



## Schlussbericht für Tabakpräventionsprojekte und -programme

<b>Projektname</b>	Kantonales Tabakpräventionsprogramm Thurgau 2014-2017  Projekt Image- und Informationsbroschüre, Home- page  Typ III-Projekt	
<b>Projektstart</b>	01.01.2014	
<b>Projektende</b>	31.12.2017	
<b>Beitragsempfängerin / Beitragsempfänger</b>	Name Strasse / Nr. PLZ / Ort	Amt für Gesundheit Promenadenstrasse 16 8510 Frauenfeld
<b>Kontaktperson</b>	Monika Imhof, operative Programmleitung	
<b>Verfügungsnummer</b>	Teil der Verfügung 13.003442	
<b>Verfügungssumme</b>	CHF 31'080	

Ort / Datum

Weinfelden, 31.01.2018

Unterschrift

# INHALTSVERZEICHNIS

## Teil A

1	Zusammenfassung des Schlussberichts.....	2
2	Beurteilung der Resultate.....	3
3	Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung).....	4
4	Chancengleichheit.....	4
5	Weitere Punkte.....	4
1	Projektreflexion .....	5

# Teil A

---

## 1 Zusammenfassung des Schlussberichts

*Stellen Sie kurz den Projektverlauf, wichtigste Erkenntnisse über Ergebnisse sowie Ihre Empfehlungen dar.*

Das Projekt sieht vor, eine Image-Broschüre und eine Homepage zu gestalten mit dem Ziel, die Thurgauer Bevölkerung auf die kantonalen Tabakpräventionsprojekte aufmerksam zu machen. Es geht also um eine Sichtbarmachung aller Tabakpräventionsprojekte im Kanton Thurgau und um die Schaffung einer Übersicht über alle Projekte. Die Projektpartner fungieren dabei als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, indem sie die Broschüre bei ihren jeweiligen Zielgruppen verteilen und mit der neu zu schaffenden Homepage verlinkt sind.

Projektverlauf:

Im ersten Programmjahr wurde die Broschüre wie geplant entwickelt und verteilt. Es wurde dabei nur 6'000 anstatt der geplanten 9'000 Exemplare gedruckt, weil die Befürchtung bestand, dass diese gedruckte Broschüre bald veralten würde und man dann bei Bedarf nochmals nachdrucken könnte. Dies war nicht nötig, weil die Projektpartner nicht so viel Bedarf an Broschüren hatten, wie geplant. Ansonsten wurde die Broschüre breit im Kanton Thurgau gestreut (Gemeinden, Suchtfachstellen, Ärzte, Projektleitungen etc.).

Die Homepage wurde ebenfalls in diesem Jahr erstellt und aufgeschaltet. Es handelt sich dabei um eine statische Homepage, die mehr oder weniger den Inhalt der Broschüre abbildet. Bei der Aufschaltung kam es zu Verzögerungen wegen unklarer Zuständigkeiten mit dem IT-Dienst des Kantons Thurgau. Die Homepage wurde mit den Projektpartnern und anderen Interessierten im Kanton Thurgau und auf nationaler Ebene vernetzt.

Im zweiten Programmjahr wurden die Projektpartner zur Homepage befragt. Es wurde dabei festgestellt, dass die Zielgruppe der Homepage unklar ist. Die Abgrenzung zum Projekt P14, Öffentlichkeitsarbeit, ist ebenfalls nicht klar. Die Broschüren wurden weiter im ganzen Kanton verteilt.

Während des dritten Programmjahrs wurde mit verschiedenen Massnahmen versucht, die Besucheranzahl der Homepage zu steigern, was nicht gelang. Die Mängel beim Konzept und der unklaren Zielgruppe wirkte sich hier auf das Ergebnis aus. Die Zahlen blieben im Vergleich mit den Zielen tief, aber stabil.

Das vierte Programmjahr stand im Zeichen des Relaunches aller kantonalen Internetseiten, was dazu führte, dass auch die Seite [www.tabakpraevention.tg.ch](http://www.tabakpraevention.tg.ch) ein neues Gewand bekam.

Das Projekt P16, Image-Broschüre und Homepage hat gezeigt, dass die Unschärfe auf konzeptioneller Ebene sich auch auf die Ergebnisse ausgewirkt hat. Bis zuletzt war nicht klar, an wen sich die Broschüre und die Homepage genau richten. Dementsprechend wenig zielgerichtet waren auch die Massnahmen, die ergriffen werden konnten. Von zehn Output-Zielen wurden sechs erreicht.

### Empfehlung

Neuausrichtung des Internetauftritts

Bei einer Neuausrichtung ist zu empfehlen, die konzeptionellen Mängel des Projekts aufzuheben und die Zielgruppen des Internetauftritts zu definieren. Genauso ist eine klare Definition des Mehrwerts der Nutzerinnen und Nutzer darzulegen. So können die Inhalte der Homepage entsprechend optimiert und auf die Bedürfnisse der Endnutzerinnen und Endnutzer ausgerichtet werden.

Der Evaluationsbericht sieht zwei Optionen vor: Möglichkeit, die Homepage auf die programminternen Partner auszurichten, indem für sie ein Überblick aller Tabakpräventionsaktivitäten geschaffen wird. Dies wäre kostengünstig, der dadurch geschaffene Nutzen müsste jedoch überprüft werden. Die zweite Option sieht eine Ausrichtung auf die Thurgauer Bevölkerung vor, was jedoch Investitionen in einen dynamischen und attraktiven Internetauftritt vorsieht. Dieser könnte tabakrelevante Diskussionen aufgreifen, Material zur Verfügung stellen und einen Austausch mit den Homepagenutzern ermöglichen.

Beurteilung der Resultate

Falls Ihr Projekt extern evaluiert wurde, legen Sie bitte den Evaluationsbericht bei.

Welches waren Ihre Detailziele und angezielten Ergebnisse (Meilensteine) und wie beurteilen Sie die Zielerreichung?  
Bitte füllen Sie die untenstehende Tabelle aus.

Ziel (Detailziele / Meilensteine gemäss Gesuchseingabe Pt 4. / 4.1)	erreicht	teilweise erreicht	nicht erreicht	Kommentar
Die Broschüre zum kantonalen Tabakpräventionsprogramm ist entwickelt und steht zum Verteilen bereit.	X			Die Zielerreichung ist gut, die Broschüre ansprechend. Die Auflage wurde von 9'000 auf 6'000 reduziert. Diese konnten planmässig an alle Gemeinden, Ärzte, Verwaltungsstellen sowie Suchtfachstellen und Politikerinnen und Politiker verteilt werden.
Es werden an alle Projektleitungen je 100 Broschüren pro Jahr verteilt.			X	Die Projektleitung konnte nicht so viele Broschüren an die anderen Projektleiterinnen und Projektleiter verteilen, weil bei ihnen kein Bedarf nach dieser Anzahl Broschüren (100 pro Jahr) bestand.
Die Projektleitungen verweisen bei ihren Klienten und Klientinnen auf andere Projekte des Kantonalen Tabakpräventionsprogramms und verteilen die Flyer.	X			Die Homepage ist mit allen Seiten der Projektleitungen verlinkt und alle haben die Broschüren bei sich aufgelegt.
Die Homepage zum kantonalen Tabakpräventionsprogramm wurde erstellt und ist aufgeschaltet.	X			Die Homepage war als statische Homepage konzipiert und bildet neben ergänzendem Zahlenmaterial mehrheitlich den Inhalt der Broschüre ab.
Befragung der Programmpartner ist erfolgt und ausgewertet. Daraus resultierende Massnahmen sind abgeleitet und umgesetzt.			X	Die Befragung der Projektpartner hat stattgefunden, die Ergebnisse wurden ausgewertet. Es wurde dabei festgestellt, dass das Zielpublikum der Internetseite unklar ist, die Abgrenzung zum Projekt Öffentlichkeitsarbeit ist ebenfalls unscharf. Demzufolge konnten auch keine Massnahmen formuliert und umgesetzt werden.
Die Broschüren an alle Gemeinden verteilen und andere Kanäle prüfen.	X			Es wurden alle Gemeinden im Kanton Thurgau mit Broschüren versorgt, zusätzlich wurde die Broschüre auf der Internetseite der Gemeinden des Kantons Thurgau aufgeschaltet. Die weiteren Kanäle wie Suchtfachstellen, Ärzte, Zahnärzte, Politikerinnen und Politiker wurden ebenfalls bedient.
Platzierung eines Artikels in der Thurgauer Presse			X	Die Projektleitung erhoffte sich mit dieser Massnahme, die Anzahl der Besuche steigern zu können, was nicht gelungen ist.
Platzierung eines Artikels in «Leuetatze», der Personalzeitung der Kantonalen Verwaltung des Kantons Thurgau	X			Nachdem es im Jahr 2016 nicht geklappt hatte, erschien im Februar 2017 der gewünschte Artikel in der Personalzeitung.
Die Besucherzahl der Homepage wird auf 100 (Jahr 2015) 224 (Jahr 2016) und 224 (2017) gesteigert.		X		Im Jahre 2015 wurde die Homepage 214 Mal besucht, was zu einer Steigerung bei der Festlegung des Output-Ziels 2016 führte. Mit 175 Besuchern wurde das Ziel

				nicht erreicht. Aufgrund eines neuen Statistik-Tools können die Zahlen 2017 nicht mehr verglichen werden.
--	--	--	--	---

*Nennen Sie Beispiele an denen man den Unterschied sehen kann, den das Projekt bei der Zielgruppe macht (Income-Outcome-Relation) und nehmen Sie dabei Bezug zum Wirkungsmodell.*

Es ist sehr schwierig, diese Frage zu beantworten, weil die Zielgruppe nicht klar definiert wurde. Es wurde nicht festgelegt, welche Zielgruppe in welchem Rahmen von der Broschüre resp. der Homepage angesprochen werden sollte und welchen Nutzen diese davon erwarten kann.

*Wurde ein Wirkungsnachweis oder eine Kosten-Nutzen-Analyse durchgeführt? Was sind die Ergebnisse?*

Als Outcome-Ziel wurde definiert, dass die Thurgauer Bevölkerung über das kantonale Tabakpräventionsprogramm informiert ist. Die rege Nutzung und Ausweitung der Angebote lassen schliessen, dass dies erreicht wurde, auch wenn die an der WEGA durchgeführte, nicht repräsentative Umfrage nicht darauf hinweist. Nur 6% der Befragten kannten das kantonale Tabakpräventionsprogramm Thurgau.

---

## **2 Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung)**

*Wie beurteilen Sie die Nachhaltigkeit Ihres Projekts? z.B.*

- bleibt die Wirkung des Projekts auch nach Projektende bestehen?
- zieht das Projekt weitere Wirkungen nach sich (Nachahmung, Schneeballeffekt)?
- gehen die durch das Projekt entstandenen Prozesse weiter und wirken sie über die Zielgruppe hinaus?

*Haben Sie die Möglichkeiten der Multiplikation des Projekts geprüft? Welche Möglichkeiten haben Sie ausgemacht?*

*Wie werden Sie das erarbeitete Know-how sowie die gemachten Erfahrungen für andere Projekte und Anliegen nutzbar machen? Über welche spezifischen Kanäle (Präsentation, Artikel und Publikationen, Internet, Radio / TV) wurden/ werden die Ergebnisse verbreitet?*

Die Homepage wird auch Teil der 2. Staffel sein. Zu Beginn des 1. Programmjahres wird das Konzept der Homepage überarbeitet, insbesondere die Zielgruppe nochmals geschärft.

Das kantonale Aktionsprogramm «Thurgau bewegt» hat sich - durch die Broschüre KTP TG angeregt - dazu entschieden, ebenfalls ein Druckprodukt herzustellen, das alle Projekte des Programms in sich vereint. Es wurde ein Mantelprospekt entwickelt, das als Postkartencouvert diente. Jedes Projekt entsprach einer Postkarte.

Die Überarbeitung und Bewirtschaftung der Homepage wird in der 2. Staffel nicht als eigenes Projekt geführt. Die Homepage wird Teil des Kommunikationskonzepts, das die Leitung konzipiert fürs gesamte Programm. Broschüren werden keine mehr gedruckt.

---

## **3 Chancengleichheit**

*Haben Sie spezifische Massnahmen zur Förderung der Chancengleichheit unternommen (Gender, soziale Schicht und ethnische Zugehörigkeit)? Ja / Nein?*

*Wenn ja, welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?*

*Wenn nein, hätten dank solcher Massnahmen Ihrer Meinung nach bessere Ergebnisse erzielt werden können?*

Für dieses Projekt wurden keine spezifischen Massnahmen zur Förderung der Chancengleichheit ergriffen. Die Broschüre zu übersetzen beispielsweise macht keinen Sinn, wenn schon müsste man auf Projektebene ansetzen.

Bei der Weiterführung in der 2. Staffel wird im Rahmen des Kommunikationskonzepts geprüft, ob allenfalls eine Übersetzung der Homepage oder mindestens eines Teils sinnvoll wäre.

---

## **4 Weitere Punkte**

# Teil B

---

## 1 Projektreflexion

Bitte beantworten Sie alle Fragen:

- 1) Welche Massnahmen zur Zielerreichung haben sich bewährt, welche nicht? Welche alternativen Massnahmen würden Sie rückblickend vorschlagen?
- 2) Können Sie nichtintendierte Nebenresultate identifizieren?
- 3) Welches sind rückblickend die 3 wichtigsten Stärken und Schwächen Ihres Projekts?
- 4) Weitere Erfahrungen / Aspekte?

Die Broschüre und die Homepage verschaffen einen Überblick aller Tabakpräventionsangebote im Kanton Thurgau. Dies ist positiv zu vermerken, weil dieser Überblick bis anhin nicht bestanden hat.

Die Entwicklung und Produktion der Broschüre hat sich nicht bewährt, die Broschüren stiessen nicht auf Anklang. Schon in der Mitte des Programms, nach zwei Jahren, war die Broschüre überholt, weil ein Projekt rausgefallen ist und ein anderes dafür dazugekommen ist.

Um das Ziel, einen Überblick über alle Angebote der Tabakprävention im Kanton Thurgau zu haben, zu erreichen, genügt eine Homepage, auf welcher alle Projekte und Angebote aufgeführt sind.

Die Homepage [www.tabakpraevention.tg.ch](http://www.tabakpraevention.tg.ch) ist ein Teil der kantonalen Homepage tg.ch. Monika Imhof als operative Programmleiterin hat die Homepage des Kantons betreut, sie arbeitet bei der Lungenliga TG und ist als Externe immer wieder auf technische Schwierigkeiten gestossen. Häufig funktionierte der Zugang nicht, die Zuständigkeiten waren nicht immer klar.

Empfehlungen / Erkenntnisse für ähnliche Projekte

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Akteuren abgeben, die ein ähnliches Projekt planen?

Bezgl. Massnahmen und Ergebnisse / Wirkungen

Bezgl. Projektmanagement

In der Konzeptphase ist es wichtig, sich über das Zielpublikum klar zu werden. Wen sprechen wir an? Mit welchen Massnahmen wollen wir unser Ziel erreichen? Wenn das Zielpublikum nicht klar ist, stimmen auch die Massnahmen dazu nicht, und die Ziele können nicht erreicht werden. Die nötige Sorgfalt beim Konzipieren eines Projekts ist sehr wichtig.

Es hat sich bewährt, eine eigene Homepage zu machen. Die Tabakprävention bekommt somit ein eigenes Gesicht. Änderungen an der Zusammensetzung der Projekte können schnell und unkompliziert auf der Homepage veröffentlicht werden. Somit kann immer der aktuelle Stand der Tabakprävention im Kanton abgebildet werden. Dies ist der Nachteil bei einer Broschüre, die schnell veraltet, sobald sich etwas verändert in der Zusammensetzung der Projekte.

Die Zuständigkeiten bei der Betreuung der Homepage waren nicht klar, was immer wieder zu Irritationen geführt hat. Es ist besser und einfacher, wenn die Betreuung intern ist, im Thurgauer Fall durch eine Person, die beim Kanton Thurgau angestellt ist.