

**Zeitschrift:** DrogenMagazin : Zeitschrift für Suchtfragen  
**Herausgeber:** Verein DrogenMagazin  
**Band:** 19 (1993)  
**Heft:** 3

**Artikel:** Prävention in den Medien : ist die Bundeskampagne kontraproduktiv?  
**Autor:** Abt, Urs  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-801305>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 10.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Prävention in den Medien: Ist die Bundeskampagne kontraproduktiv?

Zur Vernetzung von  
regionalen und  
landesweiten  
Suchtpräventions-  
kampagnen

VON URS ABT

«Sucht hat viele Ursachen»: Seit April 1989 machen sich die Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich und die Beratungsstelle für Suchtprophylaxe am Pestalozzianum dafür stark, dass Sucht in kausalen Zusammenhängen betrachtet wird. Mit einer multimedialen Kampagne wird versucht, das Thema Sucht zu enttabuisieren und die Zürcher zu motivieren, über Suchtgefahren, süchtiges Verhalten und mögliches Vorbeugen zu diskutieren. Dabei stehen folgende Ziele, die man erreichen will, im Zentrum der kommunikativen Strategie:

■ Rund um Sucht sollen Gespräche in Gang kommen, Denkprozesse ausgelöst werden.

■ Inhalte und Themen der Prävention bekannt machen, Anstösse zu Verhaltensänderungen geben, Popularität der Prävention fördern und somit ansteckend gute Diskussionen zum Begriff «Lebensqualität» in der Öffentlichkeit auslösen.

■ Und nicht zuletzt soll die Öffentlichkeit ans Prinzip der Hoffnung glauben: es kann etwas gemacht werden; Sucht ist nicht einfach eine unabänderliche Zeitercheinung.

Wirkung und Beachtungsgrad der Kampagne wurden dreimal evaluiert und die Kampagne laufend entsprechend den Evaluationsergebnissen modifiziert. Auf Grund der Ergebnisse und der ausserordentlichen Resonanz, die die Kampagne 1989 auch über die Grenzen der Stadt

hinaus erzielte, wurde sie ab Sommer 1990 auf den ganzen Kanton Zürich ausgedehnt. Die Projektleitung lag bei der Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich in enger Zusammenarbeit mit der Suchtprophylaxestelle am Pestalozzianum. Gestaltung und Medienkonzepte wurden in der ersten Phase durch die beiden Kommunikationsagenturen E. Schiavo und F. Joss übernommen. Infolge der Marktforschungsergebnisse wurde dieser Auftrag ab Januar 1990 vollumfänglich der Agentur Frank Joss in Zürich übertragen. Aus finanziellen Gründen musste die Kampagne in der zweiten Hälfte des Jahres 1991 und im Jahre 1992 mit bescheidenen Mitteln fortgeführt werden.

Dieser Artikel fasst im ersten Teil die Aufgabe von Öffentlichkeitsarbeit in der Suchtprävention zusammen. Im zweiten Teil wird ein Vorschlag zur Einbettung regionaler Kampagnen in die Sensibilisierungskampagne zur Drogenprävention des Bundesamtes für Gesundheitswesen vorgelegt.

## 1. Die Aufgabe von Öffentlichkeitsarbeit in der Suchtprävention

Prävention bedeutet dem Wortsinn nach vorbeugen, einer negativen Entwicklung zuvorkommen. Während früher diese Aufgabe vor allem mit der Forderung nach Verzicht und dem Kampf gegen Suchtmittel angegangen wurde, liegt heute der Schwerpunkt der primärpräventiven Arbeit in der Stärkung lebensbejahender Kräfte, um Vermitteln einer offenen Kommunikation über die vielfältigen Faktoren, die zu einer Suchtentwicklung beitragen und im Fördern von Strukturen, die gesundes Leben ermöglichen. Für eine wirkungsvolle Prävention ist es wichtig, dass jeder Mensch immer wieder Anstösse zur Prävention bekommt. Dies kann geschehen in seinem

direkten Lebensumfeld (Quartier), an seinem Arbeitsplatz, in der Schule, oder aber auch in seiner Freizeit, wenn er zu seiner Entspannung oder zu seinem Vergnügen etwas erleben will. Um die einzelnen Menschen nun in allen denkbaren Lebenssituationen zu erreichen, hat die Suchtpräventionsstelle eine vernetzte Vorgehensweise entwickelt. Die Arbeitsbereiche der Suchtpräventionsstelle ergänzen sich in dieser Form zu einer Gesamtwirkung, wobei die Kampagne «Sucht hat viele Ursachen» viel dazu beiträgt, die verschiedenen Aktivitäten der Suchtpräventionsstelle als etwas Zusammengehörendes zu erleben. Es sind drei Hauptbereiche, die sich zu einem Ganzen fügen, die Bildungsarbeit, die Öffentlichkeitsarbeit und die stadtteilbezogene Arbeit.

## Bildungsarbeit in den Bereichen:

### Familie und Elternarbeit

Die Arbeit in der Familie hat die Aufgabe, eine Aufwertung der Elternrolle zu erreichen, damit die junge Generation an ihren Eltern erleben kann, dass das Leben sinnvoller sein kann. In der Elternbildung werden vor allem in Zusammenarbeit mit anderen Institutionen wie den Gemeinschaftszentren, den Kirchen und dem Elternbildungszentrum der Stadt Zürich, Kurse und Veranstaltungen durchgeführt. Wichtig ist dabei auch, die verschiedenen Möglichkeiten der Suchtpräventionsstelle zur Elternbildung innerhalb der Medienkampagne systematisch zu propagieren. Kurse wurden unter ganz verschiedenen Themen für Eltern von Kindern verschiedenen Alters angeboten. In der Suchtprävention mit Eltern wurde von Anbeginn darauf geachtet, besonders auch Eltern von Kleinkindern anzusprechen. In der Folge einige Beispiele von Elternkursen:

- Früh übt sich. Ein Kurs zur Suchtprävention für Eltern mit Kleinkindern

# Das Drogenproblem geht alle an. Alle. Nicht alle ändern.

N|E ANFANGEN. STOP AIDS

Eine Präventionskampagne der AIDS-HILFE SCHWEIZ in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Gesundheitswesen

- Wünsche ohne Grenzen
- Sucht, die Suche nach dem schnellen Glück
- Suchtängste, – Suchtgefahren
- Sucht, Sehnsucht
- Leben hat viele Gesichter, Sucht hat viele Ursachen

Ein zweiter sehr wichtiger Aspekt der Elternarbeit sind die Elternabende im Zusammenhang mit zweitägigen Veranstaltungen der Suchtpräventionsstelle in den Klassen der Volksschule. An diesen Elternveranstaltungen erhalten Väter und Mütter einige wichtige Informationen zu Sucht und Suchtmittel. Sie erleben, wie sich ihre Kinder und der Lehrer oder die Lehrerin mit dem Thema Sucht auseinandersetzen.

## Schule

Die Prävention in der Schule hat die Aufgabe, den Schülern gute, brauchbare Instrumente zur Lebensbewältigung mitzugeben. Da in der Schule individuelle und gesellschaftliche Lebensbereiche ineinandergreifen und sich Behörden, LehrerInnen, Familien, Kinder und Jugendliche über einen Zeitraum von zehn und mehr Jahren intensiv begegnen, kommt der Schule in der Suchtprävention eine zentrale Bedeutung zu. Sie übernimmt eine grosse Mitverantwortung für Erwerb sozialer wie auch kognitiver Fähigkeiten. Dies geschieht unter anderem durch Information der Schulbehörden und Lehrerschaft über die Form und den Wert von Strukturen, die die Selbstverantwortung, Selbstbestimmung und Eigenaktivität der Schüler und Schülerinnen unterstützen. Von den Erfahrungen in der Schule hängt viel ab, wie Erwachsene später mit ihren Problemen umgehen, wie sie ihr individuelles Leben bewältigen und wie aktiv sie am gesellschaftlichen Leben mitgestalten.

## Arbeit

Prävention im Bereiche der Arbeitswelt hat die Aufgabe, Anstösse zu geben zu

# Erwachsene, die vor dem Drogenproblem ihre Augen verschliessen, können sie Jugendlichen auch nicht öffnen.

N|E ANFANGEN. STOP AIDS

Eine Präventionskampagne der AIDS-HILFE SCHWEIZ in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Gesundheitswesen

Betriebsstrukturen mit transparenten Arbeitsabläufen und mit Instrumenten zur Konfliktbewältigung. Es werden folgende Kurstypen und Veranstaltungen angeboten:

- Kurse für höhere Kader und Personalverantwortliche
- Kombinierte Kurse für Lehrlinge und Lehrmeister
- Veranstaltungen und Kurse in den Berufsschulen gemäss neuem kantonale Konzept für die Suchtprävention in den Berufsschulen
- Kurse für Mitarbeiter in sozialen Berufen

## Freizeitorganisationen, Sportvereinigungen etc.

Zusammenarbeit mit Jugendorganisationen, kirchlichen Einrichtungen usw. für Aktionen und Veranstaltungen verschiedenster Art (Konzerte, Kurse, Lager etc.). Ein Arbeitszweig im Bereich Freizeit kooperiert mit bekannten Sportlern als Multiplikatoren. Rausch und Sport, Extase und Lebenslust sind die Themen.

## Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Bereichen

Zur Öffentlichkeitsarbeit gehören viele verschiedene Teilbereiche mit unterschiedlichen Funktionen. Einige dieser Bereiche mit ihren Funktionen im Rahmen der vernetzten Strategie werden im folgenden kurz dargestellt:

■ Die Medienkampagne «Sucht hat viele Ursachen» hat die Aufgabe, das Thema Sucht in der Bevölkerung kommunizierbar zu machen, Abwehr und Tabuisierung abzubauen, die Prävention bekannt zu machen und zu vermitteln, dass etwas getan werden kann (Aktion gegen Ohnmacht).

■ Theaterprojekte zur Prävention haben die Aufgabe, Inhalte, die in der Prävention wichtig sind, in einer möglichst lebendigen und präventiv lustvollen Art zu vermitteln. Theaterarbeit soll direkt Lebenslust vermitteln, aber auch zum Denken anregen und auf lockere Art Zusammenhänge erlebbar nachvollziehbar



**Frisch gestreichelt.**



**Wir werben für mehr Zärtlichkeit.**

**SUCHT HAT VIELE URSACHEN.**

machen. Theaterarbeit stellt aber auch eine Brücke dar zwischen der offenen und wenig verbindlichen Medienarbeit und der geschlossenen Bildungsarbeit z.B. für LehrerInnen, Vorgesetzte oder Eltern.

■ Öffentliche Veranstaltungen aller Art wie Vorträge, Filmvorführungen, Podiumsdiskussionen. Elternabende etc. sollen erste Möglichkeiten bieten zu einem näheren Kontakt zu den Themen der Prävention

■ Unsere Hauszeitung «Quattro Stagioni» hat vor allem die Aufgabe, unsere «Kunden», sowie Schlüsselpersonen in Verwaltung, Gewerbe und Industrie anzusprechen und für präventive Ideen zu sensibilisieren.

■ Aktives Mitwirken bei Radio- und Fernsehsendungen (Schlips, Diagonal, Seismo usw.).

#### Die stadtteilbezogene Arbeit

Sie hat die Aufgabe, die Präventionsarbeit durch die Bevölkerung mittragen und mitplanen zu lassen. Die Arbeit der Suchtpräventionsstelle kann längerfristig nur dann eine grosse Breitenwirkung bekommen, wenn eine möglichst intensive Unterstützung in den einzelnen Stadtteilen durch örtlich verwurzelte Organisationen, Behörden und Einzelpersonen erreicht werden kann. Dies wird gefördert durch die Unterstützung präventiver Kräfte und Aktionen im Quartier, insbesondere durch Bildung von Arbeitsgruppen zur Prävention, in denen alle wichtigen Körperschaften eines Stadtteils vertreten sind. Die Fachleute konzentrieren sich in diesem Konzept auf ihre Rolle als Berater und Impulsgeber. Aufgabe der Kampagne «Sucht hat viele Ursachen» ist es, die drei Arbeitsansätze

- Bildungsarbeit
- Arbeit in der breiten Öffentlichkeit
- Quartierarbeit

zu verbinden und in der breiten Öffentlichkeit Verständnis zu wecken für die

verschiedenen Zugangsmöglichkeiten in der Suchtprävention.

Diese Ausführungen machen deutlich: eine Medienkampagne alleine nützt nichts. Sie ist jedoch ein wertvolles Mittel zur Animation und zur Verstärkung von Suchtprävention. Entscheidend ist, dass die Kampagne mit den übrigen Bestrebungen zur Suchtprävention in ihrem Wirkungsumkreis übereinstimmt. Diese Forderung ist auch bei gesamtschweizerischen Kampagnen zu berücksichtigen.

