

**Kampagne „Klartext reden!“
zur Unterstützung der Alkoholprävention in Familien**

Evaluierungsbericht & Wirkungsanalyse 2012

Ergebnisse einer Eltern-Befragung im Anschluss
an 73 Eltern-Workshops im Zeitraum 2009 - 2012

KESSLER Kommunikationsberatung, Wiesbaden
in Kooperation mit smartcon GmbH, Mainz
08/2012

Inhaltsverzeichnis

<u>Inhaltsverzeichnis</u>	<u>Seite</u>
1. Hintergrund	3-5
2. Methode der Evaluierung	6-7
3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung	8-23
4. Weitergehende Analyse der Ergebnisse/Signifikanzen	24
4.1 Faktor Zeit	25-29
4.2 Faktor Schultyp	30-35
4.3 Regionalvergleich	36
5. Zusammenfassung/Schlussfolgerungen	37-38
6. Verbesserungsmöglichkeiten	39
Anhang (Fragebogen)	



1. Hintergrund

- Eltern nehmen eine zentrale Vorbildrolle ein, wenn es um die Entwicklung eines maßvollen und verantwortungsbewussten Umgangs mit alkoholhaltigen Getränken geht. Die ersten Erfahrungen mit alkoholhaltigen Getränken machen Kinder und Jugendliche meist in der Familie.
- Aus diesem Grund wurde 2005 vom „Arbeitskreis Alkohol und Verantwortung“ des BSI in Kooperation mit dem BundesElternRat die bundesweite Initiative „Klartext reden!“ zur Unterstützung der Alkoholprävention in Familien ins Leben gerufen. Umgesetzt wird die Initiative von der Agentur KESSLER Kommunikationsberatung aus Wiesbaden.
- Ziel der Initiative ist es, die Erziehungskompetenz von Eltern und Erziehungsberechtigten zu stärken und sie für die Vorbildrolle bei der Entwicklung eines maßvollen und verantwortungsbewussten Umgangs mit alkoholhaltigen Getränken sowie für den Jugendschutz zu sensibilisieren.
- Eine breite Information von Eltern und Erziehungsberechtigten zum Thema Alkohol erreicht die Kampagne über folgende Kanäle:
 - Informationsbroschüre „Klartext reden!“ - Gesprächsleitfaden für Eltern zum Thema Alkohol
 - Internetauftritt www.klartext-reden.de mit einem integrierten Online-Training für Eltern unter www.klartext-elterntraining.de
 - kostenlose Eltern-Workshops an Schulen



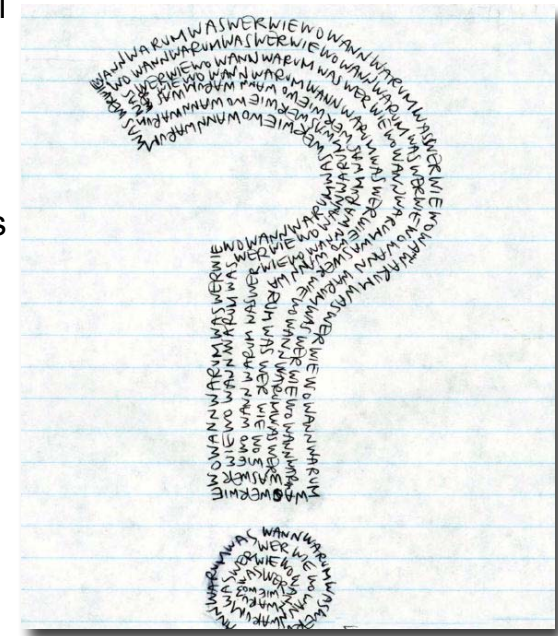
1. Hintergrund

- Die bundesweiten Eltern-Workshops als Kernstück der Kampagne „Klartext reden!“ werden von unabhängigen Suchtexperten und Diplom-Psychologen an Schulen geleitet. Das Konzept richtet sich grundsätzlich an Eltern von Schülerinnen und Schülern der Klassenstufen 5 - 10. Ein Workshop dauert ca. 90 - 120 Minuten und findet als Abendveranstaltung in der Schule statt.
- In den Workshops erfahren Eltern, wie sie am besten mit ihrem Kind über Alkohol sprechen und wirksam Grenzen setzen können. Durch den Erfahrungsaustausch untereinander und die Diskussion praktischer Fallbeispiele können die Teilnehmer mit Unterstützung erfahrener Suchtexperten gemeinsam Lösungsansätze erarbeiten.
- Weitere Inhalte und Ziele des „Klartext reden!“ Eltern-Workshops sind:
 - Vermittlung von Informationen, Daten und Fakten zum Thema Alkohol
 - Das Jugendschutzgesetz mit den Altersbeschränkungen 16/18
 - Gesundheitliche Risiken durch riskanten oder missbräuchlichen Konsum von alkoholhaltigen Getränken
 - Allgemeine Erziehungs-Tipps in Sachen Suchtprävention
 - Sensibilisierung für die eigene Vorbildrolle
 - Geeignete Erziehungsstile und -methoden im Bereich der Prävention
 - Anregungen und Tipps für das Gespräch mit dem Kind
 - Wirksame Grenzen und Regeln aufstellen, diese einhalten und bei Nichtbeachten auch Konsequenzen durchsetzen
 - Erkennen und Vorbeugen eines problematischen Alkoholkonsums; Hilfestellung durch geeignete Beratungsstellen etc.
 - Fragebogen-Evaluierung (anonym) am Ende eines Workshops



1. Hintergrund

- Um die Wirksamkeit und Zielerreichung des Konzepts „Klartext reden!“ zu überprüfen, wurde für die Elternkampagne eine entsprechende Evaluierungsmaßnahme konzipiert.
- Eine Erstevaluierung (zweistufig) aus dem Jahr 2007 untersuchte 17 bundesweit durchgeführte Eltern-Workshops. An der Direktbefragung mittels Fragebogen im Anschluss an den Workshop nahmen N=238 Personen teil, an einer Nachbefragung 6 - 8 Wochen später N=110 Personen.
- Die Ergebnisse waren durchweg positiv: Die Workshops leisten einen wertvollen Beitrag zur Präventionsarbeit in Familien, die Zielsetzungen der Maßnahmen „Klartext reden!“ wurden erreicht und die Kampagne als Konsequenz aus den positiven Evaluierungsergebnissen fortgeführt.
- Im Rahmen der vorliegenden einstufigen Evaluierung aus dem Jahr 2012 soll nun die nachhaltige Wirksamkeit der Kampagne „Klartext reden!“ überprüft werden.
- Dazu wurden erneut Eltern und Erziehungsberechtigte im Rahmen einer Fragebogenaktion direkt im Anschluss an die „Klartext Workshops“ um ihre Bewertung hinsichtlich organisatorischer wie inhaltlicher Aspekte des Abends gebeten. Dabei wurden auch Fragen zur Verwendbarkeit der Inhalte sowie zu beabsichtigtem Verhalten gestellt.
- Die Ergebnisse werden in diesem Bericht detailliert dargestellt und analysiert. Auf dieser Grundlage lassen sich Stärken und gegebenenfalls notwendige Optimierungen für das Konzept herausarbeiten.



2. Methode der Evaluierung

- Bei der vorliegenden Evaluierung handelt es sich um eine einstufige Direktbefragung mittels Fragebogen. Im Anschluss an die Workshops wurde vom jeweiligen Referenten ein anonymer Fragebogen an die anwesenden Eltern verteilt und nach Beantwortung wieder eingesammelt.
- Anhand von 7 Fragen (inkl. 3 offener Fragen, die teilweise nachkodiert wurden) konnten die Eltern den Workshop bezüglich inhaltlicher wie organisatorischer Aspekte bewerten:
 1. Erwartungsentsprechung (inkl. offenem Kommentar)
 2. Praktische Verwertbarkeit der Workshopinhalte (inkl. offenem Kommentar)
 3. Zufriedenheit mit verschiedenen Aspekten des Workshops (Einladung, Begleitmaterial, Referent, Termin etc.)
 4. Optimierungs- und Änderungsvorschläge (offener Kommentar)
 5. Meinungsspiegel (Wissenserwerb, bessere Grundlage für ein Gespräch mit dem Kind, Verhaltensanregung zur Gesprächsdurchführung)
 6. Benotung der Maßnahme „Klartext reden!“ anhand einer Schulnote
 7. Einschätzung unterschiedlicher Einflussfaktoren auf das Konsumverhalten der Kinder und Jugendlichen (Werbung, Freunde, Eltern, Lehrer, Musik- und Filmstars, Videoinhalte auf Online-Portalen)
- Folgende Informationen rund um den Workshop, die nicht mittels Fragebogen abgedeckt wurden, sind durch die Agentur erfasst und nachkodiert worden: Das Datum des Workshops, Name der Schule, Schulart, Referent, Ort und Bundesland. (Fragebogen im Anhang).

2. Methode der Evaluierung

- Die im Rahmen der vorliegenden Evaluierung untersuchten 73 Eltern-Workshops fanden im Zeitraum Mai 2009 bis April 2012 in 7 Bundesländern statt: Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Sachsen-Anhalt.
- Aufteilung der 73 Workshops auf die einzelnen Jahre: 11 in 2009, 26 in 2010, 31 in 2011 und 5 in 2012
- Die Workshops wurden von 6 Referenten durchgeführt:
 - Barbara von Arnim (Dipl.-Psychologin),
 - Klaudia Follmann-Muth (Dipl.-Sozialpädagogin),
 - Dr. med. R. Mathias Dunkel (Facharzt für Psychotherapeutische Medizin),
 - Julia Schiefenhövel (Dipl.-Psychologin),
 - Dr. Bernd Schneider (Dipl.-Psychologe),
 - Klaudia Spandl-Töpfer (Dipl.-Sozialpädagogin)
- An folgenden Schultypen fanden die untersuchten Workshops statt: Gymnasium (19 x), Realschule (19 x), Hauptschule (11 x), Gesamtschule (9 x), Hauptschule mit Werkrealschule (5 x), Wirtschaftsschule (2 x), Volksschule (3 x), Haupt- und Realschule (3 x), Förderschule (1 x) und Sonstige (1 x Sportverein)
- Insgesamt nahmen ca. 2.500 Personen an den 73 untersuchten Workshops teil. N=1856 Personen haben im Anschluss an den Workshop einen Fragebogen ausgefüllt.
- Die Evaluierung der „Klartext reden!“ Eltern-Workshops (Erhebung, Erfassung und Auswertung der Datensätze) fand in Zusammenarbeit zwischen der KESSLER Kommunikationsberatung Wiesbaden als betreuende Agentur der Kampagne und der smartcon GmbH (Unternehmen für wissenschaftsnaher Marktforschung und Strategieberatung) aus Mainz statt.
- Nachfolgend werden die Ergebnisse und Schlussfolgerungen der auf der Direktbefragung beruhenden Erkenntnisse aus der Evaluierung der Eltern-Workshops zur Maßnahme „Klartext reden!“ dargestellt.

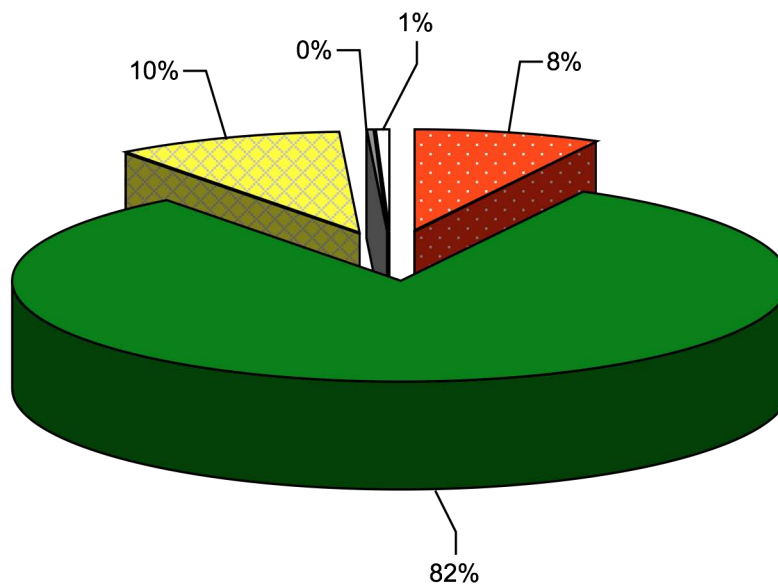
3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 1: Entsprach der Workshop Ihren Erwartungen? (N=1856)

- Er hat meine(n) Erwartungen...

90 % der Eltern waren der Meinung, dass der Workshop die eigenen Erwartungen übertroffen (8 %) bzw. den Erwartungen entsprochen hat (82 %).

■ übertroffen ■ entsprochen ■ teilweise entsprochen ■ nicht entsprochen □ keine Angabe



3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

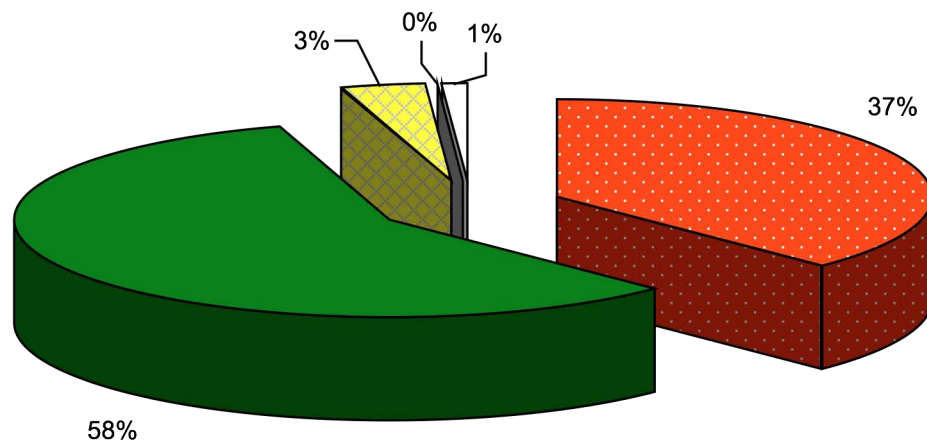
- Im Rahmen der 1. Frage, ob der Workshop den eigenen Erwartungen entsprochen hat (Bewertung von 1 - Erwartungen übertroffen bis 4 - Erwartungen nicht entsprochen), konnten die Teilnehmer auch durch einen offenen Kommentar ihre Ansicht entsprechend begründen.
- Insgesamt haben hier im Zusammenhang mit einer positiven Bewertung (1 - Erwartungen übertroffen bzw. 2 - entsprochen) n=882 Personen einen Kommentar abgegeben. Die Antworten wurden thematisch zusammen gefasst und in entsprechende Kategorien nachkodiert. Folgende Antwortkategorien sind aufgrund eines positiven Kommentars im Zusammenhang mit der Erwartungshaltung am häufigsten vorgekommen:
 - "neue Information/neues Wissen; informativ/aufklärend" (31 %)
 - "vollständig/umfassend/alle Fragen beantwortet" (21 %) und
 - "gute Beispiele/praxisrelevante, anwendbare Tipps" (17 %)
- Im Zusammenhang mit den wenigen negativen Bewertungen (3 - Erwartungen teilweise entsprochen, 4 - Erwartungen nicht entsprochen) n=117 wurden folgende Antwortkategorien am häufigsten genannt:
 - „zu wenig konkret/praktisch, zu wenig Beispiele“ (30 %)
 - „zu wenig Info/Neues, Fragen blieben offen“ (27 %)
 - „zu wenig Diskussion/Interaktion/Einbeziehung der Eltern“ (7%)

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 2: Was glauben Sie, wie Sie die Tipps und Anregungen des Workshops verwenden können? (N=1856)

- Verwenden können werde ich davon:

■ das meiste ■ einiges ■ wenig ■ nichts □ keine Angabe



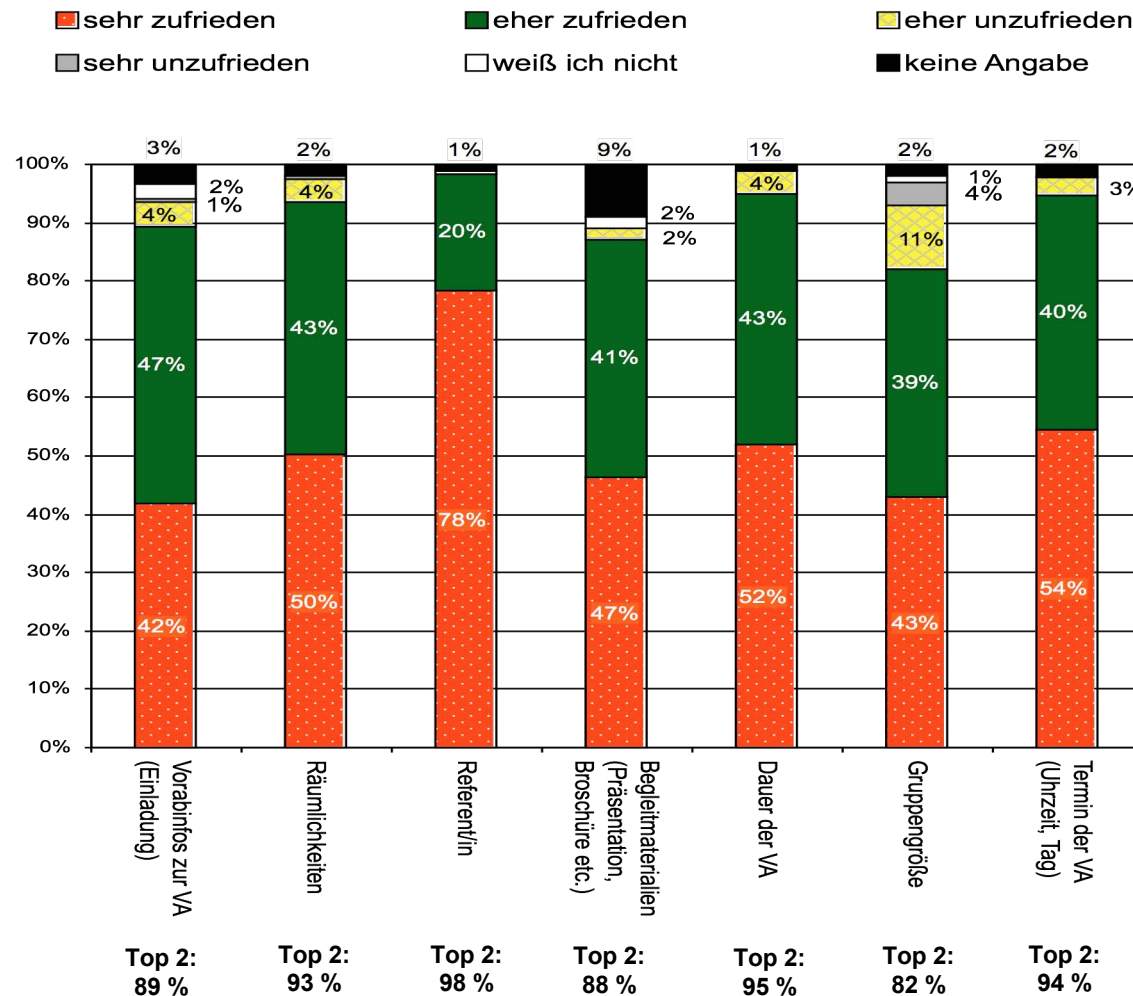
95 % der Befragten gaben an, dass sie die meisten (37 %) oder zumindest einige (58 %) der Tipps und Anregungen des Workshops auch persönlich verwenden können. Dies bescheinigt dem „Klartext reden!“ Eltern-Workshop eine hohe Praktikabilität der Inhalte.

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

- Ergänzend zur individuellen Einschätzung der Eltern (Frage 2), wie sie die Tipps und Anregungen des Workshops verwenden können (von 1 das meiste bis 4 nichts), konnten die Teilnehmer ihre Meinung noch einmal im Rahmen einer offenen Frage frei begründen.
 - Insgesamt haben n=749 Personen eine positive Bewertung der Verwertbarkeit von Tipps und Anregungen (das meiste/einiges) mit einem Kommentar versehen. Die Antworten wurden anhand ihrer Ähnlichkeit und Häufigkeit in entsprechenden Kategorien zusammengefasst und nachkodiert.
 - Am häufigsten wurden im Zusammenhang mit einer positiven Bewertung folgende Kommentare abgegeben:
 - "brauchbare Tipps/Argumente, gute Anregungen, konkrete Hilfen" (21 %)
 - "ich werde das Gespräch suchen, mehr/früher darüber reden, bin besser für Gespräch gerüstet" (13 %)
 - "eigener Standpunkt/Sichtweise wurde bestärkt bzw. ergänzt" (12 %)
 - „praxisnah/alltagstauglich/umsetzbar“ (9 %)
 - Von n=42 Personen liegen erklärende Kommentare im Zusammenhang mit einer negativeren Bewertung (kann wenig/nichts verwenden) in Bezug auf die Verwertbarkeit von Tipps und Anregungen aus dem Workshop vor. Nach entsprechender Kategorisierung und Nachkodierung waren dies die häufigsten Antworten:
 - "Vieles schon bekannt/wenig Neues" (29 %)
 - "(noch) kein Thema in der Familie" (26 %) und
 - "wird bereits umgesetzt" (24 %)
- > Hieraus wird deutlich, dass die wenigen negativeren Bewertungen des Workshops nicht in der Maßnahme selbst begründet sind, sondern am fundierten Vorwissen und der Erziehungskompetenz einzelner Eltern liegen, die daher auch wenig Neues erfahren und wenig besser umsetzen können. Für einen kleinen Teil mit wahrscheinlich jüngeren Kindern hat das Thema aus eigener Einschätzung noch keine Relevanz.

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 3: Wie zufrieden sind Sie mit den nachfolgenden Aspekten der Veranstaltung? (N=1856)



Die Workshopteilnehmer wurden nach ihrer Zufriedenheit mit verschiedenen Aspekten der Veranstaltung befragt.

Mit 98 % wurden die zur Moderation eingesetzten Referenten besonders positiv bewertet (78 % sehr zufrieden, 20 % eher zufrieden). 95 % der Eltern waren mit der Veranstaltungsdauer sehr zufrieden (52 %) bzw. eher zufrieden (43 %). Den gewählten Veranstaltungstermin bewerteten 94 % positiv (54 % sehr zufrieden, 40 % eher zufrieden). Immer noch sehr gut - aber im Vergleich etwas schlechter als die anderen Aspekte - wurde mit 82 % Zustimmung die Gruppengröße bewertet. Die teilnehmenden Eltern hätten sich mehr Teilnehmer am Workshop gewünscht, was wiederum im Kern eine positive Einschätzung darstellt: 43 % der Eltern waren mit der Gruppengröße sehr zufrieden und 39 % eher zufrieden.

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

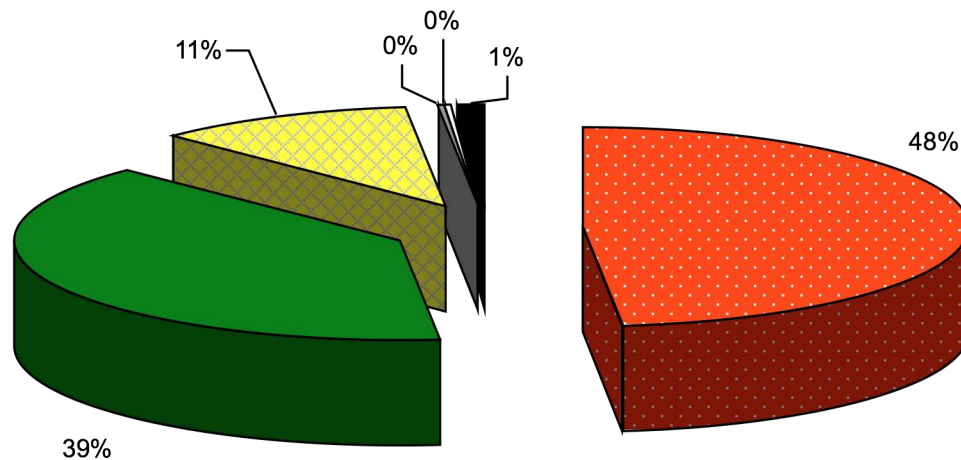
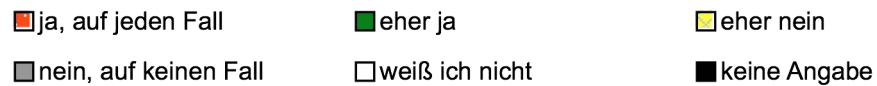
Frage 4: Falls Sie bei einem oder mehreren Punkten „eher unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ angekreuzt haben: Was können wir Ihrer Meinung nach anders/besser machen?

- Im Anschluss an die geschlossene Frage 3 nach der Zufriedenheit mit unterschiedlichen Aspekten der Veranstaltung wurden die Eltern gebeten (falls sie bei einem oder mehreren Punkten sich „eher unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ geäußert hatten), Optimierungs- oder generelle Änderungsvorschläge anzugeben.
- n=513 Personen haben in Frage 3 bei einem oder mehreren Punkten „eher unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ angekreuzt, aber nur n=239 von diesen Teilnehmern haben auch einen entsprechenden Kommentar in der offenen Frage 4 abgegeben. Die Antworten wurden entsprechend kategorisiert und nachkodiert:
 - Ein Teil der Workshopteilnehmer würde sich eine größere Resonanz anderer Eltern auf das Workshopangebot von „Klartext reden!“ wünschen, da sie das Thema Alkoholprävention wohl als wichtig ansehen. Daher war ein häufiger genannter Kritikpunkt die Gruppengröße:
"Gruppe zu klein - zu geringes Interesse der Eltern" (34 %). Hierbei wurde jedoch auch von den Eltern häufig angemerkt, dass dies nicht die Schuld der Organisatoren ist.
 - 10 % der Eltern empfand die Gruppe als zu groß, wodurch die Diskussion erschwert wurde:
„Bei der Veranstaltung Gruppe zu groß - zu laut, Diskussion schwierig“
 - Darüber hinaus wurden noch Termin und Dauer kommentiert:
„zu früh - berufstätig auf Kinder aufpassen“ (9 %)
Dauer: „zu lang“ (5 %); „zu kurz“ (5 %)
 - 3 % der Eltern äußerten, dass mehr Werbung für die Veranstaltung gemacht werden sollte:
"Vor der Veranstaltung mehr Werbung machen - publicity; mehr Eltern ansprechen."
- Die Antworten auf die offenen Fragen widersprechen sich zum Teil diametral. Das liegt u. a. auch daran, dass die Anzahl der Teilnehmer pro Workshop stark variiert. Darüber hinaus sind die subjektiven Einschätzungen auch in der jeweiligen Lebenssituation der Eltern begründet. Für berufstätige Eltern mag eine Uhrzeit zu früh sein, die für nicht berufstätige Elternteile mit kleinen Kindern als zu spät eingeschätzt wird. Hier lässt sich wahrscheinlich keine 100%-ige Zufriedenheit erreichen.

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 5: Meinungsspiegel

- Haben Sie beim Workshop etwas dazugelernt/neues Wissen erlangt? (N=1856)



87 % der Teilnehmer gaben an, aus dem Workshop auch neues Wissen mitgenommen zu haben (48 % ja, auf jeden Fall, 39 % eher ja).

Vergleich Ergebnis Evaluierung 2007 (N=238):

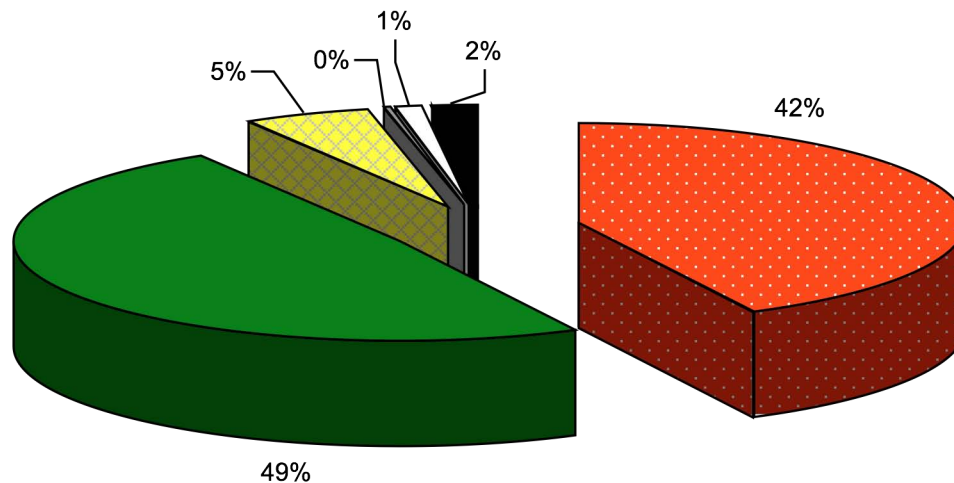
Über 90 % der Teilnehmer gaben an, durch den Workshop auch neues Wissen erlangt zu haben.

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 5: Meinungsspiegel

- Fühlen Sie sich durch den Workshop besser dafür gerüstet, das Thema Alkohol mit Ihren Kindern zu besprechen? (N=1856)

■ ja, auf jeden Fall ■ eher ja ■ eher nein
■ nein, auf keinen Fall □ weiß ich nicht ■ keine Angabe



Nach der Teilnahme am Workshop fühlten sich 91 % der befragten Eltern auf jeden Fall (42 %) bzw. eher besser gerüstet (49 %), das Thema Alkohol mit den eigenen Kindern zu besprechen. Die überwiegende Mehrheit hat die subjektive Einschätzung, das erlernte Wissen in der Erziehungspraxis einsetzen zu können.

Vergleich Ergebnis Evaluierung 2007 (N=238):

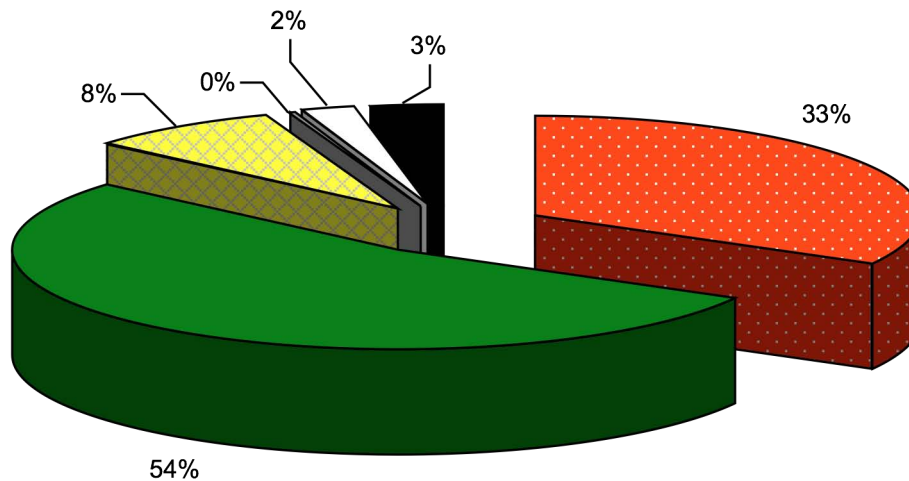
89 % fühlten sich auf jeden Fall (43 %) bzw. eher besser gerüstet (46 %).

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 5: Meinungsspiegel

- Fühlen Sie sich durch den Workshop besser in der Lage, Ihren Kindern zum Thema Alkohol zukünftig Grenzen zu setzen? (N=1856)

■ ja, auf jeden Fall ■ eher ja ■ eher nein
■ nein, auf keinen Fall □ weiß ich nicht ■ keine Angabe



Ein weiteres Ziel des „Klartext“ Workshops ist es, Eltern in die Lage zu versetzen, den eigenen Kindern im Umgang mit alkoholhaltigen Getränken Grenzen zu setzen. 87 % der befragten Eltern sehen sich nach dem Workshopbesuch auf jeden Fall (33 %) bzw. eher in der Lage (54 %), den Kindern klare Grenzen in Bezug auf Alkohol zu setzen.

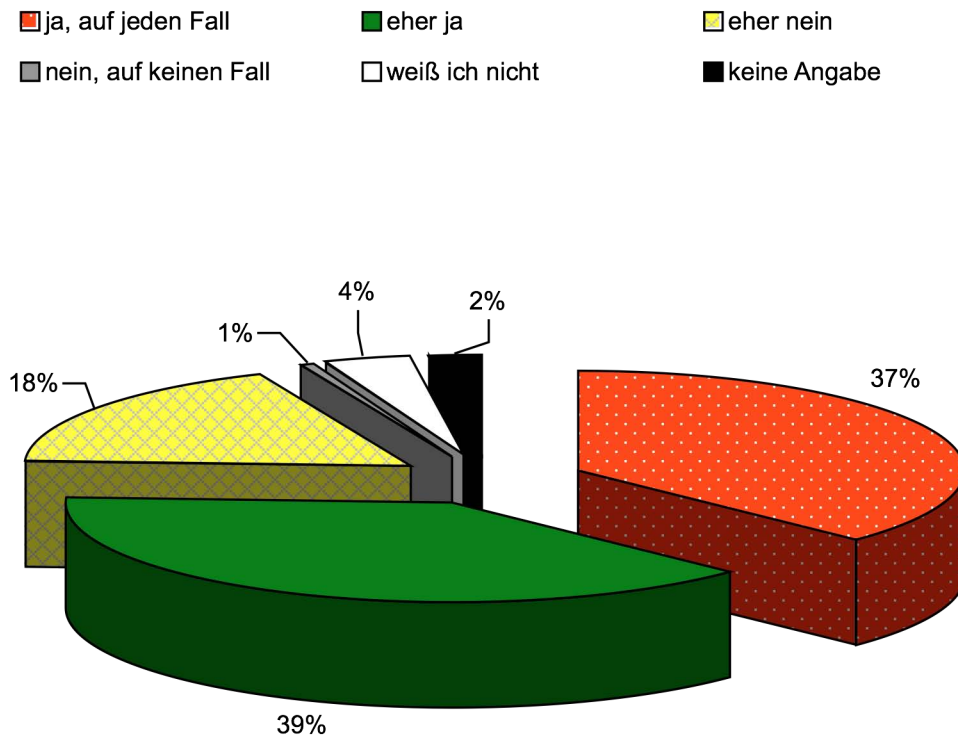
Vergleich Ergebnis Evaluierung 2007 (N=238):

83 % fühlten sich auf jeden Fall (29 %) bzw. eher in der Lage (54 %), Grenzen zu setzen.

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 5: Meinungsspiegel

- Würden Sie eine Nachfolgeveranstaltung zu diesem Thema besuchen? (N=1856)



Mehr als zwei Drittel (76 %) der Teilnehmer würde auch eine Nachfolgeveranstaltung der Maßnahme „Klartext reden!“ besuchen - auf jeden Fall (37 %) bzw. eher ja (39 %).

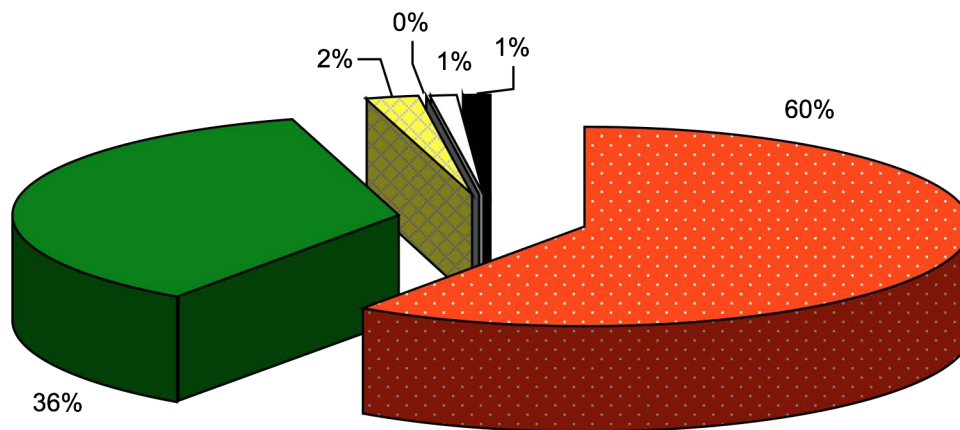
Dies gibt Anlass zu der Annahme, dass das Thema grundsätzlich von großem Interesse ist und bei einer einmaligen Veranstaltung nicht abschließend zu behandeln ist.

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 5: Meinungsspiegel

- Würden Sie die Veranstaltung anderen Eltern aus Ihrem Bekanntenkreis empfehlen? (N=1856)

■ ja, auf jeden Fall ■ eher ja ■ eher nein
■ nein, auf keinen Fall □ weiß ich nicht ■ keine Angabe



Dass 96 % der Befragten die Initiative „Klartext reden!“ und den Besuch des Workshops auch anderen Eltern aus dem Bekanntenkreis empfehlen würden (60 % ja, auf jeden Fall, 36 % eher ja), spricht für die grundsätzliche Qualität des Konzepts.

Vergleich Ergebnis Evaluierung 2007 (N=238)

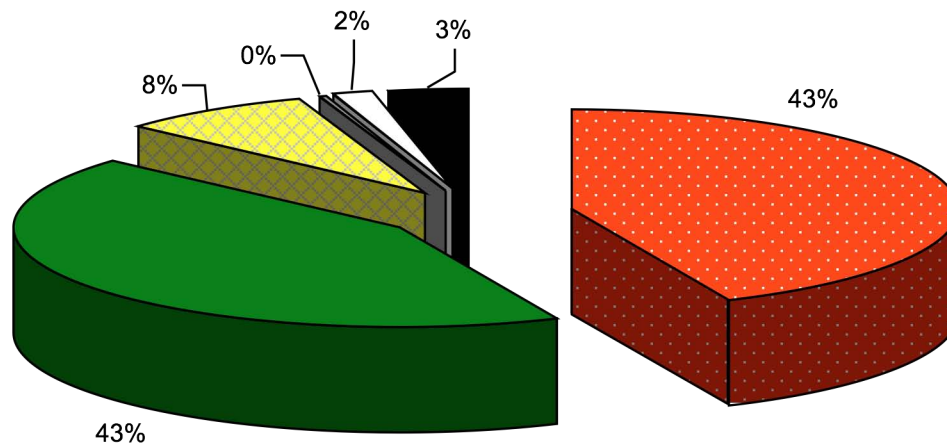
Weiterempfehlungsbereitschaft bei 98 % der befragten Eltern.

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 5: Meinungsspiegel

- Hat Sie der Workshop angeregt, mit Ihrem Kind/Ihren Kindern in nächster Zeit über Alkohol zu sprechen? (N=1856)

■ ja, auf jeden Fall ■ eher ja ■ eher nein
■ nein, auf keinen Fall □ weiß ich nicht ■ keine Angabe



Je 43 % der Teilnehmer sehen sich auf jeden Fall oder eher durch den Workshop angeregt, mit ihrem Kind über Alkohol zu sprechen. Insgesamt 86 % der Befragten beabsichtigten, den Dialog mit den Kindern zum Thema Alkohol zu intensivieren.

Vergleich Ergebnis Evaluierung 2007 (N=238)

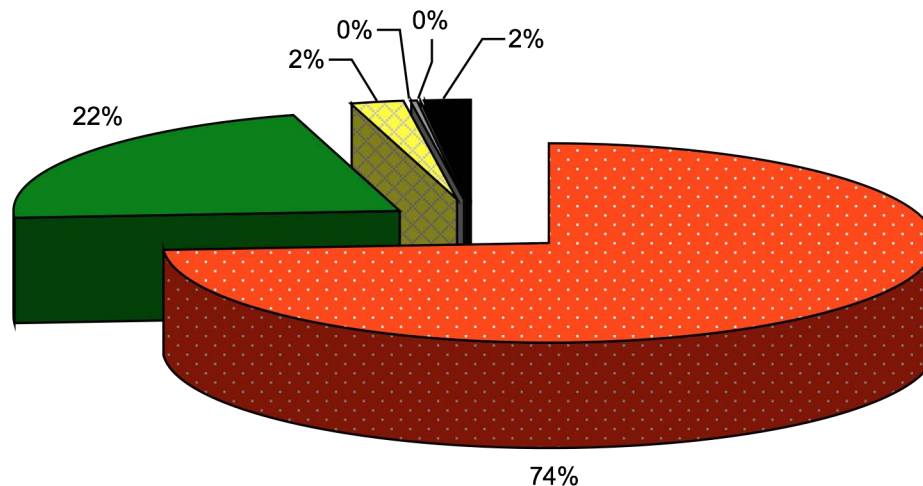
86 % der Eltern fühlten sich durch den Workshop angeregt, mit dem Kind über Alkohol zu sprechen (38 % auf jeden Fall, 48 % eher ja).

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 5: Meinungsspiegel

- Hat der Referent/die Referentin nachhaltig auf die Risiken und Gefahren des Alkoholkonsums hingewiesen? (N=1856)

■ ja, auf jeden Fall ■ eher ja ■ eher nein
■ nein, auf keinen Fall □ weiß ich nicht ■ keine Angabe

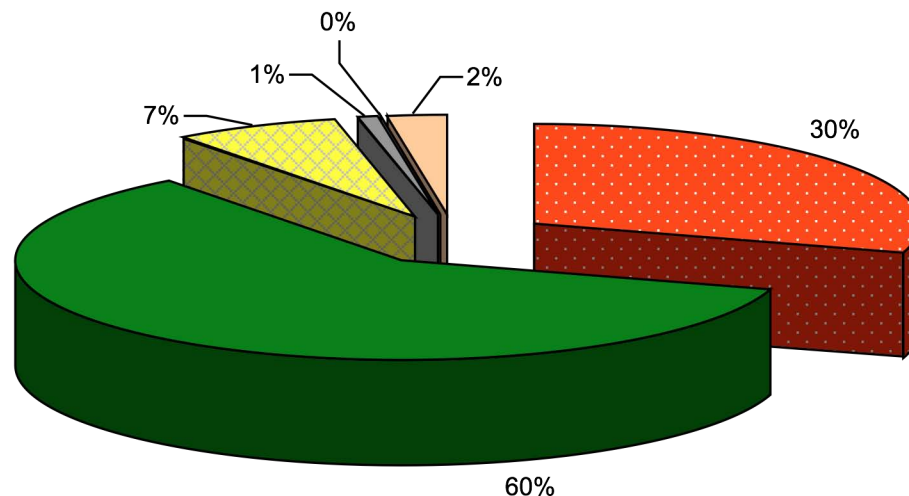


96 % der Teilnehmer gaben an, dass der Referent/die Referentin des Workshops - auf jeden Fall (74 %) bzw. eher ja (22 %) - auf die Risiken und Gefahren des Alkoholkonsums hingewiesen hat.

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 6: Wenn Sie dem Eltern-Workshop „Klartext reden!“ eine Schulnote geben sollten, welche Note würden Sie geben? (N=1856)

Sehr gut (1) Gut (2) Befriedigend (3) Ausreichend (4)
Mangelhaft (5) Ungenügend (6) keine Angabe



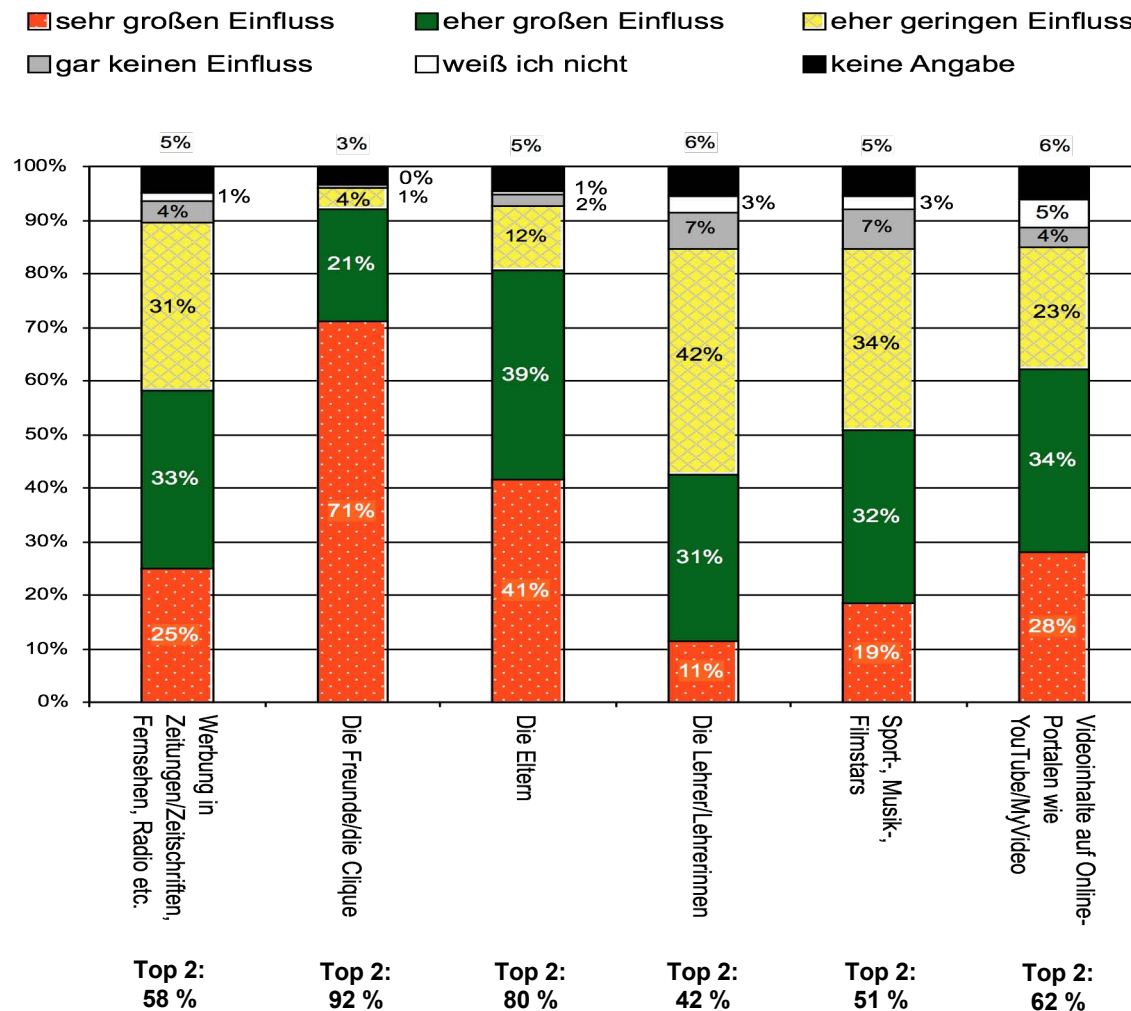
Zusammenfassend wurden die Workshopteilnehmer gebeten, den Eltern-Workshop anhand einer Schulnote - zwischen sehr gut (1) und ungenügend (6) - zu bewerten. Von 90 % der Eltern hat der Eltern-Workshop eine gute (60 %) bis sehr gute (30 %) Bewertung erfahren. Die Note „Ungenügend (6)“ wurde von keinem der Workshopteilnehmer vergeben.

Errechnet man aus den gegebenen Daten eine Durchschnittsnote, so wird der Eltern-Workshop insgesamt mit der Note 1,8 bewertet.

*(Vergleich Ergebnis Evaluierung 2007 (N=238):
Durchschnittsnote: 1,7)*

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 7: Welchen Einfluss haben die nachfolgend genannten Faktoren Ihrer Meinung nach auf das Alkoholkonsumverhalten Ihres Kindes? (N=1856)

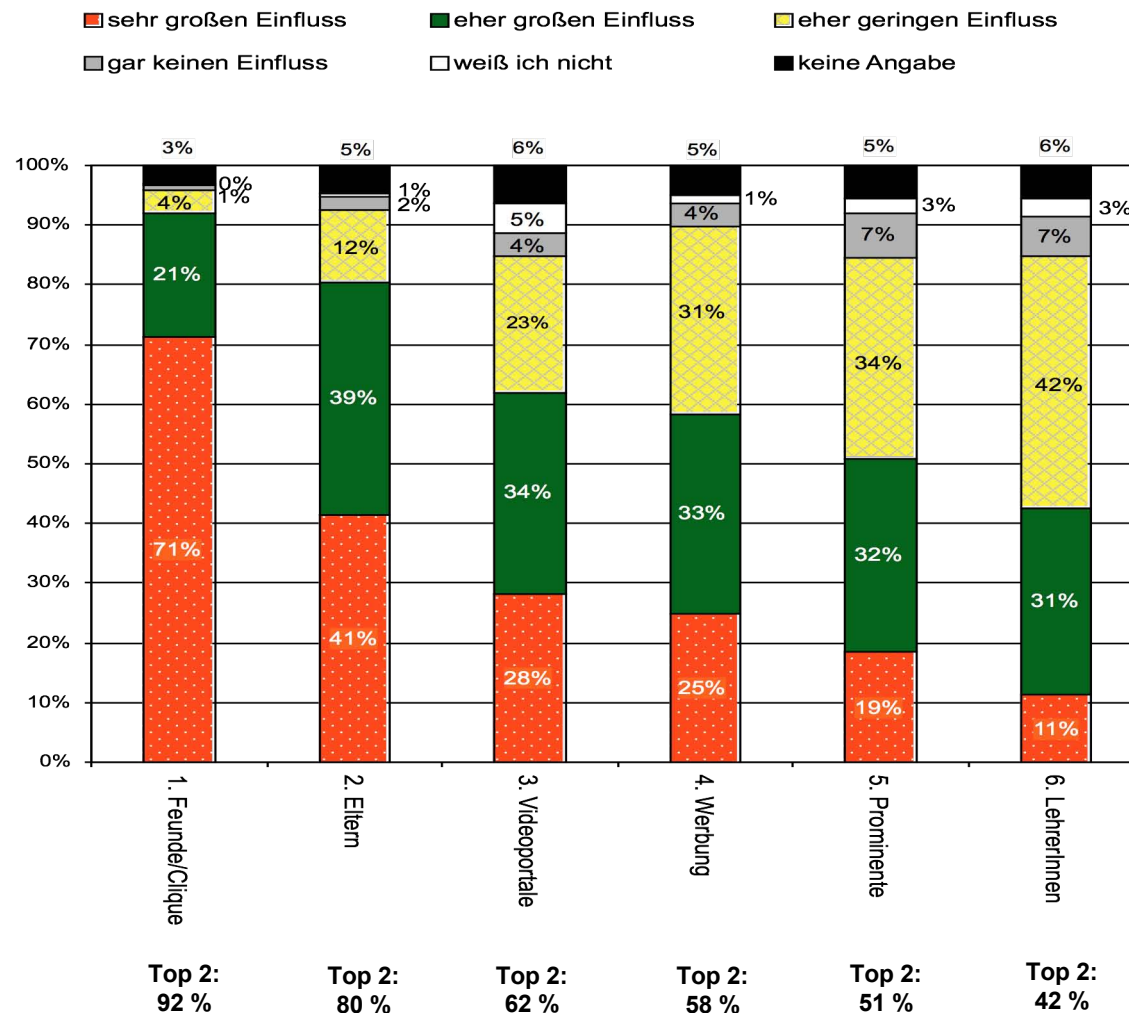


Die teilnehmenden Eltern sind sich ihrer Vorbildrolle bewusst: Direkt an zweiter Stelle, nach den Freunden/der Clique mit 92 % (71 % sehr großer Einfluss, 21 % eher großen Einfluss) schätzten 80 % der Eltern den Einfluss, den sie selbst auf das Alkoholkonsumverhalten ihres Kindes haben, als sehr groß (41 %) und eher groß (39 %) ein.

25 % der Workshopteilnehmer maßen der Werbung einen sehr großen und 33 % einen eher großen Einfluss bei. Lehrerinnen und Lehrer hatten nach Einschätzung der Eltern mit 42 % die geringste Wirkung auf das Alkoholkonsumverhalten ihrer Kinder (11 % sehr großen Einfluss und 31 % eher großen Einfluss).

3. Quantitative Ergebnisse der Evaluierung

Frage 7: Welchen Einfluss haben die nachfolgend genannten Faktoren Ihrer Meinung nach auf das Alkoholkonsumverhalten Ihres Kindes? (N=1856)



Rangfolge der Einflussfaktoren Evaluierung 2012:

1. Freunde/Clique (Top 2: 92 %)
2. Die Eltern (Top 2: 80 %)
3. Videoportale (Top 2: 62 %)
4. Werbung (Top 2: 58 %)
5. Prominente (Top 2: 51 %)
6. LehrerInnen (Top 2: 42 %)

Vergleich Rangfolge der Einflussfaktoren Evaluierung 2007 (ohne Abfrage Videoportale):

1. Freunde/Clique (Top 2: 93 %)
2. Die Eltern (Top 2: 81 %)
3. Werbung (Top 2: 60 %)
4. Prominente (Top 2: 52 %)
5. LehrerInnen (Top 2: 41 %)

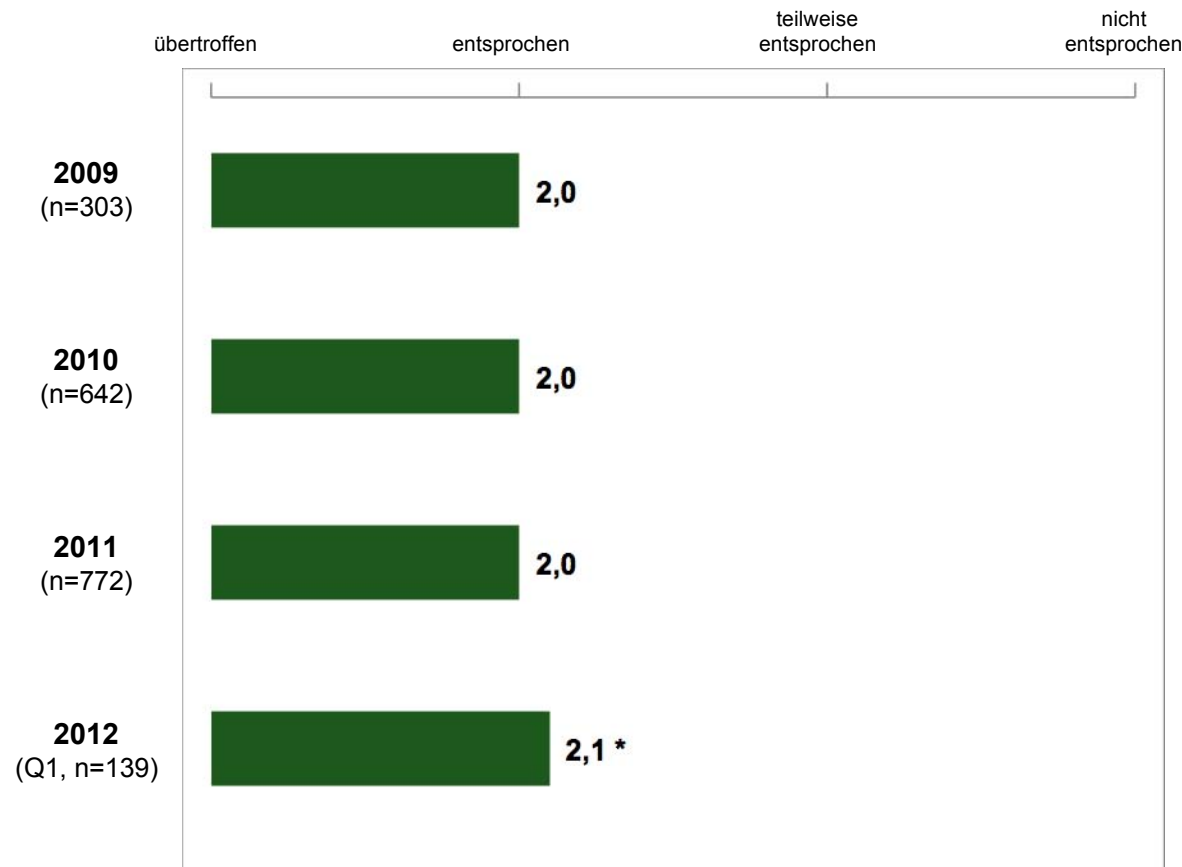
4. Weitergehende Analyse der Ergebnisse/Signifikanzen

- Neben der rein quantitativen Analyse der Befragungsergebnisse wurden diese im Anschluss auch dahingehend überprüft, ob sich in Bezug auf den Faktor Zeit (Jahresvergleich), den Faktor Schultyp (Schulvergleich) oder im Regionalvergleich (Bundesländer) signifikante Unterschiede ergeben.
- Generell bewegen sich die Bewertungen fast ausschließlich auf hohem positivem Niveau.
- Alle Mittelwerte (Skalen 1-4) liegen beispielsweise beim Jahresvergleich konstant oberhalb des Skalenmittelpunktes von 2,5.
- Die Verteilungen der wichtigsten Kriterien zeigen, dass zumeist 80 % bis 90 % der Bewertungen im positiven Bereich liegen!
- Insofern sind die nachfolgend analysierten Unterschiede vor dem Hintergrund zu betrachten, dass lediglich relative Stärken und Schwächen auf einem insgesamt hohen Niveau herausgearbeitet wurden.

4.1 Faktor Zeit – Erwartungen der Teilnehmer

Frage 1: Entsprach der Workshop Ihren Erwartungen?

(Skala von 1 = Erwartungen übertroffen bis 4 = Erwartungen nicht entsprochen)



Der Workshop entspricht in allen Jahren den Erwartungen der teilnehmenden Eltern.

Die 0,1 Punkte schlechtere Bewertung zwischen 2012 und 2009 ist relativ gering, aber zeigte sich als statistisch signifikant.

Mögliche Begründung:

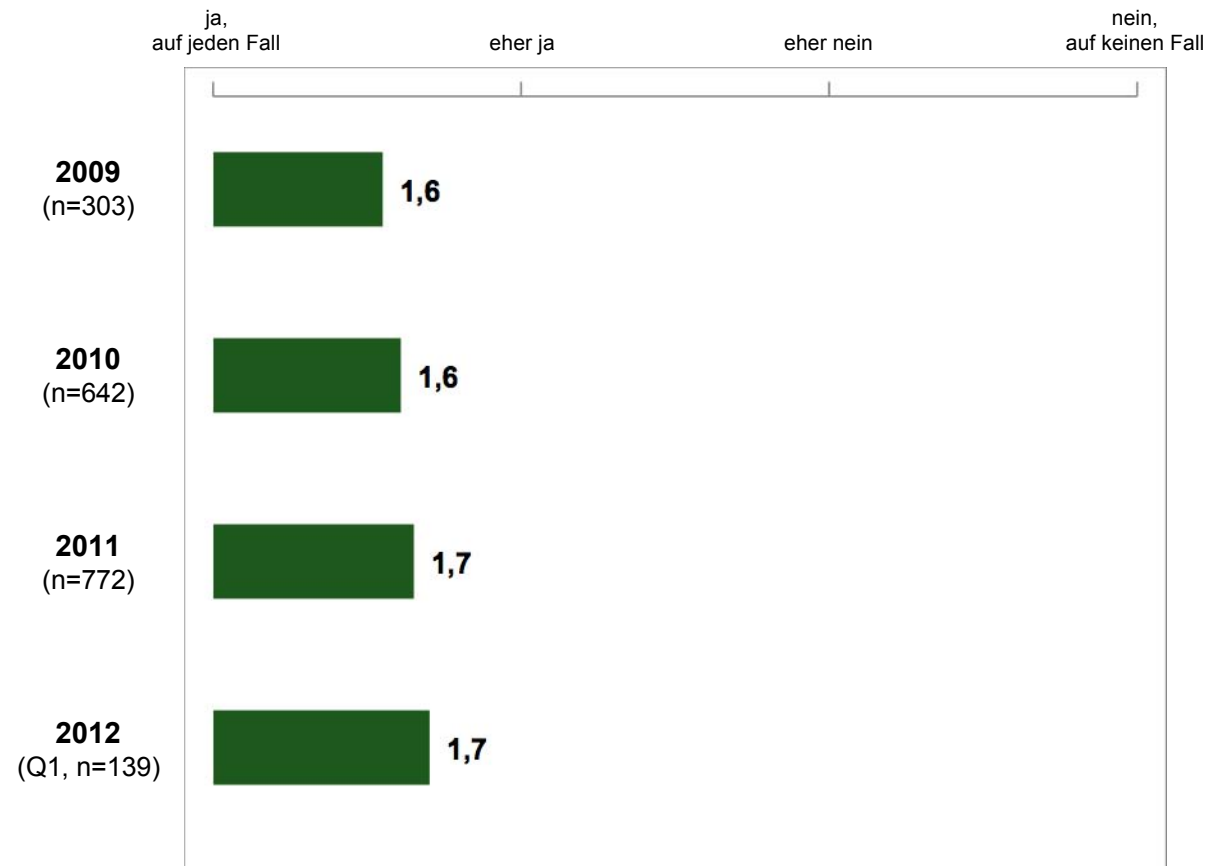
Aus 2012 gingen nur 5 Eltern-Workshops in die Analyse ein, so dass die Ergebnisse aufgrund der geringen Fallzahl nicht überbewertet werden sollten.

* Signifikant niedrigerer Wert in 2009, $\alpha=0,05$.

4.1 Faktor Zeit – Neues Wissen

Frage 5: Haben Sie beim Workshop etwas dazugelernt / neues Wissen erlangt?

(Skala von 1 = ja, auf jeden Fall bis 4 = nein, auf keinen Fall)



In allen Jahren wird dem Workshop mit hoher Zustimmung bescheinigt, neues Wissen zu vermitteln.

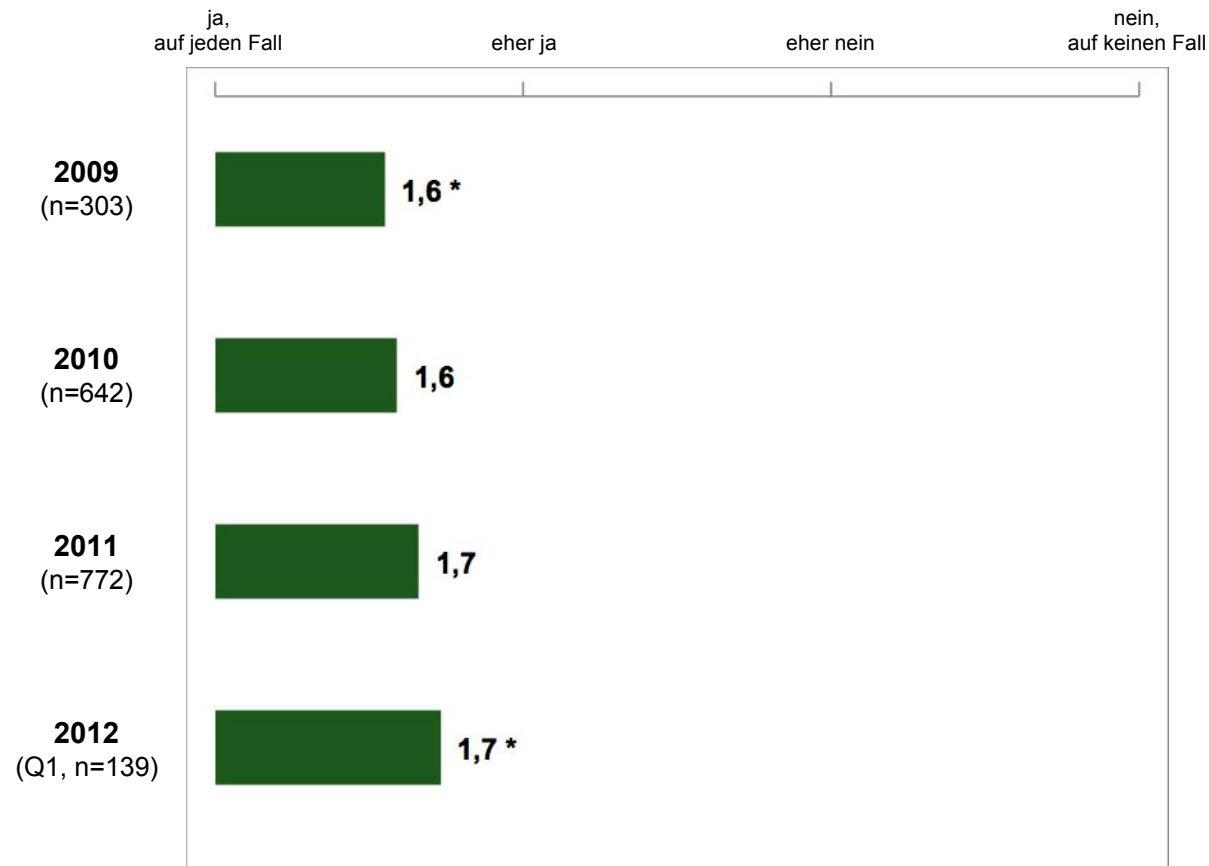
Diese Bewertung war über die Zeit stabil und fiel in allen Jahren etwa gleich gut aus.

Signifikante Unterschiede zwischen den Jahren ergaben sich nicht.

4.1 Faktor Zeit – Vorbereitung auf ein Gespräch

Frage 5: Fühlen Sie sich durch den Workshop besser dafür gerüstet, das Thema Alkohol mit Ihren Kindern zu besprechen?

(Skala von 1 = ja, auf jeden Fall bis 4 = nein, auf keinen Fall)



Bei der Frage, ob sich die Eltern durch den Workshopbesuch besser für ein Gespräch mit dem Kind zum Thema Alkohol gerüstet fühlen, liegt der Durchschnitt über die Jahre hinweg im Bereich der absoluten Zustimmung (ja, auf jeden Fall/eher ja).

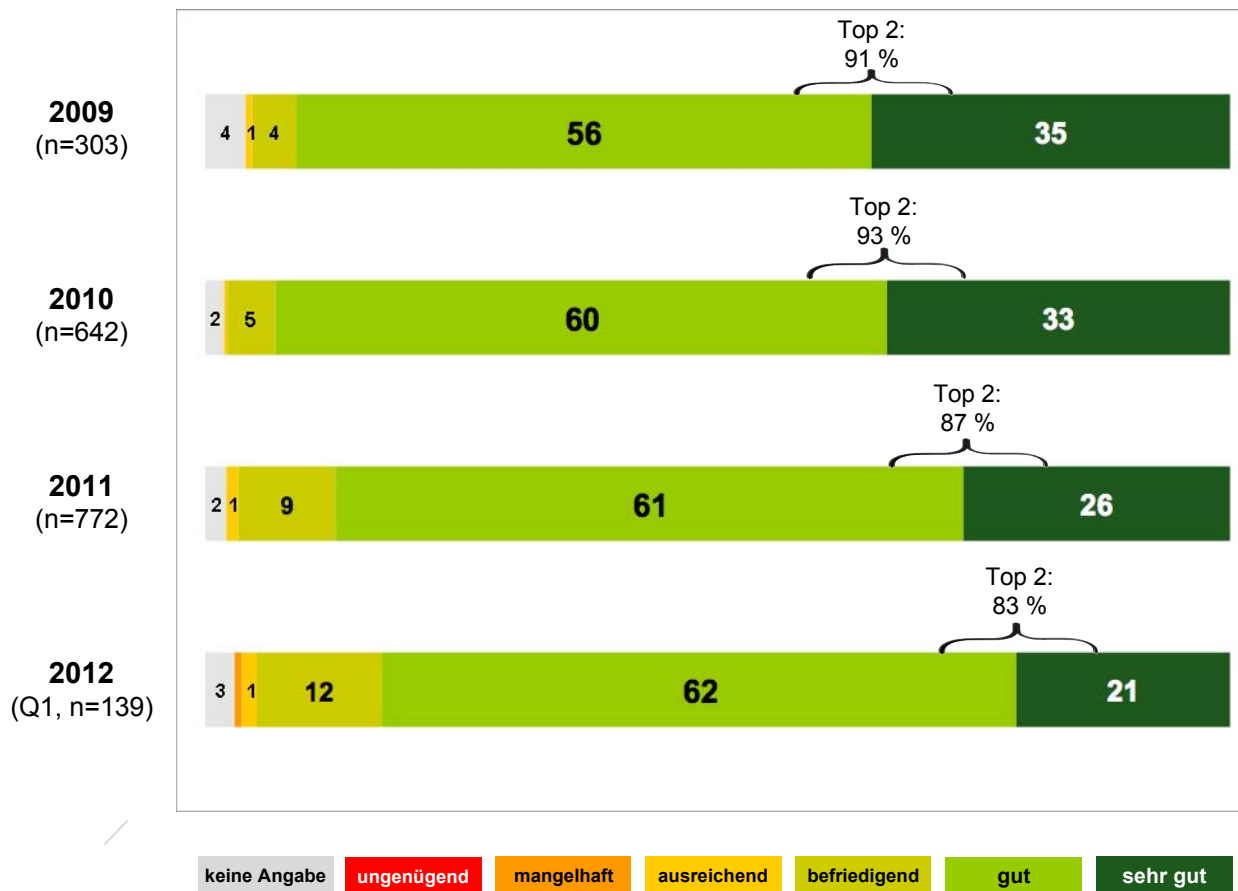
Lediglich in 2012 ist die Bewertung (zwar geringfügig, aber doch signifikant) weniger bejahend als in 2009. Allerdings wurden in 2012 - relativ gesehen - mehr Gymnasien besucht als in 2009. Des Weiteren gingen in die Auswertung nur 5 Workshops aus 2012 ein (somit geringere Anzahl der Befragten).

* Signifikant niedrigerer Wert in 2009 im Vergleich zu 2012, $\alpha=0,05$.

4.1 Faktor Zeit – Gesamtbewertung

Frage 6: Wenn Sie dem Eltern-Workshop „Klartext reden!“ eine Schulnote geben sollten, welche Note würden Sie geben? (in %)

Nach Schulnoten von Sehr gut (1) bis Ungenügend (6) bekommt der Workshop eine ... (im Ø)

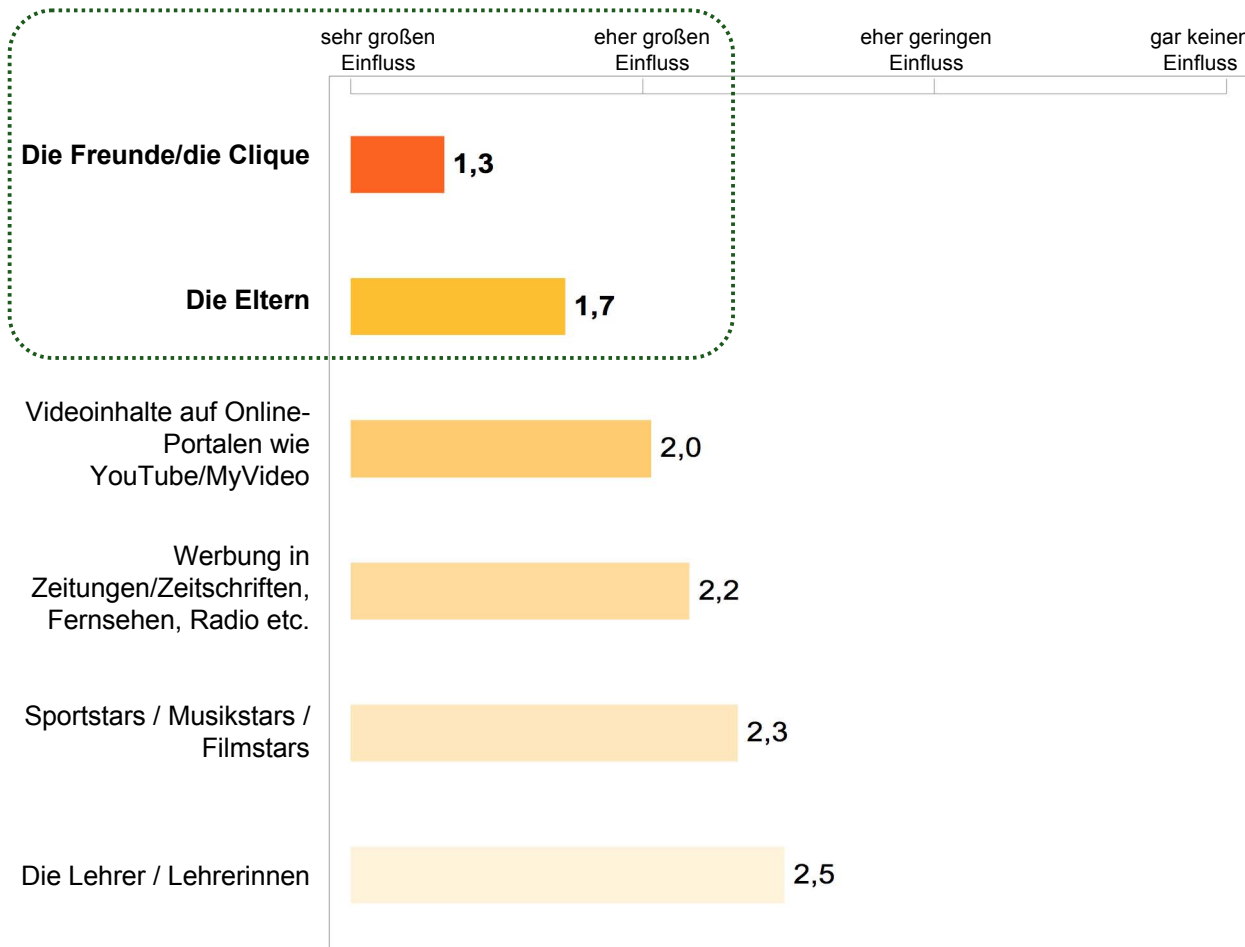


Im Jahresvergleich wird der „Klartext reden!“ Eltern-Workshop kontinuierlich mit gut bis sehr gut bewertet. Auf Ebene der Top 2-Ausprägungen „sehr gut“ und „gut“ ergeben sich Werte von 83 % bis 93 %. Für 2011 und 2012 ist eine leichte Verschiebung der Top 2-Kategorien auf „gut (2)“ erkennbar. Erklärung: Von 2010 auf 2011 (auch 2012) war der Anteil der besuchten Gymnasien mit einer tendenziell kritischeren Elternschaft gestiegen.

4.1 Faktor Zeit – Eltern haben Einfluss – Ein Effekt des Workshops?

Frage 7: Welchen Einfluss haben die nachfolgend genannten Faktoren Ihrer Meinung nach auf das Alkoholkonsumverhalten Ihres Kindes?

(Skala von 1 = sehr großen Einfluss bis 4 = gar keinen Einfluss; N=1.856)

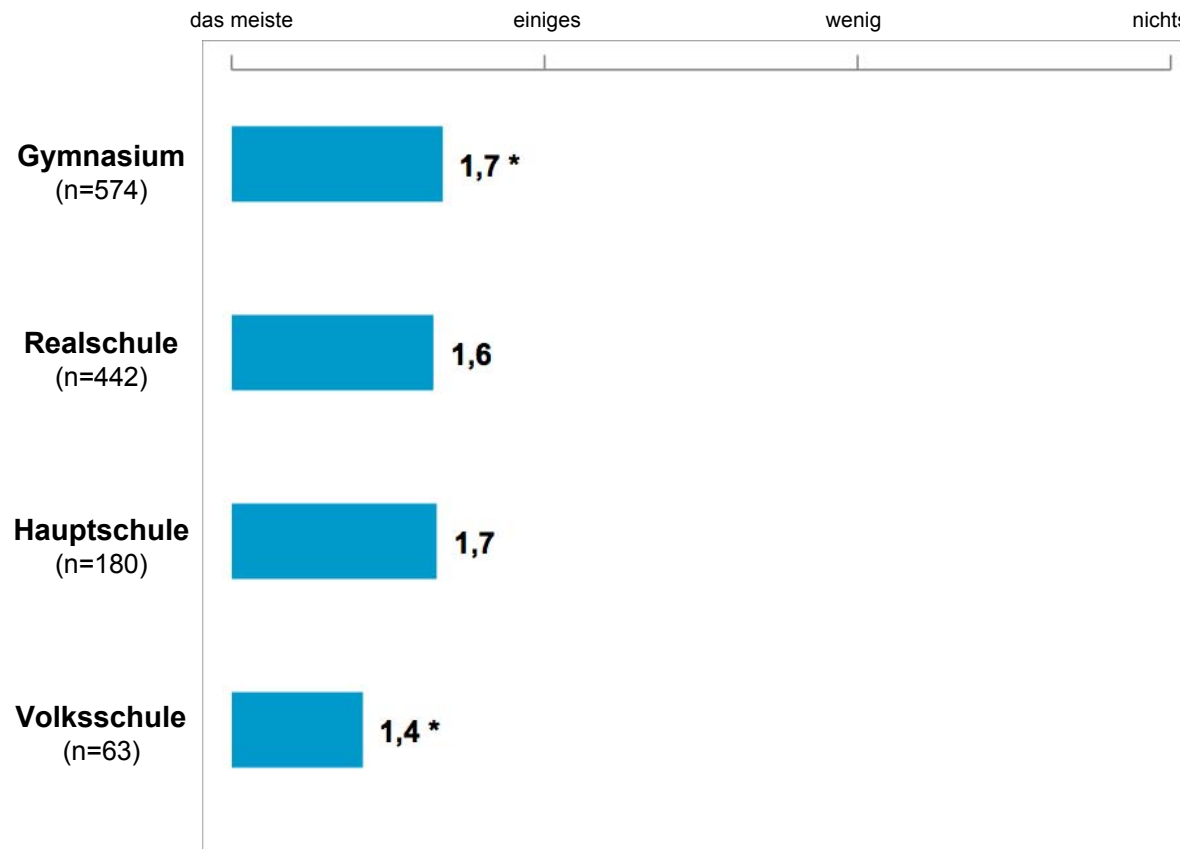


Nach Einschätzung der Teilnehmer an den Workshops stellten die Freunde/Clique (1,3) den wichtigsten Einflussfaktor auf das Alkoholkonsumverhalten der Kinder dar, gefolgt von den Eltern (1,7) selbst. Eltern sind sich ihrer Vorbildrolle also durchaus bewusst! Den Lehrern (2,5) wird der geringste Einfluss zugeschrieben, Videoportale (2,0) und Werbung (2,2) liegen fast gleichauf im mittleren Bereich. UGC (User generated content) hat im Vergleich zur Werbung in den Augen der Eltern an Bedeutung gewonnen. Die Einstellungen der Eltern waren über die Jahre stabil. *Es bleibt an dieser Stelle die Frage offen, ob diese Einschätzung bereits ein Effekt des Workshops ist, oder ob vor allem solche Eltern den Workshop besucht haben, die sich schon vorher stärker in der Verantwortung sahen.*

4.2 Schulvergleich – Verwertbarkeit Tipps und Anregungen

Frage 2: Was glauben Sie, wie Sie die Tipps und Anregungen des Workshops verwenden können?

(Skala von 1 = das meiste bis 4 = nichts)



Generell wurde den Tipps und Anregungen des Workshops über alle Schultypen hinweg eine gute Verwendbarkeit bescheinigt (Zustimmung im Bereich das meiste/einiges).

Von Eltern, deren Kinder in einer Volksschule waren, wurde die Verwendbarkeit der Tipps und Anregungen signifikant besser bewertet als von „Gymnasialeltern“ (und umgekehrt).

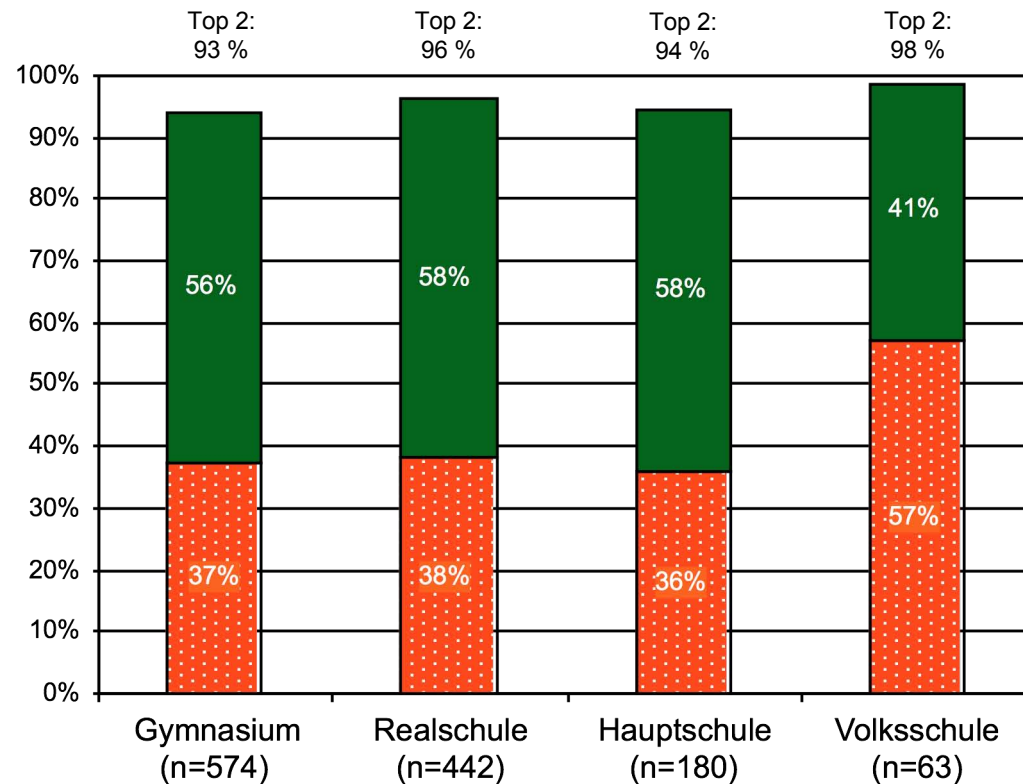
Dies mag daran liegen, dass „Volksschuleltern“ etwas weniger Vorwissen mitbrachten und „Gymnasialeltern“ gleichzeitig tendenziell eher besser vorinformiert waren. Beide Gruppen wurden jedoch effektiv erreicht!

* Signifikant niedrigerer Wert in Volksschulen im Vergleich zu Gymnasien, $\alpha=0,05$.

4.2 Schulvergleich – Verwertbarkeit Tipps und Anregungen

Frage 2: Was glauben Sie, wie Sie die Tipps und Anregungen des Workshops verwenden können?

Skala: das meiste / einiges / wenig / nichts / keine Angabe



Volksschulen profitieren am meisten in Bezug auf die Verwendbarkeit von Tipps und Anregungen aus dem Workshop:

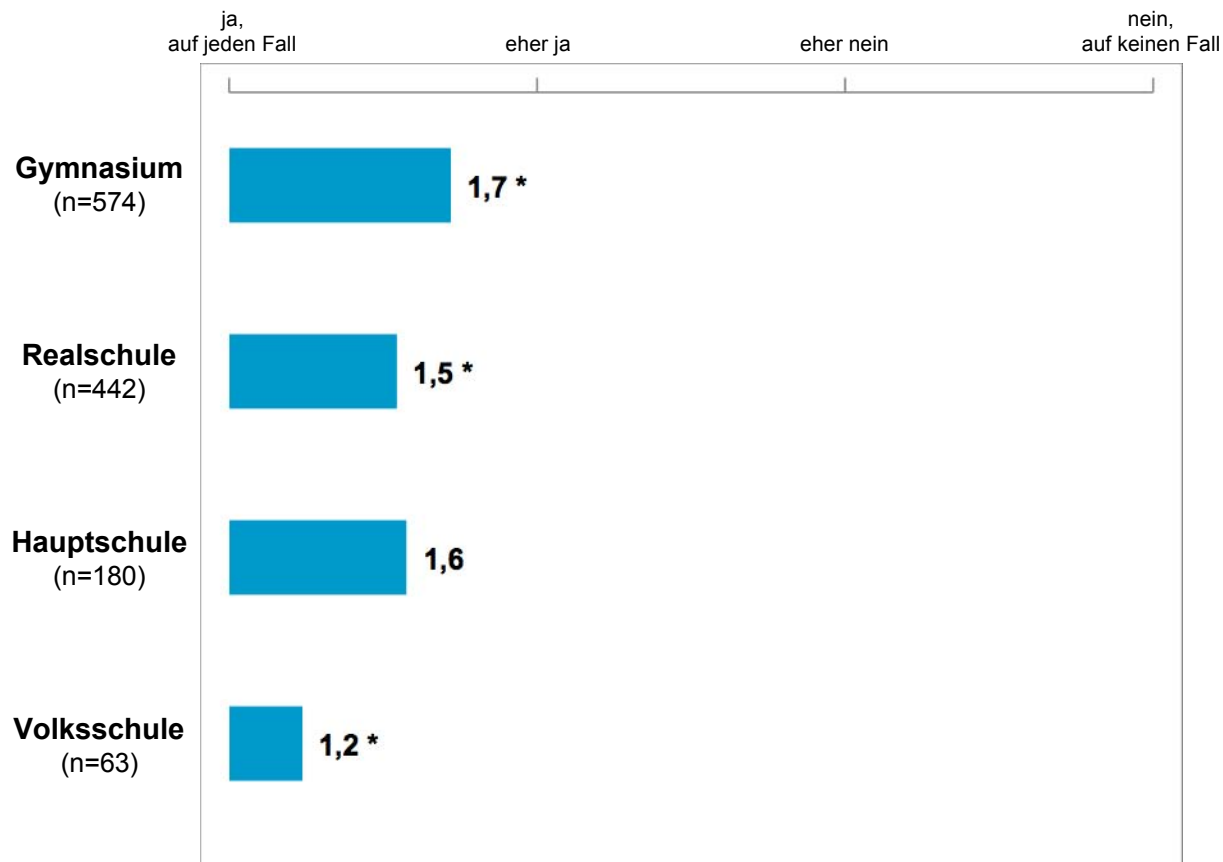
Hier geben 98 % der Eltern im Schulvergleich nach eigener Einschätzung an, die meisten (57 %) bzw. einige (41 %) Tipps und Anregungen aus dem Workshop verwenden zu können. Bei den Gymnasien bescheinigen dies 93 % der Eltern mit 37 % für „das meiste“ und 56 % für „einiges“.

Siehe hierzu auch Folie Seite 30.

4.2 Schulvergleich – Neues Wissen

Frage 5: Haben Sie beim Workshop etwas dazugelernt / neues Wissen erlangt?

(Skala von 1 = ja, auf jeden Fall bis 4 = nein, auf keinen Fall)



Neues Wissen wurde in allen Schultypen auf hohem Niveau vermittelt:

Hier profitieren Eltern von Kindern in Volksschulen am meisten: Im Vergleich zu Gymnasialeltern geben Eltern an Volksschulen und Realschulen signifikant bessere Bewertungen (auf einer Skala 1-4) in Bezug auf das Erlernen neuen Wissens.

Umgekehrt haben Gymnasialeltern tendenziell signifikant weniger neues Wissen erlangt als Eltern an Volk- und Realschulen.

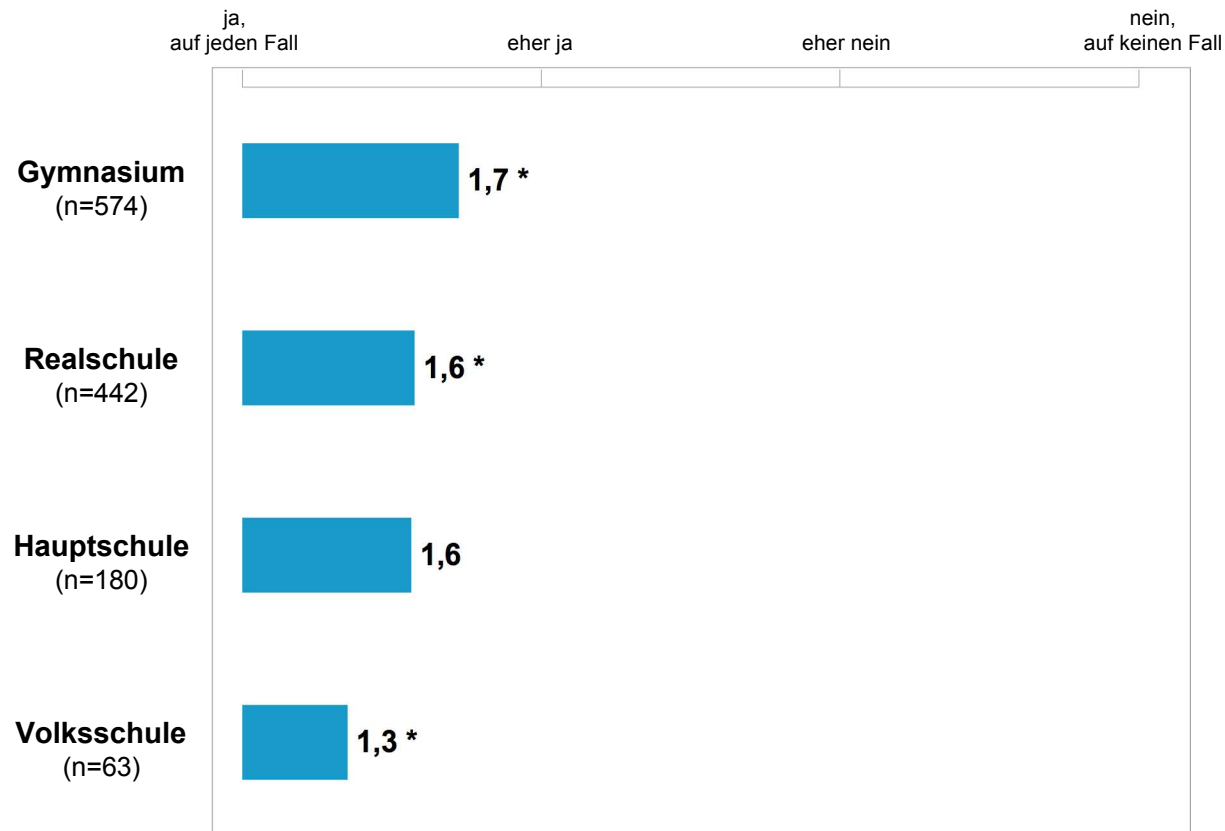
Die Klartext-Workshops zeigen an Volks- und Realschulen den größten Lerneffekt.

* Signifikant niedrigerer Wert in Volksschulen, sowie in Realschulen im Vergleich zu Gymnasien, $\alpha=0,05$.

4.2 Schulvergleich – Vorbereitung auf Gespräch

Frage 5: Fühlen Sie sich durch den Workshop besser dafür gerüstet, das Thema Alkohol mit Ihren Kindern zu besprechen?

(Skala von 1 = ja, auf jeden Fall bis 4 = nein, auf keinen Fall)



Auch in Bezug auf die Vorbereitung von Gesprächen mit Kindern zum Thema Alkohol profitieren Eltern von Kindern an Volks- und Realschulen am meisten. Sie fühlen sich durch den Workshop signifikant besser gerüstet für Gespräche mit den Kindern zum Thema Alkohol als Gymnasialeltern. Diese schätzen den Vorbereitungseffekt des Workshops signifikant geringer ein.

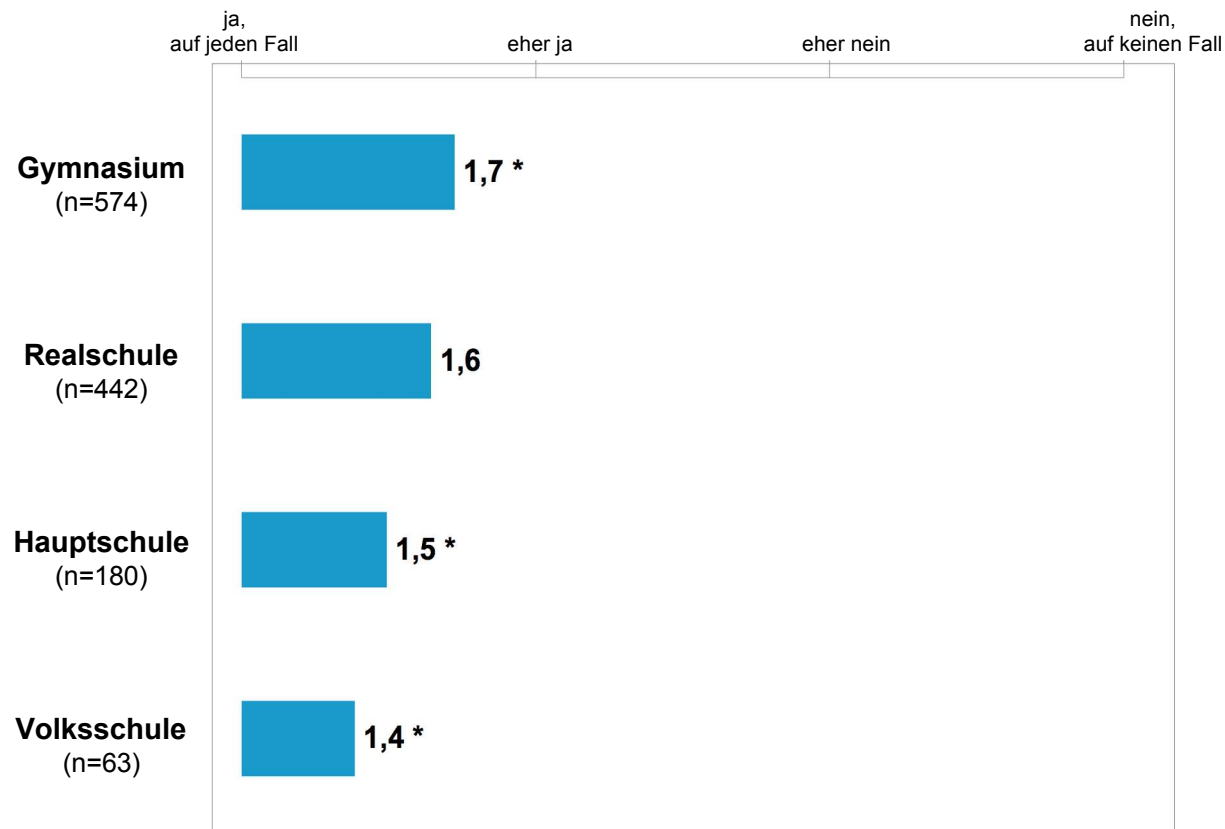
Dies mag einmal mehr daran liegen, dass Gymnasialeltern mit mehr Vorwissen teilnehmen.

* Signifikant niedrigerer Wert in Realschulen und Volksschulen im Vergleich zu Gymnasien, $\alpha=0,05$.

4.2 Schulvergleich – Anregung zum Gespräch

Frage 5: Hat Sie der Workshop angeregt, mit Ihrem Kind/Ihren Kindern in nächster Zeit über Alkohol zu sprechen?

(Skala von 1 = ja, auf jeden Fall bis 4 = nein, auf keinen Fall)



Die Anregung zu einem Gespräch wird über alle Schultypen im Bereich der absoluten Zustimmung (ja, auf jeden Fall/eher ja) bestätigt.

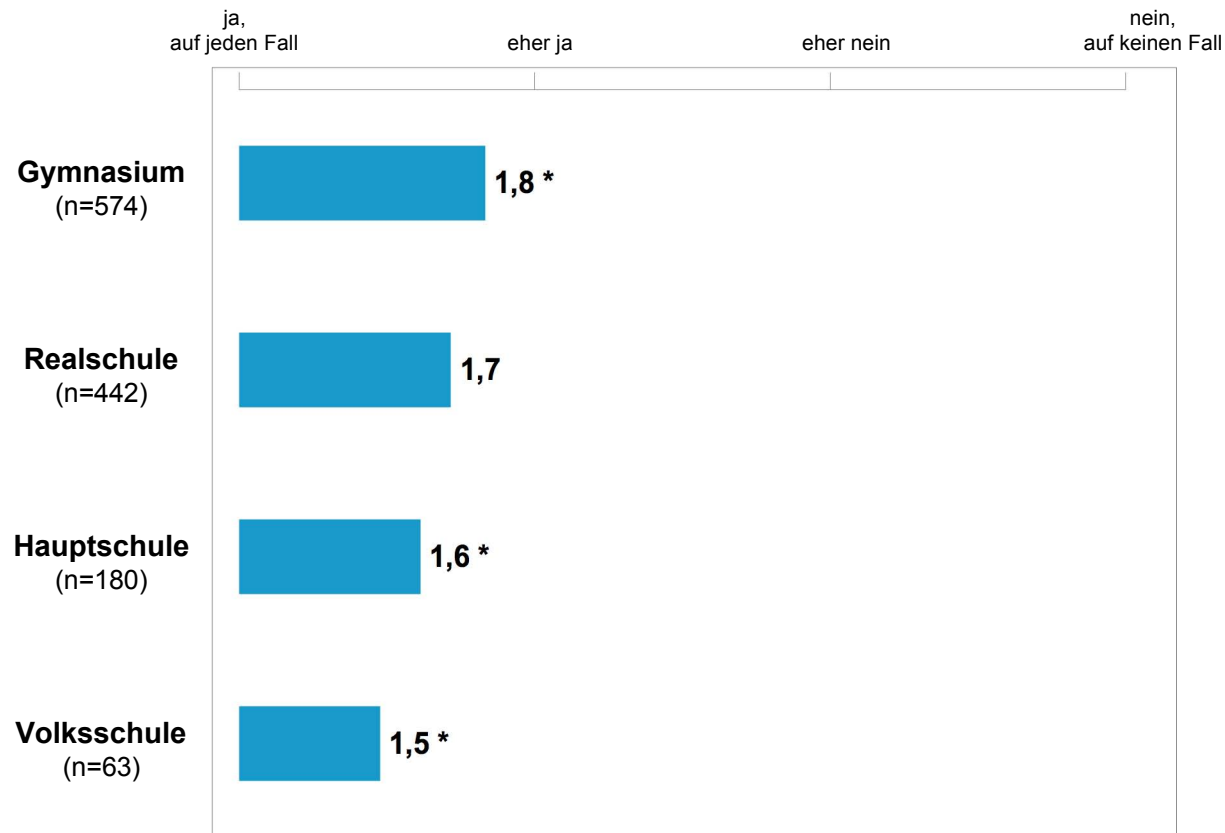
Hier zeigte sich ein ähnliches Bild wie bei den anderen Fragen: Auch bezüglich der Anregung, mit den Kindern in nächster Zeit über das Thema Alkohol zu sprechen, zeigten sich Eltern an Volks- und Hauptschulen durch die Teilnahme am Workshop signifikant deutlicher motiviert als Eltern an Gymnasien.

* Signifikant höherer Wert in Gymnasien im Vergleich zu Hauptschulen und Volksschulen, $\alpha=0,05$.

4.2 Schulvergleich – Grenzen setzen

Frage 5: Fühlen Sie sich durch den Workshop besser in der Lage, Ihren Kindern zum Thema Alkohol zukünftig Grenzen zu setzen?

(Skala von 1 = ja, auf jeden Fall bis 4 = nein, auf keinen Fall)



Auch bei dieser Frage lagen die Antworten auf einem hohen positiven Niveau deutlich jenseits des Skalenmittelpunkts von 2,5.

Es ergaben sich signifikante Unterschiede zwischen Eltern von Volks- und Hauptschulen auf der einen und Eltern von Gymnasien auf der anderen Seite:

Eltern an Volks- und Hauptsschulen fühlten sich signifikant besser in die Lage versetzt, zukünftig Grenzen zu setzen, als Eltern an Gymnasien. Umgekehrt war die Einschätzung, besser in der Lage zu sein, Grenzen zu setzen, bei Gymnasialeltern etwas verhaltener.

* Signifikant höherer Wert in Gymnasien im Vergleich zu Hauptschulen und Volksschulen, $\alpha=0,05$.

4.3 Regionalvergleich

Im Regionalvergleich der Bundesländer erweisen sich die Bewertungen in Niedersachsen und Sachsen-Anhalt als negativer als in den restlichen Bundesländern. Bei Betrachtung der Kreuztabellen Bundesland x Schulart lässt sich der Grund dafür jedoch in dem großen prozentualen Anteil an Gymnasien im Vergleich zu den anderen Schularten im Land Niedersachsen und Sachsen-Anhalt erkennen. Gymnasialeltern bewerteten tendenziell eher kritischer als Eltern anderer Schultypen. Daher ist also davon auszugehen, dass es keine bemerkenswerten regionalen Unterschiede gäbe, wenn die Verteilung der Schularten gleichmäßig wäre. Daher gibt es auch keine signifikanten Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern.

			Schulart * Bundesland Crosstabulation							
			Bundesland							Total
			Baden-Württemberg	Bayern	Hessen	Niedersachsen	Nordrhein-Westfalen	Rheinland-Pfalz	Sachsen-Anhalt	
Schulart	Gymnasium	Count	63	234	1	61	70	113	32	574
			17,2%	37,9%	,5%	62,9%	49,6%	29,2%	71,1%	30,9%
	Realschule	Count	130	61	47	36	39	129	0	442
			35,4%	9,9%	23,3%	37,1%	27,7%	33,3%	,0%	23,8%
	Hauptschule	Count	19	129	0	0	32	0	0	180
			5,2%	20,9%	,0%	,0%	22,7%	,0%	,0%	9,7%
	Gesamtschule	Count	0	19	119	0	0	145	0	283
			,0%	3,1%	58,9%	,0%	,0%	37,5%	,0%	15,2%
	Hauptschule mit Werkrealschule	Count	119	0	0	0	0	0	0	119
			32,4%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	6,4%
Schulart	Wirtschaftsschule	Count	0	73	0	0	0	0	0	73
			,0%	11,8%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,9%
	Volksschule	Count	0	63	0	0	0	0	0	63
			,0%	10,2%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,4%
	Haupt- und Realschule	Count	36	0	35	0	0	0	13	84
			9,8%	,0%	17,3%	,0%	,0%	,0%	28,9%	4,5%
	Förderschule	Count	0	14	0	0	0	0	0	14
			,0%	2,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,8%
	Sonstige	Count	0	24	0	0	0	0	0	24
			,0%	3,9%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,3%
Total		Count	367	617	202	97	141	387	45	1856
		% within Bundesland	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5. Zusammenfassung/Schlussfolgerungen

Die Evaluierung von 73 Elternworkshops der Kampagne „Klartext reden!“ zeigte fast ausschließlich Bewertungen der teilnehmenden Eltern auf hohem positivem Niveau (vergleichbar zur Erstevaluierung im Jahr 2007).

- Besonders positiv wurden die Referenten bewertet, denen es konstant über die Jahre 2009, 2010, 2011 und 2012 gelang, die Erziehungskompetenz der Eltern in Bezug auf Alkohol zu verbessern. Aus Sicht der Eltern haben die Referenten auch konstant deutlich auf die Risiken und Gefahren des Alkoholkonsums hingewiesen. Die Weiterempfehlungsbereitschaft der Teilnehmer war mit 96 % sehr hoch. Die Bereitschaft, eine Nachfolgeveranstaltung zu besuchen war mit 76% im direkten Vergleich etwas geringer, was auch daran liegen könnte, dass der Workshop umfassend informiert und kaum Fragen offen lässt.
- 87 % der Eltern gaben an, dass sie neues Wissen erlernt haben und 87 % fühlten sich besser gerüstet, Grenzen zu setzen. 86 % gaben an, in naher Zukunft den Dialog mit den Kindern zum Thema Alkohol suchen zu wollen.
- Im Jahresvergleich ergaben sich bei den Bewertungen wenige signifikante Unterschiede, die allenfalls für 2011 und 2012 etwas geringe Bewertungen zeigten. Dies kann u. a. daran liegen, dass der Anteil an Gymnasien in 2011/2012 angestiegen war. Gymnasialeltern bewerteten tendenziell eher kritischer als Eltern anderer Schultypen.
- Der Schulvergleich zeigte ein sehr interessantes Ergebnis, das der Hypothese widerspricht, bei den Klartext-Workshops würde in erster Linie ein bildungsnahes Gymnasialpublikum erreicht. Eltern von Volks-, Real- und teilweise auch Hauptschulen profitieren besonders von den Inhalten der Workshops: Sie schätzten die Benefits aus dem Workshop für sich signifikant besser ein - Tipps und Anregungen verwenden zu können, neues Wissen erlernt zu haben, besser gerüstet zu sein für Gespräche mit Kindern und in nächster Zukunft ein Gespräch führen zu wollen - als Gymnasialeltern. Gymnasialeltern waren dagegen kritischer und bewerteten ihren Input etwas weniger gut, jedoch noch immer auf einem hohen Niveau. Dies mag daran liegen, dass sie eventuell mehr Vorwissen mitbringen und sich tendenziell mehr mit Erziehungsfragen beschäftigen.
- Die Ergebnisse ermutigen, auch in Zukunft einen ausgewogenen Mix an Real-, Volks-, Hauptschulen und Gymnasien für die Workshops zu gewinnen.

5. Zusammenfassung/Schlussfolgerungen

- Interessant sind auch die Einschätzungen der Eltern, wer am meisten Einfluss auf das Alkoholkonsumverhalten ihrer Kinder hat. Die Eltern sahen sich hier über die Jahre konstant an zweitwichtigster Stelle nach der Clique. An dieser Stelle wäre es empfehlenswert, anhand einer Kontrollgruppenanalyse zu erforschen, ob diese Eigenverantwortung bereits ein Effekt der Workshops war, oder ob sich alle Eltern - unabhängig von einer Workshopteilnahme - als wichtige Einflussgröße sehen.
- UGC (user generated content) wie Videoportale im Internet gewinnen in der Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen an Bedeutung. Dies zeigte sich u. a. darin, dass Eltern deren Einfluss auf das Alkoholkonsumverhalten der Kinder sogar etwas höher einschätzen als den der Werbung. Die Vermittlung von Mediennutzungskompetenz durch die Eltern ist zunehmend ein wichtiges Thema auch für die Workshops, denn stoffungebundene Süchte wie Spielsucht und Internetsucht sind bei Kindern und Jugendlichen auf dem Vormarsch. Primärpräventive Ansätze sollten diese Zusammenhänge berücksichtigen, denn Konsumverhalten wird nicht nur durch reale Vorbilder in der Familie, sondern auch zunehmend durch virtuelle Vorbilder im WWW geprägt.

6. Verbesserungsmöglichkeiten

- Da sich die Ergebnisse auf konstant hohem Niveau bewegen, ergaben sich auch aus den offenen Fragen kaum Anregungen, das Konzept weiter zu verbessern.
- Kritikpunkte, wie eine zu kleine Gruppengröße, zeigten in erster Linie, dass sich teilnehmende Eltern wünschen, dass noch mehr Eltern teilnehmen würden. Im Kern waren dies also keine kritischen Anmerkungen zu den Workshops, sondern zu anderen Eltern, die sich weniger interessieren.
- Einige wenige Kritikpunkte bezogen sich auf die Gegebenheiten vor Ort, die außerhalb des Einflussbereiches der Organisation liegen. Auch waren Anmerkungen bezüglich der Uhrzeit und Dauer in sich wenig homogen, so dass daraus keine Handlungsaufträge abgeleitet werden können.



smartcon GmbH
Hauptstr. 17-19 / Altes Panzerwerk
Gebäude 6343
D-55120 Mainz
N 50°00'58.37" • O 8°13'59.00"

Telefon: +49 (0) 61 31 / 945 19 - 0
Telefax: +49 (0) 61 31 / 945 19 - 29

e-Mail: info@smartcon.de
www.smartcon.de

KESSLER! KOMMUNIKATIONSBERATUNG

KESSLER Kommunikationsberatung
Wilhelminenstr. 29
D-65193 Wiesbaden

Telefon: +49 (0) 611 88 09 64 0
Telefax: +49 (0) 611 88 09 64 20

e-Mail: info@kessler-kommunikation.de
www.kessler-kommunikation.de

Copyright 2012: Dieser Bericht, der neben den Ergebnissen der Untersuchung auch detaillierte Informationen über die angewandten Methoden enthält, ist zum internen Gebrauch des Auftragnehmers bestimmt. Die Untersuchungsergebnisse selbst können vom Auftraggeber in jeder Weise weitergegeben und veröffentlicht werden. Dies gilt jedoch nicht für Informationen über die angewandten Methoden und Konzepte. Aus diesem Grund darf der Untersuchungsbericht nur mit schriftlicher Zustimmung von KESSLER Kommunikationsberatung oder smartcon GmbH an Dritte weitergegeben, vervielfältigt oder veröffentlicht werden. Wird aus dem Untersuchungsbericht zitiert, sind smartcon GmbH/ KESSLER Kommunikationsberatung als Verfasser zu benennen.

Anhang - Fragebogen zum Eltern-Workshop „Klartext reden!“

Fragebogen zum Eltern-Workshop „Klartext reden!“

Um unseren Eltern-Workshop zukünftig noch besser nach Ihren Bedürfnissen gestalten zu können, brauchen wir Ihr Feedback! Deshalb würden wir uns freuen, wenn Sie kurz die folgenden Fragen beantworten würden. Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

1. Entsprach der Workshop Ihren Erwartungen?

Er hat meine(n) Erwartungen

☐ übertroffen ☐ entsprochen ☐ teilweise entsprochen ☐ nicht entsprochen

Und warum sind Sie dieser Ansicht?

2. Was glauben Sie, wie Sie die Tipps und Anregungen des Workshops verwenden können?

Verwenden können werde ich davon:

☐ das meiste ☐ einiges ☐ wenig ☐ nichts

Und warum sind Sie dieser Ansicht?

3. Wie zufrieden sind Sie mit den nachfolgenden Aspekten der Veranstaltung?

	Sehr zufrieden	Eher zufrieden	Eher unzufrieden	Sehr unzufrieden	Weiß ich nicht
• Vorabinformationen zur Veranstaltung (Einladung)					
• Räumlichkeiten					
• Referent/in					
• Begleitmaterialien (Präsentation, Broschüre etc.)					
• Dauer der Veranstaltung					
• Größe der Gruppe					
• Termin der Veranstaltung (Uhrzeit, Tag)					

4. Falls Sie bei einem oder mehreren Punkten „eher unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ angekreuzt haben: Was können wir Ihrer Meinung nach anders/besser machen?

5. Bitte beantworten Sie auch nachfolgende Fragen:

	Ja, auf jeden Fall	Eher ja	Eher nein	Nein, auf keinen Fall	Weiß ich nicht
Haben Sie beim Workshop etwas dazugelernt/neues Wissen erlangt?					
Fühlen Sie sich durch den Workshop besser dafür gerüstet, das Thema Alkohol mit Ihren Kindern zu besprechen?					
Fühlen Sie sich durch den Workshop besser in der Lage, Ihren Kindern zum Thema Alkohol zukünftig Grenzen zu setzen?					
Würden Sie eine Nachfolgeveranstaltung zu diesem Thema besuchen?					
Würden Sie die Veranstaltung anderen Eltern aus Ihrem Bekanntenkreis empfehlen?					
Hat Sie der Workshop angeregt, mit Ihrem Kind/Ihren Kindern in nächster Zeit über Alkohol zu sprechen?					
Hat der Referent/die Referentin nachhaltig auf die Risiken und Gefahren des Alkoholkonsums hingewiesen?					

6. Wenn Sie dem Elternworkshop „Klartext reden!“ eine Schulnote geben sollten, welche Note würden Sie geben?

Sehr gut (1) Gut (2) Befriedigend (3) Ausreichend (4) Mangelhaft (5) Ungenügend (6)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

7. Welchen Einfluss haben die nachfolgend genannten Faktoren Ihrer Meinung nach auf das Alkoholkonsumverhalten Ihres Kindes?

	Sehr großen Einfluss	Eher großen Einfluss	Eher geringen Einfluss	Gar keinen Einfluss	Weiß ich nicht
Werbung in Zeitungen/Zeitschriften, Fernsehen, Radio etc.					
Die Freunde/die Clique					
Die Eltern					
Die Lehrer/Lehrerinnen					
Sportstars/Musikstars/Filmstars					
Videoinhalte auf Online-Portalen wie YouTube/MyVideo					

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Bitte geben Sie den ausgefüllten Fragebogen beim Workshop-Referenten ab!