

Abschlußbericht

zur

Kurz-Evaluation

der Wanderausstellung SehnSucht

durchgeführt von

Universität Köln
Arbeitsstelle für Evaluation
Angela Faust, Philip Potter, Wolfgang Beywl
Gronewaldstraße 2
50935 Köln

unter Mitarbeit beim technischen Bericht von

Hanne Bestvater
wdöff Training & Beratung
Estermannstr. 204
53117 Bonn

im Auftrag der

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
Referat Ausstellungen 3-34
Ostmerheimer Straße 220
51109 Köln

Köln, 10.12.1997

Zur Orientierung

Der nachfolgende Abschlußbericht zur Kurz-Evaluation der Ausstellung SehnSucht gliedert sich in zwei Berichts-Teile und dem Anhang:

Ergebnisbericht

Nach der Skizzierung von Ausstellungszielen und -konzept werden die kurzfristigen Wirkungen dargestellt, die bei verschiedenen Akteursgruppen festzustellen sind.

Anschließend werden die Ergebnisse der Datenerhebungen zusammenfassend für verschiedene Teilaspekte der Ausstellung vorgestellt.

Dabei werden *Bewertungen der Ausstellung insgesamt sowie einzelner Ausstellungsteile* vorgenommen. Positive Bewertungen sind mit „+“, negative Bewertungen mit „-“ markiert. Zudem werden *Veränderungsempfehlungen* genannt, die im Text jeweils grau unterlegt und mit „↗“ markiert sind.

Technischer Bericht

Dieser Berichtsteil beinhaltet vorwiegend Informationen zum Projektauftrag und -ziel sowie zu den im Rahmen eines *multimethodischen Zugangs durchgeführten Datenerhebungen*.

Die Erträge der mit der Kurz-Evaluation verbundenen Pilot-Phase münden in hier dargestellten Vorschlägen für eine umfassende Evaluation in 1998.

Ergebnisbericht

zur Kurz-Evaluation

der Wanderausstellung Sehnsucht

Inhalt

1 SehnSucht: Ziele und Konzeption.....	6
1.1 Ausstellungsziele.....	6
1.2 Ausstellungskonzept	6
2 Reaktionen und Wirkungen	8
2.1 Besucher	8
2.2 Kooperationspartner.....	13
2.3 Presse-Resonanz.....	16
2.4 Bewertungen einzelner Ausstellungsteile durch verschiedene Beteiligte.....	21
3 Fazit.....	26

Abkürzungsverzeichnis

BZgA	Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
FB	Datenquelle: Fachbetreuer/innen Chemnitz
#0xxx	Datenquelle: Besucher Chemnitz
#1xxx	Datenquelle: Besucher Essen
#2xxx	Datenquelle: Besucher Frankfurt / Main
\$0xx	Datenquelle: Kooperationspartner Chemnitz

1 SehnSucht: Ziele und Konzeption

1.1 Ausstellungsziele

Die Wanderausstellung SehnSucht verfolgt das Ziel, einen erweiterten, nicht nur stoffgebundenen Suchtbegriff zu transportieren. Sie will drei zentrale Botschaften vermitteln (s. Ausstellungsbröschüre BZgA, S. 18):

- „Sucht geht uns alle an.“
- „Jedes Verhalten kann süchtig entgleiten.“
- „Es gibt Alternativen zur Sucht.“

Die Ausstellung soll die Besucher sensibilisieren für süchtige Dispositionen bei sich und bei anderen. Dabei will sie anregen, sich zu besinnen auf persönliche Fähigkeiten und Kräfte, die Alternativen zur Sucht darstellen.

Als zentrales Anliegen nennt das Faltblatt zur SehnSucht-Ausstellung: *„Die Ausstellung SehnSucht möchte zum Nachdenken und zum Gespräch anregen. Dem Dialog und der Kommunikation kommt daher ein besonderer Stellenwert zu. Ob im Gespräch mit den Fachberaterinnen und Fachberatern, mit den Kooperationspartnern vor Ort oder auch im Gespräch untereinander: Es ist uns wichtig, Sucht, süchtiges Verhalten und Abhängigkeit zum Gegenstand kritischer Auseinandersetzung und zum Gesprächsanlaß zu machen.“*

Zielgruppen der Ausstellung sind Jugendliche ab 14 Jahren und Erwachsene, besonders auch Multiplikatoren, die in pädagogischen Arbeitsfeldern tätig sind (s. Faltblatt zur SehnSucht-Ausstellung)

1.2 Ausstellungskonzept

Die Ausstellungsdauer liegt üblicherweise bei 8-10 Tagen. In 1997 kam SehnSucht in 4 deutschen Städten zum Einsatz:

- Hamburg: 17.4.-27.4.
- 1997Essen: 23.5.-31.5.1997
- Frankfurt: 25.6.-6.7.1997
- Chemnitz: 5.9.-15.9.1997

Die Ausstellung ist als mobiler Bau konzipiert, der sich durch eine auffallende Architektur auszeichnet. Vorgabe aus der Konzeption ist,

die Ausstellungshalle möglichst an zentralen Standorten in den Städten zu plazieren, um den Zugang zu erleichtern. „Neugier zu wecken und Vorbeigehende zu einem spontanen Besuch zu veranlassen, Besucher durch attraktive und interaktive Elemente zu fesseln, ist das Konzept, das mit SehnSucht umgesetzt werden soll.“ (Presseinformation BZgA)

Kooperation mit
lokalen Akteuren der
Prävention

Die Ausstellungskonzeption umfaßt die Einbeziehung lokaler Bildungs- und Beratungsstellen, die suchtpräventiv arbeiten. Dies geschieht sowohl bei der ca. 1-jährigen Vorlaufzeit (z.B. organisatorische Tätigkeiten im Verbund regionaler Kooperationspartner, Unterstützung der Pressearbeit durch persönliche Kontakte zu Lokalredaktionen) als auch besonders im Rahmen der Durchführung der Ausstellung vor Ort: Innerhalb der Ausstellungshalle wird den Kooperationspartnern Ausstellungs-Fläche für ihre Selbstdarstellung zur Verfügung gestellt.

Die kostenfrei zugängliche Ausstellung ist offen für alle Interessierten. Individualbesucher können die Ausstellung täglich von 8.45 Uhr bis 18.30 Uhr besuchen und sich die insgesamt 7 „Stationen“ der Ausstellung erschließen:

„Stationen“ der
Ausstellung

- Suchtlandschaft:
Demonstration einer Vielfalt verschiedener Süchte (Suchtsituationen, Suchtstoffe) z.T. 'versteckt' hinter Türen
- Labyrinth des Lebens:
auf Schautafeln aufgebrachte Lebensgeschichten, die Umbruchsituationen von Menschen in verschiedene Lebenslagen schildern
- Balance:
eine überdimensional große Wippe, auf der es gilt, alleine oder in einer Gruppe Gleichgewicht zu finden und halten
- Genuß und Muße:
Schautafeln mit Fotos aus Kinofilmen demonstrieren das Thema Genuß als - in Abgrenzung zu Sucht - bewußtes und lustvolles Erleben; ein Videofilm zeigt, wie Menschen sich in Alltagssituationen entspannen ('Muße finden')
- Kooperationspartner-Bereich:
örtliche Initiativen und Institutionen, die suchtpräventive Bildungs- und Beratungsangebote machen, präsentieren sich und informieren über ihre Angebote

- **Infocontainer:**
Materialien (Broschüren, Poster etc.) zu verschiedenen Aspekten von Sucht- und Drogenprävention stehen zur kostenfreien Mitnahme in Selbstbedienung bereit .
- **Kraftquellen:**
die Sammlung von auf Plexiglas aufgebrachten Aphorismen und Zitaten namhafter Personen lädt als Abschluß-Station Besucher ein zur Reflexion ihrer persönlichen Kraftquellen

*Interaktive Angebote
durch Fachbetreuung*

Für angemeldete Gruppen (häufig Schulklassen) werden durch pädagogisches Fachpersonal (ca. 8-10 pro Ausstellungseinsatz) Führungen angeboten. Ebenfalls nach Voranmeldung werden ca. 1-stündige Veranstaltungen für Gruppen angeboten.

Beratung auf Anfrage

SehnSucht bietet ergänzend Beratung: durch Fachbetreuer der BZgA oder durch die in der Ausstellung vertretenen Institutionen und Initiativen, die am jeweiligen Einsatzort suchtpreventiv arbeiten.

2 Reaktionen und Wirkungen

Nachfolgend werden örtliche Reaktionen und Wirkungen der Ausstellung bei unterschiedlichen Beteiligengruppen skizziert. Diese beziehen sich - die Besucher und Kooperationspartner betreffend - vorrangig auf Daten des Einsatzortes Chemnitz und werden teilweise ergänzt aus Datenquellen weiterer Einsatzorte. Die qualitative Auswertung der Presseberichte bezieht sich auf sämtliche Einsatzorte in 1997.

Unter Reaktionen verstehen wir Wertungen der Ausstellung insgesamt oder einzelner Teile entlang Bewertungsdimensionen „positiv“ / „negativ“, „hat mir gut gefallen“ / „hat mir weniger gut gefallen“ usw.

Unter Wirkungen verstehen wir im Ausstellungskonzept intendierte Auswirkungen oder Veränderungen bei Besuchern, Kooperationspartnern oder anderen Beteiligten in Bezug auf deren Einstellung, Wissen oder Verhalten. Kurzfristige Wirkungen treten insbesondere in den Dimensionen Einstellungen und Wissen auf.

2.1 Besucher

Die Gesamtbewertung der Ausstellung durch Besucher ist deutlich positiv. Diese Aussage basiert auf allen aus 1997 vorliegenden Datenquellen.

positive Bewertung
gemäß
Besucherbefragungen
in Essen und Frankfurt

Bei den Besucherbefragungen, die die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung an 2 Einsatzorten (Essen, Frankfurt) durchführte, beurteilten mehr als 80% der befragten Kinder/Jugendlichen die Ausstellung mit „sehr gut“ (38,5%) oder „gut“ (44,6 %). 16,9 % beurteilten sie mit „es geht“. Die Gesamtbeurteilung bei den befragten Erwachsenen lag sogar bei 98 % der Befragten im Bereich „sehr gut“ (44,9 %) und „gut“ (53,1 %).

Besucherzahlen
Chemnitz

SehnSucht erreichte in Chemnitz eine hohe Besucherzahl: An den Wochentagen waren es zwischen 1000 Besuchern (zu Beginn der Ausstellung) und 2000 an den Wochentagen der Folgewoche. Am ersten Wochenende (Sa/So) kamen 5000 Besucher, am zweiten Wochenende (Stadtfest auf dem Ausstellungsplatz) besuchten ca. 20.000 Besucher die Ausstellung (Quelle: Zählungen der SehnSucht-Ausstellungsleitung).

Im gesamten Ausstellungszeitraum besuchten 171 Gruppen (insgesamt 3696 Schüler/Personen und 248 Lehrer/Leiter) die Ausstellung zu Führungen oder Veranstaltungen (Quelle: s.o.).

Mit insgesamt ca. 30.000 (Quelle: s.o.) weisen die Besucherzahlen - bezogen auf eine Einwohnerzahl von ca. 300.000 - auf ein sehr hohes Interesse der Bevölkerung.

Aufmerksam gemacht auf die Ausstellung wurden 11 der Gesprächspartner durch die Schule oder Schulleitung, 16 waren eher zufällig vorbeigekommen (vorwiegend zum Besuch des Stadtfestes), 5 durch schriftliche Materialien (Presse, Handzettel, Plakate) und 4 d.h. ca. 10 % durch Empfehlung von Kollegen, dem Arbeitgeber oder den eigenen Kindern.

positive
Bewertungen durch
Besucher in
Chemnitz

Die qualitative Befragung der Ausstellungsbesucher in Chemnitz stützt den positiven Gesamteindruck der Ausstellung. Befragt nach Eigenschaftsworten, die ihren Eindruck der Ausstellung beschreiben, nennen die Besucher zu 98 % Worte mit positiver Konnotation z.B. „inter-

interessant-wenig Neues-spannend-schön / nachdenklich machend-anregend-sehr gut / ungewöhnlich gemacht-laut-voll / gut-interessant / interessant-neu-bereichernd / interessant-ansprechend-nachdenklich machend / interessant-prägnant / anregend-vielfältig / umfassende Information-fachlich inhaltlich gut gegliedert-beeindruckend / wissenswert-interessant / informativ-lustig / liebevoll gemacht-sehr auf Jugend ausgerichtet-vielfimensional-sinnlich / interessant-erfahrenswert-anregend / interessant-ansprechend / interessant-lehrreich-genau beschreibend / anders-beeindruckend-interessant-neugut / informativ-voll / informativ / aussagekräftig-informativ / neugierig gemacht-raffinierte moderne Art / ansprechend-entdeckungsorientiert-interessant / interessant-lohnt sich hineinzugehen-macht neugierig-macht sich hinterher Gedanken / Art und Weise der Ausstellung ansprechend-informativ-präventiv-sich selbst kritisieren-über sich selbst nachzudenken / Hochinteressant-nachdenkenswert / informativ-interessant-macht neugierig / aufrüttelnd-breit gefächert von den Eindrücken-interessant / hilfreich-interessant-lehrreich / ausdrucksvoll-inhaltsreich-kurz / interessant / eckig-gemütlich-kalt-modern / allgemeiner Überblick-anregend-informativ-zum Nachdenken / direkt aus dem Leben-hätte noch konkreter sein können-noch etwas zu leise-Schreckfaktor fehlt

essant“, „ansprechend“, „anregend“, „informativ“, „lehrreich“ (s. Abb).

Positiv bewerten die Besucher auch, daß sie Informationen über die Beratungsstellen vor Ort und deren Service-Angebote bekommen konnten und im Rahmen der Ausstellung bereits persönlichen Kontakt zu diesen aufnehmen konnten.

Bei der Beantwortung der Frage (s. Nr. 5 des Fragebogens), was für den befragten Besucher eine wichtige Nachricht der Ausstellung sei, fällt auf, daß die Befragten für die Beantwortung häufig 1-2 Minuten Bedenkzeit brauchen. Acht Personen (davon 4 unter 17 Jahre) antworteten auch nach Bedenkzeit nicht. Nachfolgende Antworten skizzieren das Verständnis, das Besucher nach dem Ausstellungsbesuch äußern:

„messages“ der
Ausstellung aus Sicht
der befragten
Besucher in Chemnitz

- Es gibt eine Vielfalt von Süchten, ein breites Spektrum.
(52 Jahre, Besucher ohne Führung / 19 Jahre; Besucher mit Führung / 30 Jahre, Besucherin ohne Führung / 30 Jahre, Besucherin ohne Führung / 15 Jahre, Besucherin ohne Führung / 35 Jahre, Besucherin ohne Führung)
- Risikohaftigkeit von Genuß, Spannbreite von Genuß und der Grenze zur Sucht
(14 Jahre, Besucherin mit Führung / 19 Jahre, Besucher mit Führung / 20 Jahre, 20 Jahre, Besucherpaar ohne Führung, 70 Jahre, Besucher ohne Führung)
- Sucht geht alle an und kann jedem passieren - unabhängig vom Alter
(15 Jahre, Besucherin ohne Führung / 40 Jahre, Besucherin ohne Führung / 30 Jahre mit 10-jährigem Kind, Besucherin ohne Führung / 65 Jahre, 70 Jahre Besucherpaar ohne Führung)
- Das Thema Sucht gehört raus aus der Anonymität an die Öffentlichkeit - nicht versteckt und verschwiegen.
(30 Jahre, Besucherin ohne Führung / 35 Jahre, 35 Jahre, Besucher-Paar ohne Führung / 35 Jahre und 12-jähriger Sohn, Besucher ohne Führung)
- Man soll keine Pillen nehmen, sondern das Leben so genießen.
(17 Jahre, 16 Jahre, 15 Jahre, alle Besucherinnen ohne Führung)
- Das Leben ist ein Fluß, kein gerade verlaufender Weg.
(16 Jahre, Besucherin mit Führung)
- man kann was gegen Sucht tun
(35 Jahre, 35 Jahre, Besucher-Paar ohne Führung)
- Es gibt Beratungsstellen vor Ort, die Möglichkeiten zur Suchtbefreiung anbieten.
(38 Jahre, Besucherin ohne Führung)

- Man soll Drogen/Suchtstoffe erst gar nicht ausprobieren.
(17 Jahre, Besucherin ohne Führung / 14 Jahre, Besucherin mit Führung / 52 Jahre ,
Besucher ohne Führung / 11 Jahre, 40 Jahre, Mutter und Sohn ohne Führung)
- Die Gefahr der Auswirkungen von Sucht wird klar z.B. bei
Zigarettenkonsum.
(15 Jahre, Besucher ohne Führung)
- Die Ausstellung regt zum gemeinsamen Reflektieren an.
(30 Jahre mit 10-jährigem Kind, Besucherin ohne Führung)

*Vermittlung erweiterter
Suchtbegriff*

Die vorgenannten Nennungen machen deutlich, daß die Ausstellung bei vielen auch ungeführten Besuchern ein erweitertes Suchtverständnis transportiert, das die beabsichtigten Nachrichten (s. Kap. 1.1.) aufnimmt.

Daß das erweiterte Suchtverständnis sich an Kinder und Jugendliche sich nicht immer leicht vermitteln läßt, bestätigen auch die Fachbetreuer/innen und es wird nochmals deutlich bei der Nennung dessen, was besonders gut an der Ausstellung gefallen hat (Frage Nr. 2): Erwachsene Besucher nennen auffallend häufig die Vielfalt und Breite der dargestellten Süchte, während jugendliche Besucher mehr die Stärken einzelner Ausstellungsteile („Kopfhörer“, „tolle Sprüche“), der Gesamtarchitektur („Design gut gemacht“) oder die Qualitäten der Fachbetreuer/innen („Erläuterungen der Fachberater zur Suchtlandschaft waren gut“) im Blick haben.

Entscheidend ist also bezüglich der Vermittlung des erweiterten Suchtbegriffs neben der Auseinandersetzungsbereitschaft der Besucher, wie die Fachbetreuer mit der Thematik arbeiten und in wie weit es ihnen gelingt, Reflexionen bei den Besuchern anzuregen.

*Weiterempfehlung der
Ausstellung durch
Besucher*

Auffallend ist, daß alle der 44 befragten Besucher die Ausstellung weiterempfehlen würden. Die zum Teil ehrenamtlich (als Klassensprecher, als Jugendgruppenleiter, als Leiter einer Jugend-Band) beruflich (als Lehrer, Betreuer von Auszubildenden) oder familiär (Vater, Mutter, Großmutter) mit Jugendlichen in Kontakt Stehenden machen deutlich, daß sie als Zielgruppe der Ausstellung ein breites Publikum sehen. Das bedeutet, daß sie die Ausstellung an alle Altersklassen - nicht nur an Jugendliche - weiterempfehlen würden.

- + Der Standort der Ausstellung auf dem Chemnitzer Theaterplatz wurde von einer Besucherin (17 Jahre) besonders lobend hervorgehoben: „Die Ausstellungshalle ist eingerahmt von schönen Gebäuden“ (#014)

- + Der freie und zudem kostenfreie Zugang für alle Interessierten wurde durch Besucher positiv wertgeschätzt. (#020)
- + Erläuterungen der Fachbetreuer waren gut (#001,#002)
- + Von mehreren Besuchern wurde positiv bekräftigt, daß die Ausstellung auf „Schulduweisungen“ und „auf den belehrenden Ton wie früher“ verzichte (#023, #025, #028) - verbunden mit dem Wunsch: „Wir brauchen mehr solcher Veranstaltungen.“ (#025)

Auf die Frage (Nr. 3) „Was hat Dich/Sie nicht angesprochen oder was hat Dir/Ihnen nicht gefallen?“ nennen die Befragten Schwächen einzelner Ausstellungsteile sowie übergreifende Schwächen:

- hohe Lautstärke in der Ausstellungshalle (#003)
- zu wenig Detailinformationen, zu oberflächlich (#001)
- zu text- und leselastig (#005, #012)
- nicht anschaulich genug (#005)
- so unpersönlich (#012)
- Ausstellungsraum zu klein für die Besuchermengen, Gedränge (#002, #023, #024, #030, #35)

Zudem äußern befragte Besucher folgende Verbesserungsvorschläge:

- ↗ Ansprechpartner, die von Sucht losgekommen sind, zum Gespräch in die Ausstellung einladen oder konkret darüber berichten, wie sie von der Sucht losgekommen sind (#009)
- ↗ Textmenge reduzieren, mehr Bilder (#012, #016)
- ↗ Drogen zum Ansehen ausstellen (#013)
- ↗ Gruppenstärke geführter Gruppen verringern, dafür mehr kleine Gruppen durch die Ausstellung führen (#015)
- ↗ mehr Werbung für die Ausstellung machen z.B. auch im Vorfeld in den Schulen informieren (#015, #026, 029)
- ↗ Teilnahmemöglichkeit an Führungen (am Wochenende) ermöglichen (#021, #024, #025, #036)
- ↗ Gelegenheit zu Beratungsgesprächen geben (#027)
- ↗ Ausstellungszeit verlängern, um mehr Menschen die Gelegenheit zum (nochmaligen) Besuch zu geben (#025, #029, #032)

➤ Erklärung der Räume (Stationen) am Beginn der Ausstellung geben oder visualisieren - besonders wichtig zur Orientierung für Besucher ohne Führung (#021)

➤ mehr Kopfhörer (#023)

Eine Besucherin (40 Jahre) schloß das Interview mit den Worten ab: „Von außen ist nicht ersichtlich, was drinnen für Werte drin stecken.“ und „Eigentlich muß man die Ausstellung 3-4 mal besuchen.“ (#015)

2.2 Kooperationspartner

Die befragten Kooperationspartner in Chemnitz sind vorwiegend in der Suchtprävention tätig: Bei sechs der acht Kooperationspartnern liegt der Arbeitsschwerpunkt in 1997 vorwiegend im Bereich der Primärprävention, deutlich weniger in der Betreuung und Beratung von Suchtkranken und ihrer Angehörigen: Sie bieten Beratung und Aufklärung für Jugendliche (Schüler ab 4. Klasse), (Beratungs-)Lehrer und Eltern(kreise) sowie Fortbildungen für Erzieher, Lehrer, medizinisches Personal, Strafvollzugsbedienstete, Polizeibedienstete, Sozialarbeiter, Sozialpädagogen, Mitarbeiter von Beratungseinrichtungen und Schülermultiplikatoren (Schul-/Klassensprecher). Bei einer Einrichtung lag der Schwerpunkt in der Bearbeitung bereits eingetretener Suchtprobleme (Drogenbekämpfung entsprechend der rechtlichen Grundlagen).

Eine Einrichtung, hatte als Bildungseinrichtung, die ein Fortbildungsprojekt im Bereich Suchtprävention plante, eine Sonderstellung unter den lokalen Kooperationspartnern inne.

Die Nachbefragung der Kooperationspartner ermittelte eine deutlich positive Gesamteinschätzung der Ausstellung:

- + Sie wurde als „ansprechend für Jugendliche wie für Erwachsene“ eingeschätzt.
- + Besonders die Direkt-Ansprache von Schulklassen als Besuchergruppen wurde als wichtig bewertet („Freiwillig wären die nicht gekommen. Die meisten hatten ja auch Hausaufgaben zu der Ausstellung auf z.B. eine Wandzeitung erstellen oder einen Bericht schreiben.“)
- + Für die Arbeit der Kooperationspartner hatte sie „Signalcharakter“ mit „guter Resonanz bei den Chemnitzer Bürgern“.

- + *„Die Ausstellung geht ursachenorientiert vor; nicht die Stoffspezifiken werden vorgestellt, sondern ein ganzheitlicher Ansatz.“*
- + Die Nachricht der Ausstellung ist keine, die Angst macht: *„Aus Sicht der Öffentlichkeit - das zeigt auch das Besucherbuch - haben viele Menschen wahrgenommen, daß nicht der erhobene Zeigefinger gezeigt wurde.“*
- + *„Die Stärke liegt in Führungen und Gruppengesprächen (ohne Eltern).“* Mehrfach wurde die Arbeit der Fachbetreuer/innen im Umgang mit Kooperationspartnern und besonders mit (jugendlichen) Besuchern lobend erwähnt: *„Der Umgang der Fachbetreuer mit erwachsenen Besuchern und Jugendlichen war natürlich duft.“*; *„Die BZgA-Fachbetreuer haben sich viel Mühe gegeben.“*
- + Betont wurde der *„übersichtliche Aufbau“* der Ausstellung und die Empfindung, daß es *„auch bei mehreren Ausstellungsbesuchen immer wieder etwas Neues zu entdecken gab“*. Damit einher ging die positive Bewertung aktivierender Elemente (Balance-Wippe, Kopfhörer in der Suchtlandschaft).
- + Außerdem wurde die Kooperation mit den Mitarbeitern der BZgA als *„herzerfrischendes Zusammenwirken zwischen Ost- und Westdeutschen“* bezeichnet.

Als Schwächen bei der Gesamteinschätzung der Ausstellung wurden von den Kooperationspartnern genannt:

- Die *„Ausstellung ist zu kognitiv für Kinder und Jugendliche; zu wenig action“, „zu textlastig“, „zu wenig interaktiv“*
- *„Die Ausstellung ist zu steril.“ „In der Ausstellung Gezeigtes sollte erlebbar“* bzw. greifbar gemacht werden durch die *„Ansprache von Empfindungen und Wahrnehmungen“*. *„Besonders für Lernschwache sind die Ausstellungsinhalte wenig wahrnehmbar.“*
- *„Publikumsverkehr (speziell die Stadtfestbesucher am Wochenende) wurde nicht betreut“*.
- Der Standort war in der Woche nicht sehr gut, da wenig Laufpublikum verkehrte
- *„Ohne Führung ist die Ausstellung schwer zu verstehen.“*

Für weitere Ausstellungseinsätze schlagen die Kooperationspartner folgende Verbesserungen vor:

- Führungen für die Kooperationspartner, damit diese mit Ausstellungskonzept und -inhalten vertraut werden
- Keine - wenn auch unangemeldete - Besuchergruppe sollte „unversorgt“ abgewiesen werden. Ggf. sollte die BZgA eine Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern in der Form ermöglichen, daß die Kooperationspartner in publikumsstarken Zeiten für die Fachbetreuer/-innen unterstützend tätig werden können: eigene Führungen mit kleinen Gruppen oder mit Gruppen regional wichtiger Interessensträger z.B. Jugendamts-Mitarbeiter, Nachbereitung der Führungen in Gruppengesprächen (auch außerhalb der Ausstellungshalle in z.B. einem überdachten Pavillon)
- Werbung vor Ausstellungsbeginn verstärken
- Ausstellungsdauer auf 2 Wochen erhöhen, um dem Bedarf nachzukommen.
- Einzelbesucher ermutigen, die Fachbetreuer/-innen anzusprechen zwecks individueller Betreuung
- Texte aus der Suchtlandschaft in methodisches Material zusammenfassen, um den Ausstellungsbesuch nachbereiten zu können
- Ausstellungshalle äußerlich attraktiver gestalten - besonders den kleinen und wenig einladenden Eingangsbereich
- Textfülle der Ausstellung reduzieren zugunsten interaktiver Auseinandersetzungsformen

*Wirkungen durch
Integration der
Kooperationspartner*

Die Tatsache, daß lokale Ansprechpartner in die SehnSucht-Ausstellung einbezogen werden, wird von den befragten Kooperationspartnern in Chemnitz als wertvoll und hilfreich hervorgehoben. Befragt nach den Wirkungen (Frage Nr. 3), die diese Integration hervorrief, benennen die Kooperationspartner folgende:

- + Die Ausstellung macht Mut für die Fortsetzung der eigenen Arbeit. („Der SehnSucht-Ansatz ‚Lebenskompetenzförderung‘ entsprach bereits unserem Ansatz.“)
- + Die Kooperationspartner erhielten einen guten Kenntnisstand über die Bedarfe von Schulklassen nach suchtpreventiven Angeboten. („Durch unseren Stand haben sich neue Schulklassen bei uns gemeldet.“)

- + Ebenso erhielten sie Kenntnis darüber, daß Suchtprävention auch ein Fortbildungs-Thema für Multiplikatoren ist, was erschlossen werden muß.
- + Die Vernetzung und der Kontakt zwischen den lokalen Kooperationspartnern wurde durch den intensiven gemeinsamen Austausch im Rahmen der Ausstellung gestärkt. Es gab Gelegenheit zum „*gegenseitigen Verständnis*“ und zur „*Einsicht in die eigene Arbeit*“. Mit diesem „*Mehr an Transparenz*“ wurde das Konkurrenzdenken geschmälert - zugunsten eines durch „*Wir-Gefühl*“ geprägten Kooperationsdenken (was sogar Absprachen über einzelne Klienten, sog. Drehtürenkandidaten, ermöglicht).
- + Zudem gewannen die Kooperationspartner Sicherheit darüber, daß eine projektbezogene Zusammenarbeit mit praktischem Ergebnis durch sie geleistet werden kann und gelingt.
- + Die Kooperationspartner beziehen sich in ihren eigenen Veranstaltungen auf Inhalte und Elemente (z.B. Labyrinth des Lebens) von SehnSucht.
- + Es wurden Bedarfe geweckt, die suchtpreventiven Angebote der Kooperationspartner nachzufragen („*Es kommen Anrufe aufgrund von SehnSucht*“)
- + Schülermultiplikatoren sind mit selbstorganisierten Gruppen zur Ausstellung gekommen.
- + Die Kooperationspartner schätzen die Möglichkeit zum Gespräch als „*besonders wichtig in der Suchtprävention*“ ein. SehnSucht gab Gelegenheit zur Kontaktaufnahme mit potentiellen *Nachfragern* („*Es wurde viel diskutiert mit Besuchern, mit denen ich jetzt zu tun habe.*“)

Darüber hinaus äußerten Kooperationspartner den Wunsch, die Verbindung mit der BZgA aufrechtzuerhalten.

Von mehren Kooperationspartnern wurde bemerkt, daß der Zeitraum, um (weitere) Wirkungen feststellen zu können, noch zu kurz sei. („*Die Wirkungen für den kommunalen Raum sind nach so kurzer Zeit schwierig einzuschätzen.*“) Die Benennung von sichtbaren Effekten sei vermutlich 3-4 Monate nach Ausstellungsende deutlicher.

2.3 Presse-Resonanz

Die Berichterstattung der Printmedien dient als eine Möglichkeit der Multiplikation der Botschaften der Ausstellung „SehnSucht“ und damit

der Steigerung ihrer (mittelbaren) Wirkungen. Wie diese Berichterstattung in den Ausstellungsorten Hamburg, Essen, Frankfurt und Chemnitz ausfiel, wird im folgenden dargestellt.

Zunächst werden die von den vier Ausstellungsorten vorliegenden Quellen charakterisiert. Es folgt die Beantwortung der konkreten Fragestellungen zur Presseberichterstattung. Die Fragestellungen lauten:

- Ist die Berichterstattung positiv oder negativ?
- Ist der erweiterte Suchtbegriff vermittelt worden?
- Liegt der Schwerpunkt auf Persönlichkeiten oder Inhalten?
- Werden Kooperationspartner auch in den Medien präsent?
- Wird ein Rahmenprogramm bekanntgegeben?

*vorliegende
Pressematerialien*

Der Umfang des vorliegenden Pressematerials beträgt 26 Quellen, davon 7 aus Hamburg, 5 aus Essen, 4 aus Frankfurt und 10 aus Chemnitz; zwei der Hamburger Artikel entstammen Zeitungen der Kooperationspartner (Elas Hamburg, Drogenhilfe Eimsbüttel).

Die Quellen aus den vier Ausstellungsorten sind heterogen bezüglich ihrer Verbreitung und der Ausführlichkeit der Berichterstattung. So findet sich beispielsweise zu SehnSucht in Hamburg ein Artikel in der überregionalen WELT, im Hamburger Abendblatt und in der Schülerzeitung der Peter-Petersen-Gesamtschule Hamburg. Die Ausführlichkeit schwankt zwischen drei Sätzen im Vogland-Anzeiger und einer ganzen Seite in der Frankfurter Rundschau. Eine ausführliche Berichterstattung ist häufig gepaart mit Photos, die hauptsächlich das Ausstellungszelt von außen, sowie Besucher in der Ausstellung zeigen. Der Zeitpunkt der Berichterstattung liegt in Hamburg und Frankfurt fast immer unmittelbar nach Eröffnung der Ausstellung, in Chemnitz hauptsächlich vorher. In Essen liegt eine Gleichverteilung vor.

*Ist die Bericht-
erstattung positiv oder
negativ?*

Die Berichterstattung ist häufig neutral, d.h. wertfrei (15 Artikel) oder positiv (10 Artikel). Lediglich ein Bericht in der Zeitung eines Hamburger Kooperationspartners (Drogenhilfe Eimsbüttel e.V., Mai 1997) zieht ein negatives Fazit: Kritisiert wird das „*kühle Ambiente*“, das „*Fehlen von gemütlichen Sitzecken und einem Minimalangebot von Getränken oder Snacks*“, die Veranstaltung wird als „*sterile Trockenübung*“ charakterisiert.

Die meisten der 15 neutralen Artikel kündigen die Ausstellung lediglich an (drei Einträge in Veranstaltungskalendern) und liefern Informationen zu deren Aufbau und Konzeption. Bei den Mitteilungen der Nachrichtendienste geht es grundsätzlich um die Verbreitung reiner Fakten.

Zehn Artikel enthielten positiv beschreibende Formulierungen, zum Beispiel: „zur Zeit vielleicht hochkarätigste und professionellste Ausstellung [...] zum Thema Sucht“ (NRZ, Essen, 12.4.97), „äußerst attraktiv und originell“ (Schülerzeitung, Hamburg) oder „Höhepunkt für Herz und Verstand“ (Freie Presse, Chemnitz, 6.17.9.97). Außerdem findet die Architektur der Ausstellungshalle mehrmals positive Erwähnung. Ein Beispiel: „Die mobile Halle ist gleichermaßen aufsehenerregend wie funktional konzipiert“ (Heinz, Stadtmagazin für Essen, Mai 1997).

Besonders auffällig ist der differenzierte Kommentar zur Ausstellung in der Frankfurter Rundschau (15.8.97): Insgesamt wird die Ausstellung als „einen wichtigen Akzent in der drogenpolitischen Debatte“ setzend beschrieben. Positiv gewertet werden das Fehlen „plakativer Aussagen“, die Nachvollziehbarkeit der Informationen und Botschaften der beiden Stationen „Suchtlandschaft“ und „Labyrinth des Lebens“, während mangelnde Klarheit und ein intellektuell zu hoher Anspruch bei der Vermittlung der Erkenntnis, jeder Mensch habe Stärken, die es für ein suchtfreies Leben zu mobilisieren gelte, kritisiert wurde („viel Kopfarbeit“).

Ist der erweiterte Suchtbegriff vermittelt worden?

In elf der 20 ausführlicheren Artikel, die neben einem Hinweis auf SehnSucht und einer reinen Beschreibung auch auf die Botschaften der Ausstellung eingehen, wurde der erweiterte Suchtbegriff transportiert. Das heißt, daß die Länge der Artikel nicht zwangsläufig mit der Erwähnung des erweiterten Suchtbegriffes einhergeht. Neben den kurzen verzichteten auch knapp die Hälfte der längeren Artikel auf diese Botschaft zugunsten anderer Informationen (z.B. Suchtprävention als Ziel der Ausstellung oder Zusammenhang zwischen Sucht und Sehnsucht als Ursache).

In allen vier Artikeln zum Standort Frankfurt wird der erweiterte Suchtbegriff einbezogen. Ein Beispiel: In der Mitteilung des dpa Landesdienstes Hessen wird auf das „Panorama der Süchte“ hingewiesen, das „vom Alkoholismus- über die Tabletten- oder Drogenabhängigkeit bis zur Putz- und Kaufsucht“ reiche.

In Hamburg allerdings fokussieren zwei der fünf für diese Fragestellung verwertbaren Quellen den Präventionsgedanken bzw. die „klassischen“

Süchte. So schreibt das Hamburger Abendblatt (18.4.97): *„Denn immer mehr Menschen in Deutschland sind süchtig.“* Es folgen Zahlen zu Alkohol- und Drogenabhängigkeit. Weitere Ausführungen fehlen.

Von den vier Essener Artikeln vermitteln drei den Präventionsgedanken oder die Verbindung von Sucht und Sehnsucht, ohne den erweiterten Suchtbegriff einzuschließen. Da wird die Ausstellung zum Beispiel in der Rubrik „Hier in Essen“ der Wochenpost Essen (27.5.97) als *„aufwendiges Anti-Drogen-Spektakel“* beschrieben. In einem Artikel vom 12.4.97 schreibt die Neue Ruhr-Zeitung (NRZ) nur, daß im Mittelpunkt der Ausstellung die *„Erkenntnis: Hinter jeder Sucht verbirgt sich immer eine Sehnsucht.“* stehe. In ihrer Ausgabe vom 24.5.97 verweist die NRZ dann auf die Bandbreite der Süchte.

Bei den acht Chemnitzer Presseberichten steht für fünf Artikel die Suchtprävention im Mittelpunkt. Beispiel Vogtland-Anzeiger (3.9.97): *„Die Exposition der BZgA zeigt auf, wie Menschen zur Sucht kommen, welche Auswirkungen die Abhängigkeit hat und welche Auswege aus der Sucht es gibt.“* Diese Formulierung entstammt der Mitteilung des DDP Landesdienstes Sachsen. Die drei längeren Artikel gehen auf den erweiterten Suchtbegriff ein. Ein Beispiel aus der Freien Presse (6./7.9.97): *„Auf einem Rundgang erfährt der Besucher, daß [...] eigentlich alles, was auf die Spitze getrieben wird, zu Suchtverhalten führen kann.“* Der Blick zum Sonntag (7.9.97) schreibt: *„Da geht es nicht nur um die „klassischen“ Abhängigkeiten wie Alkohol, Drogen oder Nikotin.“*

Liegt der Schwerpunkt der Berichterstattung auf Persönlichkeiten oder auf Inhalten?

Insgesamt liegt der Schwerpunkt eher auf einer Beschreibung der Ausstellung und ihrer Ziele als auf der Nennung von Persönlichkeiten, die an der Eröffnung teilnahmen. Nahezu alle Artikel gehen auf die Zeltkonstruktion ein und erläutern den Aufbau der Ausstellung aus den verschiedenen Stationen. Auf die vermittelten Botschaften von Sehnsucht wurde schon eingegangen (s.o.).

In 7 der 27 Quellen werden Aussagen von Persönlichkeiten aus der Kommunalpolitik und von Vertretern der Kooperationspartner in Verbindung mit der Eröffnung der Ausstellung erwähnt. In Essen und Chemnitz nimmt jeweils ein Artikel Bezug auf Äußerungen der bei der Eröffnung anwesenden Sozialdezernenten der Städte. In Chemnitz wird zusätzlich der Schirmherr der Ausstellung, MdB Bernd Klaußner, erwähnt. In Frankfurt werden in drei der vier Artikel VertreterInnen der Kooperationspartner bzw. Mitarbeitern der BZgA zitiert. Zur Ausstellungseröffnung in Hamburg zitieren zwei Artikel den Bürgermeister der Stadt, Henning Voscherau, sowie die Direktorin der

BZgA, Dr. Elisabeth Pott. Dabei treten die inhaltlichen Aspekte aber generell nicht in den Hintergrund, vielmehr werden die Zitate auch zur Darstellung der Ziele der Ausstellung verwendet. So wird der Chemnitzer Sozialdezernent Fittig mit dem Satz zitiert: „*Wer die Lebensbalance verloren hat, nutzt das Vehikel Sucht, um sie scheinbar wiederzufinden*“ (Freie Presse, 6.17.9.97). BZgA-Direktorin Dr. Pott verdeutlicht in einer Mitteilung des dpa Landesdienstes Nord (17.4.97): „*Es geht darum, Ursachen und Hintergründe zu erkennen, um ein Leben ohne Sucht zu fördern.*“

Werden Kooperationspartner in den Medien präsent?

Kooperationspartner werden in den Medien erwähnt und vorgestellt, besonders in Frankfurt und Chemnitz. Bis auf eine Ausnahme erwähnt Frankfurts Presse die Kooperationspartner. Die Frankfurter Rundschau (15.8.97) widmet der Vorstellung zweier präventiv arbeitender Kooperationspartner eigene Artikel. In Chemnitz finden die Kooperationspartner ebenfalls in fast allen Artikeln Erwähnung. Eine vollständige Aufzählung liefert das Chemnitzer Amtsblatt (35/97). Von den Hamburger Quellen stammen zwei von Kooperationspartnern selbst. Unabhängig davon nennt nur die WELT Hamburger Kooperationspartner. In Essen enthalten zwei der vier Artikel eine Erwähnung der Kooperationspartner.

Wird ein Rahmenprogramm bekanntgegeben?

Das Rahmenprogramm findet nur geringe Beachtung in den vorliegenden Printmedien. In Essen und Hamburg erwähnt jeweils ein Artikel das Rahmenprogramm (Aufführung des „Theater Zebula“ bzw. „*Informationsrunden, Videos und Filme zum Thema Exstasy*“), eine Chemnitzer Zeitung nennt eine Theatervorführung anlässlich der Ausstellungseröffnung und in Frankfurt fehlt jegliche Erwähnung des Rahmenprogramms.

Pressegespräch

Der Ertrag in Form von Artikeln in lokalen Printmedien scheint durch das Initiieren von Pressegesprächen eher gering (durchschnittlich entstehen daraus 3 Artikel pro Einsatzort, wobei die Zahl der anwesenden Redakteure zwischen 4 und 8 liegt (Essen: 4, Hamburg: 8, Frankfurt : o.A., Chemnitz: 7).

Es wurde offensichtlich auch auf der Grundlage der verschickten Presseinformationen berichtet - oder aufgrund der Mitteilungen der Nachrichtendienste.

Aussagen hierüber sind jedoch nur tendenziell zu treffen, da die Vorbereitung der Pressearbeit nicht im Fokus dieser Untersuchung lag.

Fazit zur Presseauswertung

Die Grundtenor der Berichterstattung ist neutral bis positiv: negative Berichte kommen kaum vor. Die Presseartikel bemühen sich generell, inhaltliche Kernaussagen zu vermitteln. Sie setzen die Ausstellung

auch in den örtlichen Zusammenhang durch die Benennung lokaler Institutionen der Suchtprävention.

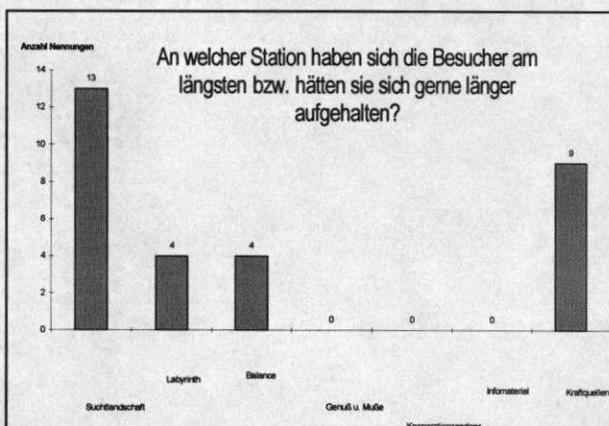
- Mit Blick auf die zukünftige Pressearbeit sollte darauf geachtet werden, die regional zuständigen Presseagenturen möglichst umfassend zu informieren. Ihre Mitteilungen dienen häufig als (auch wortwörtliche) Vorlage für Presseberichte in den Ausstellungsorten.
- Festzustellen ist außerdem eine Vorliebe der Presse für Schlagworte, die schon bekannt sind und daher auch ein „Schubladendenken“, eine Reduktion der Botschaften der Ausstellung fördern (Beispiel „Suchtprävention“). Häufig wird dann diesen Begriffen vor neuen, vielleicht komplexeren Botschaften (Beispiel erweiterter Suchtbegriff) der Vorzug gegeben. Als Beispiel für einen gelungenen, vielfach durch die Presse aufgegriffenen Slogan: „Hinter jeder Sucht steckt eine Sehnsucht“.
- die Gestaltung der Pressegespräche qualitativ anreichern ggf. durch Presse-Seminare

2.4 Bewertungen einzelner Ausstellungsteile durch verschiedene Beteiligte

Befragt danach, an welcher Ausstellungsstation sich die Chemnitzer Besucher am längsten aufgehalten haben bzw. gerne länger aufgehalten hätten, ergibt sich nebenstehendes Bild:

Damit rangiert die Suchtlandschaft auf Platz 1, gefolgt von den Kraftquellen, der Balance und dem Labyrinth des Lebens.

Genuß und Muße finden keine Erwähnung. Auch der Kooperationspartner-Bereich und der Infocontainer werden nicht genannt. Eine Erklärung dafür ist, daß die beiden letztgenannten durch die Befragten nicht als Teile der Ausstellung (im Sinne von Exponaten) angesehen werden.



Die Besucherbefragung der BZgA in Essen und Frankfurt bestätigt dieses Bild: Suchtlandschaft, Labyrinth des Lebens, Balance und Kraftquellen gehören zu den Stationen, die besonders gut gefallen. Aufgesplittet nach Kategorien jüngerer und älterer Besucher ergibt

sich, daß Kindern tendenziell besonders gut die Balance, Erwachsenen die Suchtlandschaft und die Kraftquellen gefallen.

Suchtlandschaft

- + Vielfalt der dargestellten Süchte (#2100, #2106); detaillierte Übersicht (#1103, #1114)
- + gute Veranschaulichung (#1118, #1119), „tief beeindruckende Darstellung“ (#2100), „interessant und nicht so viel Text“ (#2112)
- + Türen zum Aufmachen sind wichtig (#1102, #1111, #2105). „Daran finde ich toll, daß diese Sachen in geheimnisvollen Kämmerchen und Schränken versteckt sind. Wie das in Wirklichkeit auch ist (hinterm Vorhang, wo man's nicht sieht).“ (#1104)
- + Als positiv hebt eine Besucherin (17 Jahre) die Darstellung der „historischen Entwicklung der Sucht“ und des „Begriffs Rausch“ hervor. (#014)
- + Vermittlung von Fakten, kein erhobener Zeigefinger (#2106)
- + Tonbandaufnahmen von Betroffenen (#2106)
- + „man sieht, daß jeder Mißerfolge erfährt, sie aber irgendwie akzeptieren lernen muß /sollte“ (#2113)
- „Wegen der längeren Verweildauer bei den einzelnen Informationstafeln (viel Text, kleine Schrift) ist bei größerem Besucherandrang die Informationsaufnahme erschwert.“ (#1100)
- „zu viel Text“ (#1104)
- zu wenige Folgerscheinungen werden „bildlich mit allen Widerwärtigkeiten“ dargestellt (#2104); „Ich hätte es gut gefunden, wenn wie bei der Spielsucht auch bei den anderen vorgestellten Süchten betroffene Personen zu hören gewesen wären. Die Abschreckung hat gefehlt.“ (#2114)
- zu wenig Informationen zu den einzelnen Süchten (#2106)
- Station könnte noch interessanter wirken, wenn sie wie ein Irrgarten konzipiert wäre (\$008)
- Suchtlandschaft vergrößern (#016)
- „Musik und Krach als Sucht“ in die Suchtlandschaft aufnehmen, denn „die Gehörschäden Jugendlicher nehmen gefährlich zu“ (#030)

- mehr bewegliche Teile zum Mitmachen, erlebnispädagogischer gestalten, Dramaturgie erhöhen (FB)

Labyrinth des Lebens

- + treffende Auswahl der Lebensbilder (Bandbreite) (#1200)
- + die kurzen Texte, die Requisiten (#1202)
- + *„Lebensgeschichten helfen, sich an eigene Erlebnisse zu erinnern.“* (#032, #005)
- + *„Erreichen der persönlichen Geschichte in mein Herz“* (#1203); *„die Texte berühren mich, Assoziationen zu eigenen Wünschen und Sehnsüchten, verständlich, nachvollziehbar“* (#2201); *„Die Lebensgeschichten hätten noch mehr sein können“* (#2205)
- + die Farben der Wand passen zu jedem Text sehr gut (#1205)
- zu viel zu lesen (#1205)
- *„Die Gestaltung der Kurzgeschichten haben nicht persönlich berührt.“*(#031)
- *„für Jugendliche / Kinder vielleicht zu langweilig aufbereitet“* (#2207)
- Einleitungstafel anders stellen, um Lesbarkeit zu erhöhen (FB)
- Lebensgeschichten, die Jugendliche ansprechen, aufnehmen z.B. zum Thema Ablösung vom Elternhaus (FB)
- weitere Lebensgeschichten aufnehmen z.B. Umbruchsitation Arbeitslosigkeit
- Lebensgeschichten plastischer gestalten: Fotoserien, Bilder (FB)

Balance

- + Die Balance wurde als *„besonders gut“* bezeichnet, da sie *„das Problem des eigenen Handelns“* verdeutlicht. (#004)
- + Mehrfach äußern Chemnitzer Besucher, daß ihnen die Balance besonders gut gefallen hat (Frage Nr. 2): dies bezieht sich auf die Idee und die gelungene technische Umsetzung aber auch auf die Intention, die als *„sehr anregend“* bezeichnet wird (#004, #014, #016, #017, #018).
- + aktiv, erlebnisorientiert, *„was zum selbst ausprobieren“* (#2307, #1303, FB), *„vor allem für Kinder“* (#2310)

- + sinnliche Erfahrbarkeit von Balance (#1300, #1301), „*daß man sein Gleichgewicht rausfindet (wie schnell man es bekommt)*“ (#1304)
- „*Balance hab ich ohne Erklärung nicht verstanden*“ (#1300)
- es ist nicht ganz klar, ob es betreten werden darf (#2303), „*es wußte keiner, was mit der Scheibe zu machen ist, bis es jemand vorgemacht hat*“ (#2307), „*daß keine Beschreibung dabei ist*“ (#1304)
- die oben angebrachten Stichworte sind schlecht zu lesen (#1303)
- technisches Problem: die Wippe erzeugte am Einsatzort Chemnitz ein störendes (knirschendes) Geräusch
- Botschaft ist schwer vermittelbar (FB)
- ↗ Konzept für die Betreuung durch die Fachbetreuer/innen erforderlich, was sich auf die Betreuung von Gruppen (die aufgrund der räumlichen Gegebenheiten häufig auseinanderdriften) und die motivierende Ansprache von Einzelbesuchern bezieht
- ↗ kleine technische Fehler (s.o.) möglichst umgehend beheben

Genuß und Muße

- + gut als Ort zum Sitzen, an dem man die Führung reflektierend abschließen kann (FB)
- + viele Bildausschnitte (#1401)
- Ton des Videos zu leise (#1401)
- Zufälligkeit, mit der die Filmausschnitte zu sehen sind (#1400)
- Video und Filmtafeln vermitteln die Thematik nicht (FB); nicht sehr auf das Thema Genuß eingehend (#2401)
- „*Ich weiß nicht, wie ich diese Informationen aufnehmen bzw. verarbeiten soll*“ (#2404)
- „*TV haben wir selber*“ (#026)
- z.T. geräuschvolles Umfeld, was die Empfindung von Genuß und Muße erheblich irritiert
- „Muße“ wird häufig von Jugendlichen nicht verstanden (antiquierter Terminus)

Die Station „Genuß und Muße“ Station wird von allen Befragten als schwach identifiziert. Sie ist daher dringend umzugestalten.

- bequeme Sitzkissen mit Möglichkeit, sich auf den Boden zu setzen (entspannen, relaxen) (FB)
- Genuß und Muße sollte an dieser Station empfindbar gemacht werden, dazu sind sinnliche Reize nötig: Dias, Licht, Musik/Klänge, haptische, taktile, vestibuläre Reize
- Fernseher entfernen, da der Videofilm die gemeinte „message“ der Station nicht transportiert
- Ggf. sollte die Station aufgelöst und einbezogen werden in eine andere Station, die in der Nähe liegt oder als Ausstellungsraum genutzt werden

Kooperationspartner-Bereich

- + Besucher äußern sich sehr positiv darüber, daß sie im Rahmen der Ausstellung Kontakt zu den lokalen Beratungsstellen bekommen können. (#2501, #009, #004)
- Den Kooperationspartner-Bereich stärker mittig, ^{nicht} randständig plazieren
- mehr Raum für störungsfreie Beratungssituationen geben (die einen Austausch auch persönlicher Anliegen ermöglichen)

Infocontainer

- + reichhaltiges und vielseitiges Angebot an Materialien (#1604, #2602, #2601, #2604); gute Zusammenstellung (#2600)
- + kurze, knappe Informationen (#2607)
- + besonders gefallen die Poster (#1602, #2605)
- Materialien sind nicht in englischer Sprache verfügbar (#2604)
- „Kein Mitarbeiter stand kontaktfreudig da, der bei der Infoflut Hilfe geleistet hätte.“ (#2611)
- Besuchern Hilfestellung bei der Auswahl der richtigen Materialien geben, Selbstbedienungscharakter reduzieren

Kraftquellen

- + Eine Besucherin (17 Jahre) stellt heraus, daß die „*Faszination des Wassers toll genutzt [wurde]*“. (#014)
- + „*aussagekräftig*“, eignen sich als „*Lebensmotto*“ (#020); „*gute Anregungen*“ (#1700), stimuliert Reflexion und Assoziationen (FB)
- + kann ohne Betreuung durch die Fachbetreuer rezipiert werden (FB)
- bißchen banal (#2700)
- „*Es ist fraglich, wie Jugendliche im Alter von 14 Jahren mit solchen „weisen Sprüchen“ umgehen, Bezug zur Realität (Alltag) fehlt*“ (#2707)
- ↗ als störungsfreieren Raum konzipieren (kein Durchgangsraum)
- ↗ zu den SehnSucht-Postkarten auch Kugelschreiber bereitstellen, damit Besucher Aphorismen notieren können
- ↗ Aphorismen als abgedruckte Sammlung für Interessierte verfügbar machen

3 Fazit

Zusammenfassend blicken wir auf die Ausgangsfragestellungen, wie sie im Abschnitt 1.1. 'Zielsetzung' dargestellt sind, zurück und behandeln sie in umgekehrter Reihenfolge, wobei wir uns insbesondere auf die aus der Untersuchung in Chemnitz gewonnenen Erkenntnisse konzentrieren.

Auswirkungen der Ausstellung bei den Kooperationspartnern

Es ist eindeutig feststellbar, daß bereits in der Vorlaufphase die Vernetzung und Zusammenarbeit der lokalen Träger der Suchtprävention durch die Ausstellung gefördert wurde. Dies gilt speziell für die Beteiligtenkonstellation sowie deren Selbstverständnis in Chemnitz. Die Kooperationspartner haben die Chance wahrgenommen, nicht nur unter sich als Professionelle zu vernetzen und auszutauschen; sie haben auch von der Gelegenheit profitiert, ihre eigene Arbeit einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen. Zusätzlich zu diesen unmittelbaren Wirkungen sind sie zuversichtlich, daß die Ausstellung eine nachhaltige Wirkung auf die lokale Suchtprävention zeigen wird: Sie weisen jedoch einschränkend darauf hin, daß die Ausstellung für sie erst in einigen Monaten weitere Erträge zeigen wird und daher sich ihre Zuversicht erst bei einer Nachuntersuchung bestätigen ließe.

*Botschaften der
Ausstellung in der
Presseberichter-
stattung*

Bei der Presseberichterstattung überwiegen neutrale und positive bzw. konstruktive Beiträge, die sich mit den Inhalten der Ausstellung beschäftigen. Die Berichterstattung eignet sich für das Transportieren der Inhalte; sie wirkt aber weniger im Sinne einer Ermutigung zum Besuch, denn nur wenige Besucher gaben an, aufgrund eines Medienberichtes entschieden zu haben, die Ausstellung zu besuchen.

*Auswirkungen des
Ausstellungsbesuchs
bei verschiedenen
Besuchergruppen*

Die Ausstellung wird von Menschen verschiedener Altersgruppen besucht. Während der Woche überwiegen die Schulklassen, am Wochenende ist das Spektrum sehr breit. Die Besucherbefragungen bestätigen, daß der erweiterte Suchtbegriff bei allen Altersgruppen verstanden wird und mehrheitlich auch Regel akzeptiert wird: die Anzahl ablehnender Haltungen ist sehr gering, die Gleichsetzung Sucht=Droge kommt auch sehr selten vor. Eine von Fachleuten geäußerte Befürchtung, die Ausstellung sei eher geeignet für Multiplikatoren als für das breite Alters- und Bildungsspektrum der tatsächlichen Besuchern, scheint sich nicht zu bewahrheiten. Die Ausstellung ist zwar nicht originär für die Zielgruppe konzipiert, die sie faktisch in großem Maß erreicht hat - nämlich Jugendliche - und in der Hinsicht wird die Ausstellung von sehr vielen Fachleuten und Laienbesuchern als zu text-orientiert kritisiert. Daß die Ausstellung tatsächlich dieses breite Besucherspektrum erreicht, ist zum Teil auf die Beratungsarbeit der Fachbetreuer/innen zurückzuführen, deren Aufgabe es ist, mit pädagogischen Mitteln die Ausstellungsinhalte an zu vermitteln. Obwohl das pädagogische Handeln der Fachbetreuer/innen nicht Gegenstand der Evaluation war, läßt sich anhand unserer eigenen Beobachtungen und unserer Expertengespräche mit den Akteuren vor Ort (Fachbetreuer/innen, Kooperationspartner) feststellen, daß es den Fachbetreuer/innen durch ihr pädagogisches Handeln vor allem in der Betreuung von Gruppen offenbar gelingt, vorhandene Lücken zwischen Ausstellungskonzeption und Rezeption der zahlenmäßig wichtigsten Adressatengruppe (Jugendlichen) zu schließen.

Somit sind kurzfristige Wirkungen - insbesondere in Form von Wissen - eindeutig bei den verschiedensten Besuchergruppen feststellbar. Inwieweit nachhaltige Wirkungen - im Sinne von Einstellungs- oder Verhaltensänderungen - des Ausstellungsbesuchs bei den Besuchern zu verzeichnen sind, kann hier nicht beantwortet werden: Dafür wäre eine Erhebungsmethode erforderlich, die in den Monaten nach dem Ausstellungsbesuch einzusetzen wäre.

Dabei ist anzumerken, daß die Anzahl Besucher, die von einem Ausstellungsbesuch profitieren können, durch physikalische

Gegebenheiten begrenzt ist. Haupthindernis einer adäquaten Rezeption der Ausstellung seitens der Besucher war in Chemnitz - ironischerweise - der massive Besucherstrom, der durch die zeitliche Koinzidenz zwischen Ausstellung und Stadtfest verursacht wurde. Dies erschwerte den Besuchern, Zeit und Raum zu haben für eine reflektierte und differenzierte Rezeption der Ausstellungsstationen, die wohl wegen der Komplexität der Thematik eigentlich unabdingbar ist. Die Aussagen der Besucher machen deutlich, daß die Überschreitung dieser physikalischen Grenze bei den Besucherzahlen zu einer Frustration der Besucher führt und die Vermittlung von Inhalten stark beeinträchtigt.

Die Bewertung der Wirkung der Ausstellung läßt sich somit nicht anhand quantitativer Angaben zu den Besucherzahlen ermitteln, sondern nur durch qualitative Erhebungen zur Ausstellungsrezeption durch die Besucher sowie deren Beitrag als Laienmultiplikatoren in der weiteren Öffentlichkeit.

*Ausstellung als
Ereignis*

Bei dem Versuch, einzelne Aspekte der Ausstellung SehnSucht zu erfassen und zu bewerten, kann die ganzheitliche Perspektive leicht verloren gehen. Das Zusammenwirken von baulicher Besonderheit, Medienberichterstattung, professionellen Beratungsangeboten, Besuchern, die lange danach über die Inhalte reflektieren, die selbst Multiplikatoren werden ... - all dies ist sicherlich, wenn auch schwer erfaßbar, zusammen viel mehr, als die Summe der einzelnen Komponenten. Die komplexe, synergetische Wirkung der Ausstellung als intensives, zeitlich komprimiertes Ereignis muß hier noch Hypothese bleiben.