#### 2. Zusammenspiel von regionalen und bundesweiten Präventionskampagnen.

Bisher konnte die laufende Bundeskampagne die hohen in sie gesteckten Erwartungen noch nicht erfüllen. Insbesondere ist es bisher nicht gelungen, die Kampagne so aufzubauen, dass sie auf bereits laufende regionale Kampagnen und Aktionen Rücksicht und Bezug nimmt. Die Kampagne des Bundes liegt verglichen mit der Arbeit, die in vielen Regionen

geleistet wird, um Jahre im Rückstand und behindert mit ihren drogenspezifischen Aussagen eine breitere Auseinandersetzung mit dem gesamten Phänomen Sucht. Aber gerade dies tut Not und ist die Hauptaufgabe vieler Präventionsstellen in der ganzen Schweiz. Die Kampagne in ihrer heutigen Form ist also nicht in der Lage, die Bevölkerung für ein breites Präventionsverständnis zu sensibilisieren. Sie unterstützt die regionalen Anliegen im Bereiche der Öffentlichkeit nicht – wie auch die Bildungsarbeit in keiner Weise. Im Gegenteil, mit dieser Kampagne, die von oben appliziert wird, die Botschaften bringt, die nicht mehr dem neusten Erkenntnisstand entsprechen und die glauben machen, dass mit solchen Aktionen in ein paar wenigen Jahren 20 % weniger Drogenabhängige registriert würden, werden die regionalen Anstrengungen unterlaufen. Viele Politiker und Politikerinnen in Kanton und Gemeinden gewinnen so den Eindruck, dass Prävention jetzt vom Bund gemacht werde. Diese Entwicklung hat bereits heute fatale Folgen. Der Bund kann nur Gegensteuer



geben, wenn er den Gemeinden unter bestimmten Bedingungen auch finanziell etwas bietet. Die Gemeindepolitiker und Gemeindepolitikerinnen müssen motiviert bis gezwungen werden, auf ihrem Gemeindegebiet Prävention ernst zu nehmen. Eine bundesweite Kampagne zur Sensibilisierung zur Drogenprävention hat nur dann einen Sinn, wenn es mit ihr gelingt, mehr Menschen, mehr Politiker und Politikerinnen, mehr Fachleute im Bereiche der Prävention zu gewinnen, die sich engagiert dafür einsetzen. Die Präventionsfachleute erwarten folgende Wirkungen von einer Kampagne:

- Unterstützung ihrer Arbeit sowohl hinsichtlich Bedeutung der Präventionsarbeit wie auch in bezug auf die Inhalte der Arbeit.
- Eine Kampagne soll Verständnis erzeugen für präventive Aktionen.
- Die Kampagne soll das Image von Prävention heben.
- Die Kampagne soll eine Unterstützung geben in bezug auf das breite Suchtverständnis und wegführen von einer Fixierung auf den Konsum illegaler Drogen.
- Die Kampagne soll derart sensibilisieren, dass die Bevölkerung Verständnis für hilfsbedürftige, süchtige und abgestürzte Menschen entwickelt (Beispiel: Kampagne Zürich mit den Gesichtern / lautlos schreie ich nach Hilfe).

Nur im Sinn von «steter Tropfen höhlt den Stein» kann Prävention wirksam werden. Leute, die eine Bildungsveranstaltung besucht haben, sollen in der gleichen Art wieder Anstösse erhalten über die Medien. Ein Anstoss aus den Medien kann bewirken, dass reagiert wird auf Ausschreibungen in der Prävention. Die Kampagne soll also sensibilisieren zum Besuch von Bildungsveranstaltungen und auch die Erlebnisse und das Wissen aus präventiven Bildungsveranstaltungen auffrischen und verstärken. Dies kann aber eine Kampagne nur dann, wenn

ihre Botschaften mit dem Konzept der an der Basis arbeitenden Präventionsstellen übereinstimmt. Eine Vernetzung der bundesweiten Sensibilisierungskampagne mit den Aktivitäten in den Regionen ist notwendig, sonst fliesst die Energie der Kampagne ins Leere. Eine Vernetzung mit den Aktivitäten in der Region ist jedoch nur dann möglich, wenn sich die Mitarbeiter der regionalen Beratungsstellen mit der Kampagne identifizieren können. Diese Überlegungen führen zu folgendem Kampagnenmodell, wobei als Grundlage neben den Erfahrungen aus Zürich vor allem auch das Finanzierungs-

modell der Basler Kampagne «Zur Sache Sucht» diene.

#### **Konzeptionsvorschlag für landesweite Kampagnen**

*Grundsatz: Der Bund unterstützt regionale Kampagnen und realisiert einen verbindenden Kampagneteil in den überregionalen Medien (z.B. TV)*

Dies geschieht mit folgenden Massnahmen:

1. Der Bund unterstützt regionale Kampagnen durch finanzielle Beiträge, dies nach einem zu erarbeitenden Verteil-

## **Auch beim Denken über Sucht und Drogen sind zwei Farben zuwenig.**

**ÜBER DROGEN NICHT NUR REDEN. SONDERN MITEINANDER SPRECHEN.**

Ein Beitrag zur Vernetzung der Drogenprobleme. Das Bundesamt für Gesundheitswesen.



**ÜBER DROGEN NICHT  
NUR REDEN.**



**SONDERN MITEINANDER  
SPRECHEN.**

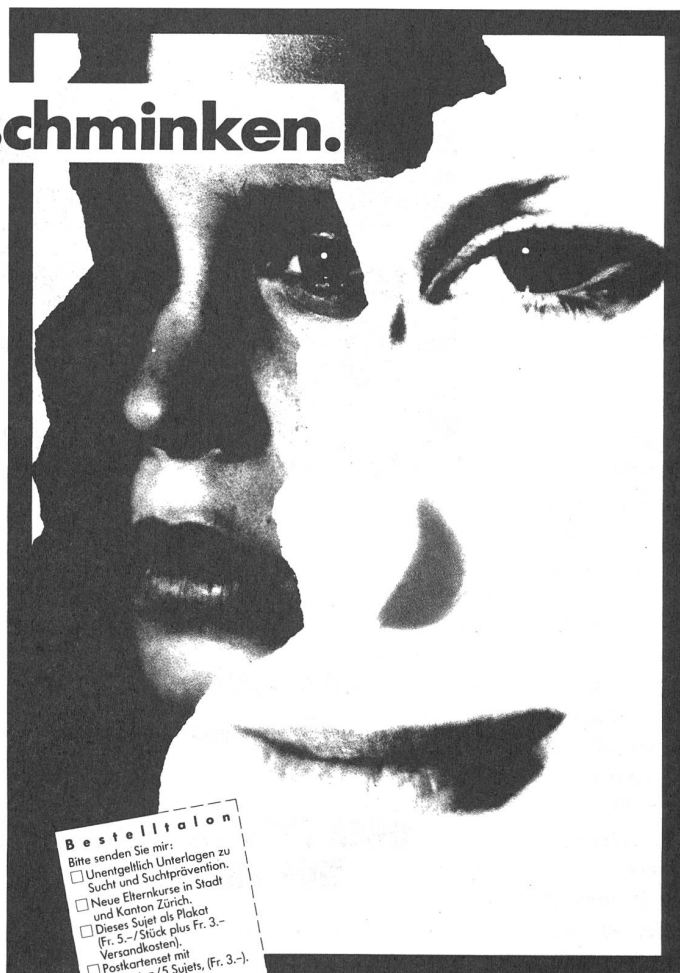
Ein Beitrag zur Vernetzung der Drogenprobleme. Das Bundesamt für Gesundheitswesen.

## **Wer gelernt hat, Nein zu sagen, kann es leichter auch zu Drogen sagen.**

**ÜBER DROGEN NICHT NUR REDEN. SONDERN MITEINANDER SPRECHEN.**

Ein Beitrag zur Vernetzung der Drogenprobleme. Das Bundesamt für Gesundheitswesen.

# Abschminken.



FRANK JOSS 210.030

**Bestellkarte**

Bitte senden Sie mir:

☐ Unentgeltlich Unterlagen zu Sucht und Suchtprävention.

☐ Neue Elternkurse in Stadt und Kanton Zürich.

☐ Dieses Sujet als Plakat (Fr. 5.-/Stück plus Fr. 3.- Versandkosten).

☐ Postkartenset mit 10 Karten/5 Sujets, (Fr. 3.-).

Name: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Alter: \_\_\_\_\_

Strasse: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Ein senden an:  
Sucht hat viele Ursachen  
Postfach, 8031 Zürich

B0A

*Man probiere es doch.*

## Schwäche zeigen. Wir werben dafür.

Das Gesicht ist der Spiegel unserer Gefühle. Doch häufig verbergen wir es hinter einer Maske. Dabei täte es so gut, die aufgesetzte Fassade hin und wieder abzuschminken. Also seien wir einmal schwach, einmal wütend.

### SUCHT HAT VIELE URSACHEN.

Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich

SUCHT PROPHYLAXESTELLE am Pestalozzianum  
die Stelle für den Kanton Zürich

schlüssel. Er fordert gleichzeitig, dass parallel zur Kampagne in den Kantonen und Gemeinden auch im Bereiche der Bildungsarbeit (Elternbildung, Lehrerbildung, Prävention im Klassenzimmer, Prävention in der Arbeitswelt etc.) Prävention geleistet wird. Die Mittelvergabe des Bundes ist davon abhängig, dass die Kantone und Gemeinden sich mit Personal und/oder Geld an der Arbeit beteiligen.

2. Der Bund übernimmt die Information aller Regionen über durchgeführte oder geplante regionale Kampagnen. Er erstellt zu diesem Zweck eine Dokumentation über die vorhandenen Angebote und die dazugehörenden, ergänzenden Pro-

dukte (Broschüren, Informationsmaterialien, Theater usw.). Der Bund sendet seine Informationsmaterialien einerseits an die durch die Kantone bezeichneten Stellen, andererseits aber auch an die bisher bereits beteiligten Präventions- und Beratungsstellen gemäss der bestehenden Adresskartei für die Einladungen zu den Informationsveranstaltungen über die laufende Bundeskampagne.

3. Der Bund übernimmt die Kosten und zum Teil auch die Koordination für die Übersetzung und die Anpassung bestehender Kampagnen für anders sprachige Regionen (z.B. auch Romanisch).

4. Der Bund erstellt einen transparenten Verteilschlüssel über die zur Verfügung

stehenden Mittel und regelt auf einfache Art und Weise das Prozedere der Mittelvergabe, damit die Regionen unkompliziert und längerfristig planen können.

5. Der Bund übernimmt koordinierende und planende Funktionen in bezug auf überregionale, gesamtschweizerische Medien und finanziert die Einschaltungen. Er ist besorgt, dass die in den einzelnen Sprachgruppen geschalteten Werbemittel das Gemeinsame aller Aktionen betonen und keine kontraproduktiven Aussagen entstehen (Aufgabe des Bundes-Kreativteams).

Neben diesen Aufgaben des Bundes haben natürlich auch die Regionen und Kantone bestimmte Aufgaben zu erfüllen.

**Drogenabhängigkeit: Das ABC der stationären Einrichtungen**

Wo befinden sich die auf stationäre Drogentherapie spezialisierten Einrichtungen in der Schweiz? Welche Art von Behandlung wird dort praktiziert, zu welchen Bedingungen und Tarifen? Gibt es Aufnahmemöglichkeiten für Paare oder Eltern mit Kindern? – Antworten auf diese Fragen gibt die neue Ausgabe der Publikation «Stationäre Einrichtungen in der Drogenhilfe», die das Bundesamt für Gesundheitswesen (BAG) für die im Drogenbereich tätigen Fachleute herausgibt.

Adressänderungen, Erweiterung oder Verminderung der Aufnahmekapazität, neue Therapieangebote: Die Daten rund um die Institutionen und Einrichtungen in der Drogenhilfe ändern schnell. Aus diesem Grund war es nötig, das vom Psychologen Waldemar Ulrich in sorgfältiger Arbeit verfasste und 1987 erstmals publizierte Verzeichnis zu aktualisieren. Mit «Stationäre Einrichtungen in der Drogenhilfe» liegt nun eine vom gleichen Autor überarbeitete und ergänzte Ausgabe 1993 vor, die rund 140 stationäre Entzugseinrichtungen und therapeutische Gemeinschaften in unserem Land aufführt. Dieses Nachschlagewerk versteht sich als Arbeitsinstrument und richtet sich in erster Linie an die in der Drogenhilfe tätigen Fachleute. Es liefert ihnen – auf vier Seiten pro Institution – einen kurzen und präzisen Beschrieb sowohl des Betreuungspersonals als auch der Beschäftigungs- oder Nachbetreuungsmöglichkeiten für die Klientinnen und Klienten.

Die Publikation ist dreisprachig (deutsch, französisch und italienisch) und wird wie ein alphabetisches Verzeichnis benutzt, allerdings unter Beachtung der Anmerkung im Vorwort: «Die Aufnahme einer Institution in das Verzeichnis sagt noch nichts über deren Qualität aus».

**Abteilungen Medizin**

- Sektion Drogen
- Sektion Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnen

Das Verzeichnis «Stationäre Einrichtungen in der Drogenhilfe» kann zum Preis vom Fr. 26.– bei folgender Adresse bestellt werden:

Stationäre Einrichtungen in der Drogenhilfe 1993, EDMZ, 3003 Bern  
Bestellnummer 311.810  
Preis Fr. 26.–

1. Die Kantone bezeichnen die in ihrem Gebiet an der Basis tätigen Suchtpräventionsstellen. Sie helfen mit bei der Regionbildung und geben die Informationen und Adressen an den Bund weiter

2. Die Regionen, d.h. die zuständigen Präventionsstellen stellen an den Bund Antrag über die von ihnen gewählten Kampagnen, Kampagneteile, Aktionen usw. und bezeichnen den Wirkungsradius ihrer Kampagne resp. ihrer Medien.

3. Die Träger regionaler Kampagnen geben im Gegenzug für die Unterstützung durch den Bund die Bewilligung, ihre Kampagneteile landesweit zu nutzen. Zu diesem Zweck wird ein einheitlicher Satz für die Agenturhonorare mit den beteiligten Werbefirmen ausgehandelt. Informations- und Werbematerial, das in grösseren Auflagen benötigt wird, könnte zentral, z.B. durch die SFA, Schweizerische Fachstelle für Alkoholprobleme Lausanne, verlegt und verteilt werden.

4. Die regionalen Stellen erstatten dem Bund auf einem einfachen Formular Bericht über die mit den Bundesgeldern finanzierten Medienaktionen.

**Einige ergänzende Anmerkungen:**

■ Mit diesem föderalistischen Modell ist es möglich, dass landesweit im Namen des Bundes und der regional verantwortlichen Präventionsstellen eine Kampagne entsteht, die nicht nur den vielen Aspekten von Sucht, sondern auch den grossen regionalen Mentalitätsunterschieden Rechnung trägt, ohne im Sinne von Kompromissen die präventiven Botschaften zu verwässern.

■ Unter Regionen im Sinne dieses Konzeptes sind diejenigen Gebiete zu verstehen, die sich zu einer einheitlichen Medienarbeit zur Suchtprävention zusammenfinden: z.B. Region beider Basel, Solothurn, Aargau, oder Ostschweiz mit Zürich, Zug, Glarus etc..

■ Die Regionen haben die Freiheit, sich die ihnen angepassten Sujets und Kampagnenteile auszuwählen. Dadurch können

sich die Verantwortlichen in den Regionen mit der Kampagne identifizieren, tragen eine Mitverantwortung für deren Durchführung und die unbedingt notwendigen begleitenden Massnahmen und Aktionen. Öffentliche Anlässe zum Thema Sucht und Suchtentstehung, Elternbildungsveranstaltungen, Lehrerfortbildungen, Kurse für Personalverantwortliche usw. ...

■ Die politischen Entscheidungsträger in den Kantonen und Gemeinden bekommen klare Anreize und Richtlinien zum Bereitstellen von finanziellen und personellen Mitteln zur Prävention. So entsteht eine Verpflichtung mitzuwirken, damit die Bundesgelder fliessen.

■ Es läuft endlich gesamtschweizerisch einiges in Sachen Prävention dank der Initiative, der Koordination und den Mitteln des Bundes. Die Aktivitäten der regionalen Fachstellen zur Prävention werden dadurch unterstützt und nicht wie mit der heutigen Bundeskampagne durch Botschaften behindert, die nicht dem eigenen Präventionsverständnis entsprechen. Kontraproduktive Wirkung im Sinne von «Wir machen nichts mehr, der Bund wird jetzt aktiv» wird mit diesem Vorgehen verhindert, weil der Bund vor allem dort Unterstützung gewährt, wo Prävention im Sinne von Bildungs- und Medienarbeit initiiert und angeboten wird.

■ Mit diesem Vorgehen werden Synergieeffekte ausgelöst, die Vorhandenes, Bestehendes, besser als bisher nutzt. Gesamtschweizerisch kann also mit wenig Mehraufwand viel zusätzliche präventive Wirkung im Medien- wie auch im Bildungsbereich ausgelöst werden, und dies in der Zeit des akuten Sparzwanges.

Urs Abt, Leiter der Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich.