

Erfassung des Profils der feelok-Besucher/innen

Von den methodologischen Überlegungen zu den Ergebnissen

Dr. Phil., MPH, Oliver Padlina

September 2006



Herzlichen Dank für die finanzielle Unterstützung

Tabakpräventionsfond (Bundesamt für Gesundheit)
Krebsliga Zürich
„bildung + gesundheit“ - Netzwerk Schweiz
Bundesamt für Sport

und für die Unterstützung

Dr. med., DrPH, Georg F. Bauer
Gerda Jimmy
Tina Hoffmann

Inhalte

1. Das Wichtigste in Kürze.....	6
2. Struktur des Berichtes und empfohlene Vorgehensweise	10
Teil I. Hintergrundinformationen	13
3. feelok: eine kurze Beschreibung	13
4. Die Implementierungsstrategien von feelok.....	15
5. Theoretische Überlegungen.....	17
Das sequentielle Evaluationskonzept	17
Das Inanspruchnahmesdreieck einer Intervention	19
Teil II. Methodik.....	21
6. Die gestapelte Umfrage.....	21
7. Fragestellungen	23
8. Fragestellung 1: ist eine gestapelte Umfrage eine geeignete Methode, um das Profil der feelok-Benutzer/innen zu erfassen?.....	24
Kriterium 1: ist die Rücklaufquote genügend gross?.....	25
Kriterium 2: sind die Eigenschaften der Zielgruppe genügend stabil?.....	26
Kriterium 3: Bestimmt die Rücklaufquote die Art der Antworten?.....	29
Kriterium 4: Werden gleiche Fragen in verschiedenen Umfragen ähnlich beantwortet?.....	31
9. Strategien zur Optimierung der Aussagekraft der Befunde.....	33
Massnahme 1: Stimmen deine Antworten?.....	33
Massnahme 2: Wie alt bist du?	34
Massnahme 3: Offene Fragen.....	35
Massnahme 4: alle Antworten gewählt.....	36
Massnahme 5: unlogische Antwortsequenzen	37
Fazit.....	37
10. Weitere Gedanken zur Datenqualität	38
11. Hinweise, die für die Qualität der Daten sprechen	39
Gibt es Ähnlichkeiten zwischen den Ergebnissen der SMASH-Studie und denjenigen der feelok-Umfrage?	40
Sind die Unterschiede zwischen Mädchen und Knaben in der SMASH-Studie vergleichbar mit denjenigen der feelok-Studie?.....	42
12. Darstellung der Ergebnisse in verschiedenen Kategorien	43
13. Interpretation der Ergebnisse und der Unterschiede	44
Die Normalverteilung	44
Das N der Alterskategorien	44
Vergleich mit der SMASH-Studie.....	44
Die differenzierten Angaben der SMASH-Studie.....	45
Entscheidung, ab wann ein Unterschied als solcher interpretiert wird	45
Teil III. Ergebnisse und Schlussfolgerungen.....	47
14. Soziodemographische Eigenschaften der Besucher/innen (2)	47
Altersverteilung.....	47
Geschlechtsverteilung	48
Land und Kanton / Bundesland.....	49
Besuchte Schule.....	50
Wohnsituation.....	51
Body Mass Index	52
Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 2.....	56
15. Erfolgreiche Implementierungsstrategien, Setting und Wiederbenutzung (3)	56
Implementierungsstrategien	56
Themen, die dazu geführt haben, dass feelok gesucht wurde	58
Setting	59
Wiederbenutzung von feelok	59
Einfluss von Zeitschriftartikeln auf die Besucheranzahl	60
Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 3.....	63
16. Allgemeines Internetverhalten der feelok-Besucher/innen (4)	64
Allgemeine Verwendung vom Internet: Häufigkeit	64
Allgemeine Verwendung von Internet: Dauer.....	65

Internetbasierter Informationsbedarf.....	66
Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 4.....	68
17. Interessen der feelok-Besucher/innen (5)	68
Interesse der Besucher/innen für die Dienstleistungen und Themen von feelok - Version 2	69
Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 5.....	71
18. Die Lehrpersonen und feelok (6).....	71
Verwendung von feelok im schulischen Bereich: Häufigkeit.....	71
Thematische Auseinandersetzung mit feelok: wer entscheidet.....	72
Themen von feelok, die die Lehrpersonen wählen.....	72
Themen, die von Lehrpersonen gewählt werden und Interessen der Jugendlichen	74
Zusätzliche didaktische Strategien	75
Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 6.....	77
19. Gesundheitsbezogene Themen (Fokus: Programme von feelok - Version 2) (7)	77
Gesundheitseinschätzung	77
Soziale Unterstützung	78
Thema „Rauchen“.....	79
Thema „Cannabis“	82
Thema „Stress“	85
Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 7.....	88
20. Bedarfsanalyse für neue Themen (8).....	88
Probleme, für welche die Besucher/innen gerne Unterstützung hätten	88
Bewegungsverhalten (inkl. Transportverhalten) und Gewichtsveränderung.....	94
Unfall	99
Delinquentes Verhalten	101
Suizid.....	103
Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 8.....	105
21. Liebe und Sexualität (9).....	105
Anzahl bisheriger Partner/innen mit Geschlechtsverkehr.....	105
Aktueller Beziehungsstatus	107
Kondombenutzung.....	109
Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 9.....	110
22. Beteiligung der Besucher/innen im Design-Entwicklungsprozess von feelok (10).....	110
Beurteilung von Illustrationen aus verschiedenen Zeichnern	110
Comics oder Photos: die Meinung der Zielgruppe	112
Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 10	112
23. Eine Rückmeldung für die Präventionsleute (11)	113
24. Schlussfolgerungen.....	114
Überlegungen über die Wirksamkeit	114
Die gestapelte Umfrage.....	114
Smash und feelok.....	115
Schlusswort.....	116
Anhang	117
Der Fragebogen	118
Alle Umfragen auf einen Blick.....	125
Informationen, die für alle Umfragen gültig sind.....	126
Umfrage 1 bis 4: explorative Phase	127
Umfrage 5: wo lebst du?	131
Umfrage 6: wo bist du jetzt und wie hast du feelok gefunden?	134
Umfrage 7: welche Note gibst du diesen 8 Zeichnungen?	143
Umfrage 8: Wie häufig hast du schon feelok besucht und warst du in den letzten 30 Tagen im Internet? Wie viel Zeit verbringst du im Internet?	147
Umfrage 9: Zu welchen Themen hast du dich in den letzten 30 Tagen im Internet informiert und wegen welchen Themen oder Angeboten hast du das Programm „feelok“ gefunden?	151
Umfrage 10: Welche Schule besuchst du? Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich und welches Thema, das noch fehlt, würdest du gerne in feelok finden?.....	156

Umfrage 11: Welches Thema von feelok hat dein Lehrer gewählt und hast du von deinem Lehrer eine konkrete Aufgabe bekommen, wie du feelok verwenden musst?	160
Umfrage 12: Wie schätzt du deine Gesundheit ein, wo lebst du, mit wie vielen Freunden kannst du über deine Probleme sprechen und rauchst du?	165
Umfrage 13: Willst du mit dem Rauchen aufhören? Glaubst du, dass du in Zukunft rauchen wirst? Kiffst du? Treibest du ausserhalb der Schule Sport und wie gehst du normalerweise zur Schule oder zur Arbeit? Welche Themen von feelok interessieren dich?.....	171
Umfrage 14: Willst du mit dem Kiffen aufhören oder glaubst du, dass du in Zukunft Cannabis (Joint) rauchen wirst? Leidest du unter Stress, und falls ja: warum? Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall?.....	178
Umfrage 15: Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall, nach welchem du behandelt werden musstest und was für einen Unfall? Warst du in den letzten 12 Monaten Opfer eines Diebstahls/ Erpressung /körperlicher Gewalt/von Beleidigungen/ einer Ablehnung?.....	182
Umfrage 16: Hast du in den letzten 12 Monaten...absichtlich etwas zerstört /gestohlen/ einen Erwachsenen oder Jugendlichen angegriffen/etwas angezündet /jemandem die Tasche (...) entwendet/ eine Waffe getragen (z.B. Messer, Pistole, Spray)/Drogen verkauft? Für welche Probleme hättest du Hilfe nötig?	188
Umfrage 17: Wie gross und schwer bist du? Fühlst du dich zu dünn, gerade richtig oder zu dick? Möchtest du dein Gewicht verändern? Mit wie vielen Partnern/innen hattest du bis jetzt Geschlechtsverkehr?.....	195
Umfrage 18: Ziehst du Comics oder Photos vor? Hast du an Selbstmord gedacht /versucht? Hast du zurzeit einen Partner? Verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ?.....	201
Umfrage 19: Was willst du den Erwachsenen mitteilen, so dass sie dich besser verstehen und unterstützen können, auf einer Weise, dass du dich dann besser fühlst und gesünder verhältst?.....	206

Über den Autor des Berichtes

Der Autor des Berichtes, Jahrgang 1970, ist seit 1997 wissenschaftlicher Projektleiter am Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich. Seit 1999 ist er für die Entwicklung, Implementierung und Evaluation von feelok zuständig. Seit 1998 arbeitet er zusätzlich an einer Informatikschule und ist da - im Bereich Erwachsenenbildung - zuständig für die Lehre der Techniken zur Konzeptualisierung und Entwicklung von datenbankbasierten multimedialen Websites. Zwischen 2002 und 2004 war er verantwortlich für den Teilbereich „Intervention und Evaluation“ und seit 2005 für den Teilbereich „Bewegungsförderung“ an der Eidgenössischen Hochschule für Sport (EHSM) am Bundesamt für Sport in Magglingen

Der Autor hat an der Universität Zürich Psychologie studiert, hat mit der formativen Evaluation von feelok an der Universität Basel dissertiert, hat an der Universität Zürich, Bern und Basel den Master im Gesundheitswesen abgeschlossen und hat während 4 Jahren die verhaltenstherapeutische Weiterbildung besucht.

1. Das Wichtigste in Kürze

Im Folgenden werden die wichtigsten Informationen dieses Berichtes zusammenfassend dargestellt:

- feelok ist ein internetbasiertes Gesundheitsförderungs- und Präventionsprogramm, das die Themen Bewegung, Ernährung, Alkohol, Cannabis, Rauchen, Stress, Selbstvertrauen und Liebe/Sexualität behandelt. Neben allgemeinen Informationen zu diesen Bereichen verfügt feelok über eine so genannte stufenspezifische – das heisst je nach Verhalten und Einstellung der Besucher/innen unterschiedliche – Intervention. Die Institutionen, die das Programm unterstützen, sind die Universität Zürich, die Krebsliga Zürich, bildung + gesundheit Netzwerk Schweiz, der Tabakpräventionsfond und zahlreiche andere Partner, die für die jeweiligen feelok-Programme zuständig sind (Kap. 3).
- Eine Reihe von Implementierungsstrategien hat die Bekanntmachung von feelok unterstützt und dazu geführt, dass heute (Mitte 2006) das Interventionsprogramm mehr als 1'000 Mal pro Tag besucht wird. Alle eingesetzten Implementierungsstrategien wurden 6 Kategorien zugeordnet: Weiterbildung, Werbungsmaterialien, Netzwerke, Medienarbeit, Vorträge/Präsentationen und Events/andere Massnahmen. Details dazu findet man im Kap.4.
- Die Angliederung von feelok an ein Forschungsinstitut hat seine Evaluation gefördert. Verschiedene Studien zur Überprüfung von Teilaspekten von feelok wurden durchgeführt, einige davon bevor das Programm überhaupt lanciert wurde. Die Evaluationsanstrengungen werden weiterhin fortgesetzt und dieser Bericht stellt ein konkretes Beispiel dar. Kap. 5 beschreibt das Evaluationsmodell von feelok sowie die konzeptionelle Überlegung (siehe das Inanspruchnahmedreieck einer Intervention), die diese Studie eingeleitet hat.
- Zwischen Anfang 2002 und Mitte 2004 wurde feelok etwa 350'000 mal besucht. Aufgrund anderer Studien war uns schon damals bekannt, welche feelok-Programme wie häufig und wie lang verwendet werden (für mehr Informationen siehe www.feelok.ch/v1/start/inhalte/benutzerverhalten). Unklar war für uns dagegen, wer unsere erreichte Zielgruppe ist, d.h. wer mit feelok arbeitet. Um diese offene Frage zu beantworten, trafen wir die Entscheidung diese Studie durchzuführen.

Der einzige bekannte Weg, die Identität der Besucher/innen einer Website zu identifizieren, ist anhand eines Formulars eine Reihe von Fragen zu stellen. Ein langer Fragebogen erlaubt mehr Details zu erheben, führt aber wahrscheinlich zu einer schlechten Rücklaufquote. Um die Rücklaufquote zu optimieren, haben wir eine innovative Datenerhebungsmethode verwendet: die gestapelte Umfrage. Das Formular wurde in 19 Umfragen geteilt. (Fast) jede Umfrage beinhaltete drei unveränderliche Items (Alter, Geschlecht und korrekte Beantwortung der Fragen). Die anderen 1 bis 5 Items wurden dagegen in Abständen von 2 Wochen mit der Veröffentlichung der neuen Umfrage mit neuen Items ersetzt. Die Methode der gestapelten Umfrage wird auf Seite 21 beschrieben.

- Mit dieser Studie, die insgesamt fast drei Jahre Arbeit inanspruch genommen hat, konnten 11 Fragestellungen beantwortet werden. Wir freuen uns sehr im Folgenden die wichtigsten Befunde in Kürze vorstellen zu dürfen.
 - *Fragestellung 1 - Methodologische Fragestellung*
Es war nicht möglich auf bestehende Literatur zurückzugreifen, um Hinweise über die Qualität der gestapelten Methode zu finden, weil sie eine Neuheit darstellt. Deswegen war wichtig, diese Datenerhebungsstrategie zu testen, bevor sie eingesetzt wird. Dazu diente die erste Fragestellung dieser Studie. Die Ergebnisse zeigen, dass die internetbasierte gestapelte Umfrage zu einer brauchbaren Rücklaufquote führt (im Durchschnitt 9% bis 18% der Besucher/innen beantworten spontan die Fragen), dass die soziodemographischen Eigenschaften der Studienteilnehmer/innen im Rahmen der verschiedenen Umfragen ziemlich stabil bleiben und dass gleiche Items in verschiedenen Umfragen ziemlich ähnlich beantwortet werden. Diese und weitere interessanten methodologischen Aspekte dieser Studie wie z.B. die Integrierung von Items der Smash-

Studie in unserer Forschungsarbeit werden im Bericht ab Seite 24 erläutert.

○ *Fragestellung 2 - SES der Besucher/innen*

85% der Besucher/innen von feelok sind junge Menschen zwischen 10 und 19 Jahren, wobei die 14- / 15-Jährigen deutlich überwiegen. Das Programm wird sowohl von Mädchen wie auch von Knaben besucht. Die Mehrzahl der Besucher/innen kommt aus der Schweiz und vorwiegend aus dem Kanton Zürich (Stand: Jahr 2004). Fast alle besuchen die Real-, die Sekundar- oder die Berufsschule bzw. das Gymnasium oder das 10. Schuljahr und leben mit beiden Eltern zusammen. Zwischen 19% und 29% der 13-15 jährige Studienteilnehmer/innen ist übergewichtig. Details dazu finden Sie im Kap.14.

○ *Fragestellung 3 - Erfolgreiche Implementierungsstrategien, Setting und Wiederbenutzung von feelok*

Die Mehrzahl der Studienteilnehmer/innen hat feelok kennen gelernt und in der Schule verwendet, weil die Lehrperson sie über das Programm informiert hat. Die Lehrpersonen sind also die wichtigsten Mediatoren für die Verbreitung des Programms. Die anderen Implementierungsmassnahmen sind deutlich weniger wirkungsvoll. Auch die Veröffentlichung von Zeitschriftartikeln hat praktisch keine oder höchstens eine sehr bescheidene Wirkung auf die Verwendung des Programms.

Im schulischen Setting bestimmt meistens die Lehrperson, mit welchem Thema von feelok die Jugendlichen arbeiten müssen. Wenn die Jugendlichen selbst feelok suchen, suchen sie meistens Informationen zu den Themen „Liebe & Sexualität“, „Rauchen“ und teilweise zum Thema „Kiffen“ (damals fehlten noch die Themen „Bewegung“, „Ernährung“ und „Alkohol“). Rund 40% der Besucher/innen verwendet das Programm zu Hause.

Rund 60%-70% von jenen, die die Umfrage beantwortet haben, hat feelok das erste Mal verwendet. Die anderen hatten feelok schon 2 oder mehrmals besucht. Details befinden sich im Kap.15.

○ *Fragestellung 4 - Allgemeines Internetverhalten der feelok-Besucher/innen*

Mehr als 80% der feelok-Besucher/innen können als regelmässige Surfer/innen bezeichnet werden, da sie Internet mindestens 1 Mal pro Woche verwenden. Unter diesen surft die grösste Mehrzahl im Netz mehrmals pro Woche. Ebenso fast 80% der feelok-Besucher/innen bleibt an den jeweiligen Tagen, an denen gesurft wird, 1 Stunde oder länger im Netz. Die feelok-Besucher/innen benötigen Internet vor allem um Informationen im Bereich „Freizeit“ und „Gesundheit, Sexualität, Medizin“ zu finden. Die Knaben auch um Beiträge im sportlichen Bereich und um pornographisches Material anzuschauen. Die Mädchen dagegen um Hilfe für schulische Aufgaben zu erhalten und um Beiträge über Filmstars und andere berühmte Persönlichkeiten zu finden. Details dazu sind im Kap.16 zu finden.

○ *Fragestellung 5 - Interessen der feelok-Besucher/innen*

Die feelok-Besucher/innen zeigen ein breites Interesse für die verschiedenen Themen, die feelok - Version 2 anbietet (in der Version 2 von feelok fehlten noch die Themen „Bewegung“, „Ernährung“ und „Alkohol“). Vor allem das Thema „Liebe & Sexualität“ löst Interesse aus (60%), aber auch die Themen „Selbstvertrauen“ (40%), „Stress“, „Rauchen“ und „Kiffen“ (30%) werden von zahlreichen feelok-Besuchern/innen als interessant beurteilt. Nur für die Diskussionsforen und für das Programm „Internet für Anfänger/innen“ zeigten die jungen Besucher/innen von feelok ein geringes Interesse. Alle Details befinden sich im Kap.17.

○ *Fragestellung 6 - Die Lehrpersonen und feelok*

Rund 60% der feelok-Besuche findet im schulischen Bereich statt. Im schulischen Bereich entscheiden meistens die Lehrpersonen, mit welchem Thema oder Themen von feelok die Jugendlichen arbeiten müssen. Das Thema, das die Lehrpersonen am häufigsten wählen, ist „Liebe und Sexualität“. Darauf folgen die Themen „Rauchen“, „Kiffen“, „Stress“, „Selbstvertrauen“ und „Internet für Anfänger/innen“ (damals standen die Themen „Bewegung“, „Ernährung“ und „Alkohol“ noch nicht zur Verfügung). Es gibt einige

Diskrepanzen zwischen den Themen von feelok, die die Jugendlichen interessieren und die Programme, die die Lehrpersonen wählen (bei den 10-14 J. nicht).

Arbeitsblätter werden von 16% der Schulbesucher/innen verwendet und Gruppenarbeiten werden in 8% der Fälle eingesetzt. Viele Schulbesucher/innen bearbeiten die Inhalte von feelok, ohne von der Lehrperson weitere didaktische Instrumente oder Aufgaben zu erhalten. Details dazu finden Sie im Kap.18.

o *Fragestellung 7 - Gesundheitsbezogene Themen (Fokus: Programme von feelok - Version 2)*

Die feelok-Besucher/innen beurteilen ihre Gesundheit im Allgemeinen als gut. Nur rund 10% schätzt sie als mittelmässig oder schlecht ein. 95% der Mädchen und 88% der Knaben hat mindestens eine/n vertraute/n Freund/in, mit dem/der sie oder er über Probleme und Schwierigkeiten sprechen kann.

87% der 10-14 Jährigen raucht nie und 5.5% raucht täglich. 68% der 15-19 Jährigen raucht nie und 16.5% raucht täglich. Fast alle Raucher/innen denken nicht daran, in absehbarer Zeit mit dem Rauchen aufzuhören. Die Mehrzahl der Nicht-Raucher/innen glaubt nicht, in Zukunft mit dem Rauchen zu beginnen.

Rund 70% der Studienteilnehmer/innen kifft nie, rund 5% kifft jeden Tag. Fast alle 15-19 Jährigen, die kiffen, denken nicht in absehbarer Zeit mit dem Konsum aufzuhören. Die Mehrzahl der Nichtkonsumierenden denkt hingegen nicht, dass sie mit dem Konsum beginnen werden.

Etwa 2/3 der Besucher/innen, die die Fragen von feelok beantwortet haben, leidet manchmal bis häufig unter Stress. Vor allem Mädchen geben dieses Problem an. Zahlreiche Gründe werden als Stressverursacher erwähnt. Unter diesen: Prüfungen, schlechte Note, Hausaufgaben und Streit mit der Familie. Alle Details befinden sich im Kap.19.

o *Fragestellung 8 - Bedarfsanalyse für neue Themen*

Viele feelok-Besucher/innen haben folgende Probleme und wären froh eine entsprechende Hilfe zu bekommen: „Schwierigkeit mit der beruflichen Zukunft“, „Schwierigkeiten mit den Eltern“, „Probleme mit dem Gefühlsleben“, „Schlafschwierigkeiten“, „Traurigkeit“, „Stress“, „Probleme mit der Schule/Arbeit“ und „Probleme mit der Ernährung“.

Mehr als die Hälfte der Studienteilnehmer/innen übt mindestens 2 Mal pro Woche eine sportliche Aktivität ausserhalb der Schule aus. Rund 10% treibt nie Sport ausserhalb der Schule. Die Mehrzahl der Jugendliche geht mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, mit dem Fahrrad oder zu Fuss zur Schule oder Arbeit. Die Mehrzahl der Mädchen fühlt sich (etwas) zu dick (gegen 1/3 der Knaben) und möchte abnehmen. 2/3 von jenen, die abnehmen möchten, haben einen angemessenen BMI, d.h. sie sind nicht übergewichtig.

Fast 1/3 der feelok-Studienteilnehmer/innen hatte in den letzten 12 Monaten einen Unfall, der behandelt werden musste. Dabei handelt es sich vorwiegend um Sportunfälle und Unfälle im Freizeitbereich. Weniger als 10% der Unfälle sind Verkehrsunfälle in irgendeiner Form.

Delinquente Verhaltensweisen wie „körperliche Gewalt“, „Diebstahl“, „Angriff von anderen Jugendlichen“ und „Zerstörung von Objekten“ sind ziemlich verbreitet zwischen den Studienteilnehmer/innen (zwischen 10% und 20%). Rund 2% der feelok-Besucher/innen haben im letzten Jahr einen Suizidversuch hinter sich. Die entsprechenden Details befinden sich im Kap.20.

- *Fragestellung 9 - Liebe und Sexualität*
 Viele feelok-Studienteilnehmer/innen hatten noch keine sexuellen Erfahrungen (rund 60%). Dieser Anteil ist bei 15-19-Jährigen deutlich geringer (fast 50%) als bei den 10-14-Jährigen (70%). Die Mehrzahl von jenen, die schon sexuelle Kontakte hatten, hat diese Erfahrung mit wenigen Partnern erlebt (1 bis 4 Partner). Zurzeit haben die Mehrzahl der Studienteilnehmer/innen aber keine/n Partner/in (mehr als 63%). Beim Geschlechtsverkehr verwenden mehr als 60% der Besucher/innen immer oder häufig Kondome. Alle Details befinden sich im Kap.21.

- *Fragestellung 10 - Beteiligung der Besucher/innen im Design-Entwicklungsprozess von feelok*
 Keine Zeichnung, die an unserem Wettbewerb teilgenommen hat und aufgrund dessen Ergebnisse wir einen Auftrag dem entsprechenden Autor gegeben hätten, hat die ganze Zielgruppe überzeugt. Alle Zeichnungen haben eine ähnliche Anzahl von positiven, neutralen und negativen Rückmeldungen erhalten. Es zeigt sich zudem, dass für die Zielgruppe keine grosse Rolle spielt, ob eine Website von Photos oder Comics begleitet ist. Im Zweifelsfall scheint es aber besser Photos einzusetzen. Im Kap.22 können Sie mehr Details dazu lesen.

- *Fragestellung 11 - Eine Rückmeldung für die Präventionsleute*
 Im Rahmen der letzten Fragestellung haben wir versucht, den Dialog zwischen der Zielgruppe und den Fachpersonen zu fördern. Wir haben die Jugendlichen gefragt, was sie den Präventionsleuten mitteilen möchten. Die Rückmeldungen sind so unterschiedlich, dass man sie nicht in wenigen Worten zusammenfassen kann. Mehr dazu im Kap.23.

2. Struktur des Berichtes und empfohlene Vorgehensweise

Der vorliegende Bericht besteht aus vier Bestandteilen:

Im Teil 1 (*Hintergrundinformationen*) werden folgende Informationen vermittelt:

- das Interventionsprogramm „feelok“ wird im Kap.3 kurz beschrieben (seine inhaltliche Breite, die theoretische Grundlage, die angewendete Methodologie, die institutionelle Trägerschaft).
- Die eingesetzten Implementierungsmassnahmen beeinflussen wer als Zielgruppe erreicht wird, d.h. wie sich die Anwendergruppe soziodemographisch zusammensetzt. Deswegen werden diese Massnahmen im Detail im Kap.4 beschrieben. Diese Informationen könnten für jene, die beabsichtigen, in Zukunft die Verwendung von Gesundheitsförderungsprogrammen und Präventionsangeboten zu verbreiten, von Interesse sein.
- Diese feelok-Studie ist Bestandteil eines globalen Evaluationskonzeptes, das im Kap. 5 erläutert wird. Die konzeptionelle Überlegung, die das Ziel dieser Studie erklärt („Das Inanspruchnahmesdreieck einer Intervention“) wird ebenso im gleichen Kapitel kurz geschildert. Die in diesem Teil des Berichtes dargestellten Überlegungen können auch für andere Projekte von Bedeutung sein, wenn es darum geht, verschiedene Elemente, die für die Inanspruchnahme relevant sind, zu evaluieren.

Im Teil 2 (*Methodik*) werden folgende Informationen vermittelt:

- Um das Profil der Besucher/innen einer Website zu erfassen, gibt es wahrscheinlich nur eine Methode: die Besucher/innen mit Hilfe eines Fragebogens direkt fragen, wer sie sind. Es ist aber anzunehmen, dass nur wenige Website-Besucher/innen bereit sind, einen langen Internetfragebogen auszufüllen. Wenn die Rücklaufquote zu gering ist, verlieren die Daten jede Aussagekraft und die Umfrage wird überflüssig. Um die Rücklaufquote zu erhöhen, haben wir die Methode der gestapelten Umfrage verwendet. Diese wird im Kap.6 beschrieben.
- Kap.7 listet die 11 Fragestellungen auf, die im Rahmen dieser Studie behandelt wurden.
- Die erste Fragestellung betrifft die Umsetzbarkeit und Glaubwürdigkeit der gestapelten Umfrage und spricht konkret die Frage an, ob man aussagekräftige Daten mit dieser Methode sammeln kann. Nur wenn diese Fragestellung eine positive Antwort erhält, ist die Studie überhaupt realisierbar und sinnvoll. Aus diesem Grund wird diese Fragestellung schon im Teil 2 im Kap.8 behandelt.
- Da der Fragebogen Online und 24 Stunden pro Tag von jeder Person mit einer Internetverbindung beantwortet werden kann und nicht alle daran interessiert sind, zuverlässige Informationen über sich selbst mitzuteilen, ist es besonders wichtig, dass man Massnahmen einsetzt, die erlauben, Verzerrungen und Manipulationen so gut wie möglich zu verhindern. Nur so kann die Aussagekraft der Befunde gesteigert werden. Im Kap.9 werden diese Massnahmen beschrieben.
- Jede Studie ist trotz allen Bemühungen gute Daten zu erheben mit Problemen konfrontiert, die die Qualität der Befunde reduzieren oder reduzieren können. Potentielle Probleme dieser Studie werden im Kap.10 erläutert.
- Um die Glaubwürdigkeit der erhobenen Daten zu überprüfen und um die Frage zu beantworten, ob feelok eine „normierte“ oder eine „besondere“ Jugend-Zielgruppe erreicht, wurden in unserer Studie einige Items der SMASH-Studie übernommen. Mehr zu diesem Thema findet man im Kap.11.
- Kap.12 zeigt mit einem konkreten Beispiel, wie die Daten in tabellarischer Form dargestellt werden und wie man die Spalten interpretieren muss.
- Das letzte Kapitel vom Teil 2 (Kap.13) gibt wichtige Hinweise über die Interpretation der Befunde. Zudem wird erläutert aufgrund welcher Überlegungen und Grenzwerte ein Unterschied zwischen Mädchen und Knaben, zwischen den zwei Altersgruppen und zwischen den Befunden von feelok und jenen von der Smash-Studie als „unbedeutend“, „möglich“ oder „wahrscheinlich bzw. sicher“ eingestuft wird.

Allen empfehlen wir die Lektüre der Kapitel 12 und 13, auch jenen, die für methodologische Fragestellungen wenig Interesse haben. Die Informationen, die diese Kapitel beinhalten, beeinflussen massgeblich die Interpretation der Befunde.
Allen empfehlen wir ebenso die Lektüre von Kapitel 7, in welchem alle Fragestellungen aufgelistet und beschrieben sind. Dies wiederum ermöglicht schnell und direkt zum Kapitel im Ergebnisteil zu springen, das die Befunde beinhaltet, die für den Leser/für die Leserin von Interesse sind (in der Tabelle wird jeweils aufgeführt, wo sich die Ergebnisse befinden).

Für diejenigen, welche im Rahmen ihres eigenen Projektes die Methode der gestapelten Umfrage einzusetzen gedenken, ist der gesamte Teil 2 von Bedeutung.

Im Teil 3 (*Ergebnisse und Schlussfolgerungen*) werden folgende Informationen vermittelt:

- Die Ergebnisse der einzelnen Fragestellungen (Fragestellung Nr. 2¹ bis Nr. 11) werden in den jeweiligen Kapiteln 14 bis Kapitel 23 (10 Fragestellungen = 10 Kapitel) dargestellt. Alle Kapitel (mit der Ausnahme vom Kapitel 23) haben die gleiche Struktur.
 - In der jeweiligen Kapitel-Einführung werden die Fragestellung beschrieben und die einzelnen Aspekte (Items) erwähnt, die dazu gehören
 - Nachfolgend werden in den einzelnen Unterkapiteln die jeweiligen Ergebnisse, sei es in tabellarischer oder in Abbildungsform, dargestellt und wichtige Befunde in den Vordergrund gestellt.
 - Nach den jeweiligen Ergebnissen folgt im gleichen Unterkapitel jedes Mal ein Abschnitt „Kommentar“, in dem auf einer Seite die Befunde ausgelegt werden und auf der anderen Seite weitere Informationen vermittelt werden, die die Interpretation beeinflussen können.
Wichtig dabei ist, dass die Ergebnisse und die Kommentare immer in zwei getrennten Abschnitten dargestellt werden.
 - Jedes Kapitel endet mit einer kurzen Zusammenfassung der wichtigsten Befunde.
- Im letzten Kapitel (Kap.24) werden einige relevante Aspekte dieser Studie diskutiert.

Für die Mehrzahl der Leser und Leserinnen ist anzunehmen, dass nur ausgewählte Ergebnisse von Interesse sind. Wir empfehlen deswegen das relevante Ergebnis-Kapitel entweder aufgrund des Inhaltsverzeichnisses oder aufgrund von Kapitel 7 (Fragestellungen) zu identifizieren.

¹ Die Fragestellung 1 überprüft die Methode der gestapelten Umfrage und wurde schon im Teil 2 dieses Berichtes behandelt.

Im vierten Teil (*Anhang*) werden folgende Informationen vermittelt:

- Ab Seite 118 werden alle Items und Antwortmöglichkeiten pro Umfrage aufgelistet. Es ist somit möglich zu identifizieren, in welcher Umfrage ein bestimmtes Item gestellt wurde und welche Antworten die Studienteilnehmer/innen wählen konnten.
- Seite 125 zeigt in tabellarischer kompakter Form alle Items des Fragebogens und ihre Lokalisierung in der gestapelten Umfrage.
- Ab Seite 127 werden alle Details der jeweiligen Umfrage vorgestellt:
 - In welcher Zeitperiode die Umfrage stattgefunden hat
 - Das oder die angesprochenen Themenbereiche
 - Die angesprochene Fragestellung
 - Die Position des Fragebogens im feelok-Programm
 - Die verwendete Informatik-Technologie, um die Daten zu erheben
 - Der Prozentsatz der feelok-Besucher/innen, die aufgrund ihrer Informatikausrüstung in der Lage waren, diesen Fragebogen auszufüllen
 - Die Rücklaufquote
 - Die Fragen, Antwortmöglichkeiten, die Ausschlusskriterien und die aufgrund dieser Kriterien gelöschten Datensätze
 - Alle Ergebnisse in absoluten und prozentualen Zahlen bzw. alle Antworten der offenen Fragen.

Im Folgenden werden Hintergrundinformationen über feelok, über seine Implementierung und über die dazugehörigen theoretischen konzeptionellen Überlegungen vermittelt.

Teil I. Hintergrundinformationen

3. feelok: eine kurze Beschreibung

feelok ist ein internetbasiertes Prävention und Gesundheitsförderungsprogramm für Jugendliche zwischen 10 und 18 Jahren, das am Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich (ISPM) im Auftrag und mit der Finanzierung der Krebsliga Zürich entwickelt wurde und zurzeit vom Tabakpräventionsfond und von bildung + gesundheit Netzwerk Schweiz unterstützt wird.

feelok beinhaltet 8 Dimensionen: Cannabiskonsum, Rauchen, Stress, Bewegung, Alkohol, Selbstvertrauen und Selbstwert, Liebe und Sexualität sowie Ernährung. Bei allen Dimensionen werden Informationen zu den entsprechenden Themen vermittelt. Bei den ersten fünf Programmen, nämlich das Cannabis-, das Rauch-, das Stress-, das Bewegungs- und das Alkoholprogramm wird neben den allgemeinen Informationen auch eine so genannte stufenspezifische Intervention angeboten, die vorwiegend auf dem Transtheoretischen Modell basiert: für Jugendliche, die das Problemverhalten (z.B. Rauchen) überwinden möchten, gibt das Programm konkrete Tipps, um das Ziel des Wunschverhaltens zu erreichen (z.B. Abstinenz). Bei den Unmotivierten untersucht feelok hingegen die Gründe dafür und versucht durch persönliche Rückmeldungen die Absicht zur Verhaltensänderung zu verstärken.

Informationen und persönliche Rückmeldungen werden auf verschiedene Weisen den Jugendlichen vermittelt: mit Texten, Tests, Spielen, Animationen, Diskussionsforen und weiteren interaktiven Elementen.

Bis Ende 2005 war das Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich für die Entwicklung, Implementierung, Erweiterung und Evaluation von feelok zuständig. Diese Zuständigkeit wurde im Jahr 2006 neu organisiert. Ab 2006 verwalten für ihre fachliche Kompetenz renommierte Institutionen bestimmte Programme bzw. Module von feelok selber und gewährleisten so die Qualität und Aktualität der Inhalte.

Durch die neue innovative multiinstitutionelle Verwaltungsorganisation wird Folgendes erreicht:

- Es soll sichergestellt werden, dass die Inhalte von feelok korrekt, aktuell und für Jugendliche angemessen sind.
- Die Schulen sollen für die Verwendung im Unterricht möglichst eine einzige internetbasierte Anwendung erhalten, in welcher die Themen aktuell und in vertrauter Form dargestellt sind.
- Die einzelnen Institutionen sollen gemäss ihren Ressourcen und Prioritäten die von ihnen selber erstellten oder verwalteten Programme bekannt machen. Von dieser Implementierungsarbeit (z.B. Beiträge in Newsletters, Zitierung des eigenen feelok-Programms in neuen Flyers/Broschüren, Link zum eigenen feelok-Programm in der Institutionswebsite, Vorstellung des eigenen feelok-Programms in Weiterbildungscurricula usw.) profitieren synergetisch alle Programme von feelok.
- Durch die dezentrale Verwaltung soll sichergestellt werden, dass feelok auch im Falle fehlender Ressourcen am ISPM weiter aufrechterhalten werden kann.

Folgende Institutionen sind für die entsprechenden feelok-Programme zuständig (siehe Abb. 1):

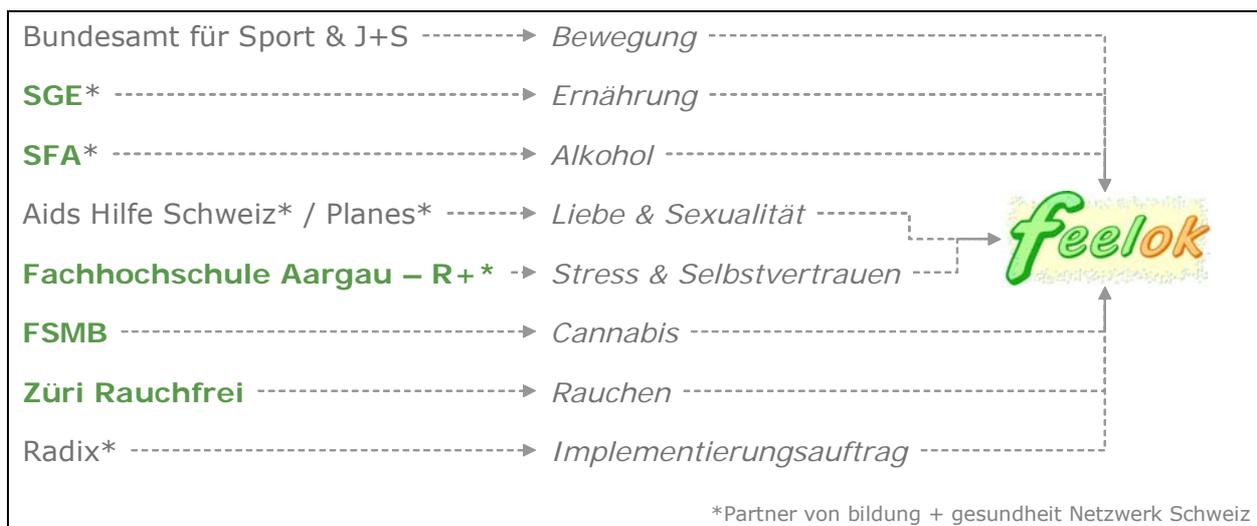


Abb. 1: Das Netzwerk von feelok gemäss multi-institutionellem Konzept (die Abkürzungen werden im nächsten Abschnitt erläutert).

Die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung (SGE), die Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme (SFA), Ressourcen Plus (R+), die Fachstelle Suchtprävention Mittelschulen und Berufsbildung Kt. ZH (FSMB) und Züri Rauchfrei haben sich zudem im Jahr 2006 bereit erklärt, die Zusammenarbeit schriftlich im Rahmen einer Vereinbarung festzulegen.

In feelok finden Sie fast alle relevanten Informationen, die das Projekt und das Programm betreffen. Wählen Sie die Adresse www.feelok.ch und klicken Sie auf „Infos über feelok“. Falls Sie mehr Informationen brauchen, können Sie mit der Projektleitung von feelok jederzeit Kontakt aufnehmen (info@feelok.ch).

4. Die Implementierungsstrategien von feelok

Zwischen einem Interventionsprogramm und einer bestimmten Zielgruppe besteht eine Kluft, die nur überwunden werden kann, wenn man mit geeigneten Massnahmen eine Brücke zwischen beiden Ufern aufbaut. Diese Massnahmen beeinflussen grundsätzlich, wer mit dem Interventionsprogramm in Kontakt kommen wird. Aus diesem Grund - bevor die Ergebnisse dargestellt werden, die das Profil der feelok-Besucher/innen verdeutlichen, - ist es wichtig zu erfahren, wie wir versucht haben, unsere Zielgruppe zu erreichen. Zu diesem Zweck wurden die unterschiedlichsten Implementierungsmassnahmen eingesetzt. Um die Lesbarkeit dieses Kapitels auf einem akzeptablen Niveau zu halten, werden die stattgefundenen Implementierungsstrategien nicht einzeln beschrieben, sondern 6 übergeordneten Kategorien zugeteilt.

Kategorie 1: Die Weiterbildung

Durch die direkte Arbeit mit feelok, können Lehrpersonen lernen, wie das Programm funktioniert und wie man es mit Schulklassen einsetzen kann. Dies wiederum reduziert die Berührungängste, die manchmal von einem unvertrauten Interventionsprogramm ausgelöst werden und steigert die Wahrscheinlichkeit, dass feelok tatsächlich im schulischen Setting Anwendung findet.

Stattgefundenen Implementierungsstrategien sind:

- Workshops in Schulen mit Lehrpersonen
- Workshops durch Weiterbildungsinstitutionen, wie ILEB oder PHZH, mit Lehrpersonen
- Workshops mit Beratern/innen (sie können dann in ihrer Fachstelle feelok verwenden)
- Weiterbildung von Multiplikatoren (meistens Berater/innen, die in Fachstellen tätig sind und Lehrpersonen). Die Multiplikatoren übernehmen dann die Aufgabe, andere Lehrpersonen in der Verwendung von feelok zu instruieren.

Kategorie 2: Werbungsmaterialien

Mit Werbungsmaterialien kann man Lehrpersonen und Jugendliche über die Existenz und Eigenschaften von feelok informieren.

Verwendete Werbungsmaterialien sind:

- Flyers und Broschüren für Lehrpersonen und für Jugendliche. Sie wurden immer gezielt eingesetzt, d.h. auf Anfrage gesendet oder durch Kontaktlehrpersonen verteilt.
- Posters für Lehrpersonen und für Jugendliche
- Pisspoint und Toilettenpapier. Sie sind Werbungsmaterialien, die man in der Toilette der Schule einsetzt. Jugendliche finden diese Strategien besonders ansprechend.

Kategorie 3: Netzwerke

Andere Projekte und Institutionen arbeiten mit den gleichen Multiplikatoren, im gleichen Setting und mit der gleichen Zielgruppe wie feelok. Durch diese bestehenden Kanäle besteht so die Möglichkeit, mit wenigen Ressourcen die Zielgruppe flächendeckend erreichen zu können.

Stattgefundenen Zusammenarbeiten sind:

- Zusammenarbeit mit anderen Projekten, wie „Experiment Nichtrauchen“, „147“, „Kits for Kids“. Durch diese Projekte konnte man in verschiedenen Formen Informationen über feelok weiterleiten.
- Zusammenarbeit mit Netzwerken, wie „bildung+gesundheit Netzwerk Schweiz“, „Styria Vitalis“ und „Anschub“. Netzwerke bestehen aus Institutionen, die ihre Kräfte vereinigen, um gemeinsam ein Ziel zu erreichen, wie z.B. die Anliegen der Gesundheitsförderung und Prävention in die Schule zu bringen. Die Verankerung von feelok in diesen Institutionen fördert die Verbreitung unserer Anwendung. Z.B. kann man mit einem gemeinsamen Newsletter, der auch Informationen über feelok beinhaltet, eine höhere Anzahl Schulen und politisch-strategisch relevante Institutionen erreichen, als wenn man versucht, die gleichen Settings allein anzusprechen.

- Integrierung von feelok in bestehende Institutionen. Das ISPMZ entwickelt die Programme von feelok mit diesen Institutionen, die für ihre Kompetenz in einem bestimmten Bereich renommiert sind. Diese Institutionen übernehmen dann die Aufgabe, die Inhalte zu aktualisieren, sowie auch - im Rahmen ihrer Möglichkeiten - das eigene feelok-Programm bekannt zu machen. Diese Strategie führt zu einer multi-institutionellen kumulativen Implementierungsleistung.

Kategorie 4: Medienarbeit

Anders als die Werbungsmaterialien, die vom feelok-Team produziert und gesteuert werden, ist die Medienarbeit schwieriger zu kontrollieren und findet häufig statt, ohne dass das Team informiert ist.

Dazu zählen Massnahmen wie:

- Die Verlinkung mit anderen schulischen und extra-schulischen Websites. Mit Suchmaschinen wie Google kann man untersuchen, welche Websites einen Link zu feelok gesetzt haben. Bis heute konnten Hunderte von Links so entdeckt werden.
- Veröffentlichung von Artikeln über feelok in schulischen und nicht schulischen Zeitschriften (Beobachter, Neue Zürcher Zeitung, Gesundheitssprechstunde, 20 Minuten...). Einige dieser Artikel wurden vom feelok-Team angeregt. Meistens werden sie aber veröffentlicht, ohne dass das Team vorher informiert wird.
- Veröffentlichung von Informationen über feelok in schulischen Medien (Go2Life, Tipfitt, CDs). Dabei handelt sich z.B. um Bücher, die Lehrpersonen bestellen und mit ihren Schulklassen einsetzen können.

Kategorie 5: Vorträge und Präsentationen

Im Rahmen internationaler und nationaler Anlässe besteht immer wieder die Möglichkeit, feelok vor einem grossen Publikum vorzustellen. Angesprochen werden meistens wissenschaftliche Mitarbeiter/innen, Lehrpersonen und Berater/innen, die in Fachstellen tätig sind.

Damit verbundene Massnahmen sind:

- Kapitelsversammlungen. Es handelt sich um obligatorische Veranstaltungen, die Lehrpersonen der Volksschule besuchen müssen. Häufig werden diese Veranstaltungen von 200-300 Lehrpersonen besucht, die so über feelok informiert werden können.
- Kongresse. Manche Kongresse werden vorwiegend von Lehrpersonen besucht, die aus verschiedenen Kantonen und anderen deutschsprachigen Ländern kommen. Auf diese Weise können Kongresse die überregionale Implementierung des Programms fördern.
- Tagungen. Im Rahmen von Tagungen finden manchmal Workshops über feelok oder Posterpräsentationen statt.
- Vorlesungen und Vorträge

Kategorie 6: Events und andere Massnahmen

Events sind Anlässe, bei denen es möglich ist, potentiell viele Personen in kurzer Zeit zu erreichen. Sie sind aber auch besonders zeit- und kostenintensiv (Personal, Standkosten usw.), deswegen werden Informationen über feelok im Rahmen dieser Events (mit oder ohne Laptops) normalerweise nicht vom Projektteam, sondern von Partnerorganisationen verteilt.

Bis heute stattgefunden Events sind:

- „Just do ICT“ der SFIB (Educa) an der WORLDDIDAC in Basel
- Science et cité - ETH
- Miss Züri-Wahl
- Preventa am Hauptbahnhof Zürich

5. Theoretische Überlegungen

Jeder Schritt betreffend Entwicklung, Implementierung und Evaluation von feelok wurde aufgrund theoretischer Überlegungen geleitet. Diese wiederum haben unsere Arbeit erheblich unterstützt.

Z.B. wurde die ganze Geschichte von feelok von einem Modell beeinflusst, aufgrund dessen man bestimmt hat, welche Evaluationen in welcher Phase des Projektes notwendig sind, um die Qualität und das Potential der Intervention zu optimieren. Dabei handelt es sich um das „sequentielle Evaluationskonzept“.

Und auch die Studie, die im Rahmen dieses Berichtes vorgestellt wird, basiert nicht nur auf dem Wunsch, die Besucher/innen von feelok besser kennen zu lernen, sondern auch auf der partiellen Beantwortung der Frage, ob eine der Grundbedingungen für eine wirksame Intervention, nämlich, dass die Zielgruppe erreicht wird, im Rahmen von feelok gegeben ist (mehr dazu ab Seite 19).

Beide Konzepte, nämlich das „sequentielle Evaluationskonzept“ und „das Inanspruchnahmesdreieck einer Intervention“ werden im Folgenden kurz erläutert.

Das sequentielle Evaluationskonzept

Im wissenschaftlichen Bereich ist häufig von zwei Evaluationen die Rede: die goldene Evaluation, nämlich die randomisierte Wirksamkeitsstudie und die „Beurteilungsevaluation“, im Rahmen deren die Studienteilnehmer/innen angeben können, wie zufrieden sie mit der Intervention sind.

Beide Interventionen sind sehr wichtig, aber auch andere Evaluationsformen sind ebenso von grossem Interesse, obwohl sie seltener erwähnt werden. Das sequentielle Evaluationskonzept versucht genau in diesem Bereich einen Beitrag zu leisten.

Das Modell, auf dem feelok basiert, beinhaltet folgende Entwicklungsschritte (siehe Abb. 2):

- a) Bevor ein Projekt gestartet wird, sollte man überprüfen, ob die Zielgruppe bzw. die Multiplikatoren, die den Zugang zur Zielgruppe ermöglichen, an der Intervention in einer bestimmten Form Interesse haben (Bedürfnisanalyse). Ebenso ist es sinnvoll, die Meinung und Erfahrung der Experten abzuholen, um zu wissen, ob sie die Intervention begrüßen und falls ja, welche Fehler man vermeiden bzw. welche Eigenschaften die Intervention haben sollte (Bedarfsanalyse).
Meinungen, die auf Fakten basieren, sind selbstverständlich die Wertvollsten. Deswegen ist besonders günstig, wenn man mit Projektleitern/innen diskutieren kann, die Teile der geplanten Intervention, z.B. in einer anderen Sprache, schon entwickelt, implementiert und evaluiert haben.

Die Bedarf- und Bedürfnisanalyse ist ein wichtiger Bestandteil eines Projektes; aber auch schwierig zu interpretieren. Wenn eine Intervention stark begrüsst wird, heisst das noch nicht, dass sie in ihrer Lancierungsphase Erfolg haben wird. Umgekehrt bedeutet ein lauwarmes Interesse für ein Projekt noch nicht unbedingt, dass es erfolglos bleiben wird. Trotzdem ist es sehr hilfreich die Zielgruppe und die Fachpersonen schon am Anfang des Projektslebens zu beteiligen. Aha-Erlebnisse und bestehende Erfahrungen können die Entwicklung eines Projektes in sehr positiver Weise beeinflussen.

- b) Falls eine Intervention sinnvoll und dafür die notwendige Finanzierung vorhanden ist, beginnt die Entwicklung einer ersten Mini-Version, die so genannte Pilotversion (= Entwurfversion) der geplanten Massnahme.

- c) So bald wie möglich empfiehlt sich dringend im Rahmen einer formativen Evaluation die Pilotversion zu testen. Empfehlenswert ist ebenso, dass die Pilotversion der Intervention am Anfang von einzelnen Personen (man bekommt so direkt persönliche ausführlichere Informationen) und dann in einem zweiten Schritt von kleinen Gruppen getestet wird. Formative Evaluationen zeigen wahrscheinlich immer oder fast immer die Notwendigkeit, bestimmte Grundüberlegungen und Eigenschaften der Intervention anzupassen. Sie geben aber auch erste Hinweise, ob man überhaupt auf dem richtigen Weg ist.
- d) Als Folge der formativen Evaluation wird die Intervention optimiert und ergänzt sowie womöglich wieder getestet.
- e) Nach der Optimierungsarbeit kommt die erfreuliche Phase der Lancierung. Die Intervention wird aufgrund verschiedener Strategien bekannt gemacht.
- f) Gleichzeitig ist als positiv zu betrachten, ob man mit einer begleitenden Evaluation (z.B. einen kurzen Fragebogen) weiterhin erfassen kann, welche Einstellung die Zielgruppe und die Multiplikatoren der Intervention gegenüber haben. Stolpersteine und Probleme, die man im Rahmen der formativen Evaluation nicht entdecken konnte, werden so manchmal bei grösseren Gruppen sichtbar.
- g) Wenig untersucht wird z.B. welche Implementierungsmassnahmen die Verbreitung einer Intervention fördern. Eine hoch wirksame Intervention nutzt wenig, wenn sie nur wenige Personen verwenden (Implementierungsevaluation). Deswegen ist es von Vorteil, wenn man verschiedene Massnahmen gleichzeitig einsetzt und man untersucht, welche Strategie das grösste Verbreitungspotential in einem bestimmten Setting nachweist.
- h) Ebenso wichtig ist es, zu wissen, ob die Intervention von der Zielgruppe in der realen Welt („im Feld“ wie man sagt) verwendet wird (Zielgruppen-Evaluation). Wenn z.B. eine Intervention den Anspruch hat, alle Jugendlichen zu erreichen, aber die statistischen Erhebungen zeigen, dass nur die Mädchen die entsprechenden Dienstleistungen in Anspruch nehmen, muss man zur Schlussfolgerung kommen, dass die Zielgruppe nur teilweise erreicht wurde.
- i) Und selbstverständlich ist eine randomisierte Wirksamkeitsstudie weiterhin eine zentrale Methodologie, um die Frage zu beantworten, inwiefern die Intervention unter bestimmten Bedingungen in einem bestimmten Setting bei einer definierten Zielgruppe wirkt.
- j) Irgendwann - z.B. wegen den Evaluationsergebnissen, oder auch weil sich die Gesellschaft ändert bzw. unser Wissen erweitert, - könnte es sich als notwendig erweisen, die Intervention anzupassen. Das ist wiederum eine wertvolle Gelegenheit zu untersuchen, wie die Umgestaltung einer Intervention zu einer Veränderung des Zielgruppenverhaltens führen kann.

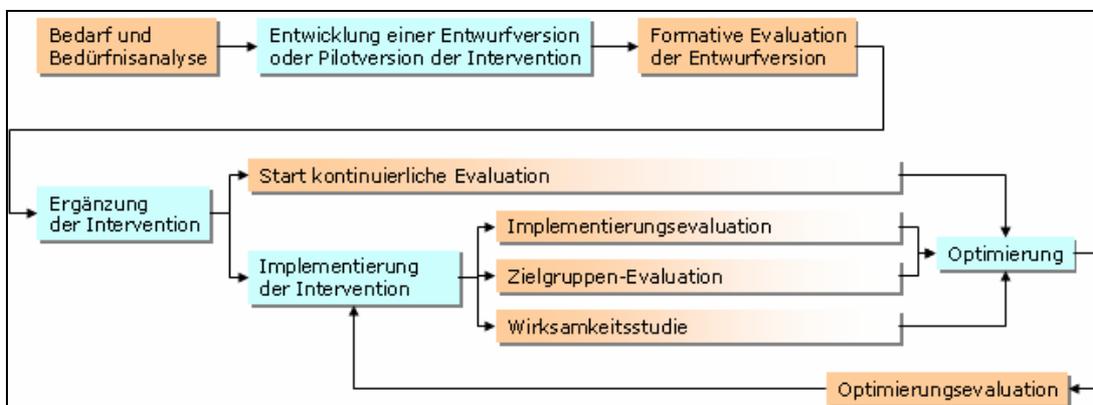


Abb. 2: Das sequentielle Evaluationskonzept von feelok. Evaluation ist ein Prozess. Verschiedene Elemente der Intervention müssen zu unterschiedlichen Zeiten getestet werden.

Das sequentielle Evaluationskonzept ist selbstverständlich eine drastische Vereinfachung und Schematisierung des Lebens eines Projektes. Nach Projektart kann es erheblich variieren oder andere Akzente können gesetzt werden. Zudem bestimmen natürlich noch ökonomische Überlegungen und die Prioritäten der einzelnen Personen sowie der tragenden Institutionen, wie weit man mit dem Evaluationsprozess fortfahren kann.

Das sequentielle Evaluationskonzept ist trotzdem meiner Meinung nach ein nützliches Orientierungsinstrument, um zu bestimmen, was man evaluieren und wie man die erfassten Befunde verwenden kann, um eine Intervention zu optimieren.

Das Inanspruchnahmesdreieck einer Intervention

Die theoretische Überlegung des Inanspruchnahmesdreieckes einer Intervention hat einen direkten Bezug zur Studie, die in diesem Bericht dargestellt wird und stellt eine Erweiterung des berühmten „Public Health Impact“ – Konzeptes dar. Der „Public Health Impact“ postuliert, dass eine Intervention auf Bevölkerungsebene einen spürbaren positiven Einfluss hat, wenn die Intervention eine gewisse nachweisbare Wirksamkeit hat und wenn viele Personen die Dienstleistungen dieser Intervention im Anspruch nehmen. Eine sehr wirksame Intervention, die nur von wenigen Personen in Anspruch genommen wird oder eine unwirksame Intervention, die von vielen Personen verwendet wird, wird kaum einen Impact auf Bevölkerungsebene haben.

Von diesen Überlegungen ausgehend haben wir das „Inanspruchnahmesdreieck einer Intervention“ postuliert, mit dem Ziel die Frage zu beantworten, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, so dass eine Intervention auf Bevölkerungsebene eine gewisse Chance hat, spürbare Effekte nachweisen zu können.

Das Dreieck lässt sich folgendermassen beschreiben (siehe Abb. 3):

a) Benutzerfreundlichkeit

Eine Intervention muss benutzerfreundlich sein. Mit anderen Worten muss das Interventionsprogramm (Internet, Broschüre, Buch...) oder das Interventionskonzept so aufgebaut werden, dass die Zielgruppe in der Lage ist, mit diesem Instrument umgehen bzw. die angebotene Dienstleistung auch tatsächlich beanspruchen zu können.

Die Bedeutung des Wortes „benutzerfreundlich“ ist sehr breit gefasst und schliesst alle Massnahmen ein, die man einsetzen kann, so dass eine Zielgruppe mit bestimmten Informationen und Dienstleistungen in Berührung kommt. Benutzerfreundlich sind z.B. Fachstellen, wenn die potentielle Zielgruppe weiss, dass sie existieren und wenn die Hemmschwelle für ihre Verwendung genügend tief ist.

Und benutzerfreundlich ist ein Internetprogramm, wenn z.B. die gewünschten Informationen schnell zu finden sind bzw. wenn die Zielgruppe über die technische Infrastruktur verfügt, die einen Internetzugang ermöglicht.

Die besten Informationen und Dienstleistungen nützen nichts, wenn die Ressourcen unbekannt sind oder in einer Form angeboten werden, welche die Zielgruppe nicht wahrnehmen kann oder will.

b) Priorität und Integrierbarkeit im Alltag

Eine Intervention hat eine erhöhte Chance wirksam zu sein, wenn ihre Inhalte und Dienstleistungen für die Zielgruppe (und nicht nur für die Fachpersonen) relevant sind.

Relevant sind die Informationen für die Zielgruppe erst, wenn sie eine Priorität darstellen. Jede Person hat eigene alltägliche Probleme und Anliegen, die einen Teil der Ressourcen mitschlucken. Wenn die Anliegen der Intervention sich in keiner Weise mit der Prioritätenliste der anvisierten Person überlappen, dann hat die beste Intervention kaum eine Chance - mindestens kurzfristig - einen Erfolg beweisen zu können. Und das ist ein

beachtliches Problem, das häufig unterschätzt wird. Fachpersonen sind von der Wichtigkeit und Aktualität ihrer Anliegen so überzeugt, dass sie manchmal vergessen, dass die Zielgruppe ganz andere Probleme haben könnte.

Relevant sind die Informationen und Dienstleistungen dann auch, wenn die erhaltenen Empfehlungen von der Zielgruppe als umsetzbar und im Alltag integrierbar erlebt werden. Unscharfe unklare oder unrealistische Ratschläge werden als „Lieb gemeint“ interpretiert. Sie werden aber nicht ernst genommen und schwächen wahrscheinlich die Inanspruchnahme der Intervention erheblich ab.

c) Erreichung der Zielgruppe

Wenn die Informationen und Dienstleistungen benutzerfreundlich sind und sie von der Zielgruppe potentiell als nützlich und relevant erlebt werden, muss die Intervention mindestens noch eine weitere Hürde bewältigen: sie muss die Zielgruppe überhaupt erreichen.

Die beste Intervention wird auf Bevölkerungsebene kaum einen wirksamen Effekt zeigen können, wenn die Zielgruppe davon nichts erfährt. Deswegen sind alle Evaluationen willkommen, die untersuchen, welche Implementierungsstrategien welchen Impact auf die Bekanntmachung und Verwendung einer Intervention haben.

Im Rahmen der Studie, die in diesem Bericht vorgestellt wird, haben wir uns die Frage gestellt, ob wir mit allen unseren Implementierungsstrategien schliesslich in der Lage waren, unsere Zielgruppe zu erreichen. Falls ja, heisst das noch nicht, dass feelok wirksam ist. Aber ein wichtiges Element, um wirksam zu sein, d.h. dass die Zielgruppe überhaupt im Feld erreicht wird, wäre so sichergestellt.

Die Ziele unserer Studien sind aber umfangreicher als die Beantwortung der Frage, ob wir mit feelok die Zielgruppe erreichen. Wir haben ebenso mit dieser Studie die Möglichkeit benutzt, unsere Besucher/innen besser kennen zu lernen und mehr Details darüber zu erfahren, wer jeden Tag in unserem Programm surft.

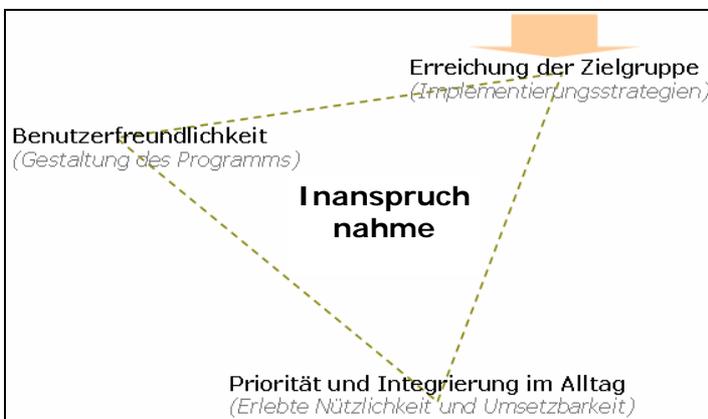


Abb. 3: Das Inanspruchnahmesdreieck einer Intervention. Es postuliert, dass eine Intervention eine verbesserte Chance hat, wirksam zu sein, wenn sie benutzerfreundlich ist (die Zielgruppe kann mit der Intervention umgehen), wenn die Informationen für die Zielgruppe eine Priorität darstellen und als umsetzbar beurteilt werden und wenn die Zielgruppe mit den Implementierungsmassnahmen erreicht werden kann. Diese Studie fokussiert vorwiegend den letzten Aspekt des Inanspruchnahmesdreiecks.

Teil II. Methodik

feelok wurde lanciert, breit bekannt gemacht und als Folge davon auch häufig benutzt. Die Besucher/innen hatten aber kein Gesicht und keine Eigenschaften. Wir wussten nur wie viele von ihnen in welchen Programmen gesurft hatten. Aber abgesehen davon waren sie mit einer undurchschaubaren „Black Box“, mit einer dunklen Schachtel vergleichbar.

Ein erstes globales Ziel dieser Studie war diese Schachtel zu öffnen und die Besucher/innen von feelok ideell zu treffen, um zu entdecken, wer sie sind, wo sie leben, wie sie feelok gefunden haben, ob sie das Internet für andere Zwecke verwenden, ob sie rauchen, kiffen, ob sie gestresst sind, ob sie Freunde haben, ob sie sich wohl fühlen... und was sie uns mitzuteilen haben.

Ein zweites mehr spezifisches Ziel unserer Studie war zu bestimmen, ob wir unsere Zielgruppe überhaupt erreicht haben. Sind unsere Besucher/innen junge Menschen? Wird das Programm sowohl von Knaben wie auch von Mädchen besucht? Wird das Programm in den Schulen eingesetzt? Alle diese Fragen waren für uns von zentraler Bedeutung, um zu erfahren, ob unsere Implementierungsmassnahmen erfolgreich waren oder nicht.



Insgesamt untersuchten wir mit unserer Studie 11 Fragestellungen. Im Kap.6 wird die dazu verwendete Methodologie der gestapelten Umfrage kurz erläutert. Anschliessend werden die Fragestellungen auf einen Blick aufgelistet und deren Ziele kurz beschrieben. Daraus folgend wird die erste Fragestellung beantwortet, nämlich ob eine gestapelte Umfrage eine geeignete Methode ist, um das Profil der feelok-Benutzer/innen zu erfassen. Im Kap.9 werden dann die Massnahmen beschrieben, mit denen man die Aussagekraft der Befunde gesteigert hat. Wichtige potentielle Stolpersteine einer internetbasierten bzw. einer gestapelten Umfrage werden im nachfolgenden Kapitel kurz angesprochen. Daraus folgend werden die Hinweise präsentiert, die für die Qualität der Daten der feelok-Umfrage sprechen, und von der SMASH-Studie ermöglicht wurden. In den letzten zwei Kapiteln wird erläutert, wie die Ergebnisse dargestellt werden und anschliessend aufgrund welcher Kriterien es sich empfiehlt, sie zu interpretieren.

6. Die gestapelte Umfrage



Es stellte sich die Frage, wie man mehr über die Eigenschaften der Besucher/innen erfahren kann. Nahe liegend ist, dass man diese Aufgabe nur mit einem Fragebogen lösen kann. Auf der Startseite von feelok hätten wir 40-50 Fragen stellen können und gehofft, dass eine hohe Anzahl von Besuchern/innen sich Zeit genommen hätte, um die Fragen zu beantworten.

Und das war genau der kritische Punkt. Wie viele Personen hätten sich Mühe gegeben, 5-10 Minuten zu investieren, um ohne Gegenleistung unseren Fragebogen auszufüllen? Vielleicht 1% aller Besuche oder sogar weniger. Eine solche Rücklaufquote hätte dazu geführt, dass die Ergebnisse unbrauchbar gewesen wären: die Beantwortenden wären eine so spezielle ausgewählte Untergruppe gewesen, dass wir weiterhin keine Ahnung gehabt hätten, wer wirklich feelok besucht.

Und so entschieden wir uns eine neue Methode zu verwenden, die der gestapelten Umfrage: anstelle einer einzigen Umfrage mit einem langen Fragebogen, haben wir 18 Umfragen mit einem kurzen Fragebogen durchgeführt. Drei Fragen waren für jede Umfrage gleich:

- Dein Alter
- Geschlecht
- Stimmen deine Antworten?

1 bis 3 weitere Fragen wurden alle 1 bis 2 Wochen gewechselt. Im Beispiel der Abb. 4 waren die drei Zusatzfragen:

- Wie häufig hast du schon feelok besucht?
- Wie häufig warst du in den letzten 30 Tagen im Internet?
- Wie viel Zeit verbringst du an den Tagen, an denen du ins Internet gehst, durchschnittlich im Internet?

Mit der gestapelten Umfrage brauchte man nur wenige Sekunden um die Fragen zu beantworten und da das Formular kurz war, war es auch nicht notwendig vertikal zu scrollen, um die nachfolgenden Fragen zu lesen. Dies hat wahrscheinlich die Bereitschaft der Besucher/innen erhöht, uns ihre Antworten zu mitteilen.

Abb. 4: Umfrage, die für die Besucher/innen zwischen dem 17. Januar und dem 30. Januar 2005 zugänglich war. Insgesamt 656 Personen (Rücklaufquote: 11.8%) haben diese Fragen beantwortet. Mehr Details ab Seite 147.

Zuerst wurde der Fragebogen vollständig entwickelt und dann begann die gestapelte Umfrage (September 2004). Insgesamt beinhaltete der Fragebogen 46 Items. Der vollständige Fragebogen inklusive die Beschreibung der Verteilung der Items auf die 18 Umfragen und die Information über den Zeitraum, wann die einzelnen Umfragen stattgefunden haben, kann im Anhang gelesen werden.

Mit den ersten 4 Umfragen beabsichtigte man zu untersuchen, ob die gestapelte Umfrage überhaupt eine anwendbare Methodologie war, um Daten via Internet zu erheben. Es war nicht auszuschliessen, dass die Fragen unkorrekt beantwortet werden oder dass die Besucher/innen sich während der Zeit in ihrer soziodemographischen Zusammensetzung so dramatisch ändern, dass man keine stabilen Werte erheben kann.

Wegen den ersten erfreulichen Ergebnissen, die in diesem methodologischen Teil beschrieben werden, wurde die Entscheidung getroffen, die gestapelte Umfrage fortzusetzen. Die 5. Umfrage begann ab 3. November 2004 und die Letzte endete am 23. September 2005.

7. Fragestellungen

Im Folgenden werden in der ersten Spalte der Tabelle die 11 Fragestellungen und die dazu gehörenden Ziele in Kürze erläutert. Die Items, die die Beantwortung der entsprechenden Fragestellungen ermöglicht haben, werden in der zweiten Spalte aufgelistet (*Item Nr.*). Alle Items können im Anhang ab Seite 118 gelesen werden. Die dritte Spalte zeigt ab welchen Seiten im Ergebnisteil die jeweiligen Resultate dargestellt werden (*Results*).

Fragestellungen	Item Nr.	Results
<p>1. Methodologische Fragestellung Kann man die Methode der gestapelten Umfrage einsetzen, um Daten über das Benutzerprofil zu sammeln? <u>Ziel</u> Bestimmen, ob es sinnvoll ist, mit dieser Methode die Umfrage fortzusetzen</p>	1-4, 13, 26	S.24
<p>2. SES der Besucher/innen Welche soziodemographischen Eigenschaften haben die feelok-Besucher/innen? <u>Ziel</u> Bestimmen, ob die deklarierte Zielgruppe von feelok erreicht wird</p>	4, 12, 18, 37 und 38 (bmi)	S.47
<p>3. Erfolgreiche Implementierungsstrategien, Setting und Wiederbenutzung von feelok Durch welche Kanäle, aus welchem Grund und in welchem Setting wurde feelok gefunden und wie häufig wird das Interventionsprogramm von den gleichen Personen besucht? <u>Ziel</u> Bestimmen, welche Implementierungsstrategien besonders erfolgreich sind, welche Beweggründe zur Verwendung des Programms führen und ob die Besucher/innen feelok erneut besucht</p>	5, 6,7, 11	S.56
<p>4. Allgemeines Internetverhalten der feelok-Besucher/innen Wie häufig, wie lang und warum surfen die feelok-Besucher/innen im Internet? <u>Ziel</u> Bestimmen, wie verbreitet das Internetverhalten bei den Besuchern/innen ist und für welche Zwecke das Internet verwendet wird</p>	8, 9,10	S.64
<p>5. Interessen der feelok-Besucher/innen Für welche Themen und Dienstleistungen von feelok interessieren sich die Besucher/innen unserer Intervention? <u>Ziel</u> Bestimmen, ob die Themen, die in feelok behandelt werden, für die Zielgruppe (von ihrer Sichtweise) relevant sind</p>	13, 26	S.68
<p>6. Die Lehrpersonen und feelok Wie gehen Lehrpersonen mit feelok um, wenn sie das Programm mit Schulklassen einsetzen? <u>Ziel</u> Erfahren, ob die Lehrpersonen im Rahmen von feelok das Thema den Schulklassen vorschreiben (und falls ja, welches) und ob die Arbeitsblätter eingesetzt werden</p>	15, 16	S.71

7. Gesundheitsbezogene Themen (Fokus: Programme von feelok - Version 2) Werden die Untergruppen erreicht, an welche sich die aktuellen feelok-Programme richten? ² <u>Ziel</u> Erfahren, ob Raucher/innen, Kiffer/innen und gestresste Jugendliche mit feelok erreicht werden können	17, 19 20,21- 23, 27- 30	S.77
8. Bedarfsanalyse für neue Themen Mit welchen anderen gesundheitsrelevanten Dimensionen sollte feelok noch ergänzt werden? <u>Ziel</u> Bestimmen, ob Bedarf für neue feelok-Programme besteht, z.B. ein Bewegungsprogramm, ein Unfallverhütungsprogramm, ein Programm zur Vorbeugung von Gewalt und delinquentes Verhalten, ein Programm im Bereich Suizidprävention...	14,24, 25, 32, 33, 34, 35, 36, 39, 40, 43	S.88
9. Liebe und Sexualität Wie kann man das Sexualverhalten der feelok-Besucher/innen ausgewählter Themen beschreiben? <u>Ziel</u> Erfahren, ob die feelok-Besucher/innen schon sexuelle Kontakte haben, ob sie eine/n Partner/in haben bzw. ob sie Präservative verwenden	41, 44, 45	S.105
10. Beteiligung der Besucher/innen im Design-Entwicklungsprozess von feelok Ziehen die Besucher/innen Comics oder Photos als Darstellungsmöglichkeit der feelok-Themen vor? Welchem Künstler möchten die Besucher/innen den Auftrag geben, die Bilder des Bewegungsprogramms zu zeichnen? <u>Ziel</u> Bestimmen, wie die graphische Gestaltung von feelok aussehen sollte	Umfrage 7 und Item 42	S.110
11. Eine Rückmeldung für die Präventionsleute Was haben die Besucher/innen von feelok den Präventionsleuten mitzuteilen? <u>Ziel</u> Die Mitteilungen der feelok-Besucher/innen erfassen	46	S.113

8. Fragestellung 1: ist eine gestapelte Umfrage eine geeignete Methode, um das Profil der feelok-Benutzer/innen zu erfassen?

Um diese Frage zu beantworten, muss man die Kriterien einer sinnvollen Umfrage bestimmen. Aufgrund dieser Kriterien kann man dann entscheiden, ob die gestapelte Umfrage eine akzeptable Methode ist, um Daten zu erheben.

² Die aktuellen Programme waren diese der Version 2 (u. a. das Rauch-, Stress- und Cannabisprogramm)

Kriterium 1: ist die Rücklaufquote genügend gross?

Unsere Daten zeigen, dass 9% bis 18%³ der Besucher/innen, die sich auf der Startseite befanden, die Items der gestapelten Umfragen beantwortet haben (siehe Abb. 5). Es gibt zwischen den einzelnen Umfragen leichte Schwankungen.

Zwischen Umfrage 3 und Umfrage 6 hatte der Fragebogen die Startseite ersetzt, anders ausgedrückt wurde die thematische Navigationsleiste entfernt - was die höhere Rücklaufquote erklärt. Zuerst wurden die Items der Umfrage beantwortet und dann haben die Besucher/innen automatisch die Startseite von feelok erreicht. Von der Startseite ausgehend war dann möglich, zu allen Themen von feelok zu gelangen. Der Nachteil dieser Methode war aber, dass bis zu 25 % der Besucher/innen auf diese Weise verloren ging, da sie den Weg von der Umfrage zur Startseite von feelok nicht fanden oder suchten. Deswegen entschieden wir uns für die nachfolgenden Umfragen eine andere Methode zu verwenden.

Bei allen anderen Umfragen befand sich der Fragebogen auf der rechten Seite des Bildschirms. Die Navigationsleiste von feelok war aber auf der linken Seite des Bildschirmes jederzeit zugänglich, was dazu geführt hat, dass ein höherer Anteil der Besucher/innen in feelok weiter gesurft hat, ohne die Fragen zu beantworten.

Ist diese Rücklaufquote befriedigend? Im Vergleich zu einer telefonischen Umfrage wahrscheinlich nicht. Aber in diesem Fall sprechen wir von einem internetbasierten Fragebogen, den die Besucher/innen ohne jegliche negative Konsequenz ignorieren können. Es ist etwa wie wenn man einen Evaluationsbogen an der Eingangstür eines Einkaufszentrums lassen würde. Wie viele Personen wären überhaupt bereit, spontan den Evaluationsbogen auszufüllen? Wahrscheinlich sehr wenige.

Wenn man bedenkt, dass es sich bei unserer Umfrage um ein Fragebogen handelt, der ebenso spontan beantwortet, aber auch problemlos ignoriert werden konnte, beurteilen wir die erreichte Rücklaufquote als zufrieden stellend.

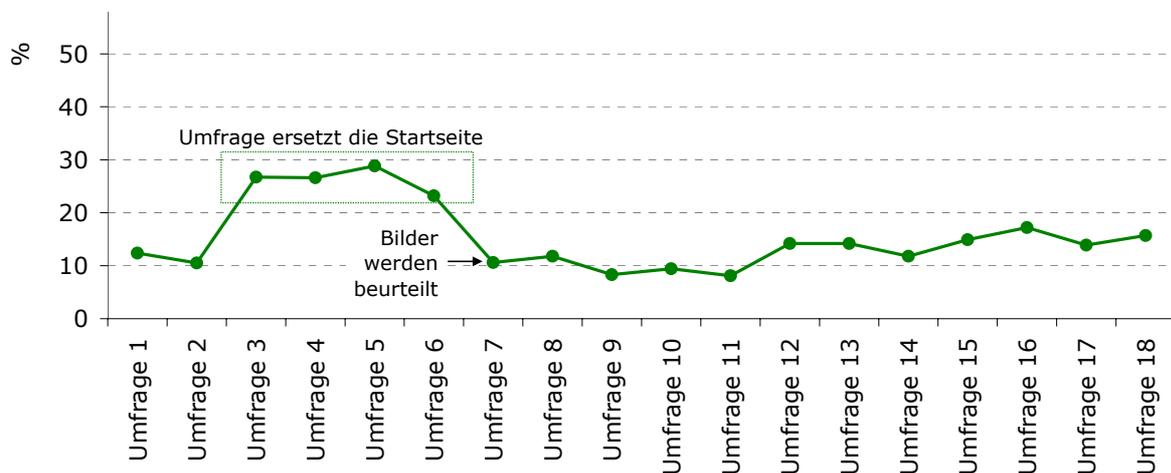


Abb. 5: Rücklaufquote von 18 Umfragen ohne Ausschlusskriterien⁴. Die Umfragen 3 bis 6 haben eine bessere Rücklaufquote, weil der Fragebogen die Startseite von feelok ersetzte (die thematische Navigationsleiste war nicht zugänglich). Der Nachteil war aber, dass bis zu 25 % der Besucher/innen auf dieser Weise verloren ging. Umfrage 7 war speziell, weil die Besucher/innen die Möglichkeit hatten, 8 Bilder zu beurteilen. Aufgrund dieser Evaluation haben wir dann einem Zeichner, den Auftrag vermittelt, die Illustrationen des neuen Bewegungsprogramms von feelok zu gestalten. Die Umfragen 7 bis 18 sind in Struktur, Logik und Positionierung in feelok vergleichbar (N=11'846)

³ Ab Umfrage 7

⁴ Mehr über die Ausschlusskriterien im Kap. 9

Kriterium 2: sind die Eigenschaften der Zielgruppe genügend stabil?

Wenn sich die soziodemographischen Eigenschaften der Besucher/innen mit der Zeit stark ändern, z.B. wenn diese Woche vor allem 10-Jährige und nächste Woche vorwiegend 40-Jährige das Programm besuchen, kann man kaum mehr allgemeingültige Aussagen über die Besucher/innen machen. Jede Umfrage wäre eine Momentaufnahme, die wahrscheinlich in wenigen Tagen oder Wochen den Stand der Dinge nicht mehr korrekt wiedergeben würde.

Um das Kriterium 2 zu überprüfen, haben wir untersucht, inwiefern sich die Geschlechts- und Alterszusammensetzung der Studienteilnehmer/innen mit der Zeit ändert.

Abb. 6 zeigt, dass bis zur 15. Umfrage das Programm häufiger von Mädchen als von Knaben besucht wurde. Mit der 16. Umfrage hat sich die Verteilung umgepolzt.

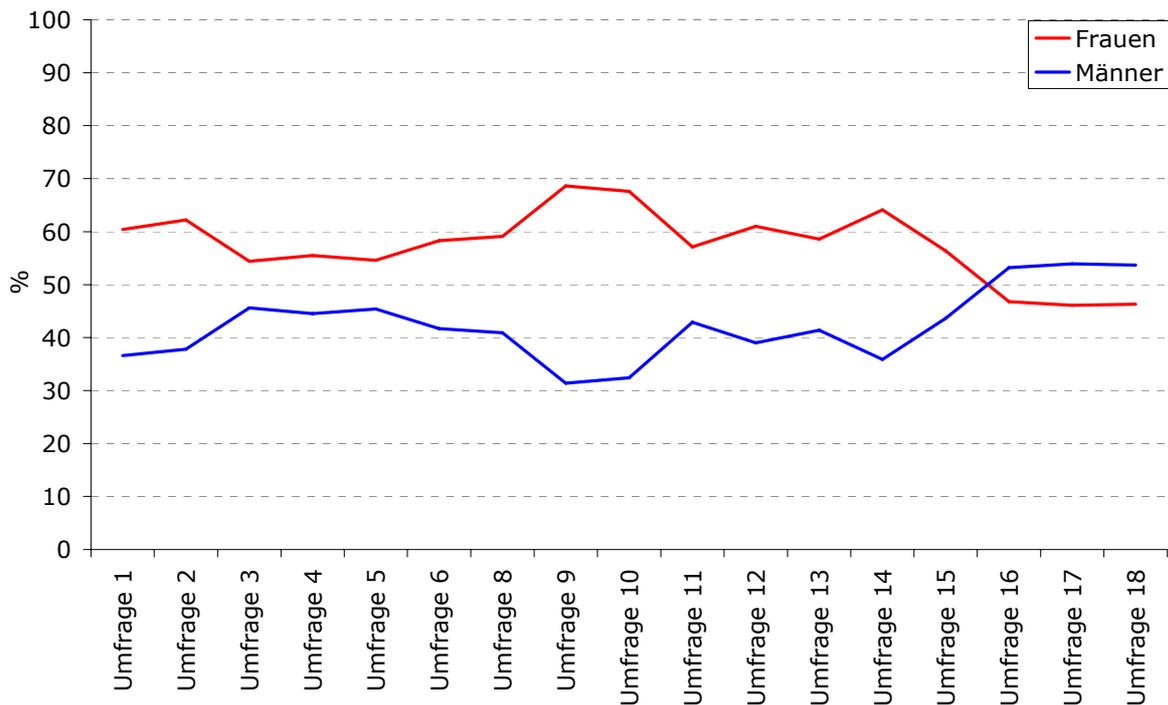


Abb. 6: Verteilung des prozentualen Anteiles von Frauen und Männern in den 18 Umfragen der feelok-Studie. Es werden nur die Daten der 10-19-Jährigen gezeigt, die nach Überprüfung der Ausschlusskriterien geblieben sind (N=7'949). Die Ergebnisse zeigen, dass in fast allen Umfragen mehr Frauen als Männer die Fragen beantwortet haben. Aus unbekanntem Gründen hat sich die Situation ab Umfrage 16 geändert. Die Daten sprechen trotzdem für eine gewisse Stabilität der Geschlechterverteilung in den 18 Stichproben zwischen September 2004 und Juni 2005 (die 19. Umfrage, die zwischen Juni und September 2005 stattgefunden hat, ist speziell und sie wird in dieser und folgenden Abbildungen nicht erwähnt. Mehr über die 19. Umfrage ab S. 113)

Abb. 7 zeigt, dass die Fragen jedes Mal von etwa gleich vielen 14 und 15-Jährigen beantwortet wurden (Ausnahme: Umfrage 16).

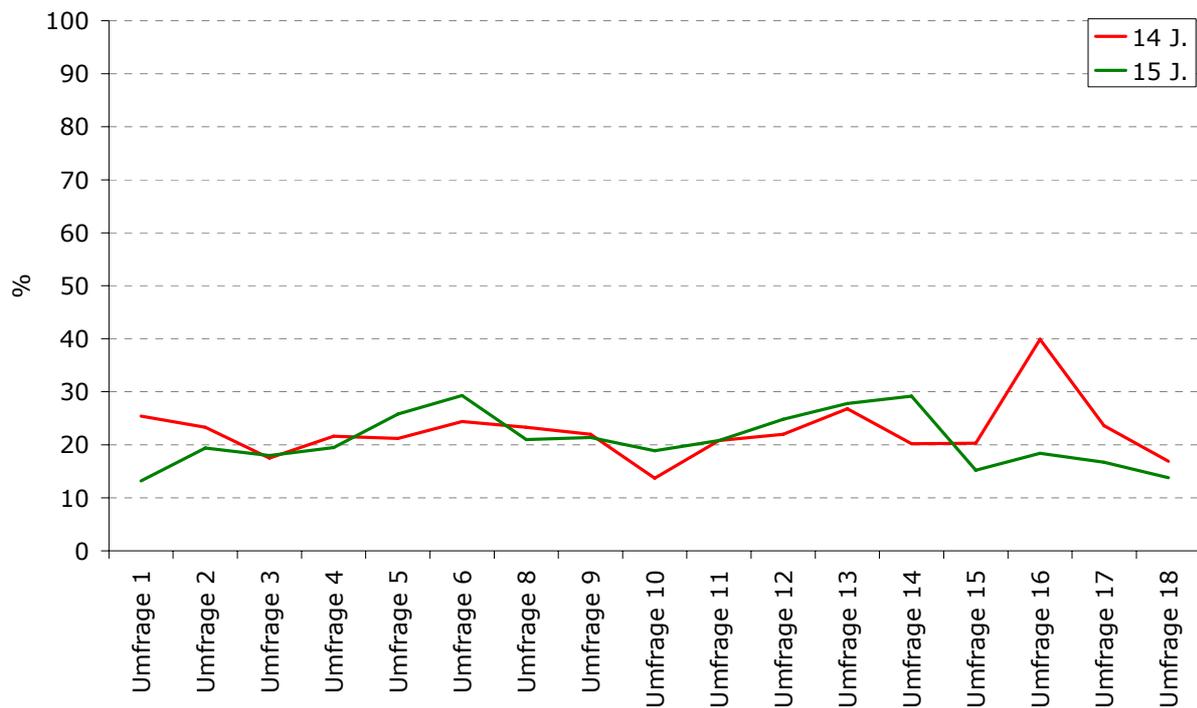


Abb. 7: Verteilung des prozentualen Anteiles der 14- und 15-Jährigen in den 18 Umfragen der feelok-Studie. Es werden nur die Daten von jenen gezeigt, die nach Überprüfung der Ausschlusskriterien geblieben sind (N=3'551). Die Ergebnisse zeigen, dass in fast allen Umfragen eine vergleichbare Anzahl von 14- und 15-Jährigen die Fragen beantwortet haben. Die Daten sprechen für eine gewisse Stabilität der Altersverteilung in den 18 Stichproben zwischen September 2004 und Juni 2005.

Auch Abb. 8 zeigt eine gewisse Stabilität der Zusammensetzung der Studienteilnehmer/innen. In allen Umfragen war eine höhere Anzahl 14-Jähriger als 13-Jähriger zu verzeichnen (Ausnahmen: Umfragen 10 und 17).

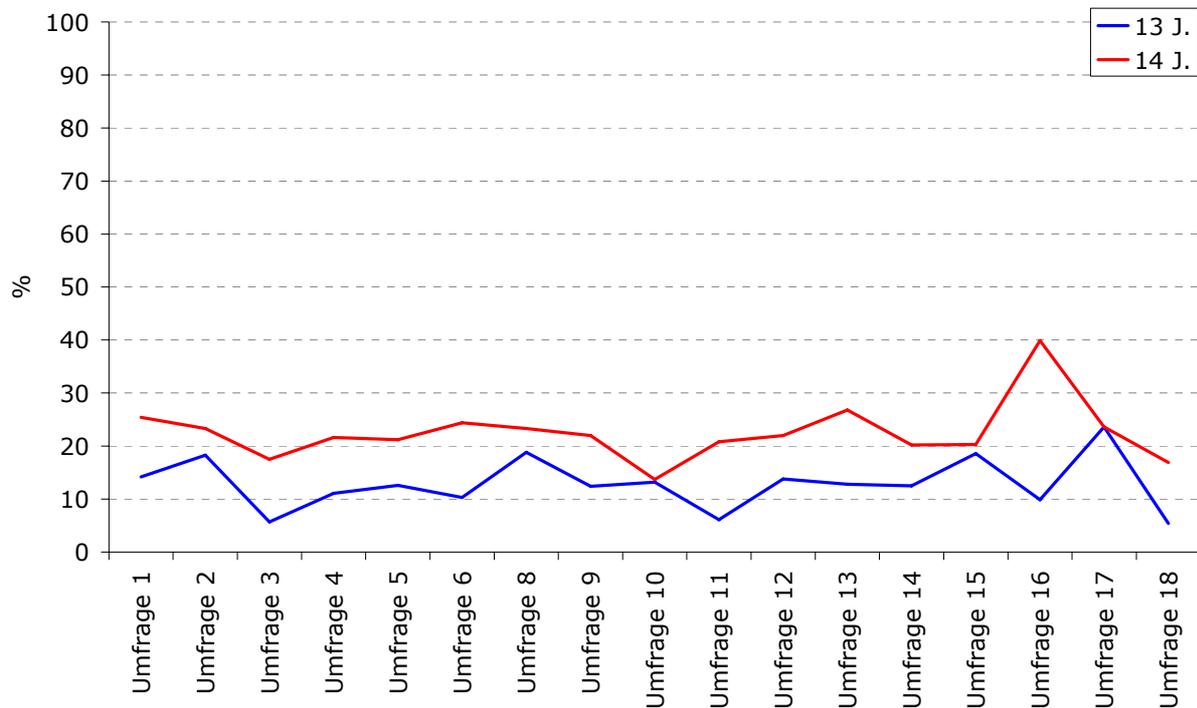


Abb. 8: Verteilung des prozentualen Anteiles der 13- und 14-Jährigen in den 18 Umfragen der feelok-Studie. Es werden nur die Daten von jenen gezeigt, die nach Überprüfung der Ausschlusskriterien geblieben sind (N=2'805). Die Ergebnisse zeigen, dass in fast allen Umfragen eine vergleichbare Anzahl von 13- und 14-Jährigen die Fragen beantwortet haben. Die Daten sprechen für eine gewisse Stabilität der Altersverteilung in den 18 Stichproben zwischen September 2004 und Juni 2005.

Fazit: Bedenkt man, dass sich die Umfragen fast auf ein ganzes Jahr verteilen, erscheinen die Eigenschaften der Besucher/innen betreffend Geschlecht und Alter erstaunlich stabil. Zwar gibt es Schwankungen, die zeigen, dass die Internetbevölkerung in Bewegung ist, aber unserer Meinung nach, sind diese Schwankungen nicht genügend ausgeprägt, um auf die gestapelte Umfrage zu verzichten.

Kriterium 3: Bestimmt die Rücklaufquote die Art der Antworten?

Abb. 5 beweist, dass die Entfernung der Navigationsleiste auf der Startseite von feelok während der Umfrage⁵ zu einer höheren Rücklaufquote führt, als wenn der Fragebogen neben der Navigationsleiste zugänglich ist.

Entsprechend bot sich die Möglichkeit an zu untersuchen, welche Auswirkung die Rücklaufquote auf die Beantwortung der Fragen hat.

Gemeinsam hatten die Umfragen 1 bis 5 folgende Frage: "Wo lebst du?" sowie die SES-Items. Die Rücklaufquote war aber unterschiedlich: bei den Umfragen 1 und 2 war sie bis fast 1/3 tiefer⁶ als bei den Umfragen 3 bis 5. Somit konnte man untersuchen, ob diese Frage im Laufe der fünf Umfragen anders beantwortet wurde.

Dies traf teilweise zu (Abb. 9): die Frage über die Nationalität wurde häufiger von Leuten aus Deutschland und seltener von jenen aus der Schweiz beantwortet, wenn die Rücklaufquote höher war. Allerdings sind die Unterschiede nicht sehr gross und sie ändern die Interpretation der Ergebnisse nicht: feelok wurde damals als die Umfrage stattfand vorwiegend von Personen aus der Schweiz, in kleinerem Umfang von jenen aus Deutschland und in minimalen Umfang von jenen aus Österreich besucht.

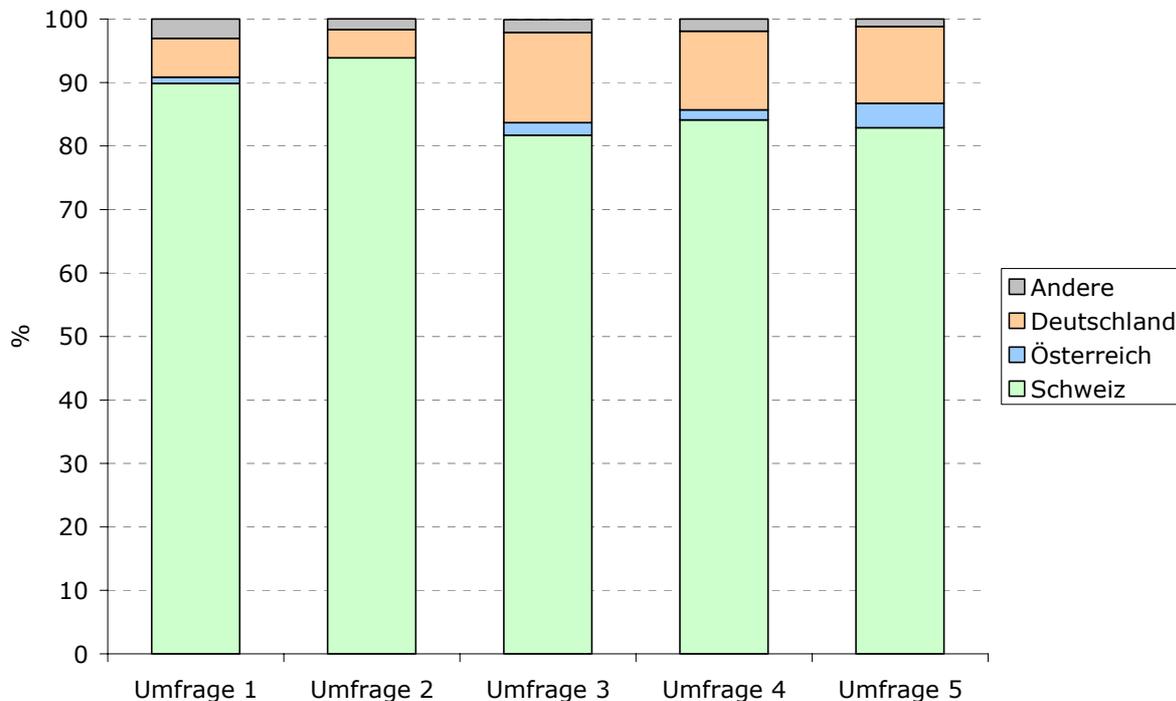


Abb. 9: Antworten auf die Frage „In welchem Land lebst du?“ von den 10-19-Jährigen, die nach Überprüfung der Ausschlusskriterien geblieben sind (N=2'269). Die Frage wurde in 5 Umfragen gestellt, um zu überprüfen, ob die Rücklaufquote einen Einfluss auf die angegebene Antwort hat. Das ist in beschränktem Mass der Fall.

⁵ Das war der Fall zwischen Umfrage 3 und Umfrage 6.

⁶ Die Rücklaufquote war tiefer, weil der Fragebogen sich auf der rechten Seite des Bildschirms befand. Auf der linken Seite war aber die thematische Navigationsleiste weiterhin zugänglich. Ein Teil der feelok-Besucher/innen hat so bevorzugt, weiter in feelok zu surfen anstatt die Fragen zu beantworten.

Grundsätzlich ist eine höhere Rücklaufquote immer besser als eine tiefere Rücklaufquote. Es stellt sich deswegen die Frage, warum wir nicht weiterhin die thematische Navigationsleiste entfernt haben, um die Rücklaufquote zu optimieren. Diese Massnahme führte immerhin dazu, dass fast 30% von jenen, die den Fragebogen sahen, seine Fragen beantworteten.

Leider hatte die höhere Rücklaufquote der oben erwähnten Methode auch Nachteile: als die thematische Navigationsleiste entfernt wurde, entschieden rund 25% der Besucher/innen sofort zu verlassen. Was auch zu erwarten ist: die jungen Menschen suchen schnell, um bestimmte Informationen abzuholen. Stattdessen werden sie eingeladen, einen Fragebogen zu beantworten.

Das ist ein spannendes Beispiel, das ein alt bekanntes Problem verdeutlicht, nämlich wie die Bedürfnisse der Wissenschaftlichkeit (*Maximierung der Rücklaufquote*) und der Benutzerfreundlichkeit (*so schnell wie möglich die relevanten Informationen finden*) in Konflikt geraten können. Unserer Meinung nach waren die Unterschiede der Antworten zwischen den Umfragen 1 bis 5 nicht genügend gravierend, um einen Verlust von 25% der Besuche zu gerechtfertigen.

Kriterium 4: Werden gleiche Fragen in verschiedenen Umfragen ähnlich beantwortet?

Um dieses Kriterium ansatzweise zu überprüfen, haben wir eine Frage, nämlich „Welche Themen von feelok interessieren dich?“ zwei Mal gestellt (in der Umfrage 10 und 13). Dann haben wir die Ergebnisse nach Alterskategorien und Geschlecht getrennt untersucht.

Abb. 10 zeigt die Ergebnisse der 15-19-Jährigen (*bei denen die Unterschiede zwischen den zwei Gruppen grösser als bei den anderen Vergleichen sind*). Wenn man einen Toleranzwert von 10% nimmt, dann kommt man zur Schlussfolgerung, dass es bei 8 von 9 vorgegebenen Antworten keine bemerkenswerten Unterschiede zwischen den Ergebnissen der zwei Umfragen gibt (zwei Antworten liegen im Grenzbereich von den 10 %). Nur bei einer Antwort, nämlich „Selbstvertrauen“, muss man klar anerkennen, dass die zwei Umfragen zwei unterschiedliche Ergebnisse produziert haben (Unterschied deutlich grösser als 10%).

Die Interpretation der Ergebnisse ist für beide Umfragen ebenso vergleichbar. Die Umfrage 10 zeigt, dass sich die Jugendlichen für folgende Themen in dieser Sequenz interessieren: „Liebe und Sexualität“, „Selbstvertrauen“, „Kiffen“, „Stress“, „Rauchen“, „Spiele“, „Videos“, „Infos über Internet“ und „Diskussionsforen“. Und die Umfrage 13 zeigt fast die gleiche Sequenz (*nur die Themen „Stress“ und „Kiffen“ bzw. „Diskussionsforen“ und „Infos über Internet“ sind vertauscht*): „Liebe und Sexualität“, „Selbstvertrauen“, „Stress“, „Kiffen“, „Rauchen“, „Spiele“, „Videos“, „Diskussionsforen“ und „Infos über Internet“.

Es gibt somit Hinweise, die zeigen, dass gleiche Fragen ähnlich beantwortet werden, wenn sie in unterschiedlichen Umfragen gestellt werden.

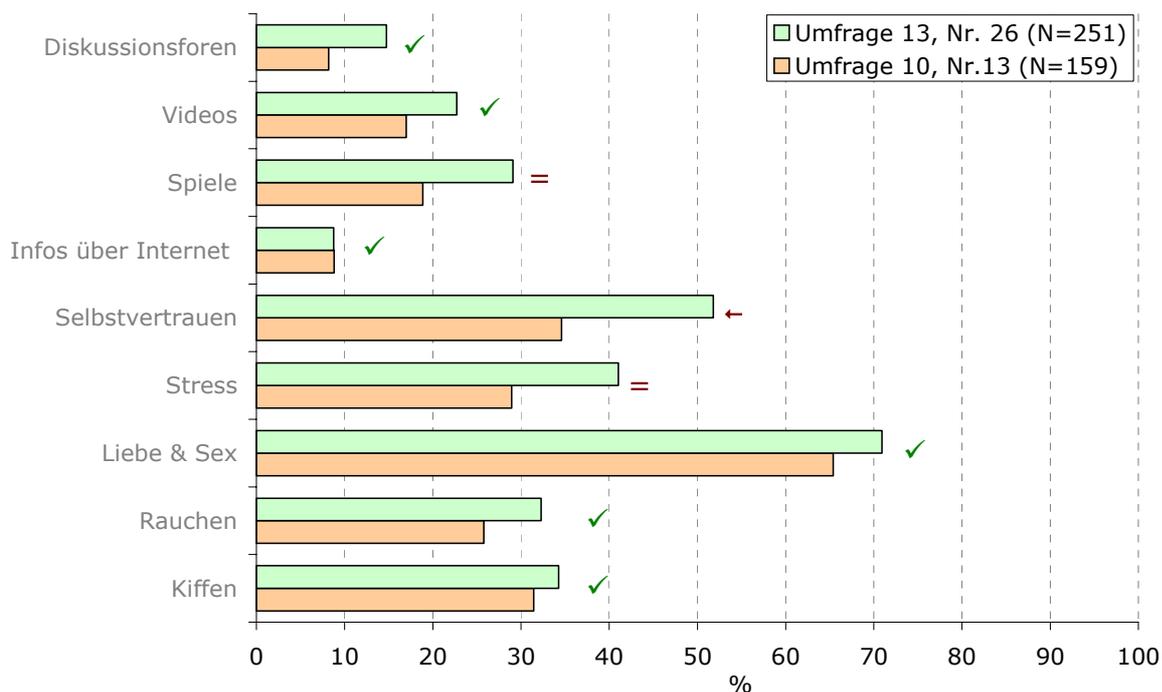


Abb. 10: Antworten auf die Frage „Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich? (Du kannst auf mehrere Antworten klicken)“ der 15-19-Jährigen, die nach Überprüfung der Ausschlusskriterien geblieben sind. Die Frage wurde in 2 Umfragen gestellt, um zu untersuchen, ob die Ergebnisse vergleichbar sind. Das ist zum grossen Teil der Fall. Nur die Antwort „Selbstvertrauen“ zeigt eine bemerkenswerte Diskrepanz (Unterschied zwischen den zwei Umfragen grösser als 10%). Zur Bedeutung der Zeichen: „✓“ heisst „Unterschied kleiner als 10%“; „=“ bedeutet „Unterschied rund 10%“; „←“ heisst „Unterschied deutlich grösser als 10%“.

Fazit: Die gestapelte Umfrage ist zwar keine einwandfreie Lösung für die internetbasierte Datenerhebung, sie zeigt aber auch interessante Eigenschaften, die für die Verwendung dieser Methode sprechen: die Rücklaufquote ist zufrieden stellend und ermöglicht eine vorsichtige Verallgemeinerung der Ergebnisse für die Grundgesamtheit der feelok-Besucher/innen, die Zielgruppe scheint im Laufe der Zeit durch die verschiedenen Datenerhebungen ziemlich homogen zu bleiben, die Rücklaufquote bzw. die Position des Fragebogens haben keine dramatischen Auswirkungen auf die Ergebnisse und falls ein Item in verschiedenen Umfragen verwendet wird, kommt man zu ähnlichen Schlussfolgerungen.

9. Strategien zur Optimierung der Aussagekraft der Befunde

Die Fragen, die sich auf der Startseite von feelok befanden, konnten von allen beantwortet werden. Dabei gab es sicher auch jene, die den Fragebogen spielerisch ausgefüllt haben, z.B. um zu testen, ob feelok am Ende eine persönliche Rückmeldung gibt (was nicht der Fall war) oder absichtlich die Fragen falsch ausfüllten, weil es Spass machte (z.B. mit Freunden im Computerraum einer Schule).

Um diesem Problem entgegen zu wirken, haben wir eine Reihe von Massnahmen entwickelt:

Massnahme 1: Stimmen deine Antworten?

Die erste Massnahme, die wir eingesetzt haben, um die Qualität der erhobenen Daten zu verbessern, war trivial: wir haben die Besucher/innen gefragt, ob ihre Antworten korrekt sind. So haben wir den Beantwortenden die Möglichkeit gegeben, sich selbst von der weiteren Datenanalyse auszuschliessen.

Wie Abb. 11 zeigt, haben fast alle Studienteilnehmer/innen in allen Umfragen behauptet, dass ihre Antworten korrekt waren. Aufgrund dieser Massnahme mussten wir nur etwa 2 bis 4% der Antworten von der Datenanalyse ausschliessen.

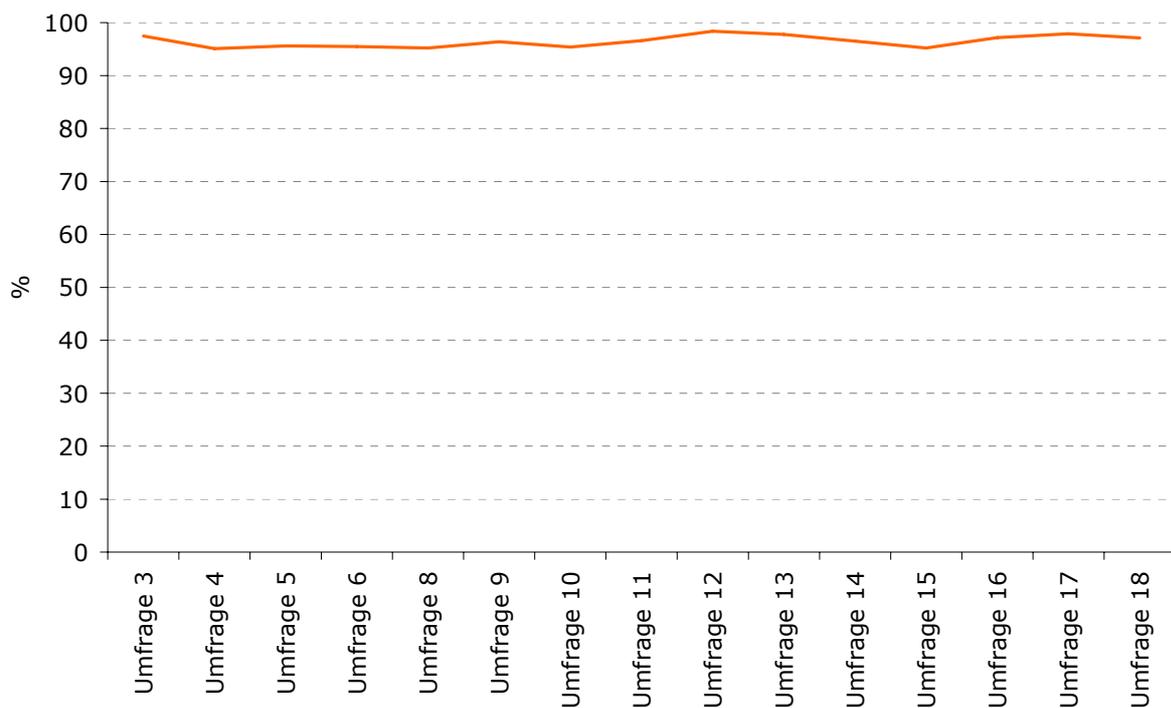


Abb. 11: Verteilung des prozentualen Anteiles von jenen, die behaupten, die Fragen von feelok korrekt beantwortet zu haben, in 16 Umfragen der feelok-Studie (die Frage wurde in den ersten zwei Umfragen nicht gestellt). Es werden nur die Daten der 10-19-Jährigen gezeigt. Die Ausschlusskriterien wurden nicht berücksichtigt (N=7'067). Die Ergebnisse sehen für alle Umfragen ähnlich aus.

Massnahme 2: Wie alt bist du?

Leider haben nicht alle die behaupteten, ihre Antworten seien richtig, auch korrekte Informationen vermittelt.

Diese Aussage wird von der Tatsache bestätigt, dass es zwischen unseren Studienteilnehmer/innen einige stolze 100-Jährige gab (Abb. 12). Und wenige hatten gar das beneidenswerte Alter von 233 Jahren erreicht. Dabei handelt es sich ganz klar um falsche Angaben oder um falsch getippte Zahlen.

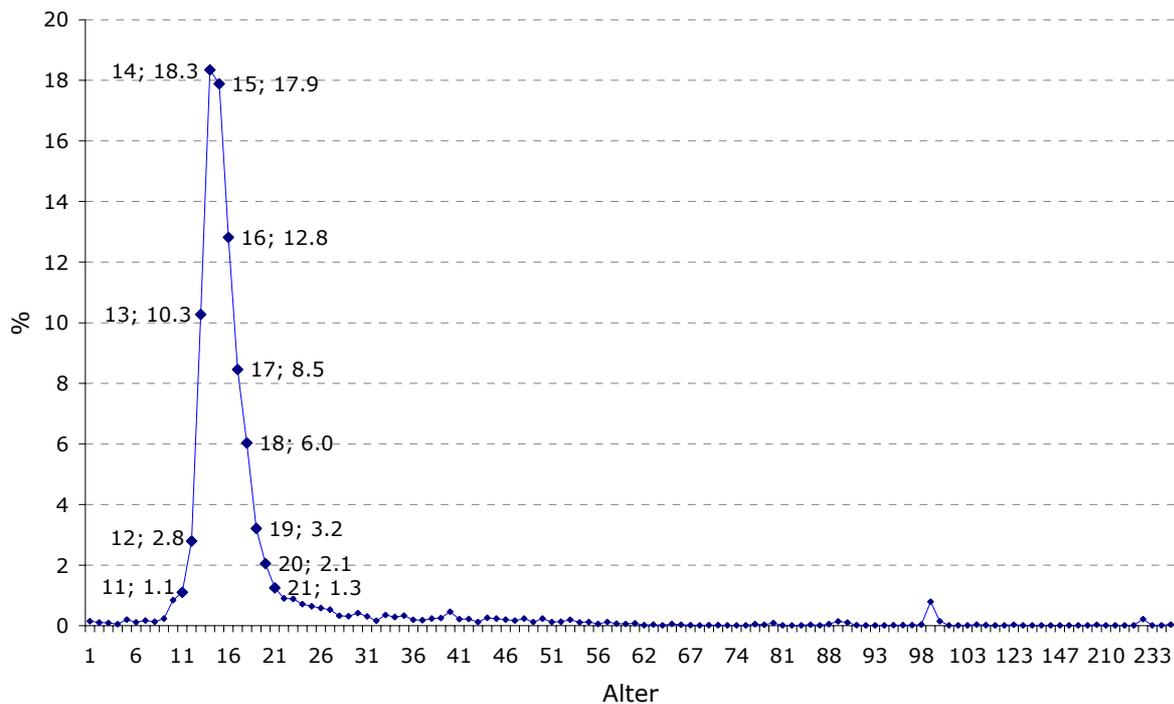


Abb. 12: die Altersverteilung der feelok-Studienteilnehmer/innen ohne Ausschlusskriterien (N=9'803, 172 haben die Frage nicht beantwortet). Es zeigt sich mit Klarheit, dass die Mehrzahl der Beantwortenden zwischen 11 und 21 Jahren alt ist. Die Abbildung beweist aber auch, dass es Personen gab, die die Frage mit Sicherheit falsch beantwortet haben (z.B. jene, die angegeben haben, 233 Jahre alt zu sein).

Für die weitere Datenanalyse wurden nur jene berücksichtigt, die älter als 9 Jahre und jünger als 60 Jahren alt waren. Mit anderen Worten, wenn ein feelok-Besucher behauptet hat, dass er 200 oder 2 Jahre alt sei, wurden alle seinen anderen Antworten von der Datenanalyse ausgeschlossen.

Massnahme 3: Offene Fragen

Fragen ohne vorgegebene Antworten waren ein guter Indikator über die Bereitschaft der Besucher/innen, den Fragebogen korrekt auszufüllen oder nicht.

Ein Beispiel für eine offene Frage war: "wie schwer bist du?" (siehe Abb. 13). Wenn eine Person von sich selbst behauptete, sie sei nur 10 kg schwer, handelt es sich klar um eine unkorrekte Angabe. Oder wenn jemand die Frage: "Durch welche Suchmaschine hast du feelok gefunden?" mit einem "ihr seid alle Idioten" beantwortet hat, hat er nicht unbedingt bewiesen, unsere Fragen korrekt beantworten zu möchten. Alle Antworten dieser Personen wurden von der weiteren Datenanalyse ausgeschlossen.

The image shows the 'feelok 2.1' website interface. On the left is a navigation menu with 'Themen' (Topics) and 'Extras'. The main content area is titled 'Die Umfrage' (The Survey) and contains several questions with input fields and radio buttons. The questions are: 'Dein Alter:' (Your age), 'Geschlecht:' (Gender) with 'Frau' and 'Mann' options, 'Wie gross bist du?' (How tall are you?) in cm, 'Wie schwer bist du?' (How heavy are you?) in kg, 'Wie fühlst du dich zurzeit?' (How do you feel now?) with a dropdown menu, 'Möchtest du dein Gewicht verändern?' (Do you want to change your weight?) with a dropdown menu, 'Mit wie vielen Partner/innen hattest du bis jetzt Geschlechtsverkehr?' (How many partners have you had sex with so far?), and 'Stimmen deine Antworten?' (Do your answers make sense?) with 'Ja' and 'Nein' options. At the bottom of the survey section is a button 'Antworten senden...' (Send answers...). Below the survey is an 'Aktuell' (Current) section with two news items and a visit count: 'Januar 2002 - März 2005: 510'600 Besuche'.

Abb. 13: Startseite von feelok mit der Umfrage 17 (25. Mai bis 3. Juni 2005). 497 Personen haben diese Fragen beantwortet (Rücklaufquote = 13.9%).

Massnahme 4: alle Antworten gewählt

Bei einigen Fragen konnte man auf mehrere Antworten klicken; es ist aber meistens unrealistisch, dass alle Antworten für den Studienteilnehmer zutreffend sind.

Ein Beispiel dafür ist die Frage: "Falls du einen Unfall hattest: Was für ein Unfall?" (siehe Abb. 14). Neun verschiedene Unfallarten wurden aufgelistet, wie z.B. "Sportunfall" oder "Verkehrsunfall".

Es ist fast unmöglich, dass jemand während den letzten 12 Monate unter allen Unfallvarianten persönlich und direkt gelitten hat; aus diesem Grund wurden die Antworten dieser Personen - falls alle Unfallarten angegeben wurden - von der weiteren Analyse ausgeschlossen.

The screenshot shows the 'feelok' website interface. On the left is a navigation menu with 'Themen' and 'Extras'. The main content area is titled 'Die Umfrage' and contains the following questions and options:

- Dein Alter:** [input field]
- Geschlecht:** Frau Mann
- Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall, nach welchem du behandelt werden musstest (durch Krankenschwester, Arzt/in ...)?**
 Ja Nein
- Falls du einen Unfall hattest: Was für ein Unfall?**
(Du kannst auf mehrere Antworten klicken)
 - Verkehrsunfall als Fussgänger
 - ... als Velofahrer
 - ... als Beifahrer eines Motorfahrzeuges
 - ... als Lenker eines Motorfahrzeuges
 - Unfall in der Schule (nicht Sportunfall)
 - Arbeitsunfall
 - Sportunfall
 - Unfall zu Hause
 - Freizeitunfall (nicht beim Sport)Andere Unfälle: [input field]
- Warst du in den letzten 12 Monaten Opfer...**

eines Diebstahls?	Nie	körperlicher Gewalt?	Nie
einer Erpressung?	Nie	von Beleidigungen?	Nie
einer Ablehnung?	Nie		
- Stimmen deine Antworten?**
 Ja Nein
- Antworten senden...** [button]

Abb. 14: Startseite von feelok mit der Umfrage 15 (3. Mai bis 14. Mai 2005). 414 Personen haben diese Fragen beantwortet (Rücklaufquote = 14.9%).

Massnahme 5: unlogische Antwortsequenzen

In wenigen Fällen haben sich die Fragen gegenseitig ausgeschlossen.

Zum Beispiel wurde gefragt: "Rauchst du?". Falls die Person die Frage mit einem "Nein" beantwortet hat, erübrigte sich die Zusatzfrage: "Willst du mit dem Rauchen aufhören?". Falls aber diese Frage trotzdem beantwortet wurde, z.B. mit einem "ja", entstand eine inkonsistente Antwortkombination: der Besucher raucht nicht und will mit dem Rauchen aufhören.

Die Fragen wurden so gestellt, dass es eigentlich klar ist, welche Fragen man beantworten muss und welche nicht (siehe Abb. 15). Trotzdem sind in wenigen Fällen diese inkonsistenten Kombinationen entstanden. Entweder wollte der Besucher die Fragen falsch beantworten oder er hat herum geklickt, ohne die Fragen genau zu lesen. Auf jeden Fall wurden auch diese wenigen Fälle von der weiteren Datenanalyse ausgeschlossen.

b+g Netzwerk Schweiz (BAG) Institut für Sozial- und Präventivmedizin - Uni ZH
Styria vitalis Krebsliga ZH
Anschub.de Tabakpräventionsfond
Suchtprävention Mittelschulen & Berufsbildung ZH

Die Umfrage

■ Dein Alter:

■ Geschlecht: Frau Mann

■ Falls du Zigaretten rauchst: Willst du mit dem Rauchen aufhören?

■ Falls du keine Zigaretten rauchst: Glaubst du, dass du in Zukunft rauchen wirst?

■ Kiffst du? (Cannabis, Joint, Shit, Gras, Marihuana, Haschisch)

■ Treibest du ausserhalb der Schule Sport?

■ Wie gehst du normalerweise zur Schule oder zur Arbeit?

■ Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich?
(Du kannst auf mehrere Antworten klicken)

<input type="checkbox"/> Kiffen	<input type="checkbox"/> Stress	<input type="checkbox"/> Spiele
<input type="checkbox"/> Rauchen	<input type="checkbox"/> Selbstvertrauen	<input type="checkbox"/> Videos
<input type="checkbox"/> Liebe & Sex	<input type="checkbox"/> Infos über Internet	<input type="checkbox"/> Diskussionsforen

■ Stimmen deine Antworten?
 Ja Nein

■

Abb. 15: Die Umfrage 13 (2. April bis 18. April 2005). 710 Personen haben diese Fragen beantwortet (Rücklaufquote = 14.2%).

Fazit

Bei jeder Umfrage wurde es notwendig, eine unterschiedliche Anzahl von Antworten von der weiteren Datenanalyse auszuschliessen (zwischen 7% und 28%, im Durchschnitt 18%) - jedes Mal aufgrund von Kriterien, die in diesem Kapitel beschrieben wurden.

Alle Ausschlusskriterien sowie die Anzahl ausgeschlossener Datensätze pro Item werden ab Seite 127 im Anhang in der jeweiligen Rubrik "Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien" aufgelistet.

10. Weitere Gedanken zur Datenqualität

Es gibt eine Reihe potentieller Faktoren, die die Aussagekraft der erhobenen Daten teilweise verzerren könnten. Mit den Massnahmen, die im Kapitel 9 beschrieben wurden, haben wir versucht sie, so gut wie es geht, zu entschärfen. Es ist trotzdem wichtig, diese Aspekte im Hinterkopf zu behalten und als Folge davon die Befunde mit Vorsicht zu interpretieren. Im Folgenden werden sie aufgelistet:

1. Es ist sehr wahrscheinlich, dass die gestapelte Umfrage von feelok häufig in den Schulklassen stattgefunden hat. Da wo Lehrpersonen nicht im Detail nachkontrollierten, ist nicht auszuschliessen, dass die Gruppendynamik zu einer Verzerrung der angegebenen Antworten geführt hat. Es ist z.B. bei einigen Fragen lustiger in Gruppe absurde Antworten zu geben als den Fragebogen ernst auszufüllen.
2. Einige Fragen waren sehr persönlich und sehr delikat (z.B. die Frage zum Thema "Suizid"). Bei diesen Fragen kann nicht ausgeschlossen werden, dass sie vor allem von jenen beantwortet wurden, die sich vom Thema angesprochen fühlten. Die umgekehrte Interpretation wäre auch möglich: nämlich, dass diese Fragen eher von jenen vermieden würden, die sich davon betroffen fühlen. Auf jeden Fall kann diese Verzerrung ein grundsätzliches Problem für die Verallgemeinerung der Befunde darstellen und sie kann nicht mit einfachen Methoden, wie z.B. die im Kapitel 9 beschriebenen, ausser Gefecht gestellt werden.
3. Unsere Fragen wurden von 10- bis 60-Jährigen beantwortet. Es ist so legitim zu hinterfragen, ob die gleiche Frage von Personen aus verschiedenen Altersgruppen gleich verstanden wird. Z.B. die Frage "*Hast du zur Zeit eine Partnerin/oder einen Partner?*" setzt voraus, dass alle Altersgruppen unter dem Wort "*Partner/in*" das Gleiche verstehen. Die Tatsache, dass gleichgeschlechtliche Partner bei 10-14-Jährigen mehr verbreitet sind als bei 15-19-Jährigen könnte ein Hinweis dafür sein, dass die verschiedenen Altersgruppen dem Wort "Partner" eine andere Bedeutung zuweisen.
4. Um die Programmierungsarbeit der 18 Umfragen nicht noch zusätzlich zu erschweren, haben wir darauf verzichtet, zu vielen Filterfragen in den verschiedenen Fragebogen einzubauen. Und das war vielleicht ein Fehler. Z.B. haben wir gefragt: "*Wenn du Sex hast: verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ („Pariser“)?*". Wir gingen davon aus, dass die Besucher/innen die Frageeinleitung lesen, nämlich "*Wenn du Sex hast:* ". Aufgrund der erhaltenen Antworten schliessen wir aber nicht aus, dass einige Studienteilnehmer/innen nur den zweiten Teil der Frage gelesen haben, nämlich "Verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ?". Eigentlich hoffen wir, dass diese Interpretation korrekt ist und dass eine Verzerrung tatsächlich stattgefunden hat. Würde sie nicht stimmen, sollten wir zur Schlussfolgerung kommen, dass mehr als 1/5 unserer Besucher/innen nie Präservative verwenden, wenn sie sexuelle Kontakte haben. Und dieses Ergebnis wäre besorgniserregend.

Fazit: trotz allen Bemühungen die Datenqualität zu optimieren, bleibt das grundsätzliche Problem, dass unerwünschte Faktoren, die unbekannt oder unkontrollierbar sind, immer noch zu einer Verzerrung der Befunde führen können. Als Folge davon werden wir auch unsere Daten mit Vorsicht interpretieren, obwohl es Hinweise gibt, die für ihre Qualität sprechen. Diese Hinweise werden im nächsten Kapitel vorgestellt.

11. Hinweise, die für die Qualität der Daten sprechen

Wie bei jeder Studie, ist es schwierig die erfassten Daten ohne Vergleiche zu interpretieren. Deswegen haben wir - wo möglich - die Fragen nicht selbst entwickelt, sondern sie von einem bestehenden Instrument übernommen, das im Rahmen einer repräsentativen Studie eingesetzt wurde.

Das oben erwähnte Instrument wurde im Rahmen der SMASH-Studie eingesetzt. SMASH steht für "Swiss Multicenter Adolescent Survey on Health". Dabei handelt es sich um eine repräsentative Umfrage vom ISPM - Lausanne, vom Institut für Psychologie - Uni Bern und vom "Ufficio Promozione e di Valutazione Sanitaria", die im Jahr 2002 durchgeführt wurde. Die repräsentative Stichprobe umfasst 16- bis 20-Jährige, die zum Zeitpunkt der Befragung eine Ausbildung in einer öffentlichen Bildungseinrichtung (Mittelschulen der Stufe II und Berufsschule) absolvierten. An der Studie haben insgesamt 7'420 Schüler/innen aus allen Sprachregionen der Schweiz teilgenommen (3380 Mädchen, 4040 Jungen; Mittelschulen der Stufe II: n=2110 und Berufsschule: n=5310; 16 J = 11.5%, 17 J = 27.4%, 18 J = 30.6%, 19 J = 19.2%, 20 J 11.3%).

Die SMASH-Studie ist eine repräsentative Umfrage für eine klar definierte Zielgruppe zwischen 16 und 20 Jahren. Die feelok - gestapelte Umfrage ist keine repräsentative Studie und die Beantwortenden waren zum grössten Teil junge Menschen zwischen 12 und 19 Jahren (mit einer Übervertretung der 14-/15-Jährigen).

D.h. man kann nicht erwarten, dass die Ergebnisse der SMASH-Studie und diejenigen der feelok Umfrage gleich sind. Trotzdem kann die SMASH-Studie Hinweise über die Qualität der erhobenen Daten von feelok geben.

Gibt es Ähnlichkeiten zwischen den Ergebnissen der SMASH-Studie und denjenigen der feelok-Umfrage?

Die Ergebnisse der zwei Studien sind häufig ähnlich, wie Abb. 16 beispielhaft zeigt. Bei vielen gemeinsamen Items zeigt sich, dass die Unterschiede zwischen den Ergebnissen der feelok-Umfrage und der SMASH-Studie nicht grösser als 10% sind. Unterschiede, die grösser als 10% sind, sind selten.

Diese teilweise beeindruckende Ähnlichkeit zwischen den Ergebnissen der zwei Studien ist auch ein Zeichen dafür, dass die Jugendlichen, die feelok erreicht, nicht zu speziellen sozialen Gruppen gehören, sondern - wenn der Ausdruck erlaubt ist - eher von einer Standardjugendbevölkerung stammen.

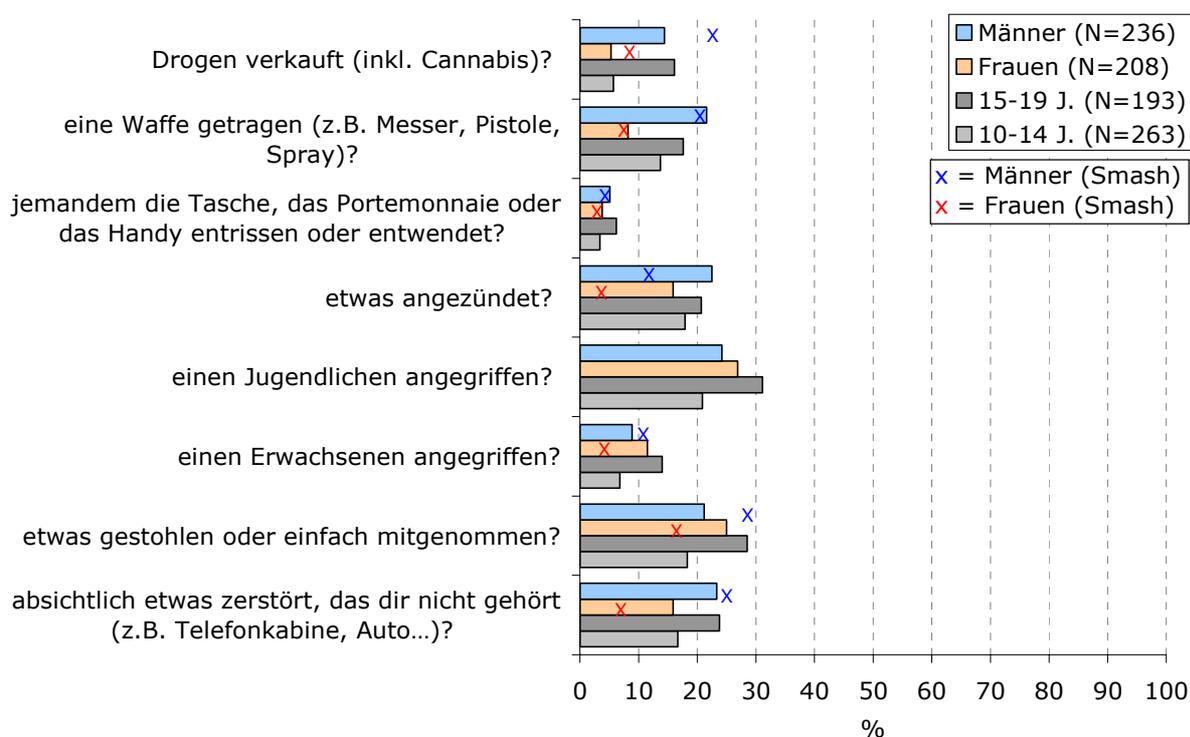


Abb. 16: Antworten auf das Item „Hast du in den letzten 12 Monaten...“. Die Balken zeigen die Ergebnisse der feelok-Studie, die „X“ diese der Smash-Studie (falls sie im Smash-Bericht „Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002“ vorhanden waren). Die Unterschiede der Ergebnisse der zwei Studien sind eher klein. Mehr Details ab Seite 188.

Es gibt auch einige Ausnahmen, d.h. Unterschiede, die grösser als 10% sind, die aber die Regel bestätigen, weil sie die Interventionsnatur von feelok als Internetprogramm widerspiegeln. Wie Abb. 17 nachweist, gibt es z.B. mehr alltägliche Surfer zwischen den Besucher/innen von feelok als zwischen den jungen Menschen, die die entsprechende Frage der SMASH-Studie beantwortet haben. Dies wiederum ist nachvollziehbar, da feelok als Internetprogramm mit grösserer Wahrscheinlichkeit von jenen gefunden wird, die häufig im Netz sind als von den jungen Menschen, die seltener im Internet surfen.

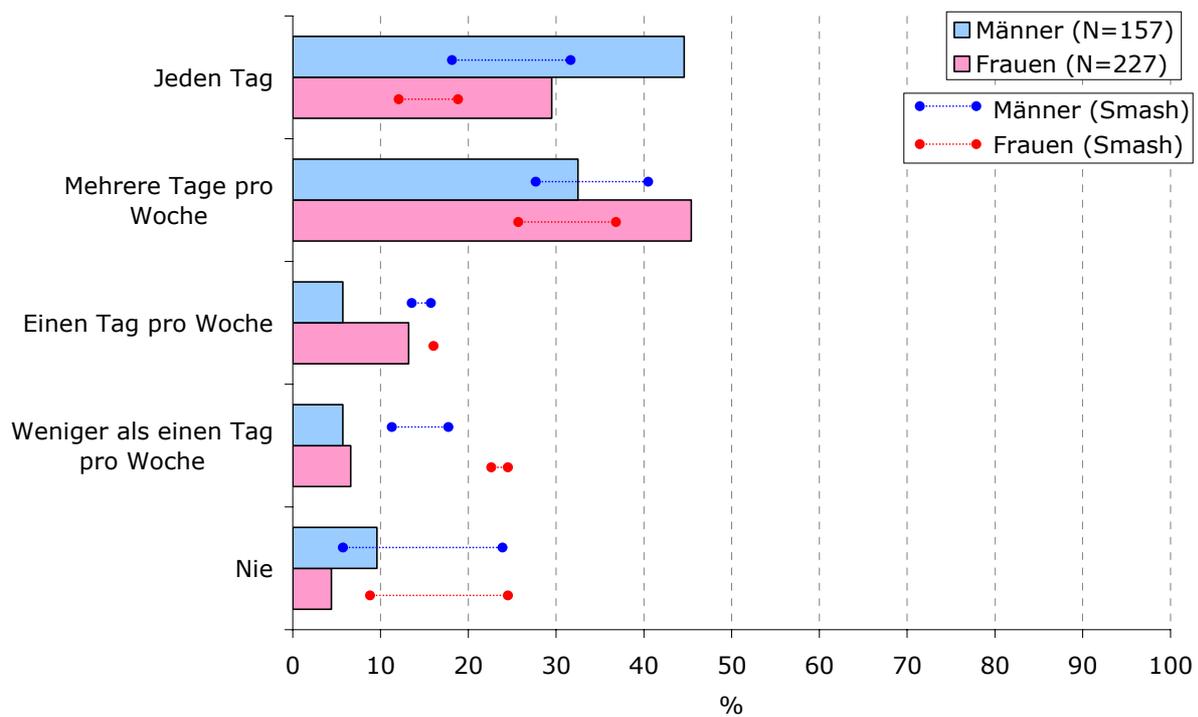


Abb. 17: Antworten auf die Frage „Wie häufig warst du in den letzten 30 Tagen im Internet?“. Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken dargestellt, diese der Smash-Studie von den Kreisen (Die Position der Kreise stellt einerseits das Ergebnis der Schüler/innen aus den Mittelschulen und andererseits dasjenige der Lehrlinge dar). Mehr Details ab Seite 147.

Diese erfreuliche Ähnlichkeit mit den Ergebnissen der SMASH-Studie eröffnet zudem eine neue Anwendungsmöglichkeit von feelok. Wenn die Unterschiede mit der SMASH-Studie häufig kleiner als 10% sind, kann man sich überlegen, feelok als erkundigendes wissenschaftliches Instrument einzusetzen, um epidemiologische Daten zu verschiedenen Dimensionen zu sammeln. Es ist klar, dass diese Daten nicht die Genauigkeit von bewährten kontrollierten repräsentativen Studien haben. Aber in Anbetracht dessen, dass eine feelok-Umfrage schnell, einfach und in der Realisierung kostengünstig ist, und dass die erhobenen Daten von den offiziellen Werten nicht weit entfernt sind, kann diese Technik von grossem Interesse sein, um sich ein erstes Bild über ein bestimmtes Phänomen zu machen.

Sind die Unterschiede zwischen Mädchen und Knaben in der SMASH-Studie vergleichbar mit denjenigen der feelok-Studie?

Die SMASH-Studie ist ein sehr interessantes Instrument um u. a. die Unterschiede zwischen Mädchen und Knaben zu untersuchen. Wenn diese Studie einen Unterschied zwischen den zwei Geschlechtern bestätigen konnte, hat die feelok-Umfrage häufig einen vergleichbaren Trend zwischen Mädchen und Knaben hervorgehoben. Abb. 18 zeigt z.B., dass als Folge der Frage „Für welche von diesen Problemen hättest du in diesem Moment eine Hilfe für dich nötig?“ vor allem die Knaben behaupten, Probleme mit dem Tabakkonsum zu haben und dass die Mädchen häufiger unter Stress leiden. Die SMASH-Studie und die feelok-Umfrage kommen in Abb. 18 in Bezug auf alle Antworten zur gleichen Schlussfolgerung betreffend Unterschiede zwischen Mädchen und Knaben.

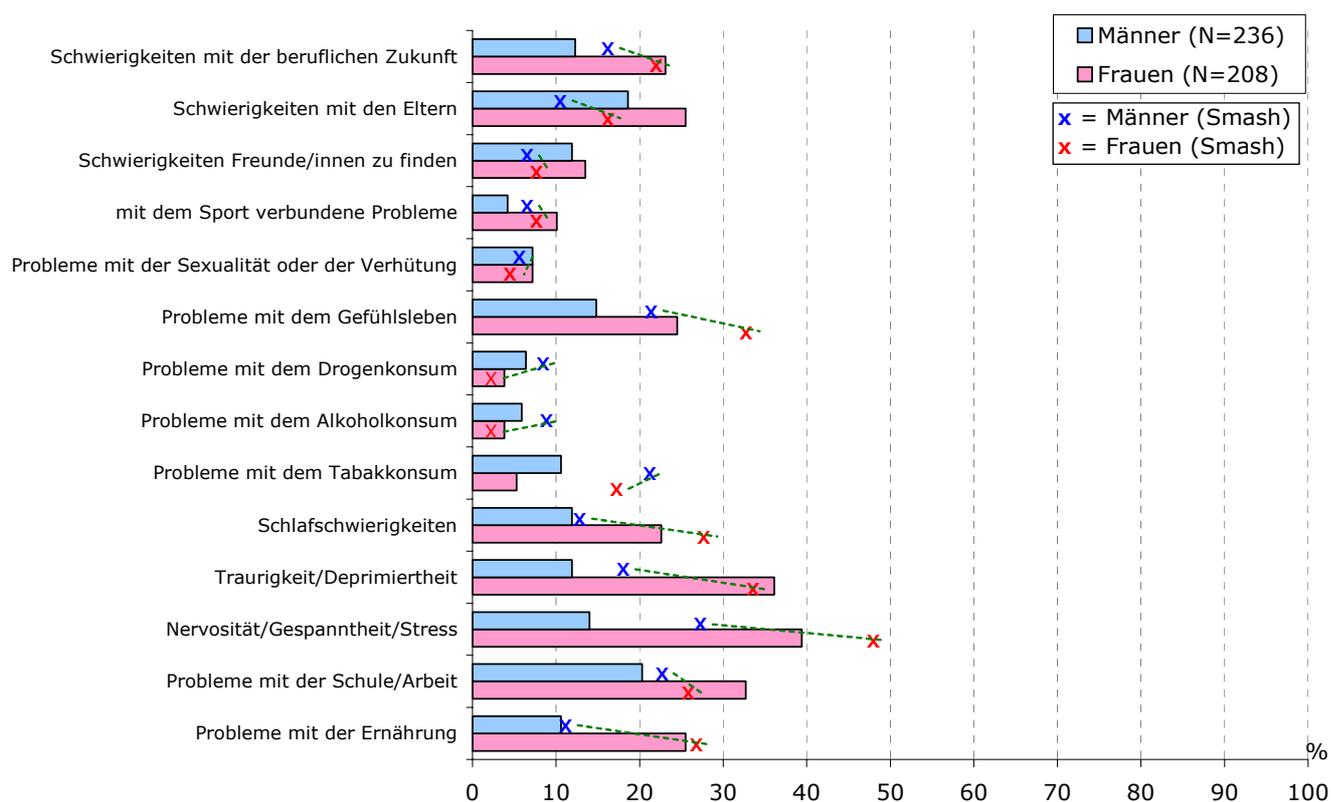


Abb. 18: Antworten auf die Frage „Für welche von diesen Problemen hättest du in diesem Moment eine Hilfe für dich nötig?“. Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken dargestellt, diejenigen der Smash-Studie von den „X“. Mehr Details ab Seite 188.

Es gibt auch Ausnahmen, bei denen die SMASH-Studie und feelok in Bezug auf die Unterschiede zwischen den zwei Geschlechtern zu unterschiedliche Ergebnisse kommen. Aber sie sind relativ selten.

Fazit: die SMASH-Studie ist ein wertvolles Instrument, um die Ergebnisse der feelok-Umfrage interpretieren zu können. Vor allem bei sehr delikaten Themen, wie das delinquente oder das suizidale Verhalten waren wir sehr froh, Daten für einen Vergleich zur Verfügung zu haben. Zudem sind vergleichbare Ergebnisse der SMASH-Studie mit der feelok-Umfrage ein Zeichen dafür, dass die Qualität der Daten, die mit der gestapelten Umfrage erhoben wurden, als zufrieden stellend beurteilt werden kann.

12. Darstellung der Ergebnisse in verschiedenen Kategorien

Die Altersverteilung der feelok-Besucher/innen ähnelt einer Normalverteilung (siehe Abb. 19). Die Stichprobe besteht aus vielen 14- bzw. 15-Jährigen, gefolgt von den 16-, 13-, 17-, 18-, 19-, 12- und 20-Jährigen. Für die Darstellung der Ergebnisse wäre es günstiger, wenn alle Altersstufen ähnlich häufig vertreten wären: würde man z.B. von 12-15-Jährigen sprechen, wäre es so klar, dass es in dieser Gruppe eine vergleichbare Anzahl an 12-, 13-, 14- und 15-Jährigen gäbe.

Das ist in unserer Studie aber nicht der Fall und somit mussten wir für dieses Problem eine pragmatische Lösung finden.

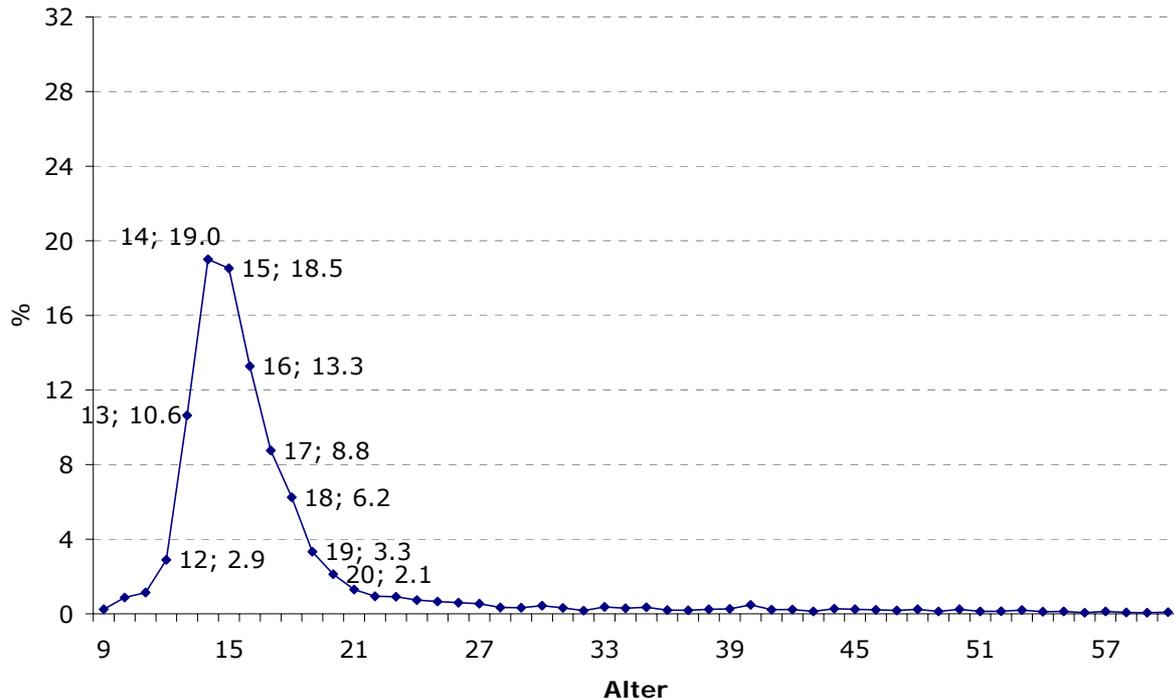


Abb. 19: die Altersverteilung der feelok-Studienteilnehmer/innen mit Ausschlusskriterien (N=9'460). Es zeigt sich mit Klarheit, dass die Mehrzahl der Beantwortenden zwischen 12 und 20 Jahre alt ist.

Tab. 1 zeigt beispielhaft wie die Ergebnisse in Prozent dargestellt werden. Die erste Spalte beinhaltet die Antworten auf folgende Frage "Ziehst du Comics (=Zeichnungen) oder Photographien vor, um die Inhalte von feelok zu visualisieren?". Die zweite Spalte (= "Alle") zeigt die Ergebnisse von allen, die zwischen 9 und 59 Jahren alt sind oder kein Alter angegeben haben. Die dritte Spalte (10-14 J.) zeigt die Ergebnisse von allen 10-14-Jährigen, obwohl wegen der Altersnormalverteilung, die Gruppe vorwiegend aus 14- und 13-Jährigen, aus wenigen 12-Jährigen und aus fast keinen 10- und 11-Jährigen zusammengesetzt ist. Die vierte Spalte zeigt die Ergebnisse von allen, die angegeben haben, zwischen 15 und 19 Jahren alt zu sein. Auch in diesem Fall - wegen der Altersverteilung - besteht die Gruppe in Wahrheit vorwiegend aus 15- und 16-Jährigen, aus einigen 17- und 18-Jährigen und aus wenigen 19-Jährigen. Die fünfte Spalte stellt die Ergebnisse der 20-59-Jährigen dar. Diese Gruppe ist normalerweise sehr klein und deswegen von geringem Interesse.

Die letzten zwei Spalten zeigen die Ergebnisse für Frauen und Männer zwischen 10 und 19 Jahren.

Tab. 1: Antworten (%) auf die Frage „Die Texte von feelok werden von Bildern begleitet. Bilder können zum Beispiel Comics (=Zeichnungen) oder Photographien sein. Was ziehst du vor?“. Die Spalte „Alle“ zeigt die Ergebnisse von allen, die zwischen 9 und 59 Jahren alt sind oder kein Alter angegeben haben. Die Spalte „10-14 J.“ zeigt die Ergebnisse von allen 10-14-Jährigen, obwohl die Gruppe wegen der Altersverteilung vorwiegend aus 14- und 13-Jährigen zusammengesetzt ist. Die Spalte „15-19 J.“ zeigt die Ergebnisse von allen, die angegeben haben, zwischen 15 und 19 Jahre alt zu sein. Wegen der Altersverteilung besteht die Gruppe in Wahrheit vorwiegend aus 15- und 16-Jährigen. Die Spalte „20-59 J.“ stellt die Ergebnisse der 20-59-Jährigen dar. Die letzten zwei Spalten zeigen die Ergebnisse für die Frauen und Männer zwischen 10 und 19 Jahren.

	Alle (N=841)	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J. (N=157)	15-19 J. (N=512)	20-59 J. (N=110)	Frauen (N=304)	Männer (N=353)
Comics	15.1	18.5	15.8	8.2	9.5	22.1
Photos	31.4	29.9	31.1	38.2	33.2	28.6
Beide sind ok	41.6	36.9	44.5	41.8	47.4	39.4
Weder Comics noch Photos	4.4	5.7	3.5	5.5	4.6	3.4
Keine Antwort	7.5	8.9	5.1	6.4	5.3	6.5
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Fast alle Tabellen *im Anhang* haben das gleiche Format und zeigen alle Daten in absoluten Werten und in Prozent. Die Tabellen *im Ergebnisteil* hingegen fokussieren nur die wichtigsten Ergebnisse in Prozent (die Spalten "Alle" und "20-59-J." wurden häufig entfernt) und werden manchmal mit Abbildungen ersetzt.

13. Interpretation der Ergebnisse und der Unterschiede

Die Verwendung der gestapelten Methode und der internetbasierten Befragung, um Daten zu erheben, hat grosse Auswirkungen auf die Interpretation der Ergebnisse, die in Kürze erläutert werden:

Die Normalverteilung

Noch einmal wird erwähnt, dass die internetbasierte Befragung eine fast Normalverteilung der Alterstruktur produziert hat. Wenn z.B. im Bericht behauptet wird, dass 30% unserer Studienteilnehmer/innen, die zwischen 15 und 19 Jahre alt sind, ein bestimmtes Verhalten zeigt, meint man damit, dass vor allem die 15-16-Jährigen diese Eigenschaft aufweisen, obwohl es in der Stichprobe auch 17-, 18- und 19-Jährige gibt. Das Gleiche trifft für die Gruppe der 10-14-Jährigen zu. Wenn sie z.B. ein bestimmtes Problem haben, sind dabei vor allem die 13- und 14-Jährigen gemeint. Die 10-, 11- und 12-Jährige gehören auch in dieser Gruppe. Sie sind aber deutlich untervertreten.

Das N der Alterskategorien

Die Altersgruppe der 20-59-Jährige ist häufig zu klein, um irgendeine zuverlässige Aussage zu formulieren. Als Folge davon wird diese Spalte häufig im Ergebnisteil nicht gezeigt. Sie ist aber in den entsprechenden Tabellen im Anhang immer vorhanden.

Vergleich mit der SMASH-Studie

Im Rahmen der SMASH-Studie wurden 16-19-Jährige befragt. Deswegen - wenn man die Ergebnisse der SMASH-Studie mit denjenigen der feelok-Umfrage vergleichen möchte -, empfiehlt sich die feelok-Spalte der 15-19-Jährigen als Bezug zu nehmen. Wenn dagegen die SMASH-Studie zwischen Mädchen und Knaben unterscheidet, empfiehlt es sich die

feelok-Spalten der Mädchen und Knaben als Bezug zu verwenden. Dabei darf aber nicht vergessen werden, dass die Daten von feelok von Jugendlichen zwischen 10 und 19 Jahren stammen, was den Vergleich mit den SMASH-Ergebnissen erschwert.

Die differenzierten Angaben der SMASH-Studie

Die SMASH-Studie trennt häufig die Ergebnisse der Schüler/innen aus den Mittelschulen von denjenigen der Lehrlinge. Diese differenzierten Ergebnisse werden in unseren Abbildungen mit einer Linie zwischen zwei Kreisen dargestellt, wobei die zwei Kreise jeweils für die Werte der Schüler/innen aus den Mittelschulen bzw. der Lehrlinge stehen (siehe Abb. 20 als Beispiel). In Tabellen werden die zwei Werte im numerischen Format vorgestellt. In diesem Bericht wird nicht mitgeteilt, welche Werte zu welcher Gruppe gehören (Schüler/innen aus den Mittelschulen vs. Lehrlinge). Im Anhang besteht aber immer die Möglichkeit nachzuschlagen, auf welcher Seite des SMASH-Berichtes Details und Ergebnisse der SMASH-Studie nachgelesen werden können.

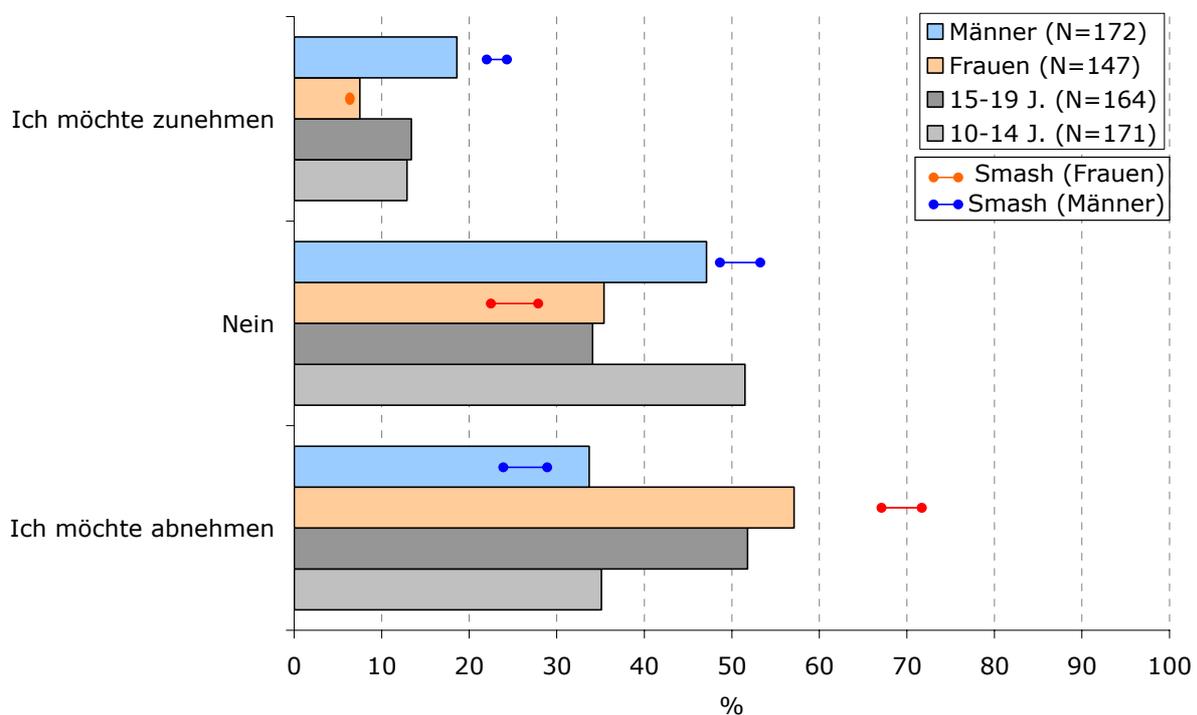


Abb. 20: Antworten auf die Frage „Möchtest du dein Gewicht verändern?“. Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken dargestellt, diese der Smash-Studie von den Kreisen. Mehr Details ab Seite 195.

Entscheidung, ab wann ein Unterschied als solcher interpretiert wird

Die Methode der gestapelten Umfrage führt dazu, dass die Stichproben, die die Fragen beantworten, sich in ihrer Zusammensetzung mit der Zeit teilweise ändern. Die Stichprobe, die eine Umfrage beantwortet hat, ist nicht 100% vergleichbar mit derjenigen einer anderen Umfrage.

Wenn man Unterschiede feststellt, ist es somit schwierig zu bestimmen, ob sie den Eigenschaften der aktuellen Grundgesamtheit entsprechen oder ob sie die Differenzen zwischen den Stichproben widerspiegeln.

Da sich vermutlich die potentielle Grundgesamtheit entlang den verschiedenen Umfragen leicht ständig ändert, sind uns keine statistischen Methoden bekannt, mit welchen wir die Verallgemeinbarkeit der Unterschiede ausserhalb der erfassten Stichprobe überprüfen

können. Nachdem wir alle Daten der Umfrage analysiert haben, haben wir uns für eine Lösung entschieden, die eine klassische statistische Dateninterpretation ausschliesst:

- Falls die Unterschiede zwischen zwei Gruppen in Bezug auf eine bestimmte Variable kleiner als 10% sind, werden diese Unterschiede als nicht bemerkenswert beurteilt. Zwar besteht immer noch die Möglichkeit, dass diese Unterschiede in Bezug auf die Grundgesamtheit echt sind, aber die Wahrscheinlichkeit, dass sie Ausdruck normaler Fluktuationen zwischen den Stichproben sind, ist ebenso gross.
- Falls ein Unterschied zwischen zwei Gruppen einen Wert zwischen 10% und 20% aufweist, wird er als möglich interpretiert
- Unterschiede über 20% werden als wahrscheinlich oder als sicher interpretiert

Im Folgenden werden die Ergebnisse vorgestellt.

Teil III. Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Mit der Methode der gestapelten Umfrage konnten 11 Fragestellungen untersucht werden. Die erste Fragestellung war methodologischer Natur: es stellte sich die Frage, ob die Methode der gestapelten Umfrage geeignet ist, um zuverlässige Daten über das Medium Internet zu erheben. Sowohl die angewendete Methode als auch die Überprüfungs-kriterien der 1. Fragestellung wurden im methodologischen Teil detailliert erläutert. Da die gestapelte Umfrage sich als zuverlässige Methode bewährt hat, konnte unsere Studie mit dieser Datenerhebungsstrategie fortgesetzt und die anderen 10 Fragestellungen beantwortet werden. Ein Überblick über alle Fragestellungen kann im Kapitel 7 gelesen werden. In der gleichen Reihenfolge werden die Ergebnisse dargestellt.

Im Folgenden werden die Fragestellungen einzeln beantwortet. Jedes Kapitel - beschriftet mit der Fragestellungsnummer in Klammern - beginnt mit einer kurzen Beschreibung der Themen, die im Rahmen der Fragestellung untersucht wurden. Die Themen werden dann einzeln vorgestellt und meistens in zwei Abschnitte geteilt: im Abschnitt „Ergebnis“ werden nur die erfassten Zahlen zum entsprechenden Thema dargestellt und im Abschnitt „Kommentare“ werden Zusatzinformationen, Diskussionsanregungen und Schlussfolgerungen über die Befunde mitgeteilt. Jedes Kapitel endet mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Befunde.

14. Soziodemographische Eigenschaften der Besucher/innen (2)

Die untersuchten soziodemographischen Daten der feelok-Besucher/innen umfassten das Alter, das Geschlecht, das Land bzw. den Kanton/Bundesland wo sie leben, die besuchte Schule, die Wohnsituation und den BMI. Mit dieser Fragestellung untersucht man, ob feelok die anvisierte Zielgruppe erreicht sowie welche (soziodemographische) Eigenschaften die Besucher/innen aufweisen.

Altersverteilung

Ergebnis

85% aller Besucher/innen von feelok, die den Fragebogen ausgefüllt haben, sind junge Menschen zwischen 10 und 19 Jahre alt. Abb. 21 zeigt zudem, dass fast 1/5 der Stichprobe aus 14- und 15-Jährigen, rund 1/7 aus 16-Jährigen, etwa 1/10 aus 13- und 17-Jährigen, 1/16 aus 18-Jährigen und weniger als 4% aus 19-, 12- und 20-Jährigen besteht. Personen aus anderen Altersgruppen besuchen das Programm (sehr) selten.

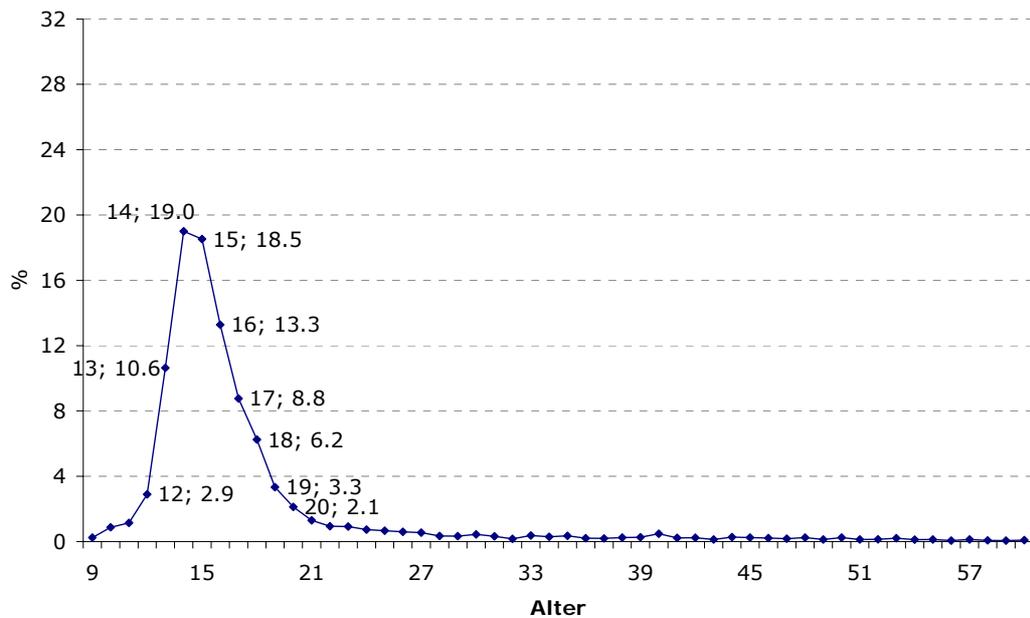


Abb. 21: Altersverteilung in % der feelok-Studienteilnehmer/innen (N=9'460)

Kommentar

Offiziell versucht man mit feelok die Jugendlichen zwischen 12 und 18 Jahren zu erreichen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass dieses Ziel grösstenteils erreicht wurde und dass das Programm sich bei der gewünschten Zielgruppe gut positioniert hat.

Geschlechtsverteilung

Ergebnis

Fast 54% der Personen, die die Fragen von feelok beantwortet haben, sind Frauen, rund 46% sind Männer. Zwischen den drei Alterskategorien gibt es keine bemerkenswerten Unterschiede⁷ betreffend Geschlecht der Besucher/innen (Tab. 2).

Tab. 2: Prozentualer Anteil der Frauen und Männer, die den Online-Fragebogen beantwortet haben (N. in Klammern).

Weitere Details im Kapitel 12

	Alle (9271)	Alterskategorien		
		10-14 J. (3112)	15-19 J. (4614)	20-59 J. (1375)
Männlich	46.1	43.8	45.3	53.0
Weiblich	53.9	56.2	54.7	47.0

Kommentar

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass feelok ein Programm ist, das sowohl von den Mädchen, wie auch von den Knaben besucht wird.

⁷ Als „nicht bemerkenswert“ werden Unterschiede bezeichnet, die kleiner als 10% sind. Siehe dazu Kap. 13

Land und Kanton / Bundesland

Ergebnis

Mehr als $\frac{3}{4}$ der Studienteilnehmer/innen lebte zwischen September und November 2004 in der Schweiz, 15% kamen aus Deutschland und weniger als 5% aus Österreich. Der Prozentsatz der Besuche aus der Schweiz steigt bis fast 90% bei den 10-14-Jährigen und nimmt bis zu den 20-59 J. kontinuierlich ab. Umgekehrt ist der Anteil der Besucher/innen aus Deutschland bei den 10-14 J. relativ gering (5.6%) und nimmt bis zu den 20-59 J. kontinuierlich zu (27.5%). Tab. 3 zeigt die Details.

Tab. 3: Antworten (%) auf die Frage „In welchem Land lebst du?“ (N. in Klammern)
Alle Details im Anhang ab Seite 131 und in den Kapiteln 12 und 13.

	Alle (1724)	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J. (518)	15-19 J. (737)	20-59 J. (346)	Frauen (683)	Männer (567)
Schweiz	76.0	89.8	77.6	62.4	82.6	82.7
Österreich	4.9	3.1	4.3	7.5	4.7	2.8
Deutschland	14.9	5.6	16.6	27.5	12.0	12.2
Andere Länder	2.5	1.5	0.9	2.0	0.4	2.1
Keine Antwort	1.7	0.0	0.5	0.6	0.3	0.2

Die Details zeigen, dass zur Zeit der Umfrage, fast 36% der schweizerischen Besucher/innen im Kanton Zürich lebte, 10% in Sankt Gallen und im Kanton Bern und die anderen vorwiegend in den übrigen deutschsprachigen Kantonen. Tab. 4 zeigt zudem auch die Details für Österreich und Deutschland.

Tab. 4: Antworten (N und %) auf die Frage „In welchem Kanton/Bundesland lebst du?“
Mehr Details im Anhang ab Seite 131 und in den Kapiteln 12 und 13.

Schweiz			Österreich			Deutschland		
Kanton	N	%	Bundesland	N	%	Bundesland	N	%
Zürich	446	35.8	Steiermark	23	31.5	Nordrhein-Westfalen	54	22.3
Sankt Gallen	133	10.7	Niederösterreich	19	26.0	Niedersachsen	41	16.9
Bern	128	10.3	Wien	9	12.3	Bayern	41	16.9
Aargau	99	7.9	Oberösterreich	9	12.3	Baden-Württemberg	31	12.8
Luzern	71	5.7	Andere	13	17.8	Hessen	14	5.8
Schwyz	70	5.6	Summe	73		Berlin	13	5.4
Zug	56	4.5				Rheinland-Pfalz	10	4.1
Unterwalden	51	4.1				Andere	38	15.7
Uri	34	2.7				Summe	242	
Solothurn	30	2.4						
Glarus	29	2.3						
Basel	28	2.2						
Andere	72	5.8						
Summe	1247							

Kommentar

feelok ist ein Programm, das für die Schweiz entwickelt und in der Schweiz implementiert wurde. Deswegen sind die Ergebnisse keineswegs überraschend. Im letzten Jahr (2005) ist aber feelok gewachsen: neben feelok.ch wurden auch ein feelok.at und feelok.de

veröffentlicht. Um die Inhalte für die deutschsprachigen transnationalen Zielgruppen ebenso interessant zu gestalten, hat man nach Partnern in Österreich und in Deutschland gesucht. In Österreich hat Styria Vitalis die Aufgabe übernommen, die Inhalte von www.feelok.at anzupassen und die Verwendung des Programms zu verbreiten. Nur im Jahr 2005 haben zu diesem Zweck 2 Workshops mit Mediatoren stattgefunden (in Graz und in Wien). Tab. 5 verdeutlicht die Auswirkungen dieser Zusammenarbeit und der Implementierungsbemühungen: im Jahr 2004 haben 2.6% der Besucher/innen die at-Adresse gewählt; im Jahr 2005 hingegen fast 10%.

Tab. 5: Prozentualer Anteil der feelok-Besucher/innen (keine Umfrage), die im Jahr 2004* (19.03.2004 bis 31.12.2004) und im Jahr 2005** (01.01.2005 bis 27.08.2005) eine der folgenden Adressen gewählt haben: www.feelok.ch, www.feelok.at, www.feelok.de (N. in Klammern)

feelok-Adresse	Jahr 2004* (86386)	Jahr 2005** (69014)
www.feelok.ch	94.3	87.8
www.feelok.at	2.6	9.3
www.feelok.de	3.2	2.9

Es ist sicher noch heute so (Stand: Ende 2005), dass die Mehrzahl der Besucher/innen aus der Schweiz und regional aus dem Kanton Zürich kommt. Es ist aber fragwürdig, ob es so bleiben wird. In der Schweiz wird feelok immer häufiger auch in den anderen deutschsprachigen Kantonen bekannt gemacht und die Implementierungsarbeit in Österreich läuft weiter. Noch unklar bis heute (Ende 2005) ist, wie sich die Zusammenarbeit mit Deutschland weiterentwickeln wird.

Besuchte Schule

Ergebnis

1/3 der 10-14-Jährigen, die die Umfrage beantwortet haben, besucht die Realschule oder die Sekundarschule. Deutlich weniger besuchen das Gymnasium oder eine andere Schule (13%). Bei den 15-19-Jährigen besuchen 24% das 10. Schuljahr, 19% eine Berufsschule, 15% das Gymnasium, 13% die Realschule und 10% die Sekundarschule. Jugendliche aus anderen Schulen sind selten in feelok zu finden.

Es gibt Hinweise, dass feelok mehr Knaben in der Sekundarschule und mehr Mädchen im 10. Schuljahr erreicht. Andere Unterschiede zwischen Mädchen und Knaben sind nicht festzustellen⁸. Tab. 6 zeigt die Details.

⁸ Als „nicht bemerkenswert“ werden Unterschiede bezeichnet, die kleiner als 10% sind. Siehe dazu Kap. 13

Tab. 6: Antworten (%) auf die Frage „Welche Schule besuchst du?“ (N. in Klammern)
 Alle Details im Anhang ab Seite 156 und in den Kapiteln 12 und 13.

	Alterskategorien		Geschlecht	
	10-14 J. (68)	15-19 J. (159)	Frauen (150)	Männer (72)
Oberschule	5.9	3.1	2.7	6.9
Realschule	32.4	12.6	20.7	12.5
Sekundarschule	32.4	10.1	12.7	23.6
10. Schuljahr	0.0	24.5	22.0	8.3
Berufsschule	0.0	19.5	12.7	16.7
KV-Handelsschule	0.0	2.5	1.3	2.8
Gymnasium	13.2	15.1	15.3	13.9
Universität	1.5	1.3	1.3	1.4
Andere Schule	13.2	3.8	7.3	5.6
Keine Schule - Bin berufstätig	0.0	1.9	1.3	1.4
Keine Schule - Bin arbeitslos	0.0	0.0	0.0	0.0
Keine Antwort	1.5	5.7	2.7	6.9

Kommentar

Es ist logisch, dass in Bezug auf die Frage „Welche Schule besuchst du?“ grosse Unterschiede zwischen den zwei Altersgruppen zu erwarten sind, da Jugendliche in verschiedenen Altersegmenten unterschiedliche Schultypen besuchen. Auch nicht überraschend ist es, dass zwischen Mädchen und Knaben wenige Unterschiede festzustellen sind.

Die unterschiedlichen Schulsysteme in den Gemeinden, Kantonen und Bundesländer erschweren die Beantwortung und ebenso die Interpretation dieser Frage. In verschiedenen Gemeinden kann z.B. das Wort „Oberschule“ eine andere Bedeutung bekommen oder ev. auch nicht vorkommen und mit einem anderen Begriff ersetzt werden. Was uns diese Daten sicher mitteilen, ist dass grundsätzlich Schüler/innen aus allen Schultypen besucht werden, obwohl bemerkenswerte Unterschiede festzustellen sind. Selten wird das Programm von Schüler/innen der Oberschule, der KV-Handelsschule und - was aber auch nicht die Zielsetzung von feelok ist - von Universitätsstudenten/innen verwendet.

Wohnsituation

Ergebnis

Fast alle Studienteilnehmer/innen zwischen 10 und 19 Jahren leben bei ihren Eltern. Ein relativ kleiner Anteil (11 bis 16%) lebt bei einem Elternteil. Die anderen Wohnformen sind sehr selten. Die Unterschiede zwischen den zwei Hauptaltersgruppen sind zu klein, um bemerkenswert zu sein. Auch zwischen Mädchen und Knaben können keine Unterschiede festgestellt werden. Ebenso unbedeutend klein sind die Unterschiede zu den Ergebnissen der repräsentativen Umfrage der Smash-Studie⁹ (Tab. 7).

⁹ Da die Smash-Studie Jugendliche zwischen 15 und 20 Jahren befragt hat, empfehlen wir in dieser Tabelle ihre Ergebnisse mit der Spalte der 15-19 J. zu vergleichen.

Tab. 7: Antworten (%) auf die Frage „Wo lebst du während der Woche (Mo bis Fr)?“ (N. in Klammern)
Die Spalte „Smash-Studie“ stellt zwei Werte dar, weil im Rahmen dieser Studie die Ergebnisse nach Schülern/innen aus den Mittelschulen und denjenigen, die eine Lehrstelle besuchen, differenziert wurden. Alle Details im Anhang ab Seite 165 und in den Kapiteln 12 und 13.

	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie
	10-14 J. (181)	15-19 J. (291)	20-59 J. (81)	Frauen (277)	Männer (177)	
Bei meinen Eltern	85.6	76.6	24.7	79.1	80.2	66-72
Bei einem Elternteil	11.0	15.8	4.9	14.4	14.7	15-17
In einer Pflegefamilie	0.0	0.3	0.0	0.4	0.0	-
Bei Verwandten	0.0	0.0	2.5	0.0	0.0	-
In einer Wohngemeinschaft	0.6	1.0	12.3	1.4	0.0	-
Allein	0.6	1.7	29.6	1.8	0.6	1-2
Keine Antwort trifft zu	1.7	3.4	23.5	2.5	2.8	-
Keine Antwort	0.6	1.0	2.5	0.4	1.7	-

Kommentar

Etwa 11% bis 16% der Studienteilnehmer/innen lebt mit einem Elternteil. Dabei handelt es sich vermutlich in mehreren Fällen um Kinder geschiedener Eltern. Erstaunlich sind die ähnlichen Ergebnisse der Smash-Studie: erstaunlich weil es sich bei der Smash-Studie um eine repräsentative Umfrage mit Jugendlichen zwischen 16 und 20 Jahren handelt und bei der feelok-Studie vorwiegend um eine nicht repräsentative Umfrage mit jungen Menschen zwischen 10 und 14 bzw. zwischen 15 und 19 Jahren. Die häufig bestehenden Ähnlichkeiten zwischen den Ergebnissen der Smash-Studie und denjenigen der feelok-Umfrage deuten darauf hin, dass die Jugendlichen, die feelok verwenden, sich nicht stark von allen anderen, die jeden Tag die Schule besuchen, unterscheiden.

Body Mass Index

Ergebnis

Rund 75% der 13- und 14- Jährigen und nur noch 60% der 15 Jährigen, die die Umfrage beantwortet haben, sind normalgewichtig. Die anderen sind zum grossen Teil über- und wenige sind untergewichtig. Eine repräsentative Studie in der Schweiz von Zimmermann (für mehr Details siehe S. 198), die in der Tabelle als Referenz dargestellt wird, konnte nachweisen, dass bei den 6-12 Jährigen rund 20% der Kinder übergewichtig sind (Tab. 8).

In diesem Kapitel werden die Daten der anderen Alterskategorien nicht erwähnt, weil das N für die einzelnen Gruppen zu klein ist.

Tab. 8: Verteilung des Gewichtsstatus der feelok-Studienteilnehmer/innen aufgrund ihres BMI (N. in Klammern) und Vergleich mit den Befunden von Zimmermann MB
Alle Details im Anhang, Seite 198

	Alterskategorien			Zimmermann MB, et al.	
	13 J. (79)	14 J. (76)	15 J. (55)	Mädchen	Knaben
Untergewicht	5.1	1.3	10.9	-	-
Normalgewicht	75.9	75.0	60.0	-	-
Übergewicht	19.0	23.7	29.1	19.1	20.3

Abb. 22 zeigt, wie sich der BMI der 13-Jährigen verteilt (N=79). Jeder Punkt stellt eine/n oder mehrere Studienteilnehmer/innen dar (vergleiche mit der Y-Achse). Die rote Linie auf der linken Seite stellt den Grenzwert zwischen dem Unter- und Normalgewicht aufgrund eines BMI von 15.4 dar. Die rote Linie auf der rechten Seite stellt den Grenzwert zwischen dem Normal- und Übergewicht aufgrund eines BMI von 20.5 dar.

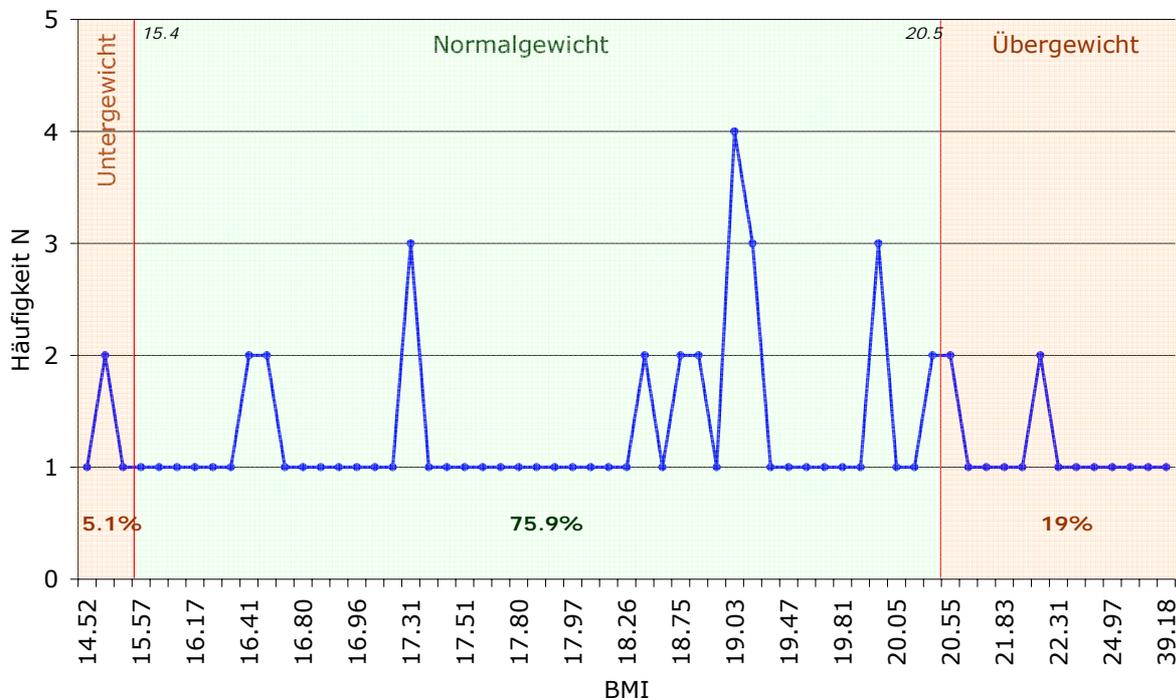


Abb. 22: Verteilung des BMI. Die Achse X wiedergibt den BMI, die Achse Y die Anzahl 13-Jähriger mit dem entsprechenden Wert. 19% sind übergewichtig (N=79)

Abb. 23 zeigt, wie sich der BMI der 14-Jährigen verteilt (N=76). Jeder Punkt stellt eine/n oder mehrere Studienteilnehmer/innen dar. Die rote Linie auf der linken Seite stellt den Grenzwert zwischen dem Unter- und Normalgewicht aufgrund eines BMI von 16.1 dar. Die rote Linie auf der rechten Seite stellt den Grenzwert zwischen dem Normal- und Übergewicht aufgrund eines BMI von 21.1 dar.

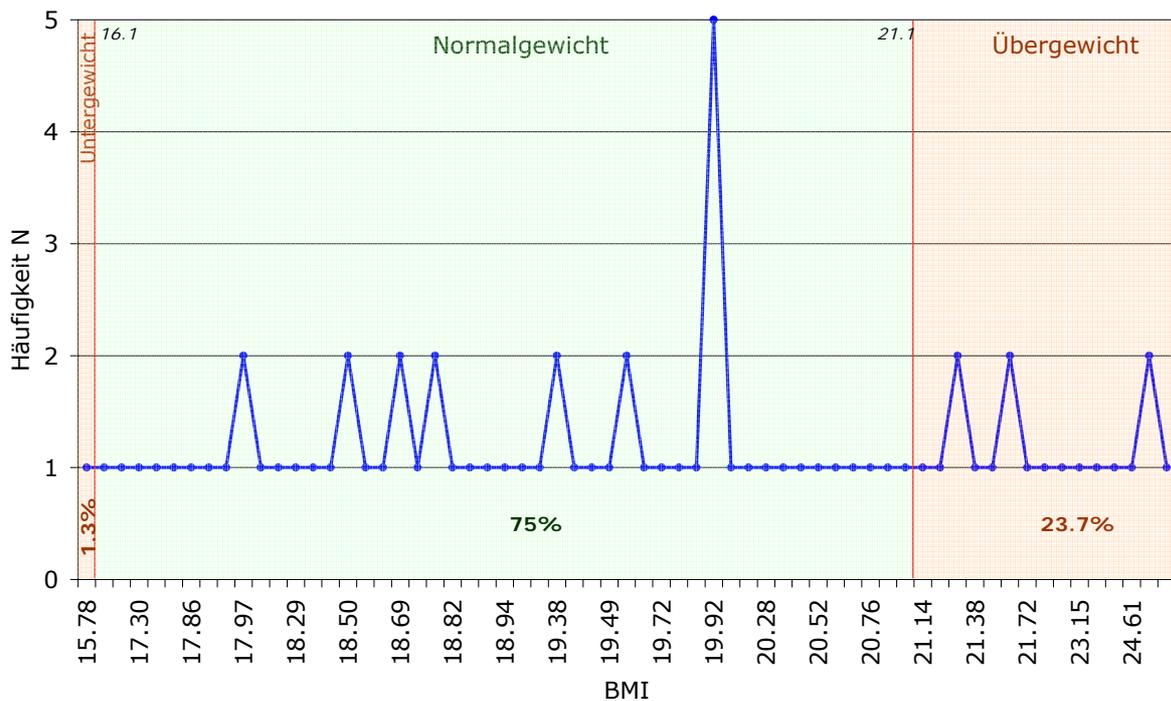


Abb. 23: Verteilung des BMI. Die Achse X wiedergibt den BMI, die Achse Y die Anzahl 14-Jähriger mit dem entsprechenden Wert. 23.7% sind übergewichtig (N=76)

Abb. 24 zeigt, wie sich der BMI der 15-Jährigen verteilt (N=55). Jeder Punkt stellt eine/n oder mehrere Studienteilnehmer/innen dar. Die rote Linie auf der linken Seite stellt den Grenzwert zwischen dem Unter- und Normalgewicht aufgrund eines BMI von 16.8 dar. Die rote Linie auf der rechten Seite stellt den Grenzwert zwischen dem Normal- und Übergewicht aufgrund eines BMI von 21.7 dar.

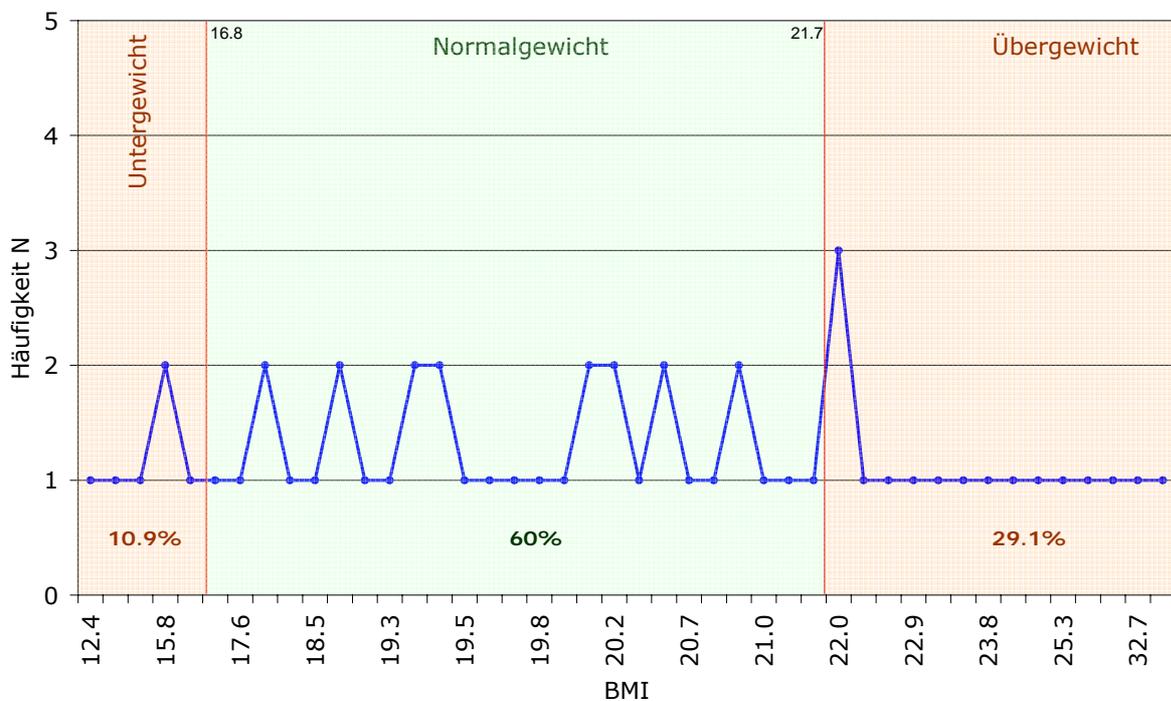


Abb. 24: Verteilung des BMI. Die Achse X wiedergibt den BMI, die Achse Y die Anzahl 15-Jähriger mit dem entsprechenden Wert. 29.1% sind übergewichtig (N=55)

Wir haben nicht die Jugendlichen gebeten, uns ihren BMI zu mitteilen, sondern wir haben nach ihrem Gewicht und Grösse gefragt. Aufgrund dieser Daten kann man den BMI rechnen. Die Formel ist einfach, nämlich $BMI = \text{Körpergewicht (kg)} / (\text{Körpergröße})^2$. Schwieriger ist zu bestimmen, ab wann von Über- und Untergewicht die Rede sein kann. Bei den Erwachsenen kennt man die zwei allgemeingültigen BMI-Grenzwerte, d.h. unabhängig von Alter und Geschlecht, nämlich 18.5 und 25. Bei den Kindern und Jugendlichen variieren dagegen die Werte nach Alter und Geschlecht.

Um das Normalgewicht vom Über- und Untergewicht zu unterscheiden, braucht man zwei Informationen:

1. *Die BMI-Perzentilen, die die Grenzwerte zwischen Normal- und Nichtnormalgewicht bestimmen*

Der BMI eines Kindes bzw. Jugendlichen sollte zwischen der 10. und der 90. Perzentile für die entsprechende Alters- und Geschlechtsgruppe liegen. Unterhalb der 10. Perzentile besteht Untergewicht, während Kinder oberhalb der 90. Perzentile übergewichtig sind (90. Perzentile heisst, dass 90% aller Jugendliche gleichen Geschlechts und Alters einen niedrigeren BMI aufweisen). Im Rahmen der feelok-Umfrage haben wir die oben erwähnten Grenzwerte verwendet.

2. *Repräsentative Daten über die BMI-Verteilung in der Referenzbevölkerung*

Sehr wichtig ist die Referenzpopulation, die man wählt, um den normalen vom nicht normalen BMI zu unterscheiden. Problematisch ist aber, dass die Bevölkerung insgesamt immer schwerer wird. Leute mit BMI-Werten, die vor wenigen Jahren unnormale hoch waren, werden in der Bevölkerung immer vertrauter. Als Folge davon sollte man aufgrund der 90. Perzentilen auch neue Grenzwerte formulieren, um Normal- von Übergewicht zu unterscheiden. Aber das ist wenig sinnvoll, weil man mit dem BMI nicht nur eine mathematische Formel berechnen will, um die aktuelle Situation in der Bevölkerung zu beschreiben, sondern auch das gesunde vom ungesunden Gewicht unterscheiden will. Deswegen haben wir als Referenzpopulation die Kinder und Jugendliche zwischen 0 und 20 Jahre genommen, die vor den 90er Jahren in der Schweiz gelebt haben. Die Daten über die Referenzpopulation haben wir aus dieser Publikation extrapoliert: „Prader A., Largo R.H., Molinari L., Issler C.: Physical growth of Swiss children from birth to 20 years of age (First Zurich Longitudinal Study of Growth and Development). Helvetica Paediatrica Acta, Supplementum 52 (1989)“

Als Folge dieser Überlegungen und Berechnungen wurden als normalgewichtige

- die 13-Jährigen bezeichnet, die einen BMI zwischen 15.4 und 20.5,
- die 14-Jährigen, die einen BMI zwischen 16.1 und 21.1 und
- die 15-Jährigen, die einen BMI zwischen 16.8 und 21.7 haben.

Epidemiologische Studien bieten differenzierte Grenzwerte des BMI für Mädchen und Knaben und für den Anfang und Mitte eines Lebensjahres an (z.B. 13-Jährige haben einen leicht anderen Standard-BMI als 13.5-Jährige). Diese Differenzierung geht aber sehr ins Detail und hat einen minimalen Einfluss auf die BMI-Grenzwerte. Sie ist sicher für epidemiologische Studien geeignet. Im Rahmen der feelok-Umfrage haben wir aber verzichtet, den BMI auch nach Geschlecht und Zwischenlebensjahre zu differenzieren, um die Datenanalyse zu vereinfachen.

Die repräsentative Studie von Zimmermann (2004), die 2'431 Kinder zwischen 6 und 12 Jahren untersuchte, zeigte, dass rund 20% der Kinder von der Übergewichtsproblematik betroffen sind. Die feelok-Umfrage hat nicht genau die gleiche Altersgruppe befragt; trotzdem scheinen die Befunde von Zimmermann in gewissem Masse die Plausibilität der feelok-Ergebnisse zu bestätigen.

Was unsere Daten zeigen, ist eine tendenzielle Zunahme der Anzahl Übergewichtiger mit dem Alter (zwischen 13 und 15 Jahren). Wir haben breit untersucht, ob es andere Studien gibt, die vergleichbare Trends beweisen. Leider konnten wir keine Publikationen finden, die das Thema behandeln oder Experten, die uns weiterhelfen konnten. Ob die Zunahme mit

dem Alter der Anzahl Übergewichtiger einen Trend widerspiegelt, der in der Jugendbevölkerung zu finden ist, oder ob dieser Trend eine Verzerrung der Umfrage ist, kann nicht bestimmt werden.

Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 2

85% der Besucher/innen von feelok sind junge Menschen zwischen 10 und 19 Jahren, wobei die 14- / 15-Jährigen deutlich überwiegen. Das Programm wird sowohl von Mädchen wie auch von Knaben besucht. Die Mehrzahl der Besucher/innen kommt aus der Schweiz und vorwiegend aus Kanton Zürich (Stand: Ende 2004). Fast alle besuchen eine dieser Schulen: die Real-, die Sekundar- oder die Berufsschule bzw. das Gymnasium oder das 10. Schuljahr und leben mit beiden Eltern zusammen. Zwischen 19% und 29% der 13 bis 15-Jährige Studienteilnehmer/innen ist übergewichtig. Fazit: feelok erreicht zum grossen Teil die anvisierte Zielgruppe.

15. Erfolgreiche Implementierungsstrategien, Setting und Wiederbenutzung (3)

Mit folgender Fragestellung beabsichtigte man verschiedene Facetten der Implementierungsstrategien von feelok im weitesten Sinne zu erfassen, um u. a. die erfolgreichsten Massnahmen zu identifizieren: wir haben untersucht, durch welche Kanäle die Besucher/innen den Weg zu feelok gefunden haben und aufgrund welcher Themen das Programm gesucht wurde. Wir haben dann untersucht, in welchem Setting das Programm verwendet wird und wie häufig das Programm von den Besuchern/innen schon benutzt wurde. Ein spezieller Abschnitt schliesst dieses Kapitel zum Thema Implementierung ab: wir haben untersucht, ob die Veröffentlichung von Artikeln in Zeitschriften über feelok zu einer Zunahme der Anzahl Besucher/innen führte.

Implementierungsstrategien

Ergebnis

60% bis 70% der Studienteilnehmer/innen haben feelok kennen gelernt, weil sie einen entsprechenden Hinweis von einer Lehrperson bekommen haben oder weil das Programm in der Schule eingesetzt wurde. Die anderen Implementierungsmassnahmen erklären alle zusammen zwischen 30% und 40% der Besuche. Zwischen den einzelnen Massnahmen sind aber keine bemerkenswerten Unterschiede zu erkennen.

Es gibt Hinweise, die zeigen, dass mehr Mädchen als Knaben mit feelok in Kontakt gekommen sind, weil die Lehrperson sie darüber angesprochen hat (Abb. 25). Unterschiede zwischen den zwei Altersgruppen (10-14 J. vs. 15-19 J.) gibt es keine.

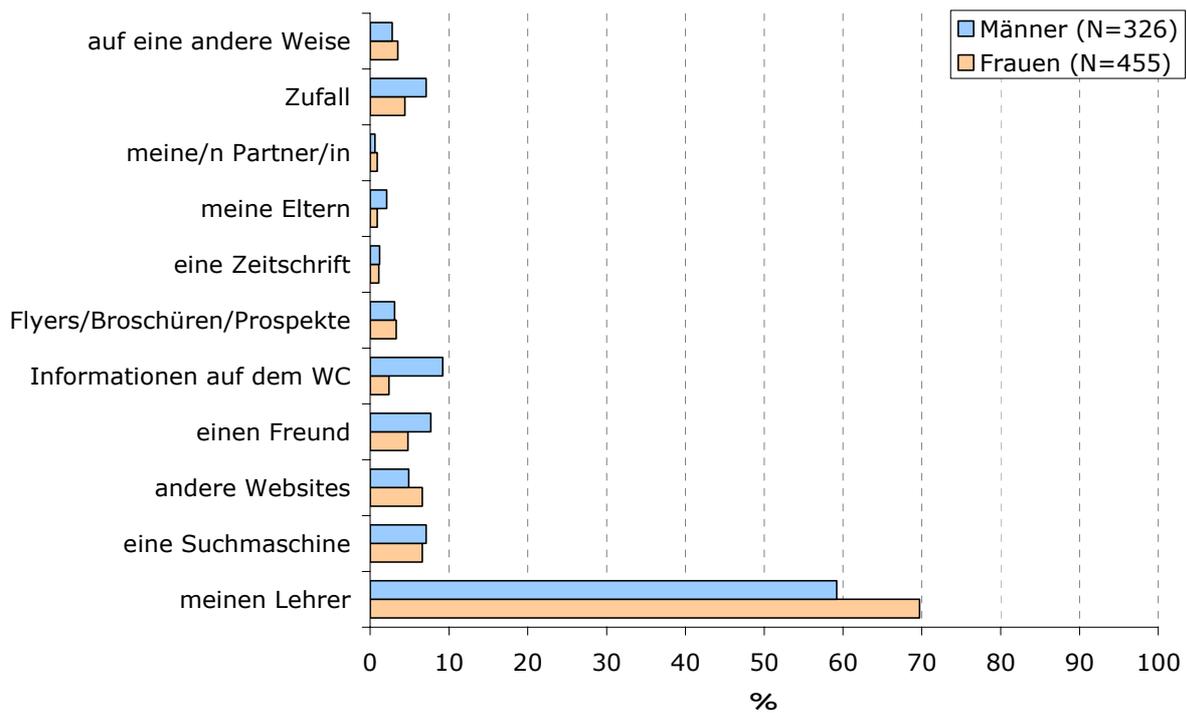


Abb. 25: Antworten (%) auf die Frage „Wie hast du feelok gefunden? Durch... (Du kannst auf mehrere Antworten klicken)“ (N. in Klammern)
 Weitere Details im Anhang ab Seite 134 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

feelok ist ein Programm für die Schulen. Als solches wurde es auch konzipiert und entwickelt. Entsprechend erfreulich ist es, dass die Schulen und die Lehrpersonen feelok als Arbeitsinstrument zur Prävention und Gesundheitsförderung einsetzen. Es kann aber leider nicht ausgeschlossen werden, dass die Jugendlichen durch die Lehrpersonen motiviert wurden, die feelok-Umfrage zu beantworten. Wenn das stimmt, muss man davon ausgehen, dass die Studienteilnehmer/innen aus dem Setting „Schule“ übervertreten sind. Diese Ergebnisse müssen also mit Vorsicht behandelt werden.

Die anderen Implementierungsmassnahmen - einzeln genommen - sind wenig wirksam, aber alle zusammen sind sie immerhin noch für 30% bis 40% aller Besuche verantwortlich. Deswegen können sie nicht vernachlässigt werden.

Eine kurze Erklärung betreffend „Informationen auf dem WC“: dabei handelt es sich um eine originelle Massnahme, um junge Menschen direkt anzusprechen. Eine ausführliche Beschreibung dieser Methode kann unter www.feelok.ch/v1/start/inhalte/pisspoint/index.htm heruntergeladen werden. Besonders interessant ist, dass Pisspoint nur im Kanton Zürich eingesetzt wurde. Die Frage der Abb. 25 wurde aber via Internet gestellt, d.h. auch die jungen Menschen aus anderen Kantonen und Ländern haben diese Frage beantwortet. Und dazu noch: diese Massnahme wurde im März 2004 eingeführt. Die Umfrage hat aber erst im November 2004 stattgefunden. Und trotzdem zeigen die Ergebnisse, dass fast 10% der männlichen Besucher feelok wegen den Klebern von Pisspoint kennen gelernt haben, was zur Schlussfolgerung führt, dass a) viele Besucher/innen aus dem Kanton Zürich kommen und b) dass diese Massnahme eine gewisse Nachhaltigkeit hat. Das Toilettenpapier - das ist ebenso eine Massnahme, die in den Schulentoiletten stattgefunden hat, aber nur bei den Mädchen - scheint bei den Besucherinnen deutlich weniger wirksam zu sein (2%).

Mehr Details über die verwendeten Suchmaschinen, die besuchten externen Websites, über die Zeitschriften und die anderen Weise, die dazu geführt haben, dass feelok gefunden wurde, findet man im Anhang auf Seite 137.

Themen, die dazu geführt haben, dass feelok gesucht wurde

Ergebnis

Fast die Hälfte der Studienteilnehmer/innen hat feelok nicht gesucht, sondern der erste Kontakt mit dem Programm hat wegen einer Lehrperson stattgefunden. Wenn man die anderen Studienteilnehmer/innen betrachtet, merkt man, dass die Knaben feelok vor allem wegen dem Thema „Liebe und Sexualität“ (34%) gesucht haben. Zwischen 10% und 20% der Knaben hat feelok wegen dem Rauch- und Cannabisprogramm, aber auch wegen den Videos und Spielen von feelok gefunden. Für die Mädchen, für die 10 bis 14-Jährigen und für die 15 bis 19-Jährigen scheinen die Themen „Rauchen“, „Liebe“ und teilweise das Thema „Cannabis“ zu erklären, warum sie das Programm gefunden haben. Für die 10 bis 14-Jährigen sind noch dazu auch Spiele und Videos von Interesse. Mehr als 10% der Studienteilnehmer/innen hat feelok zufällig gefunden. Abb. 26 zeigt die Details.

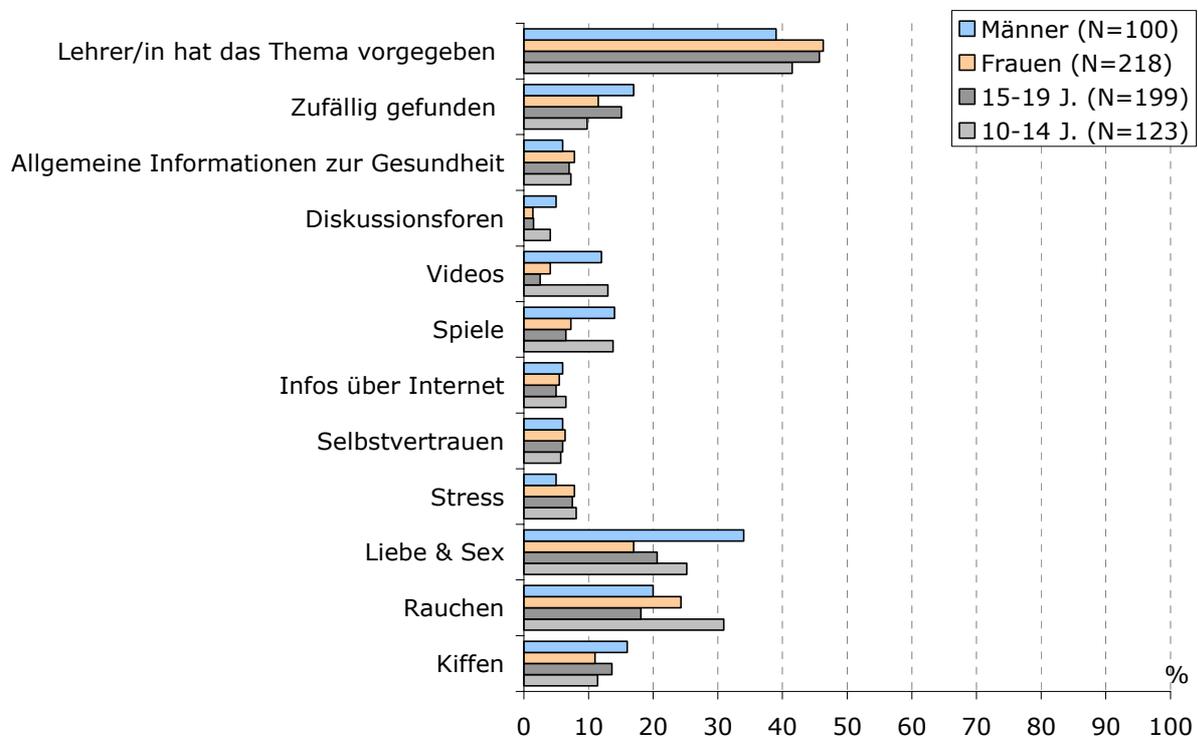


Abb. 26: Antworten (%) auf die Frage „Wegen welchen Themen oder Angeboten hast du das Programm „feelok“ gefunden? (Du kannst auf mehrere Antworten klicken)“ (N. in Klammern)
Alle Details im Anhang ab Seite 151 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Die oben erwähnten Ergebnisse zeigen nicht für welche Themen sich die Jugendlichen interessieren, sondern wegen welchen Themen sie feelok gesucht ... und gefunden haben. Es kann recht gut sein, dass jemand sich für das Thema „Selbstvertrauen“ interessiert, es aber nicht schafft feelok zu finden oder nach anderen Medien sucht (z.B. Bücher), um sich mit dem Thema auseinanderzusetzen.

Die Ergebnisse deuten also darauf hin - es ist eine mögliche Interpretation -, dass es für junge Menschen einfacher ist, feelok zu finden, wenn sie sich für das Thema „Liebe und

Sexualität“ und für das Thema „Rauchen“ interessieren als wenn sie Informationen über andere Themen, die ebenso in feelok behandelt werden, erhalten möchten.

Setting

Ergebnis

Mehr als 50% der Besucher/innen hat feelok direkt in der Schule verwendet, rund 40% zu Hause. Zwischen den Alterskategorien sowie zwischen Mädchen und Knaben gibt es keine bemerkenswerten Unterschiede (Tab. 9).

Tab. 9: Antworten (%) auf die Frage „Wo bist du jetzt?“ (N. in Klammern)
Alle Details im Anhang ab Seite 134 und in den Kapiteln 12 und 13.

	Alterskategorien		Geschlecht	
	10-14 J. (305)	15-19 J. (479)	Frauen (455)	Männer (326)
In der Schule	52.8	55.5	56.3	52.1
Büro	0.7	4.0	2.4	3.1
Zu Hause	42.3	37.0	38.2	40.5
Bei Freunden	1.3	1.0	1.3	0.9
In einem Internet-Café	0.7	1.5	1.1	1.2
Andere Orte	0.3	0.8	0.7	0.6
Keine Antwort	2.0	0.2	0.0	1.5

Kommentar

Die Tatsache, dass mehr als 50% der Besuche im schulischen Setting stattgefunden hat, ist grundsätzlich ein erfreuliches Resultat, obwohl man nicht ausschliessen kann, dass vor allem die Studienteilnehmer/innen in der Schule die Umfrage beantwortet haben, was zu einer möglichen Verzerrung der Ergebnisse führen würde.

Die Rolle der feelok-Besuche zu Hause ist nicht klar definiert: dabei handelt es sich vielleicht um Besuche, die während der Freizeit stattgefunden haben. Es kann aber nicht ausgeschlossen werden, dass die Jugendlichen als Hausaufgabe bekommen haben, die Inhalte von feelok zu bearbeiten. Mit anderen Worten könnte ein Teil der „Hausbesuche“ ebenso eine Verbindung mit der Schule haben.

Wiederbenutzung von feelok

Ergebnis

Im Rahmen der Umfrage haben 62% bis 70% der jugendlichen Besucher/innen angegeben, dass sie feelok das erste Mal besuchen (bei den 20 bis 59-Jährigen sind es 86%). Die anderen kennen das Programm schon. Zwischen den 10-14 J. und 15-19 J. bzw. zwischen Mädchen und Knaben gibt es keine bemerkenswerten Unterschiede (Tab. 10).

Tab. 10: Antworten (%) auf die Frage „Wie häufig hast du schon feelok besucht?“ (N. in Klammern)
 Alle Details im Anhang ab Seite 147 und in den Kapiteln 12 und 13.

	Alterskategorien			Geschlecht	
	10-14 J. (191)	15-19 J. (209)	20-59 J. (116)	Frauen (227)	Männer (157)
Es ist das erste Mal	70.2	61.7	86.2	63.4	69.4
Es ist das zweite Mal	13.6	15.8	6.9	14.5	15.9
Es ist das dritte Mal	5.8	5.3	0.0	5.7	4.5
Es ist das vierte Mal	1.0	2.9	0.0	2.2	1.3
Es ist schon mindestens das fünfte Mal	7.9	13.9	6.9	13.7	7.6
Keine Antwort	1.6	0.5	0.0	0.4	1.3

Kommentar

Die Ergebnisse sind erfreulich. Sie zeigen, dass auf einer Seite immer neue Jugendliche mit dem Programm in Kontakt kommen, aber auch dass andere Besucher/innen feelok mehrmals besuchen, was ein positives Zeichen für die Website ist. Erfreulich ist, dass man zudem schon fast auf Stammgäste zählen kann: damit sind die rund 10% der Besucher/innen gemeint, die feelok schon mindestens 5 Mal besucht haben.

Einfluss von Zeitschriftartikeln auf die Besucheranzahl

Ergebnis

Abb. 27 bis Abb. 30 zeigen, welcher Zusammenhang zwischen der Veröffentlichung eines oder mehrerer Zeitschriftartikel an einem bestimmten Tag und der Anzahl Besuche vor und nach der Veröffentlichung besteht. Zum Beispiel (siehe Abb. 27) wurde am 13.9.2003 (Samstag) ein Artikel über feelok in der Zeitschrift „Tele“ veröffentlicht. Der Artikel hatte eine Länge von 549 Buchstaben. Am gleichen Tag haben rund 300 Personen feelok besucht; es waren einige mehr am 14.9.2003 (Sonntag) und deutlich mehr am 15.9.2003 (Montag).

Ein anderes Beispiel (Abb. 28): Nach der Lancierung des Cannabisprogramms von feelok wurden am 17.2.2004 sogar 4 Zeitschriftartikel veröffentlicht, die über das Interventionsprogramm berichteten. Ein Tag vorher wurde das Programm mehr als 900 Mal besucht; am Tag der Publikation jedoch knapp mehr als 800 Mal und einen Tag danach rund 700 Mal.

Abb. 30 (ganz rechts) zeigt als Referenz 10 Tagen ohne Publikationen und der entsprechende spontane Verlauf der Besucheranzahl.

Für die Interpretation der Ergebnisse siehe den folgenden „Kommentarabschnitt“ (nach den 4 Abbildungen)

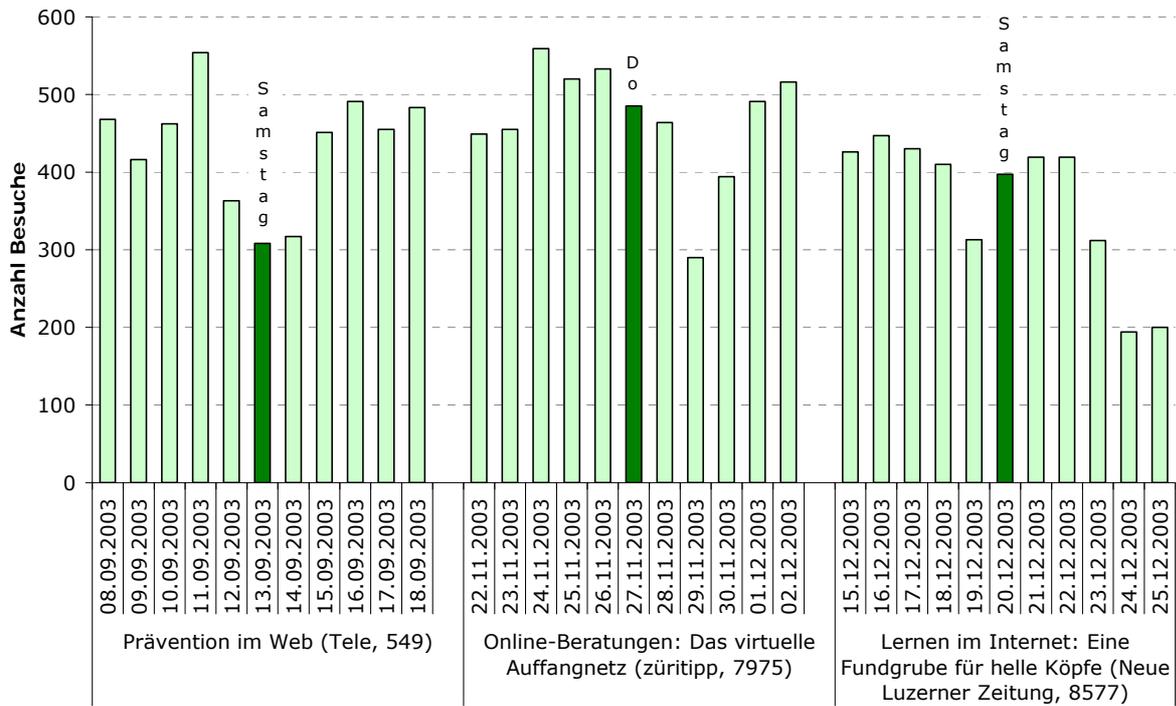


Abb. 27: Anzahl Besuche vor, während (der dunkelgrüne Balken) und nach der Veröffentlichung eines Artikels über feelok. Die Achse X zeigt den Titel des Artikels (oder der Artikel), die Bezeichnung der Zeitschrift und die Anzahl Buchstaben des jeweiligen Artikels. Die Achse X listet 11 Tage auf (siehe das Datum). Die Achse Y informiert über die Anzahl Besuche an den jeweiligen Tagen (N=13'891)
 Alle Details im Anhang ab Seite 138

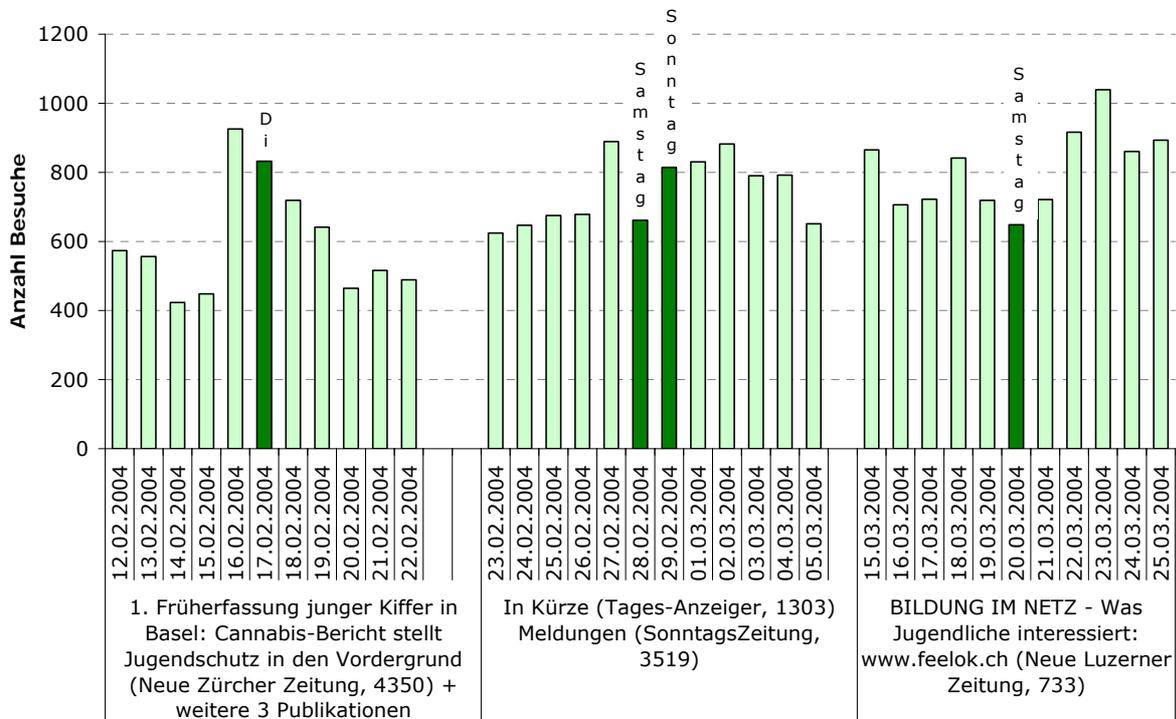


Abb. 28: Für eine Beschreibung siehe Abb. 27 (N=24'449)

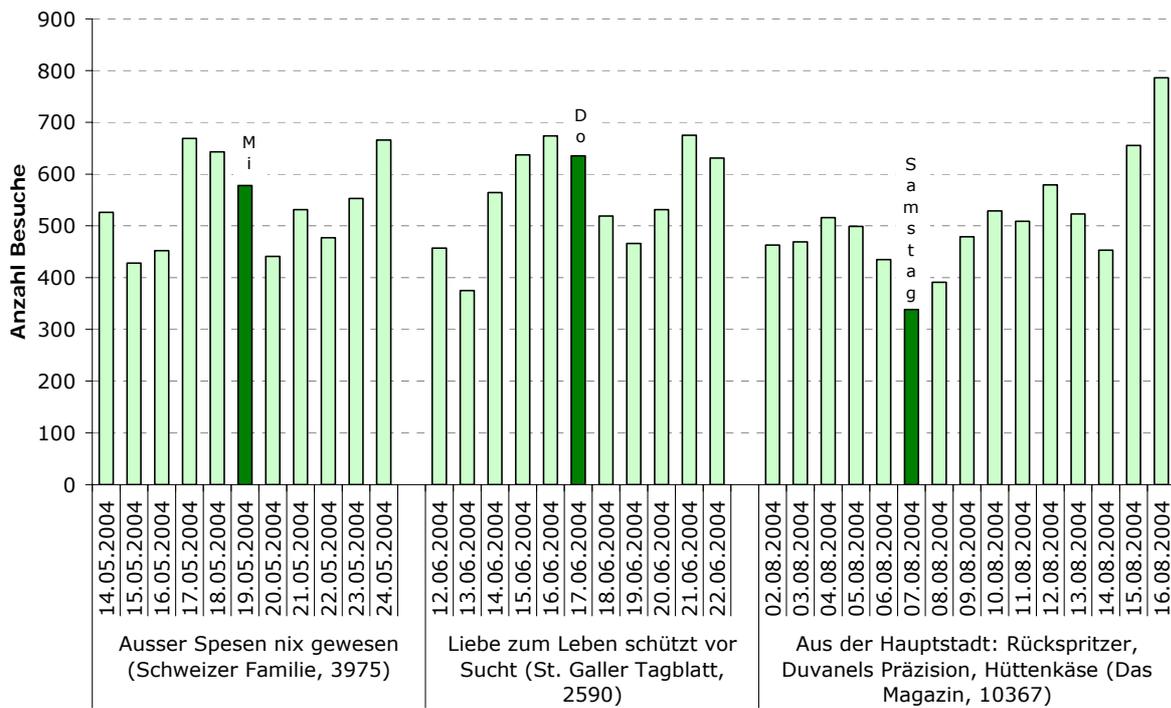


Abb. 29: Für eine Beschreibung siehe Abb. 27 (N=19'752)

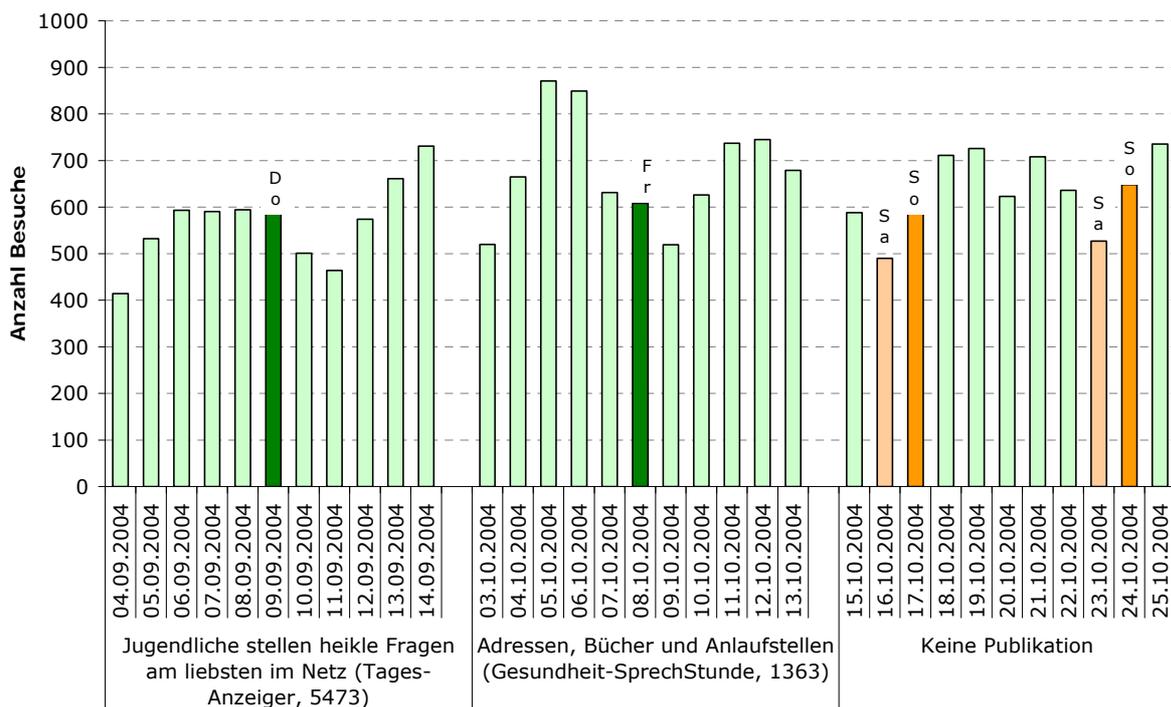


Abb. 30: Für eine Beschreibung siehe Abb. 27 (N=29'685)

Kommentar

Es ist ausserordentlich schwierig, die Ergebnisse der vorherigen 4 Abbildungen zu interpretieren. Rund um feelok laufen verschiedene Implementierungsmassnahmen und nur einige davon sind uns bekannt. Es kann gut sein, dass eine Massnahme zu einem bestimmten Zeitpunkt besonders wirksam ist, was zu einer Erhöhung der Anzahl Besuche führt, ohne dass wir davon etwas erfahren. Zwar sehen wir die Zunahme der Anzahl

Besuche, aber wir können sie nicht erklären. Abgesehen davon ist feelok ein Internetprogramm, das jederzeit von jedermann besucht werden kann. Es ist also auch nicht auszuschliessen, dass als Folge spontaner Fluktuationen in der Grundgesamtheit der Internetbenutzer/innen zufällig die Anzahl Besuche variieren kann. In diesem hochkomplexen Feld versuchen wir zu verstehen, welchen Einfluss eine einzelne Massnahme, nämlich die Veröffentlichung eines Artikels über feelok, auf die Anzahl Besucher/innen hat. Irgendwie problematisch...

Eine Website, nämlich www.swissdox.ch, hat uns die Informationen betreffend Publikationen vermittelt, die wir brauchten: wir haben in einem Textfeld dieser Website das Wort www.feelok.ch angegeben und geschaut, wie viele Artikel mit unserer Webadresse in schweizerischen Zeitschriften, wann und mit welchem Umfang veröffentlicht wurden. Die Anzahl Besuche konnten wir von unserem Statistiktool extrapolieren. Der nächste Schritt war die Verbindung der zwei Informationen. Die Abb. 27 bis Abb. 30 zeigen das Ergebnis dieser Arbeit.

Wenn man die Abbildungen genau anschaut und interpretiert, kommt man zu folgender möglichen Schlussfolgerung: Zeitschriftartikel, die zwischen Montag und Donnerstag veröffentlicht wurden, hatten keinen Impact: als Folge dieser Artikel konnte man keine Auswirkung auf die Anzahl Besuche feststellen. Normalerweise wird feelok am Wochenende seltener besucht als während der Woche. Wenn aber ein Artikel zwischen Freitag und Sonntag veröffentlicht wird, gibt es Hinweise, dass die übliche Abnahme am Wochenende betreffend Anzahl Besuche in geringerem Ausmass stattfindet oder ganz ausfällt. Es gibt aber Wochenenden, an welchen auch ohne Publikationen die Anzahl Besuche hoch bleibt, was die Interpretation der Ergebnisse zusätzlich erschwert.

Fazit: Publikationen zwischen Montag und Donnerstag haben keinen Impact, Publikationen zwischen Freitag und Sonntag haben vielleicht einen bescheidenen kurz andauernden Impact. In allen Fällen - falls überhaupt - ist die Wirkung einer Publikation in 1-2 Tagen erschöpft.

Sind also Zeitschriftartikel wirklich so unwirksam? Es wäre unangebracht, diese Ergebnisse so zu verallgemeinern. Um feelok bekannt zu machen, war die Medienarbeit durch Zeitschriften nicht besonders wirksam. Es kann aber sein, dass wenn es um andere Produkte geht oder wenn die Artikel in besseren Zeiten veröffentlicht werden (z.B. wenn ein Thema aktuell ist), die Medienarbeit mehr Erfolg hat. Auf der anderen Seite wäre es auch falsch anzunehmen, dass die Medienarbeit die beste Methode ist, um ein Programm oder Anliegen bekannt zu machen. Die Tatsache, dass eine Information in einer bekannten Zeitschrift erscheint, die potentiell von Hunderten von Tausenden von Personen gelesen wird, ist noch keine Garantie, dass sich jemand mit dem Thema auch wirklich auseinandersetzen wird. Das heisst: eine Publikation kann eine gute Methode sein, um den eigenen Selbstwert zu fördern, insofern man behaupten kann, dass man es durch dieses Medium geschafft hat, viele Leute zu erreichen. Für die effektive Verbreitung einer Intervention kann aber diese Massnahme von kleiner oder sogar keiner Bedeutung sein.

Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 3

Die Mehrzahl der Studienteilnehmer/innen hat feelok kennen gelernt und in der Schule verwendet, weil die Lehrperson sie über das Programm informiert hat. Die Lehrpersonen sind also die wichtigsten Mediatoren für die Verbreitung des Programms. Die anderen Implementierungsmassnahmen sind deutlich weniger wirkungsvoll. Auch die Veröffentlichung von Zeitschriftartikeln hat praktisch keine oder höchstens eine sehr bescheidene Wirkung auf die Benutzung des Programms.

Im schulischen Setting bestimmt meistens die Lehrperson, mit welchem Thema von feelok die Jugendlichen arbeiten müssen. Wenn die Jugendlichen selbst feelok suchen, ist dies meistens um Informationen zu den Themen „Liebe & Sexualität“, „Rauchen“ und teilweise zum Thema „Kiffen“ zu finden (damals existierten die Programme zu den Themen

„Bewegung“, „Ernährung“ und „Alkohol“ noch nicht). Rund 40% der Besucher/innen verwenden das Programm zu Hause. Rund 60%-70% von jenen, die die Umfrage beantwortet haben, haben feelok das erste Mal verwendet. Die anderen hatten feelok schon 2 oder mehrmals besucht.

16. Allgemeines Internetverhalten der feelok-Besucher/innen (4)

Da feelok ein Internetprogramm ist, war von Interesse zu erfahren, wie die feelok-Besucher/innen im Allgemeinen mit dem Medium „Internet“ umgehen. Die Fragestellung umfasste folgende Items: wie häufig surfen die Besucher/innen im Internet? Wie lange? Und zu welchen Themen suchen sie Informationen? Gibt es Unterschiede mit den Ergebnissen der Smash-Studie?

Allgemeine Verwendung vom Internet: Häufigkeit

Ergebnis

Mehr als 80 % der feelok-Besucher/innen surfen im Internet die letzten 30 Tage mindestens 1 Mal pro Woche, weniger als 10% hatte keinen Kontakt mit diesem Medium (feelok ausgeschlossen). Zwischen denjenigen, die das Internet mehrmals pro Woche verwenden, gibt es Hinweise für Geschlechtsunterschiede: mehr Knaben als Mädchen surfen jeden Tag und mehr Mädchen als Knaben verwenden Internet mehrmals pro Woche. Bemerkenswerte Altersunterschiede gibt es keine.

Die Ergebnisse der Smash-Studie zeigen ein differenzierteres Bild: rund 85% der Knaben (Schüler/innen aus den Mittelschulen), profitieren regelmässig von den Internetangeboten (mindestens 1 Mal pro Woche). Die Zahl sinkt auf etwa 60% bei jenen, die eine Lehre absolvieren. Leicht tiefer sind die Werte bei den Mädchen: bei jenen, die die Schule besuchen, verwenden rund 70% das Internet regelmässig; bei den Lehrtöchtern sinkt die Zahl auf 50% (Abb. 31).

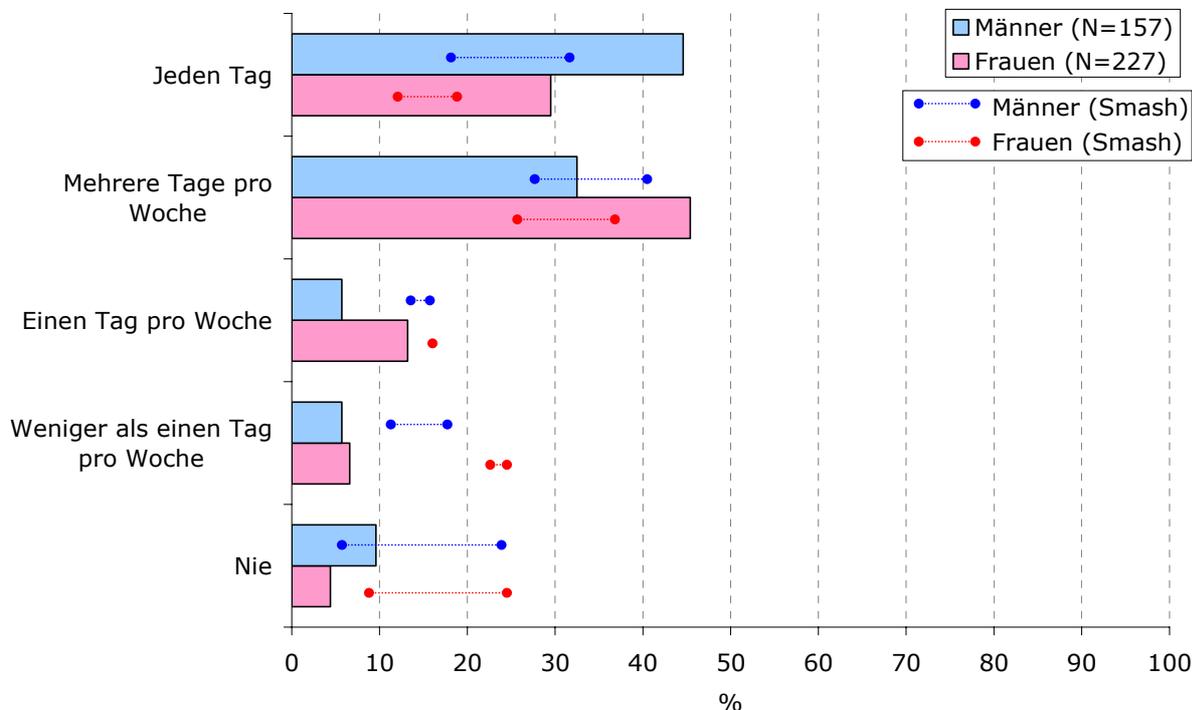


Abb. 31: Antworten (%) auf die Frage „Wie häufig warst du in den letzten 30 Tagen im Internet?“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diejenigen der Smash-Studie werden von den Kreisen (Schüler/innen aus den Mittelschulen bzw. Lehrlinge) dargestellt.

Weitere Details im Anhang ab Seite 147 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Unter den feelok-Besucher/innen ist die regelmässige Verwendung des Internets eine Selbstverständlichkeit. Nur ein sehr bescheidener Anteil (weniger als 10%) zeigt für dieses Medium kein Interesse oder hat keinen (privilegierten) Zugang zu fürs Internet notwendiger Infrastruktur oder Wissen.

Ein Vergleich mit den Ergebnissen der Smash-Studie ist wegen den Unterschieden zwischen Lehrlingen und Schülern/innen aus den Mittelschulen schwieriger. Grundsätzlich zeigt sich aber, dass die feelok-Studienteilnehmer/innen häufiger im Internet surfen als die Jugendlichen, die die Frage im Rahmen der Smash-Studie beantwortet haben. Dies wiederum ist nicht erstaunlich: da feelok ein Internetprogramm ist, wird es wahrscheinlich mehr benutzt von jenen, die sich regelmässig im Internet befinden als von jenen, die keinen Kontakt mit diesem Medium haben und feelok nur wegen einer Lehrperson kennen gelernt haben.

Die Smash-Studie konnte aber trotzdem beweisen, dass die regelmässige Verwendung von Internet (mind. 1 Mal pro Woche) auch in der von ihnen untersuchten Bevölkerung recht verbreitet ist (zwischen 50% und 85%). Aufgrund dieser erfreulichen Befunde kann man zur Schlussfolgerung kommen, dass Internetprogramme ein grosses Potential haben, breite Segmente der Jugend-Bevölkerung zu erreichen. Mit dem „Potential“ ist noch nichts gemacht. Geeignete Implementierungsmassnahmen müssen ebenso eingesetzt werden, um tatsächlich die anvisierte Zielgruppe zu erreichen. Man hat aber mindestens die wesentliche Grundlage, d.h. die Infrastruktur, um mit bestimmten Inhalten und Anliegen die Zielgruppe zu erreichen.

Allgemeine Verwendung von Internet: Dauer

Ergebnis

An den Tagen, an welchen die feelok-Besucher/innen das Internet verwenden, bleiben sie in etwa 76% der Fälle eine Stunde oder länger im Netz. Es gibt Hinweise für Geschlechtsunterschiede: fast 40% der Knaben verwenden das Internet an den oben erwähnten Tagen im Durchschnitt 2 Stunden oder mehr. Bei den Mädchen sind weniger als 30% so lange am Internet angeschlossen. Mehr Mädchen (47%) als Knaben (34%) bleiben dagegen ungefähr eine Stunde lang im Netz. Zwischen den 10-14 J. und den 15-19 J. gibt es nur in Bezug auf die kurze Dauer der Internetverwendung Unterschiede (Abb. 32 zeigt die Daten nicht; alle Details befinden sich im Anhang, S. 150): bei den 10-14 J. surfen 31% weniger als 30 Minuten lang; bei den 15-19 J. sinkt diese Zahl auf 17%.

Betreffend der Dauer der Internetverwendung bei den Studienteilnehmern/innen der Smash-Studie zeigen sich kleine Unterschiede zwischen Jugendlichen, die eine Lehre absolvieren und denjenigen, welche die Mittelschule besuchen. Grössere Unterschiede sind zwischen den Geschlechtern zu beobachten: bei den Knaben besuchen zwischen 61% und 68% das Internet eine Stunde oder mehr; bei den Mädchen sinkt diese Zahl auf etwa 50% (Abb. 32)

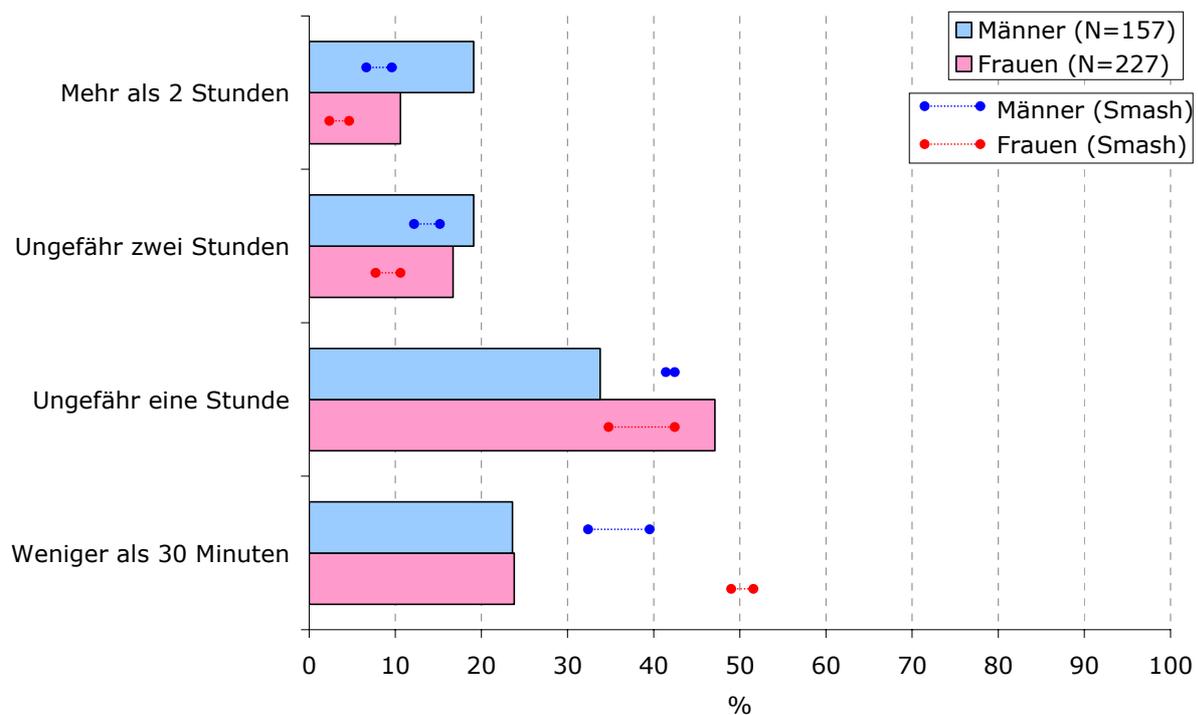


Abb. 32: Antworten (%) auf die Frage „Wie viel Zeit verbringst du an den Tagen, an denen du ins Internet gehst, durchschnittlich im Internet?“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diese der Smash-Studie werden von den Kreisen (Schüler/innen aus den Mittelschulen und Lehrlinge) dargestellt. Alle Details im Anhang ab Seite 147 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Die Tatsache, dass die feelok-Besucher/innen länger im Internet surfen als die Teilnehmer/innen der Smash-Studie, widerspiegelt sehr wahrscheinlich noch einmal die Internetnatur von feelok: wenn jemand viel Zeit im Internet verbringt, hat er oder sie eine grössere Chance unser Interventionsprogramm zu finden, als wenn jemand kurze Zeit im Netz verweilt.

Abgesehen von dieser fast methodologischen Überlegung und gestützt auf die Daten der Smash-Studien kann man nur beeindruckt werden, wenn man realisiert, was für eine Rolle Internet im Leben der jungen Menschen spielt. Nicht nur besucht die Mehrzahl der Jugendlichen das Internet regelmässig, sondern auch noch dazu jeweils eine Stunde oder länger. Dabei handelt es sich um eine Revolution im Lebensstil unserer Zielgruppe: bis vor wenigen Jahren, z.B. als das feelok-Projekt im Jahr 1999 startete, war dieses Medium sehr wenig verbreitet und eher nur in bestimmten sozialen Gruppen zu finden (z.B. bei den Universitätsstudenten). Heute dagegen werden unglaubliche Zeitmengen im Internet verbracht. Auch aus diesem Grund ist es interessant zu erfahren, für welche Zwecke das Internet verwendet wird. Diese Frage wird im nächsten Abschnitt beantwortet.

Internetbasierter Informationsbedarf

Ergebnis

Mehr als 40% der Knaben brauchen das Internet, um Informationen im Freizeit- und Sportbereich zu finden und 30% um pornografisches Material anzuschauen oder um Beiträge im Bereich Gesundheit, Sexualität und Medizin zu finden. Für das Thema Freizeit interessieren sich rund 40% der Mädchen. Die Mädchen der feelok-Umfrage verwenden

Internet aber auch als Hilfsmittel für die schulischen Aufgaben und um Informationen über Filmsstars bzw. andere bekannte Persönlichkeiten zu finden (rund 35%). Nicht selten (30%) wird das Internet von den Mädchen gebraucht, um Beiträge im Bereich Gesundheit, Sexualität und Medizin zu lesen.

Die Knaben interessieren sich deutlich mehr als die Mädchen für Informationen im sportlichen Bereich und für die Pornographie. Die Mädchen verwenden das Internet häufiger als die Knaben um Beiträge im Bereich „Schule“ und „Filmsstars/andere berühmten Persönlichkeiten“ zu finden.

Es gibt mit Ausnahme zum Thema „Pornographie“ ziemlich grosse Unterschiede mit den Befunden der Smash-Studie. Smash-Teilnehmer/innen zeigen mehr Interesse für Informationen im Bereich „Freizeit“, „Sport“ und „schulische Aufgaben“. Die feelok-Studienteilnehmer/innen interessieren sich mehr für die Bereiche „Gesundheit, Sexualität und Medizin“ (Abb. 33).

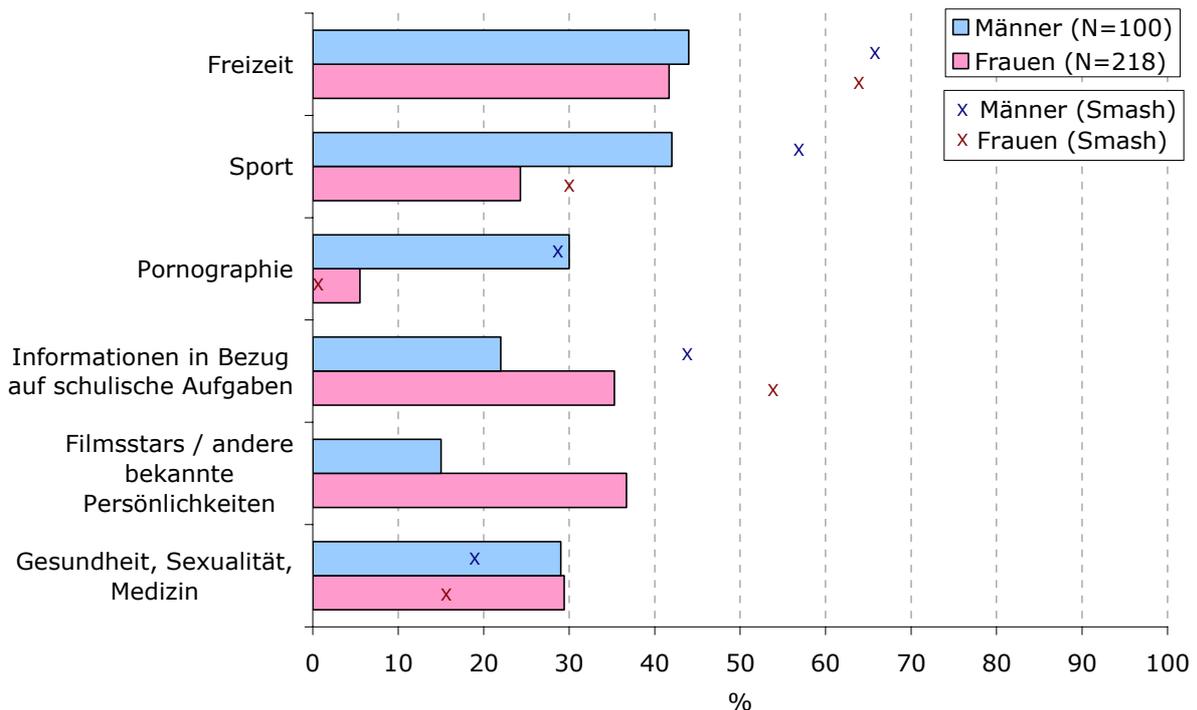


Abb. 33: Antworten (%) auf die Frage „Zu welchen Themen hast du dich in den letzten 30 Tagen im Internet informiert?“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diejenigen der Smash-Studie werden von den X dargestellt. Alle Details im Anhang ab Seite 151 und in den Kapiteln 12 und 13.

Auch zwischen den 10-14 J. und den 15-19 J. zeigen sich einige Unterschiede in Bezug auf die Verwendung vom Internet, als Medium um Informationen zu finden. 10-14 J. brauchen das Internet häufiger um Beiträge über bekannte Persönlichkeiten zu lesen. Die 15-19 J. setzen das Internet häufiger ein, um Informationen im Freizeitbereich herunter zu laden. Tab. 11 zeigt die Details.

Tab. 11: Antworten (%) auf die Frage „Zu welchen Themen hast du dich in den letzten 30 Tagen im Internet informiert?“ (N. in Klammern).

Alle Details im Anhang ab Seite 151 und in den Kapiteln 12 und 13.

	Alterskategorien	
	10-14 J. (123)	15-19 J. (199)
Gesundheit, Sexualität, Medizin	24.4	32.2
Bekannte Persönlichkeiten	40.7	23.1
Informationen in Bezug auf schulische Aufgaben	29.3	32.2
Pornographie	13.0	13.6
Sport	31.7	28.6
Freizeit	35.0	46.7

Kommentar

Internet wird für verschiedene Zwecke gebraucht: die unglaubliche Vielfalt dieses Mediums verbunden mit den niedrigen Kosten erklärt auch seinen Erfolg. Für alle gibt es im Internet Informationen und Dienstleistungen, die von Interesse sein können. Die oben vorgestellten Zahlen untermauern diese Aussage.

Die Unterschiede zwischen den Ergebnissen der feelok-Umfrage und denjenigen der Smash-Studie sind in dieser Fragestellung, aber vor allem bei diesem Item besonders gross. Diese Unterschiede widerspiegeln sehr wahrscheinlich die inhaltliche Natur von feelok. feelok bietet noch keine Informationen im Sportbereich an (Stand: Anfang 2006); ebenso nicht im Freizeitbereich oder um Hausaufgaben zu erledigen. Es ist also nicht überraschend, dass eine kleinere Anzahl von jenen, die diese Informationen suchen, in feelok zu finden sind. Auf der anderen Seite bietet feelok Informationen im Bereich „Gesundheit, Sexualität und Medizin“ an. Entsprechend mehr Besucher/innen kann feelok anziehen, die sich für diese Informationen interessieren.

Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 4

Mehr als 80% der feelok-Besucher/innen können als regelmässige Surfer/innen bezeichnet werden, da sie das Internet mindestens 1 Mal pro Woche verwenden. Unter diesen surft die grösste Mehrzahl im Netz mehrmals pro Woche. Ebenso fast 80% der feelok-Besucher/innen bleibt an den jeweiligen Tagen, an denen gesurft wird, 1 Stunde oder länger im Netz. Die feelok-Besucher/innen benötigen das Internet vor allem um Informationen im Bereich „Freizeit“ und „Gesundheit, Sexualität, Medizin“ zu finden. Die Knaben auch um Beiträge im sportlichen Bereich und um pornographisches Material anzuschauen. Die Mädchen eher um Hilfe für schulische Aufgaben zu erhalten und um Beiträge über Filmsstars und andere berühmte Persönlichkeiten zu finden.

17. Interessen der feelok-Besucher/innen (5)

feelok - Version 2 bot eine Reihe von Themen und Dienstleistungen an. Mit der 5. Fragestellung untersuchte man die entscheidende Frage, ob diese Themen und Dienstleistungen für die Besucher/innen von Interesse sind. Das gleiche Item, nämlich „Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich?“ wurde in zwei Umfragen eingesetzt. In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der zwei Umfragen aufsummiert.

Interesse der Besucher/innen für die Dienstleistungen und Themen von feelok - Version 2

Ergebnis

Abgesehen von der Dienstleistung „Diskussionsforen“ und abgesehen vom Programm „Internet für Anfänger/innen“ (in der Abb. 34 als „Infos über Internet“ beschriftet) interessieren sich die feelok-Studienteilnehmer/innen für alle anderen Dienstleistungen und Themen von feelok; jedoch mit Unterschieden. Das Thema „Liebe und Sexualität“ interessiert rund 60%, das Thema „Selbstvertrauen“ rund 40%, das Thema „Rauchen“, „Kiffen“ und „Stress“ rund 30% der Besucher/innen. An Spielen und Videos haben zwischen 25% und 35% der Besucher/innen Interesse.

Die Knaben interessieren sich deutlich mehr für Videos und Spiele als Mädchen, die Mädchen mehr für das Thema „Selbstvertrauen“ und „Stress“ als die Knaben. Die 10-14 J. interessieren sich ebenso mehr für Videos und Spiele als die 15-19 J. und die 15-19 J. ziehen vor, sich mit dem Thema „Stress“ und „Liebe und Sexualität“ zu beschäftigen.

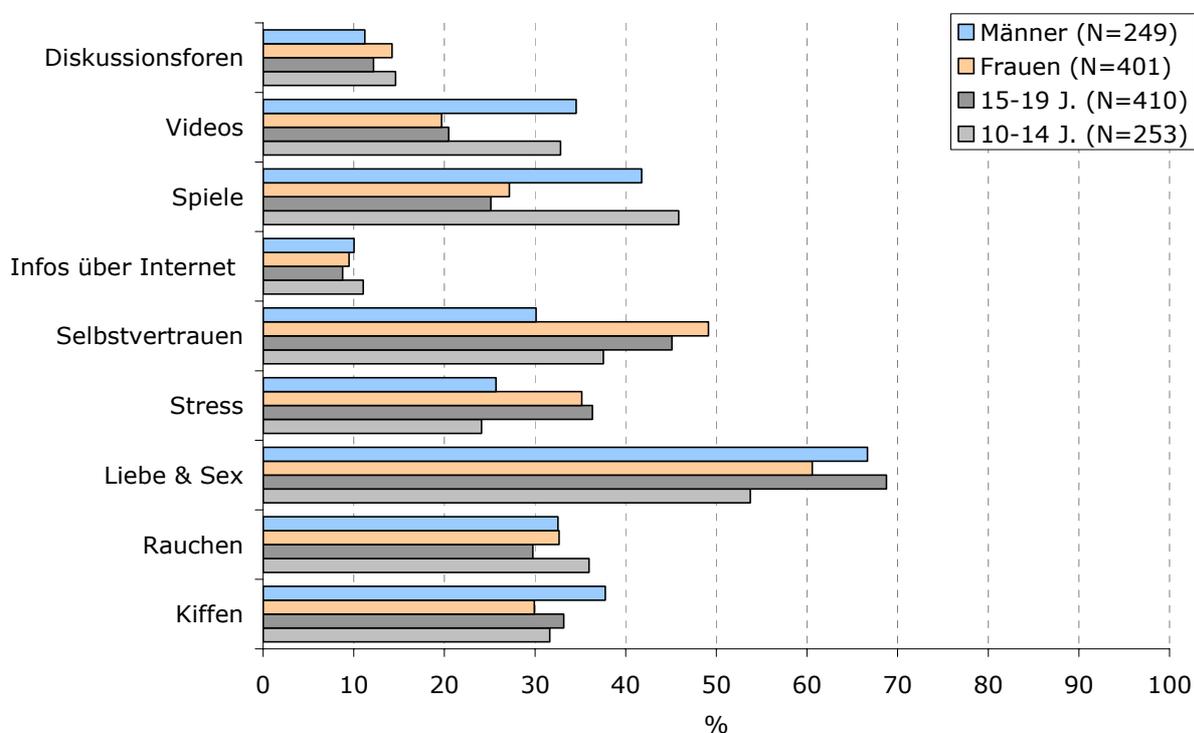


Abb. 34: Antworten (%) auf die Frage „Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich? (Du kannst auf mehrere Antworten klicken)“. Die Frage wurde in zwei Umfragen gestellt. In dieser Abbildung wurden die Antworten der zwei Umfragen aufsummiert (N. in Klammern). Alle Details im Anhang ab Seite 176 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich die Jugendlichen für ganz unterschiedliche Themen interessieren können sowie, dass die Themen, die feelok - Version 2 damals angeboten hat, für die Zielgruppe relevant sind (die Version 2 von feelok beinhaltete die Themen „Bewegung“, „Ernährung“ und „Alkohol“ noch nicht).

Die Statistiken über die Besuchszahlen beim feelok Programm zeigen allerdings ein etwas anderes Bild. Abb. 35 stammt von einer anderen Studie, deren Details und den vollständigen Bericht man unter der Adresse www.feelok.ch/v1/start/inhalte/benutzerverhalten/index.htm herunterladen kann. Gemäss diesen Ergebnissen, die das Verhalten der Besucher/innen

während einem ganzen Jahr widerspiegeln (September 2003 - September 2004), besuchen die Jugendlichen vor allem das Programm „Liebe und Sexualität“, die „Test-Site“ und die „Fun-Site“ von feelok. Ebenso ziemlich häufig gelesen sind die Themen „Rauchen“ und „Kiffen“, wogegen das Stress- und Selbstvertrauenprogramm im Vergleich zu den anderen Sektionen von feelok seltener angesprochen werden.

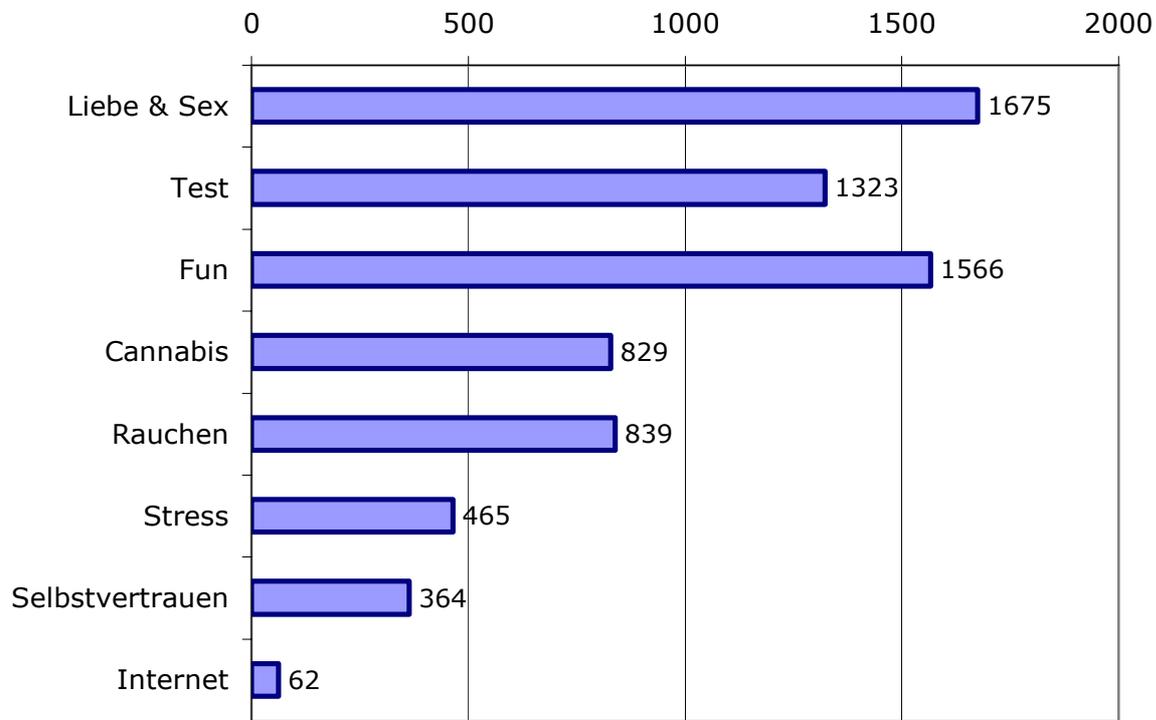


Abb. 35: Durchschnittliche Anzahl Besuche pro Programm und pro Monat, die mindestens 3 Minuten und max. 4 Stunden gedauert haben (September 2003 bis September 2004). Der vollständige Bericht und die Zusammenfassung können unter www.feelok.ch/v1/start/inhalte/benutzerverhalten/index.htm heruntergeladen werden.

Wenn man aber die Daten der Abb. 34 genau anschaut, würde man erwarten, dass mehr Jugendliche das Stressprogramm und deutlich mehr das Programm über Selbstvertrauen besuchen sollten, weil sie sich dafür interessieren. Mit der in diesem Bericht vorgestellten Studie konnte man schliesslich den Grund der Diskrepanz zwischen Interessen der Jugendlichen und Besucherverhalten im Webprogramm erklären. Sie wird erst mit der nächsten Fragestellung thematisiert. Einen kurzen Hinweis schon hier: wenn die Jugendlichen feelok in der Schule besuchen, können sie das Thema meistens nicht selber wählen, sondern die Lehrperson schreibt vor mit welchem Thema die Schüler/innen zu arbeiten haben. Das Benutzerverhalten - anders als von uns selbst in der Vergangenheit angenommen - widerspiegelt nicht nur das Interesse der Jugendlichen für das jeweilige Thema, sondern auch die wahrgenommene Relevanz, die die Lehrpersonen und die Schulen den verschiedenen Themen von feelok zuweisen.

Das Programm „Internet für Anfänger/innen“ wurde immer seltener besucht und das Interesse für die Jugendlichen an diesem Thema hält sich auch in Grenzen. Zudem gibt es immer weniger junge Menschen, die eine Einführung in der Verwendung vom Internet benötigen. Als Folge davon wurde mit der Version 4 von feelok entschieden, diese Sektion zu entfernen.

Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 5

Die feelok-Besucher/innen zeigen ein breites Interesse an den verschiedenen Themen, die feelok - Version 2 anbietet (in der Version 2 von feelok fehlten noch die Themen „Bewegung“, „Ernährung“ und „Alkohol“). Vor allem das Thema „Liebe & Sexualität“ löst Interesse aus (60%), aber auch die Themen „Selbstvertrauen“ (40%), „Stress“, „Rauchen“ und „Kiffen“ (30%) werden von zahlreichen feelok-Besuchern/innen als interessant beurteilt. Nur für die Diskussionsforen und für das Programm „Internet für Anfänger/innen“ zeigten die jungen Besucher/innen von feelok ein geringes Interesse.

18. Die Lehrpersonen und feelok (6)

feelok ist ein Interventionsprogramm, das für die Schulen entwickelt wurde. Wie Abb. 25 zeigt, sind die Lehrpersonen tatsächlich zentrale Mediatoren für die Verbreitung des Programms. Deswegen war umso wichtiger für uns zu erfahren, wie häufig das Programm im Bereich „Schule“ verwendet wird und wie die Lehrpersonen damit umgehen: wählen sie das Thema von feelok? Und falls ja, welches? Wählen sie die gleichen Themen, die die Schüler/innen wählen würden oder besteht in Bezug auf diesen Aspekt eine Diskrepanz? Werden die Arbeitsblätter von feelok oder andere didaktischen Mittel eingesetzt, wenn die Schulklassen mit feelok arbeiten? Diese Fragen werden in diesem Kapitel beantwortet.

Verwendung von feelok im schulischen Bereich: Häufigkeit

Ergebnis

Zwischen 55% und 65% der Besucher/innen haben feelok im schulischen Kontext kennen gelernt. Zwischen den zwei Alterskategorien gibt es keine bemerkenswerten Unterschiede¹⁰ und zwischen Mädchen und Knaben bestehen mögliche Unterschiede, obwohl sie knapp unter 10% liegen (Tab. 12).

Tab. 12: Filterantwort (%) auf die verschachtelte Frage „Hast du von deiner/m Lehrer/in eine konkrete Aufgabe bekommen, wie du feelok verwenden musst?“.

Um die Frage und Antwortenkombination besser zu verstehen, siehe die graphische Darstellung auf S. 161 (N. in Klammern).

Alle Details im Anhang ab Seite 160 und in den Kapiteln 12 und 13.

	Alterskategorien		Geschlecht	
	10-14 J. (58)	15-19 J. (139)	Frauen (109)	Männer (82)
Ich besuche feelok unabhängig von der Schule	43.1	41.0	45.0	35.4
Ich besuche feelok im Rahmen der Schule	56.9	59.0	55.0	64.6

Kommentar

Die Daten der Tab. 12 bestätigen die wichtige Rolle, die die Schule für die Verbreitung der Verwendung von feelok bei Jugendlichen spielt. Dass feelok so häufig in Schulen eingesetzt wird, ist sicher ein Verdienst der Lehrpersonen. Dazu kommen noch ergänzende Massnahmen, wie Pisspoint oder Broschüren, die ebenso in Schulen eingesetzt wurden und die Verbreitung des Programms in diesem Kontext zusätzlich förderten.

Da die Verwendung von feelok in der Schule so verbreitet ist, ist es umso wichtiger zu erfahren, wie Lehrpersonen mit dem Programm umgehen.

¹⁰ Unterschiede, die kleiner als 10% sind, werden als nicht bemerkenswert beurteilt

Thematische Auseinandersetzung mit feelok: wer entscheidet

Ergebnis

55% der Mädchen (siehe Tab. 12) haben feelok im Rahmen der Schule kennen gelernt und bei 54.1% der Mädchen (siehe Tab. 13) hat die Lehrperson entschieden, mit welchem Thema sie arbeiten müssen (mindestens für ein Thema). Die Knaben und die 15-19 J. zeigen ähnliche Ergebnisse. Die Ergebnisse für die 10-14 J. sind widersprüchlich: mehr Lehrpersonen haben mindestens ein Thema gewählt (62.1%, siehe Tab. 13) als es theoretisch möglich wäre (56.9% der 10-14 J. hat das Programm im Rahmen der Schule kennen gelernt); diese Diskrepanz ändert aber nicht die Interpretation der Befunde.

Zwischen Mädchen und Knaben bzw. zwischen den zwei Altersgruppen gibt es keine bemerkenswerten Unterschiede¹¹.

Tab. 13: Filterantworten (%) auf die verschachtelte Frage „*Welches Thema von feelok hat dein/e Lehrer/in gewählt?*“

Um die Frage und Antwortenkombination besser zu verstehen, siehe die graphische Darstellung auf S. 161 (N. in Klammern).

Alle Details im Anhang ab Seite 160 und in den Kapiteln 12 und 13.

	Alle (266)	Alterskategorien		Geschlecht	
		10-14 J. (58)	15-19 J. (139)	Frauen (109)	Männer (82)
Kein Thema von feelok wurde vom Lehrer gewählt	41.0	37.9	45.3	45.9	36.6
Folgendes Thema wurde vom Leher gewählt	59.0	62.1	54.7	54.1	63.4

Kommentar

Es zeigt sich ganz deutlich, wenn man Tab. 12 und Tab. 13 vergleicht, dass die Lehrpersonen nicht nur die Jugendlichen dazu bringen, feelok zu verwenden, sondern auch fast immer das Thema wählen, mit welchem sie sich auseinandersetzen müssen. Ob die Lehrpersonen den Schülern/innen in einer späteren Phase die Freiheit geben, ein feelok-Programm selber zu wählen, ist uns nicht bekannt.

Für die 10-14 J. zeigt sich eine leichte Diskrepanz zwischen den Ergebnissen der Tab. 12 und Tab. 13. Mehr Lehrpersonen haben mindestens ein Thema gewählt als es theoretisch möglich wäre. Es ist nicht auszuschliessen, dass 1-2 Personen die Frage falsch beantwortet oder falsch verstanden haben: mit einem so kleinen N reicht dies, um eine solche Diskrepanz zu erklären.

Tatsache ist, dass die Lehrpersonen entscheiden, mit welchen Themen sich die Schüler/innen auseinandersetzen müssen. Interessant ist deswegen zu wissen, welche Themen die Lehrer/innen wählen. Mehr dazu im nächsten Abschnitt.

Themen von feelok, die die Lehrpersonen wählen

Ergebnis

In rund 45% der Fälle wählen die Lehrpersonen das Thema „Liebe und Sexualität“, in etwa 30% das Thema „Rauchen“ und in etwa 20% das Thema „Kiffen“. In ungefähr 12% entscheiden sich die Lehrer/innen für das Thema „Stress“ und in etwa 8% für das Thema „Selbstvertrauen“.

¹¹ Alle Unterschiede sind kleiner als 10%

Es gibt Hinweise, die zeigen, dass Lehrpersonen häufiger das Thema Stress bei den 10-14 J. (~18%) als bei den 15-19 J. (~6%) wählen. Sie wählen häufiger das Thema „Rauchen“ bei den Mädchen (~41%) als bei den Knaben (~22%) und umgekehrt ziehen sie vor, die Tests von feelok bei den Knaben (~17%, Mädchen ~2%) einzusetzen (Abb. 36).

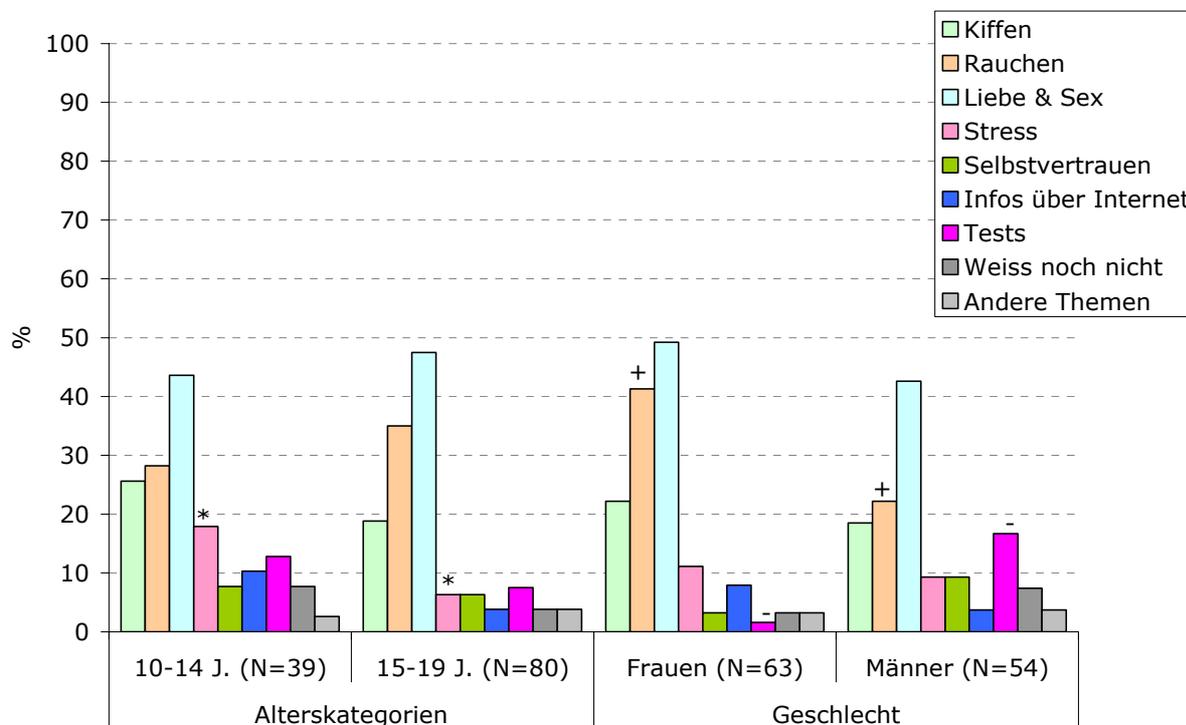


Abb. 36: Antworten (%) auf die Frage „Welches Thema von feelok hat dein/e Lehrer/in gewählt?“ (N. in Klammern). Mit einem Zeichen beschriftete Balken bedeuten, dass zwischen den zwei Altersgruppen und zwischen Mädchen und Knaben womöglich ein bemerkenswerter Unterschied besteht.

Weitere Details im Anhang ab Seite 160 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Ein Vergleich zu den tatsächlichen feelok Besucherzahlen in Abb. 35 zeigt, dass mindestens was die Themen von feelok betrifft, die Lehrpersonen zum grössten Teil die Häufigkeit der Programmverwendung bestimmen. „Liebe und Sexualität“ ist das Thema Nummer 1 (was sich auch mit den Interessen der Jugendlichen überlappt). Dann folgen die Themen Rauchen und Cannabis und in geringerem Ausmass die Themen Stress und Selbstvertrauen.

Internet scheint also für Lehrpersonen ein geeignetes Medium zu sein, um das nicht immer so einfache Thema der Sexualität zu behandeln. Desto wichtiger war deswegen die Entscheidung im Jahr 2006 das Programm „Liebe und Sexualität“ zu aktualisieren, um aktuellere und zuverlässigere Informationen anzubieten.

Erfreulich ist aber auch, dass Lehrpersonen die Präventionsthemen von feelok wie „Rauchen“ und „Kiffen“ häufig mit den Schülern/innen einsetzen. Das ist wichtig, weil feelok ursprünglich als Rauchpräventionsprogramm konzeptualisiert wurde und deswegen damals die notwendige Finanzierung bekommen hat. Die Befunde zeigen, dass feelok einen wichtigen Beitrag via Internet im Bereich Rauchprävention leistet und somit erfüllt es seine ursprüngliche Aufgabe.

Die Themen „Stress“ und „Selbstvertrauen“ werden dagegen teilweise vernachlässigt. Das ist schade, weil wie andere Befunde dieser Studie zeigen, diese Themen für die Jugendlichen

ebenso von Interesse sind und weil - wie das nächste Kapitel zeigen wird - Stress eine sehr verbreitete Problematik ist.

Themen, die von Lehrpersonen gewählt werden und Interessen der Jugendlichen

Ergebnis

Mehr als 30% der 10-14 J. würde sich gerne mit dem Thema „Selbstvertrauen“ beschäftigen, aber bei weniger als 10% der 10-14 J. wählen die Lehrpersonen das Selbstvertrauenprogramm. In Bezug auf die anderen Programme gibt es keine bemerkenswerten Diskrepanzen zwischen den Themen, die die Lehrpersonen wählen und den Interessen der 10-14 J..

Bei den 15-19 J. würden die Jugendlichen die Themen „Kiffen“, „Liebe und Sexualität“, „Stress“ und „Selbstvertrauen“ häufiger wählen als was die Lehrpersonen tun (Abb. 37).

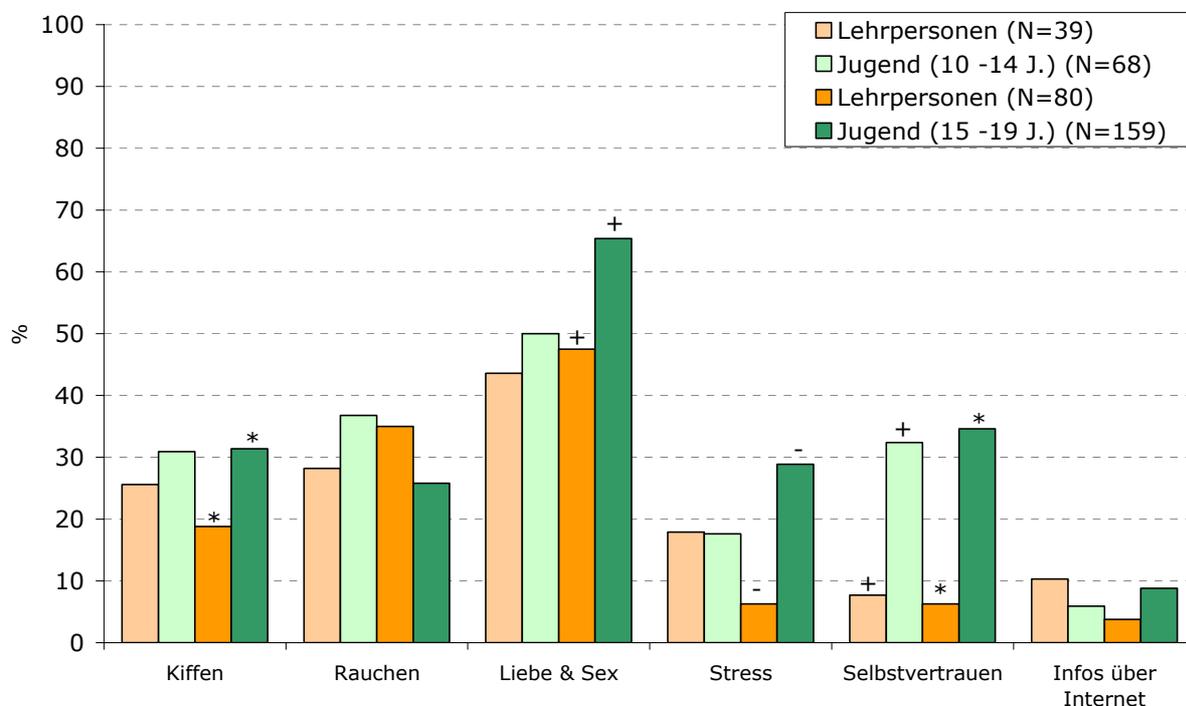


Abb. 37: Vergleich der Antworten (%) auf die Frage „*Welches Thema von feelok hat dein/e Lehrer/in gewählt?*“ (beschriftet mit „Lehrpersonen“) mit den Antworten auf die Frage „*Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich?*“ (beschriftet mit „Jugend“). Wichtig: beide Fragen wurden von den Jugendlichen beantwortet (N. in Klammern). Mit einem Zeichen beschrifteten Balken deuten auf eine mögliche Diskrepanz zwischen dem Interesse der Jugendlichen für das jeweilige Thema und der Bereitschaft der Lehrpersonen, dieses Thema zu wählen.

Alle Details im Anhang ab Seite 163

Die Mädchen würden das Thema „Rauchen“ seltener und dafür die Themen „Stress“ und „Selbstvertrauen“ häufiger wählen als was die Lehrpersonen tun. Die Knaben würden alle Themen von feelok häufiger wählen als was die Lehrer/innen tun, mit Ausnahme von „Infos über Internet“ (Abb. 38).

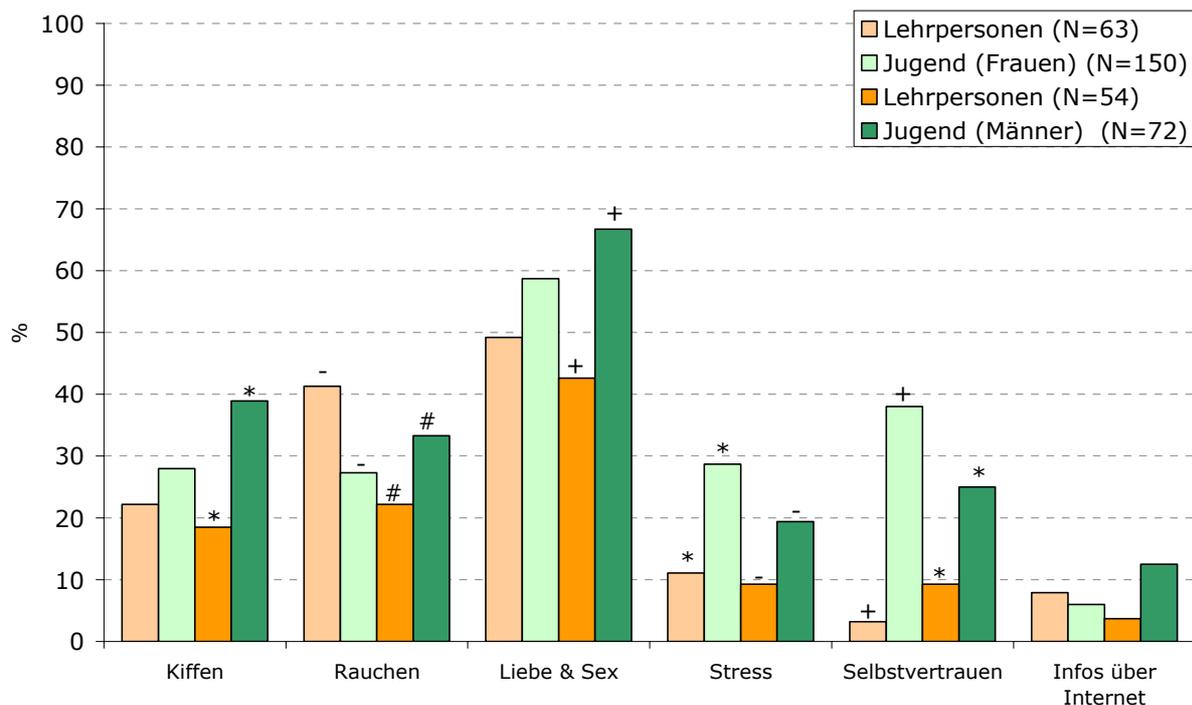


Abb. 38: Für eine Beschreibung siehe die vorherige Abbildung.

Kommentar

Eine methodologische Information: Lehrpersonen wurden im Rahmen dieser Umfrage nicht direkt befragt, d.h. wir haben sie nicht gefragt, welche Programme sie bei den Jugendlichen eingesetzt haben, sondern wir haben den Jugendlichen die Frage gestellt, welches Thema die Lehrpersonen für die Schulklasse gewählt haben. Ebenso haben wir die Jugendlichen direkt angesprochen, wenn es darum ging zu erfahren, welche Themen sie interessieren.

Bei den 10-14 J. zeigt sich eine ziemlich klare Übereinstimmung zwischen den Themen, die die Jugendlichen dieser Altersgruppe wählen würden und den Programmen, die die Lehrpersonen bei diesen Schulklassen einsetzen.

Bei den 15-19 J. und wenn man die Daten nach Geschlecht sortiert, zeigen sich hingegen grössere Diskrepanzen zwischen den Interessen der Jugendlichen an den verschiedenen Themen und den von den Lehrpersonen gewählten Programmen. Ob das gut oder schlecht ist, lässt sich aufgrund dieser Studie nicht beantworten. Es ist möglich, dass Lehrpersonen besser als die Jugendlichen die relevanten Themen identifizieren können und konsequent einsetzen. Es kann aber auch nicht ausgeschlossen werden, dass es eine gewisse Inkongruenz zwischen der Wahrnehmung der Lehrpersonen betreffend Interessen der Schüler/innen und ihren tatsächlichen thematischen Vorlieben besteht.

Zusätzliche didaktische Strategien

Ergebnis

Rund 16% der Besucher/innen, die feelok in der Schule verwendet haben, haben mit den Arbeitsblättern von feelok gearbeitet und etwa 8% haben die Inhalte unseres Programms im Rahmen von Gruppenarbeiten bearbeitet. Die anderen Schulbesucher/innen haben entweder keine Aufgabe bekommen, wissen noch nicht, ob sie eine Aufgaben erhalten werden oder beantworteten die Frage nicht.

Bemerkenswerte Unterschiede zwischen den zwei Altersgruppen (Ausnahme: keine Antwort) und zwischen Mädchen und Knaben gibt es keine¹² (Abb. 39).

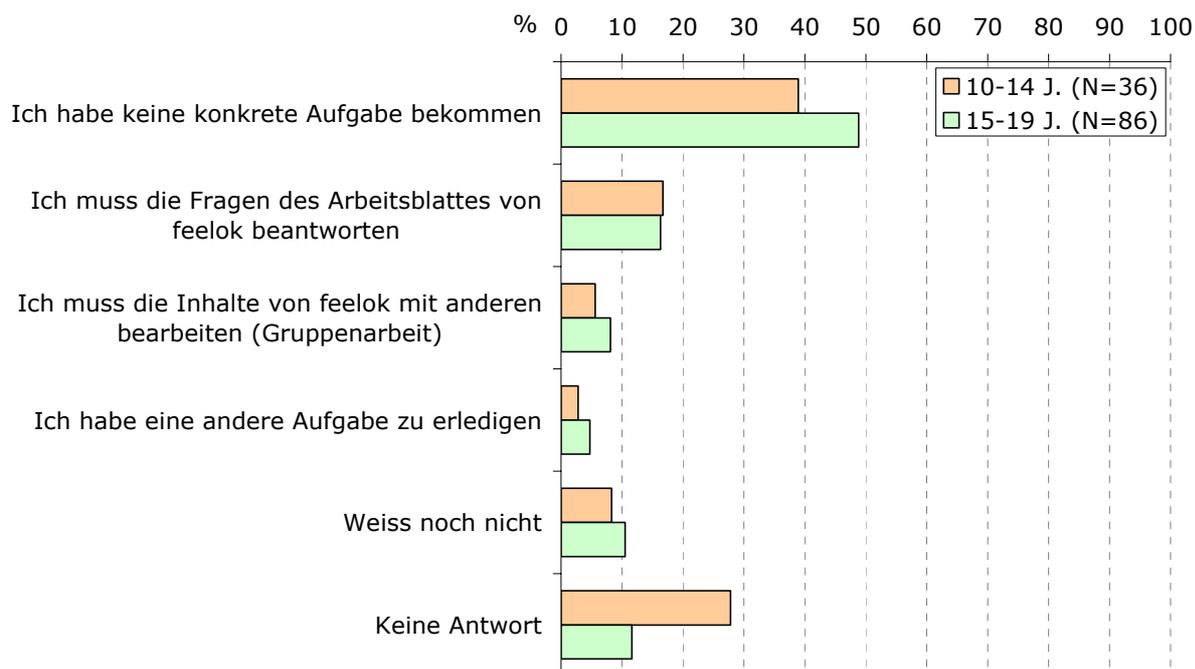


Abb. 39: Antworten (%) auf die Frage „Hast du von deiner/m Lehrer/in eine konkrete Aufgabe bekommen, wie du feelok verwenden musst? - Ich besuche feelok im Rahmen der Schule und...“ (N. in Klammern)
 Weitere Details im Anhang ab Seite 160 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

feelok ist ein inhaltlich reiches Programm. Der Vorteil ist, dass mit diesem Programm verschiedene Bedürfnisse angesprochen werden können. Der Nachteil ist, dass die Besucher/innen sich in der Fülle von Informationen verlieren können. Deswegen ist wichtig, dass die Verwendung von feelok im schulischen Setting mindestens teilweise strukturiert wird. Die Arbeitsblätter - Worddokumente mit offenen Fragen, die man kostenlos unter www.feelok.ch herunterladen kann - sind ein einfaches Instrument, um Schüler/innen Aufgaben zu geben, mit denen man die Verwendung des Programms strukturieren kann.

Abb. 39 zeigt Licht und Schatten der Verwendung von feelok.

Das Positive: wenn 1'000 Schüler/innen feelok in der Schule verwenden, kann man davon ausgehen, dass 160 ein Arbeitsblatt von der Lehrperson bekommen werden. Arbeitsblätter wurden also bis heute von vielen Schüler/innen verwendet.

Das Negative: die grosse Mehrzahl der Schüler/innen arbeitet mit feelok ohne eine konkrete Aufgabe zu bekommen. Dies wiederum könnte dazu führen, dass sie wegen der inhaltlichen Breite des Programms überfordert sind. Oder auch, dass sie beginnen, andere Dinge zu tun, wie z.B. über die nächste Prüfung zu diskutieren oder über die neuen Freundschaften zu plaudern anstatt mit dem Programm zu arbeiten. Es ist anzunehmen, dass wenn diese Probleme vorkommen, die Wirkung des Programms mindestens teilweise abgeschwächt wird.

Deswegen betonen wir im Rahmen von Workshops jedes Mal wie wichtig es ist, mit irgendeinem didaktischen Instrument die Interaktion der Schüler/innen mit feelok mit konkreten Aufgaben zu strukturieren. Dem Programm kann man nicht alles delegieren: es

¹² Alle Unterschiede sind kleiner als 10%

ist unserer Meinung nach wichtig, dass die Lehrperson auch im Umgang mit feelok ihre didaktische Funktion weiterhin wahrnimmt.

Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 6

Rund 60% der feelok-Besuche findet im schulischen Bereich statt. Im schulischen Bereich entscheiden meistens die Lehrpersonen, mit welchem Thema oder Themen von feelok die Jugendlichen arbeiten müssen. Das Thema, das die Lehrpersonen gemäss Angaben der Jugendlichen am häufigsten wählen, ist „Liebe und Sexualität“. Darauf folgen die Themen „Rauchen“, „Kiffen“, „Stress“, „Selbstvertrauen“ und „Internet für Anfänger/innen“ (damals standen die Themen „Bewegung“, „Ernährung“ und „Alkohol“ noch nicht zur Verfügung). Es gibt einige Diskrepanzen zwischen den Themen von feelok, die die Jugendlichen interessieren und den Programmen, die die Lehrpersonen wählen (bei den 10-14 J. nicht).

Arbeitsblätter werden von 16% der Schulbesucher/innen verwendet und Gruppenarbeiten werden in 8% der Fälle eingesetzt. Viele Schulbesucher/innen bearbeiten die Inhalte von feelok, ohne von der Lehrperson weitere didaktischen Instrumente oder Aufgaben zu erhalten.

19. Gesundheitsbezogene Themen (Fokus: Programme von feelok - Version 2) (7)

feelok - Version 2 beinhaltet u. a. das Rauch-, das Cannabis- und das Stressprogramm. Die Statistiken konnten zeigen, wie häufig diese drei Programme besucht wurden. Unklar war es aber bis zu dieser Studie, wie viele Besucher/innen von feelok tatsächlich rauchen, kiffen und/oder unter Stress leiden, mit anderen Worten inwiefern die jeweiligen Zielgruppen von feelok erreicht werden. Um diese Fragestellung zu beantworten, wurden eine Reihe Items von der Smash-Studie übernommen und andere wurden von uns formuliert.

Bevor die drei Hauptthemen „Rauchen“, „Kiffen“ und „Stress“ in dieser Sequenz dargestellt werden, wird in einem ersten Schritt im Allgemeinen geschaut, wie es unseren Besuchern/innen gesundheitlich geht bzw. ob sie vertraute Freunde haben, mit denen sie über Probleme diskutieren können und dies wiederum weil soziale Unterstützung eine wichtige Hilfe sein kann, wenn z.B. Raucher/innen oder gestresste Jugendliche versuchen, ihr Verhalten positiv zu ändern.

Gesundheitseinschätzung

Ergebnis

Die feelok-Besucher/innen schätzen ihre Gesundheit im Allgemeinen als gut bis ausgezeichnet ein. Rund 1/10 der Besucher/innen beurteilt sie als schlecht oder mittelmässig. Zwischen Mädchen und Knaben gibt es *mit einer Ausnahme* keine bemerkenswerten Unterschiede. Die Ausnahme: 25% der Knaben beurteilt die eigene Gesundheit als ausgezeichnet. Dieser Wert sinkt auf 12% bei den Mädchen.

Zwischen den 10-14 J. und den 15-19 J. gibt es ebenso nur einen Unterschied: 24% der 10-14 J. behaupten, dass ihre Gesundheit ausgezeichnet ist. Bei den 15-19 J. sinkt dieser Wert auf 14%.

Alle Unterschiede zwischen den Ergebnissen der Smash-Studie und denjenigen der feelok-Umfrage sind kleiner als 10%. Deswegen werden sie als nicht bemerkenswert bezeichnet (Abb. 40).

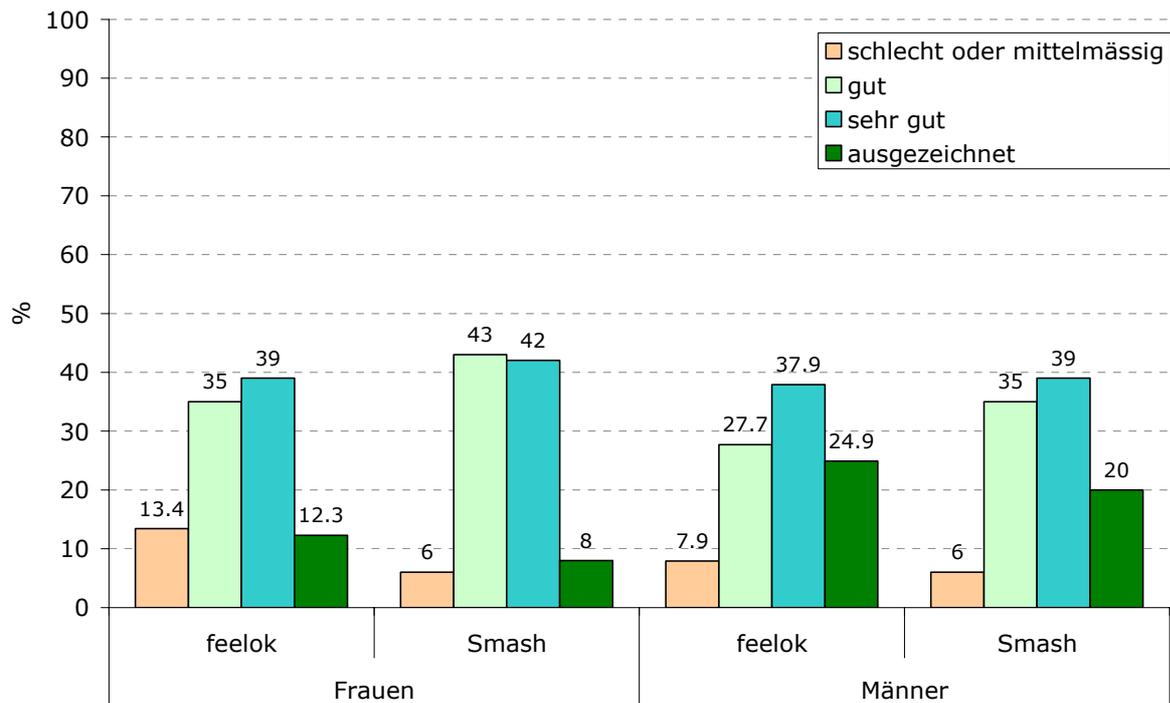


Abb. 40: Antworten (%) auf die Frage „Wie schätzt du deine Gesundheit im Allgemeinen ein?“ (N für die feelok-Studie: Frauen = 277, Männer = 177)
 Alle Details im Anhang ab Seite 165 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Diese Daten bestätigen, was schon bekannt ist. Die Jugendlichen sind die gesündeste Altersgruppe: mehr als 90% behaupten, dass ihre Gesundheit gut bis ausgezeichnet ist. Die feelok-Besucher/innen befinden sich in einer vergleichbar günstigen Situation.

Soziale Unterstützung

Ergebnis

95% der Mädchen und 88% der Knaben hat mindestens eine/n vertraute/n Freund/in, mit dem/der sie oder er über Probleme und Schwierigkeiten sprechen kann. Abb. 41 zeigt die Details.

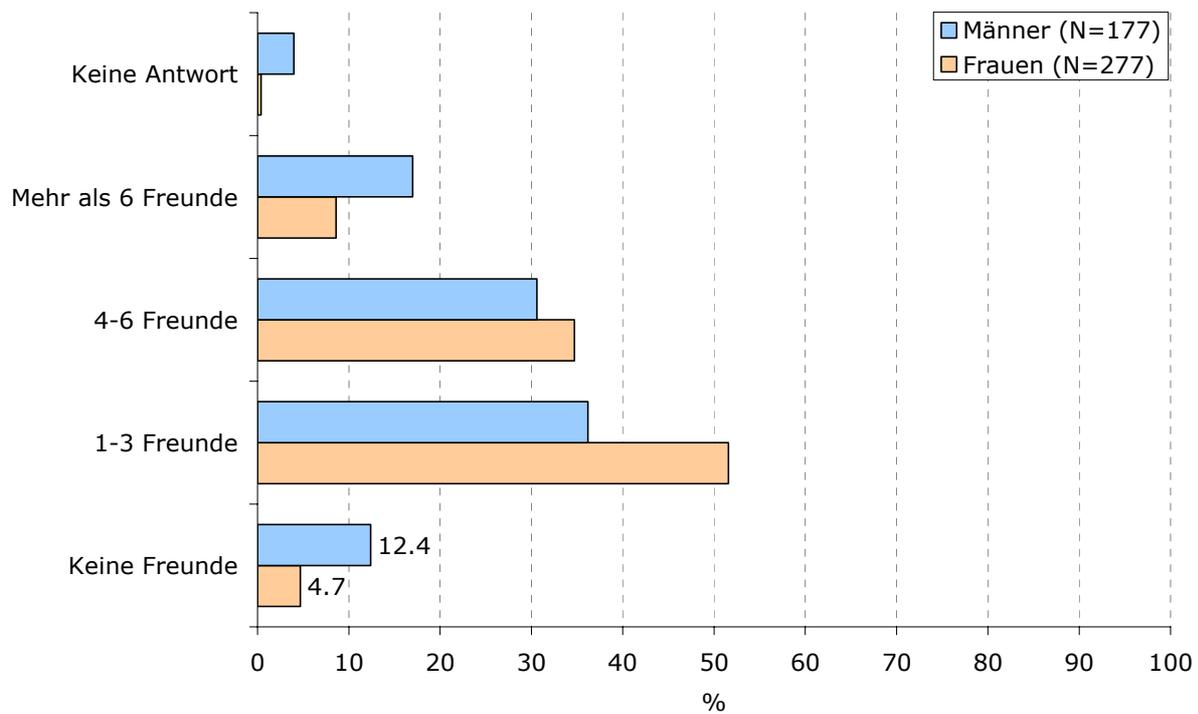


Abb. 41: Antworten (%) auf die Frage „Mit wie vielen vertrauten Freunden/innen kannst du über deine Probleme und Schwierigkeiten sprechen?“ (N. in Klammern)
Alle Details im Anhang ab Seite 165 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

feelok schlägt mehrmals vor, mit einer vertrauten Person zu sprechen, wenn ein Problem unlösbar scheint. Bis heute wussten wir aber nicht, wie viele Besucher/innen überhaupt einen Freund haben, d.h. inwiefern dieser Rat in Tat umgesetzt werden kann. Die Ergebnisse sind erfreulich: sowohl fast alle Knaben als auch fast alle Mädchen haben eine vertraute freundschaftliche Beziehung, in deren Rahmen Probleme besprochen werden können. Eine potentielle Quelle der sozialen Unterstützung ist somit grundsätzlich vorhanden.

Über die einzelnen Kategorien (z.B. 1 bis 3 Freunde, 4 bis 6 Freunde usw.) wird nicht kommentiert, da Quantität nicht unbedingt besser als Qualität ist. Mit anderen Worten wenn jemand 4 Freunde hat, ist er/sie nicht unbedingt in einer besseren Lage als wenn er/sie nur einen Freund hat.

Thema „Rauchen“

Ergebnis

87% der 10-14 J. raucht nie, 5.5% raucht täglich.

68% der 15-19 J. raucht nie, 16.5% raucht täglich.

Es zeigen sich also klare Altersunterschiede: es befinden sich weniger Raucher/innen unter den 10-14 J. als unter den 15-19 J..

Die Unterschiede mit den Ergebnissen der Smash-Studie (Details für 16-Jährige) sind gering, wie die Abb. 42 zeigt. Zwischen Mädchen und Knaben gibt es keine bemerkenswerten Unterschiede (Daten werden nicht gezeigt, für die Details siehe S. 165).

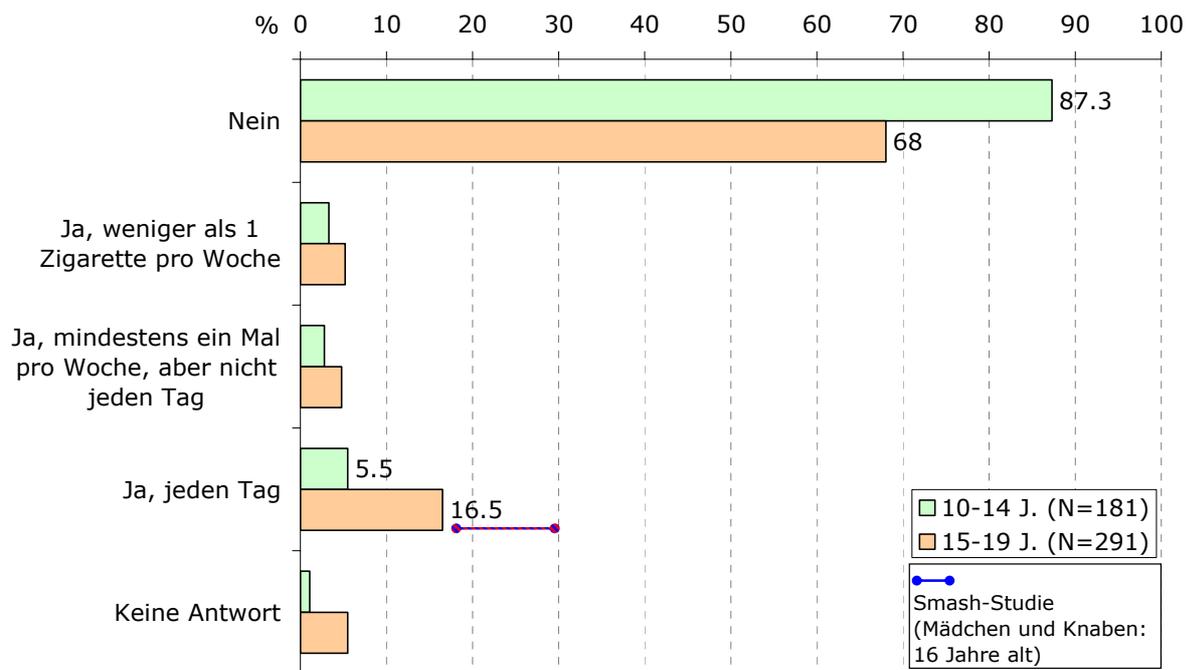


Abb. 42: Antworten (%) auf die Frage „Rauchst du?“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diejenigen der Smash-Studie (nur 16-Jährige sowohl Mädchen wie Knaben!) werden von den Kreisen (Schüler/innen aus den Mittelschulen und Lehrlinge) dargestellt.
Alle Details im Anhang ab Seite 165 und in den Kapiteln 12 und 13.

Wenn man nur die Daten von jenen die täglich rauchen betrachtet, merkt man bei den 15-19 J. und bei den Mädchen, dass die Mehrzahl weniger als 9 Zigaretten pro Tag konsumiert. Die Knaben rauchen hingegen mehr: die Mehrzahl raucht mindestens 10 Zigaretten jeden Tag (Tab. 14).

Tab. 14: Antworten (%) auf die Frage „Rauchst du? - Ja, im Durchschnitt _____ Zigaretten pro Tag“ (N. in Klammern).
Alle Details im Anhang ab Seite 165 und in den Kapiteln 12 und 13.

	Alterskategorien		Geschlecht	
	10-14 J. (10)	15-19 J. (48)	Frauen (33)	Männer (21)
1-9 Zigaretten	60.0	52.1	63.6	42.9
10-19 Zigaretten	40.0	37.5	33.3	42.9
20-29 Zigaretten	0.0	6.3	3.0	9.5
Mehr als 30 Zigaretten	0.0	4.2	0.0	4.8

Rund 40% der Raucher/innen wollen mit dieser Gewohnheit nicht aufhören, wenige mehr schliessen die Möglichkeit nicht aus, diese Entscheidung in Zukunft zu treffen. Wirklich bereit aufzuhören (spätestens in 6 Monaten) sind weniger als 15% der Raucher/innen.

Deutlich gegen einen Rauchstopp sind vor allem die 10-14 J. (verglichen mit den 15-19 J.). Positiver für einen Rauchstopp eingestellt, aber noch nicht dafür bereit, sind vor allem die Knaben (verglichen mit den Mädchen). Abb. 43 zeigt die Details.

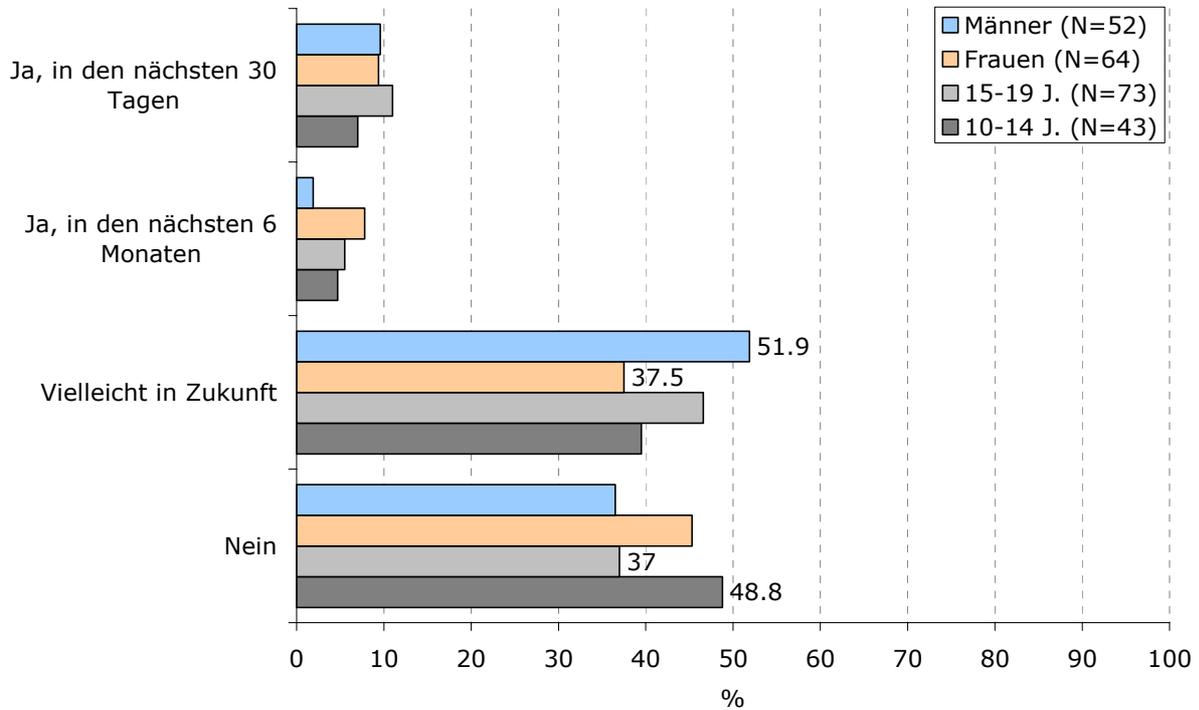


Abb. 43: Antworten (%) auf die Frage „Falls du Zigaretten rauchst: Willst du mit dem Rauchen aufhören?“ (N. in Klammern).
Alle Details im Anhang ab Seite 171 und in den Kapiteln 12 und 13.

Fast 80% der Nichtraucher/innen schliessen die Möglichkeit aus, in Zukunft zu rauchen (Abb. 44). Von den Anderen möchten rund 10% nur einmal eine Zigarette probieren und weitere 10% können sich vorstellen, in Zukunft gelegentlich zu rauchen.

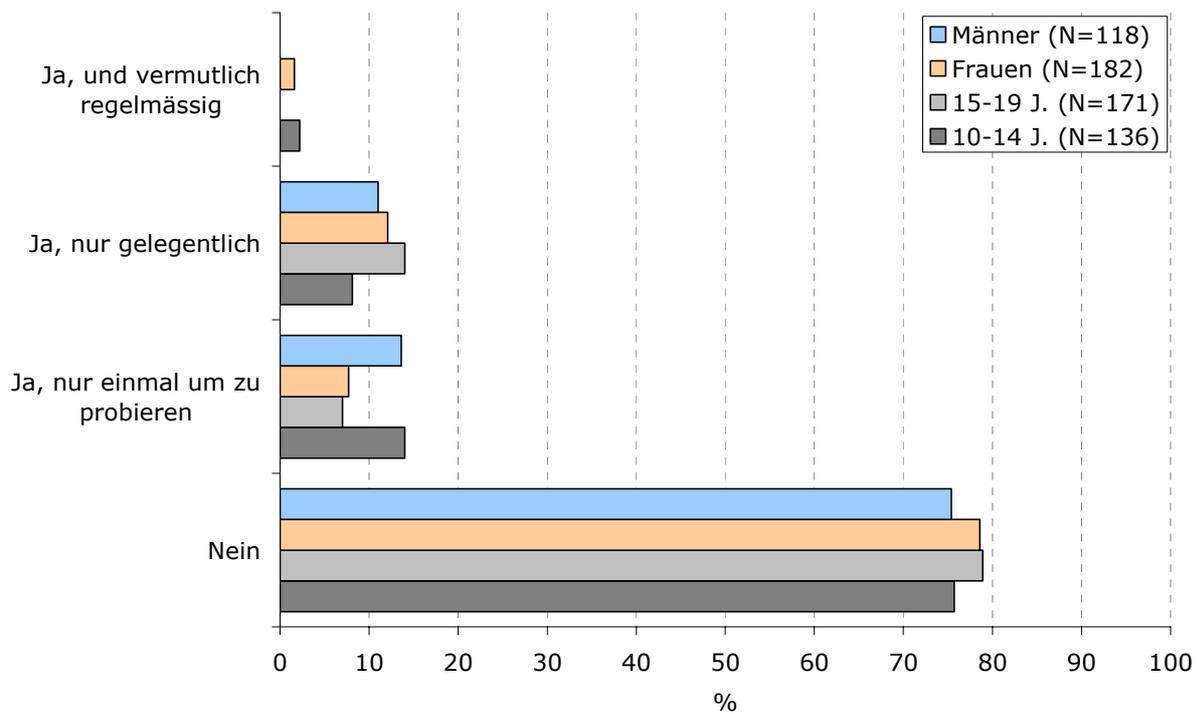


Abb. 44: Antworten (%) auf die Frage „Falls du keine Zigaretten rauchst: Glaubst du, dass du in Zukunft rauchen wirst?“ (N. in Klammern).
Alle Details im Anhang ab Seite 171 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Wir wissen aus anderen statistischen Quellen, dass 36% der Besucher/innen des Rauchprogramms von feelok aus regelmässig Rauchenden besteht. Aber deutlich weniger, d.h. nur 16.5% aller feelok-Besucher/innen können als regelmässige Raucher/innen definiert werden. Das ist ein starker Hinweis, dass das Rauchprogramm eine gewisse Anziehungskraft auf die Raucher/innen ausübt, die dazu führt, dass vor allem sie - überdurchschnittlich häufig - diese Sektion von feelok verwenden.

feelok erreicht (fast) gleich viele Raucher/innen wie die repräsentative Smash-Studie. Die feelok-Besucher/innen sind also im Bezug auf das Rauchverhalten kein Sonderfall.

Was uns diese Daten noch mitteilen, ist, dass die Raucher/innen keine oder eine sehr schwache Motivation haben aufzuhören. Nichtraucher/innen dagegen denken nicht daran, mit dem Rauchen zu beginnen. Die Tatsache, dass die Raucher/innen mit dieser Gewohnheit nicht aufhören möchten, zeigt wie schwierig es für die Prävention ist, diese Gruppe anzusprechen. Erfreulich ist hingegen, dass viele Nichtraucher/innen kein Interesse an Zigaretten haben. Eine positive Einstellung gegen das Rauchen ist eine gute Ausgangslage, jedoch noch keine Sicherheit für eine lebenslange Rauchabstinenz.

Thema „Cannabis“

Ergebnis

Rund 70% der Studienteilnehmer/innen kifft nie, rund 5% kifft jeden Tag (Abb. 45). Es gibt keine bemerkenswerten Alters- oder Geschlechtsunterschiede. Der Vergleich mit den Ergebnissen der Smash-Studie zeigt praktisch identische Zahlen für die Mädchen und ähnliche Zahlen für die Knaben (Unterschiede von rund 10%).

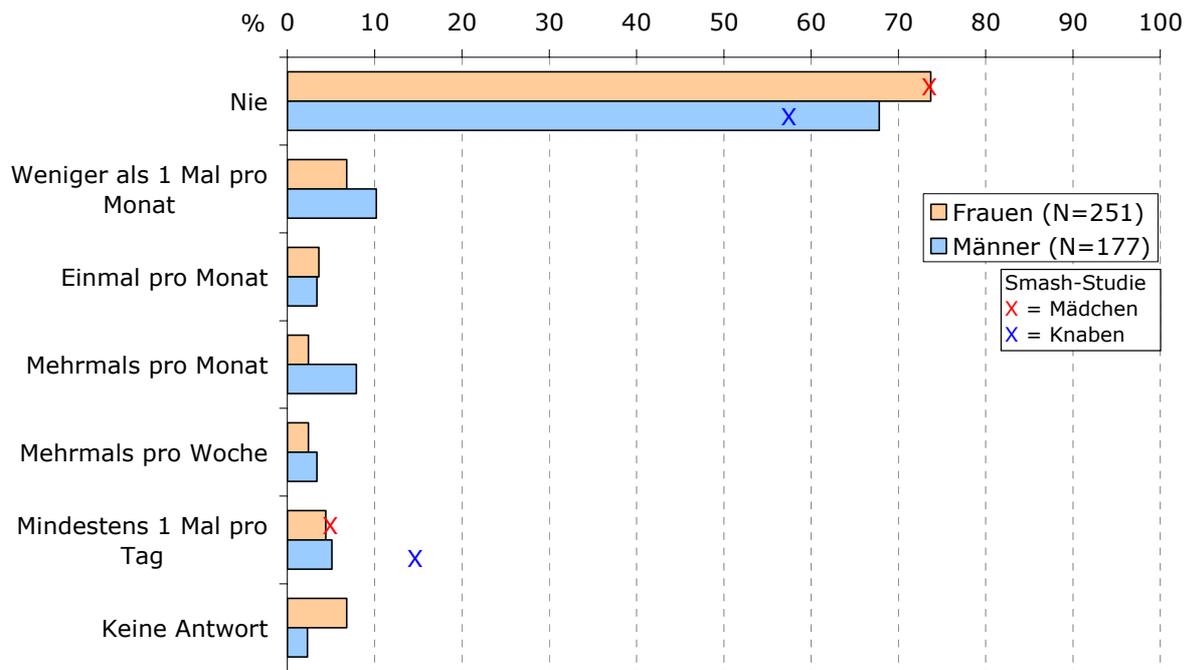


Abb. 45: Antworten (%) auf die Frage „Kiffst du? (Cannabis, Joint, Shit, Gras, Marihuana, Haschisch)“? (N. in Klammern).
Alle Details im Anhang ab Seite 171 und in den Kapiteln 12 und 13.

Abb. 46 zeigt die Ergebnisse nur für die 15 bis 19-Jährigen, weil die anderen Gruppen zu klein sind. Fast 40% der kiffenden Jugendlichen will nicht mit dem Cannabiskonsum aufhören, mehr als 50% schliesst diese Möglichkeit nicht aus. Fest entschlossen aufzuhören (spätestens in 6 Monaten) sind rund 10% der 15-19 J..

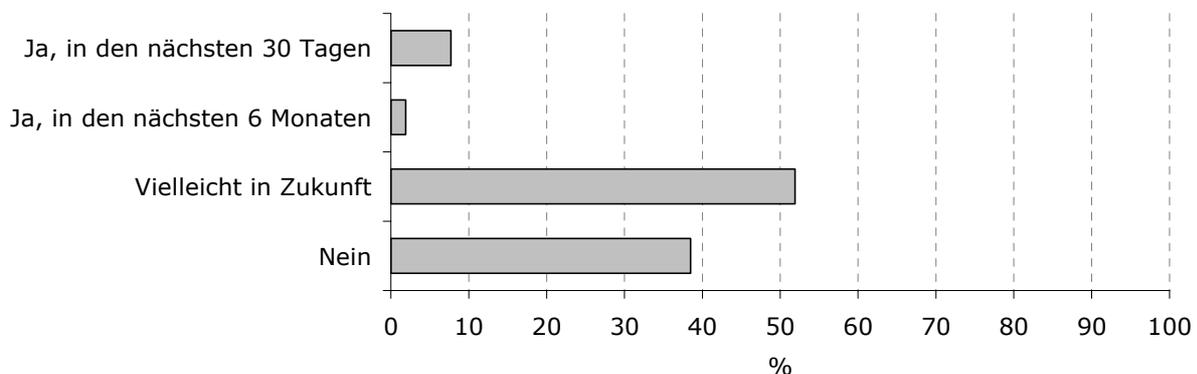


Abb. 46: Antworten (%) auf die Frage „Falls du kiffst: Willst du mit dem Kiffen aufhören?“ (N = 52, nur 15-19-Jährigen).
Alle Details im Anhang ab Seite 178 und in den Kapiteln 12 und 13.

80% der Nichtkiffenden denken nicht daran, mit dem Cannabiskonsum zu beginnen. Etwa 15% überlegen sich einmal einen Joint auszuprobieren. Rund 5% schätzen es als realistisch ein, in Zukunft gelegentlich Cannabis zu konsumieren. Es gibt keine bemerkenswerten Alters- oder Geschlechtsunterschiede (Abb. 47).

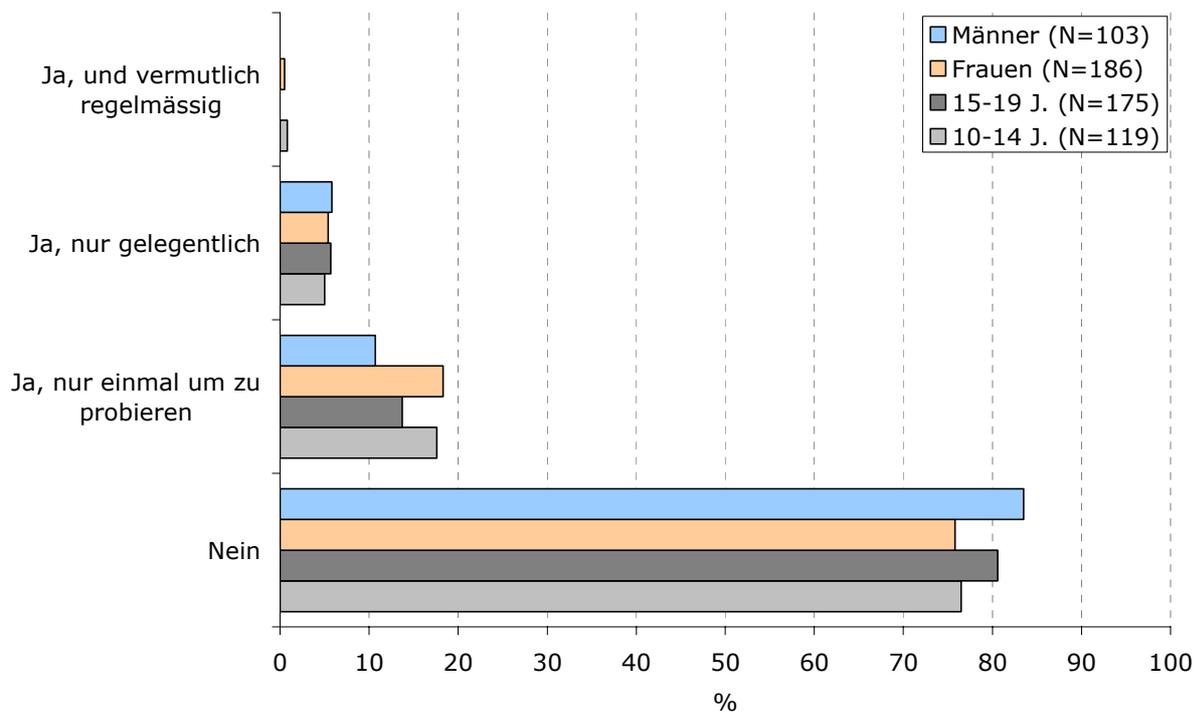


Abb. 47: Antworten (%) auf die Frage „Falls du nicht kiffst: Glaubst du, dass du in Zukunft Cannabis (Joint) rauchen wirst?“ (N. in Klammern).
 Weitere Details im Anhang ab Seite 178 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Wir wissen aus anderen statistischen Quellen, dass 60% der Besucher/innen der stufenspezifischen Intervention des Cannabisprogramms von feelok aus regelmässig Kiffenden besteht. Aber deutlich weniger, d.h. rund 20% aller feelok-Besucher/innen kiffen mehrmals pro Monat oder mehr. Das ist ein starker Hinweis, dass das Cannabisprogramm eine gewisse Anziehungskraft auf Kiffer/innen ausübt, die dazu führt, dass vor allem sie - überdurchschnittlich häufig - diese Sektion von feelok besuchen.

feelok erreicht (fast) gleich viele Kiffer/innen wie die repräsentative Smash-Studie. Die feelok-Besucher/innen sind also im Bezug auf diese Dimension kein Sonderfall.

Was uns diese Daten noch mitteilen, ist, dass Kiffer/innen keine oder eine sehr schwache Motivation haben mit dem Konsum aufzuhören. Nichtkiffende dagegen denken nicht daran, mit dem Konsum zu beginnen. Die Tatsache, dass die Kiffer/innen mit dieser Gewohnheit nicht aufhören möchten, zeigt wie schwierig es für die Prävention ist, diese Gruppe anzusprechen.

Thema „Stress“

Ergebnis

Etwa 2/3 der Mädchen, die die Fragen von feelok beantwortet haben, leiden manchmal bis häufig unter Stress, bei den Knaben sind es fast die Hälfte. Umkehrt ist für mehr Knaben als Mädchen Stress ein Phänomen, unter dem sie selten leiden. Es gibt keine bemerkenswerten Altersunterschiede (Abb. 48).

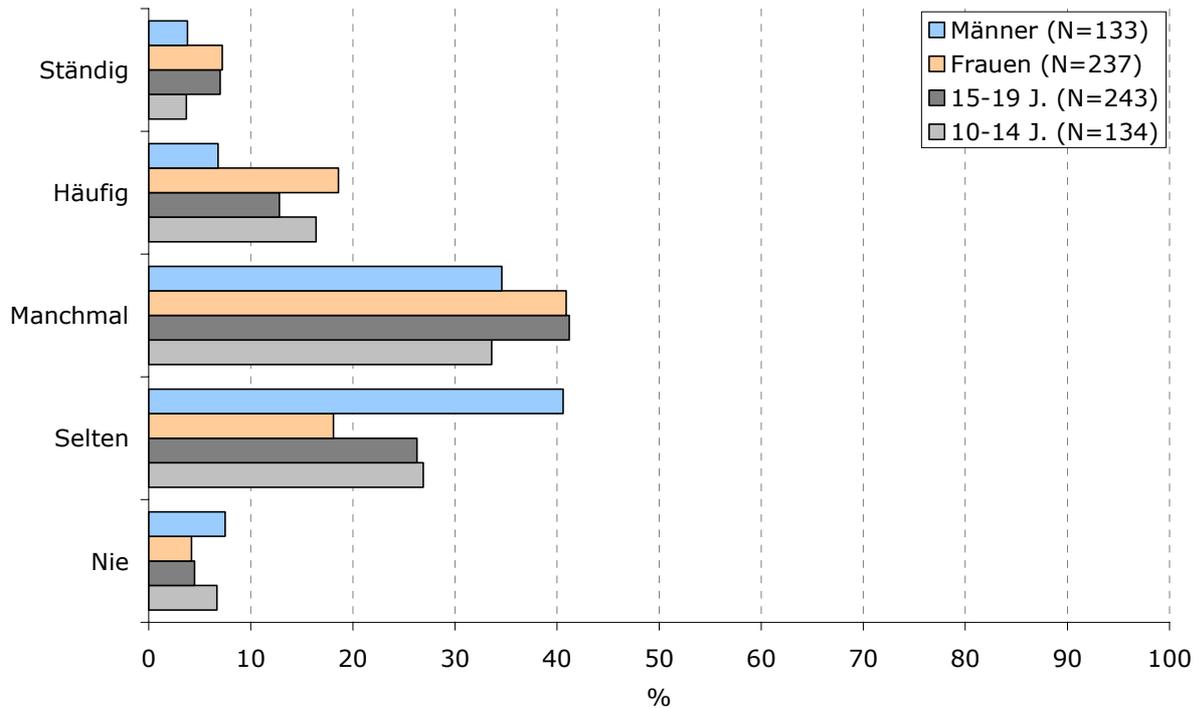


Abb. 48: Antworten (%) auf die Frage „Leidest du unter Stress?“ (N. in Klammern).
Alle Details im Anhang ab Seite 178 und in den Kapiteln 12 und 13.

Typische Stresssituationen sind Prüfungen, schlechte Noten, Hausaufgaben oder Streit mit der Familie (30% der Nennungen oder mehr). Zahlreiche andere Gründe als Stressursachen werden ebenso genannt, obwohl weniger häufig (0 bis 20% der Nennungen).

Die 15-19 J. leiden häufiger wegen Hausaufgaben unter Stress als die 10-14 J.. In Bezug auf die anderen Stressquellen gibt es keine bemerkenswerten Unterschiede. Abb. 49 zeigt die Details.

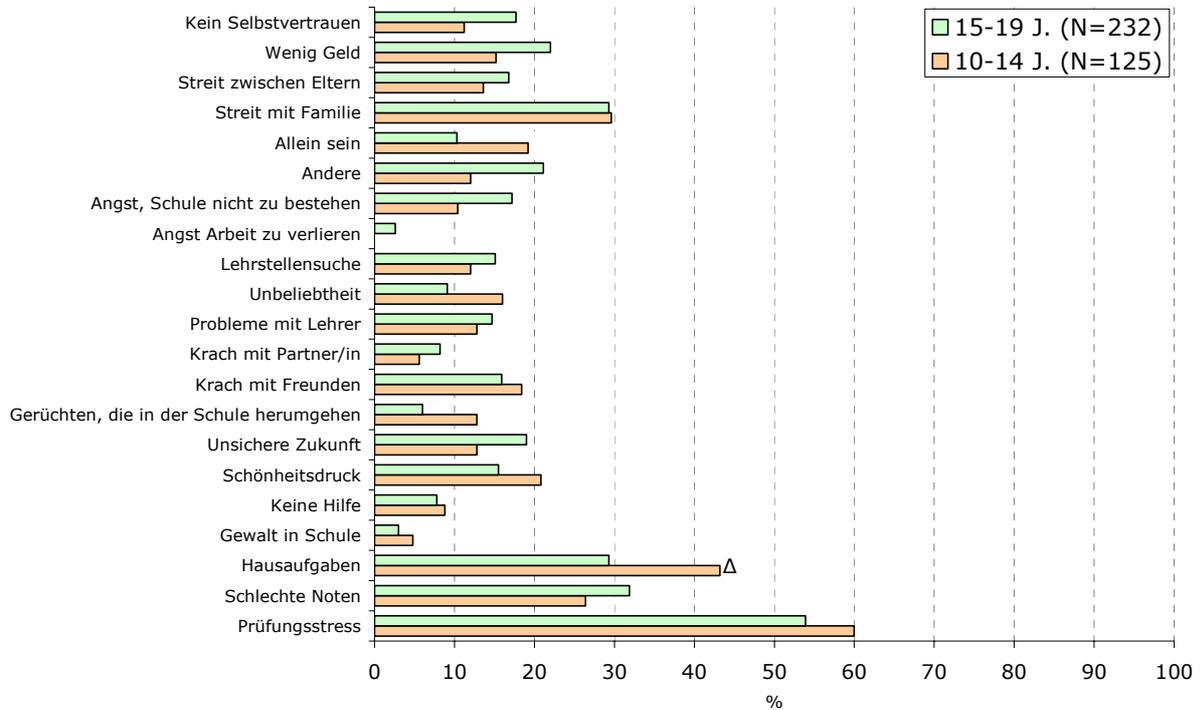


Abb. 49: Antworten (%) auf die Frage „Falls du unter Stress leidest, warum? (Du kannst mehrere Antworten klicken)“? (N. in Klammern). Bemerkenswerte Unterschiede werden mit einem Dreieck hervorgehoben.

Alle Details im Anhang ab Seite 178 und in den Kapiteln 12 und 13.

Abb. 50 zeigt die Ergebnisse nach Geschlecht sortiert. Mädchen leiden häufiger aus folgenden Gründen unter Stress als Knaben: Prüfungsstress, Hausaufgaben, Schönheitsdruck, Krach mit Freunden, Streit mit der Familie und kein Selbstvertrauen. Die Befunde zeigen zudem, dass bei fast allen vorgegebenen Antworten mehr Mädchen als Knaben sie als Stress auslösend definiert haben (Ausnahmen: wenig Geld, Angst Arbeit zu verlieren, Probleme mit dem Lehrer und Gewalt in der Schule).

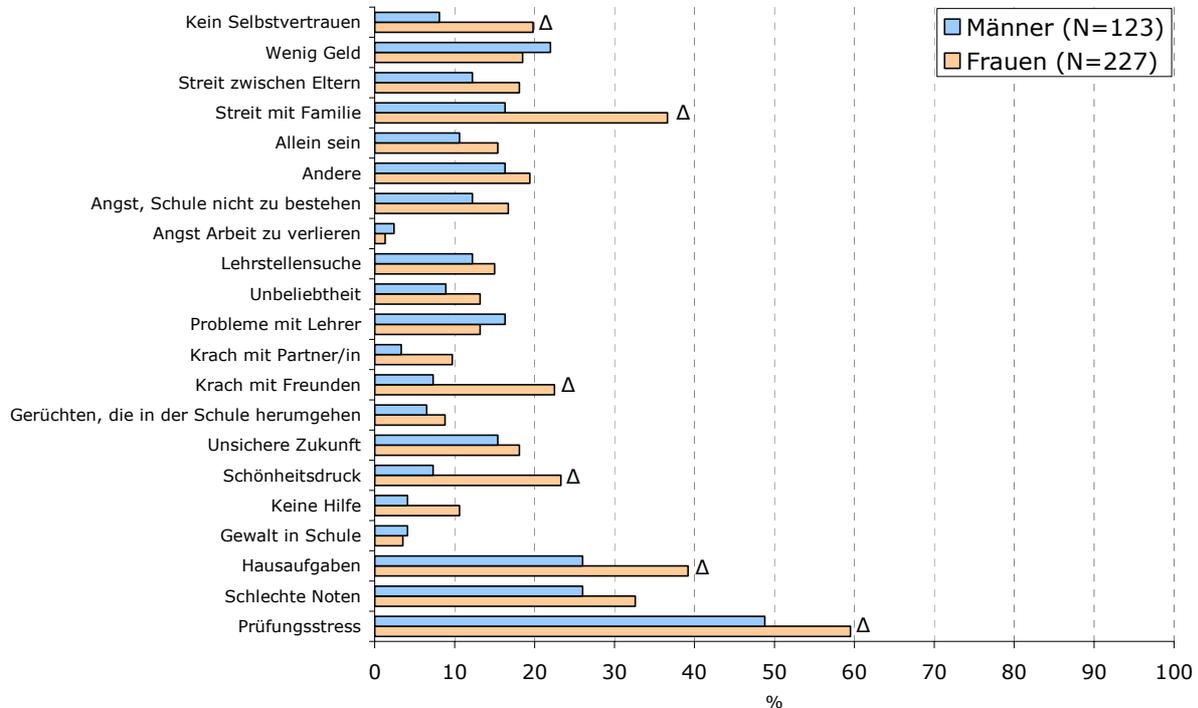


Abb. 50: Antworten (%) auf die Frage „Falls du unter Stress leidest, warum? (Du kannst mehrere Antworten klicken)“? (N. in Klammern). Bemerkenswerte Unterschiede werden mit einem Dreieck hervorgehoben.

Alle Details im Anhang ab Seite 178 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Stress ist eine Problematik, die - gemäss unseren Befunden - mehr die Mädchen als die Knaben betrifft. Dabei bleibt es unklar, ob die Mädchen tatsächlich gestresster sind, weil Ihnen mehr Schwierigkeiten begegnen oder weil ihre Aufgaben schwieriger zu bewältigen sind oder ob die Knaben Mühe haben, die Stressproblematik zu erkennen bzw. anzugeben.

Tatsache ist, dass etwa 44% der Knaben und rund 66% der Mädchen angeben, manchmal bis ständig unter Stress zu leiden. Dabei sei das Verb „leiden“ betont, nicht nur „unter Stress“ zu sein. Da der negative Stress (Distress, Überforderung) eine erschöpfende Wirkung hat und das Wohlbefinden sowie - langfristig - die Gesundheit schädigen kann, ist es wichtig, dass Projekte, die Stressprävention als Ziel haben, gefördert werden.

Unter dieser Perspektive ist es erfreulich, dass das Stressprogramm im Jahr 2006 mit einer kompetenten Institution aktualisiert und modernisiert werden kann. Auf diese Weise werden wir in Zukunft ein Stressprogramm anbieten können, das den Erwartungen und Bedürfnissen der Schule von heute genügen kann.

Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 7

Die feelok-Besucher/innen beurteilen ihre Gesundheit im Allgemeinen als gut. Nur rund 10% schätzt sie als mittelmässig oder schlecht ein. 95% der Mädchen und 88% der Knaben hat mindestens eine/n vertraute/n Freund/in, mit dem/der sie oder er über Probleme und Schwierigkeiten sprechen kann.

87% der 10-14 J. raucht nie und 5.5% raucht täglich. 68% der 15-19 J. raucht nie und 16.5% raucht täglich. Fast alle Raucher/innen denken nicht daran, in absehbarer Zeit mit dem Rauchen aufzuhören. Die Mehrzahl der Nicht-Raucher/innen glaubt nicht, in Zukunft mit dem Rauchen zu beginnen.

Rund 70% der Studienteilnehmer/innen kifft nie, rund 5% kifft jeden Tag. Fast alle 15-19 J., die kiffen, beabsichtigen nicht in absehbarer Zeit mit dem Konsum aufzuhören. Die Mehrzahl der Nichtkonsumierenden denkt hingegen nicht daran, mit dem Konsum zu beginnen.

Etwa 2/3 der Besucherinnen, die die Fragen von feelok beantwortet haben, leiden manchmal bis häufig unter Stress. Bei den Knaben sind es fast die Hälfte. Zahlreiche Gründe werden als Stressverursacher erwähnt, darunter: Prüfungen, schlechte Noten, Hausaufgaben und Streit mit der Familie.

20. Bedarfsanalyse für neue Themen (8)

Obwohl sich feelok schon heute für seine inhaltliche Breite kennzeichnet, sind wir grundsätzlich immer bereit, neue Dimensionen im Programm zu integrieren. Die 8. Fragestellung diente zur Identifizierung von Themen und Problemen, die aus der Sichtweise der betroffenen Zielgruppe relevant sind, und daher möglicherweise in Zukunft ins Programm aufgenommen werden könnten.

In einem ersten Schritt haben wir die Jugendlichen mit einer offenen Frage gefragt, welche Themen sie bei feelok vermisst haben. Eine zweite Frage, die zum gleichen Zweck dient, haben wir von der Smash-Studie übernommen. Nach der allgemeinen Einleitung zum Thema „Bedarfsanalyse für neue Themen“ haben wir untersucht, wie viele Jugendliche ausserhalb der Schule sportlich tätig sind, mit welchen Mitteln sie zur Schule oder zur Arbeit gehen bzw. wie sie ihr Gewicht wahrnehmen aber auch ob sie abnehmen oder zunehmen möchten. Mit dieser Itemgruppe untersuchten wir die effektive Notwendigkeit, ein „Bewegungsprogramm“ zu entwickeln, das auch das Thema „Gewichtsreduktion“ beinhaltet.

In einem weiteren Schritt untersuchten wir die Notwendigkeit, ein Programm zum Thema „Sicherheitsförderung“ oder „Unfallsverhütung“ zu entwickeln: deswegen fragten wir unsere Besucher/innen, ob sie in den letzten 12 Monaten einen Unfall hatten und wenn ja, was für eine Art von Unfall.

Das darauffolgende Subkapitel befasst sich mit dem delinquenten Verhalten, und dies aus der Sichtweise des Opfers und des Täters. Mit dem letzten Thema untersuchten wir, wie verbreitet die suizidalen Gedanken sind sowie wie viele Besucher/innen von feelok schon einen Selbstmordversuch hinter sich haben.

Probleme, für welche die Besucher/innen gerne Unterstützung hätten

Ergebnis

Die feelok-Besucher/innen konnten während zwei Wochen folgende Frage beantworten: „Welches Thema, das heute fehlt, würdest du gerne in feelok finden?“. Die Antworten wurden nach 6 Kategorien sortiert:

- das Thema wird in feelok schon behandelt (☺),

- das Thema ist in Bearbeitung („Bewegung, Ernährung oder Alkohol“, ✍️),
- das Thema hat kein direkter Bezug zu Prävention und Gesundheitsförderung und gilt somit als nicht relevant für unseren Auftrag (👎),
- das vorgeschlagene Thema ist unklar (?),
- das vorgeschlagene Thema hat seine Berechtigung und könnte in Zukunft realisiert werden (👂),
- es wäre besser das angesprochene Problem im Rahmen einer persönlichen Beratung zu besprechen (🗣️).

Einige feelok-Besucher/innen haben den Wunsch geäußert, mehr Informationen zum Thema „Drogen“ zu erhalten.

Die anderen Themen wurden von wenigen, manchmal nur von einzelnen Besucher/innen vorgeschlagen: mehr Informationen zum Thema „Sexualität“ (z.B. Geschlechtskrankheiten, Eifersucht) oder neue Themen wie „Spielsucht“, „psychologische Gewalt“ (z.B. Telefonterror), „Rassismus“, „Magersucht“, „Geldprobleme“ und „Depression“. Tab. 15 zeigt die Details.

Tab. 15: Offene Antworten auf die Frage „feelok beschäftigt sich mit den oben erwähnten Themen. Welches Thema, das heute fehlt, würdest du gerne in feelok finden?“

Vorgeschlagenes Thema (Vorschläge wurden unkorrigiert von der Datenbank übernommen)	Rückmeldungen unterteilt in...
zwischenmenschliche Beziehungen	😊 (Programm Liebe und Sexualität)
zukunft	?
zu frühe orgasmen	👂 = (in Programm Liebe und Sexualität)
wiso interessieren meine eltern sich nicht für mich / wiso haben sie keinne zeit für mich	🗣️
wieso das man nicht anfangen soll?	?
Wie schlimm ist rauchen?	😊 (Rauchprogramm)
Warum macht rauchen süchtig?	😊 (Rauchprogramm)
war es früher auch so schlimm, gab es auch viele HIV-träger	?
Übergewicht und was man dagegen tun kann	✍️ (Bewegungs- und Ernährungsprogramm)
Trippen	👂
tinitus	👂
Tiere (3)	👎
Thema Cannabis	😊 (Cannabisprogramm)
Test über Beziehung	😊 (Test-Site)
Große Liebe	😊 (Programm Liebe und Sexualität)
Telefonterror	👂
tabellen wie viele männer und frauen rauchen	😊 (Rauchprogramm)

sucht	? (zu allgemein)
Stress	☺ (Stressprogramm)
steht alles	-
handel	?
Sport (16)	✂ (Bewegungsprogramm)
Spielsucht	👂
spiele (2)	?
speed	?
spanendere themen	-
sex (4)	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
selbstvertrauen	☺ (Selbstvertrauenprogramm)
selbständigkeit	☺ (in mehreren Programmen ist ein Thema)
schulen	?
schamanismus	👎
richtige aufklärung	?
Religion	👎
Rauchen (2)	☺ (Rauchprogramm)
rassismus	👂
pubertät	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
psychologie	?
pornos (2)	?
Pornografie	?
penis (2)	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
Oralsex	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
musik...gewalt	? für Musik, 👂 für Gewalt
Musik (12)	👎
Männer	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
magersüchtig (2)	👂 (im Ernährungsprogramm)
Lsd (4)	👂
Liebeskummer	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
Lesben	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
lernen für die schule	☺ (Stressprogramm)
lehrstellen	☺ (Stressprogramm)
Ferienjobs	☺ (Stressprogramm)
Körper	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
kollegen	?
Kokain	👂
Kirche	👎
kiffen	☺ (Cannabisprogramm)
Homosexualität	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
Heroin	👂
Harte Drogen	👂
gesundheitsförderung	?
geschichten	?
Geld	👂 (wenn mit Geld „Schulden“ gemeint sind)
frustration	?
freunde (4)	?
Freizeitbeschäftigung	☺ (im Stressprogramm)
flirten	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
Fitness (2)	?
Fellatio	☺ (Programm Liebe und Sexualität)

familie (2)	☺ (Stressprogramm)
extesy	👂
ernährung	✍️
einversucht	👂 (in Programm Liebe und Sexualität)
einsamkeit	👂
Drogen allgemein	👂
depressionen (2)	👂
Computerspielesucht	👂
chat um Probleme mit anderen zu lösen (2)	☺ (Diskussionsforen)
cannabis	☺ (Cannabisprogramm)
bewegungspausen	✍️
Berufseignungstest (2)	☺ (Stressprogramm und Test-Site)
berufsberatung	👤
Beruflichezukunft	👤
behinderung	👂
Autotuning	?
Außenseiter	☺ (Stressprogramm)
angst	☺ (Selbstvertrauenprogramm und Stressprogramm)
also es wer geil wens thema aufklärung für knaben und mädchen hir weren	☺ (Programm Liebe und Sexualität)
Alkohol (10)	☺ (Neu ab September 2005)
Schminken	👉
aids (5)	☺ (Programm Liebe und Sexualität)

Um zu erfassen, welche Schwierigkeiten unsere Besucher/innen beschäftigen, haben wir ein Item der Smash-Studie übernommen und haben gefragt: „Für welche von diesen Problemen hättest du in diesem Moment eine Hilfe für dich nötig?“. Abb. 51 zeigt neben den Ergebnissen auch die vorgegebenen Antworten.

Mehr als 20% der Mädchen sowie mehr als 20% der 15-19 J. behaupten, dass sie Hilfe für folgende 8 Probleme nötig hätten: „Schwierigkeit mit der beruflichen Zukunft“, „Schwierigkeiten mit den Eltern“, „Probleme mit dem Gefühlsleben“, „Schlafschwierigkeiten“, „Traurigkeit“, „Stress“, „Probleme mit der Schule/Arbeit“ und „Probleme mit der Ernährung“. Rund 20% der Knaben sowie rund 20% der 10-14 J. hätten für folgende 2 Probleme eine Hilfe nötig: „Schwierigkeit mit den Eltern“ und „Probleme mit der Schule/Arbeit“. 20% der 10-14 J. behaupten zudem, dass sie wegen Stress Hilfe brauchen könnten.

Wenn man die Ergebnisse der Smash-Studie mit denjenigen der feelok-Umfrage vergleicht, merkt man, dass fast alle Unterschiede kleiner oder gleich 10% sind (Ausnahmen: „Probleme mit dem Tabakkonsum“ und „Stress“ bei den Knaben). Zudem, wenn die Smash-Studie Unterschiede zwischen den Geschlechtern hervorhebt, zeigen sich vergleichbare Trends auch zwischen den Mädchen und Knaben, die die feelok-Umfrage beantwortet haben.

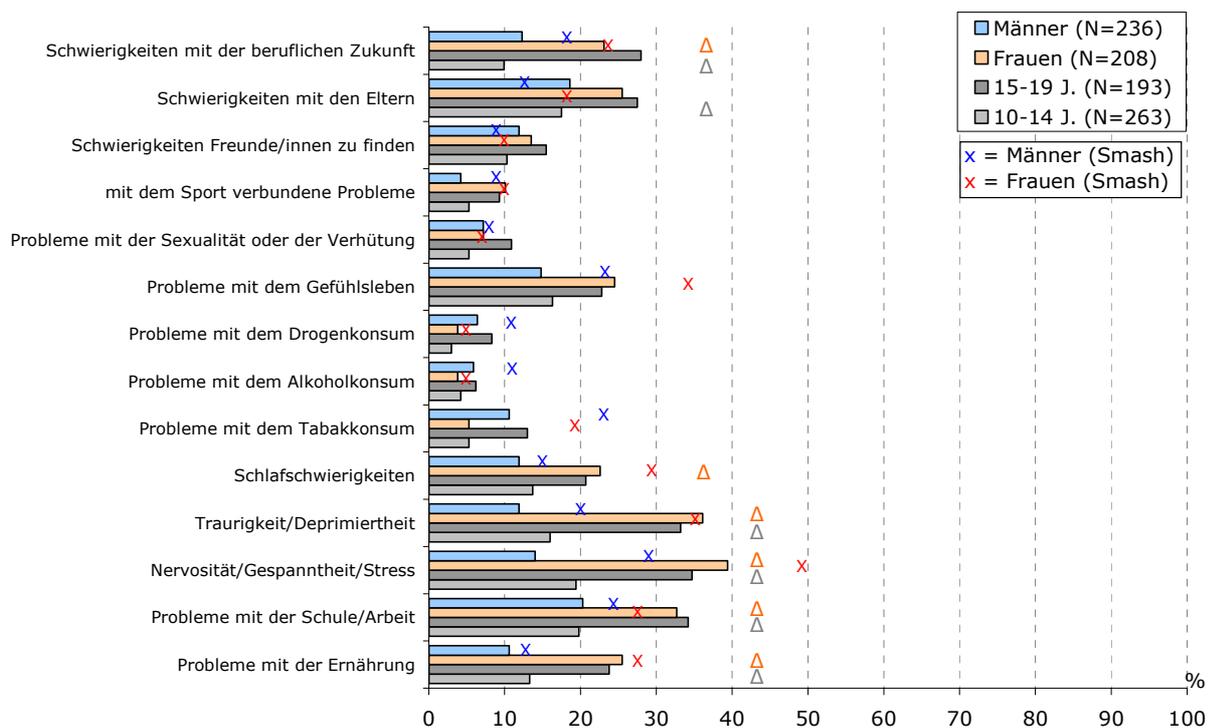


Abb. 51: Antworten (%) auf die Frage „Kannst du angeben, für welche von diesen Problemen du in diesem Moment eine Hilfe für dich nötig hättest?“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diejenigen der Smash-Studie von den „X“ dargestellt. Bemerkenswerte Unterschiede in der feelok-Umfrage werden mit einem Dreieck hervorgehoben.

Alle Details im Anhang ab Seite 188 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Es wäre unangebracht, die zwei Items „Welches Thema, das heute fehlt, würdest du gerne in feelok finden?“ und „Für welche von diesen Problemen hättest du in diesem Moment eine Hilfe für dich nötig?“ zu vergleichen und dies wiederum aus inhaltlichen und methodologischen Gründen. Inhaltlich weil die zweite Frage ein „Problem“ fokussiert, „für das man eine Hilfe nötig hätte“ und die erste Frage eher allgemein untersucht „zu welchem Thema du gerne mehr Informationen hättest“. Methodologisch, weil die zweite Frage bestimmte Antworten vorgibt und die erste Frage hingegen die Möglichkeit gibt, sich frei auszudrücken.

Ein allgemeines Fazit zu diesem Unterkapitel ist nicht möglich, da das Thema zu komplex ist. Trotzdem kann man einige Punkte hervorheben, die überlegenswert sind:

Zum ersten Item „Welches Thema, das heute fehlt, würdest du gerne in feelok finden?“

- Viele Themen, die die Jugendlichen interessieren, befinden sich schon in feelok, sie wurden aber nicht gefunden. Dieses Ergebnis spricht für eine Aktualisierung der Struktur des Programms, um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass die gesuchten Inhalte auch gefunden werden. Diese Aktualisierung sollte bis Ende 2006 beendet sein.
- Offene Fragen sind interessant, um Hinweise über die Sichtweise der Besucher/innen zu einem bestimmten Aspekt zu erheben. Aber sie sind auch problematisch:
 - *Unklarheit*
Viele Antworten der Besucher/innen waren unklar (z.B. „Kollegen“ oder „Fitness“), d.h. man weiss nicht genau, was vom erwähnten Thema für die Zielgruppe relevant ist. Entsprechend ist es dann schwierig, die gewünschten Inhalte anzubieten
 - *Repräsentativität*
Es ist schwierig zu bestimmen, wie viele Besucher/innen tatsächlich am erwähnten Thema Interesse haben und man kann nicht ausschliessen, dass obwohl ein Thema

in den Antworten nicht erwähnt wurde, es trotzdem für die Zielgruppe wichtig sein könnte

o *Mageres Ergebnis*

Mit der offenen Frage konnte man nur einige Hinweise sammeln, über die Themen, die für die Besucher/innen relevant sein könnten.

Zum zweiten Item „Für welche von diesen Problemen hättest du in diesem Moment eine Hilfe für dich nötig?“

- Neben einigen praktischen Problemen (z.B. mit der Schule, mit der Ernährung oder mit der Familie) zeigt sich, dass die Schwierigkeiten, für die die Besucher/innen gerne Hilfe hätten, eher emotionaler Natur sind („Gefühlsleben“, „Traurigkeit“, „Stress“). Es stellt sich somit die grundsätzliche Frage, ob die Emotionen als solche ein Problem darstellen oder ob die negativen Gefühle den Ausdruck praktischer, fassbarer und lösbarer Probleme sind. Dies wiederum hat grosse Auswirkungen für die Gestaltung einer Intervention: wenn sich z.B. die Jugendlichen schlecht fühlen, weil sie Probleme mit der Familie haben, kann man auf Ebene „Familie“ intervenieren. Eine Verbesserung auf dieser Ebene sollte somit zu einer Verbesserung der emotionalen Lage führen. Wenn aber die negative Stimmung diffus ist, z.B. den Ausdruck des ständigen Konkurrenzdrucks, des gesellschaftlichen Wertwandels oder der entwicklungsbedingten Identitätsprobleme, ist es viel schwieriger zu intervenieren. In diesem Fall muss die Person nicht (nur) in der Aussenwelt, sondern viel mehr in sich selbst eine Lösung finden, um sich besser zu fühlen. Er oder sie muss seine/ihre Werte und Perspektive der Welt ändern: und das ist ein schwieriger innerlicher Prozess.
- Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass vor allem die Mädchen und vor allem die 15-19 J. für eine Reihe von Problemen Hilfe nötig hätten. Somit bleibt aber unklar, ob die Knaben und die 10-14 J. weniger Probleme haben bzw. wahrnehmen, oder ob sie ihre Probleme ohne Hilfe lösen möchten.
- Es ist interessant festzustellen, dass viele Jugendliche sich für die Themen „Sexualität“ (60%) und „Tabak“ (30%) interessieren (siehe Abb. 51). Wenn es aber darum geht, Hilfe für diese Themen zu beanspruchen, dann fühlen sich wenige Jugendlichen von diesem Angebot angesprochen: weniger als 10% hätte gerne Hilfe für Probleme, die mit der Sexualität verbunden sind oder wegen Schwierigkeiten mit dem Tabakkonsum. Dagegen würde man erwarten, dass viel mehr Personen das Stressprogramm besuchen, da „Nervosität, Gespanntheit und Stress“, sowie „Probleme mit der Schule/Arbeit“ aber auch „Schwierigkeiten mit den Eltern“ für jeweils rund 25% der Studienteilnehmer/innen ein effektives Problem darstellen. Im Stressprogramm werden genau diese Themen angesprochen. Es zeigt sich somit auf Ebene Benutzerverhalten eine Kluft zwischen den Themen, die die Jugendlichen interessieren und die Probleme, für die die jungen Menschen eine Hilfe benötigen.

Bewegungsverhalten (inkl. Transportverhalten) und Gewichtsveränderung

Ergebnis

Zwischen 50% und 66% der Studienteilnehmer/innen treibt mindestens 2 Mal pro Woche Sport ausserhalb der Schule. Etwa 13% bis 23% treibt ungefähr 1 Mal pro Woche Sport ausserhalb der Schule, die anderen treiben nie Sport oder nur gelegentlich (weniger als 1 Mal pro Woche).

Mehr Knaben als Mädchen gehören zu den täglich aktiven Sportlern und insgesamt sind mehr Knaben als Mädchen ausserhalb der Schule sportlich aktiv. Bemerkenswerte Altersunterschiede gibt es in unserer Studie keine.

Wenn man die Ergebnisse der Smash-Studie mit denjenigen der feelok-Umfrage vergleicht, kommt man zu ähnlichen Resultaten. Der Anteil der täglich sportlich aktiven Jugendlichen – vor allem bei den Knaben – ist jedoch in unserer Studie grösser als was gemäss Befunden der Smash-Studie erwartet würde. Abb. 52 zeigt die Details.

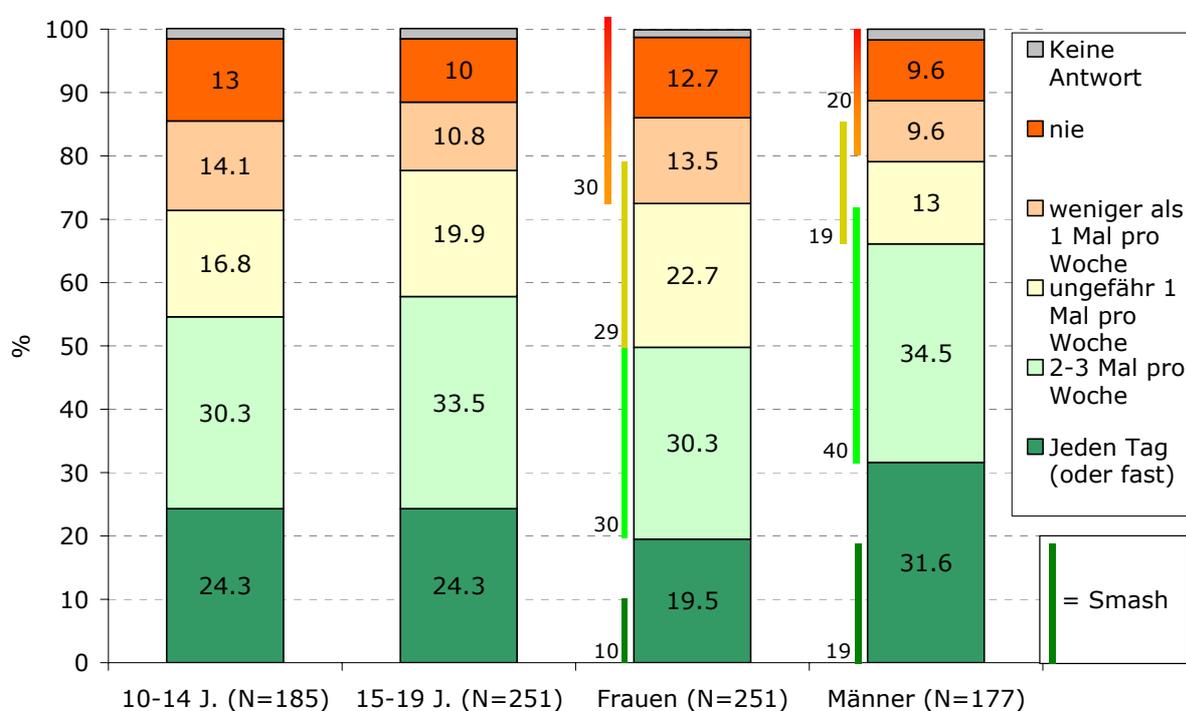


Abb. 52: Antworten (%) auf die Frage „Treibst du ausserhalb der Schule Sport?“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den grossen Balken und von den Zahlen in den jeweiligen Balkenabschnitten dargestellt, diejenigen der Smash-Studie von den dünnen Linien und den jeweiligen Zahlen auf der linken Seite der Linie. Alle Details im Anhang ab Seite 171 und in den Kapiteln 12 und 13.

Weniger als 10% der Besucher/innen fahren mit dem Auto oder werden mit dem Auto zur Arbeitsstelle oder zur Schule gefahren. Ebenso klein ist der Prozentsatz von jenen, die mit dem Mofa/Töffli oder Motorrad zur Schule oder zur Arbeit gehen.

Rund 60% der 10-14 J. gehen aus eigener Kraft zur Schule (zu Fuss, mit dem Fahrrad oder mit In-line Skates). Etwa 24% verwenden ein öffentliches Verkehrsmittel.

Der Prozentsatz von jenen, die aus eigener Kraft zur Schule oder zur Arbeit gehen, sinkt bei den 15-19 J. auf etwa 40%. 43% der 15-19 J. verwenden ein öffentliches Verkehrsmittel.

Mehr 15-19 J. als 10-14 J. erreichen die Schule oder die Arbeitsstelle mit den öffentlichen Verkehrsmitteln; mehr 10-14 J. als 15-19 J. hingegen gehen zu Fuss zur Schule. Zwischen Mädchen und Knaben gibt es keine bemerkenswerten Unterschiede. Abb. 53 zeigt die Details.

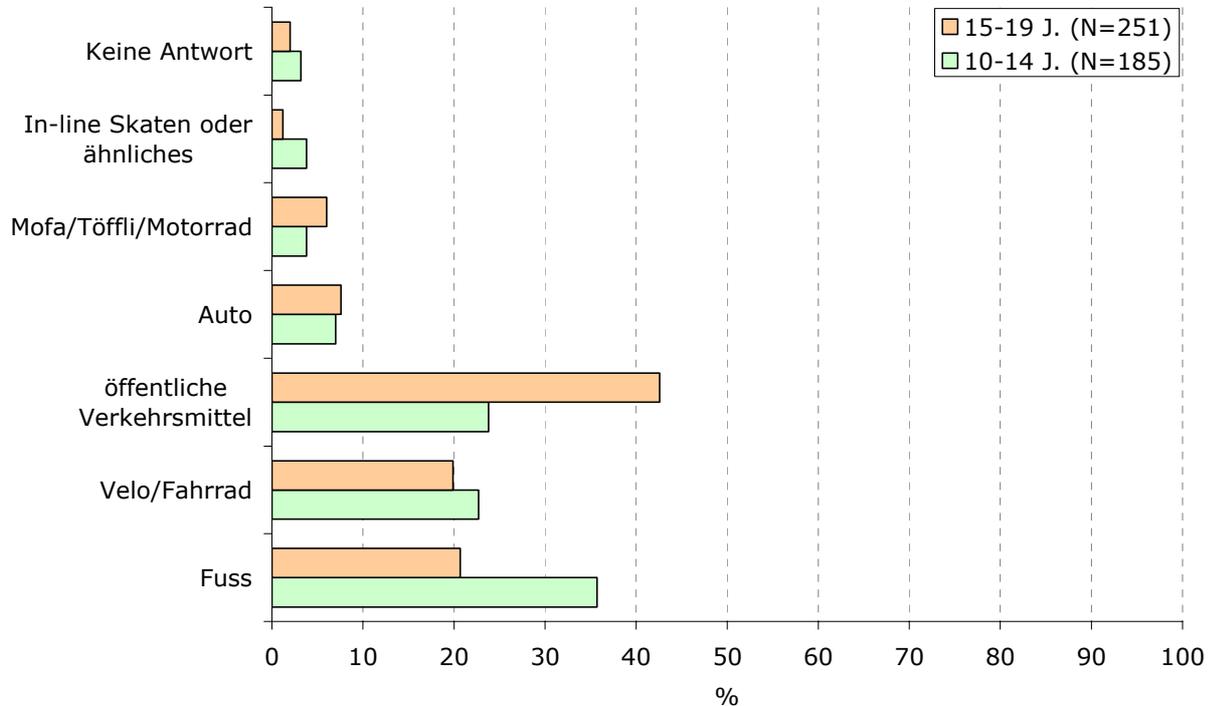


Abb. 53: Antworten (%) auf die Frage „Wie gehst du normalerweise zur Schule oder zur Arbeit?“ (N. in Klammern).
Alle Details im Anhang ab Seite 171 und in den Kapiteln 12 und 13.

Mit dem Thema „Bewegung“ und „Sport“ wird immer das Thema „Gewichtsabnahme“ assoziiert. Deswegen werden folgende Ergebnisse an dieser Stelle erläutert.

Mehr als die Hälfte der Mädchen fühlt sich etwas zu dick oder dick und etwas mehr als 10% fühlt sich etwas zu dünn oder zu dünn. Mit dem eigenen Gewicht ist 1/3 der Mädchen zufrieden.

Etwa 1/3 der Knaben fühlt sich etwas zu dick oder zu dick; rund 19% fühlen sich hingegen etwas zu dünn oder zu dünn. Fast die Hälfte ist mit dem eigenen Gewicht zufrieden.

Mehr 10-14 J. als 15-19 J. sind mit dem eigenen Gewicht zufrieden.

Die Smash-Studie zeigt vergleichbare Ergebnisse (Abb. 54).

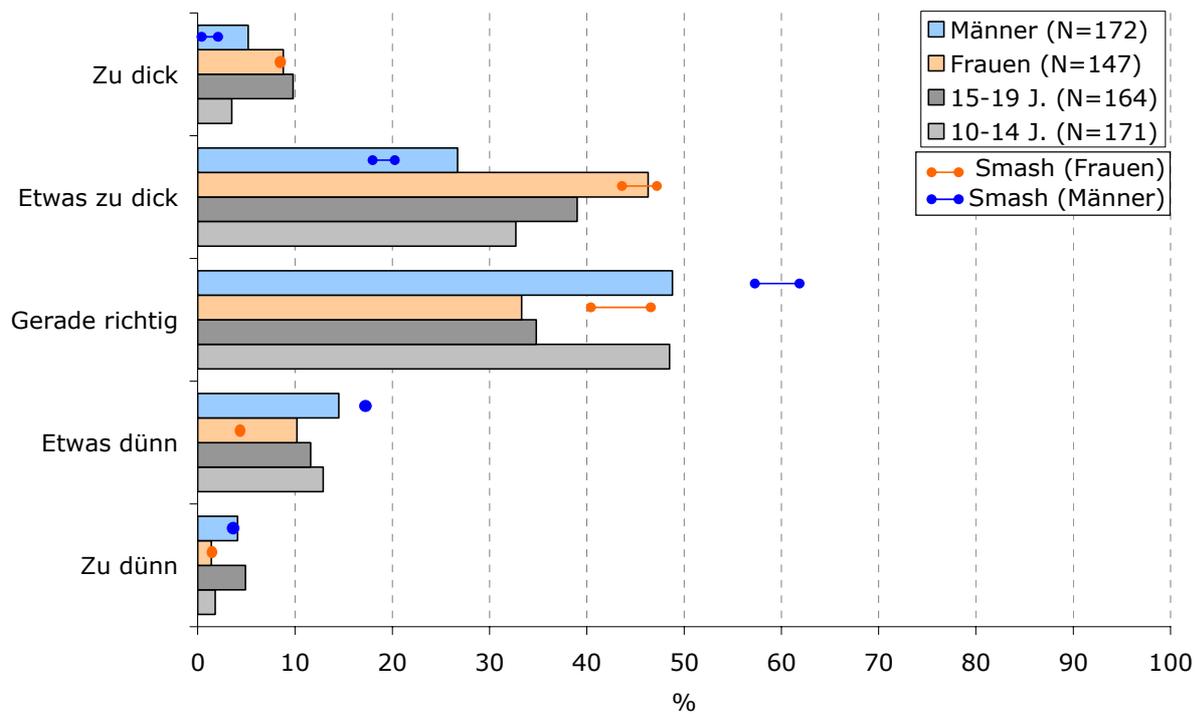


Abb. 54: Antworten (%) auf die Frage „Wie fühlst du dich zurzeit?“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diese der Smash-Studie von den Kreisen (Schüler/innen aus den Mittelschulen vs. Lehrlinge) dargestellt. Alle Details im Anhang ab Seite 195 und in den Kapiteln 12 und 13.

Aufgrund dieser Ergebnisse ist es nicht überraschend, dass fast 60% der Mädchen abnehmen und weniger als 10% zunehmen wollen. Nur 1/3 der Mädchen sieht keine Notwendigkeit, ihr Gewicht zu verändern.

Bei den Knaben möchte etwa 1/3 Gewicht verlieren und fast 20% wollen zunehmen. Immerhin sehen aber fast 50% der Knaben keine Notwendigkeit, ihr Gewicht zu verändern.

Mehr 15-19 J. als 10-14 J. möchten abnehmen. Etwa 50% der 10-14 J. (gegen 1/3 der 15-19 J.) sind mit dem eigenen Gewicht zufrieden.

Die Ergebnisse der Smash-Studie sind mit denjenigen der feelok-Umfrage vergleichbar (Abb. 55).

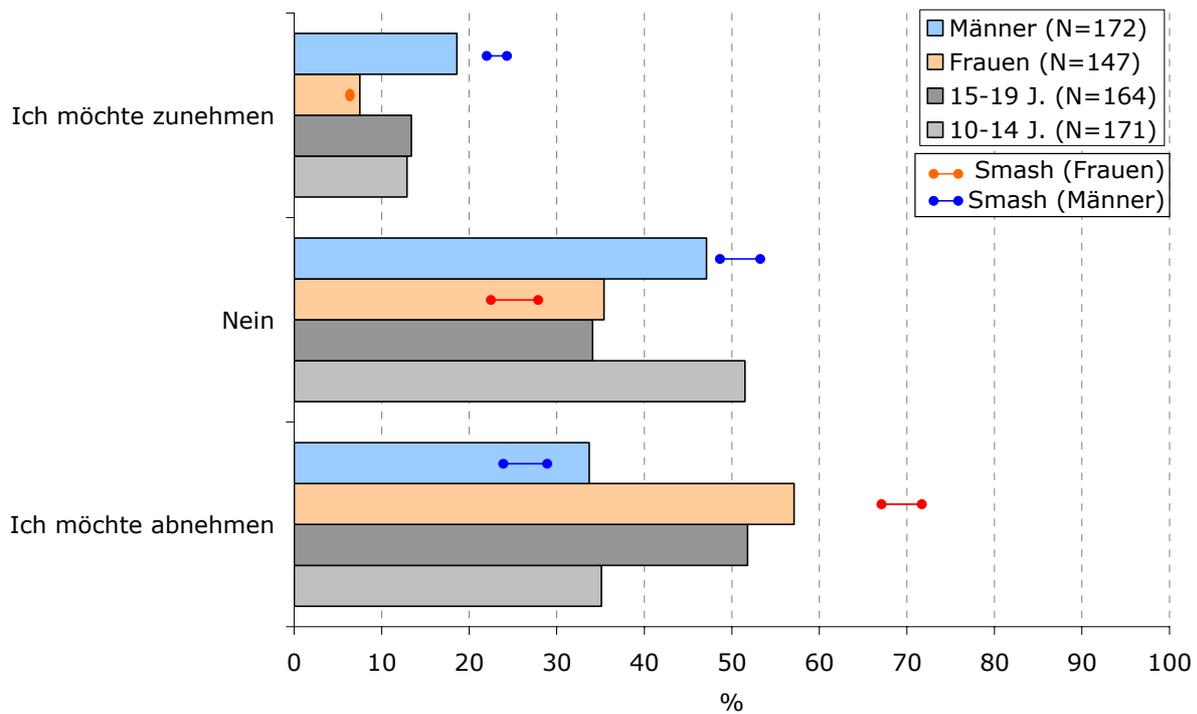


Abb. 55: Antworten (%) auf die Frage „Möchtest du dein Gewicht verändern?“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diejenigen der Smash-Studie von den Kreisen (Schüler/innen aus den Mittelschulen vs. Lehrlinge) dargestellt. Weitere Details im Anhang ab Seite 195 und in den Kapiteln 12 und 13.

Sehr wichtig für die Gestaltung einer Intervention ist festzulegen, ob der Wunsch, abzunehmen, sinnvoll ist. Es wäre unerwünscht, wenn Personen mit einem normalen oder sogar mit einem tiefen BMI versuchen, ihr Gewicht zusätzlich zu reduzieren. Gewichtsabnahme ist nur eine sinnvolle Massnahme falls jemand übergewichtig ist, sonst bringt sie nichts oder kann sogar schädlich sein.

Auf Seite 55 wird im Detail beschrieben, wie der BMI berechnet und aufgrund welcher Kriterien das Über- und Untergewicht für die verschiedenen Altersgruppen bestimmt wurde. Im Folgenden werden nur die Ergebnisse dargestellt.

Von den Studienteilnehmer/innen, die angegeben haben, sie möchten abnehmen, haben rund 2/3 gemäss BMI ein normales Gewicht. Etwa 1/3 könnte von einer Gewichtsreduktion profitieren. Von jenen, die angegeben haben, sie möchten ihr Gewicht nicht verändern, haben rund 76% gemäss BMI keine Notwendigkeit für eine Änderung; aber etwa 16% könnte eine Gewichtsreduktion gut tun (Abb. 56).

Das Ergebnis, für jene die zunehmen wollen, wird nicht kommentiert, weil die Gruppe zu klein ist.

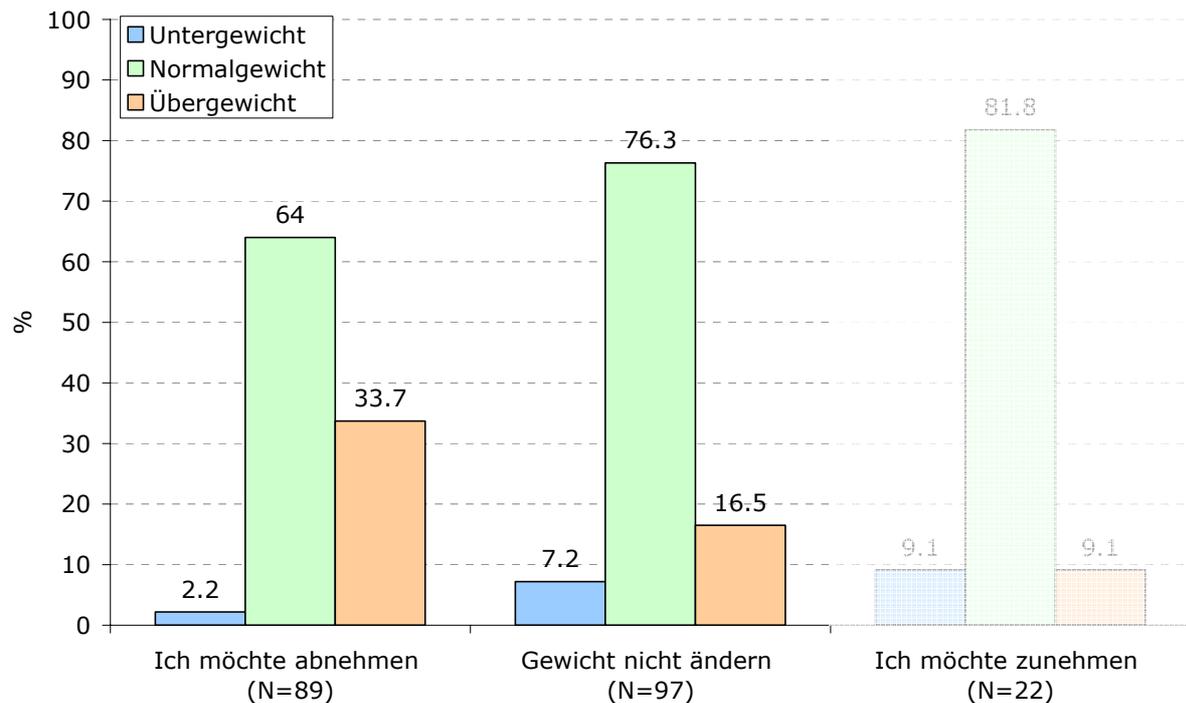


Abb. 56: Antworten (%) auf die Frage „Möchtest du dein Gewicht verändern?“ (N. in Klammern) bei Unter-, Normal- und Übergewichtigen (N. in Klammern, nur 13- bis 15-Jährigen)
Alle Details im Anhang ab Seite 199

Kommentar

Die Ergebnisse betreffend Bewegung- und Sportverhalten sind erfreulich. Viele Jugendliche sind sportlich tätig und gehen zu Fuss oder mit dem Fahrrad zur Schule oder zur Arbeit. Auch die öffentlichen Verkehrsmittel werden von vielen Jugendlichen benutzt, so dass nur wenige mit dem Auto oder mit dem Mofa zur Schule/Arbeit gehen.

Diese Ergebnisse haben Konsequenzen für die Gestaltung des neuen Bewegungsprogramms von feelok. Das neue Bewegungsprogramm wurde in einer ersten Version nur für die so genannten Gemütlichen vorbereitet, das heisst für jene, die körperlich ungenügend aktiv sind. Sie sind aber möglicherweise in der Minderzahl. Aufgrund dieser Befunde entschied sich Jugend und Sport das Bewegungsprogramm von feelok mit einer neuen Sektion zu erweitern, nämlich das Modul für körperlich aktive Jugendliche. Diese Sektion sollte im Laufe von 2007 erscheinen.

Weniger erfreulich ist dagegen, dass so viele Jugendliche, vor allem die Mädchen, mit dem eigenen Gewicht unzufrieden sind. In diesem Fall zeigen die Befunde, dass man klar zwischen dem gesunden Gewicht und dem idealisierten Gewicht unterscheiden muss. Viele Personen möchten ihr Gewicht verändern, nicht weil sie das gesundheitlich nötig haben, sondern weil sie einem Ideal entsprechen möchten. In diesem Fall könnte die Gewichtsabnahme sogar die Gesundheit schädigen anstatt sie zu fördern. Es ist von zentraler Bedeutung, dass Interventionsprogramme, die zu einer Gewichtsreduktion führen, und die die allgemeine Jugendbevölkerung ansprechen, diesen problematischen Aspekt berücksichtigen.

Unfall

Ergebnis

Fast 1/3 der feelok-Studienteilnehmer/innen hatte in den letzten 12 Monaten einen Unfall, der von einem Arzt oder einer Krankenschwester behandelt werden musste.

Zwischen den zwei Altersgruppen und zwischen den Mädchen und Knaben der feelok-Umfrage gibt es keine bemerkenswerten Unterschiede.

Der Anteil der feelok-Besucherinnen, die einen Unfall hatten, ist etwas grösser als gemäss Smash-Studie erwartet würde. Tab. 16 zeigt die Details.

Tab. 16: Antworten (%) auf die Frage „Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall, nach welchem du behandelt werden musstest (durch Krankenschwester, Arzt/in ...)?“ (N. in Klammern).

Alle Details im Anhang ab Seite 182 und in den Kapiteln 12 und 13.

	Alterskategorien		Geschlecht		Smash-Studie*	
	10-14 J. (150)	15-19 J. (146)	Frauen (164)	Männer (127)	Frauen	Männer
Nein	68.0	65.1	67.1	66.9		
Ja	31.3	30.8	32.3	28.3	20-23	29-33
Keine Antwort	0.7	4.1	0.6	4.7		

Sportunfälle, die eine Behandlung benötigen, sind relativ häufig verbreitet (~20%). Weiter geben 10% der Studienteilnehmer/innen an einen Unfall im Freizeitbereich und 3% bis 9% einen Unfall zu Hause gehabt zu haben. Alle anderen Unfalltypen sind sehr selten. Es gibt praktisch keine Unterschiede zu den Ergebnissen der Smash-Studie (Abb. 57).

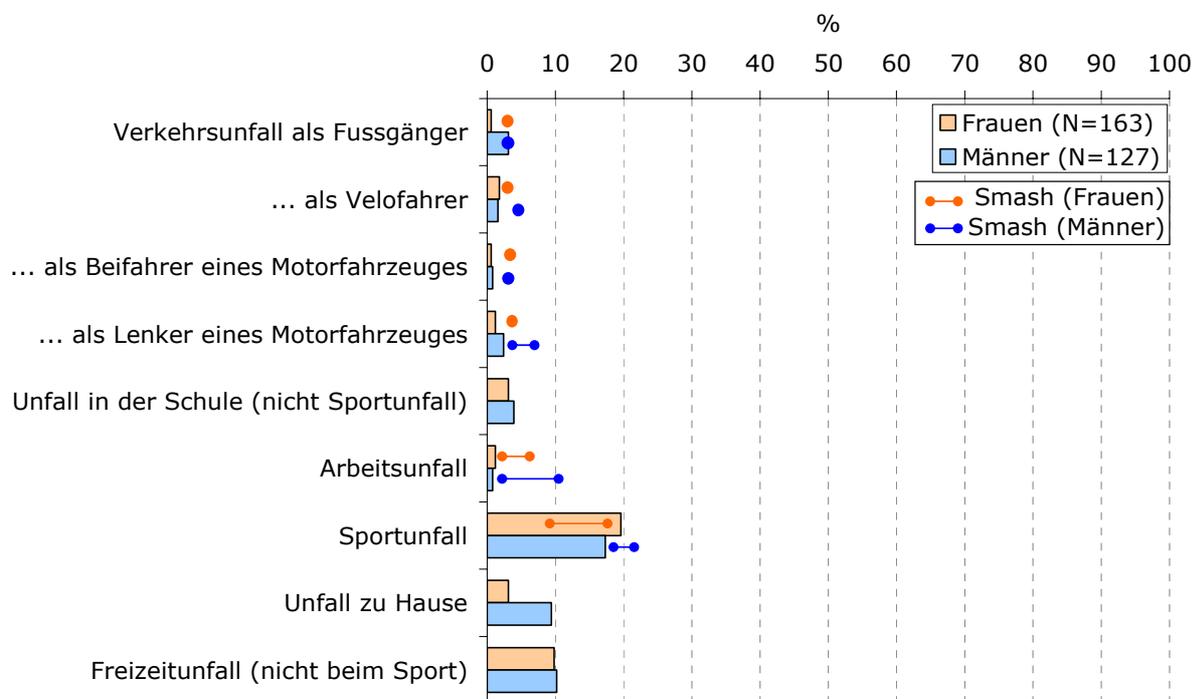


Abb. 57: Antworten (%) auf die Frage „Falls du einen Unfall hattest: Was für ein Unfall?“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diese der Smash-Studie von den Kreisen (Schüler/innen aus den Mittelschulen vs. Lehrlinge) dargestellt. Alle Details im Anhang ab Seite 182 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Einerseits ist bemerkenswert, wie viele Jugendliche jedes Jahr mindestens einen Unfall haben (fast 1/3), der eine Behandlung benötigt, andererseits zeigt eine genauere Analyse, dass sich fast alle Unfälle im Sport-, Freizeit- und teilweise - eher bei Knaben - im Hausbereich ergeben. Unfälle im Verkehrsbereich sind auch nicht so selten, wenn man alle Unterkategorien aufsummiert, aber sie erreichen trotzdem nicht den Schwellenwert von 10%.

Die Entwicklung eines Programms zum Thema „Unfallverhütung“ wäre grundsätzlich sinnvoll. Wenn 1/5 der Mädchen und 1/3 der Knaben – gemäss Smash-Studie – jährlich einen Unfall haben, die eine Behandlung notwendig macht, kann dies ökonomische Auswirkungen haben. Neben den finanziellen Aspekten kann aber auch nicht ausser Acht gelassen werden, dass ein Unfall für das einzelne Individuum und für das Umfeld schwerwiegende Konsequenzen haben kann. Jeder Beitrag, der zu einer Reduzierung des Risikos dieser potentiell dramatischen Ereignisse führt, ist deswegen grundsätzlich willkommen.

Im Rahmen von feelok wird trotzdem zurzeit kein Programm zum Thema „Unfallverhütung“ entwickelt, weil es nicht möglich war, eine Institution zu finden, die bereit ist, diese Sektion von feelok zu unterstützen und mitzugestalten. Stattdessen wurden - vor allem im Bewegungsprogramm - ansatzweise Informationen zum Thema „Unfallverhütung“ integriert, um in dieser Weise - mindestens indirekt - einen Beitrag in diesem Bereich zu leisten.

Delinquentes Verhalten

Ergebnis

Das Thema „Delinquentes Verhalten“ kann von zwei Perspektiven aus betrachtet werden: von der Sichtweise des Opfers und von derjenigen des Täters. Im Folgenden wird zuerst die Sichtweise des Opfers beschrieben.

Etwa die Hälfte der Studienteilnehmer/innen wurden während den letzten 12 Monaten Opfer einer Beleidigung und etwa 20% einer Ablehnung. Zwischen 10% und 20% waren Opfer körperlicher Gewalt und/oder eines Diebstahls, fast 10% waren Opfer einer Erpressung (Abb. 58). Es gibt mehr Mädchen als Knaben, die Opfer von Beleidigungen sind. Andere Unterschiede, inkl. jene zu den Ergebnissen der Smash-Studie, sind nicht nennenswert, weil sie kleiner als 10% sind.

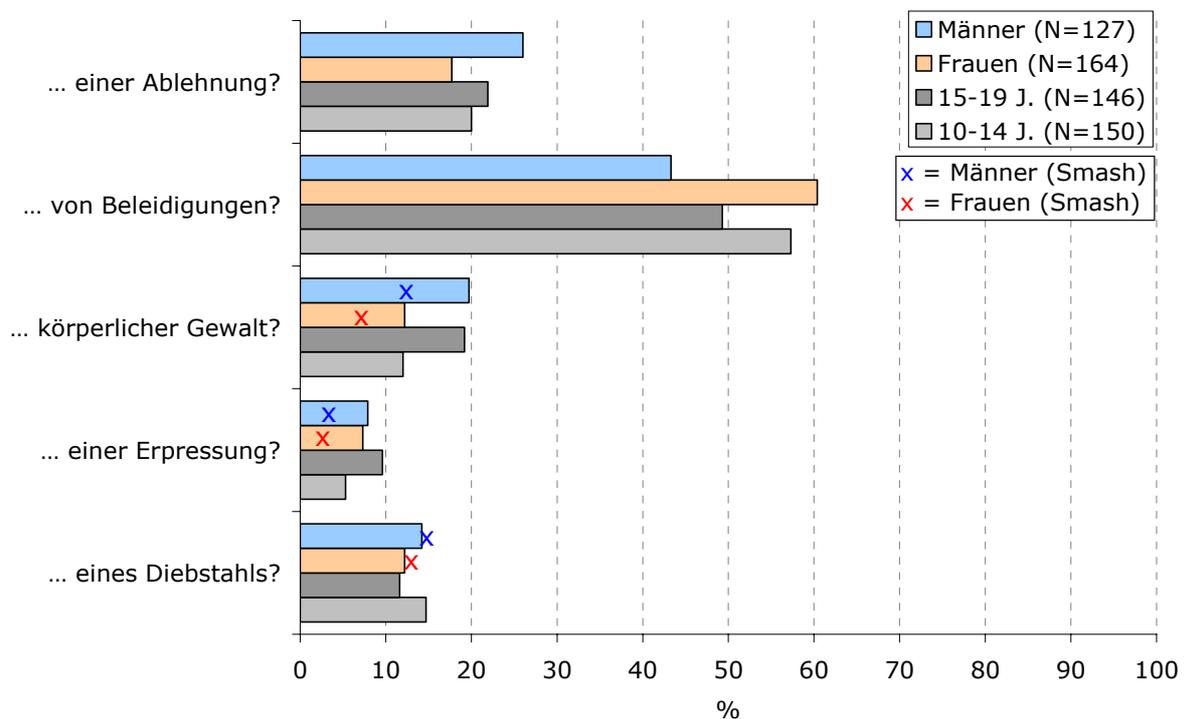


Abb. 58: Antworten (%) auf die Frage „*Warst du in den letzten 12 Monaten Opfer...*“ (mindestens 1 Mal) (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diese der Smash-Studie von den „X“ dargestellt.

Alle Details im Anhang ab Seite 182 und in den Kapiteln 12 und 13.

Rund 20% der Studienteilnehmer/innen haben während der letzten 12 Monate einen anderen Jugendlichen angegriffen, etwas gestohlen oder absichtlich etwas zerstört, was ihnen nicht gehört. Zwischen 10% und 20% der Studienteilnehmer/innen geben an, während den letzten 12 Monaten Drogen verkauft, eine Waffe getragen, etwas angezündet oder einen Erwachsenen angegriffen zu haben.

Mehr Knaben als Mädchen behaupten, eine Waffe getragen zu haben, mehr 15-19-Jährige als 10-14-Jährige einen Jugendlichen angegriffen bzw. etwas gestohlen zu haben, mehr feelok-Studienteilnehmer/innen als junge Menschen, die die Smash-Studie beantwortet haben, geben an etwas angezündet zu haben. Andere bemerkenswerte Unterschiede konnten nicht festgestellt werden.

In zwei Fällen („einen Erwachsenen angegriffen“ und „etwas gestohlen oder einfach mitgenommen“) zeigen die Smash-Studie und die feelok-Umfrage in Bezug auf die Unterschiede zwischen Mädchen und Knaben verschiedene Trends (Abb. 59).

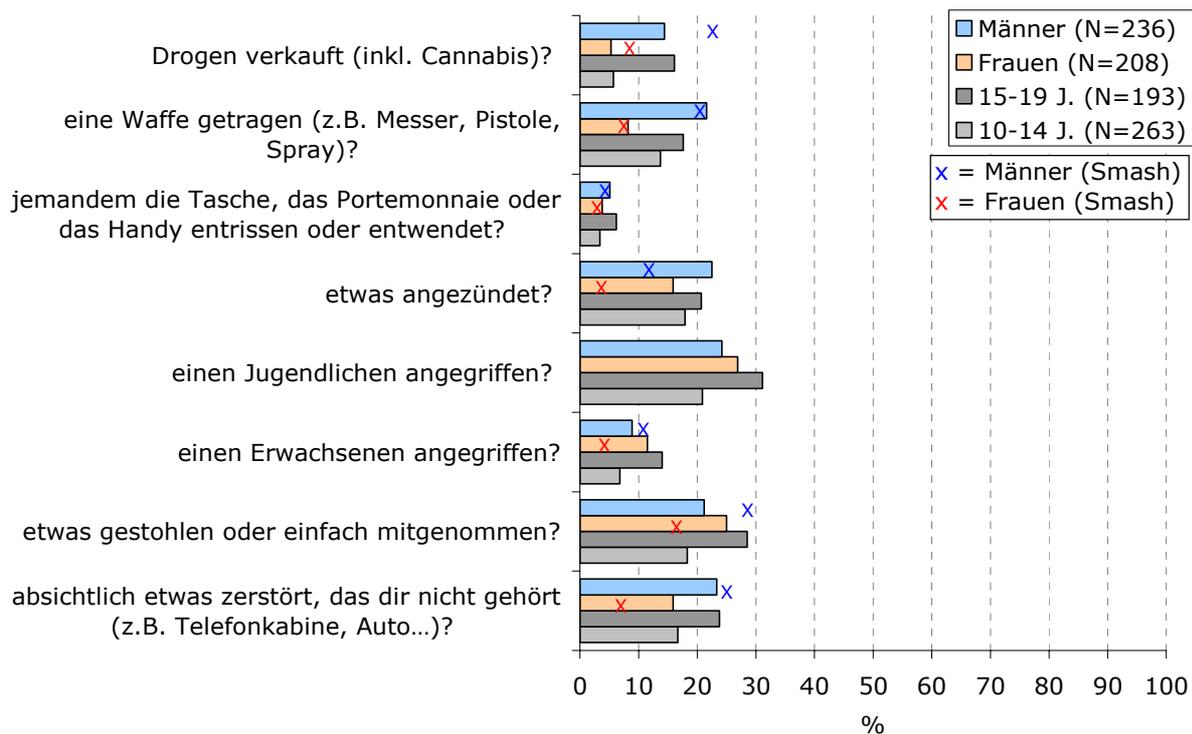


Abb. 59: Antworten (%) auf die Frage „Hast du in den letzten 12 Monaten...“ (mindestens ein Mal) (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diese der Smash-Studie von den „X“ dargestellt. Alle Details im Anhang ab Seite 188 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Dass Beleidigungen und Ablehnungen verbreitet sind, ist keine Überraschung und irgendwie gehören sie zum Leben. Vor allem die Ablehnung ist eine Selbstverständlichkeit: wenn jemand Interesse für eine andere Person signalisiert und diese Person Abstand halten will, ist das ihr Recht und muss akzeptiert werden. Beleidigungen sind hingegen eher eine Frage der guten Erziehung und der Selbstbeherrschung; obwohl ärgerlich, sollten sie so gut es geht nicht zu ernst genommen werden.

Die anderen Ergebnisse lassen sich aber nicht einfach relativieren: körperliche Gewalt, Erpressung, Diebstahl, getragene Waffen, Zerstörung von Objekten sind Phänomene, die das soziale Klima zwischen den Jugendlichen erschweren. Wenn diese Ergebnisse stimmen, hat das schulische System in Bezug auf diesen Punkt ein Problem. Das zeigen sowohl die Ergebnisse der Smash-Studie, wie auch diejenigen der feelok-Umfrage.

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass Interventionen, die zu einer Reduzierung des delinquenten Verhaltens führen, grundsätzlich als sinnvoll betrachtet werden können, weil die Lebensbereiche, in denen sich einige Jugendlichen bewegen, ein Sicherheitsrisiko darstellen. Zudem kann nicht ausser Acht gelassen werden, dass ein angenehmes soziales Klima für das Lernen und für die Arbeit fördernd sind: wenn sich die Opfer immer wieder von den Angriffen der Täter verteidigen müssen, ist diese Grundbedingung aber nicht vorgegeben.

Suizid

Ergebnis

Rund ¼ der Studienteilnehmer/innen von feelok hat die letzten 12 Monate an Selbstmord gedacht, mehr als 1/5 hat Momente erlebt, in denen Selbstmord als eine realistische Alternative beurteilt wurde, weniger als 10% hätte diesen Schritt gemacht, wenn sich die Gelegenheit dazu geboten hätte, fast 30% hat sich überlegt, mit welcher Methode sie Selbstmord begangen hätten und etwa 2% geben an, tatsächlich einen Versuch gemacht zu haben.

Vor allem für die Mädchen der feelok-Umfrage ist Selbstmord auf der gedanklichen Ebene ein Thema, mit dem sie sich beschäftigen: sie denken häufiger darüber, sie geben häufiger an, dass es Momente gab, in denen sie diese Handlung ausführen wollten und sie haben sich auch häufiger als die Knaben überlegt, mit welcher Methode sie diesen Schritt unternehmen könnten. Wenn es aber darum geht, die Gedanken in Tat umzusetzen, sinkt der Prozentsatz auf vergleichbare Werte wie bei den Knaben.

Unterschiede zu den Ergebnissen der Smash-Studie gibt es in Bezug auf die Mädchen, wenn es darum geht, über Suizid zu denken. Diesbezüglich sind die Ergebnisse der feelok-Umfrage dramatischer als diejenigen der Smash-Studie. Die Unterschiede mit der Smash-Studie verschwinden hingegen, wenn untersucht wird, ob ein konkreter Suizidversuch unternommen wurde (Abb. 60).

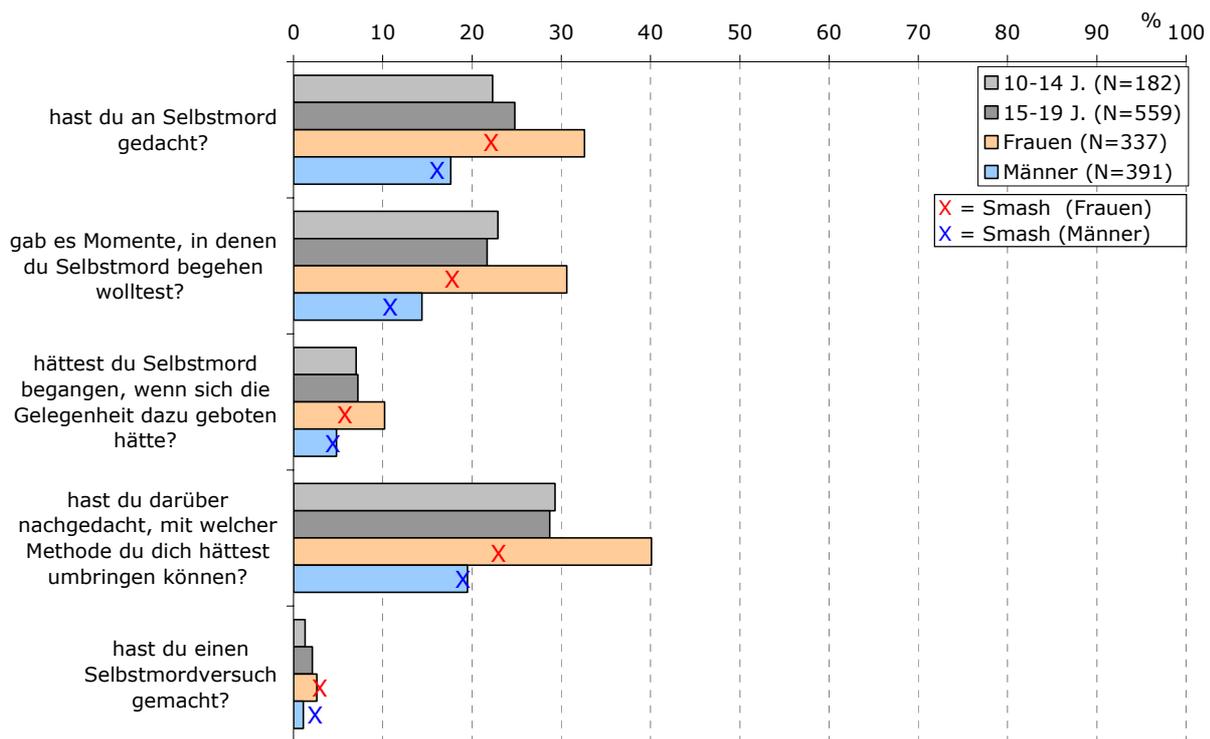


Abb. 60: Ja-Antworten (%) auf die Frage „In den letzten 12 Monaten...“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diese der Smash-Studie von den „X“ dargestellt.

Alle Details im Anhang ab Seite 201 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Seit 2004 wird mit externen Partnern die Möglichkeit diskutiert, feelok mit einem kleinen Programm zum Thema „Suizid“ zu erweitern. Ich bin immer davon ausgegangen, dass diese Problematik wenig verbreitet ist, aber da die Auswirkungen dieser Handlung gravierend sind

und das Internet wegen der Anonymität ein geeignetes Medium ist, um dieses Tabuthema zu behandeln, war ich immer dafür, dass man das Interventionsprogramm mit dieser Dimension erweitert.

Aus diesem Grund wurde das Item zum Thema „Suizid“ von der Smash-Studie übernommen und in der feelok-Umfrage integriert, um zu erfahren, wie verbreitet die Suizidproblematik ist. Ich war überzeugt, dass sich nur wenige Jugendlichen mit dem Thema „Suizid“ auseinandergesetzt hätten - in irgendeiner Form. Aber das Bild das die Ergebnisse der Umfrage zeichnen ist eher schockierend und belastend: schockierend wegen der grossen Überraschung, belastend weil es anders als bei anderen Dimensionen bei diesem Thema um Leben und Tod geht: wenn jemand mit dem Rauchen beginnt oder überfordert ist, ist dies gewiss nicht gut, aber auch nicht so dramatisch, wenn jemand ernsthaft daran denkt, sich umzubringen.

Wir können hoffen, dass diese diffusen suizidalen Gedanken nicht so ernst gemeint sind, dass sie tatsächlich eine Gefahr für das Leben der jungen Person darstellen. Vielleicht sind es Gedanken, die einem in einem Moment der Wut oder grossen Enttäuschung durch den Kopf gehen. Vielleicht sind es auch Trotzreaktionen im Sinne von „wenn ihr mich nicht mögt, dann gehe ich eben aus dem Leben und danach werdet ihr mich vermissen“. Beispielweise bei Liebeskummer dürften diese Gedanken leicht aufkommen. Bei dieser Interpretation wären Sorgen nur bei denjenigen, welche sich bei einer Gelegenheit umgebracht hätten, gerechtfertigt.

Erleichternd wäre es, wenn die Jugendlichen diese Frage unkorrekt beantwortet hätten. Man könnte dann behaupten, dass viele Jugendlichen die Antworten manipuliert haben, z.B. - obwohl es bei diesem Thema zynisch wäre - weil es lustig ist, uns falsche Angaben mitzuteilen. Eine weniger erleichternde Interpretation wäre, dass vor allem die Personen, die sich vom Thema angesprochen fühlen, die Fragen zum Thema „Suizid“ beantwortet haben. Beide Interpretationen kann man nicht ausschliessen und trotzdem werden sie von der Tatsache relativiert, dass wenn es um die konkrete Handlung geht, nämlich der Suizidversuch, sich die Ergebnisse der feelok-Umfrage und diejenigen der Smash-Studie nicht mehr unterscheiden. Wir müssen also davon ausgehen, dass die Ergebnisse der Abb. 60 ziemlich genau die Realität der feelok-Benutzer/innen darstellen.

Abb. 60 zeigt, dass es in Bezug auf die Selbstmordproblematik drei Ebenen gibt, die sich in den Ergebnissen widerspiegeln.

- *Ebene 1: Die Gedanken*

„Hast du an Selbstmord gedacht?“, „Gab es Momente, in denen du Selbstmord begehen wolltest?“ und „Hast du darüber nachgedacht, mit welcher Methode du dich hättest umbringen können?“ sind die Items, die dazu gehören.

Diese Ebene zeigt die höchsten Prävalenzen. Auf der anderen Seite kann man viel über Dinge denken, die man dann nicht in Tat umsetzt und das scheint hier auch glücklicherweise der Fall zu sein. Was aber Ebene 1 deutlich zeigt, ist dass Unwohlbefinden und Orientierungslosigkeit unter den Besuchern/innen von feelok verbreitet ist. Wenn jemand sich wohl fühlt und Ziele hat, denkt er/sie wohl nicht an die Möglichkeit, sich umzubringen.

- *Ebene 2: Zwischen Gedanken und Versuch*

Weniger als 10% behaupten, dass er sie Selbstmord begangen hätten, wenn sich dazu die Gelegenheit geboten hätte.

Diese Ebene ist glücklicherweise noch gedanklicher Natur, aber das Risiko einer konkreten Umsetzung wird grösser. Es ist also nicht auszuschliessen, dass diese feelok-Studienteilnehmer/innen mehr als die anderen, die „nur“ über Suizid denken, suizidgefährdet sind. Und immerhin etwa 8% unserer Studienteilnehmer/innen hat die Frage so beantwortet: also eine sehr hohe Zahl.

- *Ebene 3: der Versuch*

Rund 2% der Jugendlichen kommt zur konkreten Handlung und überlebt sie. Dazu gibt es wenig zu kommentieren. Ob es sich jetzt um eine ernst gemeinte Aktion oder um einen Hilferuf handelt, diese Zahl ist zu hoch.

Fazit: unsere Ergebnisse zeigen, dass viele Jugendlichen schwierige Phasen erleben, in denen sie soweit kommen, dass sie nicht mehr leben möchten. Glücklicherweise bleiben bei vielen Personen diese Phantasien nur auf der Gedankenebene. Trotzdem zeigt sich die Notwendigkeit, Massnahmen zu fördern, die helfen, dieses Tabuthema zu überwinden. Suizid kann kein Tabuthema bleiben, weil sich in der Einsamkeit verzweifelte Personen womöglich für nicht akzeptable Handlungen entscheiden, Handlungen, die sie hoffentlich nicht ausführen würden, wenn sie die notwendige Unterstützung bekommen würden.

Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 8

Viele feelok-Besucher/innen haben folgende Probleme und wären froh eine entsprechende Hilfe zu bekommen: „Schwierigkeit mit der beruflichen Zukunft“, „Schwierigkeiten mit den Eltern“, „Probleme mit dem Gefühlsleben“, „Schlafschwierigkeiten“, „Traurigkeit“, „Stress“, „Probleme mit der Schule/Arbeit“ und „Probleme mit der Ernährung“. Mehr als die Hälfte der Studienteilnehmer/innen treibt mindestens 2 Mal pro Woche eine sportliche Aktivität ausserhalb der Schule. Rund 10% treibt nie Sport ausserhalb der Schule. Die Mehrzahl der Jugendlichen geht mit den öffentlichen Verkehrsmitteln mit dem Fahrrad oder zu Fuss zur Schule oder zur Arbeit. Die Mehrzahl der Mädchen fühlt sich (etwas) zu dick (gegen 1/3 der Knaben) und möchte abnehmen. 2/3 von jenen, die abnehmen möchten, haben einen gesunden BMI, d.h. sie sind nicht übergewichtig.

Fast 1/3 der feelok-Studienteilnehmer/innen hatte in den letzten 12 Monate einen Unfall, der behandelt werden musste. Dabei handelt es sich vorwiegend um Sportunfälle und Unfälle im Freizeitbereich. Weniger als 10% der Unfälle sind Verkehrsunfälle in irgendeiner Form.

Delinquente Verhaltensweisen wie „körperliche Gewalt“, „Diebstahl“, „Angriff von anderen Jugendlichen“ und „Zerstörung von Objekten“ scheinen unter den Studienteilnehmer/innen ziemlich verbreitet (zwischen 10% und 20%). Rund 2% der feelok-Besucher/innen haben im letzten Jahr einen Suizidversuch unternommen.

21. Liebe und Sexualität (9)

Liebe und Sexualität sind komplexe Themenbereiche, die nur in unbefriedigender Weise von einer Studie wie unsere abgedeckt werden können. Um mindestens die oberflächigen Rahmen des Sexualverhaltens unserer Besucher/innen erfassen zu können, haben wir untersucht, mit wie vielen Partnern sie schon Geschlechtsverkehr hatten, ob sie zurzeit einen heterosexuellen bzw. gleichgeschlechtlichen Partner haben und ob sie während dem Geschlechtsverkehr Kondome benutzen.

Anzahl bisheriger Partner/innen mit Geschlechtsverkehr

Ergebnis

Die Mehrzahl der feelok-Studienteilnehmer/innen hatte noch keine sexuellen Erfahrungen. Dieser Anteil ist erwartungskonform deutlich höher bei den 10-14-Jährigen (~70%) als bei den 15-19-Jährigen (~49%). Diesbezüglich gibt es Hinweise für Geschlechtsunterschiede: mehr Mädchen als Knaben behaupten, noch keine sexuellen Kontakte gehabt zu haben. Die Smash-Studie kommt für die 16-Jährigen zur umgekehrten Schlussfolgerung, obwohl die Geschlechtsunterschiede sowohl bei der Smash-Studie, wie auch in der feelok-Studie als eher gering beurteilt werden können. Für die Details siehe Abb. 61

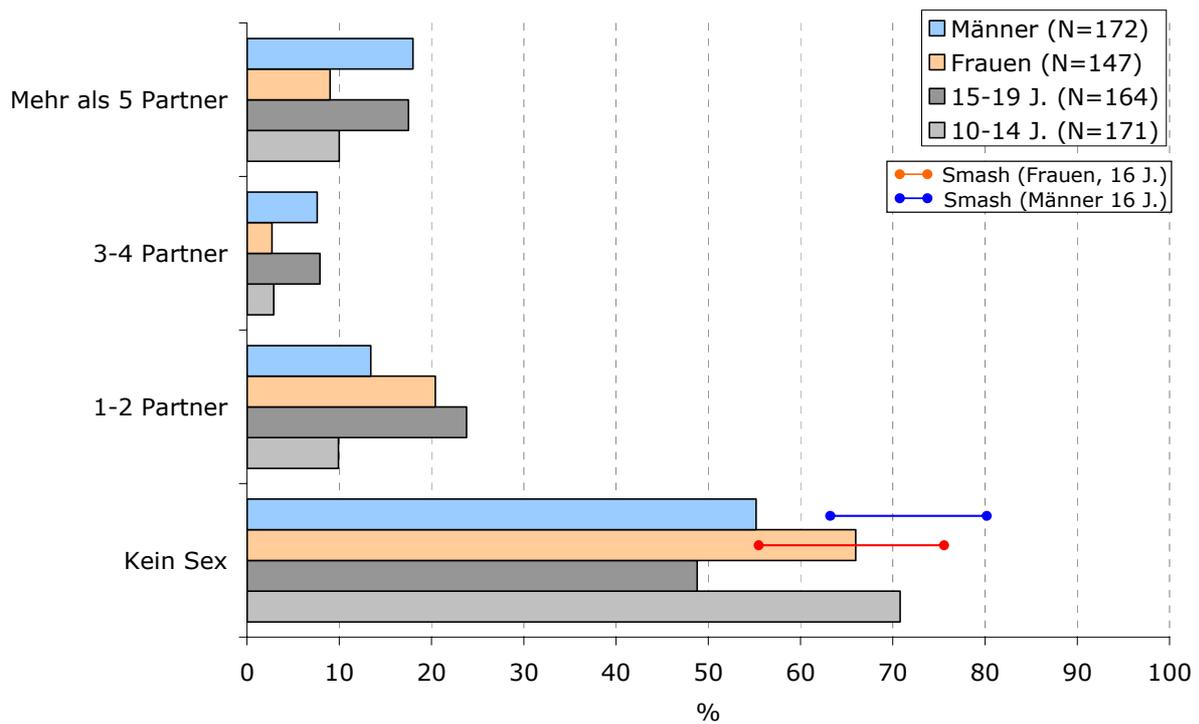


Abb. 61: Antworten (%) auf die Frage „Mit wie vielen Partner/innen hattest du bis jetzt Geschlechtsverkehr?“ (N. in Klammern). Die Ergebnisse der feelok-Studie werden von den Balken, diejenigen der Smash-Studie von den Kreisen (Schüler/innen aus den Mittelschulen und Lehrlingen) dargestellt.
Alle Details im Anhang ab Seite 195 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Unsere Daten deuten darauf hin, dass die Mehrzahl der Jugendliche entweder noch keine geschlechtlichen Kontakte hatten oder mit nur wenigen Partnern. Dies wiederum unterstützt die Schlussfolgerung, dass die Liberalisierung und die grössere Offenheit der Gesellschaft in Bezug auf die Sexualität die Promiskuität keineswegs fördert, sondern dass die Jugendlichen von heute wahrscheinlich der Treue grossen Wert beimessen und wenig das Bedürfnis spüren mit vielen Personen sexuelle Erfahrungen zu haben.

Aktueller Beziehungsstatus

Ergebnis

Zwischen 63% und 77% der Studienteilnehmer/innen geben an zur Zeit keinen Partner zu haben. Single sind vor allem die 10-14-Jährigen (77%) und am wenigsten die Mädchen (63%).

Erwartungskonform haben jene, die in einer Beziehung sind, vorwiegend einen heterosexuellen Partner. Zwischen 0.8% und 4.5% der antwortenden feelok-Besucher/innen behaupten einen gleichgeschlechtlichen Partner zu haben (Abb. 62).

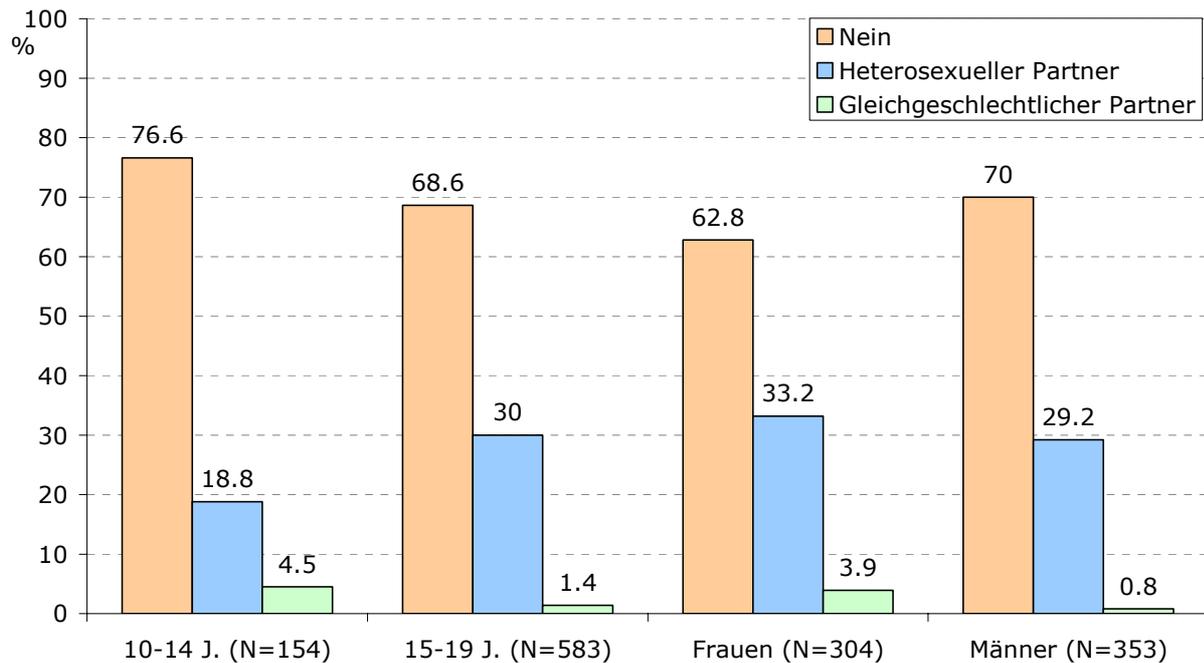


Abb. 62: Antworten (%) auf die Frage „Hast du zur Zeit eine Partnerin oder einen Partner?“ (N. in Klammern). Die Kategorien „Heterosexueller Partner“ und „gleichgeschlechtlicher Partner“ werden aufgrund der vorhandenen Daten gebildet.

Alle Details im Anhang ab Seite 201 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Selbstverständlich haben wir nicht gefragt, ob jemand einen heterosexuellen oder gleichgeschlechtlichen Partner hat. Sondern wir haben gefragt, ob jemand zur Zeit einen Partner oder eine Partnerin hat. Da wir auch das Geschlecht des/r entsprechenden Besuchers/in kennen, konnten so die zwei Kategorien gebildet werden.

Die Ergebnisse für die 15-19-Jährigen und für die Knaben entsprechen den Erwartungen. Es ist bekannt, dass rund 5% der Bevölkerung dazu neigt, Beziehungen mit gleichgeschlechtlichen Personen zu bilden. Bei den 15-19-Jährigen haben z.B. 1.4% angegeben, in dieser Situation zu sein. 69% der 15-19-Jährigen haben zurzeit keine/n Partner/in. Wenn sie aber eine Beziehung hätten und die Proportion zwischen den heterosexuellen und gleichgeschlechtlichen Partnern konstant bleiben würde (30:1.4), dann wären 4.6% der 15-19-Jährigen in einer gleichgeschlechtlichen Beziehung... gemäss Erwartungen.

Dagegen ist der Anteil der gleichgeschlechtlichen Beziehungen bei den 10-14-Jährigen (4.5%) und bei den Mädchen (3.9%) zu hoch und widerspricht der Erwartung.

Für die 10-14-Jährigen

Umgerechnet – wenn alle 10-14-Jährigen ohne Beziehung einen/e Partner/in hätten und die Proportion von 18.8 zu 4.5 stimmen würde, - dann würden beinahe 24% der Mitglieder dieser Altersgruppe in einer gleichgeschlechtlichen Beziehung stehen. Das ist aber nicht plausibel. Mögliche Erklärungen für dieses unplausible Ergebnis sind,

- dass die Proportion von 18.8 zu 4.5 nicht stimmen kann (vielleicht haben eher junge Menschen mit einer gleichgeschlechtlichen Beziehung diese Frage beantwortet als die anderen),
- dass das Wort „Partner“ bei den 10-14-Jährigen anders interpretiert wird als bei den 15-19-Jährigen (vielleicht eher im Sinne von „Kumpel“ oder „Freund“),
- dass die 10-14-Jährigen mehr als die 15-19-Jährigen die Frage schnell und ohne sie wirklich verstanden zu haben beantwortet haben und/oder
- dass sie absichtlich eine falsche Antwort gegeben haben, z.B. weil es lustig ist.

Für die Mädchen

Umgerechnet – wenn alle Mädchen ohne Beziehung einen/e Partner/in hätten und die Proportion von 33.2 zu 3.9 stimmen würde, - dann würden beinahe 12% der Mitglieder dieser Gruppe in einer gleichgeschlechtlichen Beziehung stehen. Das Ergebnis ist immer noch eher zu hoch für die Erwartungen, aber schon mehr plausibel. Man kann tatsächlich nicht ausschliessen, dass Mädchen mehr als Knaben in diesem Alter tiefere und zärtlichere Beziehungen zueinander entwickeln, die mindestens für eine gewisse Phase die Bedeutung einer Partnerschaft gewinnen. Oder vielleicht gibt es eine Phase bei einigen Mädchen, während welcher zwischen guter Freundschaft und Partnerschaft kaum ein Unterschied gemacht wird.

Kondombenutzung

Ergebnis

Mehr als die Hälfte der feelok-Studienteilnehmer/innen behauptet im Rahmen eines Geschlechtsverkehrs immer Kondome zu benutzen. In Bezug auf diese Antwort gibt es keine Unterschiede zwischen den Altersgruppen und zwischen Mädchen und Knaben.

Mehr 10-14-Jährige (fast 40%) und mehr Mädchen (~25%) als 15-19-Jährigen (~15%) und Knaben (~15%) verwenden nie Kondome. Die anderen Studienteilnehmer/innen verwenden einen Kondom beim Geschlechtsverkehr selten bis häufig (Abb. 63).

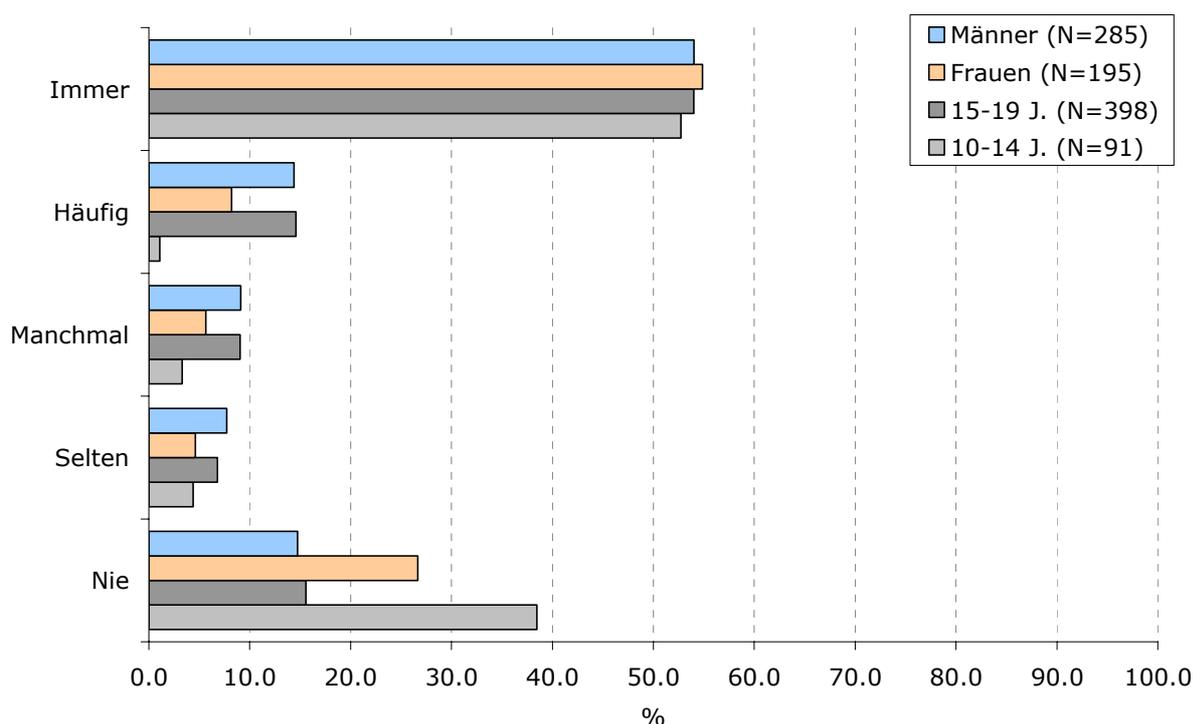


Abb. 63: Antworten (%) auf die Frage „Falls du schon Sex hast: Verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ („Pariser“)?“ (N. in Klammern).
Alle Details im Anhang ab Seite 201 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Es ist sehr schwierig diese Ergebnisse zu interpretieren. Wenn sie stimmen, sind sie sehr besorgniserregend. Das würde heissen, dass fast die Hälfte der feelok-Besucher/innen nicht bei jeder Gelegenheit Kondome benutzt. Da für eine ungewollte Schwangerschaft oder für eine Geschlechtskrankheit wie Aids ein einziges Mal reicht, könnten diese Zahlen Vorboten für zukünftige Probleme sein.

Die Frage wurde eigentlich sehr klar gestellt:

„Falls du schon Sex hattest: verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ („Pariser“)?“

Die Frage deutete darauf hin, dass nur jene, die schon sexuelle Erfahrungen hatten, sie beantworten müssen. Trotzdem gab es die Möglichkeit – falls jemand die Frage auf jeden Fall beantworten wollte – auf „Kein Sex“ zu klicken. Man kann dennoch nicht ausschliessen, dass ein Teil von jenen ohne sexuelle Erfahrungen die Antworten „Nie“ oder sogar „selten“

gewählt hat. Das hoffen wir sehr: das würde die besorgniserregende Wichtigkeit dieser Ergebnisse relativieren.

Methodologisch zeigt es sich, wie wichtig es ist, Filterfragen in Befragungssystemen einzubauen. Hätten wir zuerst gefragt, ob jemand schon sexuelle Erfahrungen hat und hätten wir anschliessend das Item über die Kondombenutzung nur bei jenen gestellt, die die vorherige Filterfrage mit einem „Ja“ beantwortet haben, wäre es einfacher diese Ergebnisse zu interpretieren. So bleibt hingegen mit einem bitteren Geschmack die Vermutung, dass vielleicht die Jugendlichen nicht verstanden haben, wie wichtig es ist, bei jeder sexuellen Gelegenheit Kondome zu benutzen.

Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 9

Viele feelok-Studienteilnehmer/innen hatten noch keine sexuellen Erfahrungen (rund 60%). Dieser Anteil ist bei 15-19-Jährigen deutlich geringer (fast 50%) als bei den 10-14-Jährigen (70%). Die Mehrzahl von jenen, die schon sexuelle Kontakte hatten, hat diese Erfahrung mit wenigen Partnern erlebt (1 bis 4 Partner). Zur Zeit haben die Mehrzahl der Studienteilnehmer/innen aber keine/n Partner/in (mehr als 63%). Beim Geschlechtsverkehr verwenden mehr als 60% der Besucher/innen immer oder häufig Kondome.

22. Beteiligung der Besucher/innen im Design-Entwicklungsprozess von feelok (10)

Bei jeder möglichen Gelegenheit versuchen wir die Zielgruppe in der Weiterentwicklung von feelok zu beteiligen. So war es auch als wir die Entscheidung treffen mussten, welcher Zeichner die Aufgabe bekommen hätte, die graphischen Illustrationen des neuen Bewegungsprogramms von feelok zu gestalten bzw. als wir bestimmen mussten, ob in Zukunft die neuen Programme von Comics oder von Photos begleitet werden.

Im Folgenden werden die Ergebnisse gezeigt, die interessant sind, weil sie uns etwas über die graphischen Vorlieben der Jugendlichen von heute mitteilen.

Beurteilung von Illustrationen aus verschiedenen Zeichnern

Ergebnis

Abb. 64 zeigt, wie 8 Bilder von insgesamt vier Zeichnern/innen („P“, „Nic“, „B“ und „Nat“ sind die Abkürzungen der Vornamen der Autoren) von 513 jungen Menschen beurteilt wurden. Die Ergebnisse erlauben nicht eine sehr deutliche Entscheidung zu treffen. Alle Bilder werden von einer mehr oder weniger ähnlichen Anzahl Jugendlicher sowohl positiv wie auch negativ oder neutral beurteilt. Ein deutlicher Gewinner gibt es nicht, obwohl es auffällt, dass trendmässig vor allem die Bilder von „Nat“ und in der zweiten Position die Bilder von „B“ (vor allem „B2“) besser aufgenommen werden als diejenigen von „P“ und „Nic“.

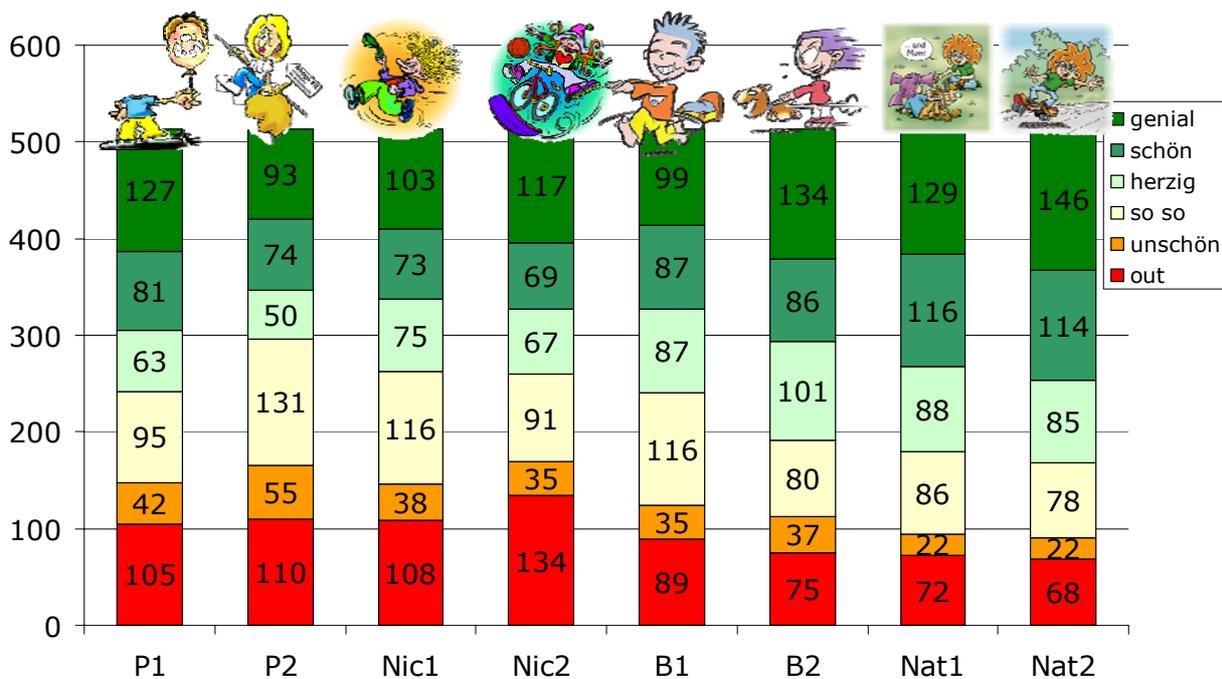


Abb. 64: Beurteilung von 8 Zeichnungen (2 Zeichnungen pro Autor, „P“, „Nic“, „B“ und „Nat“) (N=513)
Alle Details im Anhang ab Seite 143

Kommentar

Gleich vorweg. Der Auftrag, die Illustrationen des Bewegungsprogramms von feelok zu zeichnen, hat „B“ erhalten. Neben den positiven Ergebnissen haben auch andere organisatorischen und administrativen Aspekte (nicht die Kosten!) diese Entscheidung beeinflusst.

Abb. 64 ist interessant, auch weil sie uns etwas über die Jugendlichen von heute (oder über die Gesellschaft von heute) mitteilt. Alle Bilder wurden von Professionellen gezeichnet. Man kann den Stil mehr oder weniger schätzen, aber dahinter stecken Leute, die ihre Arbeit kennen. Also keine Illustration kann wirklich als „out“, d.h. als „unprofessionell“ beurteilt werden. Die Abb. 64 ist also vielleicht ein Zeichen unserer Zeit, in der man schnell bereit ist, die Arbeit von anderen hart zu kritisieren anstatt die positiven Seiten dieser Arbeit in den Vordergrund zu stellen.

Ein weiterer interessanter Aspekt spricht die Frage an, aufgrund welcher Kriterien die Jugendlichen ihre Meinung gebildet haben. Dass der Stil, die Farbe, die Form, die Lebendigkeit der Bilder usw. einen Teil der Beurteilung ausgemacht haben, ist plausibel. Die Art der dargestellten Tätigkeit kann aber auch die Ergebnisse beeinflusst haben: „Skaten“ ist z.B. für einige Jugendliche eine recht beliebte - sagen wir auch „coole“ - Tätigkeit. Das könnte zum Teil erklären, warum das Bild von „Nat2“, das eine junge Person, die skatet darstellt, die besten Ergebnisse vorweisen kann.

Wir konnten nicht 100% ausschliessen, dass die Zeichner selbst via Internet ihre Bilder positiv und die Bilder der anderen Autoren negativ beurteilt hätten. Die Internetumfrage konnte also mindestens theoretisch manipuliert werden. Deswegen haben wir die 8 Zeichnungen auch in einer Schule verschiedener Klassen gezeigt und mit einem Fragebogen so eine traditionelle Evaluation durchgeführt. Die Ergebnisse der Internetumfrage wurden durch die traditionelle Evaluation bestätigt.

Comics oder Photos: die Meinung der Zielgruppe

Ergebnis

Für rund 40% der Studienteilnehmer/innen spielt es keine Rolle, ob eine Website von Comics oder Bildern begleitet ist. 30% der Studienteilnehmer/innen ziehen Photos vor, etwa 16% Comics. Eine kleine Minderheit bevorzugt womöglich rein textbasierte Websites oder eine andere Form der graphischen Illustration (Abb. 65).

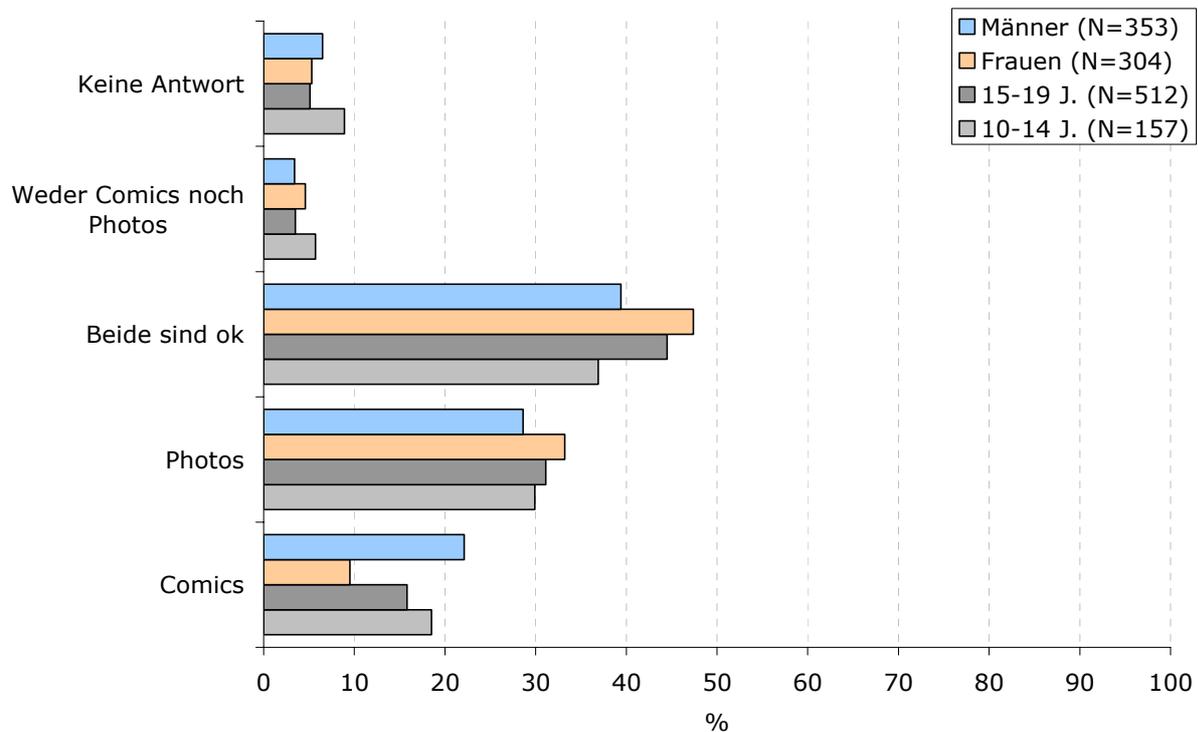


Abb. 65: Antworten (%) auf die Frage „Die Texte von feelok werden von Bildern begleitet. Bilder können zum Beispiel Comics (=Zeichnungen) oder Photographien sein. Was ziehst du vor?“ (N. in Klammern).

Alle Details im Anhang ab Seite 201 und in den Kapiteln 12 und 13.

Kommentar

Auch in diesem Fall gibt es keine sehr klare Antwort von der Zielgruppe, ob wir in Zukunft vermehrt mit Comics oder mit Photos arbeiten müssen. Zwar scheinen die Photos einen kleinen Vorsprung zu haben; der scheint aber minimal.

Zusammenfassung der Befunde für die Fragestellung 10

Keine Zeichnung, die an unserem Wettbewerb teilgenommen hat und aufgrund deren wir einen Auftrag dem entsprechenden Autor gegeben hätten, hat die ganze Zielgruppe 100% überzeugt. Alle Zeichnungen haben eine ähnliche Anzahl von positiven, neutralen und negativen Rückmeldungen erhalten. Es zeigt sich zudem, dass es für die Zielgruppe keine grosse Rolle spielt, ob eine Website von Photos oder Comics begleitet ist. Im Zweifelsfall ist es aber besser Photos einzusetzen.

23. Eine Rückmeldung für die Präventionsleute (11)

Wir wollten unsere Befragungsplattform nutzen, um den Austausch zwischen den Präventionsleuten und den Jugendlichen bzw. unseren Besuchern/innen zu fördern. So starteten wir die letzte Umfrage, - die anspruchsvollste - im vollen Bewusstsein, dass dieses Mal die Rücklaufquote sehr klein werden würde.

Unsere Einleitung und unsere Fragen lauteten so:

Die letzten Monate haben wir auf dieser Seite viele Fragen gestellt und so unsere Besucher/innen besser kennengelernt.

Für eure Antworten: Danke!

Darüber werden wir einen Bericht schreiben und ihn an Personen verteilen, die mit Jugendlichen arbeiten. Möchtest du zu diesen Personen deine Meinung sagen? Dann tue es! Wir werden deine Meinungen, Kritiken, Tipps und Vorschläge im Bericht integrieren.

Zum Beispiel:

1) Was müssen die Erwachsenen wissen, wenn sie Themen wie Alkohol, Cannabis oder Rauchen bei Jugendlichen behandeln?

2) Gab es schon in deiner Schule Tagungen oder Treffen mit Erwachsenen aus Fachstellen zu diesen Themen? Was war gut? Was hat nichts gebracht? Was hättest du anders gemacht?

3) Hat dein Lehrer schon ein Präventionsthema behandelt oder mit euch darüber gesprochen? (z.B. Kondombenutzung, Alkoholkonsum, ...)? Falls ja, was war gut? Was hättest du anders gemacht?

4) Was willst du den Erwachsenen mitteilen, so dass sie dich besser verstehen und unterstützen können, auf einer Weise, dass du dich dann besser fühlst und gesünder verhältst?

Du hast heute die Möglichkeit deine Meinung zur Prävention und wie sie gemacht wird (inkl. deine Meinung über feelok) zu mitteilen. Wir möchten von deiner Meinung und von deinem Gesichtspunkt lernen, um unsere Arbeit in Zukunft besser zu machen.

Was möchtest du den Präventionsleuten mitteilen?

Textfeld

In drei Monaten haben insgesamt 18 Personen eine Rückmeldung geschrieben (dies entspricht einer Rücklaufquote von 0.09%) – und nicht alle Rückmeldungen kamen von Jugendlichen. Trotzdem ist es wichtig, dass Fachpersonen und Zielgruppe weiterhin diskutieren und Meinungen austauschen. Diese Art von Umfrage ist offensichtlich nicht das geeignete Medium, um den Austausch zu fördern.

Die Rückmeldungen lassen sich nicht zusammenfassen. Sie widersprechen sich teilweise und zeigen, wie die Menschen unterschiedliche Meinungen haben, was betreffend Prävention und Jugendlichen richtig oder falsch ist. Jeder Leser und jede Leserin kann sich selbst eine Meinung über diese Rückmeldungen bilden und evt. etwas davon lernen. Die Rückmeldungen befinden sich im Anhang ab Seite 206.

24. Schlussfolgerungen

In diesem letzten Kapitel werden weder die Befunde zusammenfassend dargestellt noch die einzelnen Fragestellungen kommentiert noch die Stärken und Schwächen dieser Studie beschrieben. Eine ausführliche Zusammenfassung aller Ergebnisse bietet das erste Kapitel dieses Berichtes an. Alle Fragestellungen bzw. Antworten der Studienteilnehmer/innen wurden punktuell in den jeweiligen Kapiteln 14 bis 23 kommentiert und die Stärken und Schwächen dieser Studie werden in den Kapiteln 8 bis 11 erläutert.

Das letzte Kapitel wird benutzt, um einige zentrale Elemente dieser Studie hervorzuheben und sie abschliessend zu diskutieren.

Überlegungen über die Wirksamkeit

Die Interventionen in unserem Bereich zielen darauf hin, die Verhaltensweisen und die Bedingungen zu fördern, die einen positiven Einfluss auf das Wohlbefinden und die Gesundheit der jeweiligen Zielgruppe haben. Dabei handelt es sich um ein anspruchsvolles Ziel, das mit komplexen Methoden und geeigneten Forschungsdesigns überprüft werden muss. Solche Wirksamkeitsstudien werden häufig in einem klar definierten für die Untersuchung konzipierten Setting durchgeführt. Im optimalen Fall ist die Studie in der Lage für eine gewisse Zielgruppe in einem bestimmten Setting eine fassbare Wirksamkeit zu beweisen. Das ist ein wichtiger und sehr erfreulicher Schritt im Leben einer Intervention (substanzielle Erfolgserlebnisse erleben wir in unserem Bereich nicht sehr häufig), und trotzdem ungenügend, wenn man die Frage vernachlässigt, ob die Intervention in der Lage ist, die Zielgruppe zu erreichen.

Mit dieser Studie beabsichtigten wir nicht, die Wirksamkeit von feelok in einem experimentellen Design zu testen (eine erste Studie haben wir mit dem Cannabisprogramm durchgeführt, siehe www.feelok.ch/bericht.pdf und eine weitere Studie findet zur Zeit statt), sondern wir untersuchten die Frage, ob wir schon heute aufgrund der zahlreichen Implementierungsstrategien in der Lage sind, die Jugendlichen mit unserem Internetangebot zu erreichen. Die Wirksamkeit von feelok hängt schliesslich - wie im üblichen Public Health Ansatz - von folgenden zwei Faktoren ab: das Potential des Programms, Einstellungen und Verhaltenweisen positiv zu beeinflussen und die Kapazität der Intervention, viele Mitglieder der Zielgruppe zu erreichen.

Über die Wirksamkeit der Intervention „feelok“ können zur Zeit noch kaum Aussagen formuliert werden. Über das Potential des Programms, die Zielgruppe zu erreichen, gibt es hingegen klare Hinweise, dass feelok als Präventions- und Gesundheitsförderungsprogramm in einer privilegierten Situation ist. Mit seinen täglichen 1000 Besuchern/innen und mehr erreicht feelok mit seinen Inhalten zahlreiche Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren von beiden Geschlechtern. Wir verfügen so über ein Instrument, das von den Jugendlichen direkt oder im schulischen Setting verwendet wird und das jederzeit erweitert bzw. angepasst werden kann, falls man merkt, dass eine Programmänderung zu einer Steigerung der Wirksamkeit führen würde.

Aufgrund dieser Überlegungen empfehlen wir immer neben dem goldenen Standard der Wirksamkeitsstudie zu untersuchen, ob ein Interventionsprogramm in der Lage ist, im Feld und nicht nur im experimentellen Setting, die Zielgruppe zu erreichen bzw. welche Massnahmen seine Verbreitung fördern würden.

Die gestapelte Umfrage

Spannend an dieser Studie war auf einer Seite die Möglichkeit, das erste Mal das Profil der feelok-Besucher/innen zu identifizieren und auf der anderen Seite die Gelegenheit, eine neue Methode zu entwickeln und ansatzweise zu testen.

Mit der Methode der gestapelten Umfrage (für eine Beschreibung siehe Kap. 6) ist es uns gelungen, die Rücklaufquote der Befragung auf ein akzeptables Niveau zu bringen. Zwischen 8% und 18% der Besucher/innen haben spontan unsere Fragen beantwortet. Es ist anzunehmen, dass die Rücklaufquote für die echten Besucher/innen von feelok noch höher ist. Ein Teil der Personen, die feelok findet, verlässt die Website in wenigen Sekunden. Es ist plausibel, dass diese Personen diese kurze Zeit nicht investieren, um unsere Fragen zu beantworten, sondern dass die Umfragen vorwiegend von jenen ausgefüllt wurden, die die Absicht hatten, länger im Programm zu bleiben.

Neben der Problematik der Rücklaufquote wurden in dieser Studie andere Aspekte der gestapelten Umfrage untersucht, wie z.B. ob gleiche Fragen in verschiedenen Umfragen ähnlich beantwortet werden oder ob die soziodemographischen Eigenschaften der Besucher/innen zwischen den Umfragen genügend stabil bleiben, um zuverlässige Daten zu erheben. Die ersten Ergebnisse dieser Testphase sind erfreulich. Wir hoffen, dass in Zukunft auch andere Forschungsinstitute die gestapelte Umfrage verwenden werden, um Daten zu erheben und dass sie dabei die Gelegenheit benutzen werden, Stärken und Schwächen dieser Methode zu testen.

In Bezug auf die gestapelte Umfrage füge ich noch ein paar abschliessende methodologische Überlegungen an:

- Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass sehr wahrscheinlich die Mehrzahl der Studienteilnehmer/innen die Fragen korrekt beantwortet hat. Mit Sicherheit können wir aber auch behaupten, dass es Einige gibt, die das nicht gemacht haben (z.B. wenn wir davon ausgehen, dass 233-Jährige normalerweise nicht mehr am Leben sind). Meine Schlussfolgerung: ich werde in Zukunft wieder offene Fragen stellen, weil die so erhobenen Antworten manchmal erlauben, Studienteilnehmer/innen zu identifizieren, die die Umfrage nicht ernst nehmen und falsch beantworten. Diese Teilnehmer/innen können dann konsequent von der Datenanalyse ausgeschlossen werden.
- Die gestapelte Umfrage hat einen Vorteil verglichen mit den üblichen Methoden der Datenerhebung. In wenigen Wochen verfügt man schon über die Ergebnisse aus den ersten Umfragen. Eine erste schnelle Datenanalyse erlaubt Probleme zu erkennen, die man in den nachfolgenden Umfragen schon beheben kann. Zudem können die ersten Ergebnisse neue Fragen suggerieren, die man ebenso in einer anderen Umfrage integrieren kann. Die Entwicklung des Fragebogens, aus dem die Fragen extrapoliert werden, wird ein dynamischer Prozess, der bis zur letzten Umfrage fortgesetzt wird. So relativiert sich das Gefühl, das man manchmal hat, wenn man Fragebögen entwickelt, dass man etwas vergessen hat, weil man weiss, dass immer noch die Möglichkeit besteht, eine weitere Umfrage einzusetzen, um einen Fehler zu korrigieren.
- Die letzte Bemerkung betrifft nicht nur die gestapelte Umfrage, sondern ist ein allgemeines Problem bei Studien, die Daten mit Fragebögen erheben: Ich hatte den Eindruck, dass es Leute gibt, die die Fragen ungenau lesen und eher aufgrund der vorgegebenen Antworten, die Fragen verstehen und interpretieren. Es gibt aber Fragen, die sich nur an bestimmte Leute adressieren, wie z.B. *„Falls du dich in der Schule befindest: Welches Thema von feelok hat dein Lehrer gewählt?“*. Wenn diese Frage ungenau gelesen wird, d.h. der erste Teil der Frage übersprungen wird, besteht das Risiko, dass sie auch von jenen beantwortet wird, die feelok nicht in der Schule besucht haben. Mit Filterfragen, wie *„Befindest du dich in der Schule?“* erhält man wahrscheinlich genauere Angaben von den Beantwortenden und die Aussagekraft der erhobenen Daten steigert sich. Die Programmierung dieser Filterfragen ist mit einem gewissen Aufwand verbunden, der sich aber in der Qualität der Befunde ