Die Vergessene Mehrheit I 11. atf-Tagung
10. November 2016 I Bern

FACH VERBAND SUCHT

Schwer erreichbare Zielgruppen. Oder schwer erreichbare Angebote?

Petra Baumberger
Generalsekretärin Fachverband Sucht

FACH VERBAND SUCHT

Wissenstransfer

Der Fachverband Sucht ist der Verband der Organisationen der Suchtprävention und Suchthilfe der Deutschschweiz.

Der Fachverband Sucht versteht sich als
- Interessensvertreter
- Förderer der fachlichen Weiterentwicklung
- Plattform für die Basisvernetzung
- Informations- und Wissensdrehscheibe

FACH VERBAND SUCHT

Ablauf

1. Terminologie: Was bedeutet «Schwer erreichbare Zielgruppe»?
2. Welches sind die Merkmale der Erreichbarkeit?
3. Was wird heute bereits versucht, um Erreichbarkeit herzustellen, und woran hapert es?
4. Fazit
5. Massnahmen auf übergeordneter Ebene

FACH VERBAND SUCHT

Was bedeutet «Schwer erreichbare Zielgruppe?»

FACH VERBAND SUCHT

Was bedeutet «Schwer erreichbare Zielgruppe?»

Für den Anbieter relevante Zielgruppe, welche aus verschiedenen Gründen über die herkömmlichen Zugangswege und Angebote nicht erreicht werden können.

(Definition in Anlehnung an Definition von Sucht Schweiz, Sucht Schweiz 2014)

FACH VERBAND SUCHT

Wer ist demnach schwer erreichbar?

Alle Personengruppen, die ein risikoreiches Konsumverhalten zeigen.

FACH VERBAND SUCHT

Wer konsumiert risikoreich?

- **Junge Erwachsene (18 – 25 Jahre):** Rauschtrinken, Cannabis, Kokain, Heroin, Onlinekonsum, Glücksspiel
- **Jüngere Frauen bis 30 Jahre:** Medikamente allgemein, Antidepressiva im Besonderen
- **Jüngere Männer bis 30 Jahre:** Cannabis, Kokain, Heroin, Glücksspiel
- **Ältere Menschen:** chronischer risikoreicher Alkoholkonsum, Medikamente
- **Nicht Erwerbstätige:** Kombination von Rauschtrinken und chronisch risikoreichem Alkoholkonsum, Rauchen, Cannabis, Glücksspiel
- **Vollzeit Erwerbstätige:** Rauschtrinken
- **Höhere (tertiäre) Ausbildung:** Rauschtrinken, Kombination von Rauschtrinken und chronisch risikoreichem Alkoholkonsum
- **Kürzere (obligatorische) Ausbildung:** Cannabis, Medikamente, chronischer risikoreicher Alkoholkonsum

(Quelle: Sucht Schweiz, 2014)

FACH VERBAND SUCHT

Risikoreicher Konsum + Vulnerabilität

Diese Zielgruppen können nicht alle mit zielgruppenspezifischen Massnahmen angesprochen werden.

→ Der Fokus muss auf den Gruppen liegen, die risikoreich konsumieren und dazu besonders vulnerabel sind.

FACH VERBAND SUCHT

Vulnerable Gruppen

Beispiele von besonders vulnerablen Gruppen:

- Erwerbslose Menschen
- Menschen mit einer psychischen Krankheit
- Angehörige, insbesondere Kinder, von suchtkranken Menschen
- Menschen, die in ihrer Kindheit Opfer von physischer, psychischer, sexueller Gewalt wurden
- Ältere Menschen
- Menschen im Strafvollzug

(Quelle: Sucht Schweiz, 2014; Aufzählung nicht abschliessend)

FACH VERBAND SUCHT

Vulnerabilität erschwert die Erreichbarkeit

Merkmale Angehöriger vulnerabler Gruppen:

- Tiefer ökonomischen Status
- Bildungsferne
- Soziale Isolation
- Räumliche Isolation
- Gesellschaftliche Marginalisierung
- Eingeschränkte Mobilität

(Quelle: Sucht Schweiz, 2014; Aufzählung nicht abschliessend)

FACH VERBAND SUCHT

Das heisst ...

Wir haben es mit einer besonders komplexen Herausforderung zu tun.

Dazu kommt, dass es Personengruppen mit einer bewusst gewählten Unerreichbarkeit gibt.

FACH VERBAND SUCHT

Welches sind die Merkmale der Erreichbarkeit?

FACH VERBAND SUCHT

Erreichbarkeit bedeutet:

1. einen ersten Zugang zur Zielgruppe zu finden,
2. den Kontakt zur Zielgruppe aufrecht zu erhalten,
3. das Verhalten der Zielgruppe zu verändern.

(Quelle: Salis-Gross, C., 2000)

FACH VERBAND SUCHT

Was wird heute bereits versucht, um Erreichbarkeit herzustellen, und woran hapert es?

FACH VERBAND SUCHT

Befragung Fachverbands Sucht zum Thema «Schwer erreichbare Zielgruppe»

(Quelle Folie 16 bis 22: Fachverband Sucht 2015)

Fokus auf drei ausgewählte schwer erreichbare Zielgruppen:

- Belastete Familien
- Junge Erwachsene bis 30 Jahre
- Erwerblose Menschen

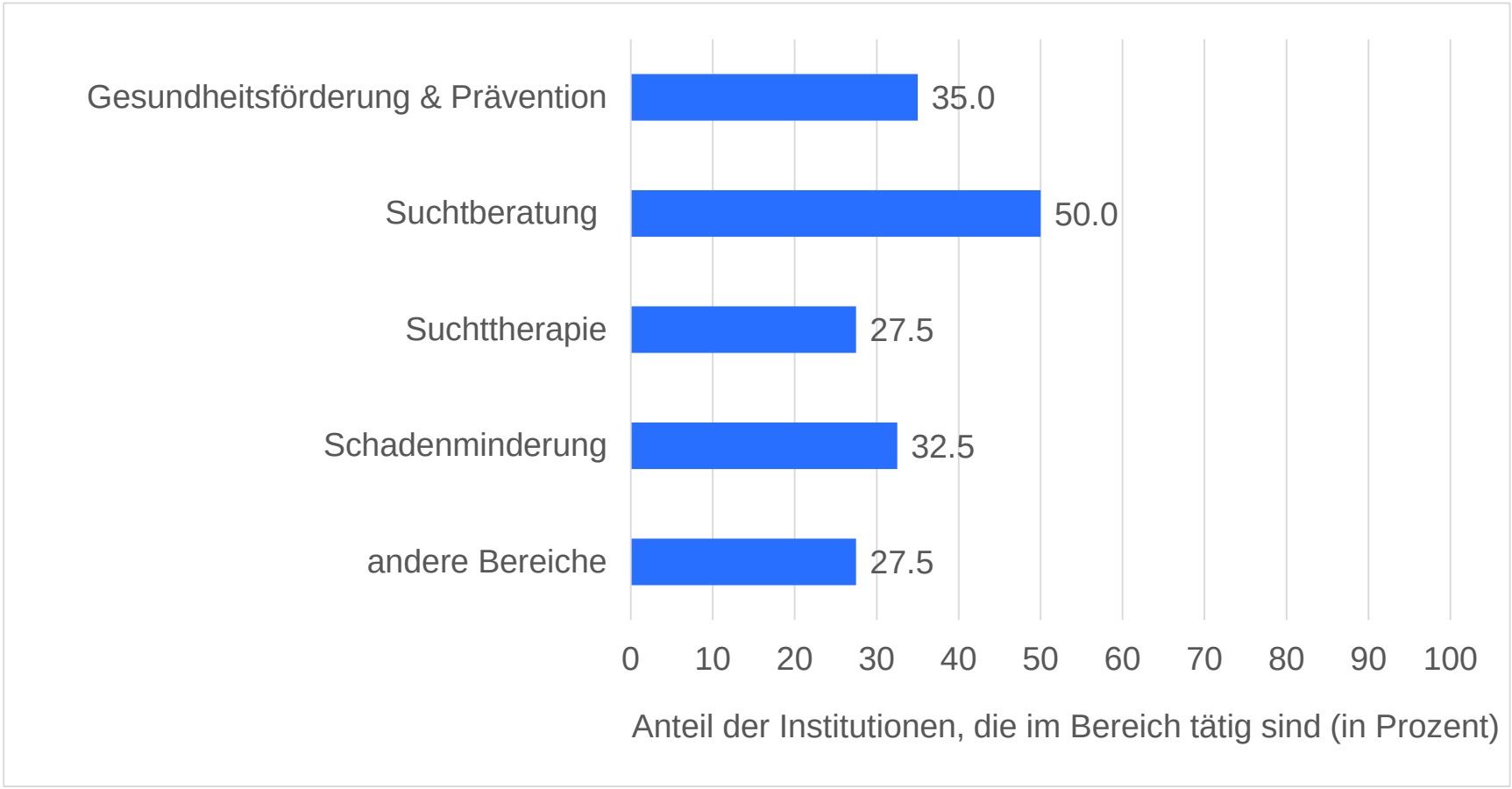
FACH VERBAND SUCHT

Fragestellungen

- Genutzte Zugänge zu den ausgewählten Zielgruppen
- Schwierigkeiten mit diesen Zugängen
- Angebotsgestaltung
- Triage
- Handlungsbedarf

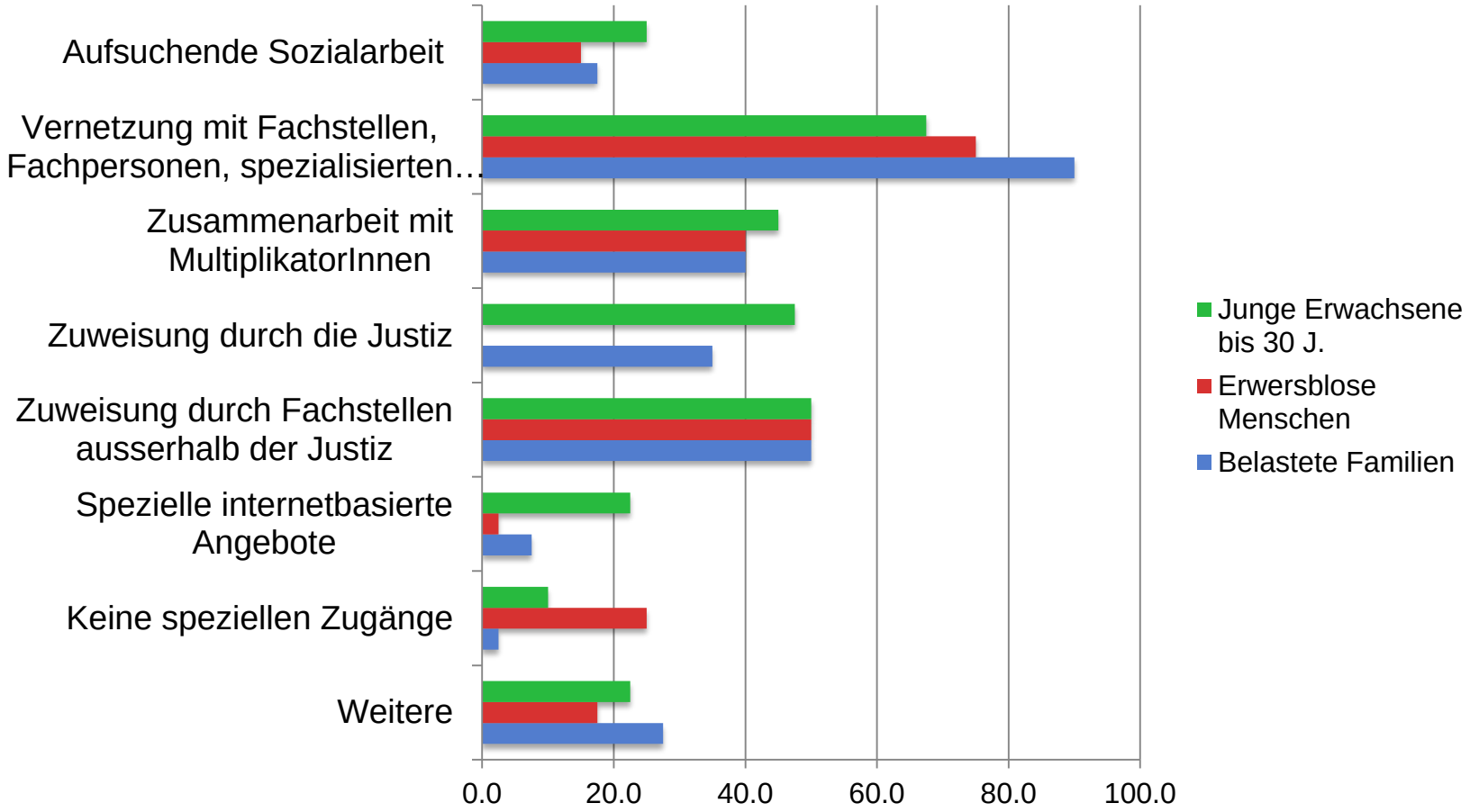
FACH VERBAND SUCHT

Zusammensetzung der Stichprobe



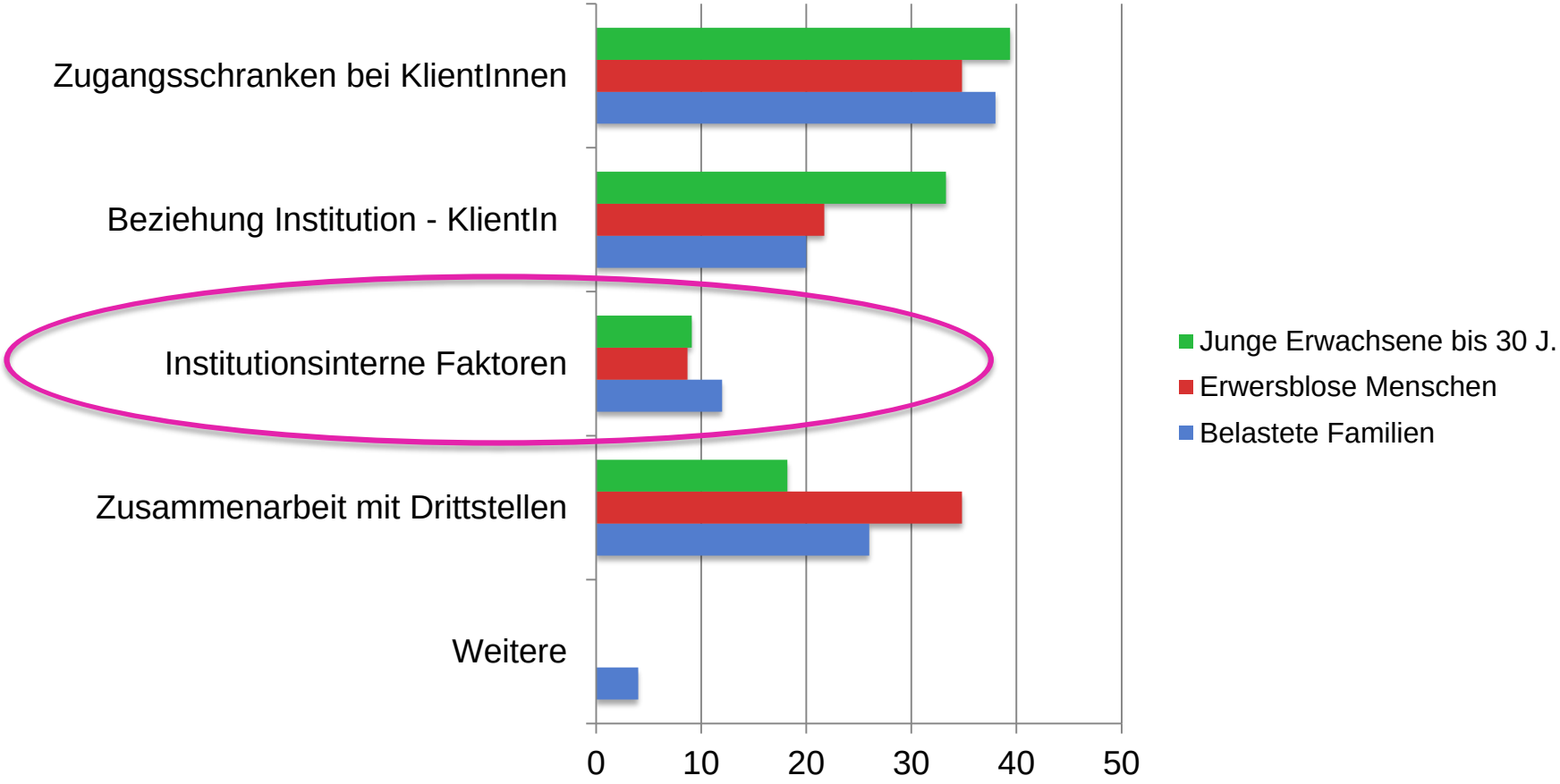
FACH VERBAND SUCHT

Genutzte Zugänge



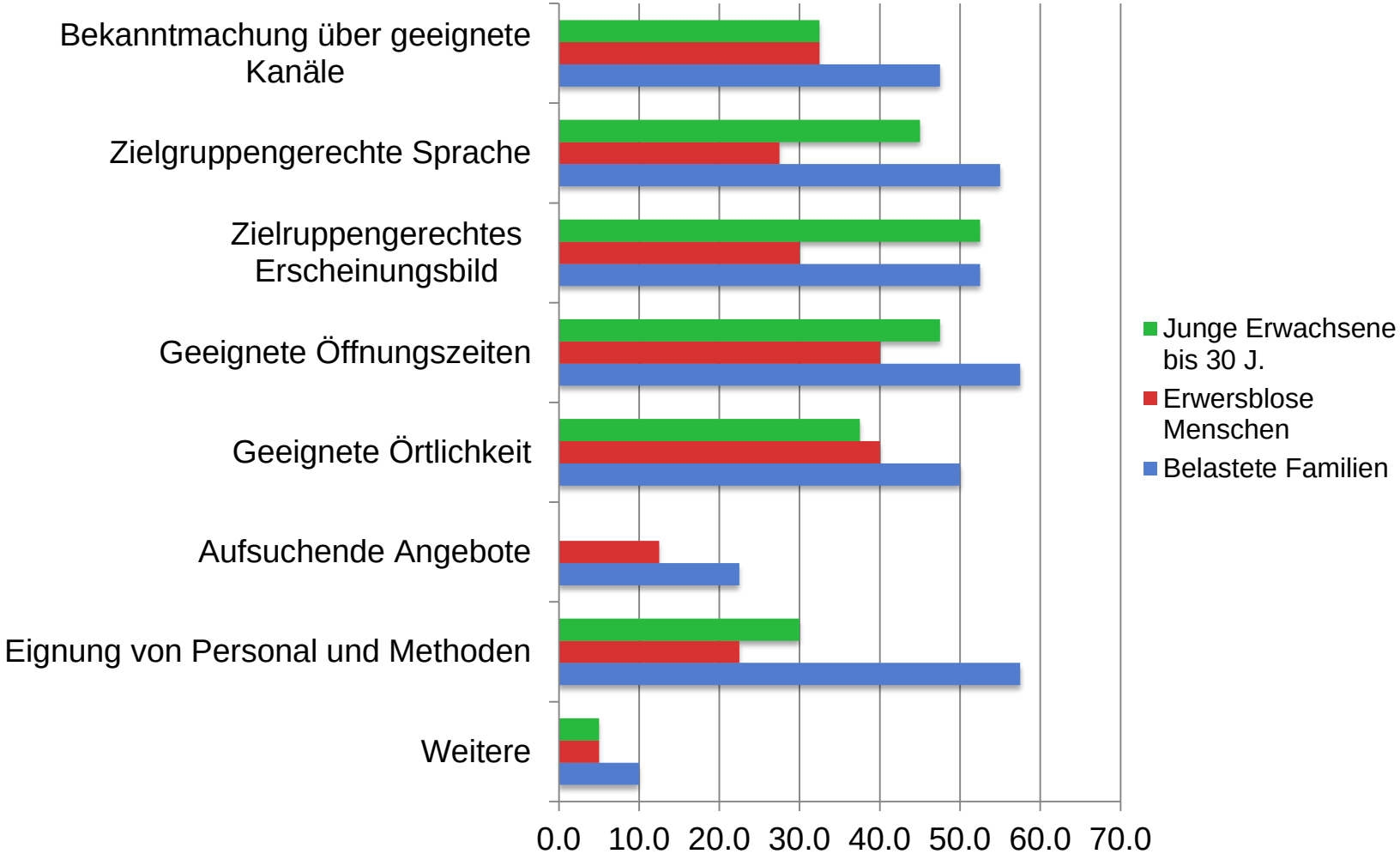
FACH VERBAND SUCHT

Schwierigkeiten dieser Zugänge



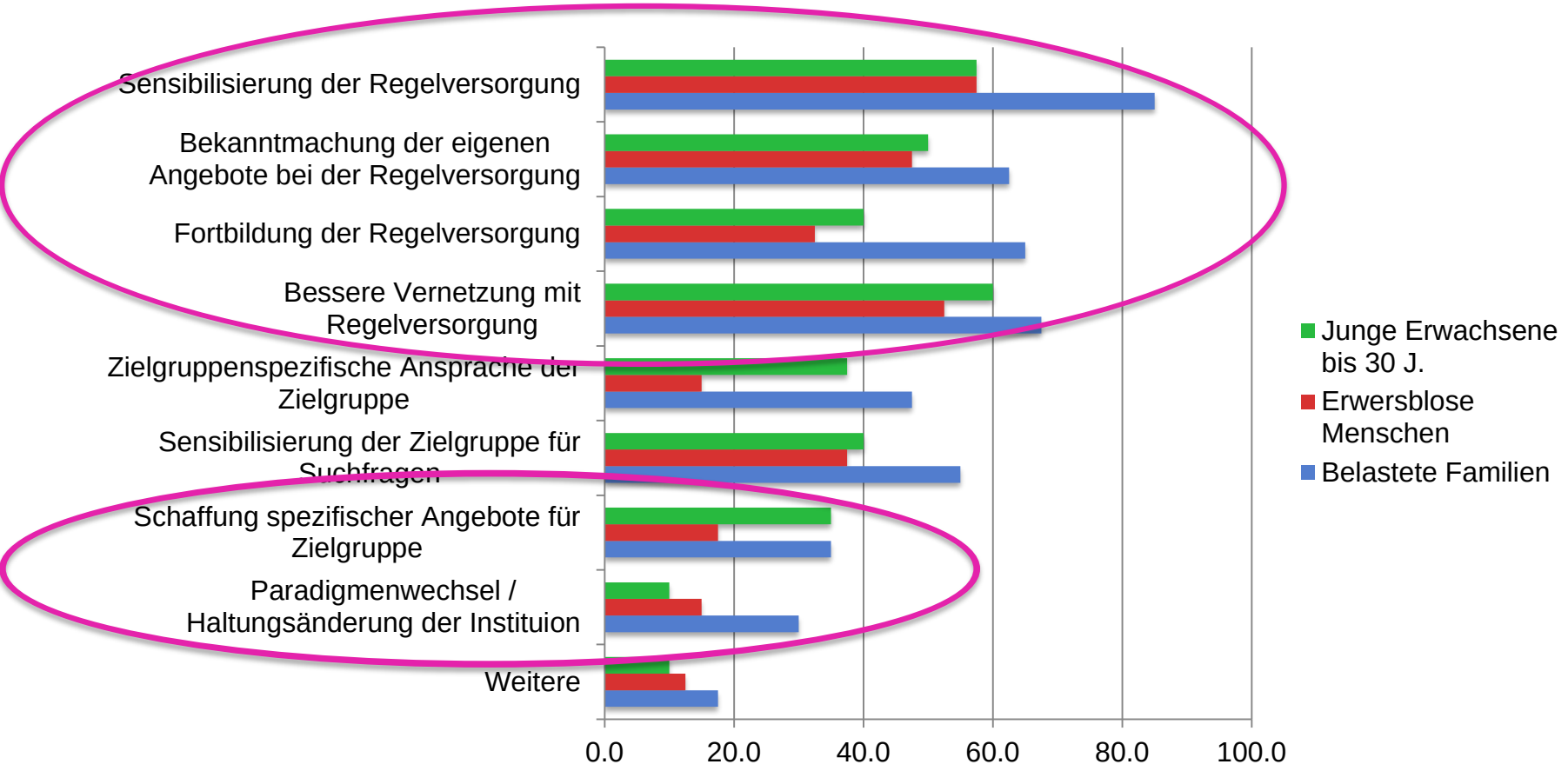
FACH VERBAND SUCHT

Zielgruppenspezifische Angebotsgestaltung



FACH VERBAND SUCHT

Handlungsbedarf aus Sicht der Befragten



FACH VERBAND SUCHT

Zusammenfassung und Handlungsbedarf

1. Die Befragten bemühen sich am meisten um die Zielgruppe der belasteten Familien.
   → *Das Verständnis der schwer erreichbaren Zielgruppen muss erweitert werden auf weitere Gruppen von Risikokonsumierenden bei gleichzeitiger Vulnerabilität.*
2. Die Schwierigkeiten beim Zugang zu den schwer erreichbaren Zielgruppen werden tendenziell externalisiert.
   → *Die eigene Haltung in Bezug auf die Problematik muss kritisch reflektiert werden (schwer erreichbare Zielgruppen oder schwer erreichbare Angebote?)*
3. Die zielgruppengerechte Angebotsgestaltung erfolgt – wenn, dann – fast nur über strukturelle und kommunikative Massnahmen.
   → *Konzepte, Inhalte, Methodik usw. sowie die Eignung des Personals müssen viel stärker berücksichtigt werden*.

FACH VERBAND SUCHT

Fazit

FACH VERBAND SUCHT

Fazit

1. Schwer erreichbare Zielgruppen sind schwer erreichbar. Trotzdem darf sich keine allgemeine Hilflosigkeit breit machen.
2. Die Institutionen / Fachstellen müssen ihre Haltung in Bezug auf die Thematik ändern. Sie müssen diese Zielgruppen wirklich erreichen wollen. Dazu braucht es einen grossen Effort, Kreativität und Investitionen in das Personal und die Angebote.
3. Die schwer erreichbaren Zielgruppen unterscheiden sich stark. Jede schwer erreichbare Zielgruppen braucht spezielle, auf sie ausgerichtete Angebote (inhaltlich, kommunikativ und strukturell).
4. Es ist nicht möglich, alle diese Zielgruppen spezifisch anzugehen. Es braucht deshalb eine genaue Klärung der Frage: Wen wollen wir erreichen?

FACH VERBAND SUCHT

5. Diese ausgewählte Zielgruppe muss genau analysiert werden (Merkmale / Charakteristiken?). Gut gemeinte Massnahmen, welche die Eigenheiten der Zielgruppen nicht / zu wenig berücksichtigen, bleiben wirkungslos.
6. Der Zusammenarbeit mit der Regelversorgung (Sensibilisierung, Fortbildung, Information über die eigenen Angebote, stabile Triage) kommt eine ausgesprochen hohe Bedeutung zu. Sie sind oft früher und näher an der Zielgruppe als die Institutionen / Fachstellen.
7. Die Suchtfachwelt muss (noch mehr) akzeptieren, dass die Grenzen ihres Fachgebiets immer mehr verschwimmen. Das ist gut so, anders lässt sich der Komplexität nicht begegnen.

FACH VERBAND SUCHT

Massnahmen auf übergeordneter Ebene

FACH VERBAND SUCHT

Massnahmen auf übergeordneter Ebene

Massnahmen auf übergeordneter Ebene = Massnahmen zur Sensibilisierung und Fortbildung der Regelversorgung:

1. Arbeitsgruppe Regelversorgung des Bundesamts für Gesundheit: Austausch und Vernetzung, Diskussion von Massnahmen, Multiplikation von Pilotprojekten / Good Practices
2. Fachtagungen des Fachverbands Sucht:
   - Arbeitslosigkeit und Sucht
   - Wie begegnen sich Sucht und Soziale Arbeit im Alltag?
3. Fortbildungen des Fachverbands Sucht und der Praxis Suchtmedizin Schweiz für Berufsgruppen der Regelversorgung
4. Projekt «Koordination und Kooperation in der Suchthilfe» des Fachverbands Sucht

FACH VERBAND SUCHT

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

baumberger@fachverbandsucht.ch
www.fachverbandsucht.ch

FACH VERBAND SUCHT

Quellen

Fachverband Sucht: Umfrage bei Mitgliedern des Fachverbands Sucht zum Thema «schwer erreichbare Zielgruppen». Ergebnisbericht, Zürich 2015
http://www.fachverbandsucht.ch/downloads/1347_Befragung_schwer_erreichbare_Zielgruppen.pdf

Salis-Gross, C. in: Uchtenhagen, A. / Ziegelgängsberger, W. (Hrsg.): Suchtmedizin. Konzepte, Strategien und therapeutisches Managament, München / Jena 2000

Sucht Schweiz: Expertise zum Thema «Schwer erreichbare Zielgruppen». Zuhanden der Zürcher Fachstelle zur Prävention des Alkohol- und Medikamentenkonsums (ZüFAM), Lausanne 2014
http://www.suchtschweiz.ch/fileadmin/user_upload/DocUpload/Expertise-schwer-erreichbare-Zielgruppen.pdf