

Online-Alkoholselfhilfe : Nutzung mit und ohne Suchmaschinen-Werbung

Autor(en): **Haug, Severin / Mezzera, Maya**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **SuchtMagazin**

Band (Jahr): **44 (2018)**

Heft 6

PDF erstellt am: **22.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-832371>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Online-Alkoholselbsthilfe: Nutzung mit und ohne Suchmaschinen-Werbung

2018-6
Jg. 44
S. 27 - 29

Seit Aufschaltung des Selbsthilfeangebots *MyDrinkControl* zum Thema Alkohol im Mai 2012 wurde dieses 27'177-mal genutzt. Das Online-Angebot gibt ein Feedback zum Alkoholkonsum mit dem Ziel, risikoarmen Konsum zu fördern. Bei drei von vier Nutzenden lag ein problematischer Alkoholkonsum vor. Die Promotion des Angebotes auf der Suchmaschine Google konnte die Nutzungszahl verdreifachen und gleichzeitig einen höheren Anteil an Männern, problematisch Alkoholkonsumierenden und weniger Gebildeten ansprechen.

SEVERIN HAUG

PD Dr. Dr., Forschungsleiter am Schweizer Institut für Sucht- und Gesundheitsforschung, CH-Zürich, Tel. +41 (0)44 448 11 74, severin.haug@isgf.uzh.ch, www.isgf.ch

MAYA MEZZERA

Dr., Projektleiterin bei der Berner Gesundheit, CH-Bern, Tel. +41 (0)31 370 70 80, mezzera@bluewin.ch, www.bernergesundheits.ch

Hintergrund

Alkoholkonsum ist in der Schweiz einer der bedeutendsten Risikofaktoren für frühzeitige Krankheit und Sterblichkeit (GBD 2015). Pro Jahr gibt es rund 2'700 alkoholbedingte Todesfälle und die sozialen Kosten des Alkoholkonsums werden auf 6,5 Milliarden Franken geschätzt (Marmet et al. 2013). Allerdings nimmt nur ein kleiner Anteil der Personen mit Alkoholgebrauchsstörungen professionelle Hilfe in Anspruch (Rehm et al. 2015). Um die negativen alkoholbedingten Folgen in der Bevölkerung zu reduzieren, ist es notwendig, Personen mit risikoreichem oder abhängigem Konsum möglichst frühzeitig mit fachgerechten Behandlungsangeboten zu erreichen.

Leicht zugängliche, bedarfsgerechte digitale Angebote können dazu einen Beitrag leisten. Im Jahr 2017 gaben 85% der vom Bundesamt für Statistik Befragten 15- bis 74-Jährigen an, das Internet am Vortag genutzt zu haben (BFS 2017a). Eine internationale Übersichtsarbeit zur Wirksamkeit digitaler Beratungsangebote für die Reduktion risikoreichen Alkoholkonsums ergab, dass diese An-

gebote den wöchentlichen Alkoholkonsum im Mittel um 3 Standardgetränke reduzieren konnten (Kaner et al. 2017). Wirksame Bestandteile erfolgreicher Programme waren insbesondere

- das Bereitstellen von Verhaltensalternativen zum Alkoholkonsum,
- Strategien zur Verhaltensanalyse und zum Umgang mit schwierigen Situationen und
- die Bereitstellung des digitalen Angebots durch eine vertrauenswürdige Institution.

Auch in der Schweiz gibt es mehrere Online-Selbsttests und Selbsthilfeangebote, die über Beratungsinstitutionen oder die nationale Plattform www.Safe-Zone.ch bereitgestellt werden. Bislang ist allerdings wenig über deren Nutzung und Wirksamkeit bekannt. Eine offene Frage ist auch, inwieweit die Promotion dieser Angebote z. B. via Online-Werbung oder Suchmaschinenoptimierung die Nutzungszahlen steigert und sich die Charakteristika der Nutzenden dadurch verändern.

Ziele der vorliegenden Untersuchung waren, anhand der Nutzungsdaten des Online-Selbsthilfeangebots *MyDrinkControl*

- Aussagen darüber zu machen, von wie vielen und welchen Personen das Angebot seit Aufschaltung im Mai 2012 in Anspruch genommen wurde und
- den Einfluss von Suchmaschinenwerbung via Google Ads auf die Nutzungszahlen und -charakteristika zu überprüfen.

Das Programm *MyDrinkControl*

Das Online-Selbsthilfeangebot *MyDrinkControl* (www.mydrinkcontrol.ch) wurde von der Berner Gesundheit im Auftrag der Gesundheits- und Fürsorgedirektion des Kantons Bern entwickelt und ist seit Mai 2012 aufgeschaltet. Es ist dreisprachig verfügbar (deutsch/französisch/englisch) und besteht aus einem Online-Selbsttest, einer Rubrik «Häufige Fragen FAQs» und einem elektronischen Trinktagebuch.

Der Online-Alkohol-Selbsttest für Erwachsene verfolgt das Ziel, Männer und Frauen auf niederschwellige Weise anzu-

regen, ihren Alkoholkonsum kritisch zu hinterfragen und Selbsthilfemassnahmen zu initiieren (z. B. Setzen von Trinkzielen, Kontaktaufnahme mit Beratungsstelle).

Der Selbsttest besteht aus 19 Fragen. Kernstück bildet der Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT; Babor et al. 1989). Dieser erfasst mögliche Anzeichen einer Alkoholgebrauchsstörung und psychosoziale Folgen des Alkoholkonsums. Weitere Fragen sollen die Testperson anregen, sich Gedanken zu machen, in welchem Kontext sie Alkohol konsumiert und ob sich negative Konsequenzen ihres Konsums bemerkbar machen.

Anzahl und Charakteristika der Nutzenden

Anzahl der Nutzenden

Im Zeitraum von Mai 2012 bis Februar 2018 wurde der Online-Selbsttest innerhalb von MyDrinkControl 27'177mal vollständig ausgefüllt, sodass am Ende des Tests auch ein Feedback generiert werden konnte (2012: 1'332; 2013: 4'477; 2014: 6'217; 2015: 5'281; 2016: 4'555; 2017: 4'460; 2018 (bis Februar): 855. Dabei nutzten 9 von 10 Personen (89.8%) die deutschsprachige, 8.8% die französischsprachige und 1.3% die englischsprachige Version.

Demografische Charakteristika

Neun von zehn Nutzenden des Selbsttests (88.7%) hatten ihren Wohnort in der Schweiz (Kanton Bern: 20.1%; Kanton Zürich: 24.9%; Nordwestschweiz: 16.3%; übrige Schweiz: 27.5%), 11.3% im Ausland.

Zwei Drittel der Nutzenden (65.0%) waren männlich. Gut vierzig Prozent (41.6%) gehörten zur Altersgruppe bis 40 Jahre, 37.6% zur Gruppe der 41-55-Jährigen, 13.9% zur Gruppe der 56-bis 65-Jährigen und 6.9% zur Gruppe der über 65-Jährigen.

Als höchste abgeschlossene Ausbildung gaben 7.1% die obligatorische Schule an (Gesamtschweizer Wohnbevölkerung im Alter von 25-64 Jahren laut Bundesamt für Statistik 2016: 12.6%), 37.4% nannten eine Berufslehre, Fachmittelschule oder Maturität (Gesamtschweiz: 46.2%), 19.6% absolvierten eine höhere Berufsausbildung

(Gesamtschweiz: 14.3%) und 35.9% eine Fachhochschule oder Universität (Gesamtschweiz: 27.0%). Damit lag das Bildungsniveau der Nutzenden von MyDrinkControl deutlich über demjenigen der schweizerischen Gesamtbevölkerung (BFS 2017b).

Alkoholkonsum

Ein Screening hinsichtlich risikoreichen Alkoholkonsums oder einer Alkoholgebrauchsstörung erfolgte anhand des AUDIT, der einen Summenwert zwischen 0 und 40 annehmen kann. Auf Grundlage des AUDIT-Manuals (Babor et al. 1989) wurde risikoreicher Alkoholkonsum ab einem Wert von 8, eine Alkoholgebrauchsstörung ab einem Wert von 20 angenommen. Auf Grundlage dieser Klassifizierung hatten 24.0% einen risikoarmen Konsum (männlich: 18.7%; weiblich: 28.3%), 51.1% hatten einen risikoreichen Konsum (männlich: 54.3%; weiblich: 48.7%) und bei 24.9% lag der Verdacht einer Alkoholgebrauchsstörung vor (männlich: 26.9%; weiblich: 22.9%). Der mittlere AUDIT-Gesamtwert lag bei 13.9 bei einer Standardabweichung von 8.3, und damit deutlich höher als in der Allgemeinbevölkerung (Bertholet et al. 2015; Lundin et al. 2015).

Nutzende vor und nach Einführung von Google Ads¹

Um die Auswirkungen der am 05.06.2013 erfolgten Einführung von Google Ads (vormals GoogleAdwords) auf die Nutzungshäufigkeit von MyDrinkControl und die Charakteristika der Nutzenden zu überprüfen, wurden die innerhalb

eines Jahres vor (05.06.2012-04.06.2013) und nach (06.06.2013-05.06.2014) der Einführung von Google Ads aufgezeichneten Daten des Online-Selbsttests miteinander verglichen. Während im Zeitraum vor der Einführung 2'094 Personen den Selbsttest vollständig ausfüllten, waren dies im Zeitraum danach 6'660, d. h. die Zahl der Nutzenden hat sich in etwa verdreifacht.

Innerhalb von logistischen Regressionsanalysen wurde überprüft, inwieweit sich Personen, die innerhalb des Jahres vor der Einführung von Google Ads am Selbsttest teilgenommen haben, von denjenigen unterscheiden, die innerhalb eines Jahres danach teilnahmen. Während die Einführung von Google Ads keinen Einfluss auf das Alter der Nutzenden hatte, resultierte sie in einem höheren Männeranteil, einem höheren Anteil an Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss, einem höheren Anteil an Nutzenden mit Wohnort in der übrigen Schweiz (nicht Bern, Nordwestschweiz oder Zürich) oder im Ausland und einem höheren Anteil an Personen mit einer Alkoholgebrauchsstörung (siehe auch Abbildung 1).

Diskussion und Ausblick

Das Online-Selbsthilfeangebot MyDrinkControl wird pro Jahr von ca. 5'000 Erwachsenen genutzt. Neun von zehn Nutzenden haben ihren Wohnort in der Schweiz und zwei Drittel sind männlich. Bei gut der Hälfte der Nutzenden liegt ein risikoreicher Alkoholkonsum vor, bei einem weiteren Viertel der Verdacht auf eine Alkoholgebrauchs-

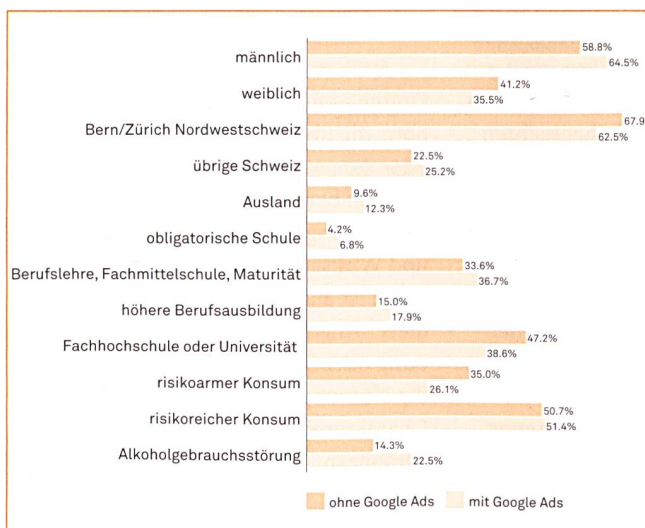


Abb. 1: Vergleich der Charakteristika der Nutzenden von MyDrinkControl vor und nach der Einführung von Google Ads.

störung. Somit ist MyDrinkControl für die Schweizer Bevölkerung ein wichtiges Online-Programm zur Früherkennung und Frühintervention bei risikoreichem Alkoholkonsum und bei Alkoholgebrauchsstörungen. Systematische Suchmaschinenwerbung konnte hinsichtlich des Zugangs zur Bevölkerung einen wertvollen Beitrag leisten, indem sie die Nutzungszahlen verdreifachte aber auch mehr Personen mit geringerer Bildung erreichte. Was die Zukunft im Bereich der Suchmaschinenoptimierung für Suchthilfeangebote bringen wird ist derzeit allerdings offen. Google hat im Frühjahr 2018 die Nutzung von Google Ads für Institutionen der Suchthilfe ausserhalb der USA untersagt.

Während Online-Selbsttests wie MyDrinkControl viele Leute erreichen, nimmt von den risikoreich Konsumierenden nur ein kleiner Anteil die am Ende des Feedbacks angebotenen weiterführenden Hilfen wie das elektronische Trinktagebuch in Anspruch, für das sich Nutzende direkt auf der Website registrieren können oder das als App-Version heruntergeladen werden kann. Dies könnte zum einen darauf zurückzuführen sein, dass die Schwelle für diese Angebote, d. h. zur Registrierung im Online-Tagebuch oder zum Herunterladen der App, deutlich höher ist. So registrierten sich im Zeitraum von Mai 2012 bis Februar 2018 lediglich 1'297 Nutzende für das Online-Trinktagebuch von MyDrinkControl (knapp 5% der Nutzenden des Selbsttests). Von diesen wiederum nutzte lediglich ein Viertel (337 von 1'297) das Tagebuch für mind. eine Woche.

Angesichts der weiten Verbreitung und hohen Attraktivität von Instant-Messaging-Diensten, wie z. B. WhatsApp, in allen Altersgruppen der Bevölkerung stellen individualisierte, mobiltelefonbasierte Coaching-Programme ein vielversprechendes Medium dar, um risikoreich Alkoholkonsumie-

rende längerfristig zu begleiten und zu unterstützen. Wenngleich diese kommerziellen Programme, u. a. aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht direkt genutzt werden sollten, könnten Instant-Messaging- oder Chatbot-basierte Programme eine wichtige, niedrigschwellige Schnittstelle für den Übergang zur persönlichen Beratung durch eine Fachperson darstellen. So könnte neben der automatisierten Beratung über einen virtuellen Coach (Chatbot) innerhalb der gleichen Anwendung Kontakt mit einer realen Fachperson aufgenommen werden, welche spezifische Fragen beantwortet oder weitergehenden Hilfebedarf abklären könnte.

Mit der neuen Version von MyDrinkControl, welche derzeit in Zusammenarbeit mit SafeZone und dem ISGF entwickelt wird, macht die Berner Gesundheit einen ersten Schritt in diese Richtung. So wird über eine Web-App ein Gesprächsdialog mit einem virtuellen Coach ermöglicht und ähnlich einer Face-to-Face-Beratung soll bei risikoreich Konsumierenden – basierend auf



Abb. 2: Ausschnitt aus dem neuen Chatbot-basierten Selbsttest von MyDrinkControl.

Prinzipien motivierender Gesprächsführung – das Problembewusstsein gestärkt und sie zur Nutzung weiterführender Hilfen motiviert werden (siehe auch Abbildung 2).

Literatur

- Babor, T.F. et al. (1989): AUDIT The Alcohol Use Disorders Identification Test: Guidelines for use in primary health care. Genf: World Health Organization, Division of Mental Health.
- Bertholet, N. et al. (2015): Internet-based brief intervention to prevent unhealthy alcohol use among young men: A randomized controlled trial. *PLoS One* 10(12): e0144146.
- BFS – Bundesamt für Statistik (2017a): Internetnutzung in den Haushalten 2017. www.tinyurl.com/y6w5daz7, Zugriff 08.11.2018.
- BFS – Bundesamt für Statistik (2017b): Bildungsstand der Wohnbevölkerung nach Alter und Geschlecht. www.tinyurl.com/y8eubfnm, Zugriff 08.11.2018.
- GBD – Global Burden of Disease (2015): Collaborators of the Global Burden of Disease Study: Global, regional, and national comparative risk assessment of 79 behavioural, environmental and occupational, and metabolic risks or clusters of risks, 1990-2015: A systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2015. *Lancet* 2016 388: 1659-1724.
- Kaner, E.F. et al. (2017): Personalised digital interventions for reducing hazardous and harmful alcohol consumption in community-dwelling populations. *Cochrane Database System Review* 9: CD011479.
- Lundin, A. et al. (2015): The use of alcohol use disorders identification test (AUDIT) in detecting alcohol use disorder and risk drinking in the general population: Validation of AUDIT using schedules for clinical assessment in neuropsychiatry. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research* 39(1): 158-165.
- Marmet, K. et al. (2013): Alcohol-attributable mortality in Switzerland between 1997 and 2011. *Lausanne: Sucht Schweiz*.
- Rehm, J. et al. (2015): Alcohol dependence and treatment utilization in Europe – a representative cross-sectional study in primary care. *BioMed Central Family Practice* 16: 90.

Endnoten

- ¹ Google Ads ist ein Werbesystem des US-amerikanischen Unternehmens Google LLC. Bei Eingabe von definierten Suchbegriffen erscheinen in der Liste der Suchergebnisse an prominenter Stelle Inserate, welche direkt auf das beworbene Angebot führen.

