

Evaluation des Präventionsprojektes MIND ZONE

Evaluation of the prevention project
MIND ZONE



IFT Institut für Therapieforschung, München

im Auftrag der

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), Köln

Jutta Künzel
Christoph Kröger
Gerhard Bühringer
Martin Tauscher
Kerstin Walden

ARCHIVEXEMPLAR

Reg.-No. 60019
(6.1.19)

IFT Institut für Therapieforschung

**Evaluation des Präventionsprojektes
MIND ZONE**

**Evaluation of the prevention project
MIND ZONE**

Reihe der IFT-Berichte
Band Nr. 95

Herausgegeben vom IFT Institut für Therapieforschung
(Verantwortlich: Dr. Gerhard Bühringer)

In der Reihe IFT-Berichte sind zuletzt erschienen:

Lauer, M. & Kröger, C. (1996). The Monitoring Work undertaken by the different International Organisations on the Prevention of Drug Abuse. IFT-Berichte Bd. 87e (englische Version), München: IFT Institut für Therapieforschung. (Nur zum internen Gebrauch).

Lauer, M. & Kröger, C. (1996). Le suivi des travaux entrepris par différentes Organisations Internationales pour la Prévention de la Drogue. IFT-Berichte Bd. 87f (französische Version), München: IFT Institut für Therapieforschung. (Nur zum internen Gebrauch).

Küfner, H., Clemens, K, v. Törne, I., Denis, A., Gsellhofer, B, Bauernfeind, R. & Weiler, D. (1996). Ergebnisse des Modellprogramms: „Integrierte Suchtberatung in den neuen Bundesländern“. IFT-Berichte Bd. 88, München: IFT Institut für Therapieforschung (Publikation in der Schriftenreihe des BMG, Band 76).

Spies, G. & Kröger, C. (1996). Jahresbericht des IFT über die Betreuung der Kurssysteme „Abnehmen - aber mit Vernunft“ und „Eine Chance für Raucher - Nichtraucher in 10 Wochen“ (Zeitraum: 01.01.1995 - 31.12.1995). IFT-Berichte Band 89, München: IFT Institut für Therapieforschung.

Gessler, A. & Simon, R. (1996) Jahresstatistik 1994 ambulanter und stationärer Einrichtungen für alleinstehende Wohnungslose in Deutschland (Berichtszeitraum 01.01.1994 - 31.12.1994). IFT-Berichte Band 91, München: IFT Institut für Therapieforschung.

Gessler, A. & Simon, R. (1996) Jahresstatistik 1995 ambulanter und stationärer Einrichtungen für alleinstehende Wohnungslose in Deutschland (Berichtszeitraum 01.01.1995 - 31.12.1995). IFT-Berichte Band 92, München: IFT Institut für Therapieforschung.

Shaw, R. & Kröger, C. (1997). Jahresbericht des IFT über die Betreuung der Kurssysteme „Abnehmen - aber mit Vernunft“ und „Eine Chance für Raucher - Nichtraucher in 10 Wochen“ (Zeitraum: 01.01.1996 - 31.12.1996). IFT-Berichte Band 93, München: IFT Institut für Therapieforschung.

Die Berichte können von Fachinstituten kostenlos angefordert und von Studenten über die Universitätsbibliothek ausgeliehen werden.

Steckbrief der Untersuchung

Projekttitel:	Evaluation des Präventionsprojekts MIND ZONE
Ziele:	Evaluation des Präventionsprojekts MIND ZONE, das in der Techno-Szene durchgeführt wird. Beurteilung der Zielgruppenerreichung und Einschätzung des Konzepts und der Aktivitäten durch die Untersuchungsgruppe
Untersuchungsmethodik:	Befragung von 252 Besuchern auf Techno-Veranstaltungen, die durch eine MIND ZONE Aktivität erreicht worden waren. Die standardisierten Interviews wurden vor Ort durchgeführt. Nach einem Zufallsverfahren wurden Besucher im Alter von 14 bis 25 Jahren ausgewählt.
Befragungszeitraum:	September bis Dezember 1996
Projektdurchführung:	IFT Institut für Therapieforschung Parzivalstraße 25 80804 München Tel: 089-360804-0 Fax:089-360804-69
Projektleitung:	Dr. Christoph Kröger Dr. Gerhard Bühringer
Auftraggeberin:	Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung Ostmerheimer Str. 200 51109 Köln Tel.: 0221-8992-0 Fax: 0221-8992-300
Projektleitung:	Jürgen Töppich

Vorwort

Der Ecstasykonsum unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen hat in den letzten Jahren eine hohe Aufmerksamkeit in der Presse und Fachöffentlichkeit gewonnen. Die Einschätzung des Gefahrenpotentials dieser Gruppe von psychoaktiven Substanzen variiert erheblich; präventive Maßnahmen werden ganz unterschiedlich konzipiert. Sie reichen von der Aufforderung zum Konsumverzicht bis hin zu Maßnahmen der „Warenkunde“ wie etwa die Analyse von erworbenen Ecstasy-Pillen, um „gefährliche“ von „weniger gefährlichen“ zu unterscheiden und bei den Konsumenten einen risikoarmen Gebrauch zu fördern.

Den heftigen Meinungsverschiedenheiten in bezug auf die Einschätzung der Gefährlichkeit und der geeigneten präventiven Maßnahmen standen bisher relativ wenig gesicherte Erkenntnisse über die Konsumenten, ihr Konsumverhalten und die Evaluation präventiver Maßnahmen gegenüber, wenn man einmal von den bundesweiten Repräsentativerhebungen absieht. Insofern haben die von der BZgA geförderten drei Untersuchungen in Berlin, Hamburg und im Großraum München wichtige Erkenntnisse gebracht.

Die in diesem Bericht vorgestellten Ergebnisse aus der Untersuchung im Großraum München zeigen, daß die Besucher von Techno-Veranstaltungen nach dem wissenschaftlichen Kenntnisstand eine hochriskante Gruppe in Hinblick auf langfristigen Drogenmißbrauch darstellen: Sie sind vergleichsweise jung, sie haben eine im Vergleich zur gleichaltrigen Altersgruppe extrem hohe Drogenerfahrung (Lifetime, in den letzten 12 Monaten und in den letzten 30 Tagen) und sind zu einem hohen Anteil Mehrfachkonsumenten. Den hohen Konsumfrequenzen steht gegenüber, daß fast die Hälfte der Konsumenten als „unsicher“ eingeschätzt werden kann und demnach vom Prinzip her für präventive Botschaften besonders geeignet sind.

Präventive Maßnahmen in diesem Bereich müssen den genannten Rahmenbedingungen Rechnung tragen. MIND ZONE als eine Aktivität des Caritas-Verbandes in München, hat ein Konzept entworfen, das zum einen den Rahmenbedingungen von Techno-Veranstaltungen gerecht wird, zum anderen verschiedene Prinzipien wie etwa den „peer to peer“-Ansatz verwirklicht, der von den bisherigen Überlegungen her als wichtig für die Effektivität präventiver Maßnahmen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen eingeschätzt wird. Die Ergebnisse zeigen insgesamt eine gute Beurteilung für den Ansatz. Die angestrebte Zielgruppe (Nichtkonsumenten und unsichere Konsumenten) stellen einen relevanten Anteil von Besuchern von Techno-Veranstaltungen. Die MIND ZONE-Aktivitäten sind gut bekannt, werden als positiv und wichtig eingeschätzt und haben nach Aussagen der Besucher eine hohe persönliche Relevanz. Langfristige Einschätzungen und Verhaltensänderungen konnten mit dem Untersuchungsansatz nicht überprüft werden, sind aber für die Evaluation von präventiven Ansätzen ebenso wichtig wie die Beurteilung der Zielgruppenerreichung und der Einschätzung des Konzepts durch die Untersuchungsgruppe.

Die erzielten Ergebnisse bieten eine gute Grundlage für die Weiterentwicklung des Ansatzes in Hinblick auf präventive Aktionen auf Rave-Veranstaltungen und insgesamt für die Zielgruppe von Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit einem hochriskanten, intensiven und multiplen Drogenkonsum von stimulierenden Substanzen (vor allem Tabak, Amphetamine, Ecstasy, Speed und Kokain).

November 1997

Dr. Gerhard Bühringer

Vorwort	5
Zusammenfassung	9
Summary	11
1. Ausgangslage	13
2. Zielsetzung der Evaluation	14
3. Darstellung des Präventionsprojektes MIND ZONE	15
3.1 Ausgangslage für das Projekt.....	15
3.2 Allgemeine Zielsetzung und Strategien.....	16
3.3 Ziele und Zielgruppen	16
3.4 Strategien.....	17
3.5 Organisationsstruktur	17
3.6 Ressourcen.....	17
3.7. Maßnahmen.....	18
3.7.1 Maßnahmen auf den Veranstaltungen	18
3.7.2 Peer - Arbeit	18
3.7.3 Kontakte zu den Veranstaltern von Techno-Events.....	19
3.7.4 Öffentlichkeitsarbeit.....	19
3.8 Materialien.....	19
4. Fragestellungen der Evaluation	20
5. Methodik der Evaluation	21
5.1 Erhebungsinstrumente und - methode.....	21
5.2 Stichprobenziehung	23
5.3 Durchführung der Erhebung	23
5.4 Stichprobe	24
5.5 Probleme bei der Durchführung	24
5.6 Datenschutz	25
6. Ergebnisse der Evaluation	26
6.1 Bewertung der Konzeption	26
6.2 Beschreibung der Stichprobe	27
6.2.1 Soziodemographische Merkmale	27
6.2.2 Erfahrung mit Drogen.....	30
6.2.3 Erfahrung mit Ecstasy	34
6.2.4 Einteilung der Untersuchungsstichprobe.....	36
6.3 Ergebnisse gemäß den Fragestellungen zum empirischen Untersuchungsteil	38
6.3.1 Bekanntheitsgrad	38
6.3.2 Verständnis von MIND ZONE.....	40
6.3.3 Akzeptanz von MIND ZONE	41
6.3.4 Persönliche Relevanz von MIND ZONE.....	46
7. Diskussion der Ergebnisse	47
8. Literatur	52
9. Anhang	54

Zusammenfassung

Seit März 1996 wird in München vom Caritasverband ein Präventionsprojekt für die Techno-Szene (MIND ZONE) durchgeführt. Die Aktionen richten sich vor allem an Jugendliche, die noch keine Drogen - insbesondere Ecstasy konsumieren bzw. noch nicht sicher sind, ob sie Drogen konsumieren wollen. Bei der Umsetzung des Konzeptes von MIND ZONE werden zwei grundlegende Strategien verfolgt: 1.) Es wird versucht, mit den Aktionen die Zielgruppe „Partygänger der Techno-Szene“ direkt vor Ort auf Techno-Veranstaltungen zu erreichen. 2.) Es werden sowohl für die Aktionen vor Ort aber auch im Bereich der Konzeption, Planung und Organisation ausschließlich gleichaltrige Jugendliche (Peers) eingesetzt, die ebenfalls der Szene angehören oder angehört und zum Teil auch Drogenerfahrung haben („peer to peer education“).

Im Zeitraum September bis Dezember 1996 wurden die Aktivitäten von MIND ZONE durch das IFT Institut für Therapieforschung evaluiert. Ziele der Evaluation waren die Beurteilung der Bekanntheit (Informationskanäle, Erreichung der Zielgruppen, Bekanntheit der Materialien), des Verständnisses, der Akzeptanz von MIND ZONE (Materialien, Aktivitäten, Botschaften) und der persönlichen Relevanz für die Zielgruppe sowie eine Bewertung der Konzeption und Projektarbeit.

Die Erhebung wurde mittels face-to-face-Interviews von ca. 10 bis 15 Minuten Dauer durchgeführt. Für die Interviews wurde ein standardisierter Fragebogen entwickelt, der insgesamt 39 Fragen zu den Themenbereichen Drogenerfahrung und Einstellungen zum Konsum, Szenerfahrung, Bewertung von MIND ZONE und soziodemographische Charakteristika umfaßt. Insgesamt wurden 252 nach einem Zufallsverfahren ausgewählte Besucher von Techno-Veranstaltungen im Alter von 14-25 Jahren befragt, die Kenntnis von MIND ZONE hatten.

Zentrale Ergebnisse der Untersuchung sind :

- Insgesamt sind 66% der Befragten Nichtkonsumenten oder unsichere Konsumenten illegaler Drogen und können somit zur Hauptzielgruppe von MIND ZONE gerechnet werden (S. 36ff)
- Die allgemeine Akzeptanz von Präventionsaktivitäten auf Techno-Veranstaltungen ist in der Stichprobe sehr hoch (90%) (S. 41f).
- Die verschiedenen Materialien und Botschaften von MIND ZONE werden von den meisten Befragten gut beurteilt (S. 41ff)
- 30% bis 50% der Besucher sehen für sich persönlich relevante Auswirkungen durch MIND ZONE (S. 46f)
- Insbesondere die jüngeren Besuchern von Techno-Veranstaltungen sind durch MIND ZONE gut ansprechbar (S. 46f)
- Die Erfahrung mit illegalen Drogen in der Untersuchungsstichprobe ist sehr hoch (72% lifetime, 64% letzte 12 Monate) (S. 30)
- Ecstasy ist nach Cannabis (61%) und Amphetaminen (40%) die am dritthäufigsten konsumierte illegale Droge (38%) (S. 31ff)
- Ecstasy-Konsumenten sind in der Regel multiple Drogenkonsumenten (S. 35)

- Die Mehrzahl der Befragten fühlt sich über Ecstasy gut informiert. Dies gilt insbesondere für die Ecstasy-Konsumenten. 51% derer, die Ecstasy nicht konsumieren, schätzen die Gefährlichkeit der Droge als sehr hoch ein. Demgegenüber stehen nur 18% der Ecstasy-Konsumenten, die diese Einschätzung teilen. Allerdings bewerten 56% der Konsumenten die Gefährlichkeit noch mit „hoch“ (S. 35f).

Die Erfassung von Verhaltenseffekten durch MIND ZONE war nicht Gegenstand der Evaluation. Allerdings kann gesagt werden, daß die Konzeption von MIND ZONE erfolgreich und qualitativ gut umgesetzt werden konnte und eine hohe Akzeptanz bei der erreichten Personengruppe erzielt wurde. Somit sind die *Voraussetzungen* für eine effektive Präventionsmaßnahme geschaffen; die tatsächlichen, auch langfristigen Effekte müssen aber noch geprüft werden.

Summary

Starting in March 1996 a prevention project for the Techno-scene (MIND ZONE) has been carried out in Munich. On first hand the activities are aiming at young persons that do not use drugs - especially ecstasy - or that are not quite sure whether to use drugs or not. The project MIND ZONE follows two basic strategies: 1. The target group „participants of techno events“ shall be contacted directly at the techno parties. 2. The project is carried out only by peers, who belong to the techno scene and have (partly) experience with drugs („peer to peer education“).

From September to December 1996 the activities of MIND ZONE have been evaluated by the IFT Institut für Therapieforschung. Objectives of the study have been the assessment of knowledge (information channels, reaching of target groups, knowledge of materials), understanding, acceptance of the materials, activities, messages of MIND ZONE and the acceptance of a personal relevance in the target group. The concept and the project implementation have been assessed.

Data have been gathered by face-to-face-interviews lasting 10 to 15 minutes. A standardized questionnaire of 39 questions about drug experience, opinions on drug consumption, scene experience, assessment of MIND ZONE and socio-demographic information was applied. A randomized sample of 252 participants of techno events aged 14 - 25 was interviewed.

The main results of the study are as follows:

- About 66% of the interviewed people were „non-consumers“ or „unsure consumers“ of illegal drugs. These persons can be defined as the main target group of MIND ZONE (p. 36ff)
- The general acceptance of preventive activities at techno events is very high (90%) (p. 41ff)
- The material and the messages of MIND ZONE are mostly rated „good“ by the interviewed persons (p. 41)
- 30% to 50% of the sample feels personally affected by MIND ZONE (p. 46f)
- Particularly the younger techno party participants respond in a positive way to the MIND ZONE activities (p. 46f)
- Experience with illegal drugs in the sample is very high compared to the general population (72% lifetime, 64% last 12 months) (p. 30)
- 38% of the interviewed persons have used ecstasy during their lives. Only cannabis (61%) and amphetamines (40%) have been used more frequently (p. 31ff)
- In most cases the consumers of ecstasy are multiple drug users (p. 35)
- Most of the interviewed persons feel well informed about ecstasy. This is especially true for ecstasy users. 51% of those, who do not use ecstasy, and only 18% of the ecstasy users judge the consumption of ecstasy to be associated with a „very high risk“. But 56% of the ecstasy consumers judge the consumption of the drug to be „highly risky“ (p. 35).

Assessment of possible behavior changes caused by the MIND ZONE activities was no objective of this evaluation. It can be concluded that the concept of MIND ZONE has been

implemented successfully and it achieves a high acceptance within the target group. These facts built up the *precondition* for an effective preventive measure. But the outcomes and long term effects must be evaluated seperately.

1. Ausgangslage

Die Techno-Kultur wird als die Jugendkultur der 90er Jahre bezeichnet (Huber, 1997). In ihren Anfängen Ende der 80er Jahre wurde sie als kurzlebige Modeerscheinung abgetan. Sie hat sich jedoch zwischenzeitlich zu einer Bewegung entwickelt, die viele Jugendliche anzieht und ihnen durch spezifische Musik, Mode, Medien (z.B. Zeitungen und Videos) und Veranstaltungen Identifikationsmöglichkeiten bereitstellt. Mitglieder dieser Szene treffen sich meist am Wochenende zu Techno-Parties (Raves).

Das spezifische Lebensgefühl der Raver kann mit „Freude am reinen Spaß“ beschrieben werden. Die Mitglieder der Techno-Szene wirken gesellschaftlich angepaßt, friedlich, konsum- und leistungsorientiert und sind insgesamt wenig auffällig. Die Raves und die damit verbundenen Aktivitäten führen zu einem starken Zusammengehörigkeits- und Identifikationsgefühl unter den Jugendlichen und befriedigen sowohl das Bedürfnis nach Gemeinsamkeit und Gruppenerlebnis als auch das nach Individualität. Somit bietet diese Szene den Rahmen für eine nicht unbedeutende Jugendkultur, wie man beispielsweise an der großen Resonanz auf Massenveranstaltungen (z.B. Berliner Love-Parade) mit 50.000 Teilnehmern und mehr abschätzen kann.

In eine enge Verbindung mit der Techno-Szene wird Ecstasy gebracht. Zum einen als ein Gefühlszustand - Ekstase und Verzückung -, der sich durch stundenlanges exzessives Tanzen zu einer Musik mit sehr hoher Taktfrequenz in extremer Lautstärke einstellt (Vollenbrechtshausen, 1996). Und zum anderen als illegale Substanz Ecstasy (MDMA), ein Amphetaminderivat mit stimulierender, aktivitätssteigernder Wirkung, die auf den Parties in großem Umfang konsumiert wird. Da viele Jugendliche im Alter ab 14 Jahre sich von der Techno-Szene angesprochen fühlen, besteht eine große Gefahr, daß sie bereits in diesem Alter mit illegalen Drogen in Kontakt kommen. Diese Gefahr unterstreicht die Bedeutung von präventiven Maßnahmen für Jugendliche der Techno-Szene, da das Risiko schwerer Störungen durch Substanzmißbrauch und Abhängigkeit bei frühzeitigem Konsumbeginn höher ist.

Obwohl Ecstasy bereits 1912 ursprünglich als Appetitzügler entwickelt, aber in diesem Sinne nie vermarktet wurde, ist es von den Konsumenten erst sehr viel später entdeckt worden. Seit seiner Entwicklung wurden im Laufe der Jahre besonders in den USA eine Reihe von Tests zur Toxizität der Droge durchgeführt, die Ergebnisse jedoch erst mit großer zeitlicher Verzögerung publiziert (Gouzoulis-Mayfrank et al., 1996). Zwischenzeitlich wurde Ecstasy auch in der Psychotherapie eingesetzt, um die Offenheit der Patienten zu fördern. Auf den Drogenmarkt ist Ecstasy in den 80er Jahren gelangt, seit 1985 wurde die Herstellung und der Gebrauch in den USA und den europäischen Ländern gesetzlich unterbunden.

Ecstasy (auch MDMA, XTC), das zur Gruppe der Phenethylaminen gehört, zeigt in der Hauptsache eine psychostimulierende, entaktogene Wirkung (Green, Cross & Goodwin, 1995; Steele, McCann & Ricaurte, 1994; Hermle et al., 1993), die jedoch sehr stark nicht nur von Dosis und Einnahmeart, sondern auch von der individuellen psychischen und physischen Verfassung der Konsumenten abhängig ist (Kuhlmann, 1996). Der Konsum von Ecstasy hilft, Müdigkeit und Schwächegefühle zu überwinden, und läßt die körperliche Ausdauerkraft erheblich ansteigen. Für die Psyche bewirkt Ecstasy eine erhöhte Kommunikationsbereitschaft, Reduzierung der Schwellenangst sowie ein Gefühl der Solidarität und Verbundenheit mit anderen Menschen.

Für die letzten Jahre wird in der Fachöffentlichkeit der Trend beschrieben, daß sich die Konsumgewohnheiten in Bezug auf illegale Substanzen ändern. Der Konsum von Substanzen mit eher stimmungsdämpfender Wirkungsweise scheint abgelöst zu werden von dem Konsum von stimmungsaufhellenden, aktivierenden Drogen (Hurrelmann, 1994). Ecstasy kann

hierbei als die Droge mit dem höchstem Ausbreitungspotential in den letzten fünf Jahren bezeichnet werden. In allen verfügbaren Statistiken, die zum Teil erst in den letzten Jahren - bedingt durch die wachsende Bedeutung von Ecstasy - um diese neue Substanz ergänzt wurden, zeigt sich ein erheblicher Anstieg des Konsums und der Konsumbereitschaft (Simon, Tauscher & Gessler, 1997).

Nach den Zahlen der BMG-Repräsentativerhebung (Herbst, Kraus & Scherer, 1996) haben 1995 in den alten Ländern 1,6% (das sind hochgerechnet 640.000 Personen) mindestens einmal Ecstasy genommen. Da in der Repräsentativerhebung des Jahres 1990 (Simon, Bühringer & Wiblishauser, 1991) Ecstasy unter die Amphetamine subsumiert wurde, kann die Steigerungsrates des Konsums von Ecstasy nur geschätzt werden. Es ist aber davon auszugehen, daß sich der Konsum von Ecstasy seit 1990 in der Altersgruppe der 18 bis 20jährigen verdreifacht und in der Altersgruppe der 21 bis 24jährigen fast verdoppelt hat. Dieser Trend läßt sich auch durch die gestiegenen Sicherstellungsquoten von Ecstasy (BKA, Rauschgiftjahresbericht 1993 und 1994) belegen: Wurden 1993 noch 77.922 Ecstasy-Konsumeinheiten sichergestellt, waren es 1994 schon 238.262 und 1995 380.858.

Das große Angebot von Ecstasy auf dem Drogenmarkt erleichtert auch den Zugang für Konsumenten. Mehr als 50% der drogenerfahrenen Personen geben an, sich Ecstasy leicht innerhalb von 24 Stunden beschaffen zu können (Herbst et al., 1996).

Bedenklich ist auch, daß bereits in jüngeren Altersgruppen viele Ecstasy-Konsumenten zu finden sind. So beträgt die Lifetime-Prävalenz in den alten Bundesländern 1995 unter den 18 bis 20jährigen 6,9%. Für die 21 bis 24jährigen liegt die Lifetime-Prävalenz bei 5,7% und sinkt für die 25 bis 29jährigen auf 3,1% (Herbst et al., 1996). Nach den Ergebnissen einer epidemiologischen Studie des Max-Planck-Instituts für Psychiatrie haben im Raum München im Jahr 1995 4% der Männer und 2,3% der Frauen im Alter von 14 bis 24 Jahren Ecstasy mindestens einmal konsumiert. Die meisten Konsumenten nehmen Ecstasy in Diskotheken (67,4%) und auf Veranstaltungen (21,1%) ein (Gottschling, Vernier, & Wolfsgruber, 1996). Diese Zahlen belegen, daß der Konsum illegaler Substanzen in der Techno-Szene ein ernstzunehmendes Problem darstellt.

Für die Presse sind die Techno-Szene und der Ecstasy-Konsum bereits seit einiger Zeit ein großes Thema. Von einer neuen Drogenwelle ist die Rede, von der „Glückspille“ und von der neuen Konsumentengruppe der sozial integrierten meist noch sehr jugendlichen Techno-Anhänger, die mit der Droge einfach nur ihren Spaß haben wollen. Trotz Schilderung der Gefahren für Gesundheit und Leben, dominiert hier häufig der Ruf nach Legalisierung, Verbraucherschutz und verantwortlichem Umgang mit der Droge.

Leider gibt es bisher neben den genannten Daten nur wenig detaillierte Informationen zum Ausmaß, zu den Motiven und Konsequenzen des Ecstasygebrauchs in der Szene. Um geeignete Präventionsmaßnahmen und Interventionen zu planen und erfolgreich durchzuführen, sind **(1.) genaue Informationen** über die Szene dringend erforderlich, auch über Mitglieder, die keine illegalen Substanzen konsumieren wollen, bzw. ambivalent eingestellt sind. Die Techno-Szene unterscheidet sich deutlich von anderen Szenen, in denen illegale Drogen konsumiert werden. Um die Mitglieder der Techno-Szene im Rahmen primärpräventiver Interventionen anzusprechen, müssen **(2.) neue Wege der Präventionsarbeit** erprobt und evaluiert werden.

2. Zielsetzung der Evaluation

Zielsetzung der Evaluation war eine Bewertung der Präventionsmaßnahme MIND ZONE. Sie sollte Aufschluß darüber geben, ob MIND ZONE einen sinnvollen Ansatz darstellt und ob eine Weiterführung des Projekts über die geplante Förderungsdauer zu empfehlen ist.

Um eine Präventionsmaßnahme umfassend zu evaluieren, sollte eine Verknüpfung der drei Typen von Evaluation (1.) Bedarfsanalyse und Programm-Entwicklung, (2.) Prozeß-Evaluation und (3.) Ergebnis-Evaluation stattfinden. Im Falle der Evaluation von MIND ZONE lag folgende Ausgangssituation vor: Zum Zeitpunkt des Evaluationsbeginns, das heißt des Beginns der Planung der Evaluationsstrategie lag eine ausführliche schriftliche Konzeption zu MIND ZONE vor. Die Materialien und Aktionen von MIND ZONE waren ausgearbeitet, MIND ZONE hatte bereits seine erste Durchführungsphase beendet.

Die ersten Datenerhebungen im Umfeld der MIND ZONE Aktivitäten konnten erst nach der Sommerpause stattfinden und mußten innerhalb von vier Monaten beendet werden, da dann der Bewilligungszeitraum des Präventionsprojektes endete. Für die Evaluation wurde folgendes methodisches Vorgehen gewählt:

- Befragung von Mitgliedern der Zielgruppe, die MIND ZONE kennen, mittels mündlicher Interviews vor Ort
- Bewertung der Konzeption und Projektarbeit von MIND ZONE anhand der schriftlichen Konzeption und der Interviews von Beteiligten.

Mit diesem Vorgehen sollten Informationen zu folgenden Fragestellungen gesammelt bzw. folgende Ziele erreicht werden (sh. Kapitel 4):

- Feststellung des Bedarfs für eine präventive Maßnahme
- Beschreibung der erreichten Zielgruppe
- Akzeptanz der Maßnahme in der Zielgruppe
- Auswirkungen der Maßnahme in der Zielgruppe.

Die vorliegende Evaluation kann aufgrund der gegebenen Ausgangslage und der sich daraus ergebenden Auswahl der Methoden nicht das Ziel verfolgen, Aussagen über die Effekte von MIND ZONE zu treffen. Es handelt sich vielmehr um eine explorative Evaluation (vgl. Kröger, 1997), durch die neue Informationen gesammelt werden mit den Zielen, die Präventionsmaßnahme zu verbessern, neue Ideen zur Prävention zu sammeln und ggf. Hypothesen zur Prävention zu formulieren.

3. Darstellung des Präventionsprojektes MIND ZONE

Die Trägerschaft für das Präventionsprojekt MIND ZONE liegt bei der Landesvertretung Bayern des Deutschen Caritasverbandes. Es wird finanziert mit Mitteln des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit, Soziales, Familie, Frauen und Gesundheit. Projektbeginn war der Oktober 1995 mit einer Vorbereitungsphase bis März 1996. Die Durchführungsphase dauert nach der Verlängerung des Projekts im Dezember 1996 noch an.

Die nachfolgende Darstellung des Präventionsprojektes MIND ZONE basiert auf Informationen aus (1.) zwei von MIND ZONE - Mitarbeitern erstellten Informationsmappen mit Zwischenberichten zu den Durchführungsphasen März 1996 bis Juni 1996 und September 1996 bis Dezember 1996 und aus (2.) nicht-standardisierten Interviews mit den Projektverantwortlichen von MIND ZONE.

3.1 Ausgangslage für das Projekt

Das Problem der von verschiedenen Quellen für Deutschland berichteten steigenden Zahlen zum Konsum von Partydrogen insbesondere Ecstasy sowie der ebenfalls gestiegenen Probierebereitschaft für diese Drogen wird in der Konzeption von MIND ZONE als besonders manifest in der Techno-Szene gesehen. Auf deren vor allem an den Wochenenden stattfind-

denden Veranstaltungen konsumieren die Szene-Mitglieder, deren Hauptanliegen es zu sein scheint, in Harmonie und Toleranz füreinander einfach nur Spaß zu haben, zu diesem Zweck eine Vielzahl von stimmungsaufhellenden, aufputschenden psychoaktiven Substanzen. Dadurch wird für viele Jugendliche die Gefahr gesehen, daß der Unterschied zwischen eintönigem Alltag und den ausschweifenden Wochenenden so erheblich ist, daß schließlich nur noch für die Wochenenden geliebt wird, während der Rest der Woche als eine farblose, langweilige Zeit angesehen wird, in der durch diesen Realitätsverlust immer mehr Probleme wie Schwierigkeiten am Arbeitsplatz, finanzielle Probleme etc. auftreten. Hinzu kommen die zum Teil gefährlichen Nebenwirkungen der Drogen. Dabei wird es als erwiesen angesehen, daß insbesondere der Freundeskreis, die Peers, eine erhebliche Rolle bei der Entscheidung spielen, Ecstasy zu nehmen, allerdings ohne nachhaltige negative Konsequenzen für die Freundschaften, wenn doch kein Konsum stattfindet.

3.2 Allgemeine Zielsetzung und Strategien

Auf diese wichtige Rolle der Peers aufbauend versteht sich MIND ZONE als ein Projekt von der Techno-Szene für die Techno-Szene. Dabei soll die Toleranz und Solidarität, die unter den Mitgliedern dieser Szene vorherrscht, primärpräventiv genutzt werden. Es will Szene-Mitglieder dafür gewinnen, mitzuarbeiten und gemeinsam ein gesundheitsförderndes Image: „MIND ZONE“ (Zone des klaren Bewußtseins) aufzubauen und zu verkörpern. Durch die Aktionen, Aktivitäten und in Gesprächen sollen der Zielgruppe Botschaften wie „Drogen sind nicht das Wichtigste auf Raves, sondern Spaß, Ausgelassensein und friedliches Zusammensein“ und „Es ist ok, kein Ecstasy zu nehmen“ nahegebracht werden. Risikoarmer Gebrauch von illegalen Substanzen wird nicht propagiert, sondern es wird versucht, den Verzicht auf Drogen als positive und nicht im geringsten genußfeindliche Lebenseinstellung darzustellen. Die Einstellungen und das Modellverhalten der gleichaltrigen ProjektmitarbeiterInnen sollen als wichtige Orientierungshilfe für die Jugendlichen dienen.

3.3 Ziele und Zielgruppen

MIND ZONE will mit seinen Aktivitäten ausschließlich Partygänger der Techno-Szene (Raver) im Alter von 15 - 22 Jahren erreichen. Mit unterschiedlichen Botschaften will man Teilzielgruppen dieser Hauptzielgruppe ansprechen. In erster Linie konzentriert man sich auf diejenigen, die keine Drogen nehmen (Nichtkonsumenten). Deren positives Verhalten in Hinblick auf den Drogenkonsum soll bestärkt werden. Eine weitere Unterzielgruppe sind die Partygänger, die noch unsicher in ihrer Entscheidung sind, Drogen, insbesondere Ecstasy zu nehmen. Diese noch unentschlossenen potentiellen Konsumenten sollen dahingehend unterstützt werden, daß sie eine Entscheidung gegen den Konsum von Drogen treffen. Die letzte Unterzielgruppe bilden diejenigen, die bereits Drogen konsumieren und auch diejenigen, die bereits Probleme durch ihren Drogenkonsum bekommen haben. Diese Personengruppe soll motiviert und unterstützt werden, den eigenen Konsum von Drogen zu hinterfragen, idealerweise zu beenden oder professionelle Hilfe aufzusuchen.

Für alle Unterzielgruppen sind des weiteren unterstützende Tätigkeiten im Bereich AIDS-Prävention sowie Aufklärungsarbeit über Gehörschädigungen durch zu laute Musik angestrebt.

Zusätzlich zur Hauptzielgruppe wird als weitere Zielgruppe der Personenkreis der Partyveranstalter und DJs gesehen. Diese sollen für die Problematik sensibilisiert werden, um schließlich zu erreichen, daß strukturelle Veränderungen für gesundheitsverträgliche Parties geschaffen werden (z.B. Einrichtung von sogenannten Chill-out-Zonen zum Abkühlen und Ausruhen, bessere Klimatisierung der Veranstaltungsräumlichkeiten).

3.4 Strategien

MIND ZONE verfolgt in der Umsetzung seines Konzepts zwei grundlegende Strategien:

1. Es wird versucht, mit den Aktionen die Zielgruppe „Partygänger der Techno-Szene“ dort zu erreichen, wo sich die Teilnahme an dieser Szene manifestiert: auf Techno-Veranstaltungen. Hier ist gewährleistet, daß die anwesenden Personen fast ausschließlich der Szene angehören, und man somit auf eine relativ große Anzahl der Zielgruppenmitglieder trifft.
2. Es werden sowohl für die Aktionen vor Ort aber auch im Bereich der Konzeption, Planung und Organisation - wie bereits unter Punkt 2.2 erwähnt - fast ausschließlich gleichaltrige Jugendliche (Peers) eingesetzt, die ebenfalls der Szene angehören oder angehört und zum Teil auch Drogenerfahrung haben. Die Szene der Raver wird in der MIND ZONE Konzeption als geschlossene Subkultur angesehen, daher ist es wichtig die präventiven Botschaften von Mitgliedern dieser Szene transportieren zu lassen. Nur Personen, die die gleiche „Wellenlänge“ wie die Zielgruppe haben, die wissen, was in der Szene vor sich geht und den entsprechenden Sprachjargon beherrschen finden dort Akzeptanz. Die meist guten Erfahrungen mit dem Einsatz von Peers in der Primärprävention, über die in der Fachliteratur berichtet wird, ist ein weiterer Grund für den hier favorisierten Ansatz der „peer to peer education“.

3.5 Organisationsstruktur

Die Verantwortung für das Projekt MIND ZONE wird von einem Projektleiter getragen, der zusammen mit auf Honorarbasis angestellten Mitarbeitern das Leitungsteam bildet. Dieses Team leitet das Planungsteam, in dem alle Projektmitarbeiter zusammengeschlossen sind. Im Planungsteam werden Aktionen konzipiert, besprochen und organisiert. Zu einzelnen Arbeitsschwerpunkten wie z.B. Broschüregestaltung, spezielle Aktionen, schließen sich Mitglieder des Planungsteams zu Arbeitsgruppen zusammen.

3.6 Ressourcen

Der Projektetat für März 1996 bis Dezember 1996 betrug DM 150.000,-. Von diesem Geld wurden die Ausgaben für sämtliche Materialien (inklusive die Gestaltung und den Bau des Info-Standes) sowie die Honorare für die angestellten Mitarbeiter - mit Ausnahme der Projektleiterstelle - bestritten. In bisher einem Einzelfall ist es gelungen einen Sponsor für die Herstellung eines Flyers, der für eine spezielle Großveranstaltung (Night Move) gestaltet wurde, zu finden. Der Projektgruppe wurde ein Raum des Landesverbandes Bayern des Deutschen Caritas Verbandes mit entsprechender Infrastruktur unentgeltlich zur Verfügung gestellt.

Die Tätigkeit des Projektleiters nimmt in etwa zwei volle Arbeitstage pro Woche in Anspruch. Hinzu kommen im Leitungsteam drei auf Honorarbasis angestellte MitarbeiterInnen, sogenannte ProjektpromoterInnen (Sozialpädagogik-StudentInnen mit Szeneerfahrung), von denen jede/r ca. 60 Stunden im Monat für das Projekt tätig ist. Die hauptsächliche Ressource des Projekts bilden jedoch die ehrenamtlichen HelferInnen, die Peers, ohne die das Projekt in keiner Weise durchführbar wäre. MIND ZONE arbeitete im Untersuchungszeitraum mit einem relativ festen Kern von 12 ehrenamtlichen MitarbeiterInnen. Die Zahl variierte, aber mehr als 20 Teilnehmer waren nie angestrebt. Vier bis sechs der ehrenamtlichen MitarbeiterInnen können als „Stamm-MitarbeiterInnen“ bezeichnet werden, der Rest unterlag einer Fluktuation. Die Zeit, die die ehrenamtlichen MitarbeiterInnen für das Projekt aufwenden, ist von MitarbeiterIn zu MitarbeiterIn verschieden. Es liegt an ihnen, wie weit sie sich engagieren wollen. Wöchentlich findet ein ca. zweistündiges gemeinsames Treffen mit

Mitgliedern des Leitungsteams und ehrenamtlichen MitarbeiterInnen statt. Im Zeitraum März bis Dezember 1996 wurden 16 Techno-Veranstaltungen besucht auf welchen im Durchschnitt sechs ehrenamtliche Helfer und 2 ProjektpromotorInnen im Einsatz waren. Die Dauer der Einsätze auf den Veranstaltungen lag durchschnittlich bei etwa 5 Stunden.

3.7 Maßnahmen

3.7.1 Maßnahmen auf den Veranstaltungen

Auf den Veranstaltungen, die von MIND ZONE besucht werden, ist MIND ZONE in der Regel mit einem Informations-Stand vertreten. Dieser Stand wurde eigens für das Projekt entworfen. Er ist im Stil angepaßt an die Umgebung (Metall- Holz-Konstruktion). Der Stand ist auf beiden Seiten flankiert von Türmen, die mit Monitoren für die Videopräsentation bestückt sind. Während der Veranstaltung halten sich fortwährend MIND ZONE - MitarbeiterInnen am Stand auf, die zum einen die Informationsmaterialien verteilen, zum anderen als Ansprechpartner für Interessierte dienen. Es ist erklärte Strategie von MIND ZONE, daß man sich Interessenten, die zum Stand kommt nicht aufdrängt, sondern abwartet, daß sich die entsprechenden Personen mit Fragen oder Problemen an die MitarbeiterInnen wenden. Für problematischere Fälle haben die MitarbeiterInnen die Möglichkeit, Kontakte zur Fachambulanz für Suchtkranke zu vermitteln. Außer den eigentlichen MIND ZONE - MitarbeiterInnen befinden sich vor Ort auch MitarbeiterInnen der Psychosozialen AIDS-Beratungsstelle der Caritas in informierender und beratender Funktion. Diese MitarbeiterInnen sind auch in die Planungsarbeiten von MIND ZONE eingebunden.

In unregelmäßigen Abständen werden zusätzlich zu den oben beschriebenen MIND - ZONE-Tätigkeiten vor Ort spezielle Aktionen durchgeführt wie z.B. Quiz-Wettbewerbe und Body-Painting-Aktionen (in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft zur Förderung der Kunst- und Kulturtherapie - GFKKT).

In der MIND ZONE - Konzeption ist auch das Veranstalten oder Mitveranstalten von Parties vorgesehen. 1996 war dies einmal der Fall. In den Räumen eines Münchner Techno-Clubs wurde eine MIND ZONE - Party mit von MIND ZONE gebuchten DJ's und mit MIND ZONE - Materialien geschmückten Räumlichkeiten organisiert.

3.7.2 Peer - Arbeit

Wie bereits weiter oben erwähnt, bildet die Gruppe der ehrenamtlichen Mitarbeiter das Kernstück des Projekts. Daher ist ein entscheidender Bestandteil der Arbeit des Leitungsteams die Motivation der Peers sowie deren Begeisterung und Einsatzbereitschaft für das Projekt aufrechtzuerhalten. Da die Peers keinerlei Vergütung für ihre Tätigkeit erhalten und auch im Verlauf ihrer Einsätze zum einen nicht nur positive Erfahrungen machen und zum anderen auch „ausbrennen“, ist die Gefahr des Ausscheidens aus der Projektarbeit sehr hoch. Dem wird durch folgende Maßnahmen begegnet:

1. Regelmäßig einmal wöchentlich stattfindende Treffen, die einerseits dazu dienen, Einsätze zu besprechen und zu koordinieren, über neuere Entwicklungen im Projekt zu informieren und diese zu diskutieren, aber auch andererseits dazu da sind, im Gespräch mit den Ehrenamtlichen zu bleiben.
2. Den Peers werden Fortbildungsangebote gemacht, die ihnen für ihren Einsatz bei MIND ZONE nützlich sind, wie Informationsveranstaltungen über Ecstasy, Kommunikationstrainings etc..
3. Es werden gemeinsame Aktionen von Leitungsteam und ehrenamtlichen Helfern außerhalb der Projektstätigkeit wie das Feiern von Festen oder ein kurzer Urlaub auf einer Gebirgshütte durchgeführt.

4. Der persönliche Kontakt zu jedem einzelnen ehrenamtlichen Helfer wird gepflegt, um zu versuchen deren persönliche Schwierigkeiten zu klären, interne Konflikte zwischen den Peers zu lösen und um jedem einzelnen zu zeigen, daß Interesse an ihm besteht und daß er für das Gelingen des Projektes wichtig ist.
5. Es wird Wert darauf gelegt, daß auch größere zeitliche Pausen (z.B. Sommerpause) eingelegt werden, in denen die Aktionen ruhen und man sich nicht im Planungsteam trifft.

3.7.3 Kontakte zu den Veranstaltern von Techno-Events

Ebenfalls für das Projekt entscheidende Personen sind die Veranstalter von Techno-Parties beziehungsweise die Betreiber der verschiedenen Clubs, Hallen etc. Von ihrem Interesse und Wohlwollen hängt es ab, ob MIND ZONE mit seinen Aktionen vor Ort tätig werden kann oder nicht. Daher war es eine wichtige Aufgabe für die MitarbeiterInnen von MIND ZONE gute Kontakte zu den Veranstaltern aufzubauen und zu pflegen. Dies war eine der Hauptaufgaben einer der ProjektpromoterInnen. Die größte Sorge der Veranstalter war, daß die Veranstaltungsatmosphäre durch die MIND ZONE - Aktionen gestört werden und daher auch das Wohlbefinden der Gäste beeinträchtigt werden könnte. Natürlich bedeutete die Tatsache, daß MIND ZONE auf der Veranstaltung tätig wird, auch das Eingeständnis, daß ein Problem existiert. Nach anfänglichen Schwierigkeiten ist es jedoch sehr gut gelungen, die Veranstalter von dem Projekt zu überzeugen.

3.7.4 Öffentlichkeitsarbeit

Von seiten der MIND ZONE - Mitarbeiter wurde eine intensive Pressearbeit betrieben. Der Kontakt sowohl zur traditionellen Presse als auch zur Szene-Presse wurde beständig gesucht. Die Resonanz war höher in der traditionellen Presse, hier wurde in namhaften Zeitungen in größerem Umfang über das Projekt berichtet, während die Akzeptanz bei der Szene-Presse eher gering war.

3.8 Materialien

Video

Soweit es die räumlichen und technischen Gegebenheiten erlauben, läuft während des MIND ZONE- Einsatzes eine Dauerlaufkopie eines eigens für MIND ZONE produzierten Videoclips. Im Verlauf des Clips, der mit Techno-Musik unterlegt ist, die mit Kopfhörer auf der Veranstaltung angehört werden kann, werden kurze Schlagwörter eingeblendet, die in Kürze die wesentlichen Botschaften von MIND ZONE wiedergeben: Ja zu Techno; Ja zu Ecstasy (Tanzen), Spaß auch ohne Ecstasy; Schutz vor Lärm; Viel trinken, aber ohne Alkohol; Ruhepausen zum Abkühlen; Safer Sex.

Flyer „MIND ZONE, XTC“

In diesem 4-seitigen Flyer werden hauptsächlich sachliche Informationen über Ecstasy wie Effekte, Gefahren, Hinweise wie man sich davor schützen kann, Verhalten im Notfall aber auch Botschaften wie „Keine Droge wird es schaffen, daß DU Dich besser fühlst, wenn du schlecht drauf oder müde bist“. Zusätzlich zu den Ecstasy-Informationen enthält der Flyer noch kurze Hinweise auf Gefahren für das Gehör durch zu hohe Dezibelwerte und auf Safer Sex.

Flyer „MIND ZONE - Welcome“

In diesem ebenfalls 4-seitigen Flyer, der in der Regel zusammen mit dem Flyer „MIND ZONE, XTC“ verteilt wird, wird das Projekt MIND ZONE vorgestellt mit den Aktivitäten und Motivationen der Mitarbeiter. Der Flyer enthält darüber hinaus das Angebot für Interessierte sich an der MIND ZONE Arbeit zu beteiligen oder sich weitergehend über die Aktivitäten zu informieren.

Broschüre „Safer Sex“

Die von der BZgA erstellte Broschüre „Safer Sex“ enthält umfangreiche Informationen über sexuell übertragbare Krankheiten insbesondere AIDS und Maßnahmen, wie man sich davor schützen kann.

Give-away

An die Partygänger werden zusätzlich Give-aways - kleine Papiertüten, die einen Kaugummi, zwei Ohrenstöpsel und ein Kondom enthalten - verteilt. Der Kaugummi soll der Entspannung, die Ohrenstöpsel dem Gehörschutz und die Kondome dem Schutz der Gesundheit dienen.

Postkarte „MIND ZONE“

Die Postkarte bietet an einer Mitarbeit interessierten Peers die Möglichkeit der Kontaktaufnahme mit MIND ZONE.

4. Fragestellungen der Evaluation

Der Evaluation des Präventionsprojektes MIND ZONE lagen folgende Fragestellungen zugrunde, wobei einige Fragestellungen mit Hilfe der Ergebnisse aus Teilstudie B (Künzel, Kröger, Bühringer, Tauscher & Walden, 1997) beantwortet werden sollten:

Fragestellungen 1 - 4 sollen aus den Ergebnissen der empirischen Untersuchung (Befragung der Zielgruppe) beantwortet werden.

1. Bekanntheit von MIND ZONE

- Wie hoch ist der Bekanntheitsgrad von MIND ZONE unter Mitgliedern der Techno-Szene innerhalb des Aktionsgebietes von MIND ZONE (München)? (Teilstudie B).
- Über welche Informationskanäle haben die Raver von MIND ZONE erfahren? (Teilstudie A und B).
- In welchem Ausmaß ist MIND ZONE durch seine Aktivitäten in der Lage seine Zielgruppen zu erreichen? -Von besonderem Interesse ist hierbei, ob gemäß der Zielsetzung von MIND ZONE überwiegend Nichtkonsumenten erreicht werden.
- Wie bekannt sind die einzelnen Bestandteile der MIND ZONE Aktivitäten (Info-Stand, Video, verschiedene Flyer, Package)?

2. Verständnis

- Darunter wird verstanden, an wen sich MIND ZONE mit seinen Aktivitäten richten will?

3. Akzeptanz

- Wie hoch ist die Akzeptanz von MIND ZONE bei Mitgliedern der Techno-Szene? (Teilstudie B).
- Wie hoch ist die Akzeptanz der Materialien und Aktivitäten bei den Zielgruppen?
- Wie hoch ist die Akzeptanz der MIND ZONE Botschaften?

4. Persönliche Relevanz/Verhaltenskonsequenz

- Hat MIND ZONE für die Zielgruppen eine persönliche Relevanz und gibt es Ansätze von Konsequenzen für das Verhalten?

Die nächste Fragestellung soll nicht durch die empirische Untersuchung, sondern durch eine subjektive Bewertung der Evaluatoren vor dem Hintergrund der bisherigen wissenschaftlichen Erkenntnis zur Primärprävention beantwortet werden.

5. Wie sind Konzeption und Projektarbeit von MIND ZONE zu bewerten?

Konkrete Hypothesen wurden nicht formuliert. Vielmehr hat die Untersuchung aufgrund der bisher mangelnden Erfahrungen und Erkenntnisse mit der Durchführung und Evaluation von Präventionsmaßnahmen in der Techno-Szene einen hypothesengenerierenden Anspruch.

5. Methodik der Evaluation

5.1 Erhebungsinstrumente und -methode

Standardisierter Fragebogen

Die Evaluationsdaten wurden mittels face-to-face-Interviews von ca. 10 bis 15 Minuten Dauer erhoben. Da die Interviews direkt auf den Techno-Veranstaltungen durchgeführt werden sollten, war ein wesentliches Kriterium bei der Fragebogenkonstruktion die Kürze der Interviewdauer. Unter den extremen Bedingungen vor Ort - Lärm, Dunkelheit, dichtes Gedränge - war nicht zu erwarten, daß ein umfangreiches Interview realisierbar ist. Die Interviews wurden anhand eines standardisierten Fragebogens durchgeführt, der insgesamt 39 Fragen umfaßt (s. Anhang). Die Fragen sind folgenden Themenbereichen zuzuordnen:

Soziodemographische Angaben

- Geschlecht
- Alter
- Nationalität
- Schulabschluß
- derzeitige schulische/berufliche Situation
- Wohnsituation

Intensität des Besuchs von Techno-Veranstaltungen

- Häufigkeit der Besuche in den letzten drei Monaten
- Anzahl der Tage mit besuchten Veranstaltungen in der letzten Woche
- Anzahl der insgesamt besuchten Techno-Veranstaltungen

Fragen zu MIND ZONE

1. Kenntnis/Verständnis

- Dauer des Bekanntseins
- Quelle des Bekanntseins
- Wissen über MIND ZONE
- Kennen des Info-Standes
- Kennen des Videos
- Kennen des MIND ZONE-Flyers
- Kennen des AIDS-Flyers
- Kennen des Packages
- Kenntnisse innerhalb der Zielgruppe

2. Akzeptanz und Relevanz

- Akzeptanz von Präventionsaktivitäten auf Techno-Parties allgemein
- Beurteilung von Info-Stand, Video, den Flyern, Package
- Beurteilung des Informationsgewinns durch die MIND ZONE-Materialien
- Einschätzung der Erreichbarkeit der Zielgruppe
- Akzeptanz der Botschaften
- Persönliche Relevanz

3. Drogen und Drogenkonsum

- Lebenszeit-, 12- Monats-, 30 Tage-Prävalenz
- Einstiegsalter
- Häufigkeit des Ecstasy-Konsums
- Anzahl konsumierter Ecstasy-Pillen pro Veranstaltung
- Kombination von Ecstasy und anderen Drogen auf einer Veranstaltung
- Informiertheit über Ecstasy
- Informationsquellen zu Ecstasy
- Einschätzung der Gefährlichkeit von Ecstasy
- Bewertung des Konsums verschiedener Drogen

Der Fragebogen wurde in Abstimmung mit den Fragebogen, der beiden ebenfalls im Auftrag der BZgA durchgeführten Untersuchungen zum Thema Ecstasy (G. Rakete & U. Flüsmeier, Konsum und Mißbrauch von Ecstasy; H.P. Tossmann & W. Heckmann, Drogenaffinität Jugendlicher in der Techno-Party-Szene) entwickelt, um eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten.

Interviewer-Fragebogen

Im Anschluß an jedes Interview wurde von den Interviewern ein Kurzfragebogen ausgefüllt mit Angaben zu Zeitpunkt und Dauer des Interviews, zum Auswahlkriterium für den Interviewpartner, zur Bereitschaft des Befragten zum Interview, zu den Begleitumständen des Interviews (Lärmpegel, Abbruchgründe) sowie zum Eindruck vom Interviewpartner (z.B. Aufgeschlossenheit, Konzentration).

Einsatzprotokoll

Für jede Veranstaltung, auf der Befragungen durchgeführt wurden, führten die Interviewer ein Einsatzprotokoll, in dem die Anzahl der Verweigerungen am Interview teilzunehmen, Interviewabbrüche sowie die Zahl aufgrund vorgegebener Kriterien nicht zustande ge-

kommener Interviews (Alter der Angesprochenen über 25 Jahre, Nicht-Kennen von MIND ZONE) dokumentiert wurden.

5.2 Stichprobenziehung

Da das Ziel der Befragung die Beurteilung und Akzeptanz von MIND ZONE durch die Zielgruppen ist, wurden nur Veranstaltungen für die Erhebung ausgewählt auf der auch MIND ZONE Aktivitäten stattfanden. Bei der Stichprobenziehung wurde dann von vorne herein darauf geachtet, daß nur Personen angesprochen wurden, die Kontakt mit MIND ZONE hatten. Als Kriterien dafür galten: (1.) Aufenthalt am MIND ZONE Info-Stand oder (2.) Erhalt eines oder mehrerer MIND ZONE-Materialien in der Nähe des Stands. Um sicherzustellen, daß die von den Interviewern angesprochenen Personen auch tatsächlich Auskunft über MIND ZONE geben konnten, wurden sie eingangs nach ihrer Kenntnis von MIND ZONE - gestützt durch die Vorlage des MIND ZONE Logos - befragt. Bei Verneinung der Frage wurde das Interview an dieser Stelle bereits abgebrochen. Eine weitere Einschränkung bei der Auswahl der Probanden war deren Alter. Unter Berücksichtigung der Zielgruppendefinition im Konzept von MIND ZONE (Personen im Alter zwischen 15 und 22 Jahren) wurde die Altersobergrenze der Befragten (etwas höher als bei MIND ZONE) auf 25 Jahre festgesetzt.

Um zum einen eine Zufallsauswahl der Probanden, aber auch die Erhebungsdauer über den gesamten Zeitraum der MIND ZONE-Aktivitäten auf einer Veranstaltung zu gewährleisten, wurden die Interviewpartner nach einem vom Interviewerbetreuer (je nach Dauer der MIND ZONE-Aktivitäten) vorgegebenen Zeitintervall (in der Regel alle 20 bis 30 Minuten) und an ebenfalls vorgegebenen Stellen von den Interviewern angesprochen. Zuerst entscheidend für die Auswahl der Probanden war also, daß sie sich zu einer bestimmten Zeit an einer bestimmten Stelle - in der Regel in der Nähe des MIND ZONE-Standes - befanden.

5.3 Durchführung der Erhebung

Die Erhebung wurde im Zeitraum September bis Dezember 1996 auf insgesamt sechs Techno-Veranstaltungen in Münchner Clubs durchgeführt. Während dieses Zeitraums war MIND ZONE auf neun Veranstaltungen mit ihren Präventionsaktivitäten präsent. Aus organisatorischen Gründen konnte noch keine Datenerhebung auf der ersten Veranstaltung stattfinden. Danach fanden die Datenerhebungen auf allen MIND ZONE Einsätzen statt, bis die erwünschte Stichprobengröße erreicht wurde. Bei einer Veranstaltung erhielten die Interviewer des IFT keine Erlaubnis zur Datenerhebung (vgl. 5.5). Auf der letzten Veranstaltung im Dezember fand keine Datenerhebung statt.

Vier der Veranstaltungen mit Datenerhebung fanden abends für ein Publikum ab 18 Jahre statt und zwei am Nachmittag („raving afternoons“) für ein Publikum bis 18 Jahre. Die durchschnittliche Dauer der MIND ZONE- Aktivitäten im Erhebungszeitraum und daher auch des Interviewer-Einsatzes betrug 4 Stunden.

Für die Befragungen wurden insgesamt elf Interviewer speziell geschult. Pro Veranstaltung wurden in der Regel fünf Interviewer eingesetzt. Um die Bereitschaft zum Interview bei der Zielgruppe zu erhöhen, wurde bei der Auswahl der Interviewer besonderer Wert auf deren Szenenähe und Alter (maximal 30 Jahre) gelegt.

Um die Korrektheit der Stichprobenziehung und der Durchführung der Interviews zu gewährleisten wurden die Interviewer auf jeder Veranstaltung für die gesamte Dauer der Erhebung von einem Interviewerbetreuer begleitet. Dieser war dafür zuständig darauf zu achten, daß gemäß dem Plan der Stichprobenziehung die Interviewpartner zu den richtigen Zeitpunkten und an den richtigen Stellen angesprochen und daß die Interviews korrekt und vollständig

durchgeführt wurden. Darüber hinaus fungierte er als Ansprechpartner vor Ort für Veranstalter und Interviewpartner.

Da über Befragungen auf Techno-Veranstaltungen wenig Erfahrungen vorliegen, wurde ein Vortest auf einer Veranstaltung durchgeführt, um zum einen die Erhebungsmethode und zum anderen die Akzeptanz und Verständlichkeit des Fragebogens bei den Probanden zu überprüfen. Im Rahmen dieses Vortestes wurden insgesamt 24 Personen befragt. Die Ergebnisse waren so zufriedenstellend, daß die durchgeführten Interviews der Gesamtstichprobe zugerechnet werden konnten.

5.4 Stichprobe

Die Gesamtzahl der gültigen Interviews beträgt 252. Die Verweigerungsquote war mit 3% (n=8) sehr gering. 90% der Angesprochenen waren sofort bereit zum Interview, bei 8% mußte eine kurze Überzeugungsarbeit geleistet werden und 2% waren zwar sehr widerwillig aber dennoch bereit, sich befragen zu lassen.

Interviewabbrüche aufgrund der vorgegebenen Kriterien gab es in vier Fällen: zwei Personen (0,8%) kannten MIND ZONE nicht und weitere zwei Personen (0,8%) waren über 25 Jahre alt. Interviewabbrüche aus sonstigen Gründen gab es keine. Das hohe Maß an Bereitschaft zum Interview und das Ausbleiben von Interviewabbrüchen ist sicherlich zum einen darauf zurückzuführen, daß in der Szene eine große Offenheit vorherrscht, wurde aber zum anderen sicherlich dadurch verstärkt, daß die Interviewten für ein Interview eine Vergütung in Form von wahlweise einer Telefonkarte im Wert von DM 6,- oder eines Getränkebons erhielten.

5.5 Probleme bei der Durchführung

Genehmigung für die Befragung

Vor jeder Erhebung mußten Genehmigungen bei den betreffenden Veranstaltern bzw. Club- oder Hallenbetreibern eingeholt werden. Die Skepsis bei diesen gegenüber der Befragung war meistens sehr hoch. Es wurde zu einem befürchtet, daß sich die Gäste, die kommen, um Spaß und Entspannung zu finden, von den Interviewern belästigt fühlen könnten und daß die MIND ZONE-Aktivitäten und eine Befragung zuviel für eine Veranstaltung sind. Zum anderen wurden große Bedenken zum Inhalt des Interviews geäußert, insbesondere die Fragen zum Drogenkonsum wurden kritisiert, da man aufgrund der erwarteten Ergebnisse eher Nachteile für den betreffenden Club von Seiten der Behörden oder der Presse befürchtet hat. Es gelang jedoch in allen Fällen, die Bedenken soweit zu beseitigen, daß die Befragung stattfinden konnte.

Kommunikationsprobleme auf Seiten der Veranstalter

Probleme gab es zum Teil auch dadurch, daß der Informationsfluß von den Veranstaltern zu ihren Angestellten nicht optimal funktionierte: So wurden vom IFT Absprachen mit den Veranstaltern über die Befragung getroffen, von denen vor Ort niemand etwas wußte. In einigen Fällen standen daher die Namen der InterviewerInnen nicht auf der Gästeliste oder die Türsteher waren nicht über die Erhebung informiert. Zum Teil ließen sich die Probleme durch den Interviewerbetreuer vor Ort klären, in einem Fall ist die Befragung jedoch nicht zustande gekommen, da die InterviewerInnen nicht eingelassen wurden.

Äußere Bedingungen für die Interviews

Die äußeren Bedingungen für die Durchführung waren aufgrund der Erhebungsorte - Techno-Clubs, Veranstaltungshallen - sehr schwierig. Die InterviewerInnen und InterviewpartnerInnen waren einem hohen Lärmpegel und meist schlechten Lichtverhältnissen, schlechter Luft und viel Gedränge ausgesetzt. Um die Bedingungen so erträglich wie möglich zu gestalten war der Interviewerbetreuer angehalten zu Erhebungsbeginn Plätze in den Clubs ausfindig zu machen, an denen Lärmpegel, Gedränge und Dunkelheit am erträglichsten und daher für die Durchführung der Interviews eher geeignet sind. Zusätzlich waren alle InterviewerInnen mit Klemmleuchten ausgerüstet, damit ein Ausfüllen der Fragebögen auch bei schlechtem Licht möglich war. Insgesamt wurde bei 10% der Interviews angegeben, daß sie unter sehr schwierigen äußeren Bedingungen durchgeführt werden mußten.

Schlechter Standort des MIND-ZONE-Standes

Bei zwei Veranstaltungen war es sehr schwierig die Stichprobenziehung nach Plan durchzuführen, da sich nur wenige Personen am oder in der Nähe des MIND ZONE-Stands aufhielten. Zurückzuführen ist dieses mangelnde Interesse auf die schlechten Standorte, die MIND ZONE von den Veranstaltern für den Info-Stand zugewiesen worden waren. Auf den Veranstaltungen sind zumeist mehrere Verkaufsstände vorhanden, deren Betreiber eine Gebühr an die Veranstalter entrichten. Daß heißt, für jeden Standplatz erhält der Veranstalter Geld, nur der Platz für MIND ZONE erbringt keinen direkten finanziellen Vorteil. Ob MIND ZONE einen attraktiven, viel frequentierten Platz, der aber auch von den zahlenden Standbetreiber favorisiert wird, zugewiesen bekommt, hängt vom Wohlwollen und Interesse an der Sache der Veranstalter ab.

Probleme von MIND ZONE mit der Befragung

Von seiten des MIND ZONE-Teams wurde generell die Kritik geäußert, daß die Anwesenheit der Interviewer Aufmerksamkeit der Veranstaltungsbesucher von MIND ZONE abgezogen hat. Der Umstand, daß die InterviewerInnen sich immer in Standnähe aufhielten, führte des öfteren zu Spannungen zwischen dem MIND ZONE-Team und den InterviewerInnen. Aufgrund der Methodik der Stichprobenziehung war es jedoch unumgänglich, daß sich die InterviewerInnen an diesem Ort plazieren mußten, um die Wahrscheinlichkeit jemanden, der MIND ZONE kennt und auch Fragen dazu beantworten kann, hoch zu halten. Die Probleme ließen sich in der Regel vor Ort durch ein Gespräch mit dem Interviewerbetreuer klären.

5.6 Datenschutz

Die Anonymität der Interviewten ist absolut gewährleistet. Der Fragebogen enthält keinen Namen und keine Adresse des Interviewten. Unmittelbar nach der Durchführung jedes einzelnen Interviews wurde der Fragebogen von den Interviewern an den auf jeder Veranstaltung anwesenden Interviewerbetreuer ausgehändigt. Damit war gewährleistet, daß keiner der Interviewer einen ausgefüllten Fragebogen bei sich tragen und eventuell mit nach Hause nehmen konnte. Der Interviewerbetreuer hatte dafür zu sorgen, daß die Fragebogen umgehend den zuständigen Projektmitarbeitern des IFT ausgehändigt wurden. Die Bogen wurden zentral im IFT ausgewertet, sie verbleiben dort und werden auch nicht in Kopie weitergegeben. Ebenfalls werden keine Auszüge von personenbezogenen Daten an Dritte weitergegeben. Alle Angaben werden nur für Forschungszwecke zusammengefaßt ausgewertet. Die Namen der Veranstaltungsorte (Clubs etc.), an welchen die Interviews durchgeführt werden, werden - auch auf besonderen Wunsch der Veranstalter - vom IFT vertraulich gehalten und nicht publiziert. Das Vorgehen wurde durch den Datenschutzbeauftragten des IFT kontrolliert.

6. Ergebnisse der Evaluation

6.1 Bewertung der Konzeption

Die folgende Bewertung der Konzeption von MIND ZONE basiert auf der schriftlichen Konzeption und ergänzenden Angaben des Projektleiters R. Hallmaier. Hintergrund dieser Bewertung durch die Autoren ist die Kenntnis der wissenschaftlichen Literatur zur Prävention des Substanzmißbrauchs. Zusammenfassend wird die Konzeption als positiv und erfolgversprechend beurteilt.

Zielsetzung

Der Bedarf insbesondere für Drogenprävention in der Techno-Szene ist wie in Kapitel 1 dargelegt, unbedingt gegeben. Die Zahlen weisen auf hohe Konsumraten in der Techno-Population hin, auch speziell im Münchner Raum (Schuster & Wittchen, 1997). Die generelle Zielsetzung in dieser Szene präventiv tätig zu werden, wird daher als wichtig eingeschätzt.

Spezielle Zielsetzung

Eine Einschätzung des Präventionsansatzes, der sich als primärpräventiv und abstinenzorientiert versteht, wird erschwert, da es bisher wenig vergleichbare Präventionsprojekte gibt, die sich speziell an Drogen- bzw. Ecstasy-Konsumenten in der Techno-Szene wenden. Zu erwähnen ist hier hauptsächlich ein EU-Modellprojekt zur Ecstasyprävention unter besonderer Berücksichtigung eines peer-educativen und geschlechtsspezifischen Ansatzes, das in den drei europäischen Städten Amsterdam, Manchester und Hamburg durchgeführt wird. Dieser Ansatz unterscheidet sich jedoch von dem von MIND ZONE. Die Konzeption von MIND ZONE zeigt, daß hier in erster Linie primärpräventiv gearbeitet werden soll, wohingegen die anderen Projekte Sekundärprävention betreiben. Während MIND ZONE abstinenzorientiert arbeitet und die Botschaft vermitteln will, daß Techno und überhaupt das Leben ohne Drogen großen Spaß macht, wurde der Schwerpunkt bei dem EU-Projekt eher auf Risikominimierung im Sinne eines vorsichtigen Umgangs mit den Freizeitdrogen (z.B. kein Mischkonsum, keine hohen Dosierungen) gelegt. Gewarnt wird lediglich vor dem Konsum sehr harter Drogen wie Heroin und Crack. Einen ähnlichen Ansatz verfolgt die Organisation Eve & Rave, eine Initiative, die aus der Techno-Szene heraus entstanden ist und die hauptsächlich in Berlin und Hamburg tätig ist, wo sie eine hohe Akzeptanz genießt.

Die Zielsetzung von MIND ZONE ist daher aufgrund vorliegender Erkenntnisse nicht zu beurteilen. Sie entspricht jedoch einem primärpräventiven Vorgehen, welches als sinnvoll erachtet wird, wenn die entsprechende Zielgruppe erreicht wird und die Präventionsmaßnahme akzeptiert wird.

Zielgruppen

Auch in der Definition der Zielgruppen unterscheidet sich MIND ZONE von den oben genannten anderen Präventionsprojekten. Während diese ihre Hauptzielgruppe in den Konsumenten mit moderaten Konsummustern im Alter von 17-25 sehen, benennt MIND ZONE als Hauptzielgruppe diejenigen, die noch keine Drogen konsumiert haben und/oder schwankend in ihrer Entscheidung sind, doch Drogen zu nehmen. Auch setzen sie die Altersgrenze ihrer Zielgruppe mit 15 Jahren etwas tiefer an. Diese Ausweitung der Zielgruppe wird als richtig angesehen, da eine Vielzahl wissenschaftlicher Untersuchungen gezeigt hat, daß Primärprävention so früh als möglich einsetzen soll (Künzel-Böhmer, Bühringer, Janik-Konecny, 1993). Für ein Präventionsprojekt in der Techno-Szene bedeutet dies, daß sogar noch jün-

gere Personen angesprochen werden können, da die jüngsten Besucher auf Techno-Veranstaltungen 14 Jahre alt sind.

Strategien

Mit den beiden Hauptstrategien „Ansprechen der Zielgruppe direkt auf den Techno-Events“ und Einsatz der Peer-to-Peer-Methode befindet sich MIND ZONE im vorherrschenden Trend der Präventionsansätze. Die Zielgruppe dort anzusprechen, wo sie sich in großer Zahl aufhält, ist in Bezug auf die Techno-Szene quasi eine Notwendigkeit, da diese Population nur auf den Veranstaltungen greifbar ist. In zahlreichen Studien konnte gezeigt werden, daß der Einsatz von Gleichaltrigen oft zu besseren Ergebnissen in der Prävention führt, als wenn Fachleute die Maßnahmen durchführen (Künzel-Böhmer, Bühringer & Janik-Konecny, 1993). Die Glaubwürdigkeit bei der Zielgruppe ist für den Erfolg der Intervention ein entscheidender Faktor.

Maßnahmen

In der Wahl der Maßnahmen geht MIND ZONE einen sehr ähnlichen Weg wie die anderen oben genannten Projekte zur Ecstasy-Prävention. Präsenz auf den Veranstaltungen mit Informations-Stand und Mitarbeitern, die Info-Material verteilen und für Gespräche und Fragen zur Verfügung stehen, ist eine verbreitete Strategie, die sich in diesem Setting anbietet. Dadurch soll das Image von MIND ZONE, Spaß haben ohne Drogen, aufgebaut werden. Der Erfolg dieser Maßnahme ist zunächst abhängig von der Erreichung der Zielgruppe.

6.2 Beschreibung der Stichprobe

6.2.1 Soziodemographische Merkmale

Von den 252 Befragten sind 158 (62,7%) Männer und 94 (37,3%) Frauen.

39,7% der Probanden sind unter 18 Jahre alt. Bei diesen Befragten handelt es sich fast ausschließlich um Besucher der Nachmittagsveranstaltungen, die in der Regel ein Publikum bis 18 haben, da die Abendveranstaltungen nur für Gäste über 18 Jahre zugelassen sind. Es werden strenge Alterskontrollen an den Eingängen durchgeführt.

Tabelle 1: Altersverteilung (N=252)

Alter	Frequenz	Prozent
Bis 17 Jahre	100	39,7
Ab 18 Jahre	152	60,3

Abbildung 1: Altersverteilung (N=252)

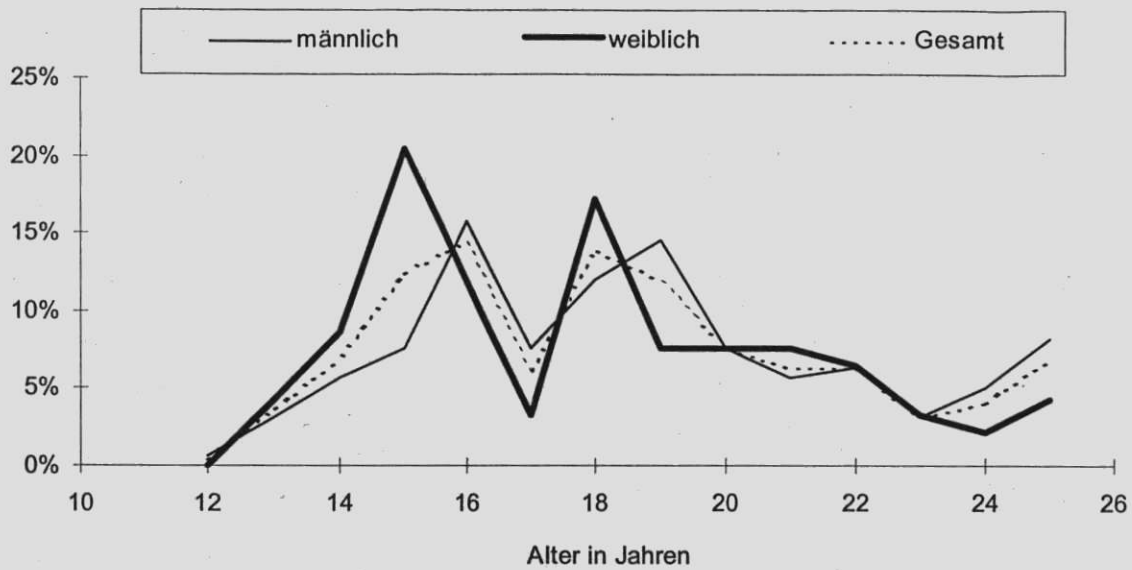


Tabelle 2: Altersverteilung nach Altersgruppen und Geschlecht (N=252)

Altersgruppen	n	%	Frauen		Männer	
			n	%	n	%
Bis 15 Jahre	49	19,5	27	29,0	22	13,9
16-17 Jahre	51	20,3	14	15,1	37	23,4
18-20 Jahre	85	33,5	30	32,3	54	34,2
Über 21 Jahre	67	26,7	22	23,7	45	28,5

Bei den unter 18-Jährigen überwiegen die 15- und 16-Jährigen bei den 18-Jährigen und Älteren die 18- und 19-Jährigen. Es fällt auf, daß die Frauen in der Stichprobe insgesamt jünger als die Männer sind.

82% der Teilnehmer sind deutsche Staatsbürger. Von den ausländischen Staatsangehörigen sind am häufigsten Bürger aus den Staaten des ehemaligen Jugoslawiens (4%), aus der Türkei (3,6%) und Österreich (3,6%) vertreten.

Tabelle 3: Verteilung der Nationalität der Befragten (N=252)

Nationalität	Frequenz	Prozent
Deutsch	206	81,7
Ehem. Jugoslawien	10	4,0
Türkisch	9	3,6
Italienisch	6	2,4
Griechisch	3	1,2
Andere Staaten	18	7,1

58% der Befragten haben die Schule abgeschlossen, 37% mit mittlerer Reife oder Abitur und 21% mit dem Hauptschulabschluß. Der hohe Anteil an unter 18-jährigen an der Stichprobe erklärt, daß gut ein Drittel der Befragten zum Erhebungszeitpunkt noch keinen Schulabschluß hat.

Tabelle 4: Verteilung des höchsten erreichten Schulabschlusses (N=252)

Schulbildung	Frequenz	Prozent
Hauptschule ohne Abschluß	8	3,2
Hauptschulabschluß	52	20,6
Realschule / Gymnasium ohne Abschluß	13	5,2
Mittlere Reife	46	18,3
Abitur / Fachabitur	46	18,3
Bisher noch keinen Abschluß	87	34,8
Gesamt	252	100,4

Das überwiegend niedrige Alter der Befragten drückt sich auch im hohen Prozentsatz (73%) derjenigen aus, die sich noch in einer Ausbildung sei es Schule, Studium, Lehre oder sonstiges befinden.

Tabelle 5: Verteilung der derzeitigen schulischen/beruflichen Situation (n=250)

Ausbildung/Beruf	Frequenz	Prozent
Schüler/in	87	34,8
Student/in	22	8,8
In Lehre / Ausbildung	73	29,2
Erwerbstätig	60	24,0
Erwerbslos	3	1,2
Sonstiges	5	2,0
Gesamt	250	100

Ebenfalls durch das Alter der Untersuchungsteilnehmer erklärbar ist die Tatsache, daß beinahe drei Viertel von ihnen noch zu Hause bei den Eltern wohnen.

Tabelle 6: Verteilung der aktuellen Wohnsituation (N=252)

Wohnsituation	Frequenz	Prozent
Bei den Eltern	187	74,2
Allein in eigener Wohnung	47	18,7
Sonstiges	18	7,1
Gesamt	252	100,0

6.2.2 Erfahrung mit Drogen

Mit insgesamt 27,8% ist der Anteil derjenigen, die noch keinerlei Erfahrungen mit dem Konsum von illegalen Drogen haben, gering. Demgegenüber stehen 72%, die im Laufe ihres Lebens schon illegale Drogen zu sich genommen haben, 64%, die dies innerhalb der letzten 12 Monate getan haben und 48% aktuelle Konsumenten, die innerhalb der letzten 30 Tage illegale Substanzen konsumiert haben.

Tabelle 7: Verteilung der Drogenerfahrung (N=252)

	Personen mit Drogenerfahrung (illegale Drogen)			ohne Drogenerfahrung
	Lifetime	12 Mon.	30 Tage	
Gesamt	72,2	64,1	48,2	27,8

Daß die Drogenunerfahrenen hauptsächlich in den jüngeren Altersgruppen zu finden sind, zeigt der Wert von 41% Drogenunerfahrenen in der Altersgruppe der unter 16-Jährigen, der ein Wert von nur 13% bei den über 20-Jährigen gegenübersteht. Auffallend ist dennoch, daß bereits 59% der unter 16-Jährigen Erfahrungen mit dem Konsum von illegalen Drogen gemacht haben.

Tabelle 8: Verteilung der Drogenerfahrung/Altersgruppen (N=252)

Alter	mit Drogenerfahrung (illegale Drogen)			ohne Drogenerfahrung
	Lifetime	12 Monate	30 Tage	
< 16	59,2	59,2	36,7	40,8
16 - 17	62,7	52,9	37,3	37,3
18 - 20	75,0	69,0	56,0	25,0
>20	86,6	70,1	55,2	13,4
Gesamt	72,2	64,1	48,2	27,8

Der Prozentsatz der Frauen, die keine Erfahrungen mit illegalen Drogen haben, liegt mit 36% deutlich über dem der Männer mit 22,8%.

Tabelle 9: Verteilung der Drogenerfahrung/Geschlecht (N=252)

Geschlecht	mit Drogenerfahrung (illegale Drogen)			ohne Drogener- fahrung
	Lifetime	12 Monate	30 Tage	
Männer	77,2	67,7	53,8	22,8
Frauen	63,8	46,8	32,3	36,2
Gesamt	72,2	64,1	48,2	27,8

Tabelle 10 zeigt deutlich, daß die Befragten eine sehr umfangreiche Drogenerfahrung haben. Besonders auffallend sind die hohen Prävalenzraten bei den legalen Drogen Alkohol (95% 12-Monatsprävalenz) und Nikotin (82% 12-Monats-Prävalenz). Von den illegalen Substanzen ist Cannabis diejenige, mit der die Untersuchungsteilnehmer mit Abstand am meisten Erfahrung haben (61% Lifetime- und 52% 12-Monats-Prävalenz). Man kann feststellen, daß mit Ausnahme der Opiate, die eine eher unbedeutende Rolle im Konsum spielen, alle illegalen Drogen ausgesprochen hohe Prävalenzraten aufweisen. Insbesondere die antriebssteigernden, stimulierenden Drogen wie Amphetamine, Ecstasy, Speed und Kokain werden sehr häufig konsumiert, aber auch bei Halluzinogenen wie LSD liegt eine sehr große Erfahrung vor.

Tabelle 10: Drogenkonsum (legal und illegal): Prävalenzdaten (N=252)

	Lifetime	12-Monate	30 Tage
Alkohol	99,2	95,3	90,1
Tabak	88,9	81,8	75,8
Cannabis	61,0	51,6	35,7
Amphetamine	40,1	34,5	22,6
Ecstasy	37,7	32,6	16,7
Speed	25,8	21,8	10,3
LSD	25,5	19,4	7,9
Kokain	21,9	14,2	6,3
Beruhigungsmittel	10,2	6,0	1,6
Schlafmittel	7,4	3,2	1,2
Opiate	4,4	1,2	0,4

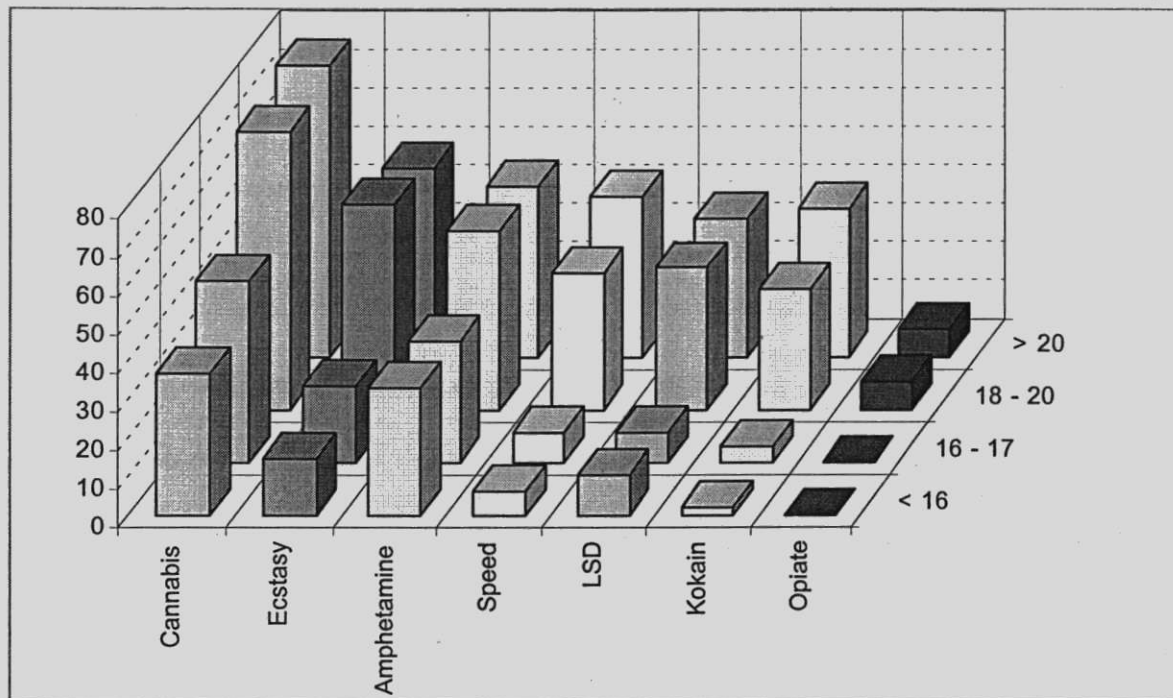
Betrachtet man die Prävalenzen in den einzelnen Altersgruppen so fällt auf, daß schon bei den sehr jungen Befragten (unter 16 bis 17 Jahre) bei den legalen Substanzen eine sehr

hohe Konsumerfahrung vorliegt, die sich nicht von der in den höheren Altersgruppen unterscheidet. Bei allen anderen Substanzen - mit Ausnahme der Beruhigungsmittel - hier sind die Lifetime-Prävalenz-Werte sogar etwas höher als in der höchsten Altersgruppe der über 20-Jährigen - liegen die Werte doch deutlich niedriger. Ein quantitativer Sprung läßt sich zwischen den Altersgruppen 16-17 und 18-20 Jahre ablesen. Hier sind zumeist erhebliche Zunahmen in den Prävalenzwerten zu verzeichnen (z.B. bei Ecstasy von 20% auf 54% oder bei Speed von 8% auf 36%).

Tabelle 11: Verteilung der Lifetime-Prävalenz/Altersgruppen (N=252)

	< 16	16 - 17	18 - 20	> 20	Gesamt
Alkohol	100,0	98,0	100,0	98,5	99,2
Tabak	85,7	86,3	94,0	88,1	88,9
Cannabis	36,7	47,1	72,3	76,1	61,0
Amphetamine	32,7	31,4	46,4	44,8	40,1
Ecstasy	14,3	19,6	53,6	49,3	37,7
Speed	6,1	7,8	35,7	41,8	25,8
LSD	10,2	7,8	36,9	36,4	25,5
Kokain	2,0	3,9	31,3	38,8	21,9
Beruhigungsmittel	10,4	10,4	13,3	5,7	10,2
Schlafmittel	4,3	8,3	8,9	8,6	7,4
Opiate	0	0	7,1	7,5	4,4
Gesamt	19,5	20,3	33,5	26,7	100

Abbildung 2: Verteilung der Lifetime-Prävalenzen/Altersgruppen (N=252)



Die Verteilung der Lifetime-Prävalenzen bei Männern und Frauen zeigt, daß die Frauen bei den legalen Drogen und den Medikamenten sehr ähnliche Werte wie die Männer aufweisen. Bei den illegalen Drogen liegen sie zum Teil aber erheblich darunter. Ähnliche Werte liegen nur bei der Erfahrung mit dem Konsum von Ecstasy vor.

Tabelle 12: Verteilung der Lifetime-Prävalenz/Geschlecht (N=252)

	Männer	Frauen	Gesamt
Alkohol	99,4	98,9	99,2
Tabak	88,0	90,4	88,9
Cannabis	67,1	50,5	61,0
Amphetamine	46,2	29,8	40,1
Ecstasy	39,9	34,0	37,7
Speed	30,4	18,1	25,8
LSD	28,7	20,2	25,5
Kokain	26,8	13,8	21,9
Beruhigungsmittel	10,0	10,4	10,2
Schlafmittel	8,3	6,0	7,4
Opiate	5,7	2,1	4,4

6.2.3 Erfahrung mit Ecstasy

Bedingt durch die Schwerpunktsetzung von MIND ZONE auf Ecstasy, wird im folgenden die Gruppe der Ecstasy-Erfahrenen hinsichtlich ihrer Konsumgewohnheiten und Informiertheit über Ecstasy beschrieben.

Konsumgewohnheiten der Ecstasy-Konsumenten

37,7% (n=95) der Befragten haben im Verlauf ihres Lebens und 32,6% (n=82) innerhalb der letzten 12 Monate Erfahrungen mit dem Konsum von Ecstasy gemacht. Von letzteren - nachfolgend als aktuelle Ecstasy-Konsumenten bezeichnet - beschreiben 31% die Häufigkeit ihrer Ecstasy-Einnahme als eher regelmäßig bis sehr regelmäßig, 69% als eher unregelmäßig bis sehr unregelmäßig (Tabelle 13). Im Verlauf einer Techno-Veranstaltung werden von der Mehrzahl der Ecstasy-Gebraucher (84,2%) im Durchschnitt bis zu zwei Pillen konsumiert (Tabelle 14).

Tabelle 13: Häufigkeit des Ecstasy-Konsums (n=95)

Einahmefrequenz	Aktuelle Ecstasy-Konsumenten*
Sehr unregelmäßig	28,8
Eher unregelmäßig	40,0
Eher regelmäßig	27,5
Sehr regelmäßig	3,8

* 12 Monats Prävalenz
37,7% der Gesamtstichprobe

Tabelle 14: Durchschnittliche Anzahl konsumierter Ecstasy-Pillen pro Veranstaltung (n=95)

Durchschnittliche Anzahl Pillen	Aktuelle Ecstasy-Konsumenten*
Bis eine	47,6
1,5 - 2	36,6
2,5 - 4	12,3
mehr	3,6

* 12 Monats Prävalenz
37,7% der Gesamtstichprobe

Auch an dieser Stichprobe kann man, wie schon in anderen Untersuchungen, sehen, daß es den reinen Ecstasy-Konsumenten eigentlich nicht gibt. Ecstasy-Gebraucher scheinen vielmehr in besonderem Maße weitere Drogen zu konsumieren. So liegt die Lebenszeitprävalenz von Cannabis-, Amphetamin-, Speed-, LSD-, Kokain- und auch Opiatenkonsum der Ecstasy-Gebraucher weitaus höher als bei Personen, die zwar illegale Drogen aber kein Ecstasy einnehmen (Tabelle 15).

Tabelle 15: Konsum weiterer Drogen (Lifetime-Prävalenz)

Droge	Gesamt (N=252)	Konsumenten ohne Ecstasy-Konsum (n=87)	Ecstasy-Konsumenten (Lifetime; n=95)	aktuelle Ecstasy-Konsumenten (letzte 12 Monate; n=82)
Cannabis	61,0	42,7	91,5	92,6
Amphetamine	40,1	24,2	66,3	64,6
Ecstasy	37,7	0,0	100,0	100,0
Speed	25,8	1,3	66,3	64,6
LSD	25,5	7,0	63,8	66,7
Kokain	21,9	0,6	46,8	46,9
Heroin / and. Opiate	4,4	0,6	10,5	8,5

75% der Ecstasy-Konsumenten geben an, auf Techno-Veranstaltungen gleichzeitig bzw. im Zusammenhang mit Ecstasy noch weitere Drogen zu konsumieren. In den meisten Fällen handelt es sich dabei um Cannabis und Speed oder um eine Kombination der beiden Drogen. Bei allen weiteren Kombinationen ist in fast allen Fällen Cannabis ein Bestandteil.

Informiertheit über Ecstasy

Als gut bis sehr gut informiert über Ecstasy schätzen sich 85% der aktuellen Ecstasy-Konsumenten ein. Diese Einschätzung in Bezug auf die eigene Person teilen 76% derjenigen mit ihnen, die kein Ecstasy gebrauchen (Tabelle 16).

Tabelle 16: Informiertheit über Ecstasy - Selbsteinschätzung

Informiertheit über Ecstasy	Gesamt (N=252)	Konsumenten ohne Ecstasy-Konsum (n=87)	Aktuelle Ecstasy-Konsumenten (n=82)
Gar nicht	3,6	4,5	2,4
Sehr schlecht	1,6	1,9	1,2
Eher schlecht	14,9	18,1	11,0
Eher gut	51,8	52,9	53,7
Sehr gut	28,1	22,6	31,7

Auffallend ist, daß die Nicht-Konsumenten die Gefährlichkeit von Ecstasy höher einschätzen als die Konsumenten. Während die Hälfte der Nichtkonsumenten Ecstasy als sehr gefährlich einstuft, teilen diese Einschätzung nur 18% der Konsumenten mit ihnen. Allerdings schätzen doch 74% der Konsumenten die Gefährlichkeit von Ecstasy hoch bzw. sehr hoch ein. Sehr geringe bis geringe Gefahren sehen nur 8% der Nichtkonsumenten von Ecstasy, während davon 26% der Konsumenten überzeugt sind (Tabelle 17).

Tabelle 17: Einschätzung der Gefährlichkeit von Ecstasy

Einschätzung der Gefährlichkeit von Ecstasy	Gesamt (N=252)	Konsumenten ohne Ecstasy-Konsum (n=87)	Aktuelle Ecstasy-Konsumenten (n=82)
Sehr gering	0,8	0,7	1,3
Gering	13,1	6,6	25,0
Hoch	46,1	42,1	56,3
Sehr hoch	40,0	50,7	17,5

6.2.4 Einteilung der Untersuchungsstichprobe

Wie in Kapitel 3.3 beschrieben, hat MIND ZONE in seiner Konzeption verschiedene Zielgruppen definiert. Hauptzielgruppe sind die Nichtkonsumenten, weitere Zielgruppen sind in Bezug auf den Drogenkonsum noch unsichere Personen und zuletzt diejenigen, die bereits Drogen konsumieren. In Anlehnung an diese Einteilung wurde für die Evaluation die Untersuchungsstichprobe in folgende Untergruppen aufgeteilt: (1.) sichere Nichtkonsumenten, (2.) unsichere Nichtkonsumenten, (3.) unsichere Konsumenten und (4.) sichere Konsumenten. Die Gruppen 1 bis 3 können als Zielgruppen für die Primärprävention bezeichnet werden. Gruppe 4 ist bereits eine Zielgruppe für sekundärpräventive Maßnahmen.

Als Zuordnungskriterien für die einzelnen Gruppen wurden die Variablen „Konsum von illegalen Drogen“ und „Vorstellbarkeit des Konsums von illegalen Drogen“ gewählt:

Für die einzelnen Gruppen gelten demnach folgende Zuordnungskriterien:

1. Sichere Nichtkonsumenten:
 - kein Konsum illegaler Drogen innerhalb der letzten 12 Monate
 - Ablehnung des Konsums bei allen Substanzen („Sollte man auf keinen Fall nehmen“)
2. Unsichere Nichtkonsumenten
 - kein Konsum illegaler Drogen innerhalb der letzten 12 Monate
 - keine Ablehnung des Konsums von mindestens einer Substanz („Kann man probieren“ = Probierbereitschaft)
3. Unsichere Konsumenten
 - Konsum von 1 - 6 illegalen Drogen innerhalb der letzten 12 Monate
 - Anzahl der illegalen Drogen, deren Konsum von dem jeweiligen Befragten eher abgelehnt wird, ist größer als die Anzahl der von ihm tatsächlich konsumierten Drogen
4. Sichere Konsumenten
 - Konsum von 1 - 6 illegalen Substanzen innerhalb der letzten 12 Monate
 - Anzahl der illegalen Drogen, deren Konsum von dem jeweiligen Befragten eher abgelehnt wird, ist kleiner, als die Anzahl der tatsächlich von ihm konsumierten illegalen Drogen

Die nachfolgende Tabelle (Tabelle 18) zeigt die Verteilung der Befragten auf die einzelnen Untersuchungsgruppen. Sie zeigt aber auch ein erstes Evaluationsergebnis. Es wird darin die Frage nach der Erreichung der Zielgruppen durch die Aktivitäten von MIND ZONE beantwortet. Da die Untersuchungsstichprobe nur aus Personen besteht, die MIND ZONE

kennen, zeigt die Tatsache, daß 66% der Befragten den Zielgruppen 1 bis 3 und damit auch den vorrangigen Zielgruppen von MIND ZONE angehören, daß es MIND ZONE gelungen ist, in relativ hohem Maße die avisierten Zielgruppen für sich zu interessieren.

Tabelle 18: Einteilung der Untersuchungsstichprobe nach Zielgruppen (n=249)

Zielgruppen für Primärprävention (1-3)			Zielgruppe für Sekundärprävention (4)
Sichere Nicht-konsumenten	Unsichere Nicht-konsumenten	Unsichere Konsumenten	Sichere Konsumenten
51	40	73	85
20,5%	16,1%	29,3%	34,1%
Gesamt:		65,9%	34,1%

Die eigentliche Hauptzielgruppe von MIND ZONE, Nichtkonsumenten, hat in der Stichprobe einen Anteil von 36,6%. Die Konsumenten überwiegen deutlich. Trotzdem kann man gemäß der Untergruppeneinteilung noch 45,9% der Konsumenten zu den Personen zählen, die für primärpräventive Interventionen geeignet sind. Somit bestehen ca. 2/3 der Stichprobe aus Personen, auf die die Maßnahmen und Materialien von MIND ZONE in erster Linie zugeschnitten sind (Tabelle 18).

Tabelle 19: Geschlechtsverteilung in den Untergruppen (n=249)

Geschlecht	Zielgruppen 1-3			Zielgruppe 4
	Sichere Nicht-konsumenten	Unsichere Nicht-konsumenten	Unsichere Konsumenten	Sichere Konsumenten
Männer	18,7	14,2	32,3	34,8
Frauen	23,4	19,1	24,5	33,0

Bei der Verteilung der Geschlechter in den vier Untersuchungsgruppen zeigt sich, daß sich unter den Frauen ein etwas höherer Anteil in den Nichtkonsumenten-Gruppen befindet, sichere Konsumenten jedoch in beiden Gruppen gleichermaßen anzutreffen sind (Tabelle 19).

Tabelle 20: Verteilung der Untergruppen/Altersgruppen (n=249)

Alter	Zielgruppen 1-3			Zielgruppe 4
	Sichere Nicht-konsumenten	Unsichere Nicht-konsumenten	Unsichere Konsumenten	Sichere Konsumenten
< 16	32,7	8,2	28,6	30,6
16 - 17	31,4	15,7	27,5	25,5
18 - 20	14,5	16,9	32,5	36,1
>20	9,2	21,5	27,7	41,5

Tabelle 20 verdeutlicht, daß die älteren Befragten in zunehmendem Maße für primärpräventive Interventionen nicht mehr erreichbar sind, da der Anteil der sicheren Konsumenten von 31% bei den unter 16-Jährigen auf 41,5% bei den über 20-Jährigen kontinuierlich ansteigt. Auffallend ist hierbei auch, daß mit 31% bereits ein hoher Prozentsatz der ganz jungen Befragten (unter 16 Jahre) zu den sicheren Konsumenten gezählt werden muß.

Um Aufschluß über die Verteilung derjenigen, die mehr oder weniger Techno-Szeneerfahrung haben, auf die vier Konsumentengruppen zu gewinnen, wurde der Index „Szeneerfahrung“ gebildet. Er basiert auf der Kombination der Antworten auf zwei Fragen zur Besuchshäufigkeit von Techno-Veranstaltungen innerhalb der letzten drei Monate und der Anzahl der bisher besuchten Techno-Veranstaltungen.

Tabelle 21: Verteilung der Untergruppen/Szeneerfahrung (n=249)

Szeneerfahrung	Zielgruppen 1 - 3			Zielgruppe 4
	Sichere Nicht-konsumenten	Unsichere Nicht-konsumenten	Unsichere Konsumenten	Sichere Konsumenten
hoch	13,6	13,6	33,0	39,8
mittel	19,7	12,7	33,8	33,8
gering	27,8	21,1	22,2	28,9

Es zeigt sich sehr deutlich, daß diejenigen, deren Szeneerfahrung als hoch oder mittel eingestuft werden konnte, in höherem Maße den beiden Konsumentengruppen angehören als diejenigen, deren Szeneerfahrung nur gering ist (Tabelle 21).

6.3 Ergebnisse der Evaluation

6.3.1 Bekanntheitsgrad

Bekanntheit von MIND ZONE allgemein

Der Bekanntheitsgrad von MIND ZONE in der Münchner Techno-Szene konnte mit dem Untersuchungsdesign der Teilstudie A nicht ermittelt werden. Diese Fragestellung wird durch die Ergebnisse aus Teilstudie B beantwortet.

Mehr als zwei Drittel der BefragungsteilnehmerInnen haben MIND ZONE erst auf der Veranstaltung auf der sie interviewt wurden, kennengelernt (Tabelle 22).

Tabelle 22: Seit wann kennst Du MIND ZONE? (N=252)

MIND ZONE bekannt:	
seit heute	68,5
Seit < 3 Monaten	23,8
Länger	7,7

Von denjenigen, die MIND ZONE bereits länger als seit dem Zeitpunkt der Befragung kennen, ist den meisten (86,4%) MIND ZONE von anderen Techno-Events bekannt. 14% haben indirekt durch Freunde/Bekannte oder durch die Presse davon erfahren (Tabelle 23).

Tabelle 23: Woher kennst Du MIND ZONE? (n=78)

MIND ZONE bekannt durch	(31,5)
Andere Raves	86,4
Freunde / Bekannte	11,1
Presse	2,5

Auf die offene Frage, was die Interviewpartner über MIND ZONE wissen, die allen, die MIND ZONE schon länger kennen, gestellt wurde, wurden insgesamt 64 Antworten gegeben. 25 Personen gaben an, daß es sich um eine Aktion zur Aufklärung über Drogen bzw. über Drogen und AIDS handelt. Insgesamt 12 waren der Ansicht, daß es sich um eine Aufklärungsaktion nur über AIDS oder über Sex und Drogen handelt. 13 der Antworten waren sehr ungenau und allgemein gehalten, 6 der Antworten waren definitiv falsch (z.B. „Anbieter von Techno-Kursen“).

Bekanntheit der MIND ZONE - Materialien

Von den auf den Veranstaltungen von MIND ZONE eingesetzten Materialien ist bei den InterviewteilnehmerInnen am bekanntesten der Info-Stand, was sicherlich dadurch mitbedingt ist, daß die Interviews in der Nähe des Standes durchgeführt wurden.

Am wenigsten bekannt ist das MIND ZONE - Video. Dies ist wohl darauf zurückzuführen, daß das Video aufgrund von mangelnden räumlichen Voraussetzungen nur auf drei der sechs Veranstaltungen gezeigt werden konnte.

Von den Flyern sind die beiden MIND ZONE Flyer „MIND ZONE; XTC“ und MIND ZONE Welcome mit 80% deutlich bekannter als die Broschüre „Safer Sex“ (AIDS-Flyer) mit 48%. Allerdings muß hierbei die Verteilungsintensität der Flyer mit beachtet werden: Während laut Angaben aus dem MIND ZONE-Zwischenberichten ca 10.000 Stück von den MIND ZONE - Flyern verteilt wurden, wurden die Broschüren „Safer Sex“ nur auf Nachfrage ausgegeben. Bei beiden Flyern ist die Tatsache bemerkenswert, daß sie laut Selbstausskunft der Befragten von über 40% der Empfänger nicht nur erhalten, sondern auch gelesen wurden.

Tabelle 24: Bekanntheit der einzelnen Materialien

Materialien	Gesamt (N=252)	Zielgruppen 1-3 (n= 164)	Zielgruppe 4 (n=85)
Stand	90,8	90,2	91,8
Package (davon hineingesehen)	88,3 (89,0)	88,3 (89,6)	88,2 (88,0)
Flyer (davon gelesen)	80,2 (48,0)	77,9 (45,7)	84,5 (52,1)
AIDS-Flyer (davon gelesen)	47,7 (41,5)	47,8 (41,0)	47,6 (42,5)
Video	29,6	31,7	25,4

Den höchsten Bekanntheitsgrad (88,3%) nach dem Info-Stand hat das Package mit den „drei Gummis“.

Der Bekanntheitsgrad der MIND ZONE - Materialien ist über alle Untersuchungsgruppen / Zielgruppen 1-4 hinweg sehr hoch. Hierbei ist auffällig, daß auch in der Gruppe der sicheren Konsumenten die Materialien in ähnlichen Umfang gekannt werden wie in den Zielgruppen 1-3.

Aus der Kenntnis der einzelnen Materialien - mit Ausnahme des Videos - wurde ein Index „MIND-ZONE“ Kenntnis gebildet mit den beiden Ausprägungen „geringe“ und „umfassende“ MIND ZONE - Kenntnis. Umfassende Kenntnis bedeutet demnach „mindestens drei von vier Materialien sind bekannt (Flyer wurden auch gelesen), „geringe Kenntnis“ bedeutet die Befragten kennen weniger als drei Materialien. Die MIND ZONE Kenner und Wenig-Kenner verteilen sich recht gleichmäßig auf die verschiedenen Gruppen und sind überall fast im Verhältnis 50:50 vertreten.

Die Unterteilungen der Untersuchungsgruppen in Kenner und Wenig-Kenner ist für einen Großteil der folgenden Fragestellungen relevant, da es für die Beurteilung verschiedener MIND ZONE Aktivitäten, Botschaften etc. einen Unterschied macht, ob die Befragten nur oberflächliche oder etwas tiefergehende Kenntnis darüber besitzen.

Tabelle 25: Verteilung der Kenntnisse über MIND ZONE Aktivitäten

	Gesamt (N=252)	Zielgruppen 1-3 (n=164)	Zielgruppe 4 (n=85)
Geringe MIND ZONE - Kenntnis	47,4	48,2	45,9
Umfassende MIND ZONE Kenntnis	52,6	51,6	54,1

6.3.2 Verständnis von MIND ZONE

Bei der Frage, ob von den InterviewteilnehmerInnen verstanden wird, was MIND ZONE bewirken will, hat sich die Evaluation auf die Frage nach dem Verständnis der Zielgruppen von MIND ZONE beschränkt. Es wurde auf weitere Fragen zu den Inhalten von MIND ZONE

verzichtet, da durch die Untersuchungssituation - Befragung im unmittelbaren Kontext der MIND ZONE-Aktivitäten - diese Fragen eventuell nicht ernst genommen worden wären.

Am häufigsten wird angenommen, daß MIND ZONE sich an alle Raver und auch speziell an junge Raver unter 18 Jahren richtet. Am wenigsten überzeugt davon ist man, daß Nichtdrogenkonsumenten erreicht werden sollen, allerdings glauben dies immerhin noch 65% der Befragten. Mit 67% glauben ebenfalls sehr viele der TeilnehmerInnen, daß sie selbst angesprochen werden sollen. Bei den Nennungen zu „Andere“ überwiegen die Kategorien „alle Leute“ und „alle Jugendliche“.

Bei der Einschätzung, an wen sich MIND ZONE richtet, scheint die Kenntnis von MIND ZONE in der Gruppe der sicheren Konsumenten (Zielgruppe 4) keine große Rolle zu spielen. Die Meinungen der MIND ZONE-Kenner und Nicht-Kenner weisen in den meisten Fällen ähnliche Werte auf. Dies stellt sich etwas unterschiedlich in den Zielgruppen 1-3 dar. Hier erkennen MIND ZONE - Kenner häufiger als MIND ZONE-Nicht-Kenner die vorgegebenen - Zielgruppen. Allerdings weisen die Kenner in den Zielgruppen 1 - 3 hier höhere Werte auf als die Kenner aus Zielgruppe 4.

Tabelle 26: Verständnis der Zielgruppen

Folgende Zielgruppen sollen erreicht werden:	Gesamt	Zielgruppen 1-3		Zielgruppe 4	
		MZ-Kenner	MZ-Nicht-kenner	MZ-Kenner	MZ-Nicht-kenner
Junge Raver < 18 Jahre	78,3	89,0	75,3	66,7	78,4
Raver, die Drogen insbesondere Ecstasy nehmen	70,8	80,2	66,7	66,7	64,1
Raver, die keine Drogen nehmen	65,1	75,0	63,2	59,5	55,6
Ich persönlich	67,2	77,4	62,2	57,8	68,4
Alle Raver	79,8	82,7	79,5	75,0	78,4
Andere	43,9	51,6	43,1	47,2	27,6

6.3.3 Akzeptanz von MIND ZONE

Die Akzeptanz von Präventionsaktivitäten auf Techno-Veranstaltungen, die mit der Frage „Was hältst Du von Aktionen auf Raves, die über Drogen, Gesundheitsrisiken etc. aufklären und Hilfe anbieten?“ erfaßt wurde, ist über alle Gruppen hinweg mit knapp unter bis knapp über 90% sehr hoch (Tabelle 27). Interessant wird diese Frage, im Zusammenhang mit den Ergebnissen aus Teilstudie B. Dort wird sie im Rahmen der repräsentativen Befragung der Besucher von Techno-Veranstaltungen gestellt und richtet sich daher nicht - wie bei dieser Befragung - nur an Personen, die Interesse an MIND ZONE haben und daher vielleicht zu einer Gruppe von Personen zählen könnten, die solchen Aktivitäten gegenüber überdurchschnittlich aufgeschlossenen sind.

Tabelle 27: Akzeptanz von Präventionsaktivitäten auf Techno-Veranstaltungen (allgemein)

Akzeptanz ist:	Gesamt (N=252)	Zielgruppen 1-3 (n=164)		Zielgruppe 4 (n=83)	
		MZ-Kenner	MZ-Nicht-kenner	MZ-Kenner	MZ-Nicht-kenner
Hoch	90,0	89,4	89,9	89,1	92,1
Mittel	9,6	9,4	10,1	10,9	7,9
Gering	0,4	1,2	0	0	0

Die Materialien von MIND ZONE werden durchwegs gut bewertet. Deutlich am besten beurteilt wird das Package mit über 90% der Befragten (in allen Gruppen), die es als „gut“ einstufen. Etwas schlechter bewertet werden das Video und der AIDS-Flyer. Allerdings muß man berücksichtigen, daß die Zahl derer, die die einzelnen Materialien bewerten - je nach Kenntnis der Materialien - variieren (siehe Tabelle 28). Die Beurteilung durch die Zielgruppen unterscheiden sich kaum, mit einer Ausnahme im Fall des Videos. Dieses wird deutlich schlechter von den sicheren Konsumenten eingestuft als von den restlichen Zielgruppen.

Tabelle 28: Beurteilung der MIND ZONE Materialien

Urteil Info-Stand	Gesamt (N=252)	Zielgruppen 1-3 (n=164)	Zielgruppe 4 (n=83)
Gut	67,5	68,2	64,9
Mittel	30,2	29,7	32,5
Schlecht	2,4	2,0	2,6

Urteil Video	Gesamt	Zielgruppen 1-3	Zielgruppe 4
Gut	58,4	70,6	35,7
Mittel	33,4	29,4	42,9
Schlecht	6,3	0,0	21,4

Urteil Flyer	Gesamt	Zielgruppen 1-3	Zielgruppe 4
Gut	74,1	74,4	73,2
Mittel	24,9	24,8	25,4
Schlecht	1,0	0,8	1,4

Urteil AIDS Flyer	Gesamt	Zielgruppe 1-3	Zielgruppe 4
Gut	59,0	58,4	59,0
Mittel	37,6	39,0	35,9
Schlecht	3,5	2,6	5,1

Urteil Package	Gesamt	Zielgruppen 1-3	Zielgruppe 4
Gut	93,2	94,2	91,4
Mittel	5,9	4,5	8,6
Schlecht	0,8	1,3	0,0

Auf die Frage, ob durch die ausgeteilten Flyer neue Informationen gewonnen worden sind, gibt ein für diese Frage recht hoher Prozentsatz der TeilnehmerInnen an (23% für die MIND ZONE Flyer und 18% für die AIDS-Broschüre), daß sie tatsächlich Neues erfahren haben. Diese Einschätzung teilen allerdings weniger sichere Konsumenten als Personen aus den restlichen Zielgruppen.

Tabelle 29: Informationsgewinn durch MIND ZONE Materialien

Materialien	Durch Material neue Informationen erhalten		
	Gesamt	Zielgruppen 1-3 (n = 164)	Zielgruppe 4 (n = 85)
Flyer	23,4	29,0	14,3
AIDS-Flyer	17,5	20,5	11,1

Die Einschätzung der tatsächlichen Erreichbarkeit der MIND ZONE Zielgruppen fällt insgesamt sehr zustimmend aus. In besonderem Maße glauben die Befragten, daß junge Raver sich von MIND ZONE angesprochen fühlen, diese Meinung ist über alle Gruppen hinweg einhellig. Einigkeit besteht auch darin, daß Raver, die schon Drogen konsumieren, wohl am wenigsten von den Präventionsaktivitäten erreicht werden können. Die Werte liegen jedoch immer über 50%, mit Ausnahme der Gruppe der sicheren Konsumenten, die MIND ZONE nicht so gut kennen, die sich hier selbst als Zielgruppe in nicht so hohem Maße angesprochen sehen. In den meisten Fällen zeigen sich sehr deutliche Unterschiede bei den Einschätzungen der MIND ZONE-Kenner und Nicht-Kenner. Die Einschätzungen der MIND ZONE-Kenner sind durchwegs zustimmender.

Ein sehr positives Ergebnis ist bei der Frage, ob sich die InterviewpartnerInnen persönlich von MIND ZONE erreicht fühlen, zu verzeichnen. Hier geben insgesamt 77% an, daß sie sich persönlich von MIND ZONE angesprochen sehen. Diese Einschätzung teilen wieder alle Gruppen. Auffallend ist, daß auch die Gruppe der sicheren Konsumenten, die sich als Zielgruppen in der Kategorie „Raver, die Drogen insbesondere Ecstasy nehmen“ als eher nicht so gut erreichbar sehen, sich trotzdem sehr von MIND ZONE angesprochen fühlt (88% MZ-Kenner; 77% MZ-Nicht-Kenner).

Tabelle 30: Einschätzung der tatsächlichen Erreichbarkeit der Zielgruppen

	Gesamt (N=252)	Zielgruppen 1-3 (n=164)		Zielgruppe 4 (n=85)	
		MZ-Kenner	MZ-Nicht- kenner	MZ-Kenner	MZ-Nicht- kenner
Zielgruppen fühlen sich angesprochen					
Junge Raver < 18 Jahre	84,9	93,1	82,4	82,1	74,2
Raver, die Drogen insbesondere Ecstasy nehmen	58,1	53,3	63,8	66,7	45,5
Raver, die keine Drogen nehmen	77,2	82,9	69,1	88,1	67,7
Ich persönlich	77,4	79,5	69,3	88,1	76,5
Alle Raver	60,2	54,8	61,8	66,7	58,6
Andere	57,8	50,0	68,8	66,7	42,9

Die hauptsächlichen Botschaften von MIND ZONE, die insbesondere durch die MIND ZONE Flyer verbreitet werden, sollten von den Befragten hinsichtlich ihrer Akzeptanz bewertet werden. In Tabelle 31 sind die diese Botschaften nur in verkürzter Form wiedergegeben, sie lauten in voller Länge:

- Es ist ok, kein Ecstasy zu nehmen.
- Drogen sind nicht das Wichtigste auf Raves, sondern Spaß, Ausgelassensein und friedliches Zusammensein.
- Ecstasy hat eine Menge unangenehmer bis gefährlicher Nebenwirkungen.
- Safer Sex sollte man auch im Überschwang der Gefühle nicht vergessen.

Auch hier zeigt sich eine über alle Gruppen hinweg bestehende große Akzeptanz der Botschaften. Es fällt auf, daß auch in der Gruppe der sicheren Konsumenten, die Zustimmung zu den Anti-Drogen-Botschaften sehr hoch ist. Etwas niedriger von den anderen Gruppen fällt die Zustimmung in Bezug auf die Gefährlichkeit von Ecstasy aus. Dies bestätigt ein Ergebnis aus Kapitel 6.2.3, in dem insbesondere Ecstasy-Konsumenten, die Gefährlichkeit der Droge als nicht so hoch eingeschätzt haben als diejenigen, die zwar illegale Drogen aber kein Ecstasy konsumieren.

Tabelle 31: Akzeptanz von MIND ZONE Botschaften

	Gesamt (N=252)	Zielgruppen 1-3 (n=164)		Zielgruppe 4 (n=85)	
		MZ-Kenner	MZ-Nicht- kenner	MZ-Kenner	MZ-Nicht- kenner
MIND ZONE Botschaften					
Es ist OK kein Ecstasy zu nehmen	96,8	98,8	98,7	89,1	97,4
Drogen sind nicht das Wichtigste	98,4	98,8	98,7	97,8	100,0
Ecstasy hat viele Nebenwirkungen	91,6	94,0	93,6	87,0	87,2
Safer Sex nicht vergessen	97,6	96,5	97,4	100,0	100,0

Die Einschätzung der Wirksamkeit von MIND ZONE fällt deutlich geringer aus als die bisherigen Akzeptanz-Werte (Tabelle 32). Gerade in Bezug auf konkrete Verhaltensänderungen, glaubt im Durchschnitt nur etwa jeder vierte daran, daß eine Änderung eintreten könnte. Allerdings mit zwei Ausnahmen: das vermehrte Nachdenken über Konsum von Drogen wird von fast 90% der Befragten als eine mögliche Konsequenz der Präventionsmaßnahme gesehen und die Verwendung von Kondomen, die ja bereits seit Jahren in verschiedenen Präventionskampagnen - vor allem der großen AIDS-Kampagne der BZgA, propagiert wird, wird als eine Verhaltenskonsequenz angesehen.

Die Einschätzung der Verhaltensänderungen in Bezug auf den Konsum von Drogen unterscheiden sich in den Zielgruppen 1 - 3 und der Zielgruppe 4 recht deutlich. Die Hauptbetroffenen von diesem Problem sehen weniger Chancen, daß MIND ZONE in ihrer Gruppe eine Änderung des Konsumverhaltens herbeiführen könnte.

Tabelle 32: Einschätzung der Wirksamkeit von MIND ZONE

MIND ZONE bewirkt, daß ...	Gesamt (N=252)	Zielgruppe 1-3 (n=164)		Zielgruppe 4 (n=83)	
		MZ-Kenner	MZ-Nicht- kenner	MZ-Kenner	MZ-Nicht- kenner
weniger Drogen genom- men werden	27,8	42,4	22,2	20,0	20,0
Drogen gar nicht erst ge- nommen werden	18,4	23,5	20,5	15,6	6,3
man über Drogenkonsum nachdenkt	88,5	91,7	89,5	90,9	75,7
man eher alkoholfreie Getränke auf Raves trinkt	27,2	32,5	28,2	28,3	11,4
man Gehörstöpsel ver- wendet	27,3	29,1	27,6	33,3	14,3
man eher Kondome be- nutzt	82,8	85,0	85,1	88,9	63,9

Besonders auffällig sind die positiven Einschätzungen der Wirksamkeit von MIND ZONE in der jüngeren Altersgruppe (bis 17 Jahre). Bei allen Wirksamkeitsbewertungen, ausgenommen die Verwendung der Gehörstöpsel, liegen sie deutlich über dem Gesamtwert und auch deutlich über der Bewertung durch die älteren Befragten (Tabelle 33).

Tabelle 33: Einschätzung der Wirksamkeit von MIND ZONE nach Alter (N=252)

MIND ZONE bewirkt, daß ...	bis 17 Jahre	ab 18 Jahre	Gesamt
weniger Drogen genommen werden	44,4	15,9	27,8
Drogen gar nicht erst genommen werden	26,0	13,1	18,4
man über Drogenkonsum nachdenkt	93,9	84,8	88,5
man eher alkoholfreie Getränke auf Raves trinkt	31,2	24,1	27,2
man Gehörstöpsel verwendet	20,6	32,1	27,3
man eher Kondome benutzt	89,6	78,7	82,8

6.3.4 Persönliche Relevanz von MIND ZONE

Da der überwiegende Teil der Stichprobe MIND ZONE erst zum Befragungszeitpunkt kennengelernt hat, konnten keine Fragen zu bereits eingetretenen Verhaltensänderungen gestellt werden. Die Frage nach der persönlichen Relevanz konnte daher nur anhand von Absichtserklärungen in Bezug auf den zukünftigen Umgang mit der von MIND ZONE angesprochenen Problematik geklärt werden.

Bereits in den Kapiteln 6.3.2 und 6.3.3 hat sich bei den Fragen nach den von MIND ZONE angestrebten Zielgruppen und deren Erreichbarkeit gezeigt, daß die Befragten sich in recht hohem Maße sowohl als Zielperson der MIND ZONE - Aktivitäten als auch als Personen, sehen, die auch von den Aktionen erreicht worden sind.

Wie konkret nun ihre Auseinandersetzung mit den Bereichen Drogenkonsum und Gesundheit in Zukunft aussehen wird, zeigen die Angaben in Tabelle 34. Ein sehr hoher Wert hat sich bei der Bereitschaft zum persönlichen Engagement bei MIND ZONE gezeigt, der besonders bei den MIND ZONE - Kennern in allen Zielgruppen höher liegt als bei den Nicht-Kennern.

Tabelle 34: Persönliche Relevanz

Durch Mind Zone ...	Gesamt (N=252)	Zielgruppen 1-3 (n=164)		Zielgruppe 4 (n=88)	
		MZ-Kenner	MZ-Nicht-kenner	MZ-Kenner	MZ-Nicht-kenner
beschäftige ich mich mehr mit dem Thema Sucht	33,5	43,5	26,9	32,6	23,1
achte ich mehr auf meine Gesundheit	29,8	41,2	24,1	30,4	15,4
beschaffe ich mehr Informationen über Drogen	33,7	43,5	29,1	34,8	20,5
diskutiere ich mehr über Drogenmißbrauch	49,8	56,5	48,0	50,0	38,5
ich mich bei MIND ZONE oder ähnlichen Aktionen engagiere	41,2	54,8	32,1	45,7	23,1

Eine deutlich höhere Bereitschaft zur Verhaltensänderung zeigen die jüngeren UntersuchungsteilnehmerInnen.

Tabelle 35: Persönliche Relevanz nach Alter (N=252)

Durch Mind Zone ...	bis 17 Jahre	ab 18 Jahre	Gesamt
beschäftige ich mich mehr mit dem Thema Sucht	41,4	27,8	33,5
achte ich mehr auf meine Gesundheit	33,0	27,2	29,8
beschaffe ich mehr Informationen über Drogen	43,0	27,2	33,7
diskutiere ich mehr über Drogenmißbrauch	57,0	44,4	49,8
engagiere ich mich bei MIND ZONE oder ähnlichen Aktionen	49,5	35,8	41,2

7. Diskussion der Ergebnisse

Im folgenden werden die in Kapitel 6 dargestellten Ergebnisse diskutiert. Die Präventionsmaßnahme MIND ZONE wird abschließend bewertet und Schlußfolgerungen für die Konzeption und Realisation von präventiven Maßnahmen in der Techno-Szene werden gezogen.

Konzeption von MIND ZONE

Die grundlegende Zielsetzung und Konzeption von MIND ZONE kann aufgrund des vorliegenden Wissens aus der wissenschaftlichen Literatur zur Prävention des Substanzmißbrauchs als angemessen und insgesamt positiv beurteilt werden.

MIND ZONE setzt sich jedoch sehr hohe, ehrgeizige Ziele, wie z.B. die „Etablierung eines gesundheitsfördernden Images“. Demgegenüber stehen vergleichsweise einfache Strategien und geringe personelle und finanzielle Ressourcen, mit denen dieser Anspruch verwirklicht werden soll. Es bleibt in der Konzeption und auch in der Arbeit von MIND ZONE undeutlich, wie dieser Anspruch durch die Aktivitäten von MIND ZONE, die in erster Linie in Informationsvermittlung durch Info-Material in Kombination mit persönlichen Gesprächen zwischen Gleichaltrigen bestehen, erreicht werden kann.

Während Ziele, Inhalte und Maßnahme recht konkret beschrieben werden, bleibt die Beschreibung der Zielgruppe bzw. die Zuordnung von Maßnahmen zur Zielgruppe unklar. Folglich wird auch unzureichend dargestellt, wie die präventiven Ziele in Bezug auf den Drogenkonsum erreicht werden sollen.

Die Ergebnisse der vorliegenden Evaluation, insbesondere die Erkenntnisse zur Zielgruppe sollten bei der Weiterentwicklung der Konzeption berücksichtigt werden.

Umsetzung der Konzeption

Die Umsetzung der Konzeption in Präventionsaktivitäten wurde mit den Konzepten Adherence, Fidelity und Reinvention erfaßt.

Adherence beschreibt, ob und mit welcher Häufigkeit und Intensität eine Maßnahme implementiert wurde und zieht einen Vergleich mit dem geplanten Vorgehen. In der Konzeption von MIND ZONE findet sich keine Angabe, mit welcher Häufigkeit und Intensität die Aktivitäten stattfinden sollten. Bei den gegebenen Unklarheiten zu Beginn des Projekts ist dies nachvollziehbar. Das Projektziel, die Ideen von MIND ZONE in der Szene zu etablieren, impliziert eine hohe Auftretenshäufigkeit von MIND ZONE. Während des dreimonatigen Zeitraums der Evaluation von Mitte September, Ende der Sommerpause, bis Mitte Dezember, Beginn einer Weihnachtspause, fanden zehn MIND ZONE Veranstaltungen statt, an denen der Stand auf einer Tanzveranstaltung aufgebaut und das Material verteilt wurde. Bei den gegebenen Ressourcen wird diese Umsetzung positiv bewertet. Für die zukünftige Projektarbeit sollten aufbauend auf den Erkenntnissen der ersten Projektphase und deren Evaluation konkrete Vorgaben gemacht werden.

Fidelity beschreibt, ob das Programm so wie geplant implementiert wurde, während Reinvention beschreibt, ob Programminhalte oder die Programmimplementation abweichen von den ursprünglichen Plänen, wobei unter Reinvention nur die bewußt und planmäßig herbeigeführten Änderungen, die die Akzeptanz und Effekte des Programms verbessern sollen, angegeben werden. Aufgrund der geringen Vorerfahrungen zur Prävention des Ecstasy-Konsums in der Raver-Szene war es in dieser Phase der Projektimplementation erforderlich, alle Erfahrungen aus der Umsetzung schnell auszuwerten und flexibel auf die gegebenen Situationen zu reagieren. Dieser Anforderung wurde durch das Team von MIND-ZONE nachgekommen. Die Flexibilität und der hohe Einsatz der Mitarbeiter von MIND ZONE war hier entscheidend.

In diesem Zusammenhang ist MIND ZONE ein sehr großer Erfolg bei seiner Arbeit „hinter den Kulissen“ zu bescheinigen, der den Weg für die Durchführung von Präventionsaktivitäten in der Raver-Szene vorbereitet hat.

Nutzung der Ressourcen

Mit vergleichsweise geringen finanziellen Mitteln, die in erster Linie für Materialien ausgegeben werden müssen, ist das Projekt auf den unentgeltlichen Einsatz der jugendlichen Helfer angewiesen. Es ist gelungen, eine Kontinuität in der Gruppe und deren Arbeit aufzubauen und aufrechtzuerhalten. Nach Aussagen der Projektverantwortlichen war diese Aufgabe mit beinahe ähnlich hohem Einsatz verbunden wie die Organisation und Durchführung der Präventionsaktionen selbst. Die sehr erfolgreiche Arbeit mit den ehrenamtlichen Projektmitarbeitern ist sicher in Zeiten knapper werdender finanzieller Ressourcen wegweisend für zukünftige Präventionsprojekte. Die Arbeit mit den Peers sollte ausführlich dokumentiert und publiziert werden, um anderen Projekten die Möglichkeit zu geben, von den Erfahrungen zu profitieren und ähnliche Strategien zu entwickeln.

Zielgruppe

Bei der Untersuchung der Zielgruppe wurde geprüft, ob die geplante Zielgruppe erreicht wurde. Gemäß der Zielsetzung von MIND ZONE sollten mit den Aktivitäten in erster Linie Nichtkonsumenten von Drogen erreicht werden. Wenn man unter Nicht-Konsumenten Personen versteht, die noch keine illegalen Drogen konsumiert haben, scheint diese Zielgruppe in der Population der Raver kaum erreichbar zu sein. Nur 28% aller Befragten haben keiner-

lei Drogenerfahrung und nur 36% aller Befragten haben in den letzten 12 Monaten keine illegalen Drogen konsumiert.

Eine differenzierte Betrachtung der Stichprobe hat jedoch gezeigt, daß trotzdem ein hoher Anteil an Personen von primärpräventiven Maßnahmen erreicht werden könnte. Eine mögliche Zielgruppe für primärpräventive Maßnahmen besteht demnach auch aus Personen, deren Drogenkonsum mehr als ein Jahr zurückliegt. Zusätzlich wurden auch Personen, die in den letzten 12-Monaten illegale Substanzen genommen haben, aber dem Konsum einzelner Drogen eher kritisch gegenüberstehen, mit in die Zielgruppe aufgenommen. Vier Zielgruppen - sichere Nichtkonsumenten, unsichere Nichtkonsumenten, unsichere Konsumenten und sichere Konsumenten - wurden unterschieden. Die ersten drei Untergruppen können als Zielgruppe für einen primärpräventiven Ansatz gelten und stellen somit die unmittelbare Zielgruppe dar. 66% der durch MIND ZONE erreichten Raver sind dieser primären Zielgruppe zuzuordnen.

Die Prävalenzraten des Konsums legaler und illegaler Drogen sind gemessen an den Prävalenzraten in der Allgemeinbevölkerung außerordentlich hoch. So liegen z.B. die Zahlen für den Tabakkonsum mit 94% bei den 18-20 Jährigen aus der Stichprobe weit über dem Bundesdurchschnitt, der für diese Altersgruppe bei 46% für Männer und 28% bei Frauen (Westdeutschland) liegt (Herbst, Kraus & Scherer, 1996). Bei den illegalen Drogen ist der Unterschied ähnlich stark ausgeprägt: die Lifetime-Prävalenz in der Altersgruppe 18-20 der Untersuchungsstichprobe beträgt für Cannabis 72%, während in der Allgemeinbevölkerung die entsprechende Altersgruppe eine Prävalenz von 23% aufweist. Es deutet sich in den Ergebnissen an, daß ein Zusammenhang zwischen Szeneerfahrung, daß heißt in erster Linie Häufigkeit der Besuche von Techno-Veranstaltungen, und der Zugehörigkeit zu den Drogenkonsumentengruppen besteht. Bei allen im Interview abgefragten Drogen, mit Ausnahme von Opiaten, liegen hohe Konsumerfahrungswerte bei den UntersuchungsteilnehmerInnen vor. Viele von ihnen konsumieren nicht nur eine Droge, sondern haben bereits mehrere Drogen konsumiert. Unter den Befragten, die im Verlauf der letzten 12 Monate Drogen genommen hatten, haben 23% zwei bis drei verschiedene Substanzen und 25% sogar vier oder mehr Substanzen in diesem Zeitraum zu sich genommen. Die auf Techno Veranstaltungen erreichbare Personengruppe muß daher als eine Hoch-Risiko-Gruppe angesehen werden.

Die Prävalenz des Ecstasy-Konsums liegt in der Untersuchungsgruppe, wie die der anderen Substanzen, ebenfalls weit über dem Bundesdurchschnitt. In der Bundes-Vergleichsgruppe der 18-20-Jährigen findet man eine Ecstasy-Lifetime-Prävalenz von 6,9%, während sie in der Untersuchungsstichprobe bei 54% liegt. Wie die Untersuchungsergebnisse weiter gezeigt haben, gibt es den reinen Ecstasykonsumenten nicht. Die Befragten weisen, wenn sie zu den Konsumenten gehören, in der Regel polytoxikomane Konsummuster auf. Gerade Ecstasy scheint vorzugsweise mit anderen Drogen kombiniert zu werden, um einerseits die Wirkung zu intensivieren oder zu verlängern (Rakete & Flüsmeier, 1996).

Die Ecstasy-Gebraucher der Untersuchungsgruppe sehen sich in der Mehrzahl als gut bis sehr gut informiert über die Auswirkungen des Ecstasy-Konsums. Ihre Einschätzung der Gefährlichkeit von Ecstasy weicht in der Bewertung „sehr hoch“ von der der Ecstasy-Nichtkonsumenten weit ab (51% zu 18%). Die Ecstasy-Konsumenten sehen sich offensichtlich als informierte Verbraucher, die wissen was sie tun, die Gefährlichkeit generell sehen, jedoch ohne sich persönlich in hohem Maße als gefährdet zu betrachten.

Durch die Evaluation konnte das Bild von der Personengruppe, die auf Raves erreicht werden können, genauer beschrieben werden. Dieses Bild wird bestätigt durch die zwei weiteren, von der BZgA in Auftrag gegebenen Studien zur Thematik Ecstasy. Diese Ergebnisse legen eine Modifikation der bestehenden Konzeption nahe. Die bisherige Beschränkung der MIND ZONE Informationsaktivitäten auf die einzelne Droge Ecstasy ist aufgrund der vorherrschenden Konsummuster in der Stichprobe nicht ausreichend. Es müssen Maßnahmen,

die sich auch auf andere Substanzen mit hohen Prävalenzraten in dieser Population beziehen, entwickelt werden.

Die Tatsache, daß die Ecstasy-Konsumenten aus der Untersuchungsstichprobe sich einerseits gut über die Droge und ihre Auswirkungen informiert fühlen, andererseits die Risiken, die mit einem Konsum verbunden sein könnten, als nicht sehr hoch einschätzen, kann interpretiert werden, daß eine Strategie mit Informationsvermittlung nicht ausreicht bzw. wenig geeignet ist, Verhaltensänderungen im Drogenkonsum herbeizuführen. Dies ist jedoch eine wesentliche Strategie von MIND ZONE. Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen sollte die Informationsstrategie von MIND ZONE angepaßt werden.

Exposure

Exposure beschreibt, ob und in welchem Umfang die Zielgruppe durch die Präventionsmaßnahme erreicht wurde. Kenntnis und Verständnis von MIND ZONE wurden erfragt. Der Anteil von über 50% an der Untersuchungsstichprobe, die als MIND ZONE-Kenner eingestuft werden konnten, zeigt, daß MIND ZONE Interesse an seiner Arbeit wecken konnte. Die Personen, die sich von MIND ZONE angesprochen fühlten, waren zum überwiegenden Teil auch bereit, sich eingehender mit MIND ZONE zu beschäftigen. Die Ergebnisse aus der Evaluation müssen allerdings unter der Beschränkung betrachtet werden, daß hier zum größten Teil Personen befragt wurden, die MIND ZONE sehr kurz und oberflächlich kennen, und die daher eher ihre spontanen Eindrücke zu MIND ZONE mitteilen. Insgesamt wurde sehr gut verstanden, an wen MIND ZONE sich richtet. Allerdings werden auch häufig die Drogenkonsumenten als Zielgruppe angesehen, was der Konzeption nicht entspricht.

Die Gruppe der unter 18-Jährigen scheint besonders gut durch MIND ZONE ansprechbar. Die Wirksamkeit und die persönliche Relevanz wird von diesen Jugendlichen am höchsten eingeschätzt. Erreicht werden sollten weiterhin eher jüngere Veranstaltungsbesucher, in der Konzeption sind die 15-22-Jährigen genannt. Aus Gesprächen mit den Projektverantwortlichen hat sich aber ergeben, daß man eher daran denkt, die unter 18-Jährigen in der Hauptsache anzusprechen, u.a. deshalb, weil man unter ihnen auch die geringeren Konsumentenquoten vermutet. Diese Annahme läßt sich aus den vorliegenden Zahlen nicht bestätigen. In der Stichprobe verfügen auch die jüngeren Befragten bereits über ein hohes Maß an Erfahrung (unter 16 Jahre: 59% Lifetime-Prävalenz und eine ebenso hohe 12-Monats-Prävalenz). Zusammengenommen ist aber die Gruppe der unter 18-Jährigen als eine vorrangige Zielgruppe anzusehen.

Die Evaluationsergebnisse weisen darauf hin, daß besonders die jüngeren Besucher der Techno-Veranstaltungen gut durch die Präventionsmaßnahmen erreichbar sind. Die gute Erreichbarkeit wird durch Beobachtungen der MIND ZONE Mitarbeiter bestätigt, die über einen außerordentlich hohen Andrang von Interessenten auf den Raving Afternoons (Veranstaltungen für Jugendliche unter 18 Jahren) berichten.

Qualität der Präventionsmaßnahme

Die Qualität einer Präventionsmaßnahme wurde in der vorliegenden Evaluation ermittelt über die erfragte Akzeptanz und persönliche Relevanz. Sowohl die Materialien als auch die Botschaften von MIND ZONE werden in der Regel positiv beurteilt. Besonders gut kommt das Package mit den drei Gummis an. Dieser „Aufreißer“ wird sehr positiv für die Qualität bewertet. Ein besonderer Erfolg von MIND ZONE ist, daß die Mehrzahl der Befragten, sich ganz persönlich von MIND ZONE angesprochen fühlt und nicht nur der Meinung ist, daß wohl andere Personen als sie selbst Zielgruppe des Präventionsprojekts sind.

Verhaltenseffekte

Die als hoch eingeschätzte Qualität der Maßnahme erlaubt jedoch keine Aussagen über Effekte auf das Verhalten der Zielgruppe. Die Frage, inwieweit MIND ZONE Änderungen beim Drogenkonsum herbeigeführt hat, war nicht Fragestellung dieser Evaluation und kann durch diese Evaluation nicht beantwortet werden. Diese Frage wäre nur mittels einer Outcome-Evaluation zu beantworten. Die vorliegende Untersuchung hat sich auf Fragestellungen der Prozessevaluation und der Bedarfsanalyse beschränkt. Da die im Rahmen der Prozessanalyse gewonnenen Ergebnisse bescheinigen, daß die Konzeption erfolgreich und qualitativ gut umgesetzt werden konnte, und da eine hohe Akzeptanz bei der erreichten Personengruppe erzielt wurde, sind die Voraussetzungen für eine effektive Präventionsmaßnahme geschaffen.

8. Literatur

Büro für Suchtprävention. (Hrsg.). (1997). *Europäisches Modellprojekt erarbeitet Ecstasy-Materialien*. Hamburg: Büro für Suchtprävention.

Bundeskriminalamt (1995,1994). *Rauschgiftjahresbericht 1994, 1993*. Wiesbaden: Bundeskriminalamt.

Gottschling, C., Vernier, R. & Wolfsgruber, A. (1996). Ecstasy. Wie gefährlich ist die „Glücksspiel“? *Focus 1996* (24), 68-76.

Gouzoulis-Mayfrank, E., Hermle, L., Kovar, K.-A. & Saß, H. (1996). Die Entaktogene „Ecstasy“ (MDMA); „Eve“ (MDE) und andere ringsubstituierte Methamphetaminderivate. Eine neue Stoffklasse unter den illegalen Designerdrogen? *Nervenarzt 67*, 369-380.

Green, R., Cross, A. J. & Goodwin, G. M. (1995). Review of the pharmacology and clinical pharmacology of 3,4-methylenedioxyamphetamin (MDMA or „Ecstasy“). *Psychopharmacology 119*, 247-260.

Herbst, K., Kraus, L & Scherer, K. (1996). *Repräsentativerhebung 1995. Schriftliche Befragung zum Gebrauch psychoaktiver Substanzen bei Erwachsenen in Deutschland*. München: IFT Institut für Therapieforschung.

Hermle, L., Spitzer, M., Borchardt, D., Kovar, K.-A. & Gouzoulis, E. (1993). Psychological Effects of MDE in Normal Subjects. Are Entactogens a New Class of Psychoactive Agents? *Neuropsychopharmacology 8* (2), 171-176.

Huber, F. (1997). Techno Droge(n). In H. Artmaier, R. Hitzler, F. Huber & M. Pfadenhauer (Hrsg.) *Techno zwischen Lokalkolorit und Universalstruktur. Dokumentation zum Workshop im Haus der Jugendarbeit in München am 24. und 25. Januar 1997* (S.71-77). München: Haus der Jugendarbeit

Hurrelmann, K. (1994). Die Ecstasy-Welle. Ein Symptom für den Trend von den betäubenden zu den aufputschenden Drogen? *Magazin für die Polizei 26*, 4-10.

Kröger, C. (1997). *Different kinds of evaluation. In EMCDDA-Monograph on Evaluation of preventive activities*.

Kuhlmann, T. (1996). Ecstasy, eine Designerdroge der Techno-Szene. *Psychiat. Prax. 23*, 266-269.

Künzel-Böhmer, J., Bühringer, G., Tauscher, M. & Walden, K. (1997). Repräsentative Befragung von Mitgliedern der Techno-Szene in Bayern - Teilstudie B. IFT Berichte Band Nr. 94, München: IFT Institut für Therapieforschung.

Künzel-Böhmer, J., Bühringer, G. & Janik-Konecny, T. (1993). *Expertise zur Primärprävention des Substanzmißbrauchs. Band 20 Schriftenreihe des Bundesministeriums für Gesundheit*. Baden-Baden: Nomos.

Rakete, G. & Flüsmeier, U. (1995). Ecstasy. Eine explorative Studie zum Konsum und Mißbrauch von Ecstasy. *Wiener Zeitschrift für Suchtforschung 18* (3), 3-15.

Rakete, G. & Flüsmeier, U. (1996a). Konsum und Mißbrauch von Ecstasy. Zusammenfassung der Ergebnisse einer explorativen Studie. *Sucht 42* (5), 358-361.

Rakete, G. & Flüsmeier, U. (1996b). *Konsum und Mißbrauch von Ecstasy. Empirische Studie zu den Mustern und psychosozialen Effekten des Ecstasykonsums. Abschlußbericht des Forschungsprojektes im Auftrag der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA). Durchgeführt von der Hamburgischen Landesstelle gegen die Suchtgefahren.* Hamburg: Hamburgischen Landesstelle gegen die Suchtgefahren.

Schuster, P. & Wittchen, U. (1997). Ecstasy und Halluzinogenegebrauch bei Jugendlichen. In H. Artmaier, R. Hitzler, F. Huber & M. Pfadenhauer (Hrsg.) *Techno zwischen Lokalkolorit und Universalstruktur. Dokumentation zum Workshop im Haus der Jugendarbeit in München am 24. und 25. Januar 1997* (S.79-91). München: Haus der Jugendarbeit.

Simon, R., Bühringer, G. & Wiblishauser, P.M. (1991). *Repräsentativerhebung 1990 zum Konsum und Mißbrauch von illegalen Drogen, alkoholischen Getränken, Medikamenten und Tabakwaren. Bericht Nr. 3: Grundausswertung für die alten und die neuen Bundesländer.* IFT-Berichte Bd. 62. München: IFT Institut für Therapieforchung

Simon, R., Tauscher, M. & Gessler, A. (1997). *Suchtbericht Deutschland 1997.* Hohengehren: Schneider.

Steele, T. D., McCann, U. D. & Ricaurte, G. A. (1994). 3,4-Methylenedioxyamphetamin (MDMA, „Ecstasy“): pharmacology and toxicology in animals and humans. *Addiction* 89, 539-551.

Vollenbrechtshausen, A. (1996). Partykinder und Technoschwule. In N. Saunders, *Ecstasy* (S. 307-318). Zürich: Verlag Ricco Bilger.

9. Anhang

1. Fragebogen zur Evaluation von MIND ZONE
2. Interviewer - Fragebogen

Fragebogen zur Evaluation von MIND ZONE

(IFT Institut für Therapieforschung, München)

- Interviewer:** → Auswahl der Interviewpartner für diese Befragung:
1. Logo von MIND ZONE vorlegen
 2. Frage: Kennst Du MIND ZONE?
bei Antwort: Ja → Gehe zu Schritt 3
Nein → kein Interview
 3. Frage: Wie alt bist Du?
Falls Altersangabe über 25 Jahre → kein Interview

Fragebogennr.:

Vielen Dank, daß Du Dich bereit erklärt hast, an der Befragung teilzunehmen. Es wäre schön, wenn Du die folgenden Fragen alle beantworten könntest, aber natürlich ist dies freiwillig und Du mußt nicht jede Frage beantworten.

Zuerst kommen nun kurz zwei Fragen zu Deiner Person und Fragen zu Deiner „Techno-Erfahrung“:

1. Geschlecht

- weiblich
- männlich

2. Wie alt bist Du?

..... Jahre

3. Wie häufig gehst Du in letzter Zeit (innerhalb der letzten drei Monate) in Technoclubs/zu Raves und anderen Techno-Events?

Interviewer: alle Antworten vorgeben!

- täglich/fast täglich
- etwa 3 bis 4mal wöchentlich
- etwa 1 bis 2 mal wöchentlich
- etwa 1 bis 3 mal pro Monat
- seltener als einmal pro Monat

4. An wievielen Tagen der letzten Woche hast Du Technoclubs/Technoveranstaltungen/ Technopartys besucht?

an 0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 Tagen

5. Auf wievielen Techno-Parties oder Raves warst Du in etwa schon?

Interviewer: alle Antworten vorgeben!

- bin heute zum 1. Mal
- bis 10 mal
- bis 50 mal
- häufiger

Jetzt kommen einige Fragen zu MIND ZONE:

Interviewer: Das Logo von MIND ZONE wieder vorlegen und liegenlassen bis Frage 29!

6. Seit wann kennst Du MIND ZONE?

seit → falls Antwort „seit heute“ → weiter mit Fr. 9!

7. Woher kennst Du MIND ZONE?

- Von anderen Raves
- Von Freunden/Bekannten
- Durch die Presse
- Sonstiges:

8. Was weißt Du über MIND ZONE?

Interviewer: keine Antworten vorgeben! Notieren, was dem Interviewpartner dazu einfällt.

Nun kommen einige Fragen zu den einzelnen Bestandteilen von MIND ZONE:

Interviewer: Frage 9 nur stellen, wenn Person nicht am Stand angesprochen wurde.

9. Kennst Du den Stand von MIND ZONE?

- nein → Weiter mit Frage 11!
- ja

10. Wie findest Du die Aufmachung vom MIND ZONE - Stand?

Finde ich gut 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 Finde ich gar nicht gut

11. Kennst Du das MIND ZONE - Video?

- nein → Weiter mit Frage 14!
- ja

12. Hast Du es schon angesehen?

- nein → Weiter mit Frage 14!
- ja

13. Wie findest Du es?

Finde ich gut 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 Finde ich gar nicht gut

14. Kennst Du den Flyer (kleine Broschüre/Handzettel), der über Ecstasy, Lärm und AIDS informiert?

Interviewer: Flyer vorlegen und liegenlassen bis Frage 17!

- nein → *Weiter mit Frage 17!*
- ja, gesehen, aber nicht gelesen → *Frage 16 auslassen!*
- ja, habe ihn auch gelesen

15. Wie findest Du seine Aufmachung?

Finde ich gut 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 Finde ich gar nicht gut

16. Enthält er neue Informationen für Dich?

- nein
- ja → *Welche?.....*
- weiß nicht

17. Kennst Du den Flyer (kleine Broschüre/Handzettel), der nur über AIDS informiert?

Interviewer: Flyer vorlegen und liegenlassen bis Frage 20!

- nein → *Weiter mit Frage 20!*
- ja, gesehen, aber nicht gelesen → *Frage 19 auslassen!*
- ja, habe ihn auch gelesen

18. Wie findest Du seine Aufmachung?

Finde ich gut 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 Finde ich gar nicht gut

19. Enthält er neue Informationen für Dich?

- nein
- ja → *Welche?.....*
- weiß nicht

20. Kennst Du dieses Package von MIND ZONE?

Interviewer: Package vorlegen!

- nein
- ja, habe es schon bekommen, aber noch nicht geöffnet
- ja, habe auch schon hineingesehen

21. Wie findest Du diese Idee?

Finde ich gut 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 Finde ich gar nicht gut

22. An wen, glaubst Du, richtet sich MIND ZONE? Ich lese Dir einige Personengruppen vor. Du kannst mehrere benennen.

Interviewer: - alle Antwortkategorien vorlesen und abfragen!
- dem Interviewpartner erklären, daß mit Raver alle Besucher von Technoclubs, Technoveranstaltungen, Technoparties gemeint sind.

ja nein weiß nicht

- | | | | |
|---------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Junge Raver (bis ca. 18 Jahre)..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Raver, die Drogen, insbesondere Ecstasy nehmen... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Raver, die keine Drogen nehmen..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Du persönlich..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Alle Raver..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Andere | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Und zwar | | | |

23. Glaubst Du, daß sich die folgenden Personen oder Personengruppen von MIND ZONE angesprochen fühlen?

Interviewer: alle Antwortkategorien vorlesen und abfragen!

ja nein weiß nicht

- | | | | |
|---------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Junge Raver (bis ca. 18 Jahre)..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Raver, die Drogen, insbesondere Ecstasy nehmen... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Raver, die keine Drogen nehmen..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Du persönlich..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Alle Raver..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Andere | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Und zwar | | | |

24. Glaubst Du, daß MIND ZONE bewirkt, daß

Interviewer: alle Aussagen vorlesen oder mitlesen lassen!

ja nein weiß nicht

- | | | | |
|-----------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| weniger Drogen genommen werden..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Drogen gar nicht erst genommen werden..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| man über Drogenkonsum nachdenkt..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| man eher alkoholfreie Getränke auf Raves trinkt.... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| man Gehörstöpsel verwendet..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| man eher Kondome benutzt..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

25. Ich lese Dir jetzt einige Aussagen zu MIND ZONE vor. Sage mir bitte, ob sie für Dich persönlich zutreffen oder nicht:

Interviewer: Bitte alle Aussagen vorlesen oder mitlesen lassen und jede bewerten lassen!

	trifft zu	trifft nicht zu
MIND ZONE hat bei mir dazu geführt, daß ich mich mehr mit dem Thema Sucht beschäftige.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MIND ZONE hat bei mir dazu geführt, daß ich mehr auf meine Gesundheit achte.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aufgrund von MIND ZONE werde ich mir mehr Informationen über Drogen beschaffen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich werde mit meinen Freunden/Bekanntem über Drogengebrauch diskutieren.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich würde mich gerne persönlich bei MIND ZONE oder bei ähnlichen Aktionen engagieren.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Ich lese Dir jetzt einige Aussagen von MIND ZONE vor, sage mir bitte, ob Du damit einverstanden bist:

Interviewer: Bitte alle Aussagen vorlesen oder mitlesen lassen und jede bewerten lassen!

	Stimmt	Stimmt nicht
Es ist ok, kein Ecstasy zu nehmen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drogen sind nicht das Wichtigste auf Raves, sondern Spaß, Ausgelassensein und friedliches Zusammensein.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ecstasy hat eine Menge unangenehmer bis gefährlicher Nebenwirkungen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Safer Sex sollte man auch im Überschwang der Gefühle nicht vergessen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. Was hältst Du von Aktionen auf Raves, die über Drogen, Gesundheitsrisiken etc. aufklären und Hilfe anbieten?

Finde ich gut 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 Finde ich gar nicht gut

Nun kommen einige Fragen zu Deinem aber auch allgemein zum Konsum von Drogen:

28. Welche von den Drogen, die ich Dir jetzt nennen werde, hast Du schon mal genommen und wenn ja, wann zuletzt?

Interviewer: Wenn „vor ...Jahren“ angegeben wird, Fragen 29, 30, 31 in Vergangenheitsform stellen! Falls „vor.....Jahren“ zutrifft, bitte entsprechende Anzahl von Jahren eintragen, nicht nur ankreuzen!

			Wann hast Du zuletzt genommen?			
			noch nie	schon mal probiert	in den letzten 30 Tagen	in den letzten 12 Monaten
Alkohol						
Nikotin						
Haschisch/ Marihuana						
Aufputzmittel/ Amphetamine						
Ecstasy						
Speed						
LSD oder ähnliches						
Kokain						
Beruhigungsmittel						
Schlafmittel						
Heroin oder andere Opiate						

Wenn Konsum von Ecstasy angegeben wurde, dann nach Abschluß dieser Frage weiter mit Frage 29, wenn kein Konsum angegeben wurde, dann weiter mit Frage 32!

29. Wie häufig nimmst Du Ecstasy/hast du E. genommen?

Interviewer: alle Antwortmöglichkeiten vorlesen!

- sehr regelmäßig
- eher regelmäßig
- eher unregelmäßig
- sehr unregelmäßig

30. Wieviele Ecstasy-Pillen nimmst Du (hast Du genommen) im Durchschnitt auf einer Veranstaltung ?

..... Pillen

31. Nimmst Du gleichzeitig mit Ecstasy noch andere Drogen (auch Nikotin oder Alkohol)/Hast Du gleichzeitig mit Ecstasy noch andere Drogen genommen?

- ja, welche.....
- nein

32. Wie gut bist Du Deiner Einschätzung nach über die Auswirkungen des Ecstasy - Konsums informiert?

- sehr gut
 - eher gut
 - eher schlecht
 - sehr schlecht
 - gar nicht
- weiter mit Frage 34!

33. Woher hast Du Deine Informationen über Ecstasy?

Interviewer: Alle Antwortmöglichkeiten vorlesen. Es sind mehrere Antworten möglich!

- Fachliteratur
- Radio/Fernsehen
- Zeitschriften
- von MIND ZONE
- anderes Informationsmaterial (z.B. Broschüren, Handzettel)
- von Freunden/Bekanntem

34. Wie schätzt Du die Gefährlichkeit von Ecstasy ein?

- sehr hoch
- hoch
- gering
- sehr gering

35. Wie denkst Du über den Konsum folgender Drogen?

	Kann man schon konsumieren	Sollte man auf keinen Fall nehmen
Alkohol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nikotin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haschisch/Marihuana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LSD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokain	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Heroin u. andere Opiate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ecstasy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Speed	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nun kommen zum Abschluß noch einige Fragen zu Deiner Person:

36. Welche Nationalität hast Du?

- Deutsch
- Türkisch
- Italienisch
- Griechisch
- Nationalitäten des ehem. Jugoslawien, nämlich
- Andere:
.....

37. Was für einen Schulabschluß hast Du? Bitte nenne mir den höchsten:

- Hauptschule ohne Abschluß
- Hauptschulabschluß
- Realschule/Gymnasium ohne Abschluß
- Mittlere Reife
- (Fach-)Abitur
- bisher noch keinen Abschluß

38. Wie ist Deine derzeitige schulische / berufliche Situation?
Bist Du

- Schüler/in
- Student/in
- in Lehre/Ausbildung

- berufstätig als
- Hilfsarbeiter/in
- Arbeiter/in
- Angestellte/r
- Beamter/in
- Selbständige/r
- Erwerbslos
- Sonstiges:

39. Wie ist Deine Wohnsituation? Wohnst Du momentan

- alleine in eigener Wohnung
- zusammen mit Partner in eigener Wohnung
- in einer Wohngemeinschaft
- bei den Eltern
- nirgendwo fest
- sonstiges:.....

Vielen Dank für das Interview!

Interviewerbogen

Bitte für jedes Interview direkt nach Durchführung des Interviews ausfüllen!

Interviewernummer: □□

Fragebogensnummer: □□□

1. Das Interview wurde durchgeführt
am (Datum)
um (Uhrzeit) Uhr.

2. Dauer des Interviews:
..... Minuten

3. Nach welchem Kriterium wurde der Interviewpartner angesprochen?

- hielt sich am MIND ZONE - Stand auf
- hat einen MIND ZONE - Flyer erhalten

4. Bereitschaft zum Interview

Der Interviewpartner war

- sofort bereit zum Interview
- nach kurzer Überzeugungsarbeit bereit zum Interview
- nur sehr widerwillig bereit zum Interview

5. Begleitumstände des Interviews

- der Lärmpegel war sehr hoch, Verständigung war nur schwer möglich
- der Lärmpegel war erträglich, Verständigung war gut möglich
- das Interview wurde unterbrochen.
Wenn ja, warum?.....
- das Interview wurde abgebrochen.
Wenn ja, warum?.....
- Sonstiges:

6. Eindruck vom Interviewpartner (mehrere Antworten möglich!)

Der Interviewpartner

- war sehr aufgeschlossen

- war eher ablehnend
- war unkonzentriert
- hatte vermutlich Drogen genommen

8. Bemerkungen

.....
.....
.....

Ich versichere hiermit, daß ich das Interview ordnungsgemäß durchgeführt habe.

.....
Datum

.....
Unterschrift