

---

Abschlussbericht 2018/19

# CHECKPOINT - C

## Suchtprävention per Smartphone

Mit neuer Technik mehr KonsumentInnen von Crystal erreichen

**Antragsteller:**

Hochschule Merseburg  
Fachbereich Soziale Arbeit, Medien und Kultur  
Eberhard-Leibnitz-Str. 2  
06217 Merseburg

**Adressat:**

Bundesministerium für Gesundheit  
Referat 425  
53107 Bonn



Download Android



Download iOS

<b>1. Titel des Projekts</b>	Checkpoint - C: Suchtprävention per Smartphone. Mit neuer Technik mehr KonsumentInnen von Crystal erreichen
------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Einrichtung</b>	
--------------------	--

Name	Hochschule Merseburg
Straße, Hausnummer	Eberhard - Leibnitz - Str. 2
PLZ und Ort	06217 Merseburg
Rechtsform	Körperschaft des öffentlichen Rechts

<b>ProjektleiterIn</b>	
------------------------	--

Name	Prof. Dr. Gundula Barsch
Einrichtung	Hochschule Merseburg
Abteilung	Fachbereich Soziale Arbeit, Medien und Kultur
Straße, Hausnummer	Eberhard - Leibnitz - Str. 2
PLZ und Ort	06217 Merseburg
Telefon	03461/46 2204
Fax	03461/46 2250
E - Mail - Adresse	gundula.barsch@hs - merseburg.de

<b>Projektmitarbeiterin</b>	
-----------------------------	--

Name	B.A. Adelheid Friedrich
E - Mail - Adresse	adelheid.friedrich@hs - merseburg.de
Beantragter Förderzeitraum (von - bis)	01.11.2016–30.10.2018, kostenneutral verlängert bis 31.12.2018
Beantragte Fördermittel	75.687 Euro

## Inhalt

1. Kurzbericht	1
2. Einleitung	3
Ausgangslage	3
Vorgeschichte des Projektes	4
Projektidee	4
3. Erhebungs- und Auswertungsmethodik	5
Zur Methode „Usability-Testung“	5
Aufbau Testung	5
Teilnehmende TesterInnen	6
4. Durchführung, Arbeits- und Zeitplan	7
4.1 Arbeits- und Zeitplan	7
4.2 Ziele	9
5. Ergebnisse	10
Teilbereiche der App:	15
5.1 Auswertung	19
6. Diskussion der Ergebnisse	21
6.1 Eigener App-Bereich für Angehörige	21
6.2 Integration der App in suchtmedizinische und therapeutische Behandlung	23
Maßnahmen	24
Durch CheckPoint – C umsetzbar?	24
6.4 Multilinguale Programmierung	25
6.5 Weiterführende Diskussion	25
7. Gender Mainstream Aspekte	27
8. Verbreitung und Öffentlichkeitsarbeit der Projektergebnisse	28
8.1 Herstellung und Versand von Printmedien (Plakate, Visitenkarten, Flyer)	28
8.3 Lange Nacht der Wissenschaften in Halle & Bundespräventionskonferenz in Magdeburg	31
8.4 Suchtkongress München	31
8.5 Kongress der Deutschen Gesellschaft für Suchtmedizin Berlin	32

## 1. Kurzbericht

In zweijähriger Arbeit ist an der Hochschule Merseburg eine Smartphone-App entwickelt worden, die sich an aktuell konsumierende oder ausstiegswillige Crystal-KonsumentInnen wendet. Diese sollen mit interaktiven Tools motivieren und unterstützen werden, erstens eine konsumbegleitende Selbstkontrolle vorzunehmen, um auf diese Weise zu verhindern, dass sich der Konsum zu hochproblematischen Konsumformen aufschaukelt; zweitens eine eigeninitiativ vorzunehmende Exploration des Gesundheitszustandes anzuregen, um frühzeitig Rückmeldungen zu geben, den Konsum kritisch zu überdenken und zu ändern; drittens eine individuelle Dokumentation des Konsums zu ermöglichen mit dem Effekt, Zusammenhänge zwischen physischen, psychischen und sozialen Problemen und dem Drogenkonsum erkennen und Korrekturen vornehmen zu können; viertens an einem gefasste Ausstiegswunsch festzuhalten und diesen auch gegen Widerstände erfolgreich umzusetzen und fünftens sich in diesem Zusammenhang auch mit massiven Konsumwünschen auseinanderzusetzen und zu erkunden, durch welche Faktoren Konsumwünsche getriggert werden und wie es gelingen kann, diesem Druck nicht nachzugehen.

Darüber hinaus bietet die App Hilfe in Notfällen sowie eine Vielzahl an Informationen, die ohne großen Rechercheaufwand umgehend verfügbar sind. Mit diesen Angeboten ist die App konzipiert, bisher unerkannte KonsumentInnen im Dunkelfeld zu erreichen und ihnen Hilfe und Unterstützung zukommen zu lassen, auch wenn sie (noch) keine Leistungen des Hilfesystems in Anspruch nehmen wollen.

Nach dem Release der Android Version November 2016 im Google Play Store konnte über zusätzlich eingeworbene Mittel Anfang Januar 2017 mit der technischen Umsetzung einer iOS Variante der Crystal-App begonnen werden. Diese steht seit April 2017 im App-Store zur Verfügung, so dass nunmehr NutzerInnen aller gängigen Smartphone-Betriebssysteme Zugriff auf dieses Tool haben. Erst innerhalb eines umfangreichen Updates im Mai 2018 wurde die App um ein Craving- sowie ein Abstinenztagebuch erweitert. Damit wird nun ein sehr komplexes Tool vorgelegt, das sich an aktuelle KonsumentInnen sowohl ohne als auch mit Ausstiegswunsch wendet und damit allen NutzerInnen die breite Palette nahe bringt, wie ein Umgang mit Crystal gestaltet werden kann.

Das Craving-Tagebuch knüpft an die Abstinenzorientierung der Suchttherapien an, in der das Verhindern von Rückfällen nach Beendigung des Konsums eine wichtige Rolle spielt. Es richtet sich an Konsumierende, die den immer wieder auftretenden Konsumdruck (Craving) und die dazugehörigen Trigger-Situationen dokumentieren können, um auf diese Weise Zusammenhänge zu erkennen und zu bewältigen. Hinweise und Tipps zum Umgang mit Craving komplettieren diesen Bereich.

Das Abstinenztagebuch wendet sich an KonsumentInnen mit einem Willen zur Beendigung des Konsums. In diesem Tagebuch kann nicht nur dokumentiert werden, wie genau sich der Weg in die Abstinenz gestaltet. Aufgeklärt wird auch darüber, was es bedeutet, sich für oder

gegen den Konsum zu entscheiden; motivierende Push-Nachrichten geben eine Rückmeldung zu den erreichten Ergebnissen in diesem Entwicklungsprozess.

Im Rahmen der Projektförderung wurde die erweiterte App sowohl für Android- als auch iOS-NutzerInnen zur Anwendungsreife entwickelt. Beide Tools wurden über die entsprechenden Shops kostenfrei zur Verfügung gestellt.

Die aktuelle Downloadzahl für iOS liegt derzeit bei 2720. Für das Android-Betriebssystem sind 947 Downloads zu verzeichnen. Seit Relaunch der Webseite wurden 20.087 BesucherInnen und 378.173 Aufrufe registriert, die APK-Datei zur Store-unabhängigen Installation der App wurde 554 mal gedownloadet. Damit liegt die Anzahl der aktuellen Downloads mit einer Gesamtsumme von 4221 weit über den für den Projektzeitraum angestrebten Bereich.

## 2. Einleitung

### Ausgangslage

Die unter dem Szenenamen „Crystal Meth“ bekannte Substanz mit dem Wirkstoff Methamphetamin erlangte bereits zu Beginn der 1930er Jahre unter dem Medikamentennamen „Pervitin“ Popularität. Auch später war Methamphetamin zumindest in der DDR bis 1990 im „Arzneimittelverzeichnis der DDR“ aufgeführt und als verschreibungsfähiges Medikament erhältlich (vgl. Arzneimittelverzeichnis 1982, S. 241). Nachdem es im Zuge der deutschen Vereinheitlichungen vom Markt genommen wurde, lassen sich bereits in den 1990er Jahren Hinweise dafür finden, dass Methamphetamin trotz Verbotes weiterhin in bestimmten kulturellen Milieus und hier vor allem im Freizeitbereich genutzt wurde. Allerdings avancierte der Crystal-Konsum bis dahin nicht zu einem allgemeinen Trend (vgl. Pfeiffer-Gerschel et al. 2012, S. 50). Auch in einer empirischen Studie der Hochschule Merseburg erinnerten die befragten älteren KonsumentInnen, dass Methamphetamin in den 1990er Jahren als „Piko“ verfügbar war und vereinzelt konsumiert wurde (vgl. Barsch 2014). Allerdings zog dieses Konsumverhalten keine besondere soziale Aufmerksamkeit auf sich und blieb weitgehend unbemerkt.

Seit 2009 tritt Methamphetamin verstärkt aus seinem Status als vergessene psychoaktive Substanz heraus und wird nunmehr in größerem Umfang für den Freizeitkonsum entdeckt. Interessant ist, dass sich diese Entwicklungen bis heute mit einer erstaunlichen regionalen Unterschiedlichkeit vollziehen: Beobachtbar ist auch noch im Jahr 2018 ein deutliches Süd-Nord-Gefälle. Insbesondere die südlichen Bundesländer sind mit Problemlagen konfrontiert, die durch den Crystal-Konsum induziert sind. Die westlichen und nördlichen Bundesländer kennen das Phänomen des Crystal-Konsums zwar auch, sind aber nicht mit einer so hohen Zahl belastender Problemlagen konfrontiert. Im Gegensatz dazu wird insbesondere in den an Tschechien grenzenden Teilen Bayerns, Baden-Württembergs, Thüringens, Sachsens sowie in Teilen Sachsen-Anhalts und Brandenburgs auf eine wachsende Konfrontation der Hilfesysteme mit Problemen, die durch die Folgen des Crystal-Konsums entstehen, aufmerksam gemacht (vgl. u. a. Suchthilfebericht Sachsens 2014).

Das Wirkspektrum der Substanz in Abhängigkeit von der gewählten Dosis und Applikationsform und die damit regelmäßig einhergehenden Effekte für die physische, psychische und soziale Gesundheit können schwerwiegende Kurz- und Langzeitnebenwirkungen verursachen. Durch diese sehen sich große Teile des psychosozialen und medizinischen Hilfesystems – und damit nicht nur der Drogen- und Suchtkrankenhilfe – mit Problemen konfrontiert, die sich mit den bisherigen Routinen und Angeboten kaum angemessen bewältigen lassen. Der noch immer vage Einblick in die Lebenswelt der Crystal-KonsumentInnen erschwert zudem, angemessene Angebote zu entwickeln, mit denen glaubwürdig aufgeklärt, niedrigschwellig Kontakte für die Inanspruchnahme unterschiedlicher Hilfen und Unterstützung hergestellt und bei ausufernden Problemlagen frühzeitig interveniert werden kann.

## **Vorgeschichte des Projektes**

Vor dem Hintergrund dieser Problembündelungen wurden in der Heimatregion der Hochschule Merseburg und der Ostdeutschen Arbeitsgemeinschaft Suchtmedizin e. V. (die Stadt Halle und der Saalekreis) mehrere aufeinander aufbauende Projekte aufgelegt. Dazu gehörte zunächst eine qualitative Studie unter Crystal-KonsumentInnen, die aktuell konsumierten oder ihren Konsum eingestellt hatten. Auf diese Weise konnten zumindest Grundinformationen vorgelegt werden, mit der sich die Zielgruppe in ihrer Zusammensetzung, ihren Formen der Alltags- und Konsumbewältigung, ihren Bedürfnissen und Hilfebedarfen sowie den von ihnen angestrebten Ausstiegsszenarien beschreiben ließ (vgl. Barsch 2014). Diese Einblicke in die Lebens- und Konsumwelt von Crystal-KonsumentInnen vermittelten die Leitideen für die Ausgestaltung einer anonymen Sprechstunde für diese Zielgruppe. Im Oktober 2014 startete CheckPoint C - Die anonyme Crystalsprechstunde für (H)alle - als ein interdisziplinäres Projekt der Hochschule Merseburg, der Ostdeutschen Arbeitsgemeinschaft Suchtmedizin e. V. und der Martin-Luther-Universität Halle (Saale). Dafür arbeiteten Studierende der Fachbereiche Soziale Arbeit, Medien und Kultur der Hochschule Merseburg und der Allgemeinmedizin der Medizinischen Fakultät der Martin-Luther-Universität zusammen. Neun Monate lang konnten sich KonsumentInnen, Interessierte und Angehörige aus Halle, dem Saalekreis und der näheren Umgebung zweimal wöchentlich rund um das Thema Crystal informieren. Neben dem Angebot einer klientenInnenzentrierten Aufklärung und Information bestand die Möglichkeit eines anonymen medizinischen Check-ups fern von Krankenversicherung oder Chipkarte. Die unmittelbar in der Sprechstunde praktizierenden Studierenden wurden über den gesamten Zeitraum durch professionelle „Senior-Experts“ unterstützt, die sich im Hintergrund für den Fall besonderer Fallkonstellationen bereit hielten.

## **Projektidee**

Die Erfahrungen mit diesem Projekt bereicherten den Fundus an Basiswissen und inspirierten zu der Idee, über die neuen technischen Möglichkeiten des Smartphones und die dafür entwickelten Applikationen eine schwer zu erreichende KonsumentInnengruppe frühzeitig zu erreichen, aufzuklären und zur Reflektion und gegebenenfalls Änderung von Konsummustern zu motivieren. Im Rahmen der Evaluation dieser anonymen Sprechstunde wurde klar, dass vor allem der Wunsch nach spontaner und permanenter Verfügbarkeit von Informationen sowie die Bedeutung von Anonymität im Erstkontakt für die Entwicklung einer mobilen Variante der Sprechstunde sprachen.

Ab Herbst 2016 erhielt die Hochschule Merseburg für die Entwicklung, Programmierung und Testung einer anwendungsreifen App eine Förderung des Bundesministeriums für Gesundheit, das damit ein Modellvorhaben unterstützte. Auf diese Weise konnte planmäßig das erste Release der App im November 2016 im Google Play Store, mit eingeworbenen Geldern im April 2017 im App Store von Apple erfolgen. Das zweite Release der nunmehr dreidimensionalen Variante der App steht seit Mai 2018 im Google Play Store und konnte nach heftigen Auseinandersetzungen mit den ReviewerInnen von Apple im Juni 2018 auch wieder im App Store platziert werden. Die erweiterte App ist damit wieder für Smartphone-NutzerInnen aller gängigen Betriebssysteme kostenlos als Download verfügbar.

### **3. Erhebungs- und Auswertungsmethodik**

#### **Zur Methode „Usability-Testung“**

Neue Smartphone-Apps sind nicht zwingend im ersten Entwurf benutzerfreundlich, sondern müssen sich im Zuge der Anwendung beweisen. Vor diesem Hintergrund können Usability-Tests einer Smartphone-App als anwendungsorientierte Forschungsmethode verstanden werden, mit der die stufenweise Entwicklung eines solchen Tools begleitet und eine iterative Annäherung an die Bedürfnisse der NutzerInnen möglich wird. Deshalb werden Usability-Tests sowohl mit Prototypen als auch mit fertigen Programmen durchgeführt.

Jede Smartphone-App, die neu entwickelt wird, sollte Usability-Tests unterzogen werden. Dies insbesondere deshalb, weil der Funktionsumfang und die Bedienstruktur dieser Anwendungen erheblich von der Funktionsweise anderer Apps oder des Betriebssystems abweichen können.

In ihrem Ablauf werden ProbandInnen, die möglichst der Zielgruppe der betreffenden App entsprechen, eingeladen, mit dem Programm Usability-Testaufgaben zu erfüllen. Dabei werden sowohl quantitative als auch qualitative Daten erhoben, deren Auswertung die Ableitung von Veränderungsempfehlungen erlaubt. Zu zentralen Kriterien derartiger Tests werden vor allem Benutzerfreundlichkeit und Funktionsumfang - Kriterien, die die Nützlichkeit einer App bestimmen. Deshalb werden diese Tests so angelegt, dass die jeweils erreichte Passung von Funktionsumfang und Benutzerfreundlichkeit ermittelt wird.

Gegenwärtig liegt es vor allem in der Hand von Software-Unternehmen, Usability- und User-Experience-Research zu betreiben. Dies ist allerdings mit der Gefahr verbunden, die Testung auf technische Parameter zu reduzieren.

#### **Aufbau Testung**

Grundsätzlich sollen Usability-Test-Aufgaben nicht die Fähigkeiten der ProbandInnen, sondern das betreffende System, hier die App, testen. Deshalb wurden im Projekt die zu erledigenden Aufgaben so angelegt, dass alle wichtigen und relevanten Funktionen umfassend geprüft werden. Folgerichtig wurden die Testaufgaben aus dem Anforderungsprofilen abgeleitet, die für die App entwickelt worden waren.

Mit dem Ziel, CheckPoint-C möglichst nutzer- und bedienfreundlich zu gestalten, fanden in insgesamt drei Programmier-Sprints Usability-Testungen zur inhaltlichen und technischen Erweiterung und Anpassung der App statt, die in einer Laborsituation umgesetzt wurden. Dafür standen sechs TesterInnen zur Verfügung, die sowohl im persönlichen Gespräch als auch im Rahmen der Testaufgaben zu geplanten Veränderungen, Erweiterungen sowie bei der Bewältigung zielgerichteter Aufgaben Feedback gaben. Zusätzlich wurden Rückläufe der App-integrierten Fragebögen, E-Mail-Feedback und anderweitige Rückmeldungen kontinuierlich analysiert, bearbeitet und ausgewertet.

Bei der Testung in einer Laborsituation wurden zu Beginn Geschlecht, Alter, Ausbildung,



Angaben zur Konsumkarriere und Smartphone-Erfahrung abgefragt. Über das Abfragen der Konsumkarriere gaben sich Rückschlüsse in Bezug auf die Art und Weise des Drogenkonsums, seiner möglichen Risikokonstellationen und Unterstützungsbedarfe. Darüber hinaus machten die KonsumentInnen Angaben zu ihrer persönlichen Einstellung zur Substanz, antworteten auf Fragen zu ihrem Wissensstand in Bezug auf Wirkungen, Nebenwirkungen und generelle Gesundheitsfolgen, gaben Auskunft zu ihren sonstigen Wegen der Informationsbeschaffung und skizzierten ihre Vorstellungen von idealen Beratungssituationen.

Selbst als bereits erstes empirisches Wissen über die durchaus gegebene Benutzerfreundlichkeit der App vorlag, wurden weiterhin Labortestungen durchgeführt. Dies war vor allem der Tatsache geschuldet, dass die App stetig verändert oder um neue Bereiche erweitert wurde. Auch diese Form der Usability-Tests wurde in einer kontrollierten Umgebung durchgeführt. Dabei erledigte die ProbandIn die Testaufgaben unter Beobachtung der VersuchsleiterIn. Auf diese Weise konnte zwar der Einblick der VersuchsleiterIn in das Nutzungsverhalten der ProbandInnen erhöht werden, es stellte sich allerdings auch die Frage nach der Generalisierbarkeit der Ergebnisse mit Blick auf reale Nutzungssituationen.

### **Teilnehmende TesterInnen**

Für die Auswahl der Usability-TesterInnen musste zunächst festgelegt werden, über welche Population eine Aussage getroffen werden sollte. Entschieden wurde, Aussagen zur Benutzerfreundlichkeit und zum Informationswert der App über KonsumentInnen von Crystal Meth, deren Angehörige und über SozialarbeiterInnen mit einer Expertise im Umgang mit Crystal-konsumentInnen zu ermitteln. Dazu wurde eine exemplarische Herangehensweise favorisiert, d. h. die Testung fand mit Hilfe von jeweils sechs ProbandInnen in drei Durchläufen statt. Bei den gewonnenen Crystal-KonsumentInnen handelte sich um aktuelle Crystal-Konsumierende, die für ihre Mitwirkung eine Aufwandsentschädigung erhielten. Zu den NutzerInnen, die online anonym ein Feedback gaben, gibt es keine personalisierten Hinweise.

Aktive Crystal-KonsumentInnen als ProbandInnen für die Usability-Testungen zu gewinnen, stellte sich als besondere Herausforderung dar. Dem Konsum psychoaktiver Substanzen, ganz besonders aber dem Konsum von Crystal Meth, haftet eine stigmatisierende Sichtweise an, die insbesondere durch die anfängliche mediale Berichterstattung (z. B. Faces of Meth) befeuert wurde. Pauschal zugesprochen wurden den KonsumentInnen schwere pathologische physische, psychische und soziale Störungen oder ein per se kriminelles Handeln. Reißerische Medienberichte, nach denen mit den Betroffenen, die diese Substanz konsumieren, „etwas nicht in Ordnung sein kann“, weil sie sich wissentlich einem gesundheitlichen Risiko aussetzen, das vor allem in einem Abbau der intellektuellen Fähigkeiten und sozialen Handlungsweisen mündet, haben Angst vor gesellschaftlicher Stigmatisierung unter den KonsumentInnen angekurbelt, die die Kontaktaufnahme außerhalb ihrer Peer-Groups erschwert. Für das Gewinnen entsprechender Mitwirkung mussten deshalb erhebliche Anstrengungen aufgebracht werden, die in der Projektplanung nicht vorgesehen waren.

## 4. Durchführung, Arbeits- und Zeitplan

### 4.1 Arbeits- und Zeitplan

Entschieden wurde, die App zunächst als Android-Version über den Google-Playstore bereitzustellen. Allerdings zeichnete sich schnell ab, dass eine große Gruppe potentieller NutzerInnen der App auf diese Weise nicht auf das Tool zugreifen konnte, weil das iOS-Betriebssystem nicht mit dem von Android kompatibel ist. Das heißt, erst über diese beiden Plattformen wird die größtmögliche Verbreitung unter den sehr unterschiedlichen Zielgruppen der App tatsächlich möglich. Deshalb wurde nach einem Sponsoring gesucht, mit dem sich die ebenso kostenaufwendige iOS-Version für den Apple App Store umsetzen ließ.

Die durch das BMG ausgereichte Förderung der Entwicklung und Testung der App ermöglichte, die App planmäßig im November 2016 im Google Play Store kostenfrei für Android-NutzerInnen zur Verfügung zu stellen. Über zusätzlich eingeworbene Mittel konnte Anfang Januar 2017 mit der technischen Umsetzung einer iOS-Variante der Crystal-App begonnen werden, die seit 08. April 2017 im App Store von Apple zur Verfügung steht und mit zusätzlichen Ressourcen ebenfalls beworben und getestet wurde. Alle für Android geplanten Erweiterungen (u. a. Craving- und Ausstiegsmodus) wurden im Projektverlauf über eigene Mittel auch für die iOS-Version umgesetzt. Die große Zahl der NutzerInnen von iOS-Smartphones bestätigt die Richtigkeit dieser Anstrengungen.

Ein ungeplanter Aufwand entstand durch notwendige Diskussionen seitens der Projektleitung mit den App-ReviewerInnen von Apple: Bei einer der letzten Änderungsaktivitäten in Zusammenhang mit der neuen Datenschutzverordnung, die ebenfalls einen ungeplanten Anpassungsschritt erforderlich machte, wurde die App zunächst nicht zugelassen. Die Begründung lautete: *Your app appears to promote excessive or inappropriate uses of controlled substances. Specifically, your app is an illegal drug related app.* In mehreren Auseinandersetzungen mit dem Review-Board und dem Bestehen auf einen german native reviewer konnte schließlich erreicht werden, dass die App wieder im Store verfügbar ist. Deutlich wird allerdings, dass Apps, die den Kernideen von Harm Reduction, Risikoprävention und akzeptierender Grundideen verpflichtet sind, offensichtlich regelmäßig damit rechnen müssen, den Reviewprozess nicht erfolgreich zu bestehen.

Während die technischen Möglichkeiten von Android relativ schnell eine gute Übersichtlichkeit der neu entwickelten komplexen App mit Konsum-, Craving und Ausstiegstagebuch ermöglichten, gelang es erst in mehreren Arbeitsgängen, eine zufriedenstellende Handhabbarkeit für Checkpoint-C-App auch für die iOS-Variante herzustellen. Nachdem das Sponsoring für die iOS-Variante nunmehr an seine Grenze gekommen war, konnten für diese unvorhergesehenen Arbeiten kurzfristig zusätzliche Mittel des BMG eingesetzt werden. Seit Mitte Oktober und damit noch vor Ende der Projektförderung steht nun die erweiterte App für beide Betriebssystemvarianten (Android und iOS) in Anwendungsreife zur Verfügung und kann als hilfreiches Tool von Crystal-KonsumentInnen genutzt werden.

Trotz dieser planmäßigen Abschlüsse des Projektes wurde eine kostenneutrale Verlängerung der Projektlaufzeit bis zum 31.12.2018 nötig. Hintergrund dafür sind vom Projekt nicht zu verantwortende Verzögerungen bei der Überführung der Betreiberschaft der App in die Hoheit des Vereins.

Chill out e. V. – Verein zur Förderung akzeptierender Jugend- und Drogenarbeit, ansässig in Potsdam. Dieser Prozess war bereits bei der Antragsstellung beim BMG in einem seinerzeit vorgelegten LOI vereinbart ~~wurde~~ <sup>worden</sup> und wurde zum Ende der Entwicklungsarbeit bereits im Mai mit der AOK-Nordost über diverse Meetings angeschoben. Er konnte jedoch noch immer nicht zu Ende gebracht werden. Im Sinne einer Kontinuität der Öffentlichkeitsarbeit über die eigens für die App angelegte Homepage und Facebook-Seite musste entschieden werden, bis zum Jahresende aus eigenen Kräften die hier nötigen regelmäßigen Arbeiten vorzunehmen.

## 4.2 Ziele

Vor dem Hintergrund selbstgestellter Projektziele wurde die Crystal-App inhaltlich so konzipiert, dass sie sich als eine kostenlose, niedrighschwellige, anonyme Frühinterventionsmöglichkeit präsentiert, mit deren Hilfe es der NutzerIn gelingen kann, selbstständig und ohne professionelle Hilfe ganz persönliche Problemstellungen in Zusammenhang mit dem Crystal-Konsum zu orten, sich dazu kritisch zu reflektieren, Anregungen für eine Bewältigung problematischer Lebenslagen zu finden und eine digitale Unterstützung beim Management bestimmter Problemsituationen zu erhalten.

Aus diesen allgemeinen Projektzielen leiten sich die folgenden konkretisierten Ziele der entwickelten App ab:

- Unterstützung des Monitorings des eigenen Crystal-Konsums mit dem Ziel, eine empirisch gesicherte Basis für Reflexion und kritische Einschätzung der Konsumgewohnheiten zu erhalten, problematische Entwicklungen rechtzeitig zu erkennen und diesen gezielt entgegen steuern zu können.
- Mit Bezug auf die konkret vorliegenden Konsummuster der App-NutzerIn Rückmeldungen über aktuelle Zusammenhänge zwischen dem eigenen Crystal-Konsum und physischen, psychischen und sozialen Folgen für die persönliche Gesundheit zu geben.
- Anstoß zur Reflexion und kritischen Einschätzung der eigenen Motivationslagen für den Crystal-Konsum zu vermitteln, um Impulse zu Veränderungen hin zu einem stärker kontrollierten und risikobewussten Konsum zu geben.
- Vermittlung alltagspraktischer Hinweise und Tipps (Risikomanagement) im Sinne eines digitalen Coachings, das sowohl Anregungen für einen risikobewussten und kontrollierten Konsum, als auch Motivation und Unterstützung bei der Selbstfürsorge in Bezug auf die physische, psychische und soziale Gesundheit bietet.
- Angebot von Informationen und Aufklärung zu den Konsumrisiken von Crystal, die als Stand-by-Information für die Crystal-KonsumentIn über einfache Suchmuster gezielt verfügbar sind. Diese eignen sich zugleich für Menschen des sozialen Umfeldes (andere KonsumentInnen, Angehörige, KollegInnen), die sich diese App ebenfalls auf ihrem Smartphone installieren können.
- Psychoedukation zu den Themen Craving und Ausstieg mit dem Ziel, auf die sich regelmäßig einstellenden Herausforderungen vorbereitet zu sein und diese mit digitaler Hilfe und Unterstützung meistern zu können.
- Selbstinitiierte Änderungsprozesse hin zu mehr Selbstkontrolle von Konsum sowie Entwicklung von Bewältigungsfähigkeiten bei Cravingprozessen und Abstinenzvorhaben. Es geht vor allem darum, Craving und Ausstieg systematisch reflektieren und bewältigen zu können und die jeweils umgesetzten Schritte so zu kommentieren, dass sie motivieren, an den geplanten Vorhaben trotz abgeforderter Anstrengungen festzuhalten.

Diese Zielstellungen galt es in den einzelnen digitalen Tools/Bereichen der App methodisch so umzusetzen, dass die Möglichkeiten der neuartigen Informationstechnologien bestmöglich genutzt werden.

Die aktuelle Downloadzahl für iOS liegt derzeit bei 2720. Für das Android-Betriebssystem sind 947 Downloads zu verzeichnen. Seit Relaunch der Webseite wurden 20.087 BesucherInnen und 378.173 Aufrufe registriert, die APK-Datei zur Store-unabhängigen Installation der App wurde 554 mal gedownloadet. Damit liegt die Anzahl der aktuellen Downloads mit einer Gesamtsumme von 4221 weit über den für den Projektzeitraum angestrebten Bereich.

## 5. Ergebnisse

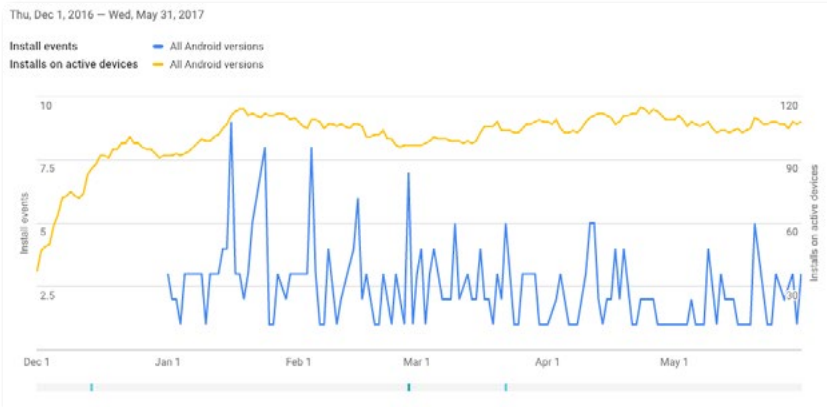
Über die kontinuierlich durchgeführten Tests der Apps in ihren jeweiligen Entwicklungsstufen wurde eine Vielzahl quantitativer und qualitativer Daten erhoben. Die darauf aufbauende Auswertung gab Aufschluss über Verbesserungsmöglichkeiten, die in der Hauptsache in den Bereichen Sicherheit, Darstellung und Inhalte betrafen.

Im Rahmen des qualitativen, praxisnah konzipierten Aufbaus der Testungen wurden neben dem eigentlichen Feedback immer auch Vorschläge zur Verbesserung unterbreitet, die mehrheitlich durch entsprechende Programmierungen umgesetzt wurden:

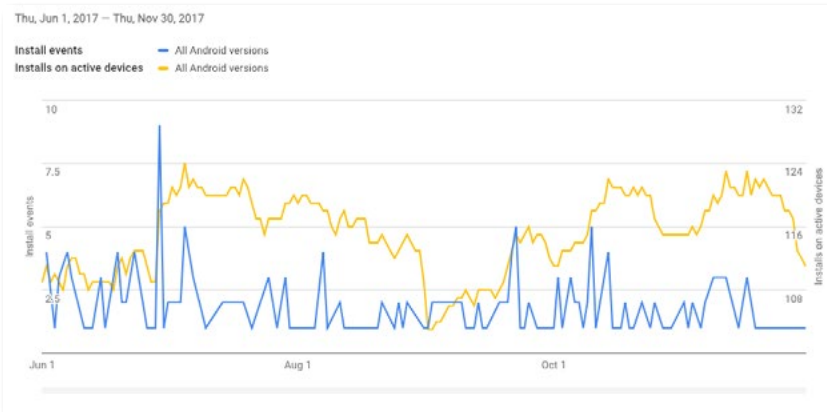
- Als Ergebnis der Usability-Testung wurde eine bessere Verschlüsselung der App mittels Integration eines Passwortschutzes eingeführt.
- Zudem wurde die grafische Umsetzung der App-Texte kritisiert: Diese waren aufgrund des Farbschemas zum Teil schwer erkennbar.
- Zugleich wurde darauf verwiesen, dass die angebotenen Informationen an vielen Stellen inhaltlich zu umfassend waren. In einem Update wurde darauf mit Textkürzungen sowie einer typografischen und farblichen Überarbeitungen reagiert.
- In einigen Fällen benötigten die TesterInnen eine unerwartet lange Zeit, um die erfragten Aufgaben zu erfüllen. Dies ließ darauf schließen, dass es Verbesserungsbedarf am strukturellen Aufbau der App gab, weshalb dieser ebenfalls überarbeitet wurde.
- Besonders umfangreich fielen die inhaltlichen Vorschläge aus. In darauffolgenden Releases wurden u. a. die Ideen umgesetzt, die Inhalte der Selbsttests zu erweitern, Notizen zu Konsumereignissen hinzufügen zu können sowie der oft erbetene Schritt, eine iOS-fähigen Variante der App zu entwickeln.

## Downloadverlauf Android

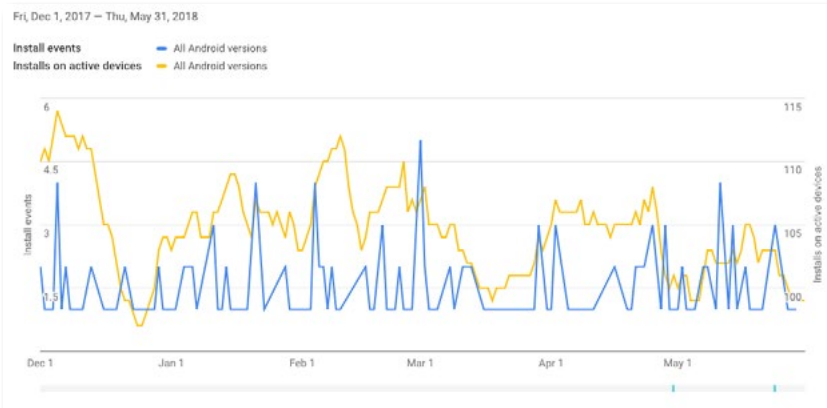
### Dezember 2016 – Mai 2017



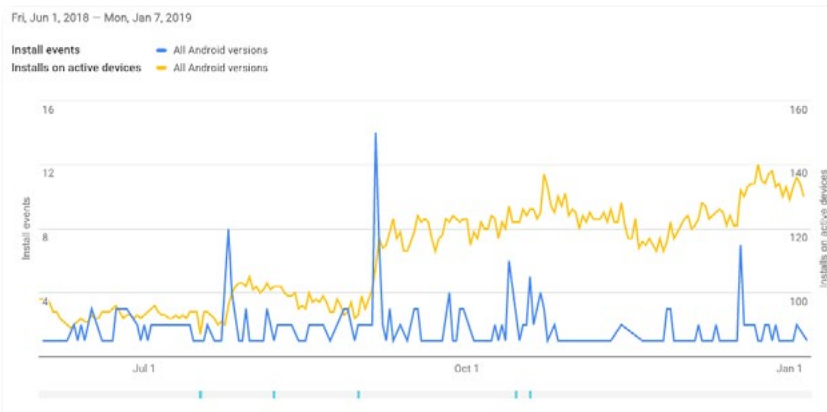
### Juni 2017 – November 2017



### Dezember 2017 – Mai 2018

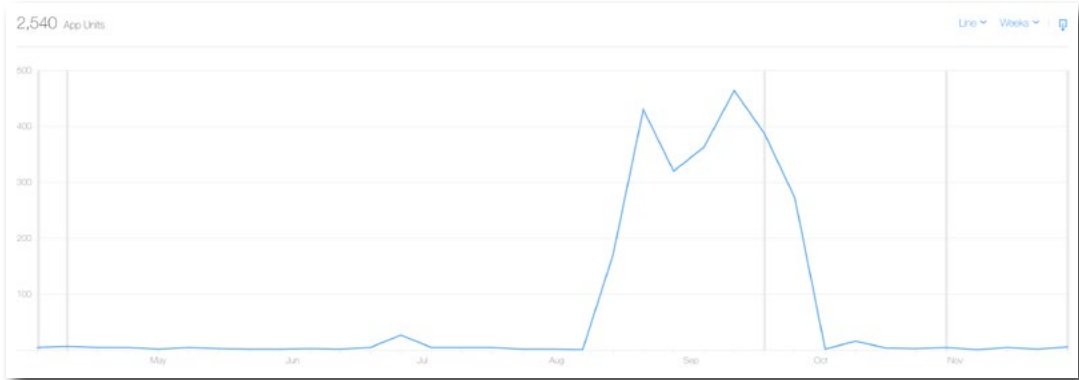


### Juni 2018 – Januar 2019

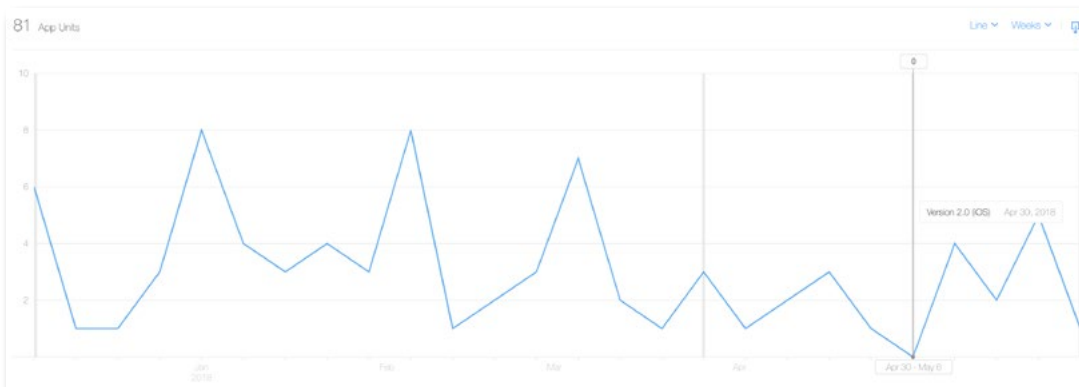


## Downloadverlauf iOS

April 2017 – November 2017









Dezember 2017 – Mai 2018



Juni 2018 – Januar 2019



MEILENSTEIN	ARBEITSPROZESS	ERFAHRUNGEN	EINHALTUNG DES ZEITPLANS
1. VORBEREITUNG TEAMKONSTITUTION IST-STANDS-ANALYSE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darstellung des Prototyps bezogen auf Inhalte (Strukturbaum/Organigramm der App), Funktionalität (Programmierung, grafische Konzeption und Gestaltung) und Usability</li> <li>• interne Zeitplanung - handelnde Personen - Verantwortlichkeiten</li> <li>• detaillierte Definition der Zielstellung</li> <li>• Vorstellung der handelnden Personen</li> <li>• Abstimmung Zeitplan</li> <li>• Festlegung der Meilensteine</li> <li>• Definition der Aufgabenstellung, Briefing, Re-Briefing aller Beteiligten</li> <li>• Erstellung Pflichtenheft/Grobkonzept</li> </ul>	Die Zusammenarbeit mit Curamatik war professionell und zielorientiert. Durch den ausreichend großen Planungsvorlauf bis zur offiziellen Förderung, kam es schon vorher zu einem Austausch mit den Projektbeteiligten, in welchem Verantwortlichkeiten, Abläufe und Zeitfenster übersichtlich geplant werden konnten. Als besonders zeitintensiv gestaltete sich die Öffentlichkeitsarbeit (Erstellen & Verteilen von Printmedien, Ausarbeiten von Homepage und Facebookpräsenz, etc.)	
2. BETA-VERSION „CRYSTAL-APP“ IN GOOGLE PLAY STORE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammentragen aller bisherigen Anforderungen an die App</li> <li>• Reduktion auf machbare Dimension für die nächste Runde</li> <li>• u. a. inhaltliche Optimierung, funktionale Optimierung, Programmierung, Grafik</li> <li>• Werbung für die App auf diversen Websites</li> <li>• Usability-Test</li> </ul>	Der erste Prototyp konnte schnell realisiert und zur Testung der Beta-Version in den Google Play Store gebracht werden. Für die Testung der App konnte nicht auf bestehende Untersuchungsmodelle zurückgegriffen werden. Aufgrund der besonderen Zielsetzung, sowie der Charakteristika der potentiellen Nutzer*innen wurden eigene Usability-Tests entwickelt und angepasst. Besondere schwierig gestaltete sich auch die Kontaktsuche und -Aufrechterhaltung von passenden Tester*innen. Diese fand über Online- und Printmedien sowie Geh-Struktur statt.	
3. ZUSTANDSANALYSE NACH ERSTEM PROBELAUF	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbung für die App auf diversen Websites und über verschiedene Formate</li> <li>• Usability-Testung</li> <li>• inhaltliche Optimierung, funktionale Optimierung, Programmierung, Grafik</li> <li>• Sammlung und Sichtung eingehender Rückmeldungen NutzerInnen</li> <li>• Justierung und Feinkonzept (inhaltlich, funktional (detaillierte Benutzerführung)</li> <li>• Definition der Aufgabenstellung Briefing, Re-Briefing</li> </ul>	Aufgrund der Heterogenität und Anonymität der Zielgruppe stellte das Bewerben der App eine Herausforderung dar. Als Grundlage für die Öffentlichkeitsarbeit dienten Flyer, Facebookpräsenz und Homepage. Darüber hinaus fanden Versandaktionen statt, in denen deutschlandweit wichtige Kontaktstellen (Ärzt*innen, Suchthilfeeinrichtungen etc.) mit Infomaterial versorgt wurden. Die Ergebnisse aus den Usability-Testungen wurden gesammelt und analysiert. Hieraus ergaben sich Erkenntnisse zur Notwendigkeit inhaltlicher und funktionaler Optimierung. Diese unmittelbar umzusetzen hätte ein stetiges Umprogrammieren der App benötigt, was mit erheblichen Kosten verbunden gewesen wäre. Dies wurde im Vorhinein bei der Antragstellung nicht bedacht und stellt einen Negativ-Punkt dar.	
4. PROBELAUF DER VERBESSERTEN VERSION	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbung für die App auf diversen Websites</li> <li>• Briefing, Sammlung und Sichtung eingehender Rückmeldungen)</li> <li>• Sammlung und Sichtung eingehender Rückmeldungen NutzerInnen</li> <li>• Justierung und Feinkonzept (inhaltlich, funktional (detaillierte Benutzerführung), Usability</li> <li>• Definition der Aufgabenstellung Briefing, Re-Briefing</li> <li>• inhaltliche Optimierung, funktionale Optimierung (Programmierung, Grafik), Optimierung Usability</li> <li>• Sammlung und Sichtung eingehender Rückmeldungen aus dem Kreis der NutzerInnen</li> </ul>	Aus den gesammelten Rückmeldungen der Tester*innen ließen sich viele wertvolle Veränderungsbedarfe ausmachen. Die optimierte Version beinhaltete die Möglichkeit, die App per Passwort zu schützen, aufgrund häufiger Rückfragen bzgl. Schutz vor unberechtigten Zugriffen. Weiterhin wurden Texte gekürzt und die App optisch an die bevorzugten Sehgewohnheiten der Nutzer*innen angepasst. Unmittelbar nach den Änderungen fanden wieder Usability-Testungen statt, welche die Grundlage für die Erweiterungen „Craving-“ und „Exit-Tagebuch“ bildeten.	
5. FERTIGSTELLUNG DER APP FÜR ANDROID- SMARTPHONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zustandsanalyse nach zweitem Probelauf</li> <li>• Testung auf Inhalte, Funktionalität, Usability</li> <li>• Fertigstellung (inhaltlich, funktional (detaillierte Benutzerführung, Usability))</li> </ul>	Die anfänglich nicht angedachte Implementierung von zwei neuen Tagebüchern brachte grundlegende Veränderungen. Die neuen Tagebuch-Funktionen wurden sowohl mit ausstiegswilligen Proband*innen, sowie mit Expert*innen aus dem Drogenhilfesystem getestet. Der finanzielle und organisatorische Aufwand dessen war in die ursprüngliche Antragsstellung nicht einkalkuliert. Die Ergebnisse dieser Testungen hatten eine Neustrukturierung des Hauptmenüs zur Folge.	
6. PRAXISREIFE CRYSTAL-APP FÜR IOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Übersetzung der Android-Version der App auf iOS</li> <li>• Fertigstellung (inhaltlich, funktional (detaillierte Benutzerführung, Usability))</li> </ul>	Die Übersetzung in eine iOS Version wurde viel eher als angedacht realisiert. Dies ermöglichte zeitnah, die iOS-Version auch in die Usability-Testungen mit einzubauen. Da sich zwischen beiden Plattformen teils beträchtliche Unterschiede im strukturellen Aufbau erkennen lassen, war dieser Umstand für die Optimierung beider Varianten sehr zuträglich.	



## Bereitstellung einer App für Crystal – KonsumentInnen und deren Angehörige

### ▶ Programmierung der anwendungsreifen App für Android

RELEASE / Einstellen der Crystal – App in den Google – App – Store

### ▶ Programmierung der anwendungsreifen App für Apple (iPhone)

RELEASE / Einstellen der Crystal – App in den Playstore



## Weiterentwicklung des Prototyps bis zur Anwendungsreife

### ▶ Customer Satisfaction Survey

a) Direktes NutzerInnen – Feedback über persönlich bekannte TesterInnen

b) Direktes NutzerInnen – Feedback über im App – Store angelegte Testverfahren

### ▶ Inhaltliche und grafische Überarbeitung

Inhaltliches und grafisches Einarbeiten der Rückmeldungen aus dem Customer Satisfaction Survey in die Gestaltung der App



## Publikation der Verfügbarkeit der App

### ▶ Erreichen von MultiplikatorInnen

Heinrich – Böll – Stiftung, Drug Scouts, Suchtmedizinische Praxen, Beratungsstellen und Kliniken

### ▶ Erreichen von KonsumentInnen & Angehörigen über Öffentlichkeitskanäle

Webseite, Facebook



## Aktualisierung und Relaunch der Homepage [www.checkpoint-c.de](http://www.checkpoint-c.de)

### ▶ Beantragung der Mittel für neue Homepage

Externe Erstellung und Pflege der neuen Wordpress Homepage



## Weiterentwicklung der App zur Erreichbarkeit neuer Zielgruppen

### ▶ Erweiterung um Cravingtagebuch

Ausarbeiten, Strukturieren und Integrieren von Inhalten zum Thema Craving bei ehemaligen Crystal – konsumierenden

### ▶ Erweiterung um Ausstiegstagebuch

Ausarbeiten, Strukturieren und Integrieren von Inhalten zur Erweiterung der Zielgruppe der App auf ausstiegswillige KonsumentInnen

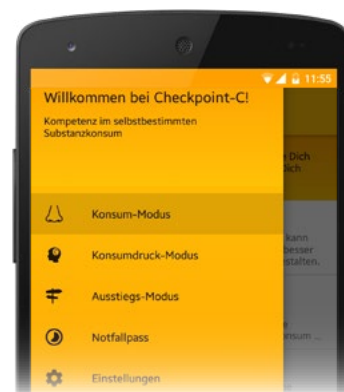


Die nun mehr anwendungsreife Crystal-App für beide Betriebssysteme (Android und iOS) ist seit dem Update vom 31. August 2018 in drei Nutzungs-Modi unterteilt.

Den Konsum-Modus für aktive Crystal-User, welcher die Möglichkeit bietet den eigenen Konsum zu reflektieren.

Den Konsumdruck-Modus für Crystal-User, die ihren Konsum verringern oder aufgeben möchten und Unterstützung bei der Bewältigung des Cravings suchen.

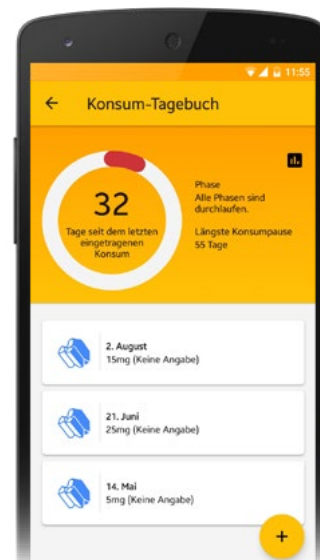
Den Ausstiegs-Modus für Crystal-User, die Unterstützung bei der Ausstiegsentscheidung suchen sowie ExkonsumentInnen, die ihre Fortschritte dokumentieren möchten.



## Teilbereiche der App:

### 1. DAS KONSUMTAGEBUCH

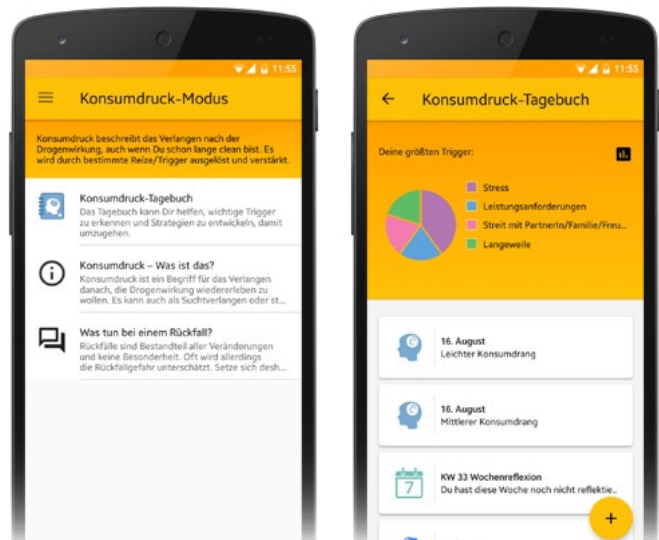
- Dieses ist interaktiv angelegt und macht den Kern der App aus. Das Konsumtagebuch unterstützt die Reflexion der NutzerIn in Bezug auf Konsumintervalle, Konsumformen und Konsummengen und gibt daraus abgeleitet ggf. Hinweise zu einer stärkeren Selbstkontrolle des Konsums sowie zu Safer Use und Harm Reduction. Indem wichtige Dimensionen des Konsums durch die NutzerIn im Tagebuch festgehalten und gespeichert (Self-tracking) sowie über grafische Darstellungen sichtbar gemacht werden, wird unaufdringlich eine Reflexion des Konsums und seiner Entwicklung möglich. Dazu passende Hinweise für den Fall, dass sich problematische Entwicklungen andeuten (z. B. Steigerung der Menge), vermitteln alltagspraktische Safer-Use-Botschaften und Tipps, die relativ einfach umsetzbar sind.
- Inhaltlich knüpft das digitale Konsumtagebuch an bereits bewährte therapeutische Strategien zur Wiederherstellung einer Selbstkontrolle über den Substanzkonsum an und gibt Unterstützung bei einer Reflexion des Konsumverhaltens und einer autonomen, selbstinitiierten Kontrolle von Dosis, Konsumfrequenz, Konsumform, Zeitpunkt und Konsummotiv (Becker et al. 2009). Im Mittelpunkt der Nutzung des Konsumtagebuches steht nicht das Abstinenzgebot, sondern eine digitale Hilfestellung, um den Konsum zu reflektieren, ggf. zu korrigieren und möglichst mit weniger riskanten Dimensionen zu konsumieren; eventuell aber auch über mögliche weitere Hilfen und/oder über den Ausstieg aus dem Konsum nachzudenken.



### 2. DAS CRAVING-TAGEBUCH

- Im Rahmen der Förderung durch das BMG konnte das Angebot der App um ein Craving-Tagebuch ergänzt werden. Aufgegriffen wurde die Herausforderung, vor die sich Crystal-KonsumentInnen oft gestellt sehen, in Clean-Phasen und/oder in selbstinitiierten Ausstiegsversuchen ein schwer zu kontrollierendes Kons-

umbedürfnis bewältigen zu müssen. Mit Rückgriff auf entsprechende Erklärungsmodelle (vgl. Wolf–Arehult 2013) wurde bei der Entwicklung des Craving–Tagebuchs davon ausgegangen, dass massive Konsumbedürfnisse durch Reize ausgelöst und verstärkt werden, die aus den unmittelbaren Lebensbezügen der Betroffenen kommen und mit dem Substanzkonsum in Verbindung gebracht werden. Das Craving–Tagebuch offeriert das Angebot, erstens über diese, sich regelmäßig einstellenden, psychischen Besonderheiten nach starkem Konsum aufzuklären, zweitens massive Konsumbedürfnisse und den Kontext entsprechender Lebenssituationen systematisch festzuhalten, so dass im Ergebnis und über einprägsame grafische Darstellungen erkannt werden kann, welche Bezüge regelmäßig zu Triggerpunkten von Craving werden. Drittens greift die App die Erfahrungen auf, dass Crystal–KonsumentInnen oftmals nicht über entsprechende Strategien zum Umgang mit Triggern verfügen und bietet Lösungsmöglichkeiten und digitale Unterstützung bei deren Umsetzung an (u. a. Reflexion, Ablenkung, Zuspruch). Spätere Usability–Testungen ergaben, dass Craving eher als Fachbegriff wahrgenommen wird. Daher wurde das Feature in das allgemein verständlichere Wort „Konsumdruck–Tagebuch“ geändert.



### 3. DAS AUSSTIEGSTAGEBUCH

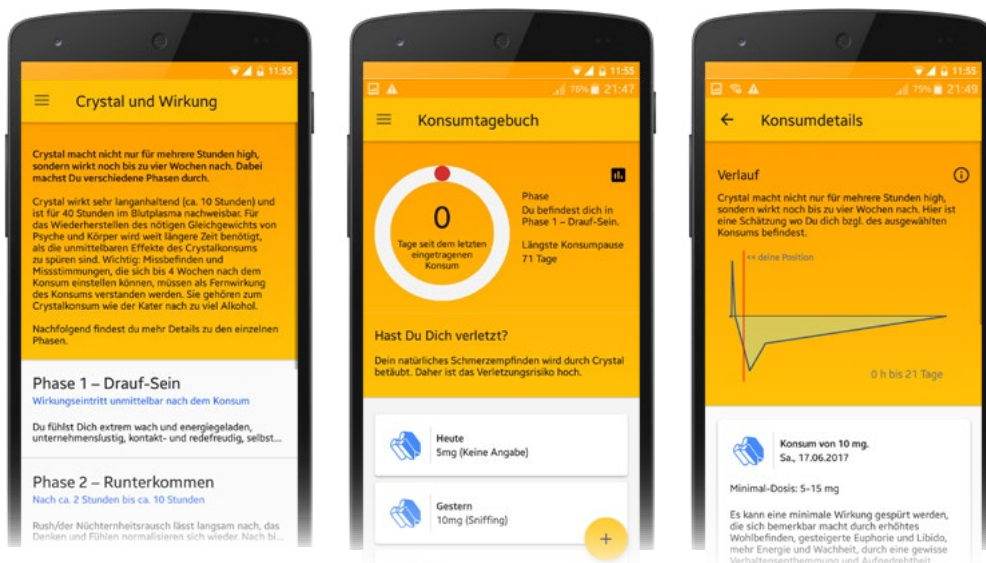
- Auch dieser Teil konnte durch die BMG–Förderung der App zugefügt werden. Das Ausstiegstagebuch orientiert sich an entsprechenden Hilfestellungen, die für andere Bereiche der Suchtkrankenhilfe bereits entwickelt wurden und setzt diese mit digitalen Mitteln um. Auch in diesem Bereich geht es darum, erstens ausstiegswillige NutzerInnen der App psychoedukativ zunächst auf die zu erwartenden physischen, psychischen und sozialen Veränderungen und auf die daran geknüpften Herausforderungen vorzubereiten, zweitens mit entsprechenden Strategien und Lösungsvorschlägen Anregungen für den Einstieg in und das Festhalten an Abstinenz zu geben, drittens mit entsprechenden positiven Rückmeldungen zu motivieren, an diesem Vorhaben trotz sich einstellender Schwierigkeiten festzuhalten und viertens darzustellen, wie weit die NutzerInnen mit ihrem Vorhaben bereits gekommen sind und einzelne Schritte ausdrücklich zu würdigen und zur Fortsetzung des eingeschlagenen Weges zu motivieren.



### 4. STATUS–MONITORING

- Mit diesem können Rückmeldungen gegeben werden, in welcher Konsumphase sich die NutzerInnen gerade befindet, mit welchen physischen und psychischen Problemen in den jeweiligen Phasen regelmäßig gerechnet werden muss und mit welchen Strategien Entlastung und Hilfe möglich sind – von akuter Substanzwirkung bis hin zu dem typischerweise zum Crystal–Konsum gehörigen, mehrere Wochen anhaltenden Hangover; szenen-

typisch auch als „Crystal-Kater“ bezeichnet. Aufgegriffen wurde die Erfahrung, dass Crystal-KonsumentInnen die oft sehr spät einsetzenden Hangover-Phänomene nicht mit dem Konsum in Verbindung bringen. Deshalb wurde für das Status-Monitoring ein idealtypischer Verlauf programmiert, der eine Einordnung in unterschiedliche Konsumphasen erlaubt (1. Drauf Sein, 2. Runterkommen, 3. Crystal-Kater, 4. Besserung, 5. Erholung). Die so ermöglichten Rückmeldungen erklären nicht nur die Zusammenhänge zwischen Konsum und sich einstellenden Befindlichkeiten und Problemlagen in der jeweiligen Konsumphase, sondern bieten mit alltagspraktischen Hinweisen und Tipps auch Hilfestellungen, wie sich Missbefinden ohne erneuten Crystal-Konsum bewältigen lässt. Auf diese Weise wird den KonsumentInnen ermöglicht, die Zusammenhänge zwischen dem Konsum und seinen kurz- und mittelfristigen Effekten besser zu verstehen. Die App bietet sich zugleich als digitales Coaching an; vor allem, wenn KonsumentInnen zunächst keine Problem- und Konfliktlösungsstrategien für die Bewältigung problematischer Konsumeffekte kennen.



## 5. DIE SELBSTTESTS

- Diese sollen einen Bezug zu den Motivlagen von Crystal-KonsumentInnen herstellen und ein Reflektieren und Überdenken anregen. Der Bereich der Selbsttests kann die Eigenevaluation des Missbefindens und verschiedener Motive unterstützen, die mit dem Konsum direkt in Verbindung stehen und deshalb auch als Konsumgründe erkannt werden müssen. Hintergrund dafür ist die Erfahrung, dass die positiven Wirkungen des akuten Konsums zunächst als erhebliche Gewinne sowohl für das eigene Befinden als auch bei der Umsetzung hochgeschätzter Werte wahrgenommen werden (u. a. eine erhöhte Leistungsbereitschaft und teilweise auch größeres Leistungsvermögen in Beruf und Familie, eine gesteigerte Libido, die Steigerung des Selbstwertgefühls, eine Verbesserung des Kommunikationsvermögens und der Widerstandsfähigkeit gegenüber Stress und hohen Leistungsanforderungen). Diese Gewinne erscheinen so bedeutungsvoll, dass die popularisierten Warnungen vor einem raschen physischen und psychischen Verfall (u. a. [www.facesofmeth.us](http://www.facesofmeth.us)) und einem sozialen Ab-



stieg Konsumerfahrene eher unbeeindruckt lassen (vgl. Barsch 2014). Die App versucht, die Glaubwürdigkeit bestimmter Botschaften über kleine Selbsttests zu fördern, mit denen sich die KonsumentInnen befragen können, welche Erwartungen und Motive ihren ganz persönlichen Crystal-Konsum antreiben. Über digital präsentierte Rückmeldung werden die KonsumentInnen auf sachgerechte Informationen verwiesen, die die positiven Effekte des Konsums nicht in Abrede stellen, aber durch einen Perspektivwechsel zumindest ein Durchdenken der eigenen Positionen und Wahrnehmungen anregen.

- Für die Entwicklung dieses Teils der App war wichtig, keine diagnostischen Tests zu nutzen, die an die KonsumentInnen klinische Diagnosen zurückmelden (z. B. Depressivität) und, bedingt durch die Grenzen eines technischen Systems, diese damit allein lassen. Deshalb sind die vom Team entworfenen Tests ausschließlich geeignet, die Selbstexploration und Reflektion zu den angeführten Themen anzuleiten.

## 6. DER INFORMATIONSBEREICH

- Der Informationsbereich bietet über eine Baumstruktur kurz und knapp Antworten zu Fragestellungen an, die sich unmittelbar mit dem Crystal-Konsum stellen. Diese sind in den allgemeinen Medien zwar ebenfalls zugänglich, informieren jedoch oft nicht wertfrei oder müssen vorab im analogen und digitalen Bereich mühselig gefiltert und selektiert werden. Das Bedürfnis, erwünschte Informationen jetzt, sofort und mit schnellen Klicks verfügbar zu haben, gilt für Smartphone-NutzerInnen allgemein und für Crystal-KonsumentInnen im Besonderen (vgl. Barsch und Walta 2016). Dem will die App mit ihrem Informationsbereich gerecht werden.

## 7. NOTFALLPASS („ERSTE-HILFE“)

- Dieser beinhaltet ein integriertes Notfallmanagement. Erste-Hilfe-Maßnahmen, die im schnellen Zugriff verfügbar sind, sollen den KonsumentInnen, aber auch Angehörigen praktisch aufbereitete Informationen und Maßnahmen im Drogennotfall und in Krisen bereitstellen. Die in den Vorläuferprojekten gesammelten Erfahrungen unterstreichen, dass es infolge ungewollter Überdosierungen, falsch eingeschätzter Risiken oder ohne geeignetes Risikomanagement zu sehr unterschiedlichen Gefährdungen kommen kann, auf die die KonsumentInnen möglichst sachgerecht reagieren müssen, um Schaden für sich und andere abzuwenden. Deshalb enthält dieser Pfad der App Anleitungen, sich anbahnende Notfallsituationen rechtzeitig zu erkennen und darauf angemessen zu reagieren.



## **5.1 Auswertung**

### **NutzerInnen-Usability-Tests**

Zusätzlich zur Testung durch sechs aktuell Crystal-KonsumentInnen innerhalb von drei Sprints gelang es im Sommer 2018, vier ausstiegswillige aktive Konsumierende zu akquirieren, die daran interessiert waren, ihren Konsum einzuschränken bzw. ganz aufzugeben. Speziell für den Ausstiegsbereich der App wurde daher ein Usability-Test entwickelt, über den in einem Vier-Wochen-Zeitraum die Nützlichkeit des Ausstiegstagebuchs ermittelt wurde.

### **ExpertInnen-Usability-Tests**

In einer letzten abschließenden Testung wurden zusätzlich dazu die neu angelegten Erweiterungen der App (zusätzlicher Craving- und Ausstiegsbereich) mit drei erfahrenen ExpertInnen der Drogenhilfe getestet. Ein speziell entwickelter ExpertInnen-Usability-Test nahm insbesondere die Komplexität der App in den Blick, die nunmehr deutlich erhöht wurde.

Bei der Auswertung dieser Test-Phase wurde klar, dass die App durch die fortwährenden Erweiterungen an intuitiver Nutzbarkeit verloren hatte und innerhalb ihrer Struktur in einem Update nochmals deutlich simplifiziert werden musste. Im gleichen Zuge wurde der Sprachgebrauch vereinfacht, der Warnhinweis bei Überdosierung hervorgehoben und kleinere Fehler entfernt.

Doch nicht nur inhaltlich und strukturell gab es zu den App-Funktionen Feedback. Benannt wurde auch der Wunsch nach einem Video-Tutorial oder einer Anleitung zur Nutzung der App. Die Veröffentlichung eines Video-Tutorials z. B. auf der zum Projekt gehörenden Homepage und Facebook-Seite könnte in der Tat eine anonyme Auseinandersetzung mit der App-Nutzung begleiten. Die Umsetzung dieser Idee muss allerdings den neuen BetreiberInnen vorbehalten bleiben.

Die Ergebnisse beider Testphasen einschließlich sich daraus ergebenden Ideen zur Erweiterung finden sich in der folgenden Tabelle:

	USABILITY-TESTUNG MAI / JUNI 2018 AUSSTIEGS & KONSUMDRUCK	USABILITY-TESTUNG JUNI 2018 AUSSTIEGS & KONSUMDRUCK	USABILITY-TESTUNG JUNI 2018 AUSSTIEGS & KONSUMDRUCK
<b>TEILNEHMER*INNEN</b>	- insgesamt 4 Tester*innen, welche aktuell und bereits mehrjährig Crystal konsumieren	- vier aktive Crystal-User*innen, welche beabsichtigen ihren Konsum einzuschränken bzw. einzustellen - benutzten Ausstiegs- und Cravingtagebuch, um diesen Versuch zu begleiten, anschließend ausgewertet	- eigens entwickelter Nutzungstest zur Handhabbarkeit der App für Expert*innen aus dem Drogenhilfesystem - drei Expert*innen nahmen während eines Werkstatttreffens teil
<b>HANDHABBARKEIT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>gestaltet sich schwierig, Switchen und Modi-Übersicht verwirren (Craving, Konsum, Ausstieg)</li> <li>hohe Textlast, Informationen nicht immer direkt ersichtlich</li> <li>„Hilfe im Drogennotfall“ ist nur im Konsummodus bedienbar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verwirrung beim Switchen in einzelne Modi</li> <li>Auswertung von konsumfreien Tagen, Wochenreflexion und Cravingeinträgen zu unübersichtlich</li> <li>Zu wenig Erfolgsbeiträge in der App, bspw. auch Auszeichnungen zur Regeneration bei Konsumfreiheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>gestaltet sich schwierig, Switchen und Modi-Übersicht verwirren (Craving, Konsum, Ausstieg)</li> <li>sollte generell vereinfacht werden, teilweise noch zu viel Blocktext „Hilfe im Drogennotfall“ mehr betonen (nicht nur im Konsum-Modus)</li> <li>positive Bewertung der Sicherheitsaspekte (Passwort u. ä.)</li> <li>Einführung in die App-Nutzung wäre sinnvoll</li> </ul>
<b>DESIGN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>entspricht Sehgewohnheit</li> <li>keine Anmerkung zu Schriftgröße oder Farbwahl</li> <li>Strukturmerkungen (siehe Handhabbarkeit)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Strukturmerkungen (siehe Handhabbarkeit)</li> <li>Deutliche Unterschiede zwischen Apple und Android zu erkennen (Android übersichtlicher), fehlende Gesamtübersicht bei Apple (nicht erkennbar, dass es drei verschiedene Modi gibt), Suchfunktion nicht entdeckt</li> <li>nach Erkennen der Modi-Funktion einfacheres Lösen der Aufgaben</li> <li>Statistik-Symbol zu unscheinbar</li> <li>App“ an sich großer Pluspunkt (besseres als Webseiten, Foren, etc.)</li> <li>Test war kurzweilig &amp; spannend, Interesse wieder daran teilzunehmen</li> </ul>
<b>INHALT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sprachebrauch teilweise zu hochschwellig</li> <li>Gendgerechte Sprache verwirrt</li> <li>Einige Begriffe wie „Craving“ sind nicht bekannt</li> <li>Oftmals kurze Erklärung nötig, was mit einzelnen App Items gemeint ist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hinweise zu den einzelnen Phasen des Entzugs im Alleingang fehlen</li> <li>Community-Verweise bzw. reale Ansprechpartner fehlen (bspw. zu Breaking Meth)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sprachebrauch teilweise zu hochschwellig</li> <li>genderechte Sprache verwirrt</li> <li>einige Begriffe wie „Craving“ sind nicht bekannt</li> <li>Oftmals kurze Erklärung nötig, was mit einzelnen App Items gemeint ist</li> <li>Nofallpass gut, sollte in jeden Modus integriert werden</li> <li>Möglichkeit schneller zwischen Ausstieg und Craving zu wechseln fehlt</li> <li>Informationen zum Thema Angst eher Halluzinogenen zuzuordnen</li> <li>Thema Aggression kommt zu kurz</li> <li>„Ausstieg ohne professionelle Hilfe“ inhaltlich mehr ausbauen, Handlungswerkzeuge anbieten: Nicht ob aussteigen, sondern wie.</li> </ul>
<b>NÜTZLICHKEIT IM ALLTAG UND IN BEZUG AUF KOSUM-PROBLEMATIK</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nützlichkeit wird durchgängig als hoch bewertet</li> <li>Vorteile liegen hauptsächlich an der anonymen Nutzung, Kostenfreiheit und wertungsfreien Ansatz</li> <li>Nachteile liegen in der hochschwelligen Sprache, mangelnder Erklärung und undurchsichtige App-Struktur (Modi)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nützlichkeit liegt hauptsächlich in den Hinweisen zur Abstinenz</li> <li>Personalisierte Rückmeldungen können helfen</li> <li>2 von 3 Tester*innen konnten ihren Konsum innerhalb von 4 Wochen deutlich reduzieren, ein Tester ist abstinenter geblieben, leidet aber unter starkem Craving du und zieht in Erwägung sich professionelle Hilfe zu suchen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nützlichkeit wird durchgängig als hoch bewertet</li> <li>Vorteile: anonymen Nutzung, Kostenfreiheit und wertungsfreier Ansatz</li> <li>Nachteile: hochschwellige Sprache, mangelnde Erklärung und undurchsichtige App-Struktur (Modi)</li> </ul>
<b>ERWEITERUNGS-IDEEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Video-Tutorial</li> <li>Begleitete App-Nutzung</li> <li>Vereinfachung der Struktur</li> <li>Vereinfachung des Sprachgebrauchs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Challenges implementieren</li> <li>Gesundheitsverbesserungen nach konsumfreien Zeitintervallen</li> <li>Erfolge erkenntlich machen</li> <li>Motivationsnachrichten implementieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Video-Tutorial, in welchem die App kurz und niedrigschwellig erklärt wird (vorrangig für die Nutzer*innen anlegen)</li> <li>auf lange Sicht auch für Multiplikator*innen und Arzt*innen denkbar</li> <li>Begleitete App-Nutzung / auch als Webinar zu empfehlen</li> <li>Koppeln mit anderen Themen, bspw. Straffälligenhilfe?</li> <li>Vereinfachung der Struktur &amp; des Sprachgebrauchs</li> <li>Erfahrung, dass auch für inaktive Nutzer*innen der Austausch über das Portal hilfreich ist (Berichte von anderen lesen, vergleichbare Probleme entdecken, motivierende Rückmeldungen lesen &amp; geben)</li> </ul>

## **6. Diskussion der Ergebnisse**

Als ein innovatives Modellvorhaben, zu dem bis dato auch keine belastbaren Erfahrungswerte zu Arbeitsaufwand und nötigen Ressourcen vorlagen, betrat das Projekt an dieser Stelle ebenfalls Neuland. Im Zuge der Arbeit am Projekt gelang es, viele der ursprünglichen Ziele schneller zu erreichen, als ursprünglich geplant. Dies schaffte Ressourcen für zusätzliche Aufgaben, die sich allerdings im Nachhinein als anspruchsvoll erwiesen und nur mit großem persönlichem Engagement realisiert werden konnten, das in dieser Form nicht vorgesehen war.

Die umfangreichste ungeplante Erweiterung der Zielstellung war die Umsetzung einer iOS-fähigen Variante der App, die nicht nur durch die Programmierer zu tätigen war, sondern diverse inhaltliche Zuarbeiten notwendig machten. Auch die Implementierung der Bereiche „Craving“ und „Exit“ (jetzt „Konsumdruck-Modus“ und „Ausstiegs-Modus“) gehörten zu den zusätzlich erbrachten Leistungen des Projektes. Die Anregungen zu diesen neu zu entwickelnden Funktionsbereichen der App ergaben sich aus den Usability-Testungen und den Bedarfen, die direkt von den NutzerInnen signalisiert wurden.

Eine weitere, deutlich unterschätzte Herausforderung ergab sich aus der Notwendigkeit, eine wenig bekannte Zielgruppe ohne szenearartige Verbindungen untereinander in höchst unterschiedlichen Bereichen eines Dunkelfelds zu erreichen und hier für die Nutzung der App zu werben. Eine solche Öffentlichkeitsarbeit in umfangreicher Art und Weise zu konzipieren und umzusetzen, fehlten jedoch letztlich weitere und auch andere Ressourcen z. B. in Form von Mitteln für die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit (Plakate), aufsuchende Sozialarbeit sowie für Dienstreisen zu Kongressen, Tagungen und zu kollegialem Austausch, über den MultiplikatorInnen umfangreicher erreicht werden können.

Die kontinuierliche Auswertung von Feedbackbögen und anderweitiger Rückmeldung (z. B. über die projekteigene Homepage und Facebook-Seite), aber auch die durchgeführten Usability-Tests ergaben, dass die Checkpoint-C-App konzeptionell Anklang bei Crystal-Konsumierenden findet und mit ihren Self-Tracking-Angeboten auch in suchtmedizinische Behandlungen eingebunden wird. Neben individuellen Wünschen, was Grafik, Design und Struktur betrifft, gab es auch Anregungen hinsichtlich der inhaltlichen Ausgestaltung. Diese werden mit Blick auf weitere Ausbaumöglichkeiten im Folgenden dargestellt.

### **6.1 Eigener App-Bereich für Angehörige**

Die Usability-Forschung in Form von Feld- und Labortests konnten zeigen, dass wissenschaftlich fundierte Informationen nicht nur für die eigentlichen KonsumentInnen dieser Substanz von Interesse sind.

In persönlichen Gesprächen wurde bekannt, dass Downloads der App auch durch Angehörige (Verwandte, Eltern, PartnerInnen) vorgenommen wurden. Von diesen wird der Konsum oft viel früher als problematisch definiert, als von den KonsumentInnen selbst.



In den letzten Jahren sind in den Medien immer wieder sehr dramatisierende und auch einseitige Berichterstattungen über KonsumentInnen illegalisierter Drogen erschienen, die mit ihren Erklärungen und ihrer Ursachensuche zudem oft auch stigmatisierende Bilder zu den Herkunftsfamilien und Angehörigen entwerfen. Diese einseitige Berichterstattung schürt gerade bei Eltern und Angehörigen immer wieder Ängste, die eher eine resignative Haltung fördern. Angehörige, insbesondere Eltern und Familienmitglieder sind dadurch aber auch mit tendenziösen Schuldzuweisungen für den Drogenkonsum ihrer Kinder konfrontiert, die nicht nur Scham und Schuldgefühle auslösen, sondern oft auch handlungsunfähig machen und in die Verheimlichung drängen. Diese Zusammenhänge lassen sich auch in Zusammenhang mit dem Konsum von Crystal nachzeichnen: Die Vermutung oder die Entdeckung des Konsums von Crystal Meth beim eigenen Kind/der PartnerIn trifft Eltern und Angehörige meistens unvorbereitet. Sie erleben den Drogenkonsum ihrer Kinder/Angehörigen als eigenes persönliches Versagen und stürzen oft in tiefe Krisen, für die das Suchen nach Hilfe und Unterstützung oft für lange Zeit ausbleibt. Hier können digitale Angebote neue Chancen bieten, um Informationen einzuholen und Unterstützung zu gewähren, ohne diese Zielgruppe aus ihrer Anonymität zu zwingen. Die während der Arbeit an der App eingegangenen Anfragen legen deshalb nahe, in die vorhandene App einen Bereich zu implementieren, der explizit auf die häufigsten Fragestellungen von Angehörigen rund um den Crystal-Konsum zugeschnitten ist.

Die Umsetzung der Weiterentwicklung der App setzt folgende Arbeitsschritte voraus:

**Erstens** müssen die häufigsten Fragestellungen von Angehörigen erfasst und für die App inhaltlich aufbereitet werden. Bereits jetzt zeichnet sich ab, dass inhaltlich folgende Themenbereiche zu erarbeiten sind:

<b>Rahmenbedingungen</b>
Rechtliche Aspekte bei illegalisiertem Drogenkonsum
Substanz- und Konsuminformationen
Die Diagnose Abhängigkeit: Chancen, Risiken und Hilfe
Beratung und Selbsthilfe für Betroffene und Angehörige

<b>Psychosoziale Aspekte</b>
Eigene Haltung zum Konsum von Crystal Meth
Eigene Grenzen und Umgang mit Schuldgefühlen und Vorwürfen
Warnzeichen?!
Tipps zum Umgang mit Konsumierenden

**Zweitens** muss dieser Bereich programmiert und in die App eingefügt werden. Dazu ist eine Neustrukturierung des Menüs nötig.

**Drittens** sollten in einem weiteren Werkstattgespräch mit ExpertInnen der Sozialen Arbeit im

Feld der Angehörigenarbeit die entwickelten Bereiche und Inhalte der App vorgestellt, diskutiert und ggf. erweitert werden.

**Viertens** sollte die Usability dieses Bereichs mit mindestens drei Exklusiv-TesterInnen aus dem Bereich der betroffenen Angehörigen überprüft werden.

**Fünftens** stellt sich, wie bei der Werbung für eine Nutzung der Crystal-App wiederum die Herausforderung, eine Personengruppe im Dunkelfeld zu erreichen, die möglicherweise nicht so **echnikaffin** ist, wie dies für die Crystal-KonsumentInnen gelten kann. Insofern sind zusätzlich zu den im Zuge der Testung bereits geschaffenen digitalen Medien (u. a. Homepage, Facebook) eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit und andere Zugangswege (Eltern-Selbsthilfegruppen, digitale Netzwerke, Hausärzte, PsychotherapeutInnen) zu nutzen, um die angestrebte Zielgruppe zu erreichen. Um potentielle MultiplikatorInnen auf diesen neuen Bereich aufmerksam zu machen, ist es zwingend notwendig diese bei thematische passenden Kongressen darauf aufmerksam zu machen.

## **6.2 Integration der App in suchtmedizinische und therapeutische Behandlung**

Digitale Angebote für die Begleitung einer chronische kranken PatientInnengruppe sind bisher noch ein kleines Segment in der jungen Branche des Tele-Monitorings. Die gesundheitspolitische Zielsetzung der Entwicklung kompetenter und mündiger PatientInnen fußt auf funktionalen, interaktiven und kritischen Informations- und Kommunikationskompetenzen. Zu deren Entwicklung können auch digitale Tools wie Apps Beiträge leisten.

Im Bereich der Suchtkrankenhilfe werden gegenwärtig eher digitale Angebote in Form von Webseiten vorgehalten, die den NutzerInnen Information und Wissen (u. a. DrugScouts) oder Tests in Bezug auf eine realitätsgerechte Einschätzung des eigenen Konsumverhaltens und Anregungen für diesbezügliche Änderungen vermitteln (u. a. Quit the Shit). Digitale Angebote, die direkt in den Prozess der Behandlung eingebunden werden **werden** und sich von klassischen BehandlerInnen-PatientInnen-Beziehungen verabschieden und die PatientInnenmündigkeit von Suchtkranken fördern, finden sich bisher noch nicht. Allerdings bietet sich mHealth in Form von Self-Tracking und damit einer langfristigen Dokumentation des eigenen Verhaltens, die Einbindung digitaler Möglichkeiten in interpersonale Kommunikation und Interaktion zwischen BehandlerInnen und PatientInnen sowie die Entwicklung einer maßgeschneiderter und hochfrequenter Zielgruppenansprache dafür geradezu an. Im Mittelpunkt einer möglichen Projekterweiterung könnte deshalb eine App stehen, die so angelegt wird, dass sie einer vulnerablen und multidimensional benachteiligten PatientInnengruppe Hilfe und Unterstützung gibt, eine anspruchsvolle, weil komplexe biopsychosoziale Behandlung erfolgreich zu meistern. Mit Blick auf die 2016 veröffentlichte S3-Leitlinie „Methamphetamin-bezogene Störungen“ kann in vielen der empfohlenen Behandlungsstufen über die App Unterstützung angeboten werden:

stufenweise Interventionsziele laut S3-Leitlinien	Maßnahmen	Durch CheckPoint - C umsetzbar?
Überlebenssicherung	Krisenintervention; Notfallmaßnahmen; Erste Hilfe; vitale Stabilisierung	<b>ja</b>  Allgemeine Informationen zur 1. Hilfe, sowie insbesondere zur 1. Hilfe im Drogennotfall sind in der App verfügbar
Gesundheitsförderung	Aufklärung; Vermittlung in das (Selbst-) Hilfesystem; Adhärenzmotivation; Förderung von Therapiebereitschaft	<b>ja</b>  Hauptziel der App ist Aufklärung und Motivation zur Selbsthilfe
Soziale Sicherung	Tagesstrukturierende Maßnahmen; Förderung von Alltags- und Sozialkompetenz; Wohnraumsicherung; Einkommenssicherung	<b>teilweise ja</b>  Die Tagebuchfunktion kann bei der Strukturierung und Planung des (Konsum-) alltags helfen; Förderung von Selbsthilfe und Übernahme von Selbstverantwortung
Stabilisierung abstinenter Phasen	Umwandlung von Reiz-Reaktionsmuster zum Suchtmittel; Vermittlung von Fähigkeiten zur Kompensation von Suchtdruck (Craving); Vermittlung niedrigschwelliger Hilfen; kurzzeittherapeutische Angebote; Reduktion von Ambivalenzkonflikten	<b>teilweise ja</b>  umfangreiches Update zum Umgang mit Craving (Konsumdruck) seit August/ September 2018 realisiert
Akzeptanz der Abhängigkeit	Anerkennung der chronischen Vulnerabilität für substanzbezogene Abhängigkeit; Kenntnisse zu den bestehenden und drohenden Gesundheitsfolgen	<b>teilweise ja</b>  ausführliche Informationen zu gesundheitlichen Kurz- und Langzeitnebenwirkungen vorhanden; App will Konsumierende vor der Diagnose Abhängigkeit erreichen
Akzeptanz der Therapienotwendigkeit	Motivationsförderung; Anerkennung störungsspezifischer Therapien; Förderung der Inanspruchnahme von Selbsthilfe und Übernahme von Selbstverantwortung	<b>teilweise ja</b>  App ist auf freiwillige Selbsthilfe ausgerichtet; Deutungshoheit über Therapienotwendigkeit sollte im Auge der Konsumierenden liegen
Abstinenz	Annahme des Abstinenzziels; zielfokussierte, selbstwirksame und sozial kompetente Reaktion auf Konsumtrigger; systemische Anpassung der Lebensgestaltung	<b>teilweise ja</b>  generell nicht auf Abstinenz ausgerichtet; kommendes Update sieht jedoch Bereich für abstinenzwillige Konsumierende vor
Konstruktiver Umgang mit Rückfällen	Vermittlung von Bewältigungsstrategien	<b>teilweise ja</b>  kommendes Update zum Thema Craving sieht Unterstützung beim Umgang mit Rückfällen vor
berufliche und soziale Integration	soziale (Re-)Integration (Wohnraum, Berufstätigkeit, finanzielle Situation)	<b>nein</b>

Um die App als Tool für Behandlungssettings zu erschließen, erscheint es sinnvoll, ein Manual für BehandlerInnen zu entwickeln, das die Möglichkeiten der App sowohl den BehandlerInnen als auch den PatientInnen erklärt.

**nicht fett**

## **6.4 Multilinguale Programmierung**

Der Konsum von Crystal Meth macht nicht vor Ländergrenzen halt, sondern hat sich in einer Reihe europäischer Staaten, mit langer Tradition aber auch im asiatischen Raum etabliert. Während des Projektzeitraums wurde sowohl von tschechischer Seite als auch durch südkoreanische KollegInnen dargestellt, dass die Übersetzung und inhaltliche Anpassung der App an die Besonderheiten des jeweiligen Landes einen überschaubaren Aufwand erfordert, durch den dieses Tool aber auch in diesen Ländern relativ schnell verfügbar werden kann. Zu prüfen ist, ob sich nicht zumindest auf europäischer Ebene diese Arbeitsschritte umsetzen lassen.

## **6.5 Weiterführende Diskussion**

Deutlich wird, dass sich die Vorteile einer App-Lösung daraus ergeben, dass den KonsumentInnen in anonymer Form ein personenbezogenes Feedback zu einem Konsum gegeben werden kann, der zum einen strafrechtlich verfolgt wird und zum anderen mit vielfachen Stigmata belegt ist. Schon diese beiden, mit dem Crystal-Konsum konnotierten Besonderheiten erklären, warum die Betroffenen mit einem risikoreichen Konsum viel zu lange auf sich allein gestellt bleiben und das Hilfesystem erst sehr spät, d. h. erst beim Vorliegen physischer, psychischer und sozialer Krisen kontaktieren. Die CheckPoint-C-App kann ermöglichen, die bisher ungenutzte Zeitspanne zwischen erstem Konsum und dem Ankommen im Hilfesystem möglichst so nutzen, dass KonsumentInnen zügig lernen, ihren Konsum zu reflektieren, zu kontrollieren, ggf. zu regulieren und durch ein Risikomanagement möglichen gesundheitlichen und sozialen Problemen zuvorkommen. Anonymität, aber auch personenbezogene Information und Aufklärung sowie der Verweis auf Bewältigungsmöglichkeiten und Maßnahmen Erster Hilfe ohne ein spezialisiertes Drogen- und Suchtkrankenhilfesystem kontaktieren und/oder aufsuchen zu müssen, werden zu zentralen innovativen Angeboten, die nicht nur für den Konsum von Methamphetamin dringlich gebraucht werden. Die App CheckPoint-C steht deshalb exemplarisch für einen Ansatz, der sich auch auf den Konsum weiterer psychoaktiver Substanzen übertragen lässt.

Prognostizieren lassen sich Chancen, mit Hilfe dieser besonderen technischen Lösung erstens tief in das Dunkelfeld bisher nicht auffälliger und kaum erreichbarer KonsumentInnen mit Information und Aufklärung zu gelangen, zweitens eine zielgenaue Adressierung von Safer-Use-Botschaften vornehmen zu können und drittens die KonsumentInnen weit vor der Entwicklung physischer, psychischer und sozialer Probleme zu einer Regulierung des Konsums zu motivieren und zu befähigen. Die App erschließt insofern modernste Technik im Sinne von mobilen Gesundheitsanwendungen für den Bereich Suchtprävention und Drogenberatung - ein innovatives Vorgehen, das ausbaufähig für andere Anwendungsfälle ist.

Unter ExpertInnen gehen die Meinungen dazu auseinander, ob sich illegalisierte Crystal-KonsumentInnen ermutigen lassen, aus ihrer Privatheit herauszutreten und Hilfen in Anspruch zu nehmen. Problem- und Krankheitsuneinsichtigkeit werden sogar als wesentliche Merkmale von Drogenabhängigen benannt. Dieses Projekt wirft als wissenschaftliche Frage jedoch auf, ob es möglicherweise eher die Ansätze und Methoden gegenwärtiger Angebote an Coaching

und Frühinterventionen für KonsumentInnen psychoaktiver Substanzen sind, die verhindern, dass das Drogen- und Suchtkrankenhilfesystem von den Betroffenen rechtzeitig in Anspruch genommen wird. Insofern steht die anwendungsreife Crystal-App für die Strategie, quasi schwellenlos Aufklärung und Information zu persönlich nachgefragten Inhalten zu erhalten, die von aktuellen KonsumentInnen auch angenommen werden. Die begleitenden Testungen haben gezeigt, dass dieses Angebot von Crystal-KonsumentInnen durchaus angenommen und auch erfolgreich genutzt wird.

## **7. Gender Mainstream Aspekte**

Zur Förderung der Gleichstellung zwischen Frauen und Männern wurden und werden in allen Planungs- und Entscheidungsprozessen von vornherein Gleichstellungsaspekte beachtet und für deren Umsetzung Verantwortung übernommen. Ziel der Arbeit war es, Interessen, Zielsetzungen, Fragestellungen und Daten geschlechterdifferenziert zu erheben und aufzubereiten. Besonderes Augenmerk wurde darauf gelegt, sowohl Themen, die speziell die Bedürfnisse von Frauen adressieren, genauso für die App aufzubereiten, wie Themen, die für Männer von Interesse sind. Deshalb wurden alle für die App aufbereiteten Informationen genderspezifisch recherchiert, bewertet und zu Kurztexten aufbereitet.

## 8. Verbreitung und Öffentlichkeitsarbeit der Projektergebnisse

Im Mittelpunkt der Öffentlichkeitsarbeit des Projekts stand die Aufgabe, auf die Existenz der verfügbaren **Apps** in den jeweiligen App-Stores so aufmerksam zu machen, dass diese unter den vielen 1000 Apps auch wirklich gefunden und gedownloadet werden. Das heißt, die zu entwickelnden Materialien mussten sowohl zu dem Tool informieren, als auch das Downloaden so einfach wie möglich gestalten.

Da noch keine Erfahrungen dazu vorliegen, wie eine wenig bekannte Zielgruppe, die bis dahin unerkannt im Dunkelfeld lebt, erreicht werden kann, wurde auf eine breite Palette von Medien gesetzt. Mit diesen sollte sowohl die eigentliche Zielgruppe der aktuellen Crystal-KonsumentInnen, als auch ausstiegswillige und bereits abstinent lebende Crystal-KonsumentInnen und nicht zuletzt auch MultiplikatorInnen angesprochen werden, die direkt oder indirekt Kontakt zu der Zielgruppe haben. Dazu gehören ÄrztInnen verschiedener Fachrichtungen, BehandlerInnen und BeraterInnen im Drogen- und Suchtkrankenhilfesystem, ProjektmitarbeiterInnen im Bereich von Partykultur und Suchtprävention bzw. Konsumkompetenz und nicht zuletzt SozialarbeiterInnen diverser psychosozialer Hilfen (u. a. Straffälligenhilfe, Schwangerschaftskonfliktberatung, Jobcenter). So unterschiedlich, wie die mit Informationen zu erreichenden Zielgruppen waren, so unterschiedlich waren auch die Wege und Mittel, mit denen Öffentlichkeitsarbeit umgesetzt wurde.

### 8.1 Herstellung und Versand von Printmedien (Plakate, Visitenkarten, Flyer)

Im Dezember 2016 erfolgte zunächst eine erste Produktion von Flyern, die mit einem Informationsbrief versehen an potentielle MultiplikatorInnen versandt wurden.



Im Februar 2017 wurde an diese Form der Öffentlichkeitsarbeit angeknüpft. Neben weiteren Flyern wurden nun MiniCards und Plakate produziert, die ebenfalls an MultiplikatorInnen aus dem psychosozialen Hilfesystem (u. a. Jugendamt, Straffälligenhilfe) und deren Klientel (Drogenhilfeprojekte, Arztpraxen, öffentliche Institutionen) versandt wurden.



Aufgrund der großen Nachfrage wurden kontinuierlich weitere Flyer, Plakate und MiniCards erarbeitet und gedruckt, wobei bereits ab April 2017 auch die iOS-App in alle Aktivitäten der Öffentlichkeitsarbeit einbezogen werden mussten.



Mit diesen Materialien wurden Werbe-Gimmicks erstellt (u. a. die sogenannte Crystal-Tüte, die 2014 durch den Familienherz e.V. mit dem „Familienherz“ und einem Preisgeld ausgezeichnet wurde), die potentielle NutzerInnen gezielt bei Festivals und Partys auf die App aufmerksam machen.



Im Rahmen der Erweiterung der App um den Craving- und Ausstiegsbereich mussten sämtliche Printmaterialien im April 2018 neu erstellt werden. Der Fokus des Marketings liegt nun auf den drei zentralen Tagebüchern der App. Außerdem wurden im Rahmen verschiedener Messen und Tagungen Roll-Ups und AO-Poster erstellt, um die App auch in diesem Rahmen präsentieren zu können.

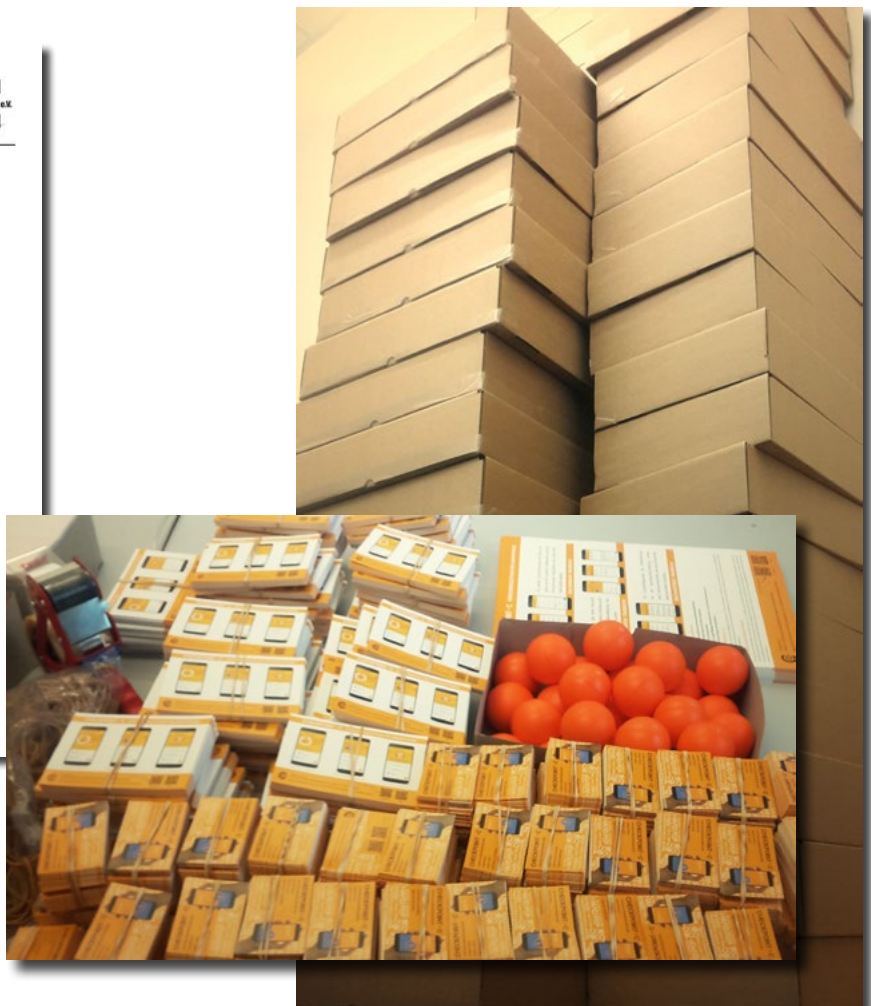
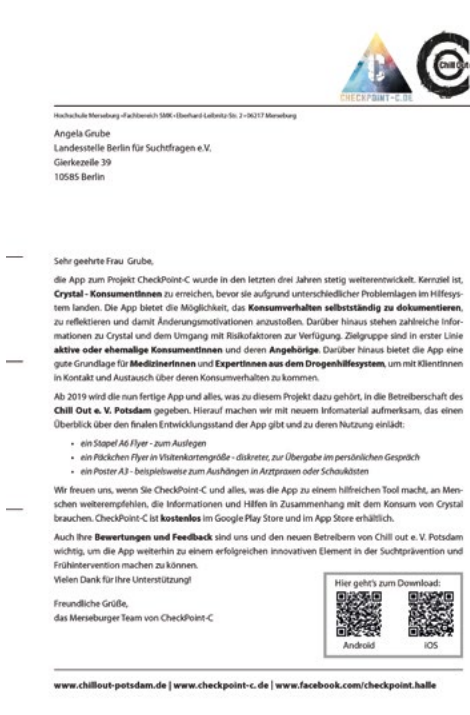




Ende 2018 wurde mit Auslaufen der Projektförderung eine letzte Versandaktion initiiert, um den finalen Entwicklungsstand der App zu bewerben, sowie den Verein Chillout e.V. Potsdam als neuen Betreiber der App vorzustellen und diesem mittels eines bundesweiten Werbemittelversands einen vielversprechenden Start zu ermöglichen. Die hierfür entworfenen Werbemittel geben sowohl Auskunft über den Ursprung des Projektes als auch über die finale Tagebuch-Strukturierung.



## Versandaktion:



## 8.2 Persönliche Ansprache von MultiplikatorInnen in Institutionen

Für das Projekt wurde ein E-Mail-Informationsverteiler zusammengestellt, der vor allem Institutionen enthielt, in denen potentielle MultiplikatorInnen tätig sind. Diese wurden regelmäßig auf neue Entwicklungen der App aufmerksam gemacht. Darunter befanden sich u. a. auch MultiplikatorInnen aus dem Drogenhilfesystem, die auch bereit waren, ihrer Klientel die Nutzung der App zu empfehlen.

## 8.3 Lange Nacht der Wissenschaften in Halle & Bundespräventionskonferenz in Magdeburg

Die Lange Nacht der Wissenschaften in Halle präsentierte sich 2017 mit mehr als 360 Programmpunkten. Zum 16. Mal organisiert die Martin-Luther-Universität gemeinsam mit der Stadt Halle und vielen weiteren Forschungseinrichtungen die größte Wissenschaftsveranstaltung in Sachsen-Anhalt. Das Projekt CheckPoint-C nutzte diese Aktivitäten, um mit einer digitalen Ausstellung und



einer Posterpräsentation unter dem Publikum zum Thema zu informieren, zahlreiche direkt und indirekt Interessierte auf das Projekt aufmerksam zu machen und ein Weitergeben dieser Informationen in informellen Bezügen anzuregen.

Mit dem gleichen Ansatz wurde mit einer digitalen Ausstellung auch auf der Bundespräventionskonferenz 2016 in Magdeburg gearbeitet. Hier ergab sich die Chance, für dieses Tool bundesweit Interesse zu initiieren.

## 8.4 Suchtkongress München

Vom 29. Juni bis 1. Juli 2017 fand der 18. Interdisziplinäre Kongress für Suchtmedizin 2017 in München statt. Schwerpunktthemen des Kongresses waren neueste Erkenntnisse aus der Grundlagenforschung, Spielsucht, Mediensucht, Alkoholkrankheit, Opioid- und Cannabisabhängigkeit, Crystalkonsum, Konsum von neuen Substanzen, Tabakabhängigkeit und Essstörungen jeweils unter Berücksichtigung aller möglichen Folgekrankheiten. Dieser Kongress offeriert regelmäßig eine gute Möglichkeit, BehandlerInnen von Crystal-KonsumentInnen direkt zu erreichen und diese zu gewinnen, unter ihren PatientInnen zu der App zu informieren.

Deshalb war das Projekt CheckPoint-C bei dieser Veranstaltung mit einem Vortrag, einer digitalen Ausstellung und einem Poster-Pitch präsent und erregte durch den digitalen Ansatz nicht nur Aufsehen, sondern erhielt auch regen Zuspruch. Hier wurden zugleich Printmedien an Suchthilfeeinrichtungen im gesamten Bundesgebiet verteilt.

## 8.5 Kongress der Deutschen Gesellschaft für Suchtmedizin Berlin

Ähnlich gelagert In Bezug auf die Erreichbarkeit einer ausgewählten Gruppe von MultiplikatorInnen ist auch der 26. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Suchtmedizin im November 2017 in Berlin. Auch hier konnte das Projekt CheckPoint-C mit einem Stand, einer Posterpräsentation sowie mit einem Vortrag im freien Symposium vorgestellt werden.



## 8.6 Telematikkonferenz Potsdam

Die Telemed-Initiative Brandenburg e. V. lud im Februar 2018 zum 13. Mal zur Landeskonferenz „Telematik im Gesundheitswesen“ ein und stand im Zeichen der Gratwanderung zwischen Dynamik und Regulierung. **Durch** die vorgestellten Projekte vermittelten einen Einblick in die Themen Cybersicherheit und die Chancen und Risiken der Digitalisierung im Gesundheitswesen mit besonderem Schwerpunkt auf ethische Perspektiven.

Mit einer digitalen Ausstellung war auch das Projekt CheckPoint-C an dieser Konferenz beteiligt und konnte nicht nur direkt und indirekt Interessierte mit Informationen zur App ansprechen, sondern auch Kontakte zu Krankenkassen wie der AOK-Nordost auffrischen und erste Aktivitäten zum Wechseln der Betreiberschaft der App nach Abschluss der Projektförderung durch das BMG anstoßen.

## 8.7 Regensburg

Auf der Fachtagung „Crystal Meth, ATS, NPS und die 360°-Frage: Was ist neu - anders - tödlich?“ (Aktuelle Handlungsfelder und Wegweiser für Forschung und Praxis) am 25. Juli 2018 in Regensburg wurde das Projekt CheckPoint-C innerhalb der „Kurz gemeldet“-Rubrik vorgestellt. Mittels Kurzvortrags **s** und einer digitalen Ausstellung wurde vor allem unter MitarbeiterInnen in der Präventions- und Behandlungspraxis zu der App informiert und für eine Weitergabe der Informationen zu diesem Tool an die eigentlichen Zielgruppen geworben.



## 8.8 Basel

Mit ähnlicher Zielstellung nahm das Projekt auch an der Fachtagung „Schadensminderung - Prävention mit Zukunft“ am 13.09.2018 in Basel mit einer Posterausstellung teil. Wieder ging es nicht nur darum, die App als innovatives Tool unter den KollegInnen im Bereich von Prävention und Drogenhilfe bekannt zu machen, sondern diese auch zu gewinnen, ihrer Klientel die Nutzung der App nahezu legen.



## 8.9 Relaunch der Webseite CheckPoint-C

In Zusammenhang mit der anonymen Crystal-Sprechstunde, die zwei Mal wöchentlich ehrenamtlichen in Halle angeboten wurde, entstand auch eine Homepage gleichen Namens mit dem Ziel, diese Sprechstunde zu begleiten, kontinuierlich darüber zu informieren und zu einer Inanspruchnahme zu motivieren. Auch nach planmäßiger Beendigung dieser Sprechstunde wurde über diese Homepage nicht nur über die Entwicklung der App informiert, sondern mit kontinuierlichen Berichten zu den Herausforderungen und Fragestellungen des Entwicklungsteams versucht, das Interesse an dem Fortgang der Arbeiten und an dem schließlich auch nutzbaren Tool kontinuierlich wach zu halten. Hintergrund war die Idee, dass InteressentInnen an diesem Thema mehr oder weniger direkt auch mit dem Crystal-Konsum konfrontiert sind und sowohl als Zielgruppe als auch als mögliche MultiplikatorInnen angesprochen werden können.

Nach der Beendigung der ehrenamtlichen Betreuung der Homepage CheckPoint-C wurde an der Idee festgehalten, die Homepage komplementär zur App sowohl für weitere Informationen zum Thema für Crystal-KonsumentInnen, als auch zum Bekanntmachen und Bewerben der App zu nutzen. Deshalb wurden im Mai 2017 Mittel zur Erstellung und Pflege einer WordPress-Homepage beim BMG beantragt und bewilligt.

Die neue Homepage bietet sowohl grundlegende Informationen zu Problemlagen rund um die Substanz Crystal Meth, als auch zu den Ursprüngen der App: der anonymen Crystal-Sprechstunde in Halle. Darüber hinaus informiert der Newsfeed zu aktuellen Geschehnissen rund um die App und will auf diese Weise das Interesse daran fördern.

Die Homepage ist in großen Teilen identisch mit den Inhalten der Facebook-Seite zur App. Zentrales Ziel ist dabei, relevante Informationen auch denjenigen interessierten Personen zugänglich zu machen, die keinen Facebook-Account nutzen.

Außerdem wird über die Homepage die Möglichkeit geboten, direkt die APK-Datei (Installationsdatei der App) für Android herunterzuladen, ohne den Google Play Store nutzen zu müssen. Dies ist für App-NutzerInnen mit gewichtigen Bedürfnissen nach Diskretion und

Anonymität insbesondere deshalb interessant, weil sie sich auf diese Weise im App-Store nicht mit ihren persönlichen Daten anmelden müssen, wie dies Google obligatorisch bei allen Downloads von Apps aller Art einfordert. Nachteil dieser Download-Variante ist allerdings, dass die App sich nicht automatisch aktualisiert. Die aktualisierte APK-Datei wird jedoch nach jedem Update auf der Homepage neu hochgeladen.

Seit Relaunch der Webseite konnten 20.087 BesucherInnen und 378.173 Aufrufe registriert werden, die APK-Datei wurde 554 mal gedownloadet.

## 8.10 Social Media Betreuung

### Facebook

Zur besseren Erreichbarkeit der eigentlichen Zielgruppe erfolgte zusätzlich zur Printwerbung eine engmaschige Bewerbung der App über intensive Facebooknutzung. Im Fokus der Öffentlichkeitsarbeit lagen dabei das Projekt an sich, die AkteurInnen (innerhalb des Projektes und diejenigen, die angesprochen werden sollen) sowie die Funktionsweise der App und Fortschritte in der Entwicklung. Mit Hilfe von Hinweisen auf Effekte und Wirkungen des Konsums von Crystal soll das Interesse der Konsumierenden an der App gezielt geweckt werden.

Bei der Entwicklung von Facebookbeiträgen wurden bestimmte Eigenschaften beachtet, welche den Nachrichtenwert eines Beitrags zu erhöhen.



#### Folgeschwere

Das Interesse an einer Nachricht steigt mit der Anzahl der Betroffenen.



#### Nähe

Begebenheiten in der näheren Umgebung erreichen mehr Aufmerksamkeit.



**Dramatik**

Drama und Spannung erzeugen Interesse



**Aktualität**

Je aktueller die Nachricht ist, desto besser.



**Kuriosität**

Menschen interessieren sich für kuriose und originelle Fakten.



**Fortschritt**

Neue Technologien erzeugen erhöhte Aufmerksamkeit

Im Februar 2017 wurde innerhalb der Netzwerke eine Beitragsreichweite von 2600 NutzerInnen registriert. Die durchschnittliche Beitragsreichwerte seit Februar 2017 liegt bei 253,94, der Durchschnitt für Klicks und Interaktionen bei 17,88.

Über diese Kanäle gab es auch Rückmeldungen zur App, ihrer Handhabkeit und Bedeutsamkeit für Crystal-KonsumentInnen, die bei der Zwischenauswertung berücksichtigt worden sind.

## **Breaking Meth-Portal**

In Zusammenarbeit mit den Leipziger Drug Scouts wurde auf dem Breaking Meth-Portal ein eigener Thread eingerichtet, in welchem die NutzerInnen des Portals zur App diskutieren können. Über die Breaking Meth-ModeratorInnen wurden in einem Werkstattgespräch über die Diskussionen zur App informiert. ~~(kann man da noch etwas nachsetzen?)~~

Weiterhin werden über dieses Portal regelmäßig themenspezifische Posts versendet, die beispielsweise über aktuelle News und Veranstaltungen zur Drogenthematik sowie Aktivitäten von nahestehenden Projekten informieren.

Darüber hinaus wird die Community mittels Teaser-Posts auf die anstehenden App-Updates und die damit einhergehenden Änderungen neugierig gemacht und darauf vorbereitet, sich damit ernsthaft auseinanderzusetzen. Auf diese Weise werden zum einen die InteressentInnen mit ihrer Expertise zu allem, was den Konsum von Crystal betrifft, ernst genommen und es versucht, diese für die Entwicklung der App zu erschließen. Zum anderen werden diese aber auch motiviert, das Tool für sich zu nutzen bzw. andere auf die Möglichkeiten aufmerksam zu machen, die mit diesem Tool gegeben sind.

## **8.11 Publikationen in der Fachliteratur**

Neben diesen sehr verschiedenen Aktivitäten, sowohl Zielgruppen als auch MultiplikatorInnen der App anzusprechen, über die App zu informieren und für eine Nutzung zu motivieren, wurden über den gesamten Projektverlauf immer wieder Anstrengungen unternommen, um über Fachpublikationen zum Projekt zu informieren und potentielle MultiplikatorInnen zu gewinnen, die App der Zielgruppe nahezubringen. Besonders der erst im November 2018 in der „neuen Praxis“ erschienene Artikel mit dem Titel „Suchtprävention per Smartphone: Wie geht das?“ (Barsch, Walta 2018) dürfte besonders geeignet sein, bundesweit und in sehr unterschiedlichen Bezügen der sozialen Praxis zu der App zu informieren und deren Nutzung sowohl durch Crystal-KonsumentInnen als auch durch Professionelle in Begleitung von Prozessen von Beratung und Frühintervention anzuregen.

## **8.12 Verwertung der Projektergebnisse (Nachhaltigkeit/Transferpotential)**

Seit Mitte Oktober 2018 liegt nunmehr eine voll funktionsfähige App mit drei inhaltlich sehr verschiedenen Self-Tracking-Bereichen für beide Betriebssysteme für Smartphones (Android und iOS) vor. Wie mit Beantragung der Förderung als Modellvorhaben signalisiert, wird gegenwärtig mit allen Kräften daran gearbeitet, die Betreiberschaft für die App von der Hochschule Merseburg an eine Institution des Drogenhilfesystems zu überführen, die sowohl über einen niedrighwelligen Zugang zu den Zielgruppen der App verfügt und zugleich den Leitideen dieses Tool in Richtung Harm Reduction und akzeptierender Drogenarbeit folgen kann. In die enge Wahl kam dabei der Verein Chillout e. V. in Potsdam.

Gegenwärtig wird zusammen mit VertreterInnen der AOK-Nordost an den Voraussetzungen gearbeitet, die App mit all den dazugehörigen Unterprojekten (Homepage und Facebook-

Seite) in eine Betreiberschaft zu überführen und damit das Projekt nachhaltig weiter zu betreiben. Diese Aushandlungsprozesse sind derzeit auf einem Stand, der von der Hochschule Merseburg nur noch marginal beeinflusst werden kann. Es bleibt zu hoffen, dass ~~bis zum Ende des Jahres 2018 (31.12.2018)~~ **Im Jahr 2019** die Betreiberschaft ohne Schnittstellenverluste wechseln kann und damit das Modellprojekt auch in diesem Punkt erfolgreich abgeschlossen werden kann.



## 9. Publikationsverzeichnis

Arzneimittelverzeichnis 1982,

Pfeiffer–Gerschel et al. 2012

empirischen Studie der Hochschule Merseburg vgl. Barsch 2014

Suchthilfebericht Sachsens 2014

Konsummotiv (Becker et al. 2009).

Wolf–Arehult 2013)

[www.facesofmeth.us](http://www.facesofmeth.us)

Barsch, G./Walta, J. (2016): Baukasten für eine anonyme Drogensprechstunde. Das Beispiel CheckPoint–C. Lengerich

Barsch, G., Walta, J. (2018): Suchtprävention per Smartphone: Wie geht das? In: neue Praxis 4(2018), S. 360–375



