

laut & leise

Magazin der Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich
Nr. 3, Oktober 2011, erscheint dreimal jährlich, Jahresabonnement Fr. 20.–

Social Media Revolution, Hype oder bloss zeitfressende Banalität?

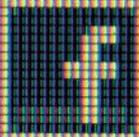
**Sucht beginnt im Alltag.
Prävention auch.**

Die Stellen für **Suchtprävention**
im  **Kanton Zürich**

Mein Myspace ▼



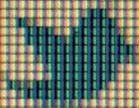
Apps



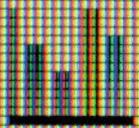
Facebook-App



Handy-App



Verbindungen



Statistiken



FanReach

Medien

Songs

Fotos

Videos

Die Playlist

Follow me!

Das Sozialste an den sozialen Medien ist die tief sitzende Sehnsucht nach Kontakt. Sozial zu sein, bedeutet, sich für andere Menschen zu interessieren. Das ist kein einfaches Unterfangen in Zeiten empfohlener Abgrenzung und gesammelter Freunde! Dank der sozialen Medien können wir uns in sicherer Entfernung in die Leben der anderen einfühen und auch wieder ausfühen. Wir erfahren von ihnen, was

Alle zehn Finger eilen meinen Gedanken nach und in mir läuft eine Suchaktion nach dem Wesentlichen. Ich schreibe, woran ich denke, debattiere, verwerfe und schon tippen meine Finger einen neuen Gedanken.

wir wissen möchten oder auch nicht. Die sozialen Medien helfen unserem Problem mit dem allzu Persönlichen.

Meine Finger liegen auf der Tastatur des Laptops und bilden gemeinsam mit meinem Hirn eine Art Instant Messenger. Das auf dem Bildschirm offene File ist mein Medium. Es erfährt als erstes von der Aktivität in meinem Kopf. Alle zehn Finger eilen meinen Gedanken nach und in mir läuft eine Suchaktion nach dem Wesentlichen. Ich schreibe, woran ich denke, debattiere, verwerfe und schon tippen meine Finger einen neuen Gedanken. Es entstehen Worte, zusammengefügt in Sätzen, die ich tausendmal überdenken kann. Aber nicht muss. Denn in der Instant-Gesellschaft zählt der Augenblick. Es gibt kein Zurückhalten. Alles fliesst sogleich in das weltumwabernde Atmen des Internets, so dass ich Anteil nehmen kann. «Folgen Sie uns!» verkünden die Anwender von Twitter. «And I will follow you!».

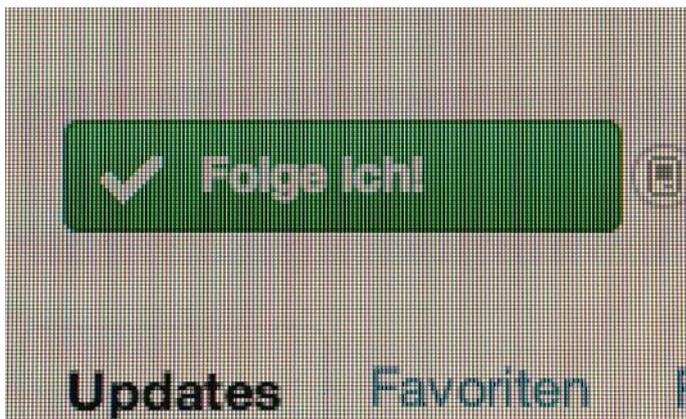
Dank dieser und anderer Plattformen kann man sich selbst und andere neu erfinden, multipel im Netz erscheinen, einan-

der nahe kommen und (!)folgen. Dass sich Marketingköpfe und Glaubensgemeinschaften ebenfalls dieser Medien bedienen, wissen die meisten, glauben das aber nicht so ganz. So entfalten wir uns in allen kaum denkbaren Foren und pflegen Daseinszustände und berührungslose Begegnungen, ohne zu wissen, mit wem wir es zu tun haben.

Man lernt jemanden schreibend anders kennen, als wenn man den Menschen vor sich stehen hat. Ich weiss, dass ich anders mit ihm rede, als wenn ich ihm schreibe. Wie anders verläuft eine Diskussion, wenn mir an meinem Gegenüber die Augen gefallen oder der lachende Mund! Und wie oft haben Sie heimlich auf Haare an Männerohren gestarrt und auch schon auf den Oberlippenbart einer jungen Frau?



Sibylle Ciarloni ist Autorin und produziert z.B. den Radio-Essay CONTAINER. Hörbar auf Kanal K und in ihrem Blog www.billa.ch.



IMPRESSUM

laut & leise Nr. 3, Oktober 2011

Herausgeber: Die Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich

Zuschriften: info@suchtprevention-zh.ch

Redaktions- und Produktionsleitung: Brigitte Müller, www.muellertext.ch

Redaktionsteam: Myshelle Baeriswil (Vorsitz), Cristina Crotti, Barbara Meister, Barbara Stengl, Peter Trauffer

Mitarbeiter/innen dieser Nummer: Sibylle Ciarloni, Annett Niklaus, Andreas Prenn, Roger Zahner, Christian Zwinggi

Illustrationen: Pierre de Senarclens, Bern

Gestaltung: Fabian Brunner, fabian.brunner@bluewin.ch

Druck: Zürichsee Druckereien AG, Stäfa

Bezug von weiteren Exemplaren: Sekretariat Zürichsee Druckereien AG, Tel. 044 928 53 24

Abonnement: Fr. 20.– jährlich (freiwillig). Bestellen bei: Sekretariat Zürichsee Druckereien AG, Tel. 044 928 53 24

Adressänderung und Abbestellung: Zürichsee Druckereien AG, Seestrasse 86, 8712 Stäfa oder nsuter@zsd.ch

Die Beiträge und die Fotos in diesem «laut & leise» geben die Meinung der Autorinnen und Autoren wieder. Diese muss nicht mit der Meinung des Herausgebers, der Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich, übereinstimmen.

INHALT

Revolution, Hype oder bloss zeitfressende Banalität?

Social Media als Realität Seite 5

Suchthaufen

Interview mit Andreas Prenn, Stellenleiter von Supro, Vorarlberg Seite 9

Tschilpen und Zwitschern

Suchtprävention ist präsent Seite 12

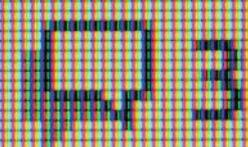
Mediothek

Büchertipps Seite 14

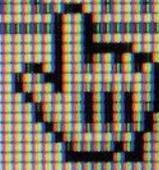
Adressen

Das komplette Verzeichnis der Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich Seite 15

n/story/30956274



Gefällt mir



Dieses O

cream.

Gefällt mir · Kommentieren

Revolution, Hype oder bloss zeitfressende Banalität?

Während NGOs mit Facebook-Kampagnen die Welt retten, Politiker um die Gunst ihrer Wähler twittern und Marketingstrategen in den Social Media die Märkte der Zukunft erhoffen, streitet die breite Bevölkerung über Sinn und Unsinn von Facebook & Co. Die einen sind mit missionarischem Eifer dabei, andere trotzen mit fundamentaler Kritik. Wie und warum funktionieren die Social Media tatsächlich, verändern sie die Gesellschaft und ist das Ganze die Mühe wert?

Text: Christian Zwinggi

In Doris Knechts im Frühling erschienenem Roman «Gruber geht» hat sich Sarah Vogel verliebt: «Ich habe John natürlich auf Facebook ausgecheckt. Es gibt ihn tatsächlich. John Gruber, Netzwerk Austria, und ein Profilfoto von ihm, auf dem er die Haare sehr schön hat. Zu schön, wenn du mich fragst. Hat ungefähr 400 Freunde. Aber ich habe ihm keine Freundschaftsanfrage geschickt. Ich meine, wozu?». Gruber besteht ja nicht nur aus Facebook, sondern hat auch ein Geschäftsleben (Banker), ein Liebesleben (viele Frauen), ein Musikfanleben (Bob Dylan) und vor allem ein Krankheitsleben (Krebs). Seine Präsenz in der virtuellen Welt ist nichts Besonderes, schon gar nichts Ursächliches: Auch ohne Facebook hätte er Job, Frauen und Krebs. Facebook ist einfach auch noch da, neben SMS, Essen, Zeitungen und Bob Dylan.

Politik mit sozialen Netzwerken

Über die Bedeutung der Social Media wird seit der Lancierung vor rund acht Jahren gestritten. Entscheidend seien sie in Barak Obamas Wahlkampf gewesen, der über die sozialen Plattformen erst einen Rekord an Wahlkampfspenden generierte und später auch seine Wähler mobilisieren konnte. Weit auseinander gehen die Meinungen über den Einfluss der Social Media bei der arabischen Revolution. Sicher ist, dass die virtuellen Plattformen besonders in studentischen Kreisen den freien Meinungs austausch ermöglichten und im grossen Stil Menschen mobilisieren könnten. Ursächlich für die Versammlungen auf dem Tahrir-Platz in Kairo oder dem Kasbah-Platz in Tunis waren aber in erster Linie die sozialen Missstände und die Unzufriedenheit der Bürger. Selbst Fa-

cebook-Gründer Mark Zuckerberg meinte dazu gegenüber Reuters bescheiden: «Es wäre von jeder Art von Technologie äusserst arrogant zu glauben, die Revolution sei ihr Produkt. Facebook spielt keine bedeutende Rolle im arabischen Frühling.» Trotzdem: YouTube, Twitter und Facebook sind Teil der Revolution, nicht ursächlicher Art, aber neben Al Jazeera, Mundpropaganda oder Selbstverbrennungen im öffentlichen Raum von ebenso tragender und prägender Bedeutung.

Digitale Mediengesellschaft

Die Social Media sind ein weiterer Schritt im digitalen Wandel. Ein Meilenstein in der Medienentwicklung nach der Erfindung von Buchdruck, Fernsehen und Internet. Sie ergänzen unseren Alltag, verändern das soziale Leben, die Beziehungspflege, das Lernen, die Politik und die Wirtschaft. Wie Knut Hickethier, Professor für Medienwissenschaft in Hamburg, in einem Essay schreibt, «entstehen ganz neue mediengestützte Gemeinschaften (...) Der digitale Wandel schafft neue Kommunikationsformen, neue Möglich-

keiten bei Wikipedia, verabreden uns über Doodle, zeigen die Ferienfotos auf Flickr und kaufen im Internet aufgrund der Bewertungen anderer Konsumenten.

Was aber ist nun wirklich neu?

Plattformen für den Austausch von Wissen, Gütern und Gerüchten gibt es seit Menschengedenken. Seit jeher ist der Wochenmarkt der Ort für Gespräche und Handel schlechthin. Auch die Waschküche als Quelle von Gerüchten ist legendär. Neu am Austausch im Internet ist die Unabhängigkeit von Raum und Zeit. Frau muss nicht mehr in die Waschküche für den neusten Tratsch und Mann kann auch ausserhalb des Stammtischs über Fussball fachsimpeln. Grundsätzlich funktionieren Social Media, weil sich Menschen für andere Menschen interessieren und weil sich Menschen gerne anderen Menschen offenbaren. «Wir wollen und brauchen Freunde, denn ohne sie können wir kein vollkommenes Leben führen», hat Dante Alighieri schon im Mittelalter erkannt. Das soziale Bedürfnis nach Austausch unter Freunden ist uralte. Neu ist nur die

Die Social Media sind ein weiterer Schritt im digitalen Wandel. Ein Meilenstein in der Medienentwicklung nach der Erfindung von Buchdruck, Fernsehen und Internet. Sie ergänzen unseren Alltag, verändern das soziale Leben, die Beziehungspflege, das Lernen, die Politik und die Wirtschaft.

keiten der individuellen Kommunikation, der Selbstdarstellung der Individuen und neue Zugänge zu den medialen Formen von Bildung und Unterhaltung.» Das Web 2.0 ist Tatsache: Wir recherchie-

Technologie. Im «alten» Internet konnte nur publizieren, wer über die entsprechenden Programmierkenntnisse verfügte. Zwischen Publizist und Leser bestand eine Einwegkommunikation wie beim

Fernseher. Interaktiver wurde es später mit Blog und Kommentarfunktionen: Zwischen Publizist und Lesenden wurde der Dialog möglich. Im Web 2.0 kann nun schliesslich jeder und jede Texte, Fotos oder Videos veröffentlichen und mit seiner Netz-Gemeinschaft teilen. Aus dem Dialog ist ein Gruppengespräch gewor-

sen zum kollektiven Vorteil. Ansonsten ist im Schulbetrieb noch eine gewisse Zurückhaltung gegenüber den Social Media zu beobachten. In einer spontanen Umfrage in einem Zürcher Schulhaus gaben nur etwa 20% aller Lehrkräfte an, über aktive Erfahrungen mit den Social Media zu verfügen. Den einen fressen sie

welchen Regeln selektioniert man im Datenmeer? Wie überprüft man die Qualität und Verlässlichkeit eines Wikipedia-Eintrages? Welches ist für eine Party-Einladung der richtige Kommunikationskanal: E-Mail, Twitter, Facebook, SMS oder ein Flyer?

Die neuen Formate beeinflussen und prägen die Strukturierung und Bereitstellung von Information und damit letztlich auch das Denken überhaupt. Die Idealgröße einer Mitteilung orientiert sich nicht mehr an der Grösse einer A4-Seite, sondern an der vorgegebenen Anzahl Zeichen des Eingabefeldes. Wer in einem Forum mitdiskutieren will, muss fähig sein, die wesentlichen Punkte seiner Gedanken in 500 Zeichen auf den Punkt zu bringen. Bei Twitter gar gilt ein Maximum von 140 Zeichen. Im Chat ist das Tempo des Formulierens von entscheidender Bedeutung. Das Beherrschen des Zehnfingersystems ist für alle Anwendungen eine Basisfähigkeit. Kurz: Die neuen Medien verlangen nach neuer Medien-, Schreib- und Sprachkompetenz. Nur, wo lernen die Kinder diese Fähigkeiten? Sind die Eltern dafür zuständig, die Schulen oder überlässt man das Feld den Kindern, die sich untereinander weiterhelfen und mit der trial-and-error-Strategie überraschend schnell zum Ziel kommen? Die Social-Media-Welt ist heute für viele Kinder eine Gegenwelt zur Schulwelt. Ein vor Erwachsenen geschützter Raum. Lässt sich

Jede technische Neuerung in der Medienentwicklung forderte von der Menschheit neue Fähigkeiten. Vom Buchdruck profitierte nur, wer Lesen lernte und das Internet nützt nur jenen, die einen Computer bedienen können. Was aber braucht es, um in der Welt der Social Media zu bestehen?

den: jeder kann mit jedem. Es gibt keine Hierarchie. Der Publizist ist auch Leser und umgekehrt. Viele Personen sprechen, bzw. schreiben zu vielen. Dies führt zu mehr Information, zu einer Verlagerung von der mündlichen zur schriftlichen Kommunikation und zu einem Kontrollverlust über die Information.

Erstaunlich und sinnvoll

Wertvoll wird die Vernetzung, wenn eine grosse Zahl von Nutzern gemeinsam an einem Projekt oder der Lösung eines Problems arbeiten können. Dieses sogenannte Crowd Sourcing nützt beispielsweise die Seite «Mundraub.org»: Die Seite ist ein Verzeichnis von Obstbäumen, die auf öffentlichem Grund stehen und Früchte tragen, die jeder ernten darf. Gemeldet werden die Standorte der Bäume von Passanten direkt auf der Webseite. Ausgelöst von einer Handvoll Berliner Umweltingenieuren und Webexperten hat sich eine lose und offene Gemeinschaft gebildet, die mit geringem Aufwand dafür sorgt, dass weniger Obst am Baum verfault. Jeder meldet, jeder pflückt, alle profitieren. Der orts- und zeitunabhängige Austausch von Wissen und Erfahrung machen sich auch unzählige Fachforen zunutze. Unter «hikr.org» tauschen Alpinisten untereinander die besten Bergrouuten mit den entsprechenden Wanderberichten und Fotos aus. Die pädagogische Hochschule Bern unterhält unter «lehrperson-bern.ch» ein Forum, auf dem die Lehrkräfte über aktuelle Herausforderungen in der Schule diskutieren. In der Debatte um Schnüerlischrift versus Basisschrift oder den Erfahrungsberichten über Integration und IF-Unterricht multipliziert sich Fachwis-

zu viel Zeit weg, andere gehen einem möglichen Kontakt mit Schülern und Eltern aus dem Weg und für die Dritten sind sie schlicht zu blöd.

Wissen wie nutzen

Jede technische Neuerung in der Medienentwicklung forderte von der Menschheit neue Fähigkeiten. Vom Buchdruck profitierte nur, wer Lesen lernte und das Internet nützt nur jenen, die einen Computer bedienen können. Was aber braucht es, um in der Welt der Social Media zu bestehen? Wie schützt man seine Privatsphäre bei Facebook? Aufgrund welcher Kriterien akzeptiert man neue Freunde? Nach

Glossar

Web 2.0: Sammelbegriff für interaktive Anwendungen wie Wikipedia, Facebook, Twitter oder YouTube. Der Begriff wurde 2003 erstmals erwähnt.

Social Media: Internetanwendungen, mit denen die Benutzer ohne Programmierkenntnisse Texte, Fotos, Videos oder Audio-Dateien ins Internet stellen können, um sich untereinander ohne örtliche oder zeitliche Einschränkungen auszutauschen.

Facebook: Mit 700 Mio. Benutzern das grösste soziale Netzwerk. Facebook wird immer stärker auch über Smartphones genutzt und entwickelt sich zu einer Art Basis-Kommunikationsplattform, auf der man Ereignisse mitteilt, Videokonferenzen abhält, chattet oder auch gezielte Nachrichten (E-Mail-Funktion) verschickt.

Twitter: Ein Mikro-Blog, mit dem man Kurzmeldungen (max. 140 Zeichen) an seine Interessenten (Follower) verschickt. To tweet = zwitschern

Newsfeed: Neuigkeiten-Seite auf Facebook, auf der man die Einträge seiner Freunde sieht.

Posten: Eine Mitteilung auf Facebook publizieren.

Adden: Eine Freundschaftsanfrage positiv beantworten.

Liken: Mit dem «gefällt mir»- bzw. «like it»-Button seinen Freunden anzeigen, dass einem ein Eintrag, ein Kommentar oder eine Internetseite gefällt.

damit erklären, warum Jugendliche in Facebook hauptsächlich in orthographieloser Mundart schreiben? Während die Jungen schon selbstverständlich in Facebook leben, reden die Erwachsenen noch darüber. Können Sie abschätzen, was ihre Kinder in der virtuellen Welt erleben, wenn sie selbst nicht Teil dieser sind?

Facebook-Welten

Die Jeder-kann-alles-sagen-Situation fördert auch das Banale. In Facebook existieren Gruppen wie «FC Basel ist Scheisse» oder «Migros ist besser als Coop». Überdurchschnittlich geistreiche Beiträge sind in den entsprechenden Foren nicht zu erwarten. Auch ein grosser Teil der News-Einträge bei Facebook sind von eher alltäglicher Bedeutung. Da wird die Katze fotografiert, dort hat eine Kollegin eine Freundschaftsanfrage beantwortet, ein anderer hat eine Ausstellung besucht. Alltagskram. Gegenüber der Zeitung fehlt der Redaktor, der die Meldungen nach gesellschaftlicher Relevanz und Wahrheit filtert. Die Kompetenz, darüber zu entscheiden, was von öffentlichem Interesse ist und was nicht, verschiebt sich von den Journalisten hin zum Volk. Das Resultat ist ein ständiges Rauschen von Belanglosem, das uns in den virtuellen Plattformen umgibt. Es ist, wie wenn man alleine im

Die Kompetenz, darüber zu entscheiden, was von öffentlichem Interesse ist und was nicht, verschiebt sich von den Journalisten hin zum Volk.

Café oder Zug sitzt, andere belauscht und einzelne Gesprächsfetzen mitnimmt. Die News-Einträge ziehen wie Wolken an den Ohren vorbei. Im Newsfenster erscheinen oben ständig neue Meldungen aus dem Bekanntenkreis, welche die älteren aus dem sichtbaren Fenster des Bildschirms nach unten drücken. Ab ins Nirwana, ins Vergessen, wo sie aber für ewig auffindbar bleiben. Bei Facebook bleibt eine Neugierigkeit vielleicht eine Stunde sichtbar, danach muss gescrollt werden. Das Banale und das Flüchtige gehen im Gleichschritt. Der wachsenden Flut an Information begegnen wir mit einem selektiveren Wahrnehmen und schnelleren Vergessen. Dieser Trend strahlt aus dem virtuellen auch

ins richtige Leben. Öffentliche Ereignisse oder Katastrophen werden heute viel rasanter verbreitet, heftiger diskutiert und

Obst an den Bäumen verfaulen. Facebook, Twitter und YouTube sind selten die Ursache eines Ereignisses, aber meist ein

Das Banale und das Flüchtige gehen im Gleichschritt. Der wachsenden Flut an Information begegnen wir mit einem selektiveren Wahrnehmen und schnelleren Vergessen. Dieser Trend strahlt aus dem virtuellen auch ins richtige Leben.

schneller vergessen. Unzählige Proteste wurden über den Super-GAU in Fukushima in die Foren gepostet. Die Kernenergie stand am Pranger, kurz vor der Abschaltung. Alternativenergien stiegen im Kurs. Schon wenige Tage nach dem Beben aber schien vieles vergessen. Die Nachfrage nach Öko-Strom brach schnell wieder ein. Der Alltag war wieder da und lässt die Bevölkerung auf die nächsten «bad news» warten, denen sie wieder mit Empörung begegnen wird. War da nicht mal etwas im Golf von Mexiko?

Private Tragödie verarbeiten

In Uster hat sich im Sommer ein schwerer Badeunfall ereignet. Ein 14-Jähriger musste per Rega in den Spital geflogen werden. Die Nachricht verbreitete sich per Facebook in Windeseile. Wenige Minuten nach dem Unfall waren die Ustermer-Jugendlichen über ihre Smartphones und iPod-Touchs informiert. Sie posteten ihre Hoffnung, ihre guten Wünsche und ihre Hilfsbereitschaft in den Newsfeed. Es nützte nichts. Der Junge starb im Spital. Sein Bruder postete die Nachricht am nächsten Morgen. Die FreundInnen kondolierten über die Kommentarfunktion. Kurz darauf wurde eine Kondolenzseite auf Facebook eingerichtet: «R.I.P rest in peace». Ein Freund kreierte einen Rap und stellte den Song auf die Trauerseite. Wer betroffen war, drückte paradoxerweise den «like-it-Button». Klar: Der Unfall fand weit weg von Facebook statt. Bei der Bewältigung der Tragödie spielte das soziale Netzwerk aber ganz selbstverständlich eine wichtige Rolle.

In der Realität angekommen

Fassen wir zum Schluss zusammen: Ohne die Social Media wäre Barak Obama vielleicht nicht US-Präsident, hätte es den arabischen Frühling wahrscheinlich auch gegeben und würde in Deutschland mehr

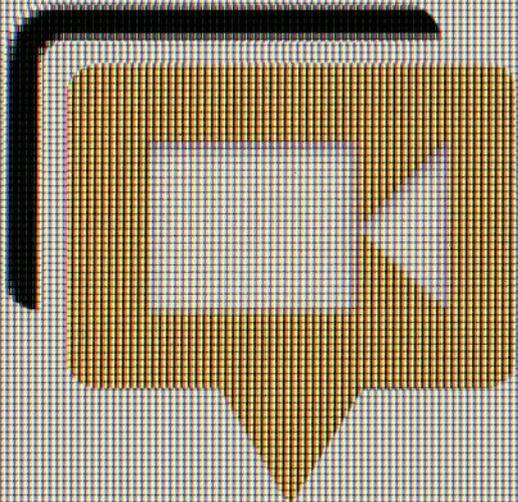
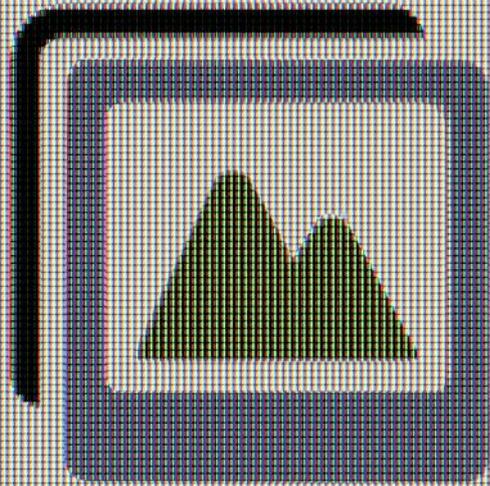
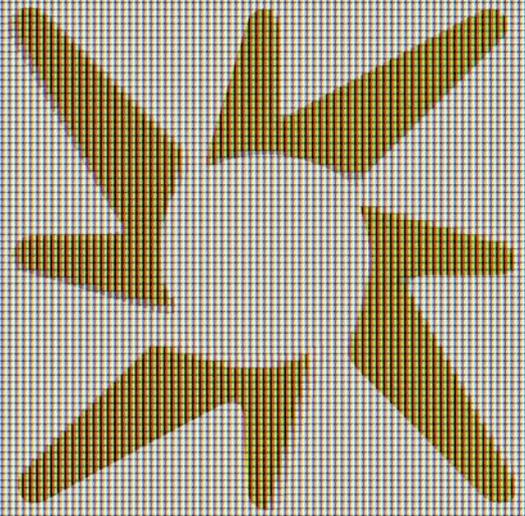
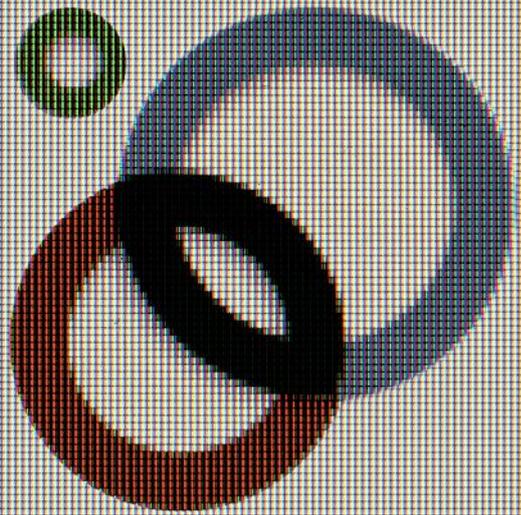
Teil des Umgangs damit. Sie sind etablierter Teil der Medien- und Informationsgesellschaft und haben einen beschleunigenden und demokratisierenden Einfluss, vielleicht auch einen banalisierenden. Aber schimpften nicht schon die Kleriker, dass der Buchdruck zu Schundliteratur führe, und sagte man nicht, der Fernseher fördere die Verblödung der Gesellschaft? Facebook, Twitter und YouTube sind da, vielleicht verschwinden einzelne Anwendungen wieder, werden abgelöst durch neue, von der Gemeinde besser akzeptierten. Die Social Media als solche werden aber Teil des öffentlichen Lebens, Lernen und Lachens bleiben.

Und wie geht es eigentlich Gruber? Der hat damit gehadert, ob er seine Krebsdiagnose nun in den Newsfeed posten soll oder nicht. Er hat und hat's wieder gelöscht. Auf die Chemotherapie hatte es keine Auswirkung. Den Krebs hat er auch so besiegt. Irgendwann im Buch hat ihm übrigens Sarah dann doch noch eine Freundschaftsanfrage gestellt. Er hat kommentarlos akzeptiert.

■
Christian Zwiggli ist eidg. dipl. PR-Berater mit eigener Agentur und Dozent für Kulturmarketing an der Hochschule Luzern. Er ist verheiratet, hat drei Kinder (10, 14, 16) und lebt in Uster. www.prbuero.ch

Weiterlesen

- Doris Knecht, «Gruber geht», Rowohlt Verlag Berlin, 2011
- Dominik Landwehr, u.w. (Hrsg.) «Kultur Digital, Begriffe, Hintergründe, Beispiel», Christoph Merian Verlag Basel, 2011



Suchthaufen

Mit der Website «suchthaufen.net»* begibt sich die Suchtpräventionsstelle Supro aus dem Vorarlberg auf neue Wege: Jugendliche beteiligen sich gleichberechtigt im Redaktionsteam und die Kommunikation über Facebook ist ein wichtiger Bestandteil. Und das Medium Filmclip wird bevorzugt eingesetzt.**

Text: Brigitte Müller

laut & leise: Warum haben Sie die Website «suchthaufen.net» lanciert?

Andreas Prenn: Die Idee, eine Website für Jugendliche von Jugendlichen zu machen, verfolgen wir schon lange. Angefangen hat dies ungefähr 2004. An Partys und Events waren wir – wie auch heute noch – oft mit einem Informationsstand und einer alkoholfreien Bar vertreten. Dabei wurden auch Fotos gemacht, die wir nachher auf der Webseite veröffentlichten. Jugendliche haben sich diese Fotos dann angesehen und gleichzeitig die Webseite als eine geeignete Informationsplattform kennengelernt. Der «suchthaufen» hat sich ständig weiterentwickelt, und diesen Sommer konnten wir die überarbeitete aktuelle Version aufschalten.

laut & leise: Besuchen Jugendliche eine Website über Suchtprävention?

Prenn: Sucht und Gesundheit sind nicht wirklich Themen, die die Jugendlichen interessieren. Grundsätzlich fühlen sie sich gesund. Jugendliche definieren sich jedoch über ihr Wohlbefinden und da kann man sie «abholen». Damit dies gelingt, erhalten sie auf unserer Website die Möglichkeit, sich mit ihren Lebenswelten und ihren Lebensthemen auseinanderzusetzen und diese selber auch zu präsentieren.

laut & leise: Haben Sie konkrete Ziele, die Sie mit dieser Website erreichen möchten?

Prenn: Jugendliche möchten nicht nur konsumieren, sie wollen auch kommentieren, produzieren, etwas bewirken. Um diesen Wunsch nach Selbstwirksamkeit zu unterstützen, ist unsere Website eine Plattform, bei der Jugendliche selber mitwirken können. Web 2.0 und digitale Geräte ermöglichen es, einfach Filme zu gestalten, Fotos, Texte und Kommentare aufzuschalten.

* Suchthaufen.net: Informationsportal von Jugendlichen für Jugendliche unter dem Einsatz neuer Medien

** Die Supro – Werkstatt für Suchtprophylaxe ist eine Einrichtung der Stiftung Maria Ebene und wurde 1993 als erste Suchtpräventionsstelle Österreichs im Auftrag der Vorarlberger Landesregierung gegründet.

laut & leise: Wie funktioniert die Website «suchthaufen.net»?

Prenn: Das Redaktionsteam besteht aus Jugendlichen und Mitarbeitenden unserer Suchtpräventionsstelle. Wir arbeiten auch in anderen Projekten mit Jugendli-

laut & leise: Verdienen die Jugendlichen für ihre Arbeit etwas?

Prenn: Viele Jugendliche nutzen ihre Mitarbeit bei uns als ein Praktikum – entweder als Aufgabe innerhalb der Schulbildung oder als Berufserfahrung. Bei ei-

Sucht und Gesundheit sind nicht wirklich Themen, die die Jugendlichen interessieren. Grundsätzlich fühlen sie sich gesund. Jugendliche definieren sich jedoch über ihr Wohlbefinden und da kann man sie «abholen».

chen zusammen und über diese Projekte können wir ganz unterschiedliche junge Mitarbeitende fürs Redaktionsteam gewinnen. Ansonsten würde sich wohl nur der Typ «Schulsprecher» für die Mitarbeit bei der Website melden. Die Jugendlichen sind jeweils zwischen 15 und 20 Jahre alt.

laut & leise: Warum arbeiten im Redaktionsteam auch Jugendliche mit?

Prenn: Wir Erwachsene sind viel zu weit weg, damit wir uns vorstellen können, was Jugendliche bewegt. Zudem ändern sich die Themen laufend. Im Austausch mit ihnen erfahren wir, was sie interessiert, wie wir sie ansprechen können und erhalten durch sie viele witzige Ideen.

laut & leise: Was ist das Spezielle an der Website?

Prenn: Als Fachleute stellen wir immer wieder fest, dass Jugendliche auf ganz andere Ideen kommen als wir. Beispielsweise hatten sie die Idee eines Quiz zu Suchtbegriffen im Format einer Millionenshow. Oder sie zeichnen etwas, nehmen wir mal an eine Katze, und werden dabei gefilmt. Der Zuseher muss dann erraten, welcher Begriff damit gemeint ist. In diesem Fall steht dies für den «Kater», was bedeutet zu viel Alkohol getrunken zu haben. Oder Botschaften werden zu Gegenständen aus Ton modelliert. Das mögen Jugendliche und es spricht sie deshalb viel direkter und emotionaler an, als wir es mit unseren klugen Gedanken tun können. Wir erleben die Zusammenarbeit mit Jugendlichen als sehr wertvoll und fruchtbar.

nem Praktikum wird gemäss den gesetzlichen Bestimmungen ein Lohn bezahlt. Die anderen Jugendlichen erhalten sogenannte «Credits». Die «Credits» werden gesammelt und können dann eingelöst werden, beispielsweise für Konzertkarten, einen Kegelabend oder für ein Gerät. Erfreulicherweise stellen wir fest, dass die meisten Jugendlichen ihre «Credits» für gemeinsame Aktivitäten mit anderen Jugendlichen verwenden.

laut & leise: Wie lange bleiben die Jugendlichen im Reaktionsteam?

Prenn: 2 bis sogar 4 Jahre. Es ist wichtig, dass von den 10 Mitgliedern etwa 4 oder 5 Personen konstant im Team bleiben und so das erarbeitete Wissen langfristig vorhanden bleibt. Die Erneuerung ist dann ein Prozess, der jeweils wieder neue Ideen freisetzen kann.

laut & leise: Wenn sich Jugendliche nicht für Sucht interessieren, warum heisst Ihre Website «Suchthaufen»?

Prenn: Das Wort wird bei uns auf eine lustige, ironische Weise benutzt und bezieht sich oft auf alltägliche Dinge, wie zu viel Schokolade essen. Wir testeten den Begriff bei Jugendlichen und denen hat er sehr gut gefallen. Und einmal gehört, vergisst man die Adresse der Website nicht mehr.

laut & leise: Auf der Website «suchthaufen.net» gibt es viele Videoclips. Warum?

Prenn: Die Jugendlichen interessieren sich weniger für das geschriebene Wort.

Sie wollen schnell etwas erfahren und über Bilder emotional berührt werden. Mit den Filmen erreichen wir zudem bildungsferne Menschen. Es gibt die Filme «kurz & bündig» zu Themen wie Nikotin oder Cannabis. Diese Filme werden von uns – in enger Zusammenarbeit mit den Jugendlichen – gemacht. Sie beinhalten jeweils eine knappe Zusammenfassung über die wichtigsten Fakten. Dann gibt es wiederum sehr kurze Clips, in denen Fachleute einzelne von Jugendlichen aufgeworfene Fragen beantworten. Beispielsweise wie die rechtliche Situation zu Cannabis in anderen Ländern ist. Alle anderen Clips werden von den Jugendlichen produziert.

laut & leise: Diese Filme sind sicher auf YouTube abrufbar.

Prenn: Ja natürlich. Deshalb erreichen die Filme ein breiteres Publikum. Über den «Gefällt-mir-Button» werden die Filme zusätzlich z.B. über Facebook verbreitet. Zudem weiss ich, dass die Filme in der Schule sehr beliebt sind. Möchte ein Lehrer, eine Lehrerin über Alkohol mit den

ge der Jugendlichen? Wenn ja, was tolerieren Sie nicht?

Prenn: Das Redaktionsteam entscheidet über die Inhalte. Wir tolerieren keine Verherrlichung von Suchtmitteln oder andere problematische Inhalte. Wird in einem Filmclip oder einem Kommentar eine falsche Aussage gemacht, dann stellen wir die fachliche Richtigstellung als Gegenmeinung daneben. Grundsätzlich sind jedoch sehr wenige Eingriffe notwendig.

laut & leise: Welche Rubriken werden am meisten angeklickt?

Prenn: Facts, Kreativrausch, Check yourself. Die durchschnittliche Besuchszeit der zirka 800 bis 1000 Besuchenden pro Monat liegt bei etwa 3 bis 4 Minuten, der Besucher aus Österreich bei 5 bis 6 Minuten. Und dies obwohl wir mit der Bewerbung der Seite erst im Herbst 2011 beginnen.

laut & leise: Welche Kommunikationsmittel werden rund um die Website «suchthafen.net» zusätzlich eingesetzt?

Prenn: Wir kommunizieren grundsätzlich mit Facebook, denn so erreichen wir

Die Jugendlichen interessieren sich weniger für das geschriebene Wort. Sie wollen schnell etwas erfahren und über Bilder emotional berührt werden. Mit den Filmen erreichen wir zudem bildungsferne Menschen.

Jugendlichen reden, dann übernehmen die Filme die Rolle des – mitunter auch kontroversen – Inputs. Die Lehrperson kann aus ihrer Animations- und Expertenrolle schlüpfen und sich darauf beschränken, die Diskussion zu moderieren. Die Erfahrung zeigt, dass Jugendliche dies schätzen, denn der von Jugendlichen produzierte Clip spiegelt ihre Lebenswelt und ihre Themen. Zudem fällt der «erhobene Zeigefinger» weg.

laut & leise: Jugendliche können mit Videos und anderen Beiträgen aktiv die Website mitgestalten. Wird die Einladung «Mach mit» rege genutzt?

Prenn: Die Plattform wird unterschiedlich benutzt. Manchmal interessiert plötzlich ein Thema oder eine Schulklasse beschäftigt sich mit Suchtprävention. Oder ein Teilnehmer fordert Freunde und Freundinnen auf, auch mitzumachen. Auf jeden Fall gibt es lustige Filme, die auch für uns Experten interessant sind, denn wir erfahren dabei viel über die Lebenswelten der Jugendlichen.

laut & leise: Kontrollieren Sie die Beiträ-

ge der Jugendlichen am schnellsten. Ehrlich gesagt, staune ich manchmal, wie schnell eine Antwort kommt, obwohl doch Schulunterricht ist. Eine unserer Mitarbeiterinnen hat die Aufgabe, die gesamte Kommunikation über Facebook zu verwalten.

laut & leise: Gab es irgendwelche Pannen?

Prenn: Natürlich gab und gibt es Pannen. Meistens technischer Natur und meist in Schulhäusern, weil deren Netzwerk oft für YouTube und Facebook gesperrt ist. Weil unsere Website gerade auf diese zwei Kanäle angewiesen ist, kann es schwierig werden, die Sicherheitsrichtlinien zu umgehen.

laut & leise: Hat Sie etwas sehr erstaunt bei der Realisierung?

Prenn: Die Jugendlichen sind uns im technischen Umgang mit den digitalen Medien um Welten voraus. Es ist wirklich erstaunlich, wie fix und selbstverständlich sie die Technik handhaben. Was jedoch nicht bedeutet, dass sie mit Medieninhalten mündig umgehen können.

Hier spricht man ja von der Medienkompetenz und da sollten Eltern und Schule sehr wohl ihre Aufgabe wahrnehmen, um den Jugendlichen einen verantwortungsvollen Umgang mit den Medien zu zeigen.

laut & leise: Von welchen Zielgruppen werden Social Media genutzt?

Prenn: Bei Facebook stelle ich einen Umbruch fest. Ich meine, dass Jugendliche Facebook heute selektiver nutzen. Hingegen sind vermehrt Kinder von 8, 9 oder 10 Jahren im Facebook, obwohl formell eine Altersbeschränkung bis 13 Jahre besteht. Erwachsene, die Facebook anwenden, steigen oft wieder aus, weil sie zu wenig damit anfangen können oder vielleicht einfach zu wenig Zeit dafür haben. Übrigens mögen Jugendliche es nicht, wenn man sie für Marketingzwecke braucht. Sie lassen sich ungern vor den «Karren spannen».

laut & leise: Benützen Sie persönlich Facebook oder Twitter? Wenn ja, warum und für welchen Zweck?

Prenn: Wir benutzen alle Facebook. Ich bin fast täglich auf meinem Account. Ohne die aktive Benutzung dieses Mediums könnte ich nicht mitreden. Facebook bietet mir auch eine gute Möglichkeit, am Leben meiner «Facebook-Freunde» teilzuhaben. Im Gegensatz zu den Jugendlichen suche ich jedoch alte, verlorene Freunde. Jugendliche sammeln ja mit Facebook vor allem neue Freunde. Twitter verwende ich nicht.

laut & leise: Was haben Sie persönlich im Umgang mit Social Media gelernt und erfahren?

Prenn: Um sich ein Urteil bilden zu können, sollte man selber die sozialen Netzwerke benutzen und so im direkten Umgang die positiven und negativen Seiten kennen lernen. Dann versteht man, warum beispielsweise Facebook und der «Gefällt-mir-Button» für Jugendliche so attraktiv sind. Und man lernt auch, mit persönlichen Informationen und privaten Angaben sensibel umzugehen.

laut & leise: Welches sind die Unterschiede bei der Realisierung von Social-Media-Kommunikationsmitteln im Vergleich zu einem herkömmlichen Prospekt?

Prenn: Die digitalen Medien und vor allem Medien wie Facebook funktionieren komplett anders als ein Printprodukt. Die digitalen Medien sind viel lebendiger, die Informationen müssen kurz sein und es sollte Spass machen.

laut & leise: Sind die neuen Medien eine Chance für die Suchtprävention?

Prenn: Ja, wenn man nicht versucht, die Jugendlichen zu bevormunden. Aller-

Wir Fachpersonen benutzen eine kognitive, wissenschaftlich orientierte Sprache. Für Jugendliche ist unsere Sprache eher Fachchinesisch und deshalb langweilig und nicht verständlich.

dings reicht es nicht, einfach auf Facebook oder Twitter zu sein. Ich bin der festen Überzeugung, dass eine wirksame Ansprache über die digitalen Medien nur erreicht wird, wenn man die Jugendlichen – so wie wir in unserem Redaktionsteam – mit «ins Boot holt». Auch Tests, die zusammen mit dem Testergebnis irgendwelche Therapien vorschlagen, mögen Jugendliche nicht. Sie müssen nach einem Test selber motiviert sein, sich die not-

wendigen Informationen zu holen. Diese dürfen selbstverständlich gut auffindbar auf der Website aufgelistet werden.

laut & leise: Welche Botschaften interessieren die Jugendlichen?

Prenn: Jugendliche hören Botschaften, wenn sie ihre Lebenswelt betreffen. Beispielsweise wurde in Vorarlberg – als einer Pilotregion – der Konsum von Alkohol in den Zügen verboten. Dies interessierte Jugendliche, die regelmässig Zug fahren sehr, ob sie nun Alkohol trinken oder nicht. Es entstand ein reger Austausch auf Facebook. Was wir aber auch bedenken sollten, ist die Tatsache, dass Jugendliche sehr unterschiedlich sind und es «den Jugendlichen» nicht gibt.

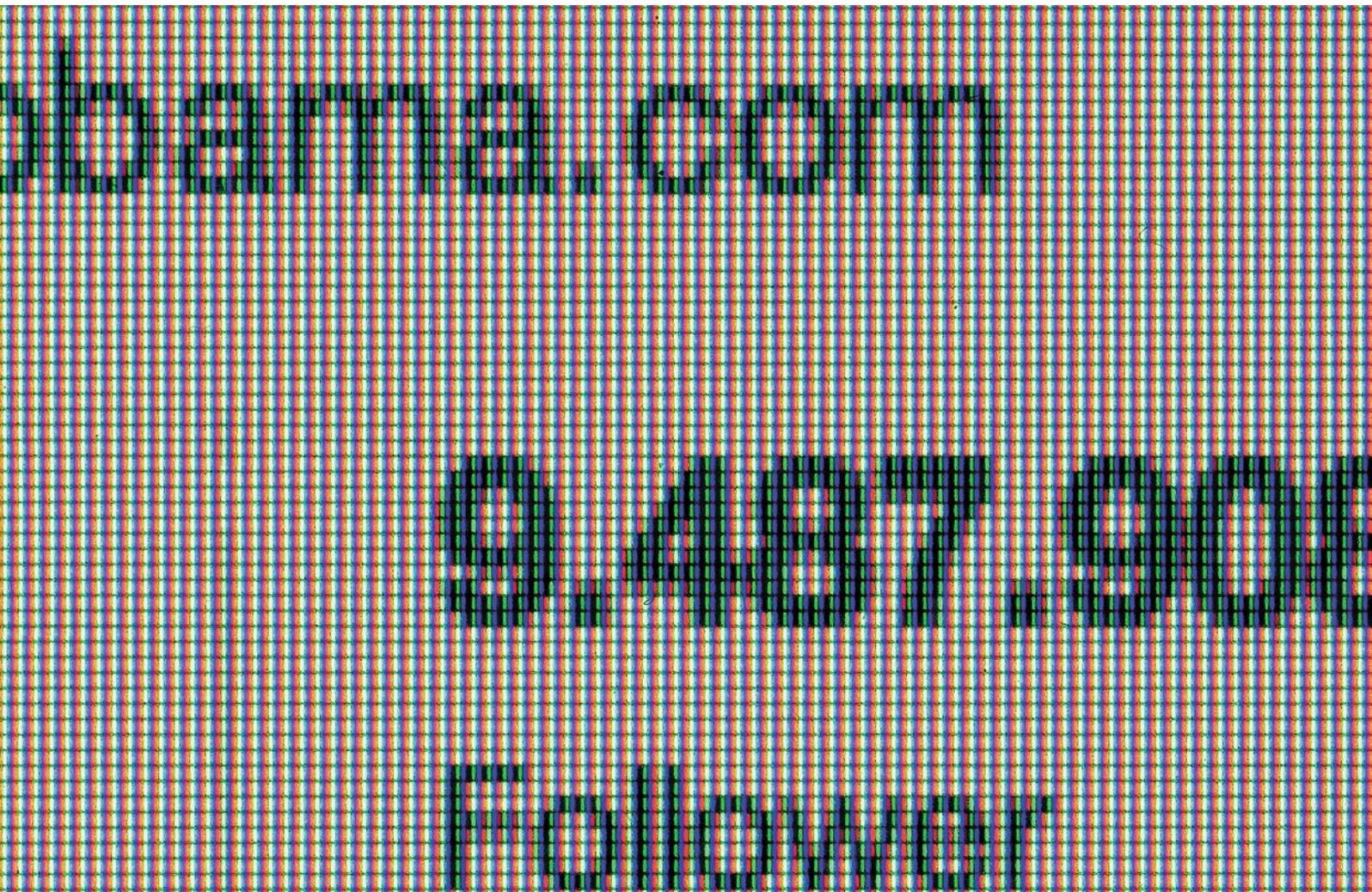
laut & leise: Sprechen die Jugendlichen eine andere Sprache als Sie, der Fachwissen weitergeben möchte?

Prenn: Ja, absolut. Wir Fachpersonen benutzen eine kognitive, wissenschaftlich orientierte Sprache. Für Jugendliche ist unsere Sprache eher Fachchinesisch und deshalb langweilig und nicht verständ-

lich. Sie verpacken Botschaften ganz anders und interessieren sich für andere Aspekte eines Problems. Beispielsweise ist ihnen das Gesetz rund um Cannabis mehr oder weniger egal, weil ja doch meistens nichts passiert. Aber Fragen wie «Wie lange kann Cannabis im Blut nachgewiesen werden?» oder «Was für einen Einfluss auf meine Entwicklung hat Cannabis?», darüber möchten sie sehr wohl mehr wissen. Es ist ein entscheidender Faktor, dass wir runterkommen von unserem Elfenbeinturm der Wissenschaft und des Expertentums. Die Leute, die breite Bevölkerung, müssen unsere Botschaften verstehen.

■
Mag. Andreas Prenn leitet die Supro – Werkstatt für Suchtprophylaxe seit 2006. Er hat Sport und Englisch studiert, ist Erlebnis- und Motopädagoge, Referent und Coach für Teamentwicklungsprozesse, Trainer für «Motivational Interviewing» und das Lebenskompetenzprogramm «Eigenständig werden».

Brigitte Müller, Texterin und Redaktionsleiterin laut & leise, stellte die Fragen.



Tschilpen und Zwitschern

Die Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich nutzen das Internet schon seit längerem zu verschiedenen Zwecken und aktualisieren diese Angebote laufend. Auf den Social-Media-Plattformen sind sie bislang aber kaum präsent, erste Gehversuche werden jedoch unternommen.

Text: Annett Niklaus und Roger Zahner

Im englischen Sprachraum spricht man bereits von der «Facebook Addiction Disorder» – im Kanton Zürich wurde vor kurzem das Angebot der Stellen für Suchtprävention um das Thema Verhaltenssucht erweitert und es werden Flyer für Eltern zum Thema Neue Medien herausgegeben (siehe Kasten). Das Internet und seine Anwendungen beschäftigen die Stellen aber nicht nur als Suchtmittel: Aufgrund der grossen Verbreitung nutzen sie das Internet, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Dazu zunächst einige Zahlen: In der Schweiz haben 85 Prozent aller Haushalte Zugang ins Internet (BFS, 2010), bei den 12- bis 19-Jährigen sind es gar 95%, wobei drei Viertel aller Jugendlichen einen eigenen Computer besitzen (JAMES-Studie, 2010). Über alle Altersgruppen hinweg überwiegen bei der Nutzung des Internets «klassische Anwendungen». So gibt das Bundesamt für Statistik für das Jahr 2010 «E-Mails senden und empfangen» als am stärksten genutzte Funktion an (93% der Bevölkerung). An fünfter Stelle rangiert «Informationen suchen, die die Gesundheit betreffen» (55%). Social-Media-Anwendungen tauchen erst an elfter Stelle auf (36%). Bei Jugendlichen sind diese Zahlen allerdings anders verteilt, besitzen doch rund 80 Prozent aller 14- bis 19-

Jährigen ein Profil bei Facebook (feelok Pilotstudie Facebook, 2010).

Gesundheit interessiert

Das Bedürfnis nach Online-Informationen zu gesundheitlichen Themen decken die Stellen für Suchtprävention schon seit längerem mit ihrer gemeinsamen Website und mit den Websites der einzelnen Stellen ab. So sind dort Informationen zu einzelnen Suchtformen, Links zu Beratungsstellen, Broschüren, die Angebote der Stellen und ähnliches mehr zu finden. Mit den Selbsttests zum Alkohol-, Cannabis-, Tabak- und Medikamentenkonsum auf der gemeinsamen Website www.suchtpreaeventon-zh.ch bieten die Stellen zudem seit längerem ein beliebtes Tool zur Reflexion des eigenen Konsumverhaltens.

Selbsttests aktualisiert

Im Sommer 2010 wurden die Selbsttests inhaltlich überarbeitet und dem Layout der neu gestalteten Website angepasst. Bei der Überarbeitung wurde insbesondere der Auswertungstext für Jugendliche angepasst und spezifisch auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe ausgerichtet. Ein weiteres Ziel der Aktualisierung war,

durch ein verbessertes Layout und eine einfachere Benutzerführung die Absprungrate zu verringern, also zu verhindern, dass die Besucher zwar auf die Seite mit den Tests gelangen, dann aber keinen ausfüllen. Durch die Neugestaltung konnte die Absprungrate von 43% auf gut 21% gesenkt werden. Die vier Tests wurden seit der Aktualisierung im vergan-

Das Bedürfnis nach Online-Informationen decken die Stellen für Suchtprävention schon seit längerem mit ihrer gemeinsamen Website und mit den Websites der einzelnen Stellen ab.

genen Jahr knapp 400 Mal pro Monat durchgeführt, wobei die Hälfte der Besucher den Alkoholtest absolvierte.

Alcotool spezifisch für Junge

Mit dem Wunsch, im Internet mit weiteren Angeboten präsent zu sein, haben sich die Stellen für Suchtprävention im Jahr 2009 das Zweijahresthema «Suchtprävention mit neuen Medien» gesetzt. Im ersten Jahr wurde zusammen mit Sucht Info Schweiz lange – und letztlich leider vergeblich – versucht, in der Schweiz weitere Partner für eine Übersichtsstudie zu evaluieren Onlineangeboten der Prävention zu finden. Ein Austauschtreffen von Vertretern der Suchtprävention aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (Forum Suchtprävention) vermittelte dann doch einen Überblick, welche Angebote sich im deutschsprachigen Raum bewähren. Im Winter 2010 schliesslich konnte mit der «Berner Gesundheit» eine Kooperation eingegangen werden. Der Kanton Zürich beteiligte sich an «Alcotool» (www.alcotool.ch): Die Website ist speziell auf riskant Alkohol konsumierende Jugendliche ausgerichtet und wurde in den vergangenen Jahren im Kanton Bern von der Zielgruppe gut genutzt. Die Besu-

Fachstelle für Spielsucht

Im April dieses Jahres wurde das Zentrum für Spielsucht und andere Verhaltenssuchte eröffnet. Das Zentrum ist Radix angeschlossen besteht aus je einer Abteilung für Prävention und Behandlung mit erfahrenen Fachleuten. Die Abteilung Prävention gehört zusammen mit Radix Infodoc zum Verbund der Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich.

www.spielsucht-radix.ch.

Flyer in zehn Sprachen

Der Flyer mit Tipps für Eltern zum Internetgebrauch von Jugendlichen ist auch in den Sprachen Albanisch, Bosnisch-Kroatisch-Serbisch, Englisch, Franzö-



sisch, Italienisch, Portugiesisch, Spanisch, Tamilisch, und Türkisch erhältlich. Alle Sprachversionen können unter

www.suchtpreaeventon-zh.ch/publikationen/informationmaterial/#Flap/2 bestellt oder als PDF heruntergeladen werden.

Kinder bis 11 Jahre

Ein Flyer für Eltern zum Umgang von Kindern mit Computer, Handy und TV ist zur Zeit in Bearbeitung und erscheint Anfang 2012 ebenfalls in zehn Sprachen.

cher füllen einen Selbsttest zum Alkoholkonsum aus und erhalten ein Feedback. Je nach Resultat werden sie angeregt, das ebenfalls auf der Website implementierte Trinktagebuch auszufüllen und sich so intensiv mit dem eigenen Konsum ausein-

Kommunikatoren (@BarackObama) bis hin zur Suchtprävention (@suchtpraeventio).

Dies ist eine der zentralen Funktionen von Twitter. Ein Nutzer folgt den Botschaften (Tweets) anderer Twitter-Nut-

täglich mehr als 200 Millionen neue Tweets. Jede Nutzerin, jeder Nutzer kann selber Kurzbotschaften verbreiten und muss nicht darauf warten, dass eine Zeitung, ein Radio- oder Fernsehsender die Nachricht aufgreift oder ein Besucher die Botschaft auf einer Webseite findet. Die Nachricht erreicht Interessierte gezielt. Bei lediglich 140 zur Verfügung stehenden Zeichen muss die Botschaft auf den Punkt gebracht werden.

Seit dem Frühsommer 2011 pflegt die Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich ein Profil auf Twitter. Damit will sie möglichst aktuell von den vielen Informationen zu Abhängigkeit und Prävention profitieren, aber auch einen weiteren Kommunikationskanal zu ihren Bezugsgruppen nutzen. Suchtpräventionsstelle an der Stadt Zürich auf Twitter: twitter.com/suchtpraeventio.

Seit dem Frühsommer 2011 pflegt die Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich ein Profil auf Twitter. Damit will sie möglichst aktuell von den vielen Informationen zu Abhängigkeit und Prävention profitieren, aber auch einen weiteren Kommunikationskanal zu ihren Bezugsgruppen nutzen.

anderzusetzen. Dank der Kooperation werden Benutzer aus dem Kanton Zürich auf einen spezifischen Zürcher Teil geleitet und bei der Linkliste auf Institutionen im Kanton Zürich verwiesen.

Facebook und Co.

Wenn rund 80 Prozent aller Jugendlichen ein Facebookprofil haben, muss die Suchtprävention dann dort nicht auch präsent sein? Die Antwort scheint klar. Erfahrungen anderer Partner aus dem Gesundheitsförderungsbereich, so etwa feelok, machen jedoch deutlich, dass es alles andere als einfach ist, Jugendliche im Facebook mit präventiven Botschaften zu erreichen (siehe feelok Pilotstudie Facebook auf www.feelok.ch). Die Arbeitsgruppe Jahresthema lässt sich daher in den kommenden Wochen von einer auf Social Media spezialisierten Agentur beraten und prüft, ob die Stellen Social-Media-Angebote machen sollen und wenn ja, welche.

Informationen im Minutentakt

Bereits mit einem Angebot in den Social Media präsent ist die Stadt Zürich mit einem Twitter-Profil. Twitter als eines der aktuell erfolgreichsten Social Networks hat seinen Namen von «to tweet» (zwitschern). Gemeint sind dabei nicht die Laute von Vögeln, sondern Kurzbotschaften, die über das Netzwerk von Twitter verbreitet werden. Die Anwendung funktioniert relativ einfach: Wer auf twitter.com ein Profil eröffnet, hat die Möglichkeit, aus mehr als 200 Millionen Profilen Themen auszuwählen, zu welchen er oder sie später Nachrichten lesen will. Die Breite der Themen ist immens und reicht von News (@ZHnews) und Nachhaltigkeitstipps (@ureco2) über politische

zerInnen (er wird ein follower) und verwendet damit das Netzwerk zur gezielten und selektiven Informationsbeschaffung. Je nach Anzahl der gefolgten Twitter-Konten sammeln sich schliesslich unzählige neue Botschaften in einer fortlaufenden Liste an. Nur wenn sie spannend genug sind, klickt eine Leserin oder ein Leser auch einen weiterführenden Link an. Im besten Fall wird die Nachricht gar über die eigenen Kanäle, d.h. an die eigenen «Follower» weitergegeben (retweet). So können sich News nach dem Prinzip einer Lawine sehr schnell verbreiten.

Twitter feierte im März 2011 seinen fünften Geburtstag und aktuell entstehen



Annett Niklaus ist die Öffentlichkeitsbeauftragte der Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich und arbeitet am Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich.

Roger Zahner ist Bereichsleiter Kommunikation & Support der Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich.

Dialog über Alkoholprobleme

Ende Mai 2011 fand die erste nationale Dialogwoche Alkohol statt. Auch die Stellen für Suchtprävention haben sich mit diversen Veranstaltungen beteiligt. So wurden unter anderem Kurzfilme von Kunststudierenden am Zürcher Hauptbahnhof gezeigt.

Die Filme und eine Übersicht zu den Aktivitäten:
www.suchtpraevention-zh.ch/abhaengig-von/alkohol/dialogwoche-alkohol-2011.

Die nächste Dialogwoche wird im Mai 2013 stattfinden.

Dialogtag 2012

Am 10. Mai 2012 wird schweizweit ein Dialogtag zum Thema Alkohol stattfinden. Er wird von den grossen Suchtfachorganisationen getragen und thematisiert die problematischen Folgen des Alkoholkonsums. Dieser Tag wurde in vergangenen Jahren bereits unter dem Namen «Nationaler Aktionstag Alkoholprobleme» durchgeführt. Bitte merken Sie sich dieses Datum vor.

MEDIENBILDUNG

Angebote der PH Zürich

Die Medienbildung der PH Zürich betreut ein breites Angebot rund um Medien und Erziehung. Ziel ist: Ressourcen zu fördern. Lehrpersonen und Eltern erhalten konkrete Hilfen und Ideen für ihre Aufgabe; Kinder und Jugendliche werden befähigt, Medien kritisch und kompetent zu nutzen und sie sinnvoll in ihr Leben zu integrieren.

Zu den Angeboten gehören:

- Elternabende zu Medienerziehung, z.B. mit Mitwirkung von Jugendlichen
- Weiterbildungsveranstaltungen für Lehrpersonen, Eltern, soziale Institutionen, Schüler/-innen
- Aktuelle Hintergrundinformationen (z.B. Merkblatt «sichere Facebook-Einstellungen») auf der Website zum Download
- Einführung ins obligatorische Lehrmittel «Medienkompass»

Kontakt und Informationen:
www.medienbildung.ch

Literatur zum Thema soziale Netzwerke

Sämtliche aufgeführten Medien können Sie bei infoDoc Suchtprävention Radix ausleihen: Adresse siehe Seite 15.

- **«Das Facebook-Buch»;** Annette Schwindt; O'Reilly Verlag 2011. Infos: www.oreilly.de
- **«Faceboom. Wie das soziale Netzwerk Facebook unser Leben verändert»;** Juan Faerman; Südwest Verlag 2010
- **«Social Web»;** Autoren Anja Ebersbach, Markus Glaser, Richard Heigl; UVK Verlagsgesellschaft mbH 2011
- **«Die facebook-Falle. Wie das soziale Netzwerk unser Leben verkauft»;** Sascha Adamek; Heyne Verlag 2011
- **«Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web»;** Hrsg. Klaus Neumann-Braun, Ulla P. Autenrieth; Nomos Verlag 2011. Infos: www.nomos-shop.de
- **«Generation Internet. Die Digital Natives: Wie sie leben, was sie denken, wie sie arbeiten»;** Autoren John Plafrey, Urs Gasser, Hanser Verlag 2008
- **«Digitale Jugendkulturen»;** Hrsg. Kai-Uwe Hugger; VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010

- **«Mit der Welt vernetzt. Kinder und Jugendliche in virtuellen Erfahrungsräumen»;** Hrsg. Burkhard Fuhs, Claudia Lampert, Roland Rosenstock; Verlag kopaed 2010. Infos: www.kopaed.de
- **«Welt 2.0: Neue Medien und Sozialisation – Risiken und Chancen für Kinder und Jugendliche»;** Bachelorarbeit von Sebastian Peter, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften 2010
- **«Die soziale Dimension von Online Social Networks»;** Masterarbeit von Marc Freivogel, Fachhochschule Nordwestschweiz 2010



- **Neue Medien**
Laut & leise Nr. 1-2008 zu den Neuen Medien mit folgenden Artikeln «Abhängigkeit online», Interview mit Prof. Dr. Daniel Süss über «Faszination Medien».

Medienprojekt Wuppertal

Das Medienprojekt Wuppertal konzipiert und realisiert seit 1992 erfolgreich Modellprojekte aktiver Jugendvideoarbeit unter dem Motto «das bestmögliche Video für das grösstmögliche Publikum». Innerhalb kurzer Zeit entwickelte sich das «Medienprojekt» zur grössten und ambitioniertesten Jugendvideoproduktion in Deutschland. Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 14 bis 28 Jahren werden – im Rahmen von pädagogischen Institutionen oder privat organisiert – produktorientiert bei ihren eigenen Videoproduktionen unterstützt. Ihre Videos werden im Kino, in Schulen, Jugendeinrichtungen etc. in Wuppertal präsentiert und als Bildungsmittel bundesweit vertrieben. Alle Projekte dienen der aktiven Medienerziehung und dem kreativen Ausdruck jugendlicher Ästhetiken, Meinungen und Lebensinhalte. Die Formen der Filme sind Reportagen, Spielfilme, Trickfilme, Computeranimationen, Experimentalfilme und Musikclips.

Auf Empfehlung von Andreas Prenn (siehe Interview ab Seite 9): www.medienprojekt-wuppertal.de



Die Stellen für Suchtprävention im Kanton Zürich

Regionale Suchtpräventionsstellen

Die acht regionalen Suchtpräventionsstellen (RSPS) sind zuständig für die präventive Grundversorgung in ihrer klar abgegrenzten Region. Sie initiieren die Basisarbeit und unterstützen und koordinieren bestehende Bestrebungen und Aktivitäten im Bereich Suchtprävention. Dabei orientieren sich die Stellen an den jeweiligen lokalen und regionalen Bedürfnissen. Die Arbeit der RSPS zielt sowohl auf Individuen (persönliches Verhalten) wie auch auf die Beeinflussung von Strukturen und Lebensbereichen (gesellschaftliche Verhältnisse). Die Angebote der Stellen, welche geschlechts- und kulturspezifische Aspekte berücksichtigen, umfassen: Bildung, Information und Beratung von Einzelnen, Gruppen, Gemeinden usw., Öffentlichkeitsarbeit und strukturelle Arbeit in Gemeinden, Stadtteilen, Quartieren und Firmen. Die regionalen Suchtpräventionsstellen sind generalistisch tätig und werden von den acht spezialisierten, kantonsweit tätigen Fachstellen

unterstützt. Die RSPS werden hauptsächlich von den Gemeinden finanziert, der Kanton leistet eine finanzielle Unterstützung (in der Regel 30%).

Suchtpräventionsstelle der Bezirke Affoltern und Dietikon
Grabenstr. 9, 8952 Schlieren
Tel. 044 731 13 21
Fax 044 731 13 22
E-Mail: supad@sd-l.ch
Leitung: Cathy Caviezel
Internet: www.supad.ch

Suchtpräventionsstelle des Bezirks Andelfingen
Landstr. 36, 8450 Andelfingen
Tel. 052 304 26 61
Fax 052 304 26 00
E-Mail: suchtprevention.andelfingen@ajb.zh.ch
Internet: www.fachbereich-sucht.ch
Leitung: Sonja Ott Seifert

Suchtpräventionsstelle für den Bezirk Horgen
Samowar, Bahnhofstr. 24, 8800 Thalwil
Tel. 044 723 18 17, Fax 044 723 18 19
E-Mail: info@samowar.ch
Internet: www.samowar.ch
Leitung: Marlies Desarzens

Suchtpräventionsstelle des Bezirks Meilen
Samowar, Hüniweg 12, 8706 Meilen
Tel. 044 924 40 10, Fax 044 924 40 11
E-Mail: meilen@samowar.ch
Internet: www.samowar.ch
Leitung: Belinda Inglin, Tabitha Gassner, Enrico Zoppelli

Suchtpräventionsstelle Winterthur
Technikumstr. 1, Postfach, 8402 Winterthur
Tel. 052 267 63 80
Fax 052 267 63 84
E-Mail: suchtprevention@win.ch
Internet: www.suchtpraev.winterthur.ch
Leitung: Markus Städler

Suchtpräventionsstelle Zürcher Oberland
Gerichtsstr. 4, Postfach, 8610 Uster
Tel. 043 399 10 80, Fax 043 399 10 81
E-Mail: info@sucht-praevention.ch
Internet: www.sucht-praevention.ch
Leitung: Peter Trauffer
(Bezirke Hinwil, Pfäffikon und Uster)

Suchtpräventionsstelle Zürcher Unterland
Erachfeldstr. 4, 8180 Bülach
Tel. 044 872 77 33, Fax 044 872 77 37
E-Mail: rpsps@praevention-zu.ch
Internet: www.praevention-zu.ch
Leitung: Myshelle Baeriswyl
(Bezirke Bülach und Dielsdorf)

Suchtpräventionsstelle der Stadt Zürich
Röntgenstr. 44, 8005 Zürich
Tel. 044 444 50 44, Fax 044 444 50 33
E-Mail: suchtprevention@zuerich.ch
www.stadt-zuerich.ch/suchtprevention
Leitung: Eveline Winnewisser

Kantonsweit tätige, spezialisierte Fachstellen für Suchtprävention

Die acht kantonsweit tätigen Fachstellen für Suchtprävention (KFSP) sind spezialisiert auf eine Zielgruppe, auf ein Suchtmittel, oder sie nehmen übergreifende Aufgaben wahr. Sie arbeiten mit den regionalen Suchtpräventionsstellen zusammen.

**Fachstelle ASN
Alkohol- und Drogenprävention im Strassenverkehr**
Ottikerstr. 10, 8006 Zürich
Tel. 044 360 26 00, Fax 044 360 26 05
E-Mail: info@fachstelle-asn.ch
Internet: www.fachstelle-asn.ch
Leitung: Paul Gisin

Spezialisierte Fachstelle für Alkohol-, Drogen- und Medikamentenkonsum im Zusammenhang mit Strassenverkehr. Führt diverse Animationsinstrumente (z.B. Funky-Bar und Fahrsimulator).

Fachstelle Suchtprävention Mittelschulen und Berufsbildung
Neumühlequai 10, 8090 Zürich
Tel. 043 259 22 76, Fax 043 259 43 79
E-Mail: infosuchtprevention@mba.zh.ch
www.fs-suchtprevention.zh.ch
Leitung: Vigeli Venzin

Suchtprävention an Berufs- sowie Mittelschulen: Koordination und Vernetzung, einschliesslich Arbeit mit Behörden, Lehrmeistern und Eltern. Betreibt Lehrer/innenbildung in Suchtprävention, führt Mediothek und Dokumentationsstelle. Schafft Lehrmittel zur Suchtprävention in der Sekundarstufe II. Hat ein Netz von Kontaktlehrpersonen.

FISP, Fachstelle für interkulturelle Suchtprävention und Gesundheitsförderung
Kehlhofstr. 12, 8003 Zürich
Tel. 043 960 01 60, Fax 043 960 01 61
E-Mail: fisp@bluewin.ch
Internet: www.fisp-zh.ch
Leitung: Claudia Arnold, Joseph Oggier

Spezialisierte Fachstelle, welche Suchtprävention für die Migrationsbevölkerung im Kanton Zürich betreibt und koordiniert.

Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich, Abteilung Prävention und Gesundheitsförderung Kanton Zürich
Hirschengraben 84, 8001 Zürich
Tel. 044 634 49 99
Fax 044 634 49 77
E-Mail: praev.gf@ifspm.uzh.ch
www.gesundheitsfoerderung-zh.ch
Leitung: Roland Stähli

Das Institut koordiniert und fördert im Auftrag der Gesundheitsdirektion die Aktivitäten der privaten sowie staatlichen Stellen und Akteure im Bereich der Suchtprävention. Es leistet Beiträge an die Entwicklung der Suchtprävention, ist Ansprechstelle für die Öffentlichkeit und ist antragstellender Träger der gemeinsam mit allen Stellen realisierten Medienkampagne für Suchtprävention.

**Pädagogische Hochschule Zürich
Fachstelle Suchtprävention Volksschule**
Rämistr. 59, 8090 Zürich
Tel. 043 305 59 04, Fax 043 305 68 01
E-Mail: barbara.meister@phzh.ch
http://suchtprevention.phzh.ch
Leitung: Barbara Meister

Suchtprävention im Bereich der Volksschule. Dies schliesst die Arbeit mit Behörden und Eltern mit ein. Verantwortlich für die Lehrer/innenbildung in Suchtprävention. Führt eine Mediothek und Dokumentationsstelle. Ausarbeitung von Unterrichtshilfen und anderen Projekten für schulische Suchtprävention.

Radix: Spielsuchtprävention & infoDoc
Stampfenbachstr. 161, 8006 Zürich
Fax 044 360 41 14
Spielsuchtprävention: Tel. 044 360 41 18
E-Mail: spielsucht-praevention@radix.ch
Internet: www.spielsucht-radix.ch
Leitung: Christian Jordi
infoDoc: Tel. 044 360 41 05
E-Mail: infodoc@radix.ch
Internet: www.infodoc-radix.ch
Leitung: Diego Morosoli

Spielsuchtprävention: Spezialisierte Fachstelle für Prävention und Früherkennung von Spielsucht, insbesondere Lotteriespielsucht, und anderen Verhaltenssüchten. Information, zielgruppenspezifische Sensibilisierung, Schulung und Fachberatung von Multiplikatoren und Organisationen sowie Vernetzung.

infoDoc: Öffentliche Dokumentationsstelle für alle Belange der Suchtprävention.

ZüFAM, Zürcher Fachstelle zur Prävention des Alkohol- und Medikamenten-Missbrauchs
Langstr. 229, 8031 Zürich
Tel. 044 271 87 23, Fax 044 271 85 74
E-Mail: info@zuefam.ch
Internet: www.zuefam.ch
Leitung: Cristina Crotti, Laura Jucker, Barbara Steiger

Spezialisierte Fachstelle, die primäre und sekundäre Prävention des Alkohol- und Medikamenten-Missbrauchs betreibt.

**Züri Rauchfrei
Fachstelle für Tabakprävention**
Zähringerstr. 32, 8001 Zürich
Tel. 044 262 69 66, Fax 044 262 69 67
E-Mail: info@zurismokefree.ch
Internet: www.zueri-rauchfrei.ch
Leitung: Christian Schwendimann

Spezialisierte Fachstelle für Tabakprävention. Einzelberatungen (u. a. Auskünfte zu Entwöhnungsmethoden), Beratung von Betrieben. Schaffung von Materialien für Schulen. Expertisen zu Tabakpräventionsprogrammen. Rauchstopp-Programme für Jugendliche.

laut & leise

Magazin der Stellen für Suchtprävention
im Kanton Zürich
Nr. 3, Oktober 2011, erscheint dreimal jährlich,
Jahresabonnement Fr. 20.-

Die Stellen für Suchtprävention
im  Kanton Zürich



Soziale Netze

Rotgrünblaue Pixel zeigen mir an, wenn meinem Freund mein neues Profilbild gefällt. Simple Leuchtdioden als Ausdruck unserer tiefsten Gefühle. Rudimentäre Kommunikation in einer ganz eigenen Ästhetik, verbindet und isoliert Menschen zugleich. Noch dazu in einer Sprache, die irgendwo zwischen Deutsch, Englisch und Babelfish anzusiedeln ist. Komplexes, einfach erzählt und visualisiert.
Bilder von Pierre de Senarclens (www.visum-design.ch)