weiter

be my angel tonight Pump Skin Tattoo

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SE5-52d2b09512aca3ca97cb1f99b4b1400

37%

Wie findest du die Idee des Gutscheins für ein Fahrertraining bei ASSR im Wert von CHF 30.00 als Belohnung für deine erfolgreiche Teilnahme?
Bitte begründe deine Auswahl.
 Die ASSR bietet obligatorische als auch freiwillige Kurse rund ums Fahren an.

sehr schlecht schlecht neutral gut sehr gut

Begründung:

GUTSCHEIN

IM WERT VON CHF 30



FÜR DEN BESUCH EINES OBLIGATORISCHEN WAB-KURSES

ODER DEN BESUCH EINES FREIWILLIGEN AUTOKURSES

Zurück
Weiter

be mu
angel
Lanight
PumpSkinTattoo

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SE5-52d2b09512aca3ca97cb1f99b4b1400

42%

Wie findest du die Preise der Verlosung als Belohnung für deine erfolgreiche Teilnahme? (TomTom, Reka-Checks, Kinogutscheine)
Bitte begründe deine Auswahl.
 Nachfolgend findest du ein Beispielbild der Preise.

sehr schlecht schlecht neutral gut sehr gut

Begründung:



Zurück
Weiter

be mu
angel
Lanight
PumpSkinTattoo

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SES=52d2b09512aca3ca97cb1f899b4b1400

47%

Wie findest du die Idee des Promilletests, welchen einige Angel vor dem Verlassen der Party durchführen müssen?
Bitte begründe deine Auswahl.
Nachfolgend findest du ein Beispiel eines Alkohol-Testgerätes.

sehr schlecht schlecht neutral gut sehr gut

Begründung:



Zurück Weiter

be my Angel tonight PumpSkinTattoo

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SES=52d2b09512aca3ca97cb1f899b4b1400

53%

Hast du durch deine Teilnahme an be my angel tonight etwas über Alkohol am Steuer gelernt?

Nein
 Ja

Zurück Weiter

be my Angel tonight PumpSkinTattoo

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SES=52d2b09512aca3ca97cb1f899b4b1400

58%

Welche Altersgruppe ist besonders gefährdet durch Unfälle unter Einfluss von Alkohol?

16- bis 30-Jährige 31- bis 50-Jährige 51- bis 70-Jährige Weiss ich nicht

Zurück Weiter

be my Angel tonight PumpSkinTattoo

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SES=52d2b09512aca3ca97cb1f899b4b1400

63%

Was hast du stattdessen gelernt?
Bitte führe einige Stichworte auf.

Zurück Weiter

be my Angel tonight PumpSkinTattoo

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SES=52d2b09512aca3ca97cb1fa99b4b1400

59%

Für welches Verhalten wurdest du mit deiner Teilnahme an *be my angel tonight* motiviert?
Bitte schreibe einige Schlüsselwörter dazu in die untenstehende Box.

Wie stark motiviert warst du nach Abschluss der Vereinbarung, nüchtern zu feiern und zu fahren?

sehr schwach schwach neutral stark sehr stark

Wie gut hat dich das Programm unterstützt, nüchtern zu feiern und zu fahren?
Unterstützung: Kontakt mit Mitbewilligten, Gutscheine, etc.

sehr schlecht schlecht neutral gut sehr gut

War es dir am Veranstaltungsabend mit *be my angel tonight* möglich, auf Alkohol zu verzichten?
Keine Angst, die Belohnung für deine Teilnahme kriegst du in jedem Fall. Danke für deine Ehrlichkeit.

Nein
 Ja

Zurück Weiter

be my angel tonight *Pure Skin Tattoo*

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SES=fb665f3815aaf2dcebf7ec16de8845b

66%

Aus welchem Grund konntest du an diesem Abend nicht nüchtern feiern und fahren?

Das Programm hat mich nicht angesprochen.
 Meine Freunde haben mich demotiviert.
 Ich habe es versucht, bin aber gescheitert.
 Es war ein Versehen.
 Andere Gründe (bitte ergänzen):

Zurück Weiter

be my angel tonight *Pure Skin Tattoo*

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SES=52d2b09512aca3ca97cb1fa99b4b1400

75%

Haast du als FAHRER/IN an Veranstaltungen OHNE die Anwesenheit von *be my angel tonight* bereits auf Alkoholkonsum verzichtet?

Nein
 Ja

Zurück Weiter

be my angel tonight *Pure Skin Tattoo*

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SE5-52d2b0512acs3cs97cb1f899b4b1400

81%

Hast du als FahrerIn die ABSICHT, an Veranstaltungen OHNE die Anwesenheit von *be my angel tonight* auf Alkoholkonsum zu verzichten?

Nein
 Ja

Zurück Weiter

be my **Angel** tonight *Pure Skin Tattoo*

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SE5-52d2b0512acs3cs97cb1f899b4b1400

87%

Hast du als MITFAHRER/IN an Veranstaltungen OHNE die Anwesenheit von *be my angel tonight* bereits auf Alkoholkonsum verzichtet?

Nein
 Ja

Zurück Weiter

be my **Angel** tonight *Pure Skin Tattoo*

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SE5-52d2b0512acs3cs97cb1f899b4b1400

94%

Hast du als MitfahrerIn die ABSICHT, an Veranstaltungen OHNE die Anwesenheit von *be my angel tonight* auf Alkoholkonsum zu verzichten?

Nein
 Ja

Zurück Weiter

be my **Angel** tonight *Pure Skin Tattoo*

ww2.unipark.de/uc/Ausbildung/e3a2/ospe.php?SE5-52d2b0512acs3cs97cb1f899b4b1400

100%

VIELEN DANK FÜR DEINE TEILNAHME!

Dein ausgewähltes Geschenk wird dir in den nächsten Tagen per Post zugestellt.
Bei Fragen freue ich mich über eine Nachricht.

Nicole Berner
Blauer Kreuz Aargau/Luzern
angel.aglu@blaueskreuz.ch

be my **Angel** tonight *Pure Skin Tattoo*

Anhang E: Kategoriensystem zur Bewertung des Flyers

Kategorie	Code	Definition	Ankerbeispiel	Codierregel
01 Farben	01 positiv	Farbwahl wird positiv bewertet	Nr. 15: "...sehr gut mit den Farben gespielt."	Alle Aussagen, bei denen die Farbe positiv erwähnt wird
	02 negativ	Farbwahl wird negativ bewertet	Nr. 27: "Farbkombo könnte auch besser sein"	Alle Aussagen, bei denen die Farbe negativ erwähnt wird.
02 Design	01 modern, ansprechend, kreativ	Design wird positiv bewertet	Nr. 15: "Ist sehr ansprechend..."	Alle Aussagen, bei denen das Design positiv erwähnt wird.
	02 negativ: unprofessionell, altmodisch	Design wird als zu altmodisch, unprofessionell bezeichnet	Nr. 48: " es sieht nicht professionel aus"	Alle Aussagen, bei denen das Design als altmodisch oder unprofessionell bezeichnet wird.
	03 negativ: zu modern, zu jugendlich	Design wird als zu modern bezeichnet	Nr. 06: "zu modern"	Alle Aussagen, bei denen das Design als zu modern bezeichnet wird.
	04 auffallend	Design wird auffallend bezeichnet	Nr. 14: "auffallend"	Alle Aussagen, bei denen das Design als auffallend bezeichnet wird.
	05 nicht auffallend	Design wird nicht auffallend bezeichnet	Nr. 32: "Nicht alzu auffallend"	Alle Aussagen, bei denen das Design als unauffällig bezeichnet wird.
03 Übersichtlichkeit	01 übersichtlich	Flyer wird übersichtlich wahrgenommen	Nr. 54: "Nicht überladen."	Alle Aussagen, bei denen der Flyer als übersichtlich bezeichnet wird.
	02 nicht übersichtlich	Flyer wird unübersichtlich wahrgenommen	Nr. 26: "... zu viel auf einmal."	Alle Aussagen, bei denen der Flyer als unübersichtlich bezeichnet wird.
04 Logo Angel	01 positiv	Logo wird positiv bewertet	Nr. 30: "Der Engel als Symbol finde ich passend..."	Alle Aussagen, bei denen das Logo positiv bewertet wird.
	02 negativ	Logo wird negativ bewertet	Nr. 51: "Zu Kindisch..."	Alle Aussagen, bei denen das Logo negativ bewertet wird.
05 Thematik	01 erkennbar	Thematik des Flyers wird erkannt	Nr. 54: "Super klare Botschaft!"	Alle Aussagen, bei denen die Thematik wahrgenommen wird.
	02 nicht erkennbar	Thematik des Flyers wird nicht erkannt	Nr. 17: "... sollte die Grundhandlung mehr in den vorder Grund gesetzt werden."	Alle Aussagen, bei denen die nicht Thematik wahrgenommen wird.
06 Hintergrund	01 positiv	Hintergrund wird positiv bewertet	Nr. 18: "Hintergrund ist zu verpixelt"	Alle Aussagen, bei denen der Hintergrund positiv bewertet wird.
	02 negativ	Hintergrund wird negativ bewertet	Nr. 27: "Mir gefallen ... der unscharfe Hintergrund nicht so gut"	Alle Aussagen, bei denen der Hintergrund negativ bewertet wird.
07 Kugeln 3D	01 negativ	Kugeln werden negativ bewertet	Nr. 18: "Kugeln in 3D gehen meiner Meinung nach gar nicht."	Alle Aussagen, bei denen die Kugeln negativ bewertet werden.
08 Wiedererkennungswert	01 vorhanden	Wiedererkennungswert wahrgenommen	Nr. 61: "...ist es in der erinnerung!"	Alle Aussagen, bei denen ein Wiedererkennungswert wahrgenommen wird.
09 Schrift	01 positiv	Schriftauswahl wird positiv bewertet	Nr. 18: "Schrift gefällt mir sehr gut"	Alle Aussagen, bei denen die Schrift positiv bewertet wird

Anhang F: Kategoriensystem zur Bewertung des Angel-Standes

Kategorie	Code	Definition	Ankerbeispiel	Codierregel
01 Platzierung	01 Platzierung positiv	Angebot wird positiv bewertet	Nr. 27: "gut platziert"	Alle Aussagen, bei denen die Platzierung des Standes positiv bewertet wird.
02 Standform	01 Zelt positiv	Zelt wird positiv bewertet	Nr. 30: "Dach über dem Kopf"	Alle Aussagen, bei denen die Standform positiv bewertet wird
	02 instabil	Stand wird als instabil bezeichnet	Nr. 38: "Theke und Zelt etwas instabil"	Alle Aussagen, bei denen der Angelstand als instabil bezeichnet wird.
03 Thematik	01 erkennbar	Thematik wird erkannt	Nr. 23: "Wer fährt trinkt nicht"	Alle Aussagen, bei denen die Thematik des Standes als erkennbar bezeichnet wird
	01 nicht erkennbar	Thematik wird nicht erkannt	Nr. 80: "message ist nicht auf den 1. Blick erkennbar"	Alle Aussagen, bei denen die Thematik des Standes als nicht erkennbar bezeichnet wird
04 Grösse	01 Grösse positiv	Standgrösse ausreichend	Nr. 24: "Gute grösse"	Alle Aussagen, bei denen die Standgrösse positiv bewertet wird
	01 Grösse negativ	Standgrösse zu klein	Nr. 67: "etwas klein"	Alle Aussagen, bei denen die Standgrösse negativ bewertet wird
05 Mitarbeitende	01 positiv	Mitarbeitende werden positiv wahrgenommen	Nr. 59: "immer aufgestellte arbeiter/innen"	Alle Aussagen, bei denen die Mitarbeitenden positiv bewertet werden
06 Farbe	01 positiv	Farbe des Standes wird positiv bewertet	Nr. 22: "Ich finde die Farben cool"	Alle Aussagen, bei denen die Farben positiv bewertet werden
	01 negativ	Farbe des Standes wird negativ bewertet	Nr. 41: "etwas bunt"	Alle Aussagen, bei denen die Farben negativ bewertet werden
07 Gestaltung	01 auffallend	Standgestaltung auffallend	Nr. 19: "Klein aber auffällig"	Alle Aussagen, bei denen die Standgestaltung als auffallend bezeichnet wird
	02 nicht auffallend	Standgestaltung nicht auffallend	Nr. 12: "Nicht sehr auffällig"	Alle Aussagen, bei denen die Standgestaltung als unauffällig bezeichnet wird
	03 einladend	Standgestaltung einladend	Nr. 06: "anregend um vorbei zu schauen"	Alle Aussagen, bei denen die Standgestaltung als einladend bezeichnet wird
	04 nicht ansprechend	Standgestaltung nicht ansprechend	Nr. 54: „Wenig ansprechend“	Alle Aussagen, bei denen die Standgestaltung als nicht ansprechend bezeichnet wird
08 Design	01 Design negativ	Design negativ bewertet	Nr. 80: "etwas zu kindlich gehalten"	Alle Aussagen, bei denen das Design negativ bewertet wird
	02 Logo fehlt	Logo fehlt in Standgestaltung	Nr. 34: "mit Logo-Sticker versehen"	Alle Aussagen, welche das Logo am Stand vermissen
09 Wiedererkennungswert	01 vorhanden	Wiedererkennungswert wird wahrgenommen	Nr. 58: "Flyer und Stand sind identisch"	Alle Aussagen, bei denen der Wiedererkennungswert wahrgenommen wird.
10 NAB	01 fällt auf	Logo der NAB fällt auf	Nr. 15: "Das NAB Logo fällt ... auf"	Alle Aussagen, bei denen die NAB vorkommt.
11 Aktivitäten neben Stand	01 fehlen	Aktivitäten neben der Theke fehlen	Nr. 61: "sollte ... an der Kasse werbung gemacht werden"	Alle Aussagen, die über fehlende Aktivitäten neben dem Stand berichten.

Anhang G: Kategoriensystem zur Bewertung der Vereinbarung

Kategorie	Code	Definition	Ankerbeispiel	Codierregel
01 Angebot	01 Angebot positiv	Angebot wird positiv bewertet	Nr. 12: "Mega gutes angebot"	Alle Aussagen, bei denen das Angebot positiv bewertet wird
	02 Angebot negativ	Angebot wird negativ bewertet	Nr. 23: "Ein Getränk könnte auch gratis sein"	Alle Aussagen, bei denen das Angebot negativ bewertet wird
02 Thematik	01 Thematik erkennbar	Thematik wird erkannt	Nr. 22: "setzt voraus, keinen Alkohol zu trinken ..."	Alle Aussagen, bei denen die Thematik wahrgenommen wird
03 Übersichtlichkeit	01 übersichtlich	Vereinbarung wird übersichtlich wahrgenommen	Nr. 06: "Übersichtlich"	Alle Aussagen, bei denen die Vereinbarung als übersichtlich bezeichnet wird
	02 nicht übersichtlich	Vereinbarung wird unübersichtlich wahrgenommen	Nr. 36: "zu viel text"	Alle Aussagen, bei denen die Vereinbarung als unübersichtlich bezeichnet wird
04 Verständlichkeit	01 verständlich	Vereinbarung wird verständlich wahrgenommen	Nr. 24: "verständlich"	Alle Aussagen, bei denen die Vereinbarung als verständlich bezeichnet wird
05 Dauer	01 positiv	Dauer der Bearbeitung wird positiv bewertet	Nr. 11: "die wichtigsten Fragen werden gestellt."	Alle Aussagen, bei denen die Bearbeitungsdauer positiv bewertet wird.
	02 negativ	Dauer der Bearbeitung wird negativ bewertet	Nr. 38: "zu viel zum ... beantworten"	Alle Aussagen, bei denen die Bearbeitungsdauer negativ bewertet wird.
06 Layout	01 positiv	Layout wird positiv bewertet	Nr. 15: "Sehr ansprechend"	Alle Aussagen, bei denen das Layout positiv bewertet wird.
	02 negativ	Layout wird negativ bewertet	Nr. 34: "kein Layout"	Alle Aussagen, bei denen das Layout negativ bewertet wird.
07 Papierformat	01 negativ	Papierformat wird negativ bewertet	Nr. 46: "evtl. A5-Format verwenden"	Alle Aussagen, bei denen das Papierformat negativ bewertet wird.
08 Wiedererkennungswert	01 nicht vorhanden	Wiedererkennungswert wird nicht wahrgenommen	Nr. 34: "orientiert sich nicht an Flyer"	Alle Aussagen, bei denen kein Wiedererkennungswert wahrgenommen wird.
09 Inhalt	01 positiv	Inhalt wird positiv bewertet	Nr. 28: "motivierend"	Alle Aussagen, bei denen der Inhalt positiv bewertet wird.
	02 negativ	Inhalt wird negativ bewertet	Nr. 31: "Leider keine Konsequenzen bei Vertragsbruch"	Alle Aussagen, bei denen der Inhalt negativ bewertet wird.
09 Ehrlichkeit der TN	01 fraglich	Die Ehrlichkeit der Teilnehmenden wird in Frage gestellt.	Nr. 56: "Gefahr ... , ob alles ehrlich ausgefüllt wird"	Alle Aussagen, bei denen die Ehrlichkeit der Teilnehmenden betroffen ist.

Anhang H: Kategoriensystem zur Bewertung der Mitarbeitenden

Kategorie	Code	Definition	Ankerbeispiel	Codierregel
01 Auftreten	01 positiv	Mitarbeitende wirken freundlich	Nr. 19: "Nette leute"	Alle Aussagen, bei denen die Mitarbeitenden freundlich wahrgenommen werden
	03 hilfsbereit und aufmerksam	Mitarbeitende werden hilfsbereit und aufmerksam wahrgenommen	Nr. 14: "hilfsbereit"	Alle Aussagen, bei denen die Mitarbeitenden hilfsbereit wahrgenommen werden
	04 nicht aufdringlich	Mitarbeitende wirken nicht aufdringlich	Nr. 18: "nicht aufdringlich"	Alle Aussagen, bei denen die Mitarbeitenden nicht aufdringlich wahrgenommen werden
02 Kompetenzen	01 fachkundig	Mitarbeitende werden kompetent wahrgenommen	Nr. 25: "erklären alles gut"	Alle Aussagen, bei denen die Mitarbeitenden als nicht aufdringlich bezeichnet werden
03 Kleidung	01 langweilig, unauffällig	Kleidung wirkt langweilig	Nr. 15: "fallen etwas zu wenig auf"	Alle Aussagen, bei denen die Kleidung als langweilig bezeichnet wird
	02 abgewetzt	Kleidung wirkt abgewetzt	Nr. 34: "Kleidung dürfte mal wieder neu bedruckt werden"	Alle Aussagen, bei denen die Kleidung als abgewetzt bezeichnet wird
	03 gut	Kleidung wird positiv bewertet	Nr. 51: "gute Kleidung"	Alle Aussagen, bei denen die Kleidung positiv wahrgenommen wird.
04 Kommunikation	01 positiv	Kommunikation wird positiv bewertet	Nr. 31: "Kommunikation ... vorbildlich"	Alle Aussagen, bei denen die Kommunikation positiv wahrgenommen wird.
	02 unsicher	Mitarbeitende wirken unsicher im Gespräch	Nr. 34: "... Reden unsicher um das Thema herum"	Alle Aussagen, bei denen die Mitarbeitenden als unsicher im Gespräch bezeichnet werden
05 Motivation	01 motiviert	Mitarbeitende wirken motiviert im Gespräch	Nr. 85: "engagiert"	Alle Aussagen, bei denen die Mitarbeitenden als motiviert bezeichnet werden
	02 unmotiviert	Mitarbeitende wirken unmotiviert im Gespräch	Nr. 32: "teilweise unmotiviert"	Alle Aussagen, bei denen die Mitarbeitenden als unmotiviert bezeichnet werden
06 Wartezeit	01 lang	Wartezeit an Theke ist zu lange	Nr. 34: "nicht direkt bedient"	Alle Aussagen, bei denen die Wartezeit an der Theke als lange bewertet wird.
07 Anzahl Veranstaltungen	01 niedrig	zu wenige Veranstaltungen mit BMAT	Nr. 79: "war schon lange nicht mehr an einer Party, wo ich my angel angetroffen habe"	Alle Aussagen, bei denen die Anzahl der Veranstaltungen als zu niedrig bezeichnet wird

Anhang I: Kategoriensystem zur Bewertung der Getränkegutscheine

Kategorie	Code	Definition	Ankerbeispiel	Codierregel
01 Angebot	01 toll	Angebot wird positiv bewertet	Nr. 25: "tolles Angebot"	Alle Aussagen, bei denen das Angebot als toll bezeichnet wird.
	02 nicht nützlich	Angebot ist nicht nützlich	Nr. 26: "brauche ich ... fast nicht."	Alle Aussagen, bei denen das Angebot als nicht nützlich bezeichnet wird
02 Belohnung	01 für Alkoholverzicht	Gutscheine werden als Belohnung für Alkoholverzicht wahrgenommen	Nr. 18: "so hat man eine ... Belohnung"	Alle Aussagen, bei denen die Gutscheine als Belohnung für den Alkoholverzicht bezeichnet werden.
03 Motivation	01 für Aufrechterhaltung	Gutscheine werden als Motivation für die Aufrechterhaltung des Verhaltens wahrgenommen	Nr. 34: unterstützt bei Entscheidung für alkoholfreie Getränke"	Alle Aussagen, bei denen die Gutscheine als Motivation für die Aufrechterhaltung des Alkoholverzichts bezeichnet werden.
04 System	01 besser gratis	Teilnehmende ziehen kostenfreie Getränke vor	Nr. 23: 1 gratis ... wäre besser"	Alle Aussagen, bei denen gratis Getränke bevorzugt würden.
	02 zu wenig Gutscheine	Anzahl Gutscheine zu niedrig	Nr. 58: "3 reichen für einen Abend nicht aus"	Alle Aussagen, bei denen mehr Gutscheine gewünscht werden.
	03 grosszügig	Anzahl Gutscheine angenehm	Nr. 34: "Drei Stück reichen völlig aus"	Alle Aussagen, welche die Anzahl Gutscheine als grosszügig bezeichnen
	03 möchte was anderes	Teilnehmende ziehen etwas anderes vor	Nr. 54: "gäbe noch andere Belohnungen"	Alle Aussagen, die etwas anderes den Getränkegutscheinen vorziehen würden.
	04 Gültigkeit an allen Bars	Gutscheine sollen nicht nur an einer Bar gültig sein	Nr. 71: "müssten ... an allen Bezugsorten gelten"	Alle Aussagen, die die Gültigkeit der Gutscheine ansprechen

Anhang J: Kategoriensystem zur Bewertung des Gutscheins von ASSR

Kategorie	Code	Definition	Ankerbeispiel	Codierregel
01 Nützlichkeit	01 nützlich, sinnvoll	Gutschein wird als nützlich bezeichnet	Nr. 15: "das kann man immer gebrauchen!"	Alle Aussagen, bei welchen der Gutschein als nützlich bezeichnet wird
	02 besser als nichts	Gutschein wird nicht besonders stark geschätzt	Nr. 19: "schon etwas weniger vorteil"	Alle Aussagen, bei welchen der Gutschein kaum geschätzt wird
	03 nicht nützlich	Gutschein ist nicht nützlich	Nr. 20: "würde ihn nie machen!"	Alle Aussagen, bei welchen der Gutschein als unnützlich bezeichnet wird
02 WAB	01 brauchen nur Neulenkende	Gutschein kann nicht verwendet werden	Nr. 23: "für die Anfänger sicher nicht schlecht"	Alle Aussagen, die den Sinn des Gutscheins nur bei Neulenkenden erkennen können
	02 erhöht Sicherheit	Kursbesuch erhöht Sicherheit	Nr. 01: "sind wichtig und interessant"	Alle Aussagen, die die Sicherheit im Strassenverkehr ansprechen
	03 Pro Lernen	Befürwortung von Lernen	Nr. 22: "weil man nie genug lernen kann"	Alle Aussagen, die Lernen positiv betrachten
	04 gut für Prämien	Kursbesuch reduziert Prämien	Nr. 17: "... plus noch prämien verbilligung"	Alle Aussagen, welche die Prämienreduktion durch Kursbesuch ansprechen
03 Belohnung	01 für Alkoholverzicht	Gutschein wird als Belohnung für Alkoholverzicht bezeichnet	Nr. 41: "motiviert ... keinen Alkohol zu trinken"	Alle Aussagen, welche die Gutscheine als Belohnung für das alkoholfreie Feiern und Fahren bezeichnen
	02 keinen erhalten	Trotz Teilnahme keinen Gutschein erhalten	Nr. 47: "habe noch keinen bekommen"	Alle Aussagen, welche von fehlenden Gutschein berichten
04 Alternative	01 Gutschein Waschanlage	Gutschein für Waschanlage bevorzugt	Nr. 33: "besser vielleicht einen gutschein für auto waschanlage"	Alle Aussagen, welche Gutscheine für eine Waschanlage bevorzugen würden
	02 Gutschein Starbucks	Gutschein für Starbucks bevorzugt	Nr. 79: "habe mehr freude an einem Starbucks gutschein"	Alle Aussagen, welche Gutscheine für Starbucks bevorzugen würden
	03 Betrag höher	Gutschein mit höherem Betrag bevorzugt	Nr. 39: "besser mehr"	Alle Aussagen, welche Gutscheine mit höherem Betrag bevorzugen würden
05 ASSR	01 Standort schlecht	Standort Regensdorf für Aargauer/innen zu weit	Nr. 14: "wenn man nicht aus dieser region kommt"	Alle Aussagen, welche den Standort von ASSR negativ bewerten.
	02 mache keinen freiwilligen Kurs	Teilnehmende machen nur obligatorischen WAB-Kurs	Nr. 33: "kenne niemand der freiwillig noch einen kurs macht"	Alle Aussagen, bei denen freiwillige Kurse nicht in Frage kommen.
	03 macht auf Kurse aufmerksam	Durch Gutschein wird auf Fahrertraining aufmerksam gemacht	Nr. 88: "macht einem auf die Kurse aufmerksam"	Alle Aussagen, welche die Sensibilisierung durch den Gutscheine ansprechen

Anhang K: Kategoriensystem zur Bewertung der Verlosungspreise

Kategorie	Code	Definition	Ankerbeispiel	Codierregel
01 Navigations- gerät	01 nützlich	Navigationsgerät wird als nützlich bezeichnet	Nr. 35: "TomTom finde ich eine gut Sache"	Alle Aussagen, die das Navigationsgerät als nützlich bezeichnen
	02 nicht nützlich	Navigationsgerät wird als nicht nützlich bezeichnet	Nr. 34: "brauche ich nicht"	Alle Aussagen, die das Navigationsgerät als nicht nützlich bezeichnen
02 Reka- Checks	01 nützlich	Reka-Checks werden als nützlich bezeichnet	Nr. 70: "finde ich sehr gut sowie auch die REKA Scheine"	Alle Aussagen, welche die Reka-Checks als nützlich bezeichnen
	02 nicht nützlich	Reka-Checks werden als nicht nützlich bezeichnet	Nr. 34: "brauche ich kaum"	Alle Aussagen, welche die Reka-Checks als nicht nützlich bezeichnen
03 Kino- gutscheine	01 toll	Kinogutscheine werden positiv bewertet	Nr. 34: "geht immer"	Alle Aussagen, welche die Kinogutscheine positiv bewerten
	02 Gültigkeit kurz	Gültigkeit der Kinogutscheine zu kurz	Nr. 53: "Kino-gutscheine waren nur noch ca. 1 Monat gültig"	Alle Aussagen, die die kurze Gültigkeit der Kinogutscheine ansprechen
04 Alternative	01 Smartphone	Smartphone wird den Preisen vorgezogen	Nr. 35: "neues natel würde einigen vielleicht besser passen"	Alle Aussagen, die ein Smartphone als Preis vorschlagen
	02 Party- gutschein	Partygutschein wird den Preisen vorgezogen	Nr. 44: "vielleicht auch party gutscheine"	Alle Aussagen, die Partygutscheine als Preis vorschlagen
	03 Wellness	Wellness wird den Preisen vorgezogen	Nr. 44: "oder wellness"	Alle Aussagen, die Wellness als Preis vorschlagen
05 Preise	01 nützlich	Preise sind nützlich	Nr. 16: "kann jeder gut gebrauchen"	Alle Aussagen, welche die Preise als nützlich bezeichnen
	02 nicht nützlich	Preise sind nicht nützlich	Nr. 20: "auch schon unnuetzliches"	Alle Aussagen, welche die Preise als nicht nützlich bezeichnen
	03 attraktiv	Preise werden positiv bewertet	Nr. 15: "ansprechende Preise"	Alle Aussagen, welche die Preise als attraktiv bezeichnen
06 Wirkung	01 Anreiz	Preise schaffen Anreiz und Motivation für Teilnahme	Nr. 01: "motivierend"	Alle Aussagen, welche die Preise als Anreiz betrachten
	02 Spannung	Die Preise erhöhen die Spannung	Nr. 84: "machens spannend"	Alle Aussagen, welche die Preise als Aufbau von Spannung bezeichnen
07 Gewinnrate	01 nie gewonnen	Bei Teilnahme keinen Preis erhalten	Nr. 30: "noch nie etwas gewonnen"	Alle Aussagen, die von einer Niete bei der Verlosung handeln

Anhang L: Kategoriensystem zur Bewertung des Promilletests

Kategorie	Code	Definition	Ankerbeispiel	Codierregel
01 Wirkung	01 Fairness	Einsatz dient der Fairness	Nr. 29: "ist nur fair"	Alle Aussagen, welche die Fairness des Einsatzes befürworten
	02 Verbindlichkeit	Einsatz dient der Verbindlichkeit	Nr. 48: "so wird das ganze sicher ernster genommen"	Alle Aussagen, welche die Verbindlichkeit ansprechen
	03 Spannung	Einsatz fördert die Spannung	Nr. 34: "Spannend"	Alle Aussagen, welche den Spannungsaufbau durch den Test ansprechen
	04 Abneigung	Einsatz kann zu Abneigung führen	Nr. 15: "kann aber auch auf Abneigung ... stossen"	Alle Aussagen, die die Abneigung gegenüber dem Test ansprechen
02 Kontrolle	01 prüft Ehrlichkeit	Test kontrolliert Ehrlichkeit	Nr. 01: "gut gegen schmarotzer"	Alle Aussagen, welche die Überprüfung der Ehrlichkeit ansprechen
	02 Anzahl Tests klein	zu wenig Tests	Nr. 88: "kannte bisher niemanden, der in die Kontrolle kam"	Alle Aussagen, welche die Anzahl Tests als zu niedrig einstufen
	03 anstelle von Vereinbarung	Test könnte Vereinbarung ersetzen	Nr. 71: "Würde reichen als Teilnahmebestätigung"	Alle Aussagen, welche die Vereinbarung durch den Promilletest ersetzen würden
	04 Betrunkene kommen nicht	Betrunkene können nicht kontrolliert werden	Nr. 46: "... die den Test nicht bestehen werden, werden wohl nicht an den Stand kommen"	Alle Aussagen, welche die Unüberprüfbarkeit der Betrunkenen ansprechen
03 Konsequenzen	01 unbekannt	Konsequenzen von Alkoholkonsum sind unbekannt	Nr. 26: "gibt es auch folgen?"	Alle Aussagen, welche die unbekanntem Konsequenzen ansprechen
	02 durchziehen	Konsequenzen müssen ausgeführt werden	Nr. 35: "bei den alkoholisierten Fahrern sollte man Massnahmen ergreifen."	Alle Aussagen, welche das Ausführen von Konsequenzen ansprechen
04 Messung	01 für alle	Messung für alle wird befürwortet	Nr. 62: „sollten auch angetrunkene pusten dürfen“	Alle Aussagen, welche die Messung für alle Besuchenden befürworten
	02 schwarz auf weiss	Ergebnis liegt schwarz auf weiss vor	Nr. 11: "man kann sich sehr schlecht selber einschätzen"	Alle Aussagen, welche das messbare, quantitative Ergebnis ansprechen
	03 Bekanntgabe Ergebnis	Messergebnis soll bekannt gegeben werden	Nr. 34: "sofern ich das Ergebnis ... erfahre"	Alle Aussagen, welche für die Bekanntgabe der Ergebnisse sprechen
05 Bewertung	01 gerechtfertigt	Test ist gerechtfertigt	Nr. 12: "Gerechtfertigt"	Alle Aussagen, welche für Rechtfertigung des Tests sprechen
	02 super	Test ist super	Nr. 35: "ist dies eine super Sache"	Alle Aussagen, welche den Einsatz des Testes befürworten
	03 Persönlichkeitsverletzung	Test stellt ev. Persönlichkeitsverletzung dar	Nr. 15: "kann ... auf ... Persönlichkeitsverletzung stossen"	Alle Aussagen, welche von Persönlichkeitsverletzung durch den Test sprechen
	04 notwendig	Test ist notwendig	Nr. 32: "muss ... gemacht werden!!!"	Alle Aussagen, welche für Notwendigkeit von Test sprechen

Anhang M: Kategoriensystem zum alternativ erlernten Wissen

Kategorie	Code	Definition	Ankerbeispiel	Codierregel
01 alkoholfrei	01 schützt	Alkoholfreies Fahren schützt vor Risiken im Strassenverkehr	Nr. 34: "Dass alkoholfrei Fahren mich und meine Kollegen schützt"	Alle Aussagen, welche das reduzierte Risiko im Strassenverkehr durch Verzicht auf Alkoholkonsum nennen
	02 macht Spass	Alkoholfreies Feiern macht Spass	Nr. 34: "dass es auch nüchtern Spass macht"	Alle Aussagen, welche das nüchterne Feiern als Spass bezeichnen
02 be my angel	01 klärt auf	be my angel klärt Besuchende auf	Nr. 59: "die Leute aufgeklärt ... Werden"	Alle Aussagen, welche die Aufklärung durch be my angel erwähnen
	02 motiviert	be my angel motiviert Besuchende zur nüchternen Fahrt	Nr. 59: "die Leute ... Motiviert werden nichts zu trinken am Steuer."	Alle Aussagen, die die Motivation zum nüchternen Fahren durch be my angel erwähnen

Anhang N: Kategoriensystem zu Motivation und Verhalten

Kategorie	Code	Definition	Ankerbeispiel	Codierregel
01 Verhalten	01 kein Alkohol am Steuer	motiviert für nüchternes Fahren	Nr. 04: "ich trinke kein alkohol wenn ich fahre"	Alle Aussagen, welche die Motivation für das nüchterne Fahren nennen.
	02 weniger/keinen Alkohol konsumieren	motiviert für weniger/keinen Alkoholkonsum	Nr. 24: "Kein alkohol im ausgang"	Alle Aussagen, welche die Motivation für weniger/keinen Alkohol nennen.
	03 Unfallvermeidung/Sicherheit	motiviert für Unfallvermeidung	Nr. 01: "unfallvermeidung"	Alle Aussagen, welche die Motivation für Sicherheit nennen.
	04 Autofahren	motiviert für Autofahren	Nr. 09: "autofahren"	Alle Aussagen, welche die Motivation für Autofahren nennen.
	05 Verzicht auf Drogenkonsum	motiviert für Verzicht auf Drogen	Nr. 55: "kein Drogenkonsum"	Alle Aussagen, welche die Motivation für den Verzicht auf Drogen nennen.
	06 verantwortungsvolles Handeln	motiviert für verantwortungsvolles Handeln	Nr. 65: "Verantwortungsvoll"	Alle Aussagen, welche die Motivation für verantwortungsvolles Handeln nennen.
	07 Vorbildfunktion für Freunde	motiviert für Vorbildfunktion	Nr. 67: "vorbild für freunde"	Alle Aussagen, welche die Motivation für eine Vorbildfunktion nennen.
	08 fahren wenn BMAT da	motiviert für Fahren wenn BMAT vor Ort ist	Nr. 68: "immer zu fahren, wenn be my angel anwesend ist"	Alle Aussagen, welche die Motivation für das Fahren mit BMAT vor Ort nennen.
02 Entscheidung	09 bereits vorher entschieden	Entschluss bereits zuvor gefasst	Nr. 12: "das stand schon fest"	Alle Aussagen, welche die bereits vorher getroffene Entscheidung zur Teilnahme nennen.
	10 Zufall	Teilnahme durch Zufall	Nr. 20: "war eher zufall"	Alle Aussagen, bei welcher die Entscheidung als Zufall bezeichnet wurde.
	11 mal ausprobieren	motiviert für erstmalige Teilnahme	Nr. 51: "wollte es mal ausprobieren"	Alle Aussagen, welche die Entscheidung für ein Ausprobieren nennen.

03 Motivation	01 Getränkegutscheine	motiviert durch Getränkegutschein	Nr. 14: "Getränkegutschein"	Alle Aussagen, bei denen die Getränkegutscheine als Motivatoren bezeichnet werden.
	02 Verlosungspreise	motiviert durch Verlosungspreise	Nr. 35: "wegen den Preisen ... machte ich auch mit"	Alle Aussagen, bei denen die Verlosungspreise als Motivatoren bezeichnet werden.
	03 Mitarbeitende	motiviert durch Mitarbeitende	Nr. 07: "durch nettes Personal ;-)"	Alle Aussagen, bei denen die Mitarbeitenden als Motivatoren bezeichnet werden.
	04 Fahrertraining	motiviert durch Gutschein Fahrertraining	Nr. 31: "gratis Fahrtraining"	Alle Aussagen, bei denen das Fahrertraining als Motivator bezeichnet wird.
	05 Angel-Stand	motiviert durch Angel-Stand	Nr. 60: "ich sah den stand und war interessiert"	Alle Aussagen, bei denen der Angel-Stand als Motivator bezeichnet wird.

Anhang P: Rangliste der Mittelwerte der Elementbewertungen

Rang	Element	Mittelwert
1	Getränk Gutscheine	4.64
2	Verlosungspreise	4.51
3	Promillemessung	4.47
4	Mitarbeitende	4.41
5	Vereinbarung	4.32
6	Stand	3.82
7	ASSR	3.72
8	Flyer	3.71
	\bar{x}	4.20

Anhang Q: Projektbeschreibung von BMAT

Projektbeschreibung „be my angel tonight“
März 2013, aktualisiert 10.06.2015



Problembeschrieb

„Wer trinkt fährt nicht – wer fährt trinkt nicht!“ so lautete bis vor wenigen Jahren der mehr oder weniger gesellschaftlich akzeptierte Grundsatz. Trotzdem starben 2011 53 Personen und 597 Personen wurden schwer verletzt, weil jemand angetrunken ans Steuer eines Fahrzeuges sass¹. Alkoholbedingte Unfälle geschehen vor allem nachts am Wochenende. Das höchste Risiko dafür haben Lenkerinnen und Lenker, die in der Regel risikoarm Alkohol konsumieren, sich aber zu gewissen Zeiten betrunken ans Steuer setzen¹.

Schon bei geringen Alkoholmengen weisen junge Lenkende (Blutalkoholkonzentration im Bereich von 0,2 Promille = 1 Standarddrink) ein signifikant erhöhtes Unfallrisiko auf. Bei schweren Unfällen aufgrund von Alkoholkonsum sind 18- bis 24-Jährige mit 12% überdurchschnittlich beteiligt. Unfälle mit schweren Personenschäden sind in dieser Altersgruppe drei Mal so häufig wie im Durchschnitt der Gesamtbevölkerung¹. Dies kann damit erklärt werden, dass bei Neulenkenden die Reaktionen auf alltägliche Verkehrssituationen noch nicht automatisiert sind. Deshalb sind sie auf die Leistungsreserve, welche in unüblichen, unvorhergesehenen Situationen zum Einsatz kommt, angewiesen. Diese wird aber bereits nach wenig Alkohol deutlich eingeschränkt, was zu schweren Leistungsdefiziten führen kann². *Zudem beeinflusst Alkoholkonsum u.a. die Aufmerksamkeit, die Wahrnehmungsfähigkeit und das Seh- und Hörvermögen negativ, verlängert die Reaktionszeit, erhöht die Risikobereitschaft und die Selbstüberschätzung.*² Besonders Neulenkende sollten ganz auf Alkohol verzichten, weil sich ihr Unfallrisiko schon durch sehr wenig Alkohol erhöht. Ihre Gefährdungsgrenze liegt bei 0,2 Promille und ein Standarddrink führt bereits zu 0,2 – 0,3 Promille Blutalkohol. Zudem sind sie beim Autofahren stärker gefordert und fahren oft risikoreicher. Zudem wächst mit dem Alkoholkonsum die Risikobereitschaft zusätzlich und negative Auswirkungen von Müdigkeit, Stress, Zeitdruck und Ärger werden verstärkt und das Sehen, die Konzentrations-, Reaktions- und Koordinationsfähigkeit werden eingeschränkt.³

Gemäss einer Umfrage befürchteten 40% der SchweizerInnen, Opfer eines Alkoholunfalls zu werden, den jemand anderes verursacht (bfu 2001). Gut 15'800 AutolenkerInnen mussten im Jahr 2002 in der Schweiz wegen Fahrens in angetrunkenem Zustand ihren Führerausweis abgeben. 443 Lernfahrausweise wurden im selben Jahr aus dem gleichen Grund entzogen (ASTRA 19.6.03).

Ballermann-, Beach- und ähnliche Partys sind in den letzten Jahren wie Pilze aus dem Boden geschossen und locken Wochenende für Wochenende Tausende von meist jungen PartybesucherInnen an. Viele dieser Grossanlässe sind nur motorisiert erreichbar oder dann ist die Heimkehr in den frühen Morgenstunden nur noch mit eigenen Fahrzeugen möglich. Zahlreichen MotorfahrzeuglenkerInnen müsste der Fahrausweis aus Sicherheitsgründen vor Ort entzogen werden. Eine repräsentative Umfrage zeigt, dass etwa ein Viertel aller AutofahrerInnen ab und zu angetrunken ans Steuer sitzt (Bächli-Biétry/Vaucher 2000). Die zunehmende Motorisierung und Mobilität erhöhen das Risiko des Fahrens in angetrunkenem Zustand weiter.

Zielsetzung des Projektes

FahrzeuglenkerInnen zwischen 16 und 25 Jahren, die im Kanton Aargau einen Anlass besuchen, bei dem der Alkoholausschank ein wichtiges Element darstellt, werden an ihre *Verantwortung im Strassenverkehr* erinnert und motiviert, sich registrieren und sichtbar kennzeichnen zu lassen. Sie *verzichten* am entsprechenden Event *auf Alkohol* und übernehmen so für ihre MitfahrerInnen eine *Schutzengel-Funktion*. Älteren Fahrzeug-lenkerInnen wird die Registrierung resp. Teilnahme selbstverständlich nicht verwehrt.

Die Gesamtmenge des durch FahrzeuglenkerInnen konsumierten Alkohols wird reduziert.

Die *Problematik des Fahrens in angetrunkenem Zustand* wird dort *thematisiert* und vorbeugend behandelt, wo sich zahlreiche Risikokonsumierende aufhalten.

Die registrierten Angels erhalten attraktive *Gegenleistungen*: ein breites und nach Möglichkeit verbilligtes Angebot an alkoholfreien Drinks. Teilnahme an einem *Wettbewerb mit attraktiven Preisen* wie Benzingutscheine, Reisen, Gutscheine für Sportevents und Konzerte. Sofern ein Sponsor gefunden wird, winkt ab 2005 an einem *Jahreswettbewerb* zusätzlich ein Auto als Jahreshauptpreis.

Medienpartnerschaften und *Sponsoring* verhelfen dem Projekt zu Attraktivität, Akzeptanz und einem hohen Bekanntheitsgrad.

Fernziel / Vision

In einigen Jahren ist es im Kanton Aargau (und darüber hinaus) eine Selbstverständlichkeit und allgemein bekannt, dass sich FahrzeuglenkerInnen an Veranstaltungen als Angel registrieren lassen resp. ihre Verantwortung selbstständig wahrnehmen und dabei von den Veranstaltern unterstützt werden.

Fahren in angetrunkenem Zustand wird zunehmend gesellschaftlich geächtet und der Slogan „Wer fährt trinkt nicht – wer trinkt fährt nicht“ wird (wieder) zur Norm.

Projektbeschreibung „be my angel tonight“
März 2013, aktualisiert 10.06.2015



Zielgruppe

FahrzeuglenkerInnen zwischen 16 und 25 Jahren, die im Kanton Aargau einen Event besuchen, *bei dem der Alkoholausschank ein wichtiges Element darstellt.*

Organisation und Zusammenarbeit

Bereits seit mehreren Jahren läuft das Projekt 'be my angel tonight' in der Romandie, koordiniert durch die Fondation Vaudoise contre l'Alcoolisme. In der Deutschschweiz setzen das Projekt die Fachstelle für Suchtprävention des Blauen Kreuzes Bern (Kanton Bern) und die Fachstelle „Alkohol am Steuer - nie!“ (Kanton Zürich) seit 2003 erfolgreich um.

Der Zentralverband des Blauen Kreuzes Kinder- und Jugendwerk mit Sitz in Bern übernimmt NEU ab sofort für alle Regionalverbände des Blauen Kreuzes, welche „be my angel tonight“ in ihrem Kanton umsetzen wollen, eine Supportfunktion. Er unterstützt und begleitet die Regionen bei der Planung, bei der Umsetzung und der Auswertung des Projektes in ihrem Kanton. Der Zentralverband arbeitet dabei auch eng mit der Fondation Vaudoise contre l'Alcoolisme und mit der ASN (Alkohol am Steuer – nie!) zusammen. Insbesondere wird ein gemeinsamer visueller Auftritt (Drucksachen, Website) angestrebt.

Auf nationaler Ebene koordinieren die drei obgenannten Organisationen gemeinsam die Entwicklung des Projektes. Innerhalb des Blauen Kreuzes wird eine Arbeitsgruppe „be my angel tonight“ ins Leben gerufen. In dieser werden sich die regionalen ProjektleiterInnen austauschen und dadurch die Wirksamkeit des Projektes prozesshaft verbessern.

Im Kanton Aargau

Im Kanton Aargau will das Blaue Kreuz AG/LU das Projekt ab Herbst 2005 lancieren. Um die für 2006 gesetzten Ziele erreichen zu können, soll Anfangs 2006 ein/e Projektleiter/in mit der Umsetzung des Projektes beauftragt werden. Diesem/r wird vom Blauen Kreuz AG/LU ein Büro inkl. Infrastruktur am Sitz des Blauen Kreuzes AG/LU in Aarau zur Verfügung gestellt. Der/die Projektleiter/in ist dem Stellenleiter des Blauen Kreuzes Kinder- und Jugendwerk AG/LU unterstellt und ist verantwortlich für die Umsetzung der Projektziele. Freiwillige MitarbeiterInnen des Blauen Kreuzes AG/LU sollen die Projektleitung bei der Durchführung des Projektes an den verschiedenen Veranstaltungen unterstützen.

MediatorInnen

Event-OrganisatorInnen im Kanton Aargau.

Massnahmen

Ansprechen der FahrzeuglenkerInnen beim Partyeingang

Die ankommenden PartybesucherInnen werden von sichtbar gekennzeichneten und gut instruierten Projektmitarbeitenden zwischen Parkplatz und Eintrittsbereich mit der Frage angesprochen „Wer fährt das Auto nach Hause?“. Die FahrzeuglenkerInnen erhalten eine bedruckten Flyer mit der Aufforderung, zum Wohl der Mitfahrenden und der anderen VerkehrsteilnehmerInnen auf den Konsum von Alkohol zu verzichten und sich als (Schutz)-Engel registrieren zu lassen (Bei wenigen freiwilligen HelferInnen, wird beim Partyeingang mit Plakaten und aufgelegten Flyern darauf aufmerksam gemacht, dass man sich, an dem durch den/die Projektleiter/in betreuten Angel-Stand auf dem Partygelände als (Schutz)-Engel registrieren lassen kann).

Vereinbarung zum Alkoholverzicht

Nach Betreten der Party können sich die FahrzeuglenkerInnen am Angel-Stand als Angel registrieren lassen. Alle Angels werden *mit einem reissfesten farbigen Armband sichtbar gekennzeichnet* und verpflichten sich in einer *schriftlichen Vereinbarung* im Wissen um ihre Verantwortung zum Alkoholverzicht. Sie nehmen zur Kenntnis, dass am Ende des Events stichprobenweise Promille-Blastests gemacht werden. Bei kleineren Events unterschreiben auch die anderen Fahrzeuginsassen die Vereinbarung und sichern so dem Angel ihre Unterstützung zu. Wenn es die örtlichen Verhältnisse erlauben, können die Angels mit ihren Mitfahrenden ein Gruppenfoto für die Internetseite knipsen lassen. Die Registrierung der Angels geschieht bewusst örtlich getrennt vom Erstkontakt, damit eine Bedenk- und Diskussionszeit besteht. So werden auch viele PartybesucherInnen an die Problematik erinnert, die sich nicht auf eine Verpflichtung zum Alkoholverzicht einlassen wollen.

Partyende und Promille-Blastest

„be my angel tonight“ ist ein Projekt des Blauen Kreuz AG / LU.
Fachstelle Prävention und Gesundheitsförderung, Herzogstrasse 50, 5000 Aarau

Seite 2 von 4

Projektbeschreibung „be my angel tonight“
März 2013, aktualisiert 10.06.2015



Bei Partyende resp. wenn sie die Party verlassen, melden sich die Angels am Angel-Stand um das Armband abzugeben. Stichprobenweise werden Promille-Blastests gemacht. Wer das Armband abgibt und den Alkoholverzicht geschafft hat, nimmt am Wettbewerb teil. Da die Armbänder nummeriert und die Nummern auf der schriftlichen Vereinbarung vermerkt sind, nimmt die Verabschiedung der Angels nur sehr wenig Zeit in Anspruch.

Eventspezifische Vergünstigungen und Wettbewerb

VeranstalterInnen, die sich zur Zusammenarbeit mit dem Angel-Projekt entschliessen, werden aufgefordert, eine möglichst breite Palette an attraktiven alkoholfreien Drinks anzubieten und diese den Angels nach Möglichkeit verbilligt abzugeben.

Die zwei im Kanton Bern durchgeführten Praxistests (Beachparty Kiesen im August 2003 und Tropical-Night Langenthal im November 2003) haben gezeigt, dass Wettbewerbe, sogar wenn nicht überaus attraktive Preise ausgeschrieben sind, eine Motivationssteigerung bewirken. Deshalb wird bei allen am Projekt teilnehmenden Anlässen für die Angels ein Wettbewerb ausgeschrieben. Je nach lokalen Gegebenheiten können die Wettbewerbspreise am Event selber oder im Nachhinein verlost werden. Die GewinnerInnen können im Internet veröffentlicht werden. Ab 2005 ist zusätzlich die Durchführung eines Jahreswettbewerbes geplant.

Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit

Internetauftritt, Layout und Druckvorlagen werden mit den Partnerorganisationen (Fondation Vaudoise contre l'Alcoolisme und ASN Alkohol am Steuer – nie!) abgestimmt. Für die Medienarbeit werden die aus anderen Projekten bestehenden Kontakte zu Medienschaffenden und Promis genutzt. Es wird versucht, überregionale Medienpartner zu gewinnen, die jeweils bekannt machen, wo „Angel-Partys“ stattfinden.

Zusätzliche Sensibilisierungs- und Lenkungsmassnahmen

Bei den Kontakten mit Veranstaltern wird darauf hingearbeitet, dass ergänzend zur Angel-Kampagne weitere strukturelle Massnahmen zur Eindämmung des Alkoholmissbrauchs umgesetzt werden (Preisgestaltung, alkoholfreie Angebote, Einhaltung der Jugendschutzvorschriften).

Ausdehnung des Projekts

Verschiedene Kantone resp. Regionalverbände des Blauen Kreuzes Kinder- und Jugendwerkes beginnen ebenfalls bereits im 2005 mit der Umsetzung des Projektes. Es sind dies SG/APP, TG, BS und BL. Im Kanton Bern wird das Projekt nach zwei erfolgreichen Jahren ebenfalls ausgedehnt und weitergeführt.

Eine Ausdehnung des Projektes in Bars, Pubs und ähnliche Lokale wird nicht aktiv gefördert, ist aber bei Bedarf denkbar.

Wirkungsziele und Wirkungsmessung

Quantifizierte Ziele des Projektes (spezifisch, messbar).

Die Wirkung ist gemäss Definition die Differenz zwischen dem, was nach Abschluss des Projektes ist und dem was wäre, wenn das Projekt nicht durchgeführt worden wäre.

Für das Jahr 2005

Anzahl Events/Einsätze mit Angel-Beteiligung (Pilotversuch im Aargau)	1/1
Anzahl registrierte Angel:	150
Anzahl Stichproben Promille-Blastests gegen Ende der Events:	50
Anzahl Stichproben mit 0,0 Promille:	40
Medienbeiträge:	3

Für das Jahr 2006

Anzahl Events/Einsätze mit Angel-Beteiligung (3 Events mit je 2 Einsätzen)	3 / 6
Anzahl registrierte Angel:	1000
Anzahl Stichproben Promille-Blastests gegen Ende der Events:	100
Anzahl Stichproben mit 0,0 Promille:	80
Medienbeiträge:	10

Projektbeschreibung „be my angel tonight“
März 2013, aktualisiert 10.06.2015



Für das Jahr 2007

Anzahl Events/Einsätze mit Angel-Beteiligung	7 / 10
Anzahl registrierte Angel bei ca. 27'500 Besucher/innen : (Anzahl registrierte Angel: gemäss Erfahrungen 2006)	1500 – 2000
Anzahl Stichproben Promille-Blastests gegen Ende der Events:	300
Anzahl Stichproben mit 0,0 Promille:	250
Medienbeiträge:	10

Weitere Möglichkeiten

Weil die Angels für die Wettbewerbsteilnahme ihre Adresse und allenfalls E-Mail-Adressen hinterlassen, besteht bei Bedarf jederzeit die Möglichkeit, schriftliche Befragungen bezüglich Bekanntheitsgrad, Akzeptanz, Verhaltensänderung usw. durchzuführen.

Mögliche Einwände, Risiken und Knackpunkte

Es könnte geschehen, dass sich an einzelnen Events mehrheitlich FahrzeuglenkerInnen registrieren lassen, die eh keinen Alkohol konsumieren, wenn sie fahren:

Soll die Norm angestrebt werden „wer fährt trinkt nicht – wer trinkt fährt nicht“, muss nicht nur die Gruppe der RisikokonsumiererInnen angesprochen, sondern unbedingt auch diejenige Gruppe bestärkt und unterstützt werden, die sich bereits an die Norm hält. Was passiert mit „abgestürzten“ Angels und mit FahrzeuglenkerInnen die bereits bei Veranstaltungsbeginn alkoholisiert sind?

Das vorliegende Projekt konzentriert sich auf junge FahrzeuglenkerInnen die dazu motiviert werden können, auf den Alkoholkonsum zu verzichten. Im Idealfall ist das Angel-Konzept jedoch Teil eines Gesamtkonzeptes. Die Verantwortung tragen letztlich alle FahrzeuglenkerInnen selbst. Es ist vorstellbar, in Zusammenarbeit mit Veranstaltern, Taxiunternehmen oder Organisationen wie Nez Rouge nach Lösungen zu suchen (Heimkehrdienst, 5-Franken-Taxi, Unterkunft vor Ort usw.)

Für Einsätze an grossen Events ist der Personalaufwand vor Ort sehr gross: Wie die meisten Angebote des Blauen Kreuzes AG/LU wird auch das Projekt „be my angel tonight“ auf die Mitarbeit und Unterstützung von Freiwilligen angewiesen sein.

Kontaktperson

Erika von Aesch

Bereichsleitung Jugendschutz und Suchtprävention

Blaues Kreuz Aargau / Luzern

Fachstelle Suchtberatung und Begleitung

Fachstelle Prävention und Gesundheitsförderung

Herzogstrasse 50 – 5000 Aarau

062 837 70 19

erika.vonaesch@blaueskreuz.ch

www.bemyangel.ch

Quellenangaben:

¹ (BAG, Faktenblatt: Unfälle und Verletzungen aufgrund von Alkoholmissbrauch, Stand: 1. November 2012)

² (Sucht Schweiz, Im Fokus, Mai 2010: Alkohol, illegale Drogen und Medikamente im Strassenverkehr)

³ (Bfu 2010, Alkohol am Steuer, Fahren mit Verantwortung)