

Forschungsprojekt SORES

Soziale Verantwortung als strategisches Konzept der Präventionsarbeit
-Chancen und Grenzen der Förderung eines intergenerationalen Dialogs
durch Netzwerkbildung-
(am Beispiel einer luxemburgischen Präventionskampagne)

2. Zwischenbericht:

Zur Aktivierung und Funktionsweise von lokalen Netzwerken in den Gemeinden Diekirch, Dudelange und Beckerich Erste empirische Befunde

Helmut Willems
Patrice Joachim
Caroline Residori

Juli 2011

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	2
1. Gegenstand und Zielsetzung des Projekts SORES: Kurzbeschreibung	3
2. Netzwerkbildung als Erfolgsfaktor der Kommunikationskampagne „Keen Alkohol �enner 16 Joer“ 6	
2.1 Bedeutung und Ziele des Workpackage 3 im Rahmen des Forschungs- und Evaluationsprojektes SORES.....	6
2.2. Theoretische Konzeption der Netzwerkanalyse und Identifikation von Forschungsfragen	8
3. Forschungsdesign Workpackage 3: Netzwerkbildung als Erfolgsfaktor von Kampagnen.....	11
3.1. Auswahl der Gemeinden für die Netzwerkanalyse	11
3.2. Design der Netzwerkanalyse	13
3.2.1. Das Strategiepapier und das Anwerben der Gemeinden.....	13
3.2.2. Qualitative Interviews und das Zeichnen von Netzwerkkarten mit Schlüsselpersonen aus den Gemeinden.....	14
3.2.3. Schriftliche Umfrage bei den Netzwerkmitgliedern.....	17
3.2.4. Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse in Feedbackgesprächen.....	17
4. Ergebnisse aus der Netzwerkanalyse	18
4.1. Der Umgang mit dem Netzwerkkonzept bei der Datenerhebung	18
4.2. Empirische Ergebnisse: Netzwerkstruktur und kommunale Ausprägung.....	19
4.2.1 Fallstudien zu kommunalen Pr�ventionsnetzwerken	19
4.2.1.1. DIEKIRCH.....	21
4.2.1.2. DUDELANGE.....	27
4.2.1.3. BECKERICH	33
4.2.2. Netzwerkstruktur: Eine systematische Perspektive.....	38
4.2.2.1. Zur Entstehung von Netzwerken im Rahmen der Kampagne	38
4.2.2.2. Zur Netzwerkstruktur	38
4.2.2.3. Zum Netzwerkinhalt	40
4.2.2.4. Zu den Arbeits- und Kommunikationsweisen im Netzwerk.....	40
4.2.2.5. Zum Verantwortungsgefühl der Netzwerkpartner.....	41
4.2.2.6. Zur Wirkung der Intervention im Rahmen der Kampagne.....	41
4.2.2.7. Zur kollektiven Wissensbildung in Netzwerken.....	42
4.2.2.8. Soziale Verantwortlichkeit und Handlungsbereitschaft.....	42
4.3. Synopsis der Ergebnisse.....	44
5. Aktueller Projektstand und Ausblick auf weitere Arbeitsschritte	46
6. Literaturverzeichnis.....	47
7. Anhang.....	49
a. Strategiepapier zur Anwerbung der Gemeinden	49
b. Beschreibung der Gemeinden Diekirch, Dudelange und Beckerich.....	53
c. Handout für die Gemeinden	58
d. Leitfaden für die Gemeindeinterviews.....	59
e. Netzwerkkarten für die Gemeindeinterviews	62

Einleitung

Im vorliegenden zweiten Zwischenbericht werden erste Ergebnisse aus dem Workpackage 3 – „Netzwerkbildung als Erfolgsfaktor der Kommunikationskampagne Keen Alkohol ënner 16 Joer“ des UL-Forschungsprojektes SORES vorgestellt. Diesem dritten Workpackage gehen zwei voraus, die im Juli 2010 mit einem Zwischenbericht abgeschlossen wurden (Willems, Biewers, Joachim, 2010).

„Das Forschungsprojekt SORES - Social responsibility as a strategic concept of prevention work“ befasst sich mit der Frage, ob und unter welchen Bedingungen es Kampagnen gelingt, durch Netzwerkbildung bei Mitgliedern der Erwachsenengeneration eine soziale Verantwortung für Gefährdungen von Jugendlichen zu entwickeln und zu stärken.

Die Untersuchung erfolgt als Kooperationsprojekt der Forschungseinheit CESIJE/INSIDE an der Universität Luxemburg, dem Centre de Prévention des Toxicomanies (CePT) und dem luxemburgischen Familien- und Integrationsministerium. Für die Umsetzung des Workpackage 3 konnte des Weiteren auf die Unterstützung der Gemeindeverwaltungen der untersuchten Gemeinden und Regionen zurückgegriffen werden.

Im Zuge der Evaluation der CePT - Präventionskampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer – Mir halen eis drun!“ wird untersucht, ob und wie durch die im Rahmen der Kampagne gebildeten Netzwerke sogenannte soziale Verantwortungsgemeinschaften Erwachsener gefördert werden können, die das Problem der steigenden Anzahl von Alkoholintoxikationen bei immer jüngeren Jugendlichen im lokalen Raum, im individuellen Alltag oder im Arbeitskontext bewusst aufgreifen, in Form kooperativer Wissensbildung und Interaktionen gemeinsam bearbeiten und dem Problem so entgegenwirken (Willems u.a., 2010, S.5).

Der vorliegende Zwischenbericht beschreibt daher einerseits die Einbettung und Zielsetzung des Workpackage 3 „Netzwerkbildung als Erfolgsfaktor der Kommunikationskampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer“ im Rahmen des Forschungsprojektes SORES. Andererseits werden die spezifischen theoretischen Grundlagen des Workpackage, dessen empirische Umsetzung und dessen erste Ergebnisse vorgestellt. Schlussendlich gibt dieser Zwischenbericht einen Ausblick auf den weiteren Verlauf des Forschungsprojektes.

1. Gegenstand und Zielsetzung des Projekts SORES: Kurzbeschreibung

„Die Kampagne „Keen Alkohol enner 16 Joer – Mir halen eis drun!“ stützt sich strategisch u.a. auf die Implementierung von lokalen Netzwerken, in denen sich Freiwillige mit dem gemeinsamen Ziel engagieren, gezielte Maßnahmen, Aktivitäten oder Strukturen zum Schutz der Jugendlichen in ihrer Gemeinde zu installieren (vgl. Nilles, Krieger & Michaelis, 2005). Mit der Methode der Netzwerkanalyse sollen die hierbei stattfindenden Interaktionsprozesse rekonstruiert, empirisch dargelegt und im Hinblick auf die Forschungsfrage analysiert werden.

Die Kampagne bietet eine interessante Ausgangslage für die Untersuchung, denn sie arbeitet mit einer aus Sicht der Prävention Erfolg versprechenden Strategie: Erstens werden Erwachsene durch die Anwendung eines settingbezogenen Präventionsansatzes (Verhältnisprävention) in ihrem beruflichen und privaten Kontext, in Vereinen, Schulen und in der Gemeinde als Zielgruppe der Kampagne angesprochen. Sie sollen durch die Inhalte der Kampagne sensibilisiert und motiviert werden, ihre Verantwortung als erwachsene Menschen gegenüber Heranwachsenden wieder stärker wahrzunehmen. Der Ansatz zielt auf die Veränderung des Alltags und von sich festgesetzten Alltagshandlungen u.a. durch niedrighschwellige (systemische) Interventionen in den konkreten Lebenswelten der Erwachsenen und setzt auf ihre aktive Beteiligung und Handlung (agency).

Zweitens wird die Netzwerkstrategie der Komplexität des Problems gerecht, denn durch die gemeinsame und reflexive Wissensaneignung hinsichtlich der gesundheitsbedingten und gesellschaftlichen Problematik des Alkoholmissbrauchs können innerhalb von lokalen Netzwerken Denkpoteziale, Ressourcen und Kompetenzen gebündelt werden. Die Ko-Konstruktion von Wissen und die gemeinsame Interaktion der Erwachsenen in Verantwortungsgemeinschaften sollen dazu beitragen, dass das Phänomen und die Problematik des Alkoholmissbrauchs von Jugendlichen deutlicher als gesellschaftliches Problem wahrgenommen werden, sie sich ihrer Verantwortung gegenüber der jungen Generation und besonders ihrer Handlungsfähigkeit bewusster werden und letztlich ihr alltägliches Verhalten entsprechend darauf ausrichten.

Diese Fragestellung hat sowohl aus Sicht der politischen und institutionellen Gesundheitsprävention eine hohe Relevanz, denn sie zielt darauf ab, nachhaltige Lösungen für das Problem des Alkoholmissbrauchs bei Jugendlichen zu erreichen. Sie hat aber auch für die soziologische und sozialisationstheoretische Forschung und für die Netzwerkforschung eine hohe Relevanz, denn sie untersucht das bisher in der Soziologie wenig beachtete Phänomen der sozialen Verantwortung als Gegenperspektive zu dem seit Jahren in der Soziologie und Sozialisationsforschung aufgezeigten Individualisierungs- und Pluralisierungstrend (Beck, 1986; Böhnisch, Lenz & Schröer, 2009). Hierbei geht es nicht vordergründig um das Konzept der Sozialen Kontrolle, dessen Kern auf die Integration von Gesellschaften und die Aufrechterhaltung sozialer Ordnung zielt (Lucke, 2002, S. 292), sondern um die Förderung eines Klimas der sozialen Verantwortung.

Das Projekt trägt zudem zur Ausdifferenzierung und Weiterentwicklung von Forschungsansätzen auf dem Feld der Netzwerktheorie und Netzwerkanalyse bei und beschäftigt sich mit den noch wenig entwickelten methodischen Ansätzen der qualitativen Netzwerkanalyse (Jansen, 2006) und der Netzwerkevaluation (Breithaupt & Moritz, 2007b).

Das Forschungsprojekt setzt bei der Analyse und Bewertung dieser Strategien und ihrer Wirkungen bereits bei der Frage nach organisationalen Managementprozessen zur Planung und Ausgestaltung der Kampagne an und schließt mit einer Analyse der Reaktionen der Jugendlichen auf die veränderten Bedingungen in ihrer gewohnten Umgebung.

Der folgende Überblick gibt Auskunft über die einzelnen Arbeitsphasen und Workpackages (WP) des Projekts.

WP1: Zur Ausarbeitung des State of the Art werden die projektrelevanten Themen (Ko-Konstruktion von Wissen, soziale Verantwortung, Netzwerkbildung, intergenerative Pädagogik, kooperatives und kollektives Lernen, u.a.) theoretisch aufgearbeitet. Ziel ist es, damit den aktuellen wissenschaftlichen Stand abzubilden, der dem geplanten Forschungsprojekt zugrunde liegt. Zudem sollen die genannten Konzepte dahingehend untersucht werden, inwiefern sie als theoretische Basis für das hier beschriebene Forschungsprojekt relevant sind.

WP2: Rekonstruktion der Präventionsansätze des CePT und der Kampagne „Keen Alkohol öner 16 Joer – Mir halen eis drun!“ und gleichzeitige Förderung von Reflexivität und Wissensbildung im professionellen und organisationalen Kontext. Unter Anwendung eines Evaluationsdesigns wird der Frage nachgegangen, mit welcher professionellen Handlungspraxis die Kampagne geplant und durchgeführt wurde. Dieses Arbeitspaket bildet den Ist-Stand der Kampagne ab. Die Arbeitspakete WP1 und WP 2 wurden im Juli 2010 mit einem Zwischenbericht abgeschlossen.

WP3: Daran anschließend werden die Netzwerkbildung und die Ko-Konstruktion von Wissen als Kommunikationsstrategien der Kampagne genauer untersucht. Der Gegenstand der Analyse richtet sich auf die Frage, ob und wie durch die Bildung und die Zusammenarbeit von Netzwerken kollektives Wissen generiert werden kann und wie hierdurch eine Bewusstseinsänderung der in den Netzwerken aktiven Erwachsenen erreicht werden kann. Die ersten Ergebnisse werden in diesem zweiten Zwischenbericht vorgestellt.

WP4: Hier soll überprüft werden, ob und in welchem Ausmaß eine Stärkung sozialer Verantwortung bei der Erwachsenengeneration von den Jugendlichen wahrgenommen wird und welche Wirkungen dies bei den Jugendlichen hat. Insbesondere wird untersucht, welchen Beitrag die Netzwerkbildung und die Ko-Konstruktion von Wissen vor Ort dazu geleistet haben, dass der intergenerationale Dialog gefördert wurde und dass sich die Einstellungen und das Verhalten der Jugendlichen verändert haben. Hierzu werden vergleichende Studien in unterschiedlichen Untersuchungsräumen durchgeführt. Die Analyse soll durch eine schriftliche Befragung von Jugendlichen sowie durch Gruppendiskussionen unterstützt werden.

WP5: Die Ergebnisse der Analysen sollen hieran anschließend aus professioneller und wissenschaftlicher Sicht reflektiert und diskutiert werden. Hierzu wird zum einen eine

Fachkonferenz für und mit Professionellen aus der Präventionspraxis in Luxemburg geplant, in der die Analyseergebnisse der Kampagne als Präventionsstrategie aufgezeigt und diskutiert werden. Zudem werden die Bedingungen zur Förderung sozialer Verantwortung und sozialer Kohäsion in einer internationalen Konferenz von wissenschaftlicher Seite thematisiert.

WP6: Mit der Dokumentation der Ergebnisse in Form eines wissenschaftlichen Abschlussberichts soll das Projekt abgeschlossen werden.

Die Projektlaufzeit umfasst den Zeitraum Mai 2009 bis April 2012. Die Ergebnisse werden in Form eines Abschlussberichts zusammengefasst“ (Willems u.a., 2010, S.7-9).

Die Workpackages 1 und 2, die sich mit der theoretischen Aufarbeitung des Forschungsstandes und der Rekonstruktion der Zielsetzung und des Umsetzungsprozesses der Kampagne vonseiten des CePT befassten, wurden Mitte 2010 abgeschlossen und in einem Zwischenbericht (siehe Willems u.a. 2010) dargelegt. Das Workpackage 3, welches sich mit den Netzwerken, die sich im Zuge der Kampagne gebildet haben befasst und dessen empirische Umsetzung im lokalen Raum, wird im Folgenden beschrieben.

2. Netzwerkbildung als Erfolgsfaktor der Kommunikationskampagne „Keen Alkohol 16 Joer“

2.1 Bedeutung und Ziele des Workpackage 3 im Rahmen des Forschungs- und Evaluationsprojektes SORES

Im Rahmen des Forschungs- und Evaluationsprojektes SORES stellt das Workpackage 3 ein zentrales Element für die Beschreibung und das Verständnis der Entstehung, der Funktionsweisen und der Wirkung von Netzwerkprozessen im Rahmen präventiver Strategien im Allgemeinen und im Rahmen der Kampagne „Keen Alkohol 16 Joer“ im spezifischen dar.

Nachdem in dem ersten Workpackage die wissenschaftlichen Erkenntnisse zu dem Forschungsfeld aufgearbeitet wurden, in dem zweiten Workpackage organisationale Umsetzungsprozesse und Zielsetzungen seitens der Auftraggeber und der ausführenden Organisation untersucht wurden fokussiert das Workpackage 3 die lokale Ebene der kommunalen und regionalen Netzwerke. Im Workpackage 3 wird untersucht, wie die Kampagne bei der direkten Zielgruppe der Erwachsenen aufgenommen wurde und welche Effekte die Kampagne auf dieser Ebene haben konnte. Diese komplementäre Perspektive ermöglicht es die Erkenntnisse des Forschungsprojekt SORES zu vervollständigen und zu validieren.

Die Erkenntnisse, welche zur Aktivierung und Funktionsweise von Netzwerken in diesem Workpackage erarbeitet werden, sind daher für die zentrale Forschungsfrage des Projektes -ob soziale Verantwortung und intergenerationaler Dialog durch Netzwerkbildung gefördert werden kann- äußerst relevant. Vor allem die Analyse der Zusammensetzung und der Eigenschaften der Netzwerke, insbesondere der Einstellungen, Rollen und Aufgaben der Netzwerkpartner ermöglichen ein genaueres Verständnis lokaler Netzwerke. Gegenstand der Untersuchung sind darüber hinaus sowohl die Arbeits- und Kommunikationsweisen in den Netzwerken, die Wirkung der Maßnahmen, Interventionen und Aktivitäten der Netzwerke als auch die Stärkung sozialer Verantwortlichkeit und Handlungsbereitschaft (social responsibility) der Netzwerkpartner.

Wesentliche Strategien der zu evaluierenden Kampagne sind die Diffusion von Kampagneninhalten und Informationen sowie die Bündelung von Ressourcen und Kompetenzen durch die Bildung von Netzwerken. Durch die Netzwerkbildung soll eine effektivere Ausschöpfung professioneller Denk- und Handlungspotenziale erreicht und für die Planung und Umsetzung der Kampagne genutzt werden. Des Weiteren zielt die Kampagne darauf ab, durch die in den Netzwerken stattfindende Interaktion und Ko-konstruktion von Wissen bei den erwachsenen Netzwerkpartnern das Problembewusstsein und die soziale Verantwortung gegenüber den Jugendlichen zu erweitern und ihre Verhaltensweisen zu verändern. Die Ergebnisse des dritten Workpackages tragen daher wesentlich dazu bei zu evaluieren in welchem Maß die Kampagne ihre Ziele erreichen konnte.

Darüber hinaus sollen die Erkenntnisse und Ergebnisse dieses Workpackages und des gesamten Projektes genutzt werden, um konzeptionelle Ansätze zur Stärkung sozialer Verantwortlichkeit und sozialer Handlungsbereitschaft (social responsibility) in Netzwerken zu entwickeln.

2.2. Theoretische Konzeption der Netzwerkanalyse und Identifikation von Forschungsfragen

Die Ziele des Workpackage 3 legten eine methodologische und empirische Umsetzung als Netzwerkanalyse nahe.

In der Netzwerkanalyse werden nach Pappi soziale Netzwerke „formal als die durch Beziehungen eines bestimmten Typus verbundene Menge von sozialen Einheiten verstanden“ (Pappi, 1987, S. 15). Ein Netzwerk setzt sich hierbei aus autonom bleibenden Einzelakteuren zusammen. ‚Netzwerk‘ signalisiert nach Neugebauer und Beywl „Verbindung und gegenseitige Unterstützung bei Wahrung der eigenen Unabhängigkeit“ (Neugebauer & Beywl, 2006 S.249-250). Daher stoßen sie, so weiter die Autoren, schnell auf Akzeptanz, im Unterschied zu vertraglich eng gebundenen, womöglich hierarchisch strukturierten Kooperationsformen. Auch nach Jansen gelten als typisch für Netzwerke „eine relative Gleichrangigkeit und Autonomie der Akteure, eher horizontale als vertikale Beziehungen und die vertrauensvolle Kooperation der Akteure“ (Jansen 2006, S.12).

Die Analyse dieser Netzwerke erlaubt es laut Schnegg und Lang (2002, S.3) die soziale Ordnung einer Gruppe als Ganzes und die soziale Einbettung von Akteuren im Einzelnen präzise zu erfassen. Nach Jansen stehen „[...] nicht die individuellen Merkmale von Personen, sondern deren relationale Merkmale [...] im Zentrum der Analyse. Nicht das Individuum als solches, sondern seine Beziehungen zu anderen und seine Einbettung in eine Struktur interessiert. Die einzelnen Individuen werden gerade nicht als unabhängig voneinander begriffen. Sozialstruktur ist nicht die Summe individueller Merkmale in einer Verteilung (z.B. Einkommensverteilung), sondern sie entsteht durch die Beziehungen zwischen realen Akteuren“ (Jansen 2006, S. 18).

Durch diesen Fokus auf die Vernetzung und die soziale Einbettung der Akteure können laut Hollstein und Straus (2006) soziale Aspekte der konkreten Handlungsvollzüge, der Deutungen, der Relevanzsetzungen und der Wahrnehmung der Akteure untersucht werden.

Durchgeführt wird die Netzwerkanalyse meist mit einem Multi-Methoden-Mix, wobei jedoch in dieser Studie hauptsächlich qualitative Verfahren (Interviews, Netzwerkkarten, Feedbackgespräche) eingesetzt werden (siehe Methodenteil). Der Einsatz qualitativer Erhebungs- und Auswertungsverfahren in der Netzwerkforschung ist allerdings in der soziologischen Netzwerkforschung noch immer eher die Ausnahme (siehe Jansen, 2006, S.11). Die vorzugsweise qualitative Herangehensweise wurde jedoch aus zwei Gründen gewählt. Erstens, weil erst durch die Einbeziehung der Sichtweise der Akteure, Handlungen und Strategien für die Analyse verständlich werden und Handlungen der netzwerkenden Personen in ihrem Kontext erfasst und rekonstruiert werden können (vgl. Hollstein, 2006). Dadurch kann die Netzwerkdynamik verstanden werden und Erklärungen für den Erfolg oder Misserfolg des Netzwerkes werden zugänglich. Zweitens, weil die Anzahl der Netzwerkmitglieder in den Gemeinden eher gering ist und ein rein quantitatives Untersuchungsverfahren kaum Sinn ergeben hätte. Ergänzt werden die qualitativ erhobenen Daten

mit einer Umfrage bei den Netzwerkmitgliedern. Dies vor allem um Wirkungen und Effekte der Kampagne auf möglichst viele Netzwerkmitglieder zu erfassen.

Grundsätzlich unterscheidet man bei der Netzwerkanalyse zwei verschiedene Arten: die Gesamtnetzwerke und die persönlichen Netzwerke oder auch Egonetzwerke genannt. Der Unterschied besteht laut Schnegg und Lang (2002) in der Strategie der Datenerhebung sowie der Datenauswertung:

„Bei der Analyse von Gesamtnetzwerken ermittelt man zu jedem Akteur, ob Beziehungen zu jedem anderen Akteur der untersuchten Menge bestehen oder nicht. Bei den persönlichen Netzwerken untersucht man für jeden Akteur der Menge, mit welchen Akteuren Beziehungen der vorgegebenen Art bestehen“ (Schnegg, & Lang 2002, S.7).

Bei der vorliegenden Studie wurde aufgrund der komplexen Fragestellung auf Strategien, Untersuchungsdimensionen und Methoden aus dem Bereich der Analyse von Gesamtnetzwerken und der Analyse von persönlichen Netzwerken zurückgegriffen. Neugebauer und Beywl (2006) unterscheiden beispielsweise sechs Merkmalsdimensionen, nach denen Netzwerke beschrieben werden können: Komplementarität der Rollen der Netzwerkpartner, Netzwerkvision, Netzwerkkoordination, Interaktionsdichte, Nutzen und Nachhaltigkeit. Das Maß an Komplementarität, die Gemeinsamkeit der Ziele, die Form der Steuerung und Koordination, die Interaktionsdichte und –frequenz, die Ebene der Kooperation, der Nutzen des Netzwerks für die Akteure und die voraussichtliche Nachhaltigkeit der Kooperation sind hierbei entscheidende Erfolgsfaktoren für ein Netzwerk.

In Anlehnung an diese Untersuchungsdimensionen, in Betracht der Ziele des dritten Workpackages und aufgrund der ersten Erkenntnisse über die Art der Zusammenarbeit in den untersuchten Gemeinden aus den Interviews, wurden einige Themenschwerpunkte definiert. So soll die Netzwerkanalyse einerseits Erkenntnisse über Netzwerke, deren Entstehung, Funktionsweisen und Prozesse liefern, andererseits jedoch auch Erkenntnisse über die Effekte und Erfolgsfaktoren von Netzwerken generieren. Hierbei gilt es folgende Forschungsfragen zu berücksichtigen:

a) Analyse der Netzwerke im Rahmen der Kampagne

Sind Netzwerke an der Umsetzung der Kampagne beteiligt? Welche Netzwerke sind dies? Wie setzen sich diese Netzwerke zusammen? Wie sind diese Netzwerke entstanden und aufgrund welcher Faktoren wurden diese Netzwerke für die Umsetzung der Kampagne genutzt? Gab es in den Netzwerken Veränderungen durch die Kampagne?

b) Untersuchung der Arbeits- und Kommunikationsweisen der verschiedenen Netzwerke und ihrer Ziele

Wie wird in den Netzwerken zusammengearbeitet? Handelt es sich eher um informelle oder hierarchische Netzwerke? Sind die Rollen in den Netzwerken definiert? Was ist das Ziel des Netzwerkes? Wie wurden die Kampagneninhalte in dem Netzwerk gestreut? Wie wurde die Kampagne innerhalb der Netzwerke aufgenommen und umgesetzt?

c) Analyse der Einstellungen, Rollen und Aufgaben der in den Netzwerken beteiligten Akteure

Wer sind die Netzwerkpartner? Warum und in welcher Funktion (Privatperson, Ehrenamt, Beruf, politisches Mandat etc.) partizipieren die Netzwerkpartner? Welche Rollen übernehmen die Netzwerkpartner im Netzwerk?

d) Untersuchung der Bedeutung von Netzwerken für die Bündelung von Ressourcen und Kompetenzen sowie für Ko-Konstruktion von Wissen

Werden in den Netzwerken Informationen und Wissen weitergeleitet oder erarbeitet? Welche Art von Wissen und Informationen ist in den Netzwerken von Bedeutung? Welche Effekte haben die Netzwerke für die Entwicklung und das Wissen der Netzwerkpartner? Haben die Netzwerkpartner über das Netzwerk Zugang zu spezifischen Ressourcen, Kompetenzen und Wissen?

e) Analyse der konkreten Effekte der Netzwerkbildung und der Interventionen der Netzwerke hinsichtlich des Problembewusstseins, der Stärkung der sozialen Verantwortlichkeit (social responsibility) und der sozialen Handlungsbereitschaft

Haben sich das Wissen, die Einstellung und das Problembewusstsein der Netzwerkpartner und der Erwachsenen in Allgemeinen durch die Kampagne und die Zusammenarbeit im Netzwerk verändert? Hat sich der eigene Umgang der Netzwerkpartner mit Alkohol verändert? Haben sich das Verantwortungsgefühl und die Handlungsbereitschaft der Netzwerkpartner und der Erwachsenen im Allgemeinen durch die Kampagne und die Interventionen des Netzwerkes verändert?

3. Forschungsdesign Workpackage 3: Netzwerkbildung als Erfolgsfaktor von Kampagnen

3.1. Auswahl der Gemeinden für die Netzwerkanalyse

Da die Kampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer – mir halen eis drun!“ eine nationale Kampagne ist und sich daher an alle Gemeinden in Luxemburg wendet, musste eine Auswahl der Gemeinden getroffen werden, in denen die Netzwerkanalyse durchgeführt wird. In Folgenden werden die Kriterien dieser Auswahl geschildert.

Drei inhaltliche Kriterien waren ausschlaggebend für die Auswahl der Gemeinden:

1. Das CePT muss im Rahmen der Kampagne im Vorfeld der Evaluation Kontakt zu den Gemeinden gehabt haben bzw. es müssen Gespräche über die Kampagne zwischen den Mitarbeitern des CePT und den Gemeindeverwaltungen stattgefunden haben.
2. Die Kampagne muss in der Gemeinde umgesetzt worden sein, wobei ein hohes Ausmaß an Umsetzung und eine hohe Intensität der präventiven Maßnahmen von Vorteil für die Durchführung einer Netzwerkanalyse ist.
3. Es muss ein Netzwerk (mindestens zwei Personen) in der Gemeinde geben, das sich mit dem Thema Prävention und der Kampagne auseinander gesetzt hat.

Zusätzlich orientierte sich die Auswahl der Gemeinden an folgenden Punkten:

1. Entwicklung der Zusammenarbeit mit dem CePT: Hier wurde unterschieden zwischen Gemeinden, welche auf eine lange oder kurze Tradition der Zusammenarbeit mit dem CePT zurückblicken.
2. Initiatoren der Kampagnenumsetzung: Die Kampagnenumsetzung sollte in den ausgewählten Gemeinden durch unterschiedliche Initiatoren erfolgt sein: Gemeindeverwaltung, Jugendvereine, Vereine usw.
3. Infoveranstaltung: Weiterhin wurde berücksichtigt, ob eine Infoveranstaltung zur Kampagne vom CePT in der Gemeinde stattgefunden hat oder nicht.
4. Einwohnerzahl: Von der Einwohnerzahl her sollten sowohl größere als auch kleinere Gemeinden untersucht werden.

Aufgrund der begrenzten Möglichkeiten im Rahmen des Projektes konnten diese Kriterien und Punkte nicht systematisch bei der Auswahl der Stichprobe berücksichtigt werden.

Der zeitliche Rahmen und die Ressourcen erlaubten die Analyse von 3-4 Gemeinden bzw. Netzwerkanalysen. Die Auswahl fiel auf die Gemeinden Dudelange, Diekirch und Beckerich. Die ausgewählten Gemeinden wurden dann intensiv mit unterschiedlichen sozialwissenschaftlichen Methoden untersucht.

Angesichts der vorgefundenen Strukturen in den Gemeinden wurde das Design dem lokalen Kontext angepasst. Ein Kontrollguppensdesign wurde ausgeschlossen, da es schwierig ist Gemeinden, denen

keine Umsetzung der Kampagne gelungen ist, zu motivieren lediglich als Kontrollgruppe an der Studie teilzunehmen.

3.2. Design der Netzwerkanalyse

Die Netzwerkanalyse wurde in vier Schritten umgesetzt:

1. Kontakt mit den Schlüsselpersonen aus den Gemeinden Diekirch, Dudelange und Beckerich
2. Leitfadeninterview und Zeichnen von Netzwerkkarten mit Schlüsselpersonen
3. Schriftliche Umfrage zur Umsetzung der Kampagne bei den Netzwerkmitgliedern
4. Feedbackgespräche zur Diskussion der Ergebnisse mit den Netzwerkmitgliedern

3.2.1. Das Strategiepapier und das Anwerben der Gemeinden

Um die Gemeinden für die Teilnahme an der Netzwerkanalyse zu gewinnen, wurden diese zunächst schriftlich und dann telephonisch kontaktiert. Informationen über das Vorhaben erhielten die Gemeindeverantwortlichen im Februar 2011. Im Brief wurden sowohl die Kampagne als auch das Forschungsprojekt vorgestellt (siehe Anhang).

Der erste telephonische Kontakt zu den Gemeindeverantwortlichen erfolgte durch die CePT Mitarbeiter. Diese Strategie wurde gewählt, da die CePT Mitarbeiter und die Verantwortlichen der Gemeinden sich bereits im Vorfeld kannten.

Mit den Gemeindeverantwortlichen bzw. den Personen, die im Rahmen der Präventionsarbeit die Hauptansprechpartner in der Gemeinde sind, wurden anschließend Treffen vereinbart. Im Zeitraum März-April 2011 fanden dann Treffen statt zwischen den Mitarbeitern der Universität, des CePT und den Verantwortlichen in den Gemeinden Diekirch, Dudelange und Beckerich. In den Gesprächen wurde das Projekt vorgestellt. Zusätzlich erhielten die Schlüsselpersonen aus den Gemeinden ein Handout mit Erläuterungen zu den verschiedenen Datenerhebungsphasen in der Gemeinde (siehe Anhang). Alle drei Gemeinden erklärten sich bereit an der Netzwerkanalyse teilzunehmen.

Schlüsselpersonen stellen für uns Personen dar, die über ein gewisses Überblickswissen über das Netzwerk in der Gemeinde verfügen. Die Schlüsselpersonen sind nicht zwangsläufig die Personen, die die Verantwortung für die Umsetzung der Kampagne tragen bzw. die Personen, die über die politische Macht verfügen, die Umsetzung der Kampagne voranzutreiben oder zu blockieren. Die Schlüsselpersonen zeichnen sich eher durch ein fundiertes und vielschichtiges Wissen über das jeweilige Netzwerk aus. Des Weiteren spielen die Schlüsselpersonen eine zentrale Rolle für das Netzwerk (zumindest auf den ersten Blick, ob ihre Position tatsächlich so zentral und elementar wie angenommen ist, stellt sich erst im Laufe der Untersuchung heraus).

3.2.2. Qualitative Interviews und das Zeichnen von Netzwerkkarten mit Schlüsselpersonen aus den Gemeinden

Kennzeichnend für qualitative Interviews ist, dass mehr oder minder offen formulierte Fragen in das Interview hineingebracht werden, auf die der Interviewte frei antworten soll. Ein Leitfaden strukturiert das Gespräch und sichert so die Ansprache aller relevanten Themen. Die relative Offenheit bietet aber auch die Möglichkeit, zusätzliche interessante und nichtintendierte Fragen oder Themen aufzunehmen und das Gespräch dadurch qualitativ aufzuwerten. Zudem kommt dadurch die Sichtweise der befragten Person eher zur Geltung, als dies in völlig standardisierten Interviews oder Fragebögen der Fall gewesen wäre (Diekmann, 2010; Flick, 2000).

Das Interview ist in drei Phasen (a, b & c) abgelaufen:

In der **Phase a)** wurden zunächst Daten (Größe, Struktur, Funktion, Art der Zusammenarbeit) zum Gesamtnetzwerk erhoben. Diese Daten dienen vor allem als Grundlage für die spätere schriftliche Umfrage, die im Rahmen der Netzwerkanalyse durchgeführt wird. Hierfür sind vor allem die Namenslisten von Bedeutung, damit die Personen kontaktiert werden können.

In der **Phase b)** und **c)** richteten wir den Blick vom Gesamt- auf das Egonetzwerk des Befragten. Die Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes erlaubte es die Fragen präziser zu formulieren. Ziel der Untersuchung war die Beschreibung der Beziehungen zwischen den Akteuren um Erkenntnisse über die Struktur und Funktionsweise des Netzwerkes im Rahmen der Präventionskampagne zu gewinnen.

a) Intervieweinstieg: Die Erhebung von Daten zum Gesamtnetzwerk

Der Befragte hat in dieser Interviewphase zwei Aufgaben erfüllt:

Erstens hat der Befragte eine Liste mit den Namen aller Netzwerkmitglieder erstellt.

Ziel war die Erfassung des Gesamtnetzwerkes und somit die Erhebung möglichst aller Akteure, die im Gesamtnetzwerk der Gemeinde aktiv sind. Das Ergebnis war eine möglichst vollständige Liste der Personen, die sich an der Umsetzung der Präventionskampagne aktiv beteiligen, auch wenn sie nicht zwingend in der Gemeinde leben. Diese Liste soll dann für die spätere Umfrage bei den Netzwerkpartnern genutzt werden (siehe Punkt 3.4.3) im Netzwerkdesign.

Zweitens hat der Befragte das Gesamtnetzwerk gezeichnet.

Vor dem Hintergrund der vorher erstellten Liste sollte der Interviewte das Gesamtnetzwerk, das für die Umsetzung der Kampagne in der Gemeinde zuständig ist, zeichnen. Hierfür bekamen die Befragten eine Vorlage (siehe Anhang). Interessant ist hier die Darstellung des Gesamtnetzwerkes aus der Sicht des Einzelnen. Die zentralen Personen, das heißt die, die im Rahmen der Umsetzung

der Kampagne als zentral eingeschätzt wurden, sollten in das Zentrum der Netzwerkkarte eingezeichnet werden. Alle anderen Personen aus der Liste wurden vom Befragten in der Netzwerkkarte verteilt. Zwei Szenarien kamen hier vor: Entweder trug der Interviewte sich selbst (Ego) allein oder zusammen mit anderen Personen in das Zentrum der Karte ein, oder aber eine oder mehrere andere Personen wurden vom Befragten in das Zentrum der Netzwerkkarte eingetragen. Die auf diese Art und Weise erstellte Netzwerkkarte ermöglichte uns zu erkennen, inwiefern der Befragte sich selbst in das Gesamtnetzwerk eingebettet fühlt.

Auch der Begriff der „Zentralität“ wurde unsererseits vordefiniert. Die Netzwerkmitglieder sind zentral:

- Die die Aktivitäten zum Thema Alkoholprävention organisierten und durchführten (am engagiertesten sind).
- Bei denen die Kommunikation zwischen den Mitgliedern zum Thema Alkoholprävention intensiv ist.

Die Netzwerkkartenvorlage war in drei konzentrische Kreise eingeteilt. Diese Kreise waren allerdings nicht vorab definiert, damit der Befragte das Gesamtnetzwerk frei gestalten konnte. Die Kreise waren jedoch nach Sektoren eingeteilt. Sie strukturierten die Karte und gewährleisteten damit die Vergleichbarkeit. Die Karten wurden in die drei Sektoren 1) Privat/Freizeit, 2) Politik und 3) Beruf vorstrukturiert. In den Sektor Privat/Freizeit gehörten private Kontakte, Familienmitglieder, Freundschaften und Bekanntschaften z.B. aus Vereinen. In den Sektor Politik gehörten Personen, die eher dem politischen Umfeld einzuordnen sind. Zum Bereich Beruf gehörten Kontakte aus dem beruflichen Umfeld.

b) Das Leitfadeninterview

Nachdem der Interviewte das Gesamtnetzwerk eingezeichnet und kommentiert hatte, wurden die Fragen zur Person und zu seinem Netzwerk präziser. Es wurden nun die engen Kontakte des Befragten (als Ego) im Netzwerk erfragt (also Fragen zum Ego-Netzwerk gestellt). Hierfür wurde das Netzwerk eingegrenzt mit Hilfe des Namensgenerators¹: „Mit wem haben sie persönlich am häufigsten, engsten zusammengearbeitet im Rahmen der Umsetzung der Kampagne?“ Mittels des Generators sollten die sozialen Interaktionspartner wie auch die Inhalte der Beziehungen (z.B. ihre Rolle, Unterstützungsleistung, Häufigkeit der Kontakte, Art der Kontakte, etc.) im Netzwerk hervorgebracht werden (Schneegg & Lang 2002; Hollstein & Pfeffer, 2010).

¹ Der Namensgenerator leistet die Abgrenzung des Netzwerkes (Jansen, 2006).

Der Leitfaden umfasste folgende Themenkomplexe:

- a) Charakter des Netzwerkes: Mitgliederbeschreibung; Berufsgruppen der Mitglieder; Beschreibung der eigenen Rolle und Aufgaben im Netzwerk. Usw.
- b) Funktionsweise des Netzwerkes: Beschreibung der Arbeits- und Funktionsweise im Netzwerk; Häufigkeit der Treffen; Intensität der Treffen; Arbeitsteilung. Usw.
- c) Mehrwert des Netzwerkes: Mehrwert des Netzwerkes für die eigene Person (Zugriff auf weitere Ressourcen / auf Wissen)? Mehrwert des Netzwerkes für die Umsetzung der Kampagne. Usw.
- d) Wirkungen des Netzwerkes: Veränderungen die durch das Netzwerk / die Kampagne bewirkt wurden? (z.B. Bewusstseinsveränderung; konkrete Wirkungen des Netzwerkes). Usw.

c) Interviewausstieg

Zum Abschluss des Interviews wurde der Interviewte darum gebeten, eine Ego-Netzwerkkarte zu zeichnen. Diese Egonetzwerkkarte sollte den komplexen Gegenstand des Netzwerkes, den der Interviewte zunächst erzählerisch darstellte, nochmals veranschaulichen. Diese Visualisierung des Netzwerkes war für den Befragten ein Distanzierungs- und Reflexionsinstrument über das Netzwerk, sowie ein Narrationsgenerator um über Beziehungen zu sprechen (Hollstein & Pfeffer, 2010).

Um die Vergleichbarkeit der Netzwerkkarten bei der Auswertung zu gewährleisten, wurden die Karten vorstrukturiert mit der „Methode der konzentrischen Kreise“ (vgl. Hollstein & Pfeffer nach Kahn und Antonucci, 2010). Mittels der konzentrischen Kreise war es möglich sowohl die Nähe als auch die Distanz der Alteri zu Ego (der Interviewte) zu ermitteln. Anders als für das Einzeichnen des Gesamtnetzwerkes wurde die Bedeutung der konzentrischen Kreise standardisiert mithilfe eines fixen Stimuli. Die Strukturierung als auch die Standardisierung hat die spätere Vergleichbarkeit der von den verschiedenen interviewten Personen gezeichneten Karten ermöglicht (Hollstein & Pfeffer, 2010). Die Anzahl der Kreise wurde aus praktischen Gründen auf drei eingeschränkt:

Kreis 1 bedeutete: Sehr enge Zusammenarbeit im Rahmen der Alkohol-Präventionsarbeit

Kreis 2 bedeutete: Enge Zusammenarbeit im Rahmen der Alkohol-Präventionsarbeit

Kreis 3: Weniger enge Zusammenarbeit, aber auch wichtige Personen

Zusätzlich wurden die Kreise in die gleichen drei Sektoren wie für das Gesamtnetzwerk eingeteilt. 1) Privat/Freizeit 2) Politik und 3) Beruf. Genau wie für das Zeichnen des Gesamtnetzwerkes, gehörten in den Sektor Privat/Freizeit private Kontakte, Familienmitglieder, Freundschaften und Bekanntschaften z.B. aus Vereinen. In den Sektor Politik gehörten Personen, die eher dem politischen Umfeld einzuordnen sind. Zum Bereich Beruf gehörten Kontakte aus dem beruflichen Umfeld.

Insgesamt wurden 14 Interviews in den 3 Gemeinden Diekirch, Dudelange und Beckerich durchgeführt.

Die Analyse des Datenmaterials erfolgte mithilfe der Software Atlas.ti. Die Interviews wurden inhaltsanalytisch (Mayring, 2007) kodiert und transkribiert.

3.2.3. Schriftliche Umfrage bei den Netzwerkmitgliedern

Die schriftliche Umfrage bei den Personen, die bei der Umsetzung der Kampagne in der Gemeinde mitgewirkt haben, wird im September 2011 durchgeführt. Im Gegensatz zu den qualitativen Interviews, bei denen das Ziel darin bestand, möglichst viele Informationen über das Gesamtnetzwerk zu erheben, wird in der quantitativen Erhebung versucht, das Wissen (zu präventiven Themen und zur Kampagne) und Verhalten der einzelnen Personen zu erheben.

Der Fragebogen wird den Personen aus den Listen zugeschickt, die in den Interviews gesammelt wurden. Die Anzahl der Fragebögen wird auf etwa 60-90 geschätzt (etwa 20-30 Personen pro Gemeinde).

Im Fragebogen werden Daten zu folgenden drei Bereichen erhoben:

- a) Allgemeine Kenntnisse über Gesundheitsprävention mit und für Jugendliche (Teilnahme oder Organisation von Veranstaltungen / Aktionen usw.)
- b) Erfahrungen zum Thema Alkoholkonsum von Jugendlichen unter 16 Jahren (Reaktionen, Veränderungen, Umgang usw.)
- c) Fragen zum Bekanntheits- und Wirkungsgrad der Kampagne „Keen Alkohol enner 16 Joer“.

3.2.4. Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse in Feedbackgesprächen

Zum Abschluss der Netzwerkanalyse werden die Ergebnisse aus den Interviews und der Befragung an die Gemeinden zurückgespiegelt. Das Ziel dieser Gruppendiskussionen ist vor allem die Validierung der vorherigen Erkenntnisse. Sie werden daher komplementär zu den ersten beiden Erhebungsmethoden eingesetzt.

Maximal werden 5 dieser Gruppendiskussionen im Zeitraum November-Dezember 2011 in den drei Gemeinden durchgeführt.

4. Ergebnisse aus der Netzwerkanalyse

4.1. Der Umgang mit dem Netzwerkkonzept bei der Datenerhebung

Netzwerkkonzepte erfassen soziale Strukturen und Beziehungsmuster, die zwischen Mikro- und Makroebene einerseits, zwischen formalen Organisationen und informellen Interaktionen andererseits angesiedelt sind. In der empirischen Forschung dient ihre Analyse nicht allein zur Beschreibung allgemeiner sozialen Strukturen bzw. Formen der sozialen Interaktion und Vergesellschaftung. Vielmehr fand das Netzwerkkonzept auch deshalb in der Forschung viel Beachtung, weil im Kontext sozialer Arbeit, gesundheitspolitischer Strategien, demokratischer Initiation etc. die Netzwerkbildung stets als wichtige Ressource zur Unterstützung von Aktionen und zur Förderung von Zielen angesehen wurde. Ähnlich wurden die Netzwerke auch im Rahmen der Kampagnentheorie des CePT angesehen: Kommunale Netzwerke von interessierten und verantwortungsbewussten Erwachsenen sollten generiert bzw. mobilisiert werden, um die Ideen der Kampagne „Kein Alkohol ötner 16 Joer“ auch auf lokaler Ebene umzusetzen, d.h. in entsprechende Handlungen, Aktionen etc. münden zu lassen. Diese Netzwerke, die eine wichtige Rolle für die Umsetzung der Kampagne spielen, ihre Struktur und Funktionsweise, stehen im Zentrum dieser Analyse.

Methodisch greifen wir dabei nicht auf quantitative Verfahren zurück, die lange Zeit die „formale Netzwerkanalyse“ dominiert haben, sondern auf qualitative Ansätze.

1. weil mit ihrer Hilfe die relevanten Akteure in ihrem Kontext identifiziert werden können,
2. weil mit Hilfe qualitativer Verfahren die Praxis der Handlung, Interaktion und Kommunikation der im Netzwerk agierenden Personen am besten rekonstruiert werden können,
3. weil sich mit Hilfe qualitativer Verfahren die Wahrnehmung, Bedeutung und Sinnkonzepte der agierenden Personen erschließen und verstehen lassen und
4. weil eben auch Bedingungen des Erfolges und Misserfolges von Kampagnen, die sich des Netzwerkes als Unterstützungsressource bedienen, identifiziert werden können.

Dabei sieht sich die empirische Umsetzung der Netzwerkanalyse mit den Herausforderungen konfrontiert, dass

- a. der Netzwerkbegriff selbst oft in der Alltagssprache der Akteure keine Rolle spielt
- b. und dass eine Identifizierung von Netzwerken oft schwierig ist, weil es klare Abgrenzungen zwischen verschiedenen Beziehungs- und Akteurstrukturen nicht gibt und eine hohe Überlappung von privaten, informellen und beruflichen Beziehungen existiert.

Vor diesem Hintergrund stellen die folgenden Ergebnisse eine erste Annäherung an die lokalen Netzwerkstrukturen dar, wie sie sich aus der Sicht der beteiligten Akteure rekonstruieren lassen.

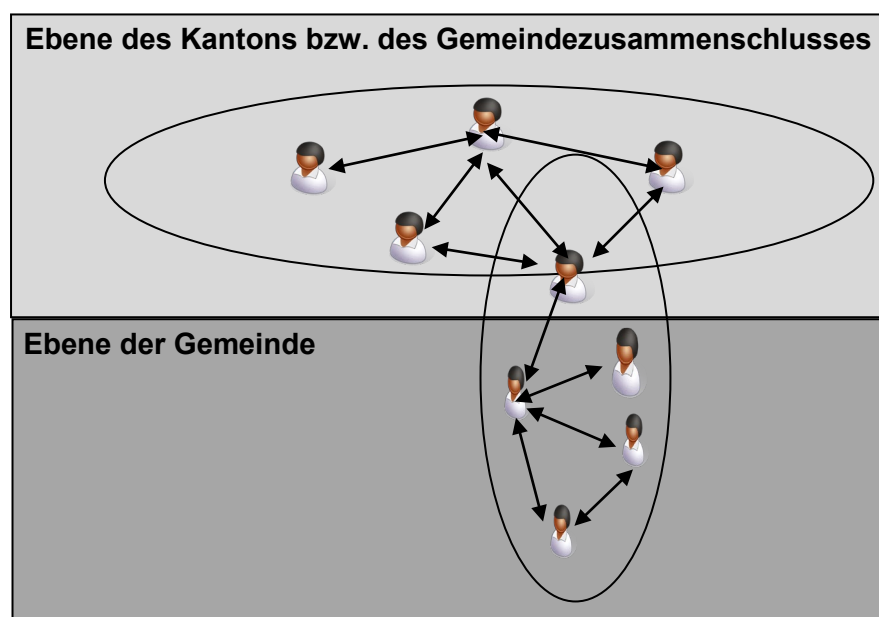
4.2. Empirische Ergebnisse: Netzwerkstruktur und kommunale Ausprägung

4.2.1 Fallstudien zu kommunalen Präventionsnetzwerken

Die gesammelten Daten aus den Interviews und die Recherchen zu den Gemeinden Diekirch, Dudelange und Beckerich wurden entlang der forschungsrelevanten Themenkomplexe (Entstehung des Netzwerkes; Struktur des Netzwerkes; Arbeitsweise und Inhalte des Netzwerkes) analysiert. Entstanden sind drei Fallstudien, in denen die komplexe Realität der Umsetzung der Kampagne in den Gemeinden dargestellt wird. Die Fallstudien sollen die spezifischen Formen deutlich machen, die die Umsetzung der Kampagne in den verschiedenen Gemeinden gefunden hat.

In der Gemeinde Dudelange wurde das Netzwerk analysiert, welches auf der Gemeindeebene das zentrale Netzwerk für die Umsetzung der Kampagne darstellt.

In den Gemeinden Diekirch und Beckerich wurde diese kommunale Netzwerkanalyse jeweils durch eine kantonale ergänzt, da die Nordstad sowie der Kanton Redange sich aus unterschiedlichen Gemeinden zusammensetzen. Im Gemeindezusammenschluss Nordstad wurde das zentrale Netzwerk für die Umsetzung der Kampagne auf der Ebene der Nordstadt sowie das zentrale Netzwerk der Gemeinde Diekirch identifiziert und analysiert. In dem Kanton Redange wurde das Netzwerk des Syndicat Intercommunal „De Réidener Kanton“ auf kantonaler Ebene sowie das zentrale Netzwerk in der Gemeinde Beckerich untersucht. Bei beiden wurde des Weiteren die Rolle der kantonalen Zusammenarbeit für die Umsetzung der Kampagne auf der Ebene der Gemeinde berücksichtigt.



Die Auswahl der Interviewpartner erfolgte z.T. nach dem Schneeballverfahren: Die Schlüsselpersonen sollten weitere Personen nennen, die an der Umsetzung der Kampagne in der

Gemeinde (Kanton) beteiligt waren „as newly identified members name others, the sample snowballs“ (Fink, 2003, S.18). Auf diese Art und Weise konnten weitere Schlüsselpersonen identifiziert werden, da es nicht möglich war, vorab eine Liste mit Schlüsselpersonen zu erstellen.

4.2.1.1. DIEKIRCH

Entstehung des Netzwerkes

Nach Angaben der befragten Personen leistete die Stadt Diekirch schon länger Präventionsarbeit und dies in unterschiedlichen Bereichen (Alkohol, Rauchen, Drogen, etc.). Der Grund, dass die Präventionsarbeit immer groß geschrieben wurde, liegt in der Tatsache begründet, dass die Stadt den Alkoholkonsum schon immer auch in den Schulen thematisiert hat. Zentral ist nach Angaben einer zentralen Person, dass er lange Zeit sowohl beruflich als auch privat mit Jugendlichen arbeitete und die Präventionsarbeit für ihn zum Alltagsgeschäft gehörte. Das Thema Alkoholkonsum war für die befragte Person daher schon immer ein Thema.

„Et ass wie mam E a mam Hong“ – Et wore net mir déi dat initiéiert hunn- mä de Gedanken- am Jugendhaus gouf ëmmer gesot: Et gëtt net gefëmmt, et gëtt net gedronk! Ech mengen dat war vun Ufank un fest, éiert iwverhaapt vun enger Kampagn geschwat ginn ass“ P6 (0:25:20.60 (0:02:18.40)).

Der Kontakt der Gemeindeverwaltung zum CePT besteht bereits sehr lange, da die Gemeinde damals im ‚Gemengeprojet‘ des CePT mitwirkte und die Stadt eine Präventionsgruppe eingerichtet hatte. Nach Angaben eines Befragten löste sich diese Arbeitsgruppe jedoch auf, als er selbst die Leitung dieser Gruppe nicht mehr gewährleisten konnte. Danach brach auch der Kontakt zum CePT ab.

„Et ass schonns eng Zäitche hir, do hunn ech sou e Grupp geleet, ‚prévention des toxicomanies en général‘, dee mir zesumme gesat haten, mä dunn hunn ech eng Kéier opgehal domadder, an dunn ass et och net méi viru geféiert ginn, well du och keen méi do war, deen dat sou richteg viru gedréckt huet“ P6:2 (0:05:30.01 (0:01:20.18)).

Nach wie vor finden regelmäßige Treffen zwischen der Gemeindeverwaltung und der Polizei statt, bei denen die Präventionsarbeit mit und für die Jugendlichen thematisiert wird. Auch die Zusammenarbeit mit dem Jugendhaus ist sehr eng, da die Gemeindeverwaltung die Projekte finanziert, wie z. B. die mobile alkoholfreie Bar „Be Juicy“, die im Rahmen der Alkoholpräventionsarbeit vom Jugendhaus errichtet wurde.

Obwohl Prävention und Alkoholprävention generell immer ein wichtiges Thema für die Stadt Diekirch war, geht die Kampagnenidee, so die Befragten, auf das CePT zurück:

„Also wann dat do ze gesinn ass wéi een Steen deen an d’Waasser fällt, dann ass de CePT den Steen dee geworf ginn ass, an dat anert sinn Wellen ronderëm“ P 7:11 (0:28:22.80 (0:06:31.96)).

Die Gemeindeverwaltung war schnell bereit, diese Kampagne zu unterstützen. Es wurde damals, so ein weiterer Befragter, eine Informationsversammlung zur Kampagne in der Stadt organisiert bei der gemeinsam überlegt wurde, wie die Kampagne am besten umgesetzt werden könnte. Eingeladen wurden alle, die Veranstaltungen in der Region organisieren und in irgendeiner Form mit

Jugendlichen zu tun haben. Wichtig war den Befragten zu dem Zeitpunkt (etwa 2008), dass die Versammlung vor der Kalvakade stattfinden sollte, da es hier als besonders schwierig gilt, den Alkoholkonsum von Jugendlichen zu kontrollieren. Aus dieser Versammlung heraus entstand auch die Idee, eine alkoholfreie Bar für Jugendliche zu errichten, damals mit den Namen: „Saftbar“, heute „Be Juicy“. Diese non-alkoholische Cocktailbar (die Getränke sollten auch farblich die Jugendlichen ansprechen) des Jugendhauses Diekirch sollte für Jugendliche eine Alternative zu Alkopops bieten.

Nach Aussagen der Befragten war die Versammlung, die die Gemeindeverwaltung initiiert hatte, schon „Haupankerpunkt“ P7:8 (0:14:54.30 (0:02:15.69)) für die Umsetzung der Kampagne. Anwesend waren sowohl die Clubs des Jeunes als auch die Verantwortlichen, die die ‚Baler‘ und Partys in der Nordstad organisieren. Sie wurden über das Gesetz informiert und die Broschüren zur Kampagne wurden verteilt. Nach Angaben der Befragten nahmen allerdings nicht alle eingeladenen Personen an der Versammlung teil.

Struktur des Netzwerkes

Struktur generell

Getragen und umgesetzt wurde die Kampagne in Diekirch und der Nordstad auf unterschiedlichen Ebenen. Zentrale Partner waren, nach Angaben der Befragten die Gemeindeverwaltung, die Nordstadjugend a.s.b.l., die Late Night Bus a.s.b.l. sowie die lokale Polizei (service de prévention), die sich für die Kampagne einsetzten und dafür Sorge trugen, weitere Personen für die Umsetzung der Kampagne zu gewinnen.

Die Nordstadjugend a.s.b.l. ist zuständig für die Koordination der Jugendarbeit in den 6 Nordstadgemeinden: Bettendorf, Diekirch, Erpelding, Ettelbrück, Schieren und Colmar Berg. Die Mitglieder der a.s.b.l. wirken auf freiwilliger Basis mit und sind häufig auch in den Gemeinderäten aktiv. Die Nordstadjugend hat 7 Mitarbeiter in den beiden Jugendhäuser Diekirch und Ettelbrück. Die Late Night Bus a.s.b.l. ist eine Struktur, die Nachtbusse organisiert um den Transport zu Festen und ‚Baler‘ zu gewährleisten. Aktuell wird dieser Busdienst in 51 Gemeinden angeboten, pro Jahr werden etwa 120 Feste vom Busdienst bedient. Der service de prévention der Polizei ist zuständig für die Präventionsarbeit im Norden des Landes. Die pädagogisch-praktische Umsetzung der Präventionsarbeit in den Nordgemeinden wird durch einen Polizisten gewährleistet.

Wie die Interviewten uns mitteilten, wurden die beiden Plattformen Nordstadjugend a.s.b.l. und Late Night Bus a.s.b.l. hauptsächlich genutzt um das Informationsmaterial der Kampagne zu streuen.

Für die Nordstadjugend a.s.b.l., „Wéi mir virun, wat war et 2007-2008, wéi mir hei 2008 di éischt Initiative am Fong geholl hunn, hate mir dat Netzwierk eben zur Verfügung, dat heescht et ass eng a.s.b.l. (vu 6 Gemengen) vu fräiwëllegen Leit, déi insgesamt kann ob 7

Mataarbechter an de Jugendhaiser Dikrech an Ettelbréck zielen, fir déi praktesch pädagogesch Aarbecht um Terrain eben hin ze kréien“ P7 (0:04:58.06 (0:01:51.95))

Für die Late Night Bus a.s.b.l.: „Mir hunn deemools 2008 och gesot als a.s.b.l.: Mir notzen déi Plattform, wat insgesamt am Fong 200 Partner sinn déi an deem Zännrad do mat dra sinn, wann een Gemengen, Club des Jeunes déi an der Organisatioun, also Jugendveräiner an der Organisatioun vun den Busser mat dra sinn, plus d’Organisateuren vun de Manifestatiounen huet, déi an deem Netzwierk zesumme schaffen fir dat Angebot eben ze maachen, mir notzen déi Plattform fir déi Kampagn hei och bekannt ze maachen.“ P7 (0:06:51.09 (0:01:33.02)).

Nach Aussagen der Befragten führte die Kampagne nur zu leichten Veränderungen in der Zusammensetzung bestehender Strukturen. Zu den Terminen wurden lediglich sporadisch die clubs des jeunes oder die Vereinsvertreter eingeladen.

„ (...)Et ass net dass Kampagn am Ursprung vun engem neien Netzwierk gewiescht wier, mä e bestehend Netzwierk, wat den Schwéierpunkt villäicht liicht geréckelt ginn ass fir méi intensiv kënnen an déi Richtung kënnen ze schaffen“ P7:15 (0:44:31.92 (0:01:47.02)).

„Mä dee Reseau huet scho virdrunner bestanen, gréisstendeels, në. Ween méi dobäi komm ass si lo villäicht méi sporadesch clubs des jeunes a Veräiner mat deenen een lo net dauernd Kontakt huet (...)“ P7 (0:41:38.10 (0:02:47.63)).

Neben diesen beiden Netzwerken, steht zum einen die Gemeindeverwaltung samt Bürgermeister, die Aktionen im Rahmen der Präventionsarbeit in der Gemeinde unterstützen, zum anderen die Polizei die ihre Form der Präventionsarbeit im Norden leistet.

Verbindung der Strukturen untereinander

Die Verbindungen zwischen den verschiedenen Netzwerken und Strukturen werden hauptsächlich durch einzelne zentrale Personen gewährleistet, die wiederum innerhalb der einzelnen Netzwerke unterschiedliche Rollen und Aufgaben übernehmen. Zum Beispiel ist der Präsident der Nordstadjugend a.s.b.l. gleichzeitig der Bürgermeister der Stadt. Der Sekretär ist gleichzeitig Präsident der Late Night Bus a.s.b.l., viele Mitglieder des Komitees der Nordstadjugend a.s.b.l. sind in Räten der Nordgemeinden engagiert, Vereinsmitglieder sind gleichzeitig Mitglied im Gemeinderat usw. Diese Situation wird von den Interviewten immer wieder als „speziell“ beschrieben P7 (0:04:58.06 (0:01:51.95)).

„Et ass ëmmer alles mateneen verknüpft hei“ P6:13 (0:40:48.82 (0:01:30.68)).

„Wat een ka soen, doduerch dass dat Netzwierk bestanen huet, si verschidde Saachen vill méi einfach ëmsetzbar gewiescht.“ P7:14 (0:41:38.10 (0:02:47.63)).

Den Vorteil dieser- von den Interviewten selbst als „speziell“ bezeichnete- Situation sehen sie vor allem darin, dass die Kommunikation zwischen den Netzwerkmitgliedern einfach ist und dass dadurch schneller gearbeitet werden kann.

Die Kontakte in der Gemeinde werden als stabil beschrieben. Der Wechsel von Mitgliedern oder Mitarbeitern ist eher selten. Formalisierte Rollen und Aufgabenzuschreibungen bestehen nicht. Da man sich gut kennt, weiß man, wer für welche Arbeiten in Frage kommt.

Die Netzwerke werden von den Befragten allerdings nicht als solche wahrgenommen. Die Netzwerke sind somit (entgegen unserer Hypothese) nicht „sichtbar“, weder für die Netzwerkmitglieder, noch für Personen ganz außerhalb der Netzwerke. Die Zusammentreffen werden von den Interviewten als „informell“ beschrieben, da, so die Befragten, sich nicht systematisch die gleichen Personen aus der Gemeinde treffen. Wer an einem Treffen teilnimmt, ist nach Angabe der Befragten vom Thema abhängig.

„Et ass net sou dass dat Netzwierk esou ee ganz spezifeschen Kader huet, well et einfach och informell ass. Et trëfft een sech zu verschiddenen Themen an deem Kader , mä et ass net datt dat e fixe Grupp ass. Dofir ass dat mat der Visibilitéit ass e bëssi schwiereg, bal och net existent an deem Sënn, well Leit och net wëssen, deen Grupp huet dat gemaach, well et einfach wann eppes gemaach gëtt, da steet do, deen an deen an deen huet mat gehollef, mä et ass net dass dat een Grupp ass. Dat wär e bëssi vill gesot“ P7:24 (1:06:07.06 (0:01:55.39)).

Neben diesen beiden Strukturen ist auch die Polizei mit ihrer Präventionsarbeit sehr aktiv in der Gemeinde. Die Polizei führt eigene Projekte durch, gleichzeitig kooperiert sie auch auf Anfrage mit anderen Partnern wie, z. B., mit dem Jugendhaus. Seine zentralen Partner seien, so der Befragte, die Schulen aus der Nordstad in denen Präventionsprojekte oder einzelne Themen behandelt werden.

„Synergien déi ech ëmmer benotzen sinn Schoulen, dat ass dat wichtegst Potential, engersäits fir Saachen ze kreéieren, Politik ass ëmmer wichtig, well déi mir d’Suen ginn. Politik sinn och déi di hëllef fir Saachen déi wichtig sinn, weider kennen ze dréiwen“. P9:6 (0:13:44.96 (0:10:41.86)).

Arbeitsweise im Netzwerk

Die Arbeits- und Kommunikationsweise im Netzwerk könnte man beschreiben als ein Mischverhältnis von formalen und informellen Interaktionen.

Die meisten Netzwerkmitglieder sind im Netzwerk aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit und erfüllen vor diesem Hintergrund bestimmte Aufgaben und Funktionen. Die Kontakte und der Austausch zwischen den Beteiligten geschieht dagegen eher informell „Et ass alles mat Telefon wou dat fonctionnéiert“ „Et ass villes iwwert de perséinlechen Kontakt“ P8:5 (0:04:39.94 (0:01:40.07)). Im Rahmen der Umsetzung der Kampagne sowie im Netzwerk generell sind besonders die Personen stark engagiert, die aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit im Jugendbereich tätig sind. So gibt es nach

Aussagen der Befragten viele Personen, die helfen, jedoch nicht „dat droend Element sinn, déi net e Bréif schreiwen, déi keng Versammlung organisieren“. P7:16 (0:46:19.51 (0:02:34.83)), da ihnen auch dafür die Zeit fehlt.

„Umso méi Verantwortung an der Hierarchie, umso méi implizéiert (...) Dat selwecht gëllt beim Bus, bei de Gemengen, bei de clubs des jeunes“ P7:17 (0:49:03.84 (0:03:34.30)).

Das Thema Alkoholprävention wird, so der Interviewte, sporadisch immer wieder einmal neu thematisiert:

„Et ass méi sporadesch wou dann eng Aktioun méi intensiv dann lancéiert gëtt, well mer jo net nëmmen dat hunn. Mir hunn jo och nach aner Saachen. Et gëtt net just iwver Alkohol geschwat- mä dat ass een Element vu villen“ P6:16 (0:45:42.35 (0:03:20.68)).

Die Kampagne ist auch Teil der Präventionsarbeit der Polizei. Die Kontakte werden von dem Interviewten als seine persönlichen Kontakte beschrieben. Diese bestehen, da er seit 40 Jahren in der Stadt wohnt und lebt,

„Individuell ass dat och bedingt duerch eng 40jäähreg Wunnen hei uewen an duerch meng Präventioun, dass ech ganz vill Leit kennen, dat ass den O an den A fir alles“ P 8:3 (0:01:48.46 (0:01:05.11)).

sowie durch seine zahlreichen Projekte und Aktivitäten, die er im Rahmen seiner Präventionsarbeit durchführte.

„Ech gi mir meng perséinlech Kontakter dohinner sichen wou ech se brauch“ „An all déi Leit wou ech zesumme geschafft hunn iwwert e Joer oder puer Méint, da gëtt erëm e perséinlechen Kontakt“. P9:6 (0:13:44.96 (0:10:41.86)).

Inhalt des Netzwerkes

Die Kampagne wurde nach Aussagen der Interviewten auf verschiedene Art und Weise umgesetzt oder weiterentwickelt. Entwickelt wurde vom Jugendhaus Diekirch eine mobile alkoholfreie Cocktailbar („Be Juicy“). In der Cocktailbar werden den Jugendlichen bunte Cocktails angeboten als Alternative zu Alkopops sowie Wasser und Saft. Diese Bar wird bei Festen und Veranstaltungen eingesetzt. Demnächst organisiert die Stadt zum Beispiel eine Teenieparty, bei der diese Bar dann wiederum eingesetzt wird.

Zudem wurden durch das Gesetz die Polizeikontrollen verschärft, was nach Aussagen des Befragten eine schnelle Umsetzung der Kampagne ermöglichte.

"Mä et ass ëmmer gutt wann een den Organistrateuren vu Manifestatiounen ka soen : „D'ass Gesetz, haalt iech drun, d'Police mécht Kontrollen“. Dat ass effektiv geschitt, dofir ass et och ëmgesat ginn. Si vill méi Kontrollen gemaach ginn wéi an der Zäit war. Dat kann een lo gutt halen oder net, dofir sinn awer vill méi Saachen ëmgesat ginn wéi wann een gesot hätt: Dir wësst jo, haalt iech drun wann ech gelift“ P7:13 (0:39:14.71 (0:01:15.66)).

Die Kampagne wurde außerdem durch die Plattform Late Night Bus a.s.b.l. gestreut, bei der Poster der Kampagne in den Bussen aufgehängt wurden und der Slogan der Kampagne auf den Fahrplänen steht.

„An der Praxis huet dat geheescht, dass am Busreglement , de Message vun der Kampagn mat dra komm ass, op Depliant vun de Fahrpläng, do wou Fahrpläng bekannt gemaach gi sinn, ass am Fong iwwehall de Message integréiert ginn Keen Alkohol ënner 16“. P7 (0:17:14.15 (0:03:02.49)).

Die Kampagne wurde des Weiteren von der Polizei weiterentwickelt und umgesetzt. Gemeinsam mit den ‚Art‘-Klassen des Diekircher Kolléisch erarbeitete einer der Befragten mit den Jugendlichen Poster, Plakate, Bierdeckel, Aufkleber, Postkarten, T-Shirts, Handtaschen zum Thema Alkoholkonsum und -missbrauch. Die Slogans und Zeichnungen dazu wurden von den Jugendlichen entwickelt (z. B. „Ech fannen Alkohol fir ze katzen“; „Alkohol eng verstoppte Gefor“, usw.). Die Materialien wurden dann in den 34 Nordgemeinden verteilt: Die Bierdeckel wurden z. B. in den Kulturzentren genutzt, die Plakate wurden überall aufgehängt (besonders bei Veranstaltungen wie z. B. die Kalvakade), die Aufkleber wurden bei Polizeikontrollen an die Autofahrer verteilt, usw.). Zusätzlich wurde eingeführt, dass die Anfragen für „freie Nächte“ bei der Gemeindeverwaltung an einen Besuch bei der Polizei gekoppelt sind, bei dem die Veranstalter dann nochmals ausführlich darüber in Kenntnis gesetzt werden, was erlaubt ist und was nicht. Nach Aussage des Befragten „ass et eng zousätzlech Ergänzung vun der Saach, mä aus polizeilëcher Optik“ P9:4 (0:12:29.96 (0:00:28.53)).

4.2.1.2. DUDELANGE

Entstehung Netzwerk

Alle interviewten gaben an, dass Alkoholprävention resp. Drogenprävention seit den 90er Jahren Thema in der Gemeinde Dudelage war. Eine zentrale Rolle für die Unterstützung und somit auch für die Umsetzung der Kampagne in der Gemeinde wird dem ehemaligen Bürgermeister und späteren Gesundheitsminister zugeschrieben, der in den 90ern dem Suchtpräventionsbündnis (mit dem CePT) beigetreten war. Dadurch war allgemeine Prävention schon sehr lange ein Thema in der Gemeinde und wurde auch nach dem Wechsel der politischen Führung in der Gemeinde weiter umgesetzt. In dem Jugendhaus war ebenfalls bereits lange vor der Kampagne der Alkoholkonsum bei den unter 16 Jährigen verboten.

“Drogenprävention an och Alkohol war schon seit jeher an der Gemeng en Thema, huet sech awer duerch d'Gesetz méi konkretiséiert” P14:2 (0:04:14.2 (0:03:48.75)).

Zudem organisiert die Gemeinde schon seit 7 Jahren den “Gesondheetsdag” bei dem, neben vielen anderen Gesundheitsthemen, auch Alkoholkonsum und -missbrauch thematisiert werden. Der „Gesondheetsdag“ wird organisiert von einem Netzwerk an Personen aus dem Gesundheitsbereich, welche vor sieben Jahren zu der Initiative „Gesond Diddeleng“ zusammengefunden haben.

“Et wor ganz normal, ganz natierlech sech un der Kampagn ze bedeelegen, well et näischt Friemes war fir d'Gemeng, mä eppes ganz Normales“ (P14:2 (04:14.05 (0:03:48.75))).

“Et ass keen Thema, et ass selbstverständlech, et ass an eise Käpp dran, dat ass einfach esou“ P11:6 (0:22:23.38 (0:00:24.45)).

Mit der Verabschiedung des Gesetzes zum Verkaufs- und Ausschankverbot von Alkohol an Jugendliche unter 16 Jahren², hat sich nach Angaben der Befragten die Frage nach der Umsetzung der Kampagne in der Gemeinde nochmals konkretisiert. Es wurde überlegt, was die Gemeindeverwaltung und die Veranstalter (Vereine, Feste, usw.) konkret für die Umsetzung der Kampagne leisten könnten. Hierbei kamen vor allem zwei Veranstaltungen in Frage, an denen ein Publikum jüngeren Alters teilnimmt: der „Zeltik“ und die „Fête de la musique“. Während beim „Zeltik“ Alterskontrollen am Eingang des Zeltes durchgeführt werden können, wird die Kontrolle des Alkoholkonsums von Jugendlichen besonders bei der „Fête de la musique“ als schwierig beschrieben, da die Veranstaltung öffentlich ist und das Veranstaltungsgelände nicht begrenzt ist. Durch die Kampagne haben sich jedoch, so alle Befragten, die bestehenden Strukturen, Kontakte oder Netzwerke nicht verändert. Es wurde versucht die Kampagne umzusetzen, wobei es, so die Angaben, bei den Beteiligten nie eine Diskussion über die Wichtigkeit des Themas gab. Bestehende Strukturen haben sich demzufolge nicht verändert.

² Loi du 22 décembre 2006 portant sur l'interdiction de la vente de boissons alcooliques à des mineurs de moins de seize ans.

“Ech mengen dass Kampagn lo direkt lo drop keen Afloss geholl huet op Zesummenaarbecht, op Verschlechterung oder Verbesserung. Dat giff ech lo net soen. Et ass een vu villen Themaen giff ech soen” P13:20 (1:04:38.19 (0:01:02.71))

“Netzwerker hei hunn schonn virun der Kampagn bestanen. De Reseau huet scho bestanen, iert Kampagn komm ass ‘Keen Alkohol ënner 16 Joer’, sou dass di doten präventiv Approche automatesch mat agefloss ass”. P14:3 (0:08:02.27 (0:02:08.53)).

Obwohl alle Befragten der Meinung sind, dass sich die Struktur des Netzwerkes und die Kontakte nicht verändert haben, wird dennoch angenommen, dass innerhalb der Gemeinde ein stärkeres Problembewusstsein entwickelt werden konnte.

“Ech mengen dass Netzwerck, wat Dynamik betrëfft, dat selwecht bliwwen ass, wat awer verännert huet ass Prise de conscience bei deenen verschiddenen Akteuren par Rapport zu der Kampagn keen Alkohol ënner 16 Joer” P14:17 (0:44:59.91 (0:01:04.89)).

Struktur des Netzwerkes

Struktur generell

Zentrale Partner für die Umsetzung der Kampagne sind in Dudelange die Gemeindeverwaltung, die Verantwortlichen des service culturel sowie die Arbeitsgruppe ‘Gesond Diddeleng’.

Wie an vorheriger Stelle beschrieben, ist das Thema Prävention schon seit den 90er Jahren in der Gemeinde ein Thema. Sie sieht ihre Rolle als Institution und Administration darin Verantwortung zu übernehmen, besonders da sie eine ganze Reihe von Veranstaltungen organisieren an denen auch ein sehr junges Publikum teilnimmt. Die Gemeindeverwaltung arbeitet hier eng mit dem comité de prevention communal zusammen (idem für Diekirch). Mitglied sind hier die verantwortlichen Personen der Gemeindeverwaltung sowie die lokale und regionale Polizei. Bei Bedarf werden nach Angaben des Befragten noch weitere Personen eingeladen (z. B. parquet général). Diese Gruppe trifft sich etwa zwei Mal jährlich um sich über mögliche Probleme in der Gemeinde auszutauschen. Gleichermaßen finden regelmäßige Treffen mit den Verantwortlichen des Jugendhauses statt. Wenn der Bedarf besteht, trifft sich das Komitee auch häufiger.

Die befragte Person des service culturel von Dudelange ist zuständig für die Organisation von Veranstaltungen und Konzerten. Die beiden wichtigsten und bekanntesten Feste, die Dudelange jährlich für Jugendliche und Erwachsene organisiert, sind der „Zeltik“ und die „Fête de la musique“. Der „Zeltik“ ist eine zweitägige Veranstaltung, bei der freitags ein keltischer Abend organisiert wird und samstags der ‘Pomjeesbaal’ der besonders jugendliche Besucher anzieht. Die Veranstaltung findet in einem Zelt statt, zu dem Eintritt gezahlt werden muss und eine Eingangskontrolle stattfindet. Die „Fête de la musique“ ist dagegen eine öffentliche Veranstaltung, bei der mehr oder weniger bekannte Künstler aus dem In- und Ausland auf verschiedenen Bühnen gleichzeitig

Konzerte geben. Der Eintritt ist frei und das Veranstaltungsgelände unbegrenzt. Laut Angabe der Befragten bringen viele Jugendliche gerade zu dieser Veranstaltung alkoholische Getränke mit, die sie im Vorfeld im Supermarkt gekauft oder auf der Tankstelle erworben haben. Den Veranstaltern ist die Problematik des Alkoholmissbrauchs bei den Jugendlichen bekannt. Sie versuchen dies zu unterbinden, damit unangenehme Zwischenfälle auf dem Festival ausbleiben.

“Ech sinn Deel vun enger Associatioun momentanée fir dat eent oder anert Fest wous de zesumme kënn. Do geet et drëms dee beschtméiglechen Oflaf ze garantéieren vun deem wat mir maachen. D'Manifestatiounen sollen flott a sécher oflafen” P11:1 (0:00:35.21 (0:01:03.37)).

Die Arbeitsgruppe 'Gesond Diddeleng' ist ein Gremium der Gemeindeverwaltung Dudelange. Die Mitglieder dieses Gremiums sind alle im Gesundheitsbereich tätig. Vertreten sind Ärzte, Sozialarbeiter, Krankenschwestern/Pfleger, Laboranten, Ernährungsberater usw., die aus verschiedenen Bereichen kommen: „office social“, „service médico-scolaire“, „service égalité des chances“ usw. Fokus dieses Gremiums sind alle Themen rund um die Gesundheit (primäre und sekundäre Prävention) und Ziel des Gremiums ist es diese den Bürger der Gemeinde nahe zu bringen und diese für ihre Gesundheit zu sensibilisieren (Übergewicht, Ernährung, spezifische Erkrankungen, Sport, usw.). Die Arbeitsgruppe organisiert jährlich den 'Gesondheetsdag' in Dudelange. Dieser findet auf dem Gemeindeplatz statt, wo die Bürger informiert und sensibilisiert werden. Sie können z. B. gratis ihre Blutwerte testen lassen; den BMI errechnen lassen usw. Außerdem organisiert „Gesond Diddeleng“ das ganze Jahr über Sportaktivitäten (z. B. Nordic Walking für übergewichtige Erwachsene; Wibbel für übergewichtige Kinder) und Konferenzen zu Gesundheitsthemen (Herz-Kreislauf-Erkrankungen usw.). Gerade im Gremium „Gesond Diddeleng“ war und ist auch Alkoholkonsum und -missbrauch ein wichtiges Thema.

Die Netzwerke werden von allen Befragten als stabil beschrieben.

“Et sinn Netzwierker déi ganz kloer fonctionnéieren, well se och ganz kloer institutionaliséiert sinn zum Beispill de comité de prévention communal, Police, Secherheetskommissioun (...)”. All dat anert ass punktuell, da kennt e Reseau zesummen, well eppes organiséiert gëtt“ P14:15 (0:39:30.11 (0:04:06.32)).

Ein gemeinsames Ziel der Netzwerke ist, so der Befragte weiter, vorhanden und auch nicht. Jeder leistet sehr wohl Präventionsarbeit, nach seinen eigenen Fähigkeiten und Ressourcen „op sengem Niveau, no sengem Wëssen a Kompetenzen“ (P14:10 (1:01:14.86 (0:03:07.39))). Ein gemeinsames Ziel oder Netzwerkvision „eng mise en commun“ wurde jedoch nicht entwickelt (P14:10 (1:01:14.86 (0:03:07.39))).

Verbindung der Strukturen untereinander

Wie von den befragten Personen beschrieben, bestehen in Dudelange bestimmte Strukturen oder Arbeitsgruppen auf verschiedenen Ebenen (comité de prévention; Arbeitsgruppe ‚Gesond

Diddeleng'; service culturel usw.), die genutzt wurden um die Kampagne umzusetzen. Obwohl die Befragten sich auch persönlich sehr gut kennen, treffen sie sich vor allem vor dem Hintergrund ihrer Funktion (ob berufliches oder privates Engagement) in der Gemeinde.

Die Verbindung zwischen den Strukturen wird gewährleistet durch einzelne Personen, die gleichzeitig in unterschiedlichen Komitees, Institutionen und Vereinen aktiv sind. So stellt sich auch in Dudelange eine sehr vernetzte Struktur heraus: der Leiter des Centre d'intervention ist beispielsweise gleichzeitig der Präsident von ‚Gesond Diddeleng‘, Mitglied im Gemeinderat sowie Mitglied im Verwaltungsrat des Jugendhauses. P13:22 (1:08:23.77(0:01:11.78)). Die befragte Person aus dem Gemeinderat steht vor dem Hintergrund seiner politischen Zuständigkeiten (Sicherheit, Jugend, Benevolat, Vereinsleben, Partizipation) im Kontakt mit der Polizei, dem Jugendhaus, dem service culturel, den Präsidenten der Vereine usw. Die lokale Polizei arbeitet in engem Kontakt mit der Gemeindeverwaltung.

Arbeitsweise im Netzwerk

Die Gemeindeverwaltung versteht ihre Rolle als „incitateur“ (Anstifter) von Projekten und Ideen. Gleichzeitig sieht sie sich auch außerhalb des gesamten Geschehens und begleitet die Prozesse der Personen die Projekte in die Praxis umsetzen. Der politische Wille ist nach Aussagen des Befragten zentral dafür ob Präventionsarbeit in der Gemeinde geleistet wird und eine Kampagne wie die „Keen Alkohol ënner 16 Joer“ umgesetzt wird oder nicht.

„Wann di politesch Motivatioun an Iwwerzeugung net do ass, dann mengen ech kritt een dat do och net hin“ P14:12 (0:31:10.90 (0:02:11.27)).

Die Arbeitsweise in und zwischen den Netzwerken wird, von den Befragten, als informell beschrieben. Das Netzwerk trifft sich bei Bedarf allerdings ganz formell. Dies ist zum Beispiel der Fall, wenn Veranstaltungen organisiert werden.

„Et ass éischer, dat Netzwierk wat dann informell ass, phaseweis, ganz formell zesumme kennt“ P14:15 (0:39:30.11 (0:04:06.32)).

Auch die Arbeitsgruppe ‚Gesond Diddeleng‘ wird von dem Befragten als zwar formale Arbeitsgruppe beschrieben, die jedoch informell zusammenarbeitet P13:3 (1:09:39.63 (0:01:31.59)). In der Gemeinde kennt man sich nicht nur, sondern man ist zum Teil auch befreundet, was dazu führt, dass sich die Personen auch außerhalb ihrer Funktionen privat treffen.

„Leit kräizen sech däi ganzen Zäiten. Duerch Zoufall sinn se och nach gutt Kolleg mateneen“
„Mir treffen ons och bei Grillpartyen, och privat. Dat ass dann dee Moment wou d'Fraen de Kapp rëselen an da ginn, well mir erëm e Festival plangen“ P10:9 (0:18:23.22 (0:01:59.56)).

„Du trëffs ëmmer op déi selwecht Leit“ P11:8 (0:33:01.00 (0:02:39.97)).

Die jeweiligen Zuständigkeitsbereiche des anderen sind jedem bekannt, und da man sich auch privat gut kennt, kann vieles telefonisch geregelt werden, nachdem die Veranstaltung im Vorfeld bei 1-2 Treffen gemeinsam durchgeplant wurde.

„Zesummenaarbecht geet iwwer Telefon. Et ass net sou dass do eng grouss Versammlung muss aberuff ginn (...) dat leeft ëmmer relativ schnell a ganz einfach“ P15:2 (0:05:12.81 (0:01:25.88)).

Netzwerkinhalt

Im Rahmen der zwei Musikfestivals „Zeltik“ und „Fête de la musique“ werden die Plakate der Kampagne von den Veranstaltern aufgehängt, auch mit dem Ziel, so der Befragte, das Personal nochmals für das Thema zu sensibilisieren.

“Mir hunn d’Affichen vun CePT op e festen Ënnergrond drécken gelooss, dass mir se och ëmmer erëm ophänke kënnen. Mir hunn do investéiert, kartonéiert sinn se ginn“ P13:2 (0:13:34.30 (0:02:26.29)).

Zudem ist Alkoholkonsum und -missbrauch stets Thema bei den Vorbereitungstreffen der Veranstalter, bei denen der Umgang und der Ausschank nochmals diskutiert werden. Alle Mitveranstalter erhalten auch vor jedem Festival Flyer zur Kampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer“. Mit der Diskussion um die Alkopops und der Erhöhung der Steuern auf diesen Getränken haben die Veranstalter zudem entschieden, diese fortan nicht mehr anzubieten. Ersetzt wurden sie, so ein Befragter, allerdings durch Spirituosen, welche mit Softdrinks gemischt werden können, z. B. Vodka – Orangensaft. Trotzdem gibt es die Hoffnung, dass die Hemmschwelle der Jugendlichen beim Bestellen der Letzteren größer ist. Deutlich wurde hier vor allem das Dilemma der Veranstalter, die einerseits verantwortungsbewusst handeln möchten, andererseits Alkohol anbieten müssen, um die Vereinskassen zu füllen. Ziel der Veranstalter ist es „e flott Fest ze maachen (...) dass een sech wuel fillt, dass keen sech aggresséiert fillt“ P10:8 (0:17:20.17 (0:00:31.55)).

Auf alle Aushänge und Preislisten der Getränke wurde „alcohol interdit au moins de seize ans“ aufgedruckt. Zudem konnten sie während längerer Zeit die Softdrinks zu einem günstigeren Preis anbieten als die alkoholischen Getränke. Dies ist jedoch, so der Befragte, aus finanziellen Gründen nicht mehr möglich. Bier und Softdrinks kosten nun gleich viel. P13:14 (0:42:38.05 (0:01:47.54))

Im Rahmen der Veranstaltung „Zeltik“ arbeiten die Verantwortlichen des centre d’intervention mit dem Verein ‚responsible young drivers‘ zusammen. Dieser Verein wurde von Eltern gegründet, deren Kinder bei Verkehrsunfällen durch Alkohol ums Leben kamen. Diese sind dann z. B. mit einem Informationsstand beim „Zeltik“ präsent.

Die Polizei verstärkt an den beiden Veranstaltungstagen ihre Patrouillen, sowohl im Zentrum als auch im Umfeld vom Zentrum. Zudem sichern Polizisten in Zivil die Veranstaltung.

“Si weisen Präsenz an Uniform. Mir hunn dann och do mol Ekippen weider an Uniform” P16:
(0:00:07 (0:08:27.04))

Im Jugendhaus wurden eine Reihe Projekte allgemein zum Thema Sucht durchgeführt. Obwohl der Befragte die Details nicht mehr kennt. Es gab zum Beispiel ein Fotoatelier. Auch die Gemeindeverwaltung macht mit unterschiedlichen Aktionen auf die Kampagne aufmerksam:

Mit den Cafésbesitzern wurde eine „Charte de bonne conduite“ ausgearbeitet. Dabei handelt es sich um ein symbolisches Abkommen zwischen der Gemeindeverwaltung und den Cafésbesitzern, ihre Rechte und Pflichten einzuhalten. Auch das Gesetz zum Alkoholausschank ist Teil dieses Abkommens. Die Unterzeichnung der Charte beruht auf freiwilliger Basis.

„Dat ass e Rappel vum legale Kader wou de Cafesbesëtzer sech muss en drun halen (...) Gesetz iwwert de Cabaretage, Gesetz iwwert de Kaméidi, Reglement iwwert Fräi Nuechten asw.“ P14:8 (0:16:12.38 (0:01:31.48))

Die Gemeindeverwaltung arbeitet eng mit der lokalen und regionalen Polizei zusammen. Regional arbeitet sie eng mit dem Service de prévention (Esch/Alzette) zusammen. Hier werden bestimmte Präventionsthemen (im weitesten Sinn) behandelt. Manchmal werden auch Konferenzen organisiert, generell zur Suchtprävention und somit aber auch zum Thema Alkohol. Diese Themen werden auch mit der lokalen Polizei durchgesprochen, dem “comité de prévention communal“ diskutiert. P13:13
(0:33:45.66 (0:02:58.26))

4.2.1.3. BECKERICH

Entstehung Netzwerk

In Beckerich wurden von Beginn regionale Netzwerke (das Comité de Prévention, der Gemeinde Zusammenschluss „Réidener Kanton“) genutzt um die Kampagne umzusetzen und um andere Netzwerke (einzelne Gemeinde Netzwerke) zu aktivieren. Der Bürgermeister von Beckerich schlug dem Comité de Prévention die Kampagne vor und der damalige Präsident des Comité de Prévention engagierte sich sofort. Gemeinsam mit dem CePT stellten sie die Kampagne im „Réidener Kanton“ vor und versuchten die Bürgermeister des Syndikat Intercommunal „Réidener Kanton“ und deren lokale Gemeindefitzwerke für die Umsetzung der Kampagne zu mobilisieren. In beiden Netzwerken, in denen die Kampagne lanciert wurde (Comité de Prévention, Syndicat Intercommunal) sind hauptsächlich Bürgermeister der verschiedenen Gemeinden vertreten. Daher spielte die Politik und die Politiker eine große Rolle bei der Einführung der Kampagne in die bestehenden Netzwerke.

„ An dunn ass gesot ginn: „Wat können mir man?“ An dunn hat ech d'Propose gemaach dat hei eben zum Thema ze maachen, dass mir an enger flotter präventiver Aktioun géingen mat maachen, dat war eigentlech den Start. Dat heescht et war u sech eng existent Struktur wou eigentlech Decisioun geholl ginn war eppes ze maachen. „(P1: 0:07:48 – 0:08:13)

Diese Vorgehensweise entspricht der üblichen Vorgehensweise der Gemeinde Beckerich. Seit 15 Jahren wird die kantonale Zusammenarbeit auf- und ausgebaut. Es existiert eine sehr gute Zusammenarbeit auf vielen Ebenen, auch da eine kantonale Zusammenarbeit aufgrund der geringen Größe der Gemeinden und aufgrund des ländlichen Raumes als unabdingbar gesehen wird.

Auch innerhalb der Gemeinde Beckerich konnte für die Umsetzung und Streuung der Kampagne auf eine gut funktionierende und bereits bestehende Zusammenarbeit mit den Vereinen und der „Entente“ (Dachverein) der lokalen Vereine zurückgegriffen werden. Dies wird als besonders wichtig erachtet, da die interviewten Netzwerkpartner davon ausgehen, dass sich der Alkoholkonsum von Jugendlichen unter 16 Jahren eher in den Vereinen und besonders bei großen Veranstaltungen der Vereinen („Bal“) abspielt. Daher erachtet man es als besonders wichtig die Vereine zu informieren und dazu zu motivieren bei ihren Veranstaltungen und bei ihren Treffen bzw. in ihren Vereinslokalen auf das Ausschank- und Verkaufsverbot von Alkohol an unter 16 Jährige zu achten.

Veränderung des Netzwerkes

Die interviewten Netzwerkakteure sahen kaum wesentliche Veränderung des Netzwerkes durch die Kampagne. Auf der Ebene der Politiker und insbesondere der Bürgermeister des Syndikat Intercommunal, glaubt der initierende Bürgermeister, dass die zusätzlichen Informationen und die

aufgezeigten Handlungsmöglichkeiten den Netzwerkakteuren zum Teil das Handeln erleichtert haben und ihnen das Gefühl der Wehrlosigkeit im Angesicht dieses gesellschaftlichen Problems genommen haben.

„... an einfach ze soen, hei mir reagieren net just op Saachen déi an der Gesellschaft geschéien, mir probieren eng proaktiv Roll ze huelen, mengen ech, wat awer engem jo awer e gutt Gefill vermëttelt. Bon, an si haten dat Gefill, jo, e bëssen méi Informatioun kritt ze hunn zu engem Thema wat awer an der... Also et war, mir hunn schon virdrun di eng oder di aner Kéier driwwer geschwat gehat, mä d'Leit wossten net esou richteg wat maachen mir. Esou e bëssen, esou déi Hëlleflosegkeet virun esou engem Gesellschaftsphänomen, wann een dann déi Jugend gesäit drénken. Ech mengen beemol haten se awer d'Gefill dass se éischtens mol, eng Rei konkret Informatiounen haten dass se och dat eent oder anert Instrument eben dat juristesch Instrument. [...] Mä et hat een awer, ech mengen d'Buergermeeschteren haten awer d'Gefill dass se awer geléiert haten dass een awer net tatenlos do misst nokucken, mä dass een awer eng Méiglechkeet hätt anzegräifen an seng Responsabilitéit ze iwwerhuelen. Jo an wéi se dunn och nach gesinn hunn dass awer elo keen Biergerkrich an hirer Gemeng géing entstoen, wéi mir dat do duerch gezunn hunn eigentlech, haten se eigentlech e gutt Gefill.“ (P1: 0:25:00-0:27:55)

Zusätzlich scheint sich im Zuge der Umsetzung der Kampagne das Problembewusstsein und die Einstellung der Netzwerkpartner in der Gemeinde selbst verändert zu haben. Feststellen lässt sich diese Veränderung an der Tatsache, dass die Netzwerkteilnehmer davon berichten, dass alkoholfreie Veranstaltungen (Ehrungen, Freiluftkino, Schulfeste) zu Anfang noch recht kontrovers diskutiert wurden, jetzt jedoch eine Selbstverständlichkeit sind.

Struktur des Netzwerkes

In Beckerich waren drei Personen zentral bei der Einführung der Kampagne durch drei Informationsveranstaltungen. Der Bürgermeister von Beckerich, der damalige Präsident des Comité de Prévention der Polizei und ein Mitarbeiter des CePT.

Diese Initiatoren sind Mitglieder in den zentralen Teilnetzwerken (Syndikat Intercommunal „Réidener Kanton“, Netzwerke der Gemeinde in Beckerich, Netzwerk der Vereine in Beckerich), die im Kanton Redange und in der Gemeinde Beckerich für die Umsetzung der Kampagne aktiviert wurden. Jede Gemeinde hat hierbei ihre Autonomie bewahrt und die Art und Intensität der Umsetzung der Kampagne variierte stark zwischen den Gemeinden. Ein Interview mit einem Bürgermeister einer benachbarten Gemeinde zeigte große Unterschiede zwischen den Gemeinden im Syndikat Intercommunal Réidener Kanton.

Andere relevante Strukturen sind: die Late Night Bus a.s.b.l. und die einzelnen Vereine (vorab deren Präsidenten) die bei der praktischen Umsetzung der Kampagne (keine Jugendlichen unter 16 zu den Veranstaltungen zu transportieren, Einhaltung des Gesetzes, Abdrucken des Logos auf Plakaten und

Eintrittskarten) aktiviert und motiviert wurden. Auch die lokale Jugendkommission wird als wichtiges Teilnetzwerk für die Streuung der Kampagne gesehen.

Arbeitsweise im Netzwerk

Ein wichtiges Element der Arbeitsweise des Netzwerkes in der Gemeinde Beckerich ist die regionale Zusammenarbeit zwischen den Politikern und der regionalen Polizei. Diese Zusammenarbeit findet eher formell und in formalen Gremien wie dem Syndikat intercommunal und dem Comité de Prévention der Polizei, welche regelmäßige wenn auch nicht häufige Versammlungen einberufen, statt. Die Themen dieser Versammlungen sind die allgemeine Prävention und die langfristige Entwicklung der Gemeinden und des Kantons.

Auf der lokalen Ebene der Gemeinde Beckerich selbst ist das Netzwerk der Gemeinde, der Gemeindeverwaltung und der Vereine eher durch informelle Beziehungen mit informellen Treffen bei verschiedensten Gelegenheiten charakterisiert. Die wenigen Versammlungen sind eher Planungszusammenkünfte im Hinblick auf spezifische, gemeinsam organisierte Veranstaltungen und beschäftigen sich mit Themen wie Arbeitsteilung zwischen den Vereinen bei gemeinsamen Veranstaltungen.

„Zum Beispill bei eis an der Gemeng Beckerich war dono nach eng Reunion, wou mir als Schäfferot d'Veräiner alleguerten zesummen geruff haten nach eng Kéier, ech mengen dat war bei enger aneren Geléigenheet [...] hu mir dann och profitéiert fir nach eng Kéier drop opmierksam ze man an se ze bieden, hei lauschtert, mir wieren frou wann dir géingt mat maachen bei der Aktioun an jo. Also do ass vill, wie soll ech soen, relativ Informelles gelaf, gëllt. Dat ass eben den Virdeel esou am ländlechen Raum, et kennt een sech, do brauch een elo keng grouss Bürokratie un ze geheien. Mä esou, wéi soll ech soen, e bëssen tëscht Tür an Angel praktesch oder bei enger anerer Geléigenheet esou en Message mat ze maachen., dat beschränkt den Opwand fir jiddereen, et brauch een net elo grouss Reunionen zesummen zetrommelen. An di Veräinsleit sinn jo awer benevole, hunn awer schon genuch ëm d'Oueren an mir wëllen se net elo erëm iwwerfrachten mat zousätzlechen Versammlungen,, (P1: 0:22:50- 0:23:52)

„Et ass éischer, dass, dass een, zwee der Akteuren an dann vläicht erëm een vun deenen Akteuren ass erëm bei deenen aneren zwee, dräi derbäi, ech mengen et ass éischer dass et esou iwwert d'Weeër funktionéiert. An eben och deels, wéi ech virdrun gesot hunn, verschidde Leit a verschidde Gremien och dran sinn an dann kanns de och do direkt d' Lien eriwwer maachen mä et ass awer elo manner dass d'ganz d'Akteuren mateneen. Vlächet elo an der Phase de Finalisation oder esou, mä soss... (P5: 0:25:41-0:26:33)

Diese informelle Arbeits- und Kommunikationsweise wird als Vorteil und Gewinn erachtet:

„Wéi gesot, ganz roueg, ouni elo deck op d'Tromm ze schloen esou ...An heiansdo hunn ech dat Gefill dass esou diffus Geschichten laangfristeg vläicht méi bréngen ewéi wann ech elo en risen Opwand maachen wou dann awer keen Suivi méi ass. Esou eng ‚One Shot Geschicht‘ weess ech net op dat nohalteg ass, mä dass een einfach lous an lous an esou dass et zur Normalitéit gehéiert, an seet hei lauschter, wann Kanner an der Géigend sinn, vill Kanner dann ass keen Alkohol an der Géigend. Beemol sinn vläicht nach Leit di op d'Idee kommen. Also ech mengen dat sinn, di, dat Bewusstsein ass bei eis ganz kloer duerch di do Kampagn méi kloer entstan,, (P1 0:46:08-0:46:48).

Allgemein scheint bei der Umsetzung der Kampagne auf der lokalen Ebene der Gemeinde Beckerich das Augenmerk darauf gerichtet worden zu sein, die einzelnen Akteure zu informieren und zur Umsetzung der Kampagne und zur Einhaltung des Gesetzes zu motivieren. Dies wurde einerseits durch das „gute“ Beispiel der Gemeinde bei ihren Veranstaltungen, bei denen viele Kinder anwesend sind keinen Alkohol auszuschenken und andererseits durch viele informelle Wiederholungen bei verschiedensten Gelegenheiten versucht zu erreichen. Den interviewten Netzwerkpartner erschien es unabdingbar möglichst viele Akteure zu erreichen, um ein gewisses Bewusstsein für die Thematik in der Gemeinde zu verankern und alkoholfreie Veranstaltungen sowie das Einhalten des Gesetzes zum Ausschank- und Verkaufsverbot von Alkohol an Jugendliche unter 16 Jahren für die Akteure zu einer Normalität werden zulassen.

Rollen und Aufgaben

Während die Einführung der Thematik und der Kampagne in die zentralen Teilnetzwerke die selbst gestellte Aufgabe einzelner einflussreicher Personen war (Bürgermeister und Präsident des Comité de Prévention), war das Einführen der Thematik und der Kampagne in die lokalen Netzwerke der Gemeinde Beckerich Aufgabe vieler Personen. Ähnlich eines Schneeballverfahrens, wurde das Thema von einzelnen Personen in verschiedene Kontexte eingeführt (beispielsweise durch einen Schöffen in einer Kommission, durch den Bürgermeister an die Präsidenten der Vereine) und darauf gehofft, dass die Personen in diesen Kontexten wiederum die Thematik und die Kampagne umsetzen bzw. weitertragen.

Bei der Umsetzung der Kampagne sahen die Gemeindeverantwortlichen sich in der Rolle des Vorreiters und legten Wert darauf, als Gemeinde mit gutem Beispiel voran zugehen. Zusätzlich versuchten Sie in verschiedenen Kontexten Impulse zur Umsetzung der Kampagne und zur Einhaltung des Gesetzes zu geben. Die konkrete Umsetzung der Kampagne sahen sie darüber hinaus jedoch auch als Aufgabe weniger zentraler Netzwerkpartner und der Netzwerkpartner, die spezifisch zu diesem Zweck aktiviert wurden (Late Night Bus a.s.b.l., Vereine welche Veranstaltungen organisieren). Auch die Rolle der Eltern gegenüber ihren Kindern wurde mehrfach erwähnt.

Insgesamt gab es in Beckerich ein Bewusstsein dafür, dass eine erfolgreiche Umsetzung der Kampagne und des Gesetzes nur durch die Einbindung möglichst vieler Akteure, welche möglichst viele Rollen übernehmen durchführbar ist.

„Ech mengen, du brauchts all d’Akteuren, du brauchts d’Iwwerzeegung, du brauchts d’Erklärung, du brauchts awer och Leit déi et duerchzéien, an au cas où, fir een deen et dann fir d’10t nach net versteet dass de mat 16 nach net esou entwéckelt bass an net mat der Liewer mä dass de iwwert d’ Blut ausscheeds, an esou virun, dann brauchts de awer och vläicht éischer méi déi strikt Saachen vun Police oder Türsteher, ech mengen awer schonn dass esou d’Akteuren all iergendwéi... jo. Ech mengen grad an dem hei Fall brauchts de en Netzwerk.“ (P5: 0:11:42 - 0:12:10)

Jedoch scheint von Seiten der Gemeindeverantwortlichen über die Kontrolle der zur Verfügung gestellten Räumlichkeiten ein gewisser Druck auf die Vereine ausgeübt zu werden. Dies deutet auf eine gewisse Hierarchisierung des Netzwerkes beziehungsweise auf eine ungleich verteilte Abhängigkeit hin.

„... Mir haten awer och duerchblécken gelooss, also ech weess och do net ewéi wäit dass elo all Buergermeeschteren gaang, mä hei hat ech relativ kloer eraus, d’Consigne och den Veräiner eraus ginn, dass wa mir géingen groussen Abus do gesinn an t’Leit sech franchement géingen füttéieren, da géingen mir eis iwwerleeën op se den Sall nach kritten. Bon et war esou bëssen eng Mëschung tëscht Iwwerzeegung ... esou d’Muert an d’Peitsch... (P1: 0:25:00-0:27:55)

4.2.2. Netzwerkstruktur: Eine systematische Perspektive

Vor dem Hintergrund der ausgearbeiteten theoretischen Konzepte und des Forschungsstandes zur Netzwerkanalyse (Neugebauer & Bewyl, 2006) sowie aufgrund der in den ersten Phasen des Projekts erarbeiteten Kontextinformationen, wurden folgende forschungsrelevante Hypothesen formuliert. Sie beziehen sich auf verschiedene Merkmalsdimensionen, nach denen Netzwerke beschrieben werden können, und deren Bedeutung im Rahmen einer Kampagnentheorie. Sie werden zugleich konfrontiert mit den empirischen Ergebnissen, wie sie sich auf Basis der bisherigen Analyse darstellen (Interviews mit Schlüsselpersonen).

4.2.2.1. Zur Entstehung von Netzwerken im Rahmen der Kampagne

Hypothese:

Die Zusammenarbeit mit Schlüsselpersonen und die Informationsversammlungen, die das CePT im Rahmen der Kampagne (Multiplikatoren-schulung) in den Gemeinden organisierte, führten zur Entstehung eines lokalen Netzwerkes, das fortan die Kampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer“ umsetzt.

Empirisches Ergebnis

In keiner der untersuchten Gemeinden entstand ein präventives Netzwerk aufgrund der Kampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer“. Vielmehr wurden der Inhalt der Kampagne und die Umsetzung der Kampagne in allen Fällen in bereits bestehende Netzwerke eingeführt, bzw. ein bestehendes Netzwerk übernahm die Inhalte und die Umsetzungsideen der Kampagne. Die wenigsten Befragten gaben an, dass sich das bestehende Netzwerk durch die Kampagne und deren Umsetzung verändert hat. In Beckerich und in Dudelage scheint die Einführung des Themas und der Kampagne in bereits bestehende Netzwerke einer Schlüsselperson zugeordnet zu werden, während dies in Diekirch diffuser ist.

4.2.2.2. Zur Netzwerkstruktur

Hypothese:

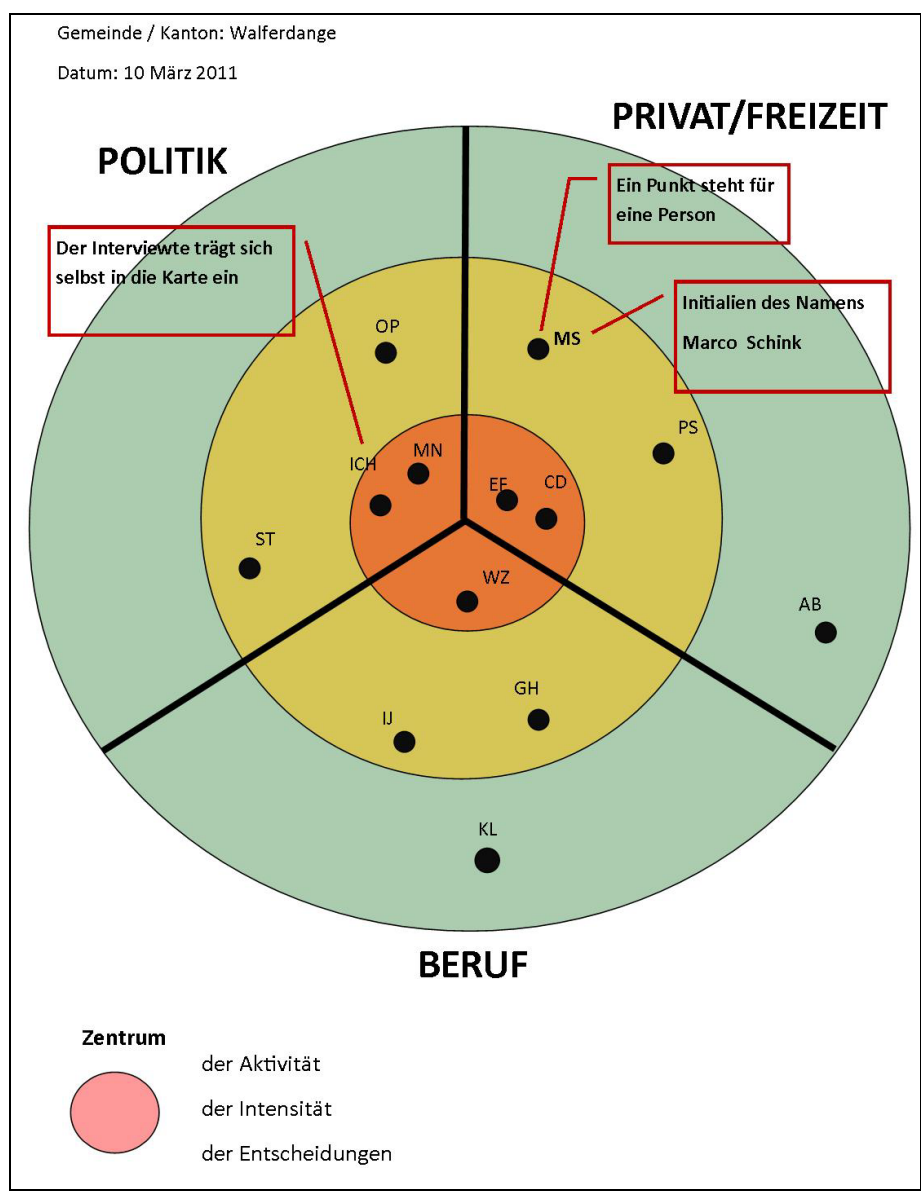
Das lokale Netzwerk setzt sich aus einigen zentralen und weiteren peripheren Personen oder Personengruppen zusammen, die die Umsetzung der Kampagne auf lokaler Ebene unterstützen. Die Netzwerkmitglieder können als Akteure benannt und somit in Listenform pro Gemeinde erfasst werden.

Empirisches Ergebnis

Die Netzwerke, in die das Thema bzw. die Kampagne eingeführt wurden bzw. die dies übernommen haben, sind sehr schwer zu begrenzen und zu definieren. Die Umsetzung der Kampagne und (vor

allein) die Animation zur Einhaltung des Gesetzes geschehen oft im Zusammenspiel einiger formaler Netzwerke (Comité de Prévention, Commission des Jeunes, Gemeinderat) und einzelner Personen, die wiederum andere Netzwerke animieren, die sehr viel informaler und teilweise sehr zweck- und aktionsgebunden sind und die teilweise nur durch die jährliche Wiederholung der spezifischen Veranstaltungen in deren Rahmen diese Zusammenarbeit besteht eine gewisse Stabilität erhalten.

Die folgende Netzwerkkarte zeigt wie wir versucht haben die für das Netzwerk relevanten Akteure zu identifizieren und hinsichtlich ihrer Verankerung in den verschiedenen Kontexten zu beschreiben. Die abgebildete Netzwerkkarte wurde darüber hinaus als visuelles Beispiel und Erklärung für das Ausfüllen der Netzwerkkarten in den Interviews genutzt.



4.2.2.3. Zum Netzwerkinhalt

Hypothese:

Themenschwerpunkt des Netzwerkes ist die Umsetzung der Kampagne „Keen Alkohol öner 16 Joer“ in der Gemeinde. Dies beinhaltet den Appell an die Erwachsenen, Jugendliche vor frühzeitigem Alkoholkonsum und vor allem vor Missbrauch zu schützen und das Gesetz zu beachten.

Empirisches Ergebnis

Die Netzwerke, die zur Umsetzung der Kampagne aktiviert wurden, sind keinesfalls funktional spezifisch und beschäftigen sich zumeist weder ausschließlich mit Alkoholprävention noch ausschließlich mit Gesundheitsprävention. In Zusammenarbeit mit den Gemeindeverantwortlichen beschäftigen sich die Comité de Prévention der verschiedenen polizeilichen Bezirke vorrangig mit allgemeiner Prävention, alle anderen Netzwerke beschäftigen sich vorrangig mit anderen Themen und Aktionen (Organisation einer Veranstaltung, Betreiben eines Jugendhauses etc.). Die Kampagne und das Thema „Alkohol unter 16 Jahren“, sind daher in der Zusammenarbeit der Akteure nur ein geringer Teil der Inhalte, nur ein Nebenthema. Die Inhalte der Kampagne scheinen nur in dem Maße und in den Punkten aufgegriffen zu werden, in denen sie zu den Werten, den Inhalten und vor allem den Aktionen des bestehenden Netzwerkes passen. In diesem Sinne scheint sich zu bestätigen, dass die Inhalte, Symboliken und Einstellungen, die das CePT als geschlossenes System oder als Teil eines geschlossenen Systems der Prävention in die Kampagne gelegt hat, von den umsetzenden Netzwerken (Zivilgesellschaft in Form von Vereinen, Politik, Polizei etc.) nicht eins zu eins übernommen werden, sondern mit eigenen Werten, Vorstellungen und Symboliken überlagert und vermischt.

4.2.2.4. Zu den Arbeits- und Kommunikationsweisen im Netzwerk

Hypothese:

Die Kooperation zwischen den Netzwerkmitgliedern kennzeichnet sich durch eine gewisse Interaktionsdichte und –frequenz der Netzwerkmitglieder.

Empirisches Ergebnis

Die Arbeits- und Kommunikationsweisen der implizierten Netzwerke sind in der Regel äußerst informell. Einige Teilnetzwerke sind etwas formaler organisiert, halten regelmäßige Treffen (Versammlungen) ab (Gemeinderäte, Gesond Diddleng, Commission de Sécurité) und haben festgelegte Akteursrollen (Präsident, Schriftführer etc.). Auch in diesen Netzwerken, beschreiben die Akteure jedoch den informellen Austausch (Telefonate, Mails, Begegnungen außerhalb des Netzwerkes, sei es im beruflichen, politischen oder privaten Rahmen) als ausschlaggebend für die gute und effektive Zusammenarbeit. Andere Teilnetzwerke erfüllen nur in geringem Maß die Voraussetzungen, um als Netzwerke beschrieben zu werden. Die lose und sehr informelle

Zusammenarbeit in diesen Teilnetzwerken besteht aus sehr wenigen (1-2 jährliche) Treffen (z. B.: Zusammenarbeit im Rahmen von jährlichen Veranstaltungen etc.). Jedoch scheinen die Akteure dieser Teilnetzwerke sich gegenseitig über diese lockere Zusammenarbeit (als Ressourcen) bekannt zu sein und zur Verfügung zu stehen.

Durch die hohe personelle Überlappung zwischen privaten und öffentlichen, informellen und formal-institutionellen Netzwerken, findet ein Teil des Netzwerkaustausches der Akteure in diesen privaten, informellen Teilnetzwerken statt. Darüber hinaus werden Akteure, die nicht in den formalen Teilnetzwerken sind, durch die informellen Netzwerke als Ressourcen zugänglich und involviert.

4.2.2.5. Zum Verantwortungsgefühl der Netzwerkpartner

Hypothese:

Zur erfolgreichen Umsetzung der Ziele des Netzwerkes haben die Mitglieder eine gemeinsame Netzwerkvision, die auf einer gemeinsamen Wertebasis beruht.

Empirisches Ergebnis

Eine konkrete gemeinsame Netzwerkvision, ein konkretes gemeinsames Netzwerkziel konnte keiner der Akteure benennen. Eher wurde von einigen Interviewpartnern die Abwesenheit einer gemeinsamen Linie bedauert und bedauert, dass einige Netzwerkpartner „andere“ Vorstellungen haben.

Auch die Rollen und Aufgaben der Netzwerkakteure sind nicht eindeutig zuzuordnen. Es gibt eine hohe Überlappung der Rollen und Funktionen, die einzelne Personen einnehmen. Viele zentrale Netzwerkakteure haben mit der Kampagne in zwei oder mehreren Funktionen (z. B.: Gemeinderatsmitglied und Präsident eines Clubs) zu tun. Die meisten Akteure haben nicht nur im Rahmen der Zusammenarbeit in diesem Netzwerk Kontakt, sondern haben auf mehreren Ebenen und in vielen verschiedenen Kontexten Kontakt.

4.2.2.6. Zur Wirkung der Intervention im Rahmen der Kampagne

Hypothese:

Durch die Kampagne „Keen Alkohol önnern 16 Joer“ wurden die Erwachsenen für die Problematik des Alkoholkonsums und –missbrauchs von Jugendlichen sensibilisiert.

Empirisches Ergebnis

Dies ist ein Thema, welches in der Umfrage vertieft werden soll. In den Interviews waren die Akteure eher skeptisch, was den Erfolg ihrer Interventionen anging. Wohl glauben sie, den direkten Ausschank von Alkohol an Jugendliche unter 16 Jahren auf ihrer Veranstaltung minimisiert zu haben, jedoch glauben sie nicht, dass dies die Jugendlichen grundsätzlich daran hindert, Alkohol zu

konsumieren und sie glauben auch, nur eine begrenzte Zahl von Erwachsenen auf die Problematik aufmerksam gemacht zu haben.

4.2.2.7. Zur kollektiven Wissensbildung in Netzwerken

Hypothese:

Durch die gemeinsame und reflexive Wissensaneignung hinsichtlich der gesundheitsbedingten und gesellschaftlichen Problematik des Alkoholmissbrauchs können in den lokalen Netzwerken Denkpotenziale, Ressourcen und Kompetenzen gebündelt werden.

Empirisches Ergebnis

Was die Bildung, Verstärkung und Akzentuierung von Wissen in den Netzwerken und den Teilnetzwerken betrifft, haben die Interviews relativ wenig Einblick gegeben. Die Akteure sprechen durchaus davon, etwas dazugelernt zu haben (technische bzw. medizinische Details), was als ein erster Hinweis auf Prozesse der Wissensbildung und Diffusion von Wissen gewertet werden kann. Manche Akteure aus dem Bereich der Politik oder der Verwaltungen sprechen auch davon, Zugang zu praktischem Wissen bekommen zu haben und daher davon, dass sie Wissen über die Lebenswelt von Jugendlichen und die Verhaltensweisen von Jugendlichen von den Praktikern („vum Terrain“) erhalten haben. Dieses Wissen wurde jedoch weniger zur Erarbeitung von Strategien oder Ähnlichem genutzt als es als „interessant“ und „wissenswert“ abgespeichert wurde, ohne verarbeitet zu werden oder ohne zu neuem Wissen zusammen gefügt zu werden.

4.2.2.8. Soziale Verantwortlichkeit und Handlungsbereitschaft

Hypothese:

Durch die Netzwerke entwickeln die Netzwerkpartner ein Verantwortungsgefühl gegenüber der jungen Generation. Ihre Handlungsfähigkeit wird bewusster und das alltägliche Handeln wird letztlich darauf ausgerichtet.

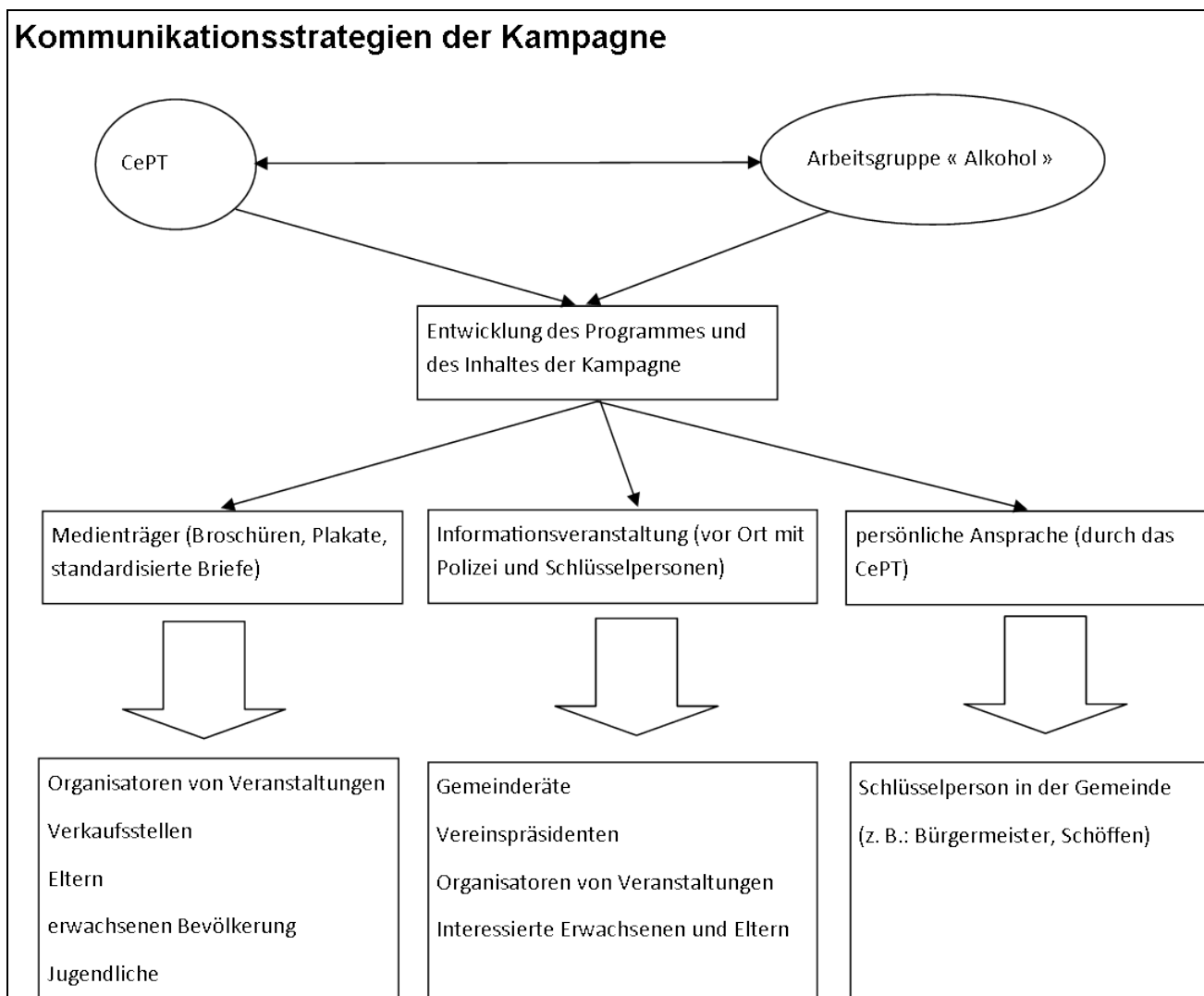
Empirisches Ergebnis

Die Einstellung der Netzwerkakteure ist sehr unterschiedlich und variiert zwischen einem beruflichen bzw. institutionellen Verantwortungsbewusstsein (als Gemeinde, als Polizei „muss man Verantwortung übernehmen“) über ein persönliches Verantwortungsbewusstsein (Ich als Person versuche die Jugendlichen zu schützen und / oder das Thema ist mir persönlich wichtig) bis hin zu einer funktionalen Einstellung (Das Gesetz muss eingehalten werden bei unseren Veranstaltungen, auch weil man keinen Imageverlust riskieren will).

Was die Stärkung des sozialen Verantwortungsbewusstseins über die teilnehmenden Akteure hinaus betrifft, sind die Akteure der Netzwerke und Teilnetzwerke eher skeptisch und bedauern eher, dass Personen außerhalb des Netzwerkes (Tankwarte, Eltern) das Gesetz nicht ernst nehmen.

4.3. Synopse der Ergebnisse

Die Kommunikationsstrategie der Kampagne sah vor Schlüsselpersonen in den Gemeinden anzusprechen, mit diesen gemeinsam Informationsveranstaltungen in den Gemeinden zu organisieren und die, daraus entstehende Umsetzung und Streuung der Kampagne dadurch zu unterstützen, dass Medienträger (Broschüren, Plakate, standardisierte Briefe usw.) vom CePT zur Verfügung gestellt und verteilt werden.

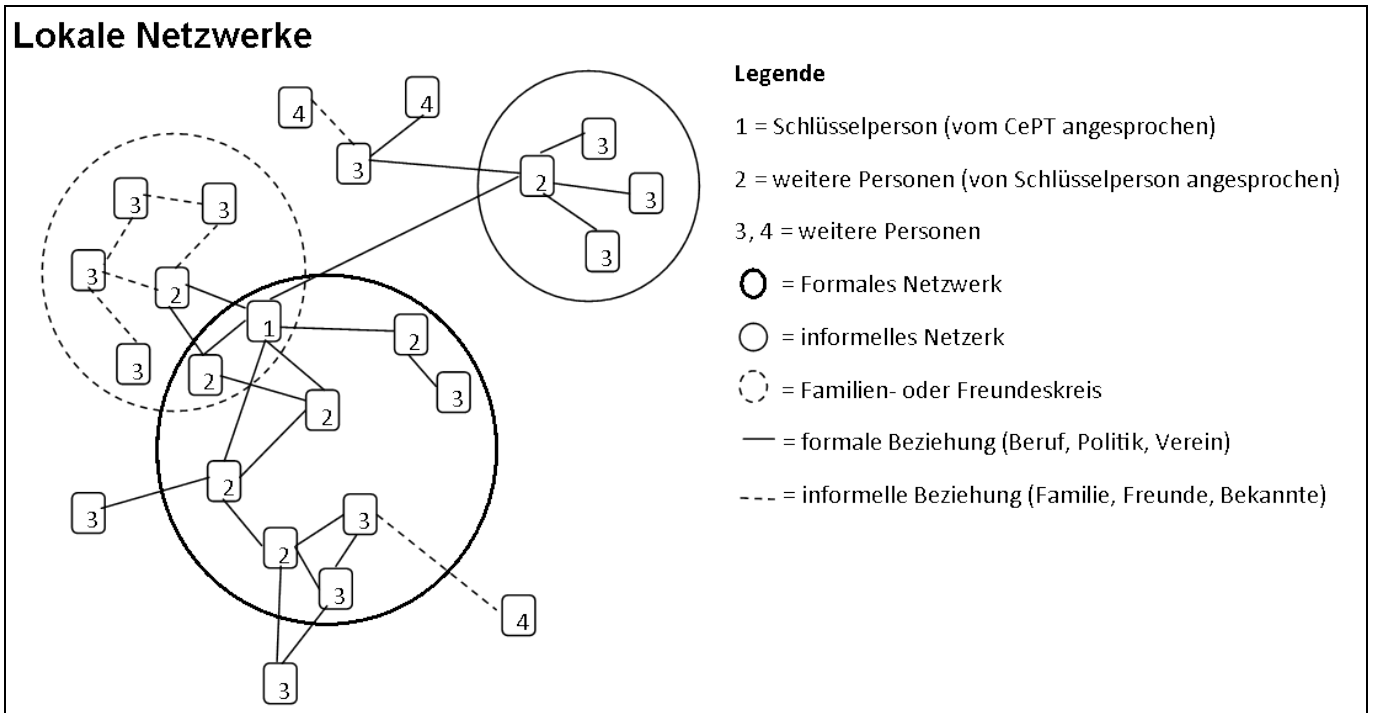


Die Schlüsselpersonen verfügten über eine gewisse Sensibilität für das Thema: In Diekirch arbeitete eine der Schlüsselpersonen privat und beruflich mit Jugendlichen und hat ein Interesse am Thema. Da die befragte Person auch der Präsident der Nordstadjugend a.s.b.l. ist, ist Alkoholprävention natürlich auch hier ein Thema. Eine weitere Schlüsselperson engagiert sich sowohl in der Freizeit in der Präventionsarbeit als auch beruflich bei der Polizei. In Dudelange unterstützte der frühere Bürgermeister die Kampagne: Die Personen, die das Thema übernommen haben, sind auch sensibel für das Thema: ein Eventveranstalter, der privat Freunde durch Alkohol am Steuer verloren hat

sowie der Präsident von Gesond Diddeleng, der infirmier anesthésiste ist und ebenfalls bereits Interesse am Thema hatte.

In keiner der drei Gemeinden wurde auf Basis der Initiative der Kampagne ein neues Netzwerk etabliert bzw. spezifisch für dieses Ziel zusammengestellt. Vielmehr wurden bereits existierende Netzwerke mobilisiert. Die existierenden Netzwerke haben dieses Thema aufgegriffen und entsprechend ihrer eigenen Logik und Aktionsoptionen umgesetzt. Welche Netzwerke jeweils mobilisiert wurden, hängt davon ab welche Netzwerke es in den Gemeinden gab, sowie davon, welche Personen das CePT angesprochen und über welche Netzwerkzugänge diese Personen verfügten.

Die lokalen Netzwerke, welche mobilisiert wurden und in denen die Kampagne umgesetzt wurde, sind charakterisiert durch eine hohe Überlappung zwischen den Teilnetzwerken. Dies ist auf informale und private Beziehungen sowie auf Personalunionen zurückzuführen. Die Netzwerke zeigen daher keine klaren Außengrenzen auf (Siehe Abbildung).



5. Aktueller Projektstand und Ausblick auf weitere Arbeitsschritte

Für diesen zweiten Zwischenbericht konnten die Interviews noch nicht entlang aller Forschungsfragen ausgewertet werden. Der Schwerpunkt der Analyse liegt für die kommenden Wochen bei den folgenden zwei Themen:

- Untersuchung der Bedeutung von Netzwerken für die Bündelung von Ressourcen und Kompetenzen sowie die Ko-Konstruktion von Wissen.
- Analyse der konkreten Effekte der Netzwerkbildung und der Interventionen der Netzwerke hinsichtlich des Problembewusstseins, der Stärkung der sozialen Verantwortlichkeit und der sozialen Handlungsbereitschaft.

Außerdem wurde über die Sommerferien zum Transkribieren der Interviews eine studentische Hilfskraft eingestellt, welche eine wichtige Hilfestellung für eine zügige Auswertung der Interviews darstellt.

Schriftliche Umfrage bei den Netzwerkmitgliedern

Der Fragebogen zur schriftlichen Umfrage bei den Netzwerkmitgliedern wurde fertiggestellt. Um eine möglichst hohe Rücklaufquote zu erreichen, wird dieser erst nach den Sommerferien, das heißt im Monat September 2011 verschickt.

Feedback-Diskussionen zur Validierung der Daten durch die Netzwerkmitglieder

Die Feedbackgespräche in den Gemeinden finden voraussichtlich Anfang Dezember 2010 statt. Maximal sind fünf Gruppendiskussionen in den drei Gemeinden Diekirch, Dudelange und Beckerich geplant.

6. Literaturverzeichnis

- Beck, U. (1986). *Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Böhnisch, L., Lenz, K., & Schröder, W. (2009). *Sozialisation und Bewältigung: Eine Einführung in die Sozialisationstheorie der zweiten Moderne*. Weinheim: Juventa-Verl.
- Breithaupt, A., & Moritz, M.-T. (2007b). Netzwerke: Organisationsform oder analytische Kategorie? Von der Notwendigkeit eines speziellen Evaluationsdesigns für Netzwerke. *Zeitschrift für Evaluation*, 1, 161–164.
- Diekmann, A. (2010). *Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (Orig.-Ausg., vollst. überarb. und erw. Neuausg. 2007, 4. Aufl., [21. Aufl. der Gesamtausg.]). *Rororo Rowohlt's Enzyklopädie: Vol. 55678*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- Fink, A. (2003). *How to sample in surveys*. In Fink, A. (Ed). *The survey Kit*. 2nd edition. United States of America: Sage Publications, Inc.
- Flick, U. (2000). *Qualitative Forschung: Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften* (Orig.-Ausg., 5. Aufl.). *Rororo Rowohlt's Enzyklopädie: Vol. 55546*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- Hollstein, B. (2006). Qualitative Methoden und Netzwerkanalyse. In B. Hollstein & F. Straus (Eds.), Springer-11776 /Dig. Serial]. *Qualitative Netzwerkanalyse. Konzepte, Methoden, Anwendungen* (pp. 11–35). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | GW V Fachverlage GmbH Wiesbaden.
- Hollstein, B., & Pfeffer, J. (2010). Netzwerkkarten als Instrument zur Erhebung egozentrierter Netzwerke. In H.-G. Soeffner (Ed.), *Unsichere Zeiten. : Herausforderungen gesellschaftlicher Transformationen; Verhandlungen des 34. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Jena 2008*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Hollstein, B., & Straus, F. (Eds.) (2006). Springer-11776 /Dig. Serial]. *Qualitative Netzwerkanalyse: Konzepte, Methoden, Anwendungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | GW V Fachverlage GmbH Wiesbaden.
- Jansen, D. (2006). *Einführung in die Netzwerkanalyse: Grundlagen, Methoden, Forschungsbeispiele* (3., überarb. Aufl.). Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Lucke, D. (2002). Kontrolle, soziale. In G. Endruweit & G. Trommsdorf (Eds.), *Wörterbuch der Soziologie* (2nd ed., pp. 292–295). Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Mayring, P. (2007). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (9. Aufl., Dr. nach Typoskr.). *UTB für Wissenschaft Pädagogik: Vol. 8229*. Weinheim: Beltz.
- Neugebauer, U., & Beywl, W. (2006). Methoden der Netzwerkanalyse. *Zeitschrift für Evaluation*, 2006(2), 249–286.
- Nilles, J.-P., Krieger, W., & Michaelis, T. (2005). *Multiplikatoren in der Primären Suchtprävention: Ein Handbuch*. Luxemburg.
- Pappi, F. U. (1987). *Methoden der Netzwerkanalyse. Techniken der empirischen Sozialforschung: Vol. 1*. München: R. Oldenbourg Verlag.
- Pfeffer, J. (2008). Visualisierung sozialer Netzwerke. In C. Stegbauer (Ed.), *Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften* (pp. 231–238). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schnegg, M., & Lang, H. (2002). Netzwerkanalyse: Eine praxisorientierte Einführung. *Methoden der Ethnographie*, (1), 3–55.

Willems, H., Biewers, S., & Joachim, P. (2010). *Forschungsprojekt SORES. Soziale Verantwortung als strategisches Konzept der Präventionsarbeit. Chancen und Grenzen der Förderung eines intergenerationalen Dialogs durch Netzwerkbildung (am Beispiel einer luxemburgischen Präventionskampagne): 1. Zwischenbericht: Theoretische Konzeption und erste empirische Befunde*. unveröffentlichter Zwischenbericht. Luxemburg: Universität Luxemburg/Inside/Cesije.

7. Anhang

a. Strategiepapier zur Anwerbung der Gemeinden



Forschungsprojekt zur Präventionskampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer – Mir halen eis drun!“ im lokalen Raum

Allgemeine Informationen

Die Universität Luxemburg hat im Jahr 2009 ein Projekt (SORES³) gestartet, das sich mit der Evaluation der Präventionskampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer – Mir halen eis drun!“ vom Centre de Prévention des Toxicomanies (CePT) beschäftigt.

Die Evaluation der Kampagne und der Nutzen für die Gemeinde

Mit der Evaluation der Präventionskampagne soll die Kampagne systematisch rekonstruiert werden und im kommunalen Kontext analysiert werden, wie sie funktioniert und was sie bewegen kann. Es geht um die Frage, wie erfolgreich, wirkungsvoll und nachhaltig die Kampagne verläuft, wem sie genutzt hat, aber auch welche Probleme aufgetaucht sind und wie diese bewältigt wurden. Für die Gemeinden kann es interessant sein zu erfahren, ob entsprechende Maßnahmen signifikant zur Lösung sozialer Probleme beitragen konnten, wie Kosten und Nutzen zueinander in Verhältnis stehen, welche Wirkungen für Jugendliche insgesamt entstanden sind (Impact) und wie dauerhaft diese sind (Nachhaltigkeit).

Unser Anliegen:

Neben den Vereinen und Verbänden, der Polizei und den öffentlichen Medien sind besonders die Gemeinden aufgerufen, die Kampagne durch politische und soziale Aktivitäten zu unterstützen. In einigen Gemeinden besteht heute bereits eine langjährige Tradition in der Umsetzung suchtpreventiver Maßnahmen, so dass von einem gewachsenen Problembewusstsein beim Umgang mit dem Thema Alkoholkonsum von Jugendlichen unter 16 Jahren ausgegangen wird.

Die nächste Projektphase, die im Frühjahr 2011 beginnen wird, beinhaltet die Untersuchung der Wirkungsweisen der Kampagne in den Gemeinden und bei den Jugendlichen.

³ Social responsibility as a strategic concept of prevention work - Opportunities and limitations of promoting an intergenerational dialogue by networking (illustrated in the context of a Luxembourg CePT campaign)

Ziel dieser Projektphase ist es herauszufinden, wann und warum Erwachsenen Verantwortung für Jugendliche übernehmen. Dies gilt es besser zu verstehen und für zukünftige Kampagnen besser zu nutzen.

Vorgehensweise

Zunächst soll in einigen ausgewählten Gemeinden mit qualitativen Methoden erforscht werden, unter welchen Umständen sich Netzwerke und Gruppen, die sich mit dem Thema Jugend und Alkohol befassen, in der Gemeinde gebildet haben, wie diese Netzwerke funktionieren und welche Kampagnenstrategien und Kampagneninhalte hinsichtlich der Übernahme von Verantwortung für die junge Generation eine Rolle gespielt haben.

Darüber hinaus wird eine Umfrage zu den Einstellungen und Verhaltensweisen der Jugendlichen im Bezug auf Alkohol durchgeführt, um allgemeine Effekte der Kampagne zu erfassen.

In diesem Zusammenhang benötigen wir die Bereitschaft der Gemeinden, hier mit uns zusammen zu arbeiten und die Evaluation der Kampagne zu unterstützen.

Ergebnisse

Die Ergebnisse dieser Projektphase werden mit den Gemeinden diskutiert (voraussichtlich im Februar 2012).

Ansprechpartner:

Prof. Dr. Helmut Willems 466644-9379; helmut.willems@uni.lu

Caroline Residori 466644-9653; caroline.residori@uni.lu

Patrice Joachim 466644-9560; patrice.joachim@uni.lu

Kurzbeschreibung des SORES Projekt

(SOES: Social responsibility as a strategic concept of prevention work - Opportunities and limitations of promoting an intergenerational dialogue by networking
(illustrated in the context of a Luxembourg CePT campaign)

Forschungsgegenstand

Im Zentrum des Forschungsprojekts SORES steht die Frage, ob und unter welchen Bedingungen sich bei Mitgliedern der Erwachsenengeneration eine soziale Verantwortlichkeit (social responsibility) für Gefährdungen von Jugendlichen -hier durch Alkoholkonsum- entwickeln und stärken lässt. Im Zusammenhang mit einer diesbezügliche CEPT- Präventionskampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer – Mir halen eis drun“, untersucht das Projekt die Frage, ob und wie durch die im Rahmen der Kampagne gebildeten Netzwerke soziale Verantwortungsgemeinschaften gebildet werden konnten. Das Forschungsprojekt setzt bei der Analyse der Planung und Umsetzung der Kampagne an, beschreibt dann die Netzwerke die sich zwischen den Erwachsenen gebildet haben und schließt mit einer Analyse der Reaktionen der Jugendlichen auf die veränderten Bedingungen in ihrer Umgebung.

Forschungsinteresse

Diese Fragestellung hat aus der Sicht der Gesundheitsprävention eine hohe Relevanz, denn sie zielt darauf ab, nachhaltige Lösungen für das Problem des Alkoholmissbrauchs bei Jugendlichen zu erreichen.

Die luxemburgischen Präventionskampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer – Mir halen eis drun“ bietet eine interessante Ausgangslage für die Untersuchung, denn sie arbeitet mit einer aus Sicht der Prävention Erfolg versprechenden Strategie: Erwachsene werden in ihrem beruflichen und privaten Kontext, in Vereinen, Schulen und in der Gemeinde als Zielgruppe der Kampagne angesprochen. Dieser lebensweltbezogene Ansatz zielt auf die aktive Beteiligung der Betroffenen vor Ort ab. Das gemeinsame Erarbeiten von Wissen und die gemeinsame Interaktion der Erwachsenen in Verantwortungsgemeinschaften sollen dazu beitragen, dass das Phänomen und die Problematik des Alkoholmissbrauchs von Jugendlichen deutlicher wird, dass Erwachsene sich ihrer Verantwortung gegenüber der jungen Generation bewusster werden und dass sie letztlich ihr alltägliches Verhalten entsprechend verändern.

Kurzüberblick über den Projektablauf: Workpackage (WP) 1-6

WP1: Literaturanalyse

Hier werden die projektrelevanten Themen theoretisch aufgearbeitet und der aktuelle wissenschaftliche Stand abgebildet.

WP2: Rekonstruktion der Kampagnenstrategien

Das Ziel in diesem Arbeitspaket ist die Rekonstruktion der Präventionsansätze des CePT und der Kampagne „Keen Alkohol änner 16 Joer – Mir halen eis drun“. Die ersten beiden Arbeitspakete wurden im Juli 2010 mit einem Zwischenbericht abgeschlossen.

WP3: Netzwerkanalyse

Daran anschließend werden die Netzwerkbildung und das gemeinsame Erarbeiten von Wissen als Kommunikationsstrategien der Kampagne genauer untersucht. Der Gegenstand der Netzwerkanalyse und Netzwerkevaluation richtet sich auf die Frage, ob und wie durch die Bildung und die Zusammenarbeit von Netzwerken ein gemeinsames Verantwortungsbewusstsein der in den Netzwerken aktiven Erwachsenen erreicht werden kann.

WP4: Wirkungsanalyse bei Jugendlichen

Schließlich soll überprüft werden, ob und in welchem Ausmaß eine Stärkung sozialer Verantwortlichkeit bei der Erwachsenengeneration von den Jugendlichen wahrgenommen wird und welche Wirkungen dies auf den Alkoholkonsum von Jugendlichen hat. Insbesondere wird untersucht, welchen Beitrag die Kampagne vor Ort dazu geleistet hat, dass der Dialog zwischen den Generationen gefördert wurde und dass sich die Einstellungen und das Verhalten der Jugendlichen verändert haben. Die Analyse soll durch eine schriftliche Befragung von Jugendlichen durchgeführt werden.

WP5: Durchführung von Konferenzen

Die Ergebnisse der Analysen sollen anschließend auf Fachkonferenzen (in Luxemburg und im Ausland) aus professioneller und wissenschaftlicher Sicht reflektiert und diskutiert werden.

WP6: Erstellung des Abschlussberichts

Mit der Dokumentation der Ergebnisse in Form eines wissenschaftlichen Abschlussberichts wird das Projekt abgeschlossen.

b. Beschreibung der Gemeinden Diekirch, Dudelange und Beckerich

Beschreibung des Kanton Redange und der Gemeinde Beckerich

Der Kanton Réiden unter dem Präsidenten Emile Calmes (Bürgermeister und Abgeordneter, DP) umfasst 10 Gemeinden und 14.504 Einwohner in einem ländlich geprägten Raum: Beckerich (2.284 Einwohner), Ell (1.081 Einwohner), Grosbous (883 Einwohner), Préizerdaul (1.372 Einwohner), Rambrouch (3.854 Einwohner), Redange (2.480 Einwohner), Saeul (697 Einwohner), Useldange (1.472 Einwohner), Vichten (1.032 Einwohner), Wahl (850 (Einwohner).

Der Kanton ist sehr aktiv im Rahmen der Alkoholprävention, der Modellcharakter für die Kampagnenumsetzung hat. Es bestehen Netzwerke auf kommunaler und interkommunaler Ebene. Im Kanton Redange gilt die Unterstützung des Bürgermeisters und der Verwaltung als besondere Unterstützungskraft der Kampagne.

Der Kanton kennzeichnet sich aus durch:

- Eine sehr enge Zusammenarbeit mit dem CePT seit 1996. Gemeinsame Vorbereitung und Durchführung der Pilotphase der Kampagne des CePT
- Informationsveranstaltung: 3 im Kanton insgesamt, davon eine in Beckerich
- Netzwerke: Syndicat Intercommunal „De Réidener Kanton“ und Schöffenräte

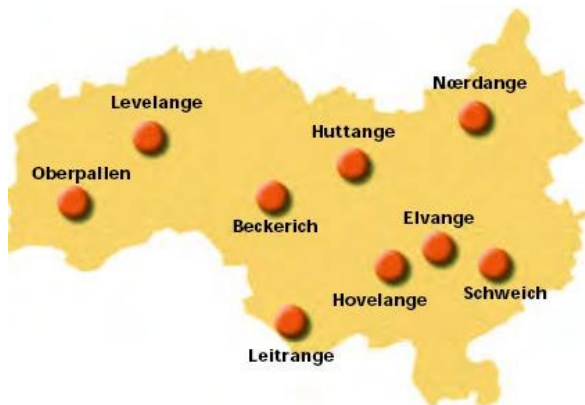
Der Réidener Jugendtreff unter der Leitung von Martine Thielmanns ist das Jugendhaus welches am nächsten gelegen ist (1, rue de Niederpallen, L - 8510 Redange).

In Redange, dem regionalen Zentrum, gibt es sowohl eine Commission Jeunesse (Redange Attert: Lopes Paiva Johny, Redange Attert: Rings Jeff, Lannen: Mendes Juliao Neves Nuno, Ospern: Muller Jeff, Ospern: Schroeder Carine, Niederpallen: Reuter Claude, Nagem: Schneider Tatjana) als auch eine Commission Prévention des Toxicomanies (Redange Attert: Bodem Valentin, Redange Attert. Deutsch Anne-Marie, Redange Attert: Fasbinder-Kneppert Marie-Anne, Redange Attert: Fox.Wantz Marie, Nagem: Hansen-Weber Michèle, Niederpallen: Holz Patrick, Schieren: Maoura Daniel, Apsern: Muller Jeff, Ospern: Nilles Norbert, Redange Attert: Raposo Sandrs, Niederpallen:Thill Anny)

Gemeinde Beckerich

Beckerich ist eine kleine Gemeinde im Westen Luxemburgs an der Grenze zu Belgien mit 2172 Einwohnern (Stand laut Webseite der Gemeinde am 12.07.2006). Sie umfasst 2841 Ha (davon 683 Ha Wald) sowie die Dörfer: Beckerich (643), Noerdange (498), Oberpallen (417), Hovelange (260),

Schweich (180), Levelange (55) und Huttange (18). 70,67 % der Einwohner sind Luxemburger, 29,33 % Ausländer.



Beckerich ist eine Majortsgemeinde und hatte 2005 1253 eingeschriebenen Wähler. Bürgermeister der Gemeinde ist Camille Gira (Déi Gréng). Die politische Verwaltung der Gemeinde wird gewährleistet durch zwei Schöffen Tim Hengen (Déi Gréng) und Marco Fassbinder sowie den Gemeinderat der Stadt Beckerich welcher sich aus folgenden Personen zusammensetzt: Gemeinderat: Schuh Fernand; Risch Patrick; Lagoda Thierry; Braun Julien; Boonen Severin; Betzen Marc. In Beckerich gibt es eine Commission de la jeunesse (Weber Laurent, Braun Vanesse, Losch Patrick, List Conny, Hengen Kay, Zimmer Laurent, Risch Patrick, Mersch Michèle, Hengen Tim).

Die Gemeinde Beckerich bietet ihren Bürgern eine NightRider-NightCard und gehört zu den Gemeinden die vom Service des Late Night Bus (Atttert) bedient werden. Déi Jonk Schweechdauler (DJS) ist der lokale Club des Jeunes. Das Comité setzt sich wie folgt zusammen: Président : Pol Fassbinder, Vize-president : Ben Birkel, Caissière : Manon Zimmer, Sekretär: Luc Weber, Co-Caissier: Gilber Boonen, Public-Relations: Partick Risch, Archivarian: Anja Blum.

Gemeinde ELL

Die (sehr kleine) Gemeinde Ell besteht aus den Ortschaften Ell (408), Kolpach (haut 239+ bas70), Kleinelcherodt (119) und Roodt (235) und liegt an der Grenze zu Belgien. Die Grenze zwischen Gutland und Öslingen verläuft durch die Gemeinde. Die Gemeinde zählt insgesamt 1071 (1.08.2010) Einwohner und setzt sich aus 25 verschiedenen Nationalitäten zusammen. 28% der Bevölkerung sind Ausländer. Es gab 74 Jugendliche (36 Mädchen und 38 Jungen) zwischen 10 und 15 Jahren. Die Gemeinde gehört zum Kanton Redingen und umfasst 2354 ha davon 634 Waldfläche, 0,55 ha Wasserfluss, und 45 ha Straßen und Feldwege. Die Dörfer wachsen immer stärker (jährlich in etwa 5 %).

Der Gemeinderat setzt sich wie folgt zusammen: Monsieur THILL Joseph Bourgmestre, Monsieur KEMMER Guy 1. Echevin, Madame BALDASSI-WAGNER Monique 2. Echevin, Monsieur Rasqué

François, conseiller ; Monsieur Klein Aloyse, conseiller ; Monsieur Jans Raymond, conseiller ; Clesen Romain, conseiller.

Die Gemeinde Ell zählt heute 13 Vereine, unter anderem drei Jugendvereine (Club des Jeunes in Ell, Kolpach, Roodt). Die Gemeinde liegt im Einzugsgebiet des Jugendhauses Redange. Nach Aussagen eines Befragten, zieht es die Jugendlichen eher weniger dorthin, da die Jugendvereine sehr gut funktionieren.

Beschreibung der Nordstad und der Stadt Diekirch

„D’Nordstad“ ist eigentlich eine Konvention (2006 unterschrieben) zwischen 6 Gemeinden die von einem Vertreter des Ministeriums und einen der amtierenden Bürgermeister (jährlicher Wechsel) in „Coprésidence“ geführt wird und in dem die räumliche Entwicklung der Region ein zentrales Thema zu sein scheint. Es gibt monatliche Treffen des „Comité politique“ mit Vertretern des Ministeriums zu Themen wie Schulpolitik, Verkehrsproblematik, Geschäftsmanagement, Industriezonen oder Bebauungspläne. (Die beteiligten Ministerien waren bei der Unterzeichnung der Konvention die Landesplanung, Transport und Bauten.

Diekirch bildet zusammen mit den 5 Gemeinden Bettendorf, Colmar-Berg, Ettelbrück, Erpeldange und Schieren die Kooperationsstruktur der Nordstad: Bettendorf (2.506 Einwohner), Colmar-Berg (1.948 Einwohner), Diekirch (6.390 Einwohner), Erpeldange (2.220 Einwohner), Ettelbrück (7.700 Einwohner), Schieren (1.531 Einwohner). Total: (22.295 Einwohner). Die Nordstad besteht daher aus großen und kleinen Gemeinden mit städtischem und ländlichem Charakter.

Diekirch ist eine Proportionsgemeinde und hatte 2005 3009 eingeschriebenen Wähler. Bürgermeister der Stadt Diekirch ist Jacques Dahm (CSV). Die politische Verwaltung der Gemeinde wird gewährleistet durch zwei Schöffen Thillen Frank (Déi Gréng) und Bonert Paul (CSV) sowie dem Gemeinderat der Stadt Diekirch welcher sich folgendermaßen zusammensetzt:

3 (+2) Vertreter der christlich sozialen Partei (CSV): Françoise KERGER-FABER, Marcel BAULER, Robert BOHNERT (Direktor des Lycée Classique de Diekirch und President der Schulkommission) + Bürgermeister Jacques Dahm und Schöffen Bonert Paul

1 (+1) Vertreter der Grünen Partei « Déi Gréng » (DG) Elisabeth HOFFMANN + Schöffen Thillen Frank

5 Vertreter der sozialistischen Partei (LSAP): René BLUM, Claude HAAGEN, Emile EISCHEN, René KANIVÉ, Claude THILL

1 Vertreter der Demokratischen Partei (DP) Ernest BREUSKIN (pensionierter Lehrer für Deutsch und Geschichte im LCD, Membre der Schulkommission)

Das CePT ist laut eigenen Angaben eher weniger in der Nordstad aktiv. Eine Informationsversammlung fand jedoch in Diekirch statt.

In Diekirch haben die Jugendvereine (Club des Jeunes), die den Wochenendpartytransport organisieren eine große Rolle bei der Initiation der Kampagnenumsetzung gespielt. Durch ihre Initiative haben sie den Gemeinden nahe gelegt das Gesetz besser umzusetzen. Sie haben beschlossen keine unter 16-jährige in ihren Bussen mit zu nehmen. Interessant scheint vor allem das Netzwerk Nordstad Jugend welches laut CePT auf Eigeninitiative präventive Maßnahmen zum Thema Alkoholmissbrauch bei Jugendlichen mit Unterstützung des CePT ergriffen hat.

„Am Joer 2006, gouf duerch d'Träger vum Jugendhaus Dikrich an Ettelbréck wéi och vum zoustännege Famileministär, d'Basis fir eng regional Jugendaerbescht duerch d'Zesummeferien vun denen 2 a.s.b.l.'en geluecht. D'Nordstadjugend a.s.b.l. gëtt et säit Ufank 2007 a leescht Jugendaerbescht an der Nordstad. D'Nordstadjugend a.s.b.l. besteet aus 4 Dingschtleeschungs-Beräicher: regional Jugendaerbescht, Jugendhaus Dikrich, Jugendhaus Ettelréck, souwéi Koordinatioun vun denen eenzelne Servicer.“ (Website). Die Nordstadtjugend asbl setzt das Projekt „Be juicy“ um und ist auf verschiedenen Veranstaltungen (2009 z. Bsp: Kachconcours an on Stéitsch) mit nicht alkoholischen Cocktails vertreten.

Die Nordstadtjugend a.s.b.l. ist Träger der Jugendhäuser in Diekirch und Ettelbrück. Für das Jugendhaus in Ettelbrück zeichnen Diane Schumacher, Senada Bobar und Michel Durate und für das Jugendhaus in Diekirch Claude Nussbaum und Joana Lopes verantwortlich. Die regionale Koordination liegt in den Händen von Tessy Oth.

Es gibt einige Schulen und Lyzeums in der Nordstad.

Das Lycée Classique de Diekirch scheint relativ aktiv in Sachen Gesundheit und Alkoholprävention zu sein. Teilweise laufen die Aktionen (Info Konferenz mit CePT, Malwettbewerb...) in Zusammenarbeit mit der Elternvereinigung: Comité de l'APE LCD Diekirch (scheint mit der APE LCD Mersch zusammenzuarbeiten) die sich wie folgt zusammensetzt: Présidente et Membre du Conseil d'Education : Laure Simon-Becker, Vice President : Alexandre Schulze-Berge, Secrétaire : Suzanne Sansouca, Caissière : Michéle Weber-Heinen Suppléante au conseil d'éducation : Viviane Pries-Berg, membres : Nicole Keiser-Jedreysiak, Chantal Tessaro.

Beim Nordstadtlycée scheint der Schwerpunkt des Projet d'établissement eher im Bereich der Gewaltprävention zu liegen.

Das Lycée Technique Hôtelier Alexis Heck, eine Fachschule im Hotel- und Restaurantbereich scheint keine präventiven Projekte durchzuführen.

Beschreibung der Stadt Dudelange

Die Gemeinde Dudelange hat mit 19072 Einwohnern eine relativ hohe Einwohnerzahl (www.dudelange.lu). Die Gemeinde wurde für die Netzwerkanalyse ausgewählt, da sie im Rahmen der Kampagne sehr aktiv ist:

Seit 1996 kooperiert die Gemeinde bereits mit dem CePT zu verschiedenen suchtpreventiven Themen

- es gibt ein zentrales Netzwerk „Sëcherheetskommissioun“ das für die Netzwerkanalyse kontaktiert werden kann (CePT-Mitgliedschaft bis 2009)
- seit 2010 besteht in Dudelange die „Charte de bonne conduite des exploitants des débits de boissons“
- in Dudelange fand im Gegensatz zu den beiden anderen Gemeinden die für die Netzwerkanalyse ausgewählt wurden, keine Informationsveranstaltung statt

Seit 2004 ist Alex Bodry (Abgeordneter und Mitglied der LSAP) Bürgermeister der Proporsgemeinde Dudelange. Die Gemeinde hat drei Schöffen, alles Mitglieder der sozialistischen Partei. Zum Zeitpunkt der Netzwerkanalyse, setzt sich der Gemeinderat aus sich aus 17 Personen zusammen, davon sind:

- 11 Vertreter der sozialistischen Partei (LSAP): BODRY Alex, bourgmestre; MANDERSCHEID René, échevin; BIANCALANA Dan, échevin; RECH Romain, échevin; THÉOBALD Conny, conseiller; BECKER Alain, conseiller; DALL'AGNOL Claudia, conseillère; DANY Marc, conseiller; DI BARTOLOMEO-RIES Josiane, conseillère ; KRAUS Jean-Marie, conseiller; SPINA Loris, conseiller
- 4 Vertreter der christlich sozialen Partei (CSV): ANDRICH-DUVAL Sylvie, conseiller; FOEHR Georges, conseiller; KAYSER-WENGLER Michèle; LORANG Jean, conseiller
- 2 Vertreter der Grünen Partei « Déi Gréng » (DG): GOERGEN Romaine, conseillère; KUTTEN Colette, conseillère Déi Gréng

c. Handout für die Gemeinden



Forschungsprojekt zur Präventionskampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer – Mir halen eis drun!“ im lokalen Raum

Datenerhebung in den Gemeinden Diekirch (Nordstad), Beckerich (Kanton Redange) und Dudelange

Untersuchung der Funktions- und Wirkungsweisen der Kampagne in den Gemeinden und bei den Jugendlichen. Ziel dieser Projektphase ist es herauszufinden, wann und warum Erwachsenen Verantwortung für Jugendliche übernehmen. Dies gilt es besser zu verstehen und für zukünftige Kampagnen besser zu nutzen.

Zeitplan und Methoden

März-April 2011	Erstellen von Listen von Personen die bei der Umsetzung der Kampagne in der Gemeinde / Kanton mitgewirkt haben Einzelgespräche mit Schlüsselpersonen aus den 3 Gemeinden (pro Gemeinde max. 2-3 Gespräche)
Mai-Juli 2011	Schriftliche Umfrage bei den Personen die bei der Umsetzung der Kampagne in der Gemeinde / Kanton mitgewirkt haben
Aug.-September 2011	Auswertung der Daten
Oktober 2011	Feedback Diskussionen zur Validierung der Daten (1-2 Gruppengespräche pro Gemeinde)
Sept.-Dezember 2011	Schriftliche Umfrage bei den Jugendlichen der Gemeinden / des Kantons

Ansprechpartner:

Prof. Dr. Helmut Willems 466644-9379; helmut.willems@uni.lu (Projektleitung)

M.A. Soc. Caroline Residori 466644-9653; caroline.residori@uni.lu

M.A. Eval. Patrice Joachim 466644-9560; patrice.joachim@uni.lu

d. Leitfaden für die Gemeindeinterviews



Leitfaden: Gemeindeinterviews

I. Vorstellen der Interviewer, des Projektes und der Fragestellung

Ziel des Projektes ist es die Umsetzung der Kampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer“ zu evaluieren und deren Umsetzung in der Gemeinde zu beschreiben. Hierbei interessiert uns vor allem welche Personen wie in einem „Netzwerk“ zusammen gearbeitet haben. Zusätzlich interessiert es uns das Netzwerk zu beschreiben (Charakter und Funktionsweise). Dazu möchten wir auch dieses Netzwerk mit Hilfe von Netzwerkkarten (Zielscheiben) zeichnen. Während des Gespräches werden wir (Interviewer) versuchen eine Namenliste der Personen zusammenzustellen die an der Umsetzung der Kampagne beteiligt sind. Am Schluss des Interviews werden wir diese mit Ihnen gemeinsam vervollständigen.

II. Warming up und persönliche Rolle im (Gesamt)Netzwerk:

1. Könnten sie sich bitte kurz vorstellen?
2. Könnten Sie bitte relativ kurz erzählen wie Sie in Berührung mit der Kampagne „Keen Alkohol ënner 16 Joer“ und /oder der Alkoholprävention im Allgemeinen gekommen sind?
3. Persönliche Rolle im Netzwerk
 - a. Wie würden Sie ihre eigene Rolle bei der Umsetzung der Kampagne bzw. bei der Alkoholprävention in ihrer Gemeinde / Region beschreiben? Welche Aufgaben übernehmen Sie?
 - b. Wie lange sind Sie schon im Netzwerk?

(Hier Gesamtnetzwerkkarte einführen)

- c. Wo stehen Sie in diesem Netzwerk? Warum ?
- d. Was bringt ihnen die Zusammenarbeit im Rahmen der Umsetzung der Kampagne bzw. der Alkoholprävention? Warum partizipieren Sie im Netzwerk? (z.B. Bündelung von Ressourcen, Wissen, Erfahrungen, Ideen generieren)

III. Personen im Netzwerk:

- a. Wer hat sonst noch in ihrer Gemeinde / Region mit Alkoholprävention bei Jugendlichen oder mit der Umsetzung der Kampagne zu tun?
- b. Welche Personen sind zentral im Netzwerk für die Umsetzung der Kampagne **oder die Alkoholprävention bei Jugendlichen** in der Gemeinde?
- c. Sind Personen aus der Gemeindeverwaltung im Netzwerk aktiv?
- d. Sind diese Personen permanent in diesem Rahmen tätig? Ist das Netzwerk stabil oder gibt es viel Wechsel?

IV. Charakteristika des Netzwerkes:

- a. Gab es das Netzwerk bereits vor der Kampagne oder entstand es mit der Kampagne?
- b. Gab es Veränderungen durch die Kampagne im Netzwerk?
- c. Besteht regelmäßiger Kontakt im Rahmen der Umsetzung der Kampagne bzw. der Alkoholprävention zum CePT?
 - i. Ist dieser formalisiert? Informell?
 - ii. Besteht ein regelmäßiger Kontakt des CePT zu einem oder mehreren Mitgliedern des Netzwerkes?
 - iii. Welche Rolle bzw. Funktion übernimmt das CePT?
- d. Besteht eine regelmäßige Zusammenarbeit im Comité de Prévention?
 - i. Worin besteht diese Zusammenarbeit und wie geht sie von statten (regelmäßig, formal-informal, Inhalt ...)?
 - ii. Welche Rolle bzw. Funktion übernimmt das Comité?
- e. Besteht eine regelmäßige Zusammenarbeit in der Commission Jeunes?
 - i. Worin besteht diese Zusammenarbeit und wie geht sie von statten (regelmäßig, formal-informal, Inhalt ...)?
 - ii. Welche Rolle bzw. Funktion übernimmt die Commission Jeunes?
- f. Besteht eine regelmäßige Zusammenarbeit mit anderen Partnern (z.B.: Vereine, Entente, Jugendhaus usw.)?
 - i. Worin besteht diese Zusammenarbeit und wie geht sie von statten (regelmäßig, formal-informal, Inhalt ...)?
 - ii. Welche Rolle bzw. Funktion übernehmen diese anderen Partner?

V. Funktionsweise des Netzwerkes

- a. Wie oft treffen sich die Mitglieder des Netzwerkes?

- b. Welche Ziele verfolgt das Netzwerk? Was ist das Hauptziel des Netzwerkes? (gemeinsame Netzwerkvision)
- c. Negative Aspekte des Netzwerkes und seines Umfeldes: Welche Faktoren limitieren das Handeln im Netzwerk?
- d. Positive Aspekte des Netzwerkes und seines Umfeldes Welche Faktoren ermöglichen das Handeln im Netzwerk?

VI. Ko-Konstruktion von Wissen / Fragen zum Mehrwert durch das Netzwerk

- a. Hat das Netzwerk ihr persönliches Wissen und ihre Einstellung / Meinung zum Thema Alkoholkonsum (von Jugendlichen) verändert? Welche Bedeutung hat das Netzwerk für die eigene Entwicklung/ das eigene Wissen?
- b. Gibt das Netzwerk ihnen Zugang zu Wissen oder Ressourcen die sie nicht auf anderem Weg erreichen? Wenn ja, welche?
- c. Hat sich der eigene Umgang mit Alkohol verändert? (z.B. mehr Bewusstseinsgefühl entwickelt? Verpflichtungsgefühl ? Konkrete Wirkungen: Glauben sie sie haben was bewirkt? Was und wo ?)

(Hier EGOnetzwerkkarte einführen - „Würden sie bitte einzeichnen mit wem sie persönlich am häufigsten, engsten zusammen „gearbeitet“ haben im Rahmen der Umsetzung der Kampagne?“ – Auch Liste vervollständigen)

VII. Ausstieg/Fazit: Wirkungen des Netzwerkes

Wenn sie ein Fazit der Kampagne ziehen:

- a. Was hat das Netzwerk und die Umsetzung der Kampagne im Hinblick auf die Alkoholprävention gebracht?
- b. Hat sich ihrer Meinung das Wissen der Akteure im Netzwerk verändert? Wurde Wissen erarbeitet?
- c. Wurde das Verantwortungsbewusstsein der anderen Akteure ihrer Meinung nach verändert?
- d. Glauben sie dass sich der Umgang und die Einstellungen der Jugendlichen mit Alkohol verändert haben?

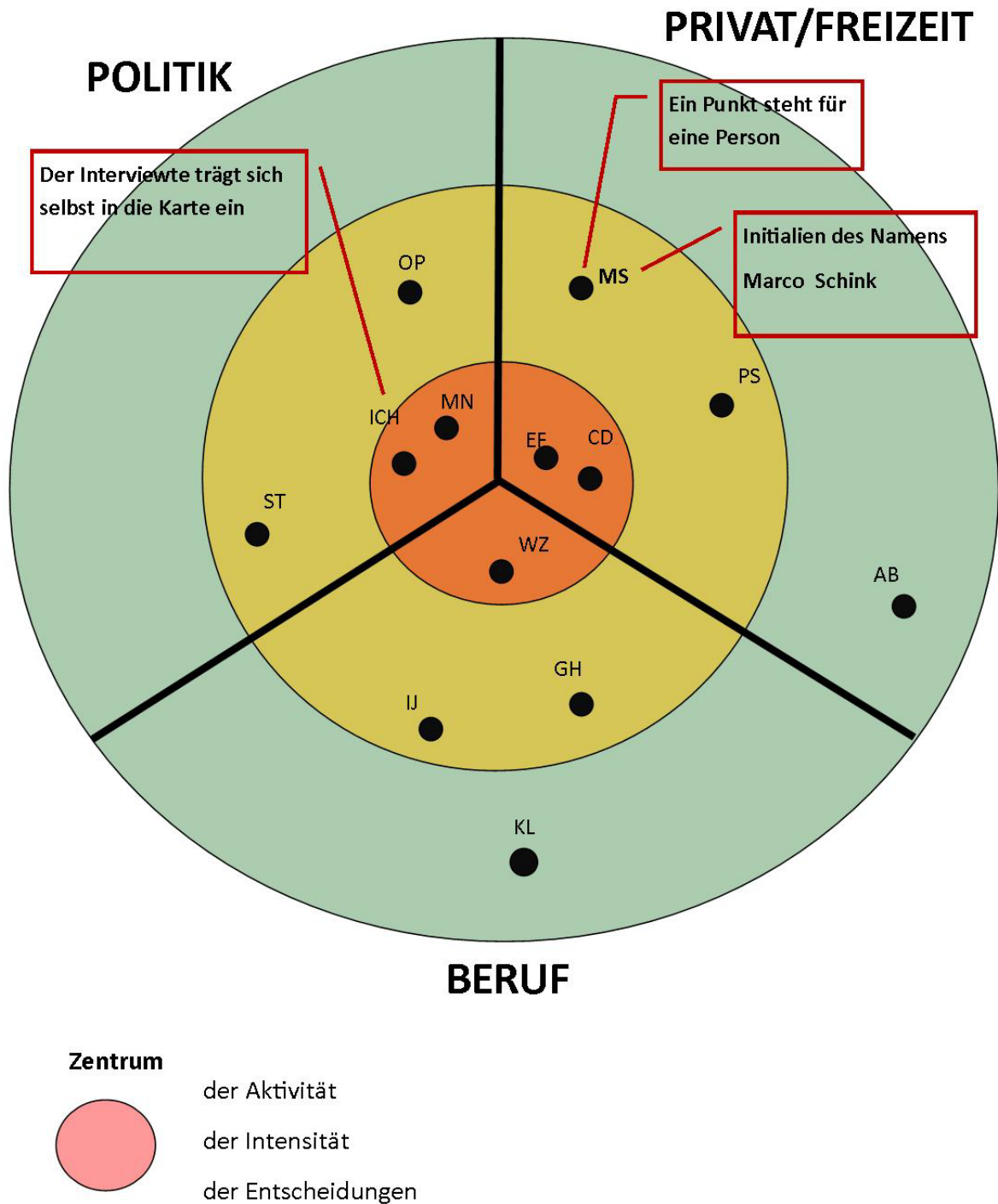
Liste der Personen im Netzwerk die während dem Gespräch von dem zweiten Interviewer geführt wurde zur Vervollständigung und Überprüfung vorlegen.

e. Netzwerkkarten für die Gemeindeinterviews

Beispiel

Gemeinde / Kanton: Walferdange

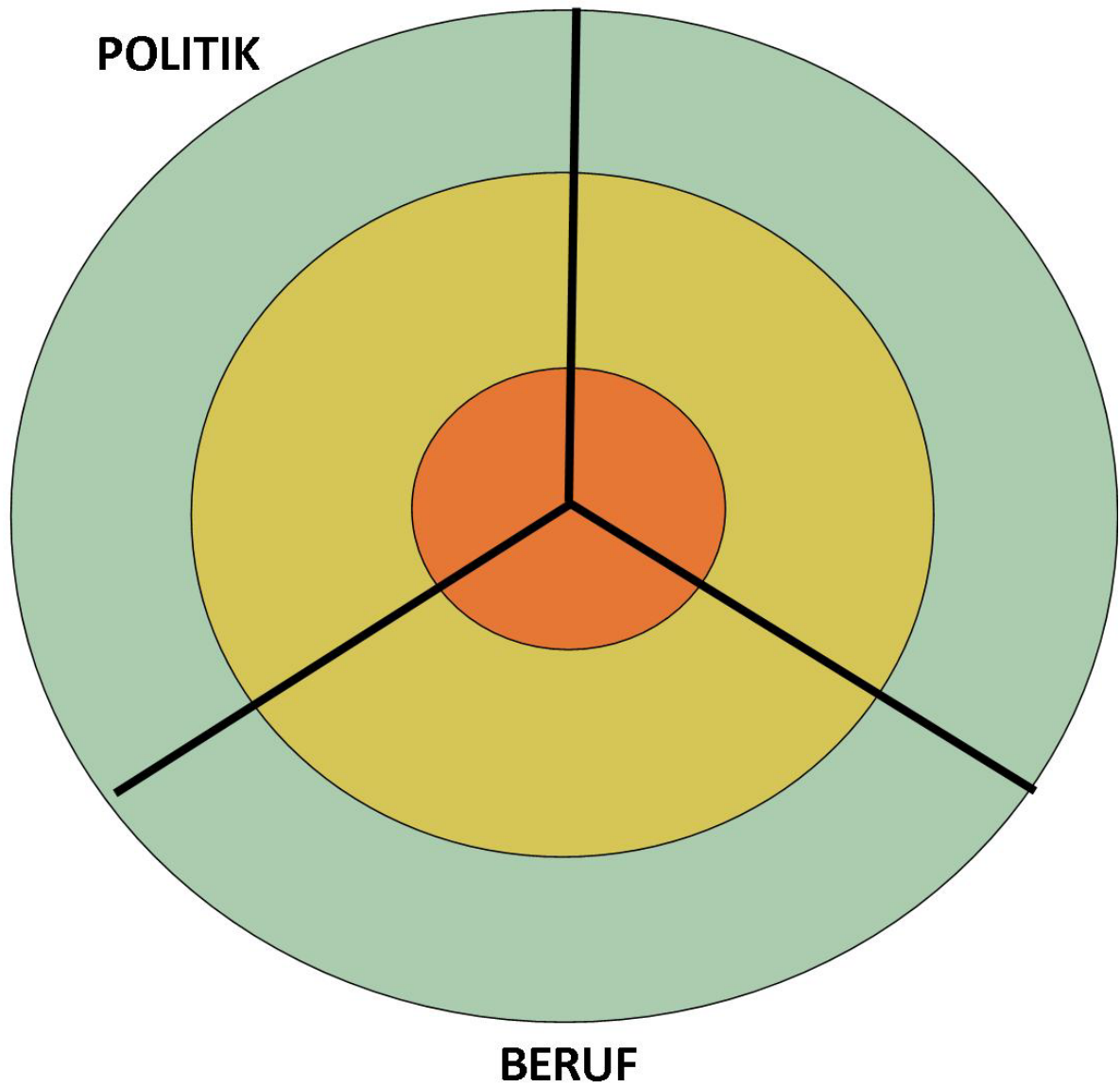
Datum: 10 März 2011



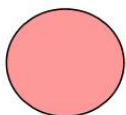
Vorlage zum Zeichnen des Gesamtnetzwerkes

Gemeinde / Kanton: _____

Datum: _____



Zentrum

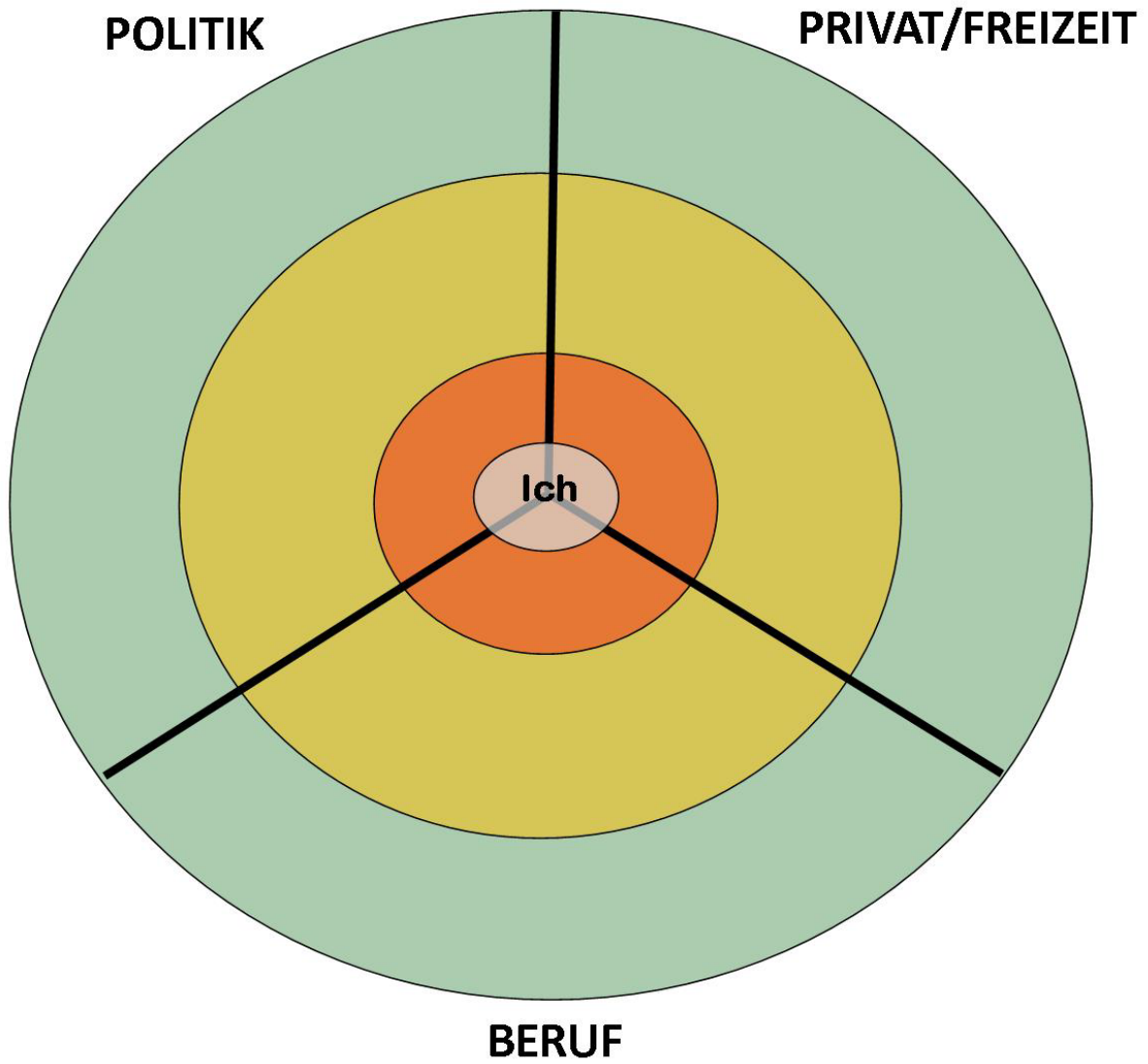





der Aktivität
der Intensität
der Entscheidungen

Vorlage zum Zeichnen des Egonetzwerkes

Gemeinde / Kanton: _____

Datum: _____



-  **Sehr enge** Zusammenarbeit im Rahmen der Alkoholpräventionskampagne
-  **Enge** Zusammenarbeit im Rahmen der Alkoholpräventionskampagne
-  **Weniger enge** Zusammenarbeit im Rahmen der Alkoholpräventionskampagne