



Vorstellung des Realize it x-tra Programms

Peter Eichin – Villa Schöpflin gGmbH

„Realize it x-tra“ basiert auf „Realize it

- das Beratungsprogramm „Realize it“ wurde im Rahmen eines binationalen Modellversuchs von 2004 bis 2007 in Beratungsstellen in der Schweiz und in Baden-Württemberg erprobt
- das Programm richtet sich an junge Konsumentinnen und Konsumenten von Cannabis
- Universität Fribourg (CH) → wissenschaftliche Evaluation → signifikanter und nachhaltig positiver Einfluss des Programms auf den Konsum und die Befindlichkeit und gute Integration des Programms in den Beratungsalltag von Drogen- und Suchtberatungsstellen
- BMG beschliesst 2007, das Beratungskonzept weiteren interessierten Beratungsstellen in Deutschland zur Verfügung zu stellen
- die Bietergemeinschaft delphi-Gesellschaft Berlin und die Villa Schöpflin werden beauftragt, den Transfer durchzuführen
- mittlerweile besteht das Netzwerk aus 159 Beratungsstellen, alle Bundesländer sind vertreten

Entstehung von „Realize it x-tra“

Gründe für die Spezifizierung
des Realize it-Programms für Jugendliche:

- die in der wissenschaftlichen Begleitforschung dokumentierten Haltequoten zeigen, dass es schwieriger ist, jüngere Teilnehmer/innen in das „Realize it“-Programm zu integrieren
- Hypothese: bei den unter 20-Jährigen seltener Abhängigkeitssymptomatik
- es scheint sinnvoll, „Realize it“ für diese Zielgruppe anzupassen, zu erproben und die Wirksamkeit zu überprüfen
- Villa Schöpflin bekommt den Auftrag vom BMG, das Programm für Jugendliche zu entwickeln

Realize it x-tra Modellstandorte

- Villa Schöpflin, Zentrum für Suchtprävention Lörrach
- Drobs Rheinfelden
- Fachstelle Sucht Villingen-Schwenningen
- Fachstelle Sucht Tuttlingen
- Drobs Kehl

- 9 weitere Einrichtungen aus dem Realize it-Netzwerk wurden in im Januar 2009 in Köln geschult!

Zielgruppe

- Jugendliche, die einen Cannabiskonsum aufweisen
(Jugendliche mit und ohne Suchtgefährdung → unterschiedliche Intensität der Beratung)
- unter 20-Jährige
- Konsum kann auch in der nahen Vergangenheit stattgefunden haben

Aufbau des Programms

Beratungsgespräch I / Aufnahmegespräch (60 Min.)

Gruppentreffen 1 (150 Min.)

Gruppentreffen 2 (150 Min.)

Gruppentreffen 3 (150 Min.)

Beratungsgespräch II / Abschlussgespräch (60 Min.)

Beratungsgespräch III (60 Min.)

Beratungsgespräch IV / Abschlussgespräch (60 Min.)

optional: Beratungsgespräch mit Bezugspersonen

optional: praktische Hilfen (Bewerbung, Schulden etc.)

optional: Elterninfoabend

Veränderungsplan & Verbindlichkeiten



PERSÖNLICHES ARBEITSBLATT

→ Name:

→ Personen, die mich dabei unterstützen können:

Diese Ziele strebe ich an:

Meine Schritte zu diesen Zielen sind:

1 -----

2 -----

3 -----

4 -----

5 -----

6 -----

Theoretische und konzeptionelle Grundlagen

- Phasenmodell der Verhaltensänderung
Prochaska & DiClemente, 1984
- Motivierende Gesprächsführung
Miller & Rollnik, 1999
- Lösungsorientierte Kurzzeittherapie
Berg & Miller, 2000

Berücksichtigung jugendspezifischer Bedarfs- und Wirksamkeitsfaktoren

- „Realize it x-tra“ knüpft nicht so stark wie „Realize it“ am Konsumverhalten an, da dies bei Jugendlichen oft (noch) nicht in Zusammenhang mit Problemen im sozialen und Leistungsbereich wahrgenommen wird
- „Realize it x-tra“ berücksichtigt stark die unterschiedlichen Konsummotive bei Jugendlichen
- Jugendlichen profitieren vom Gruppensetting!
- „Realize it x-tra“ berücksichtigt Rezeptionsgewohnheiten von Jugendlichen (weniger kognitiv, eher pädagogisch als therapeutisch ausgerichtet)
- stärkere Ansprache möglicher Tn auch über deren Eltern und Bezugspersonen, bzw. Schulen

Erfahrungen aus der Konzeptionsgruppe

- Justiz und Eltern sind die wichtigsten Schnittstellen!
- Ergebnisse der Expertise (LWL): Einflussnahme der Eltern spielt eine wichtige Rolle!
- verstärkte Ansprache der Eltern als Konsequenz
→ Presseartikel und Terminanzeigen zeigen Wirkung!
- lokale Netzwerke ausbauen und nutzen!!!
- Jugendliche schicken Freunde!

Einige Kriterien zur erfolgreichen Umsetzung

- Akzeptanz des Programms innerhalb der Einrichtung
- Interne Bekanntheit und klare Ansprechpersonen (2)
- das Angebot muss finanziell abgedeckt sein
- es sollte nicht in Konkurrenz mit anderen standardisierten Programmen stehen
- hoher Bedarf an zuweisenden Stellen
- permanente Werbung und Pflege des Netzwerkes

„Cannaquiz“

The graphic is a complex composition. At the top, the text 'soziale Risikofaktoren' is visible. Below it, a large, stylized 'Cannaquiz' logo is centered. The background is a dense grid of small text blocks, some of which are highlighted with green boxes and icons. A large green heart icon is positioned in the upper left, and a large green brain icon is in the upper right. A large green target icon is in the lower right. The overall design is modern and informative, with a focus on health and psychology.

Postkarte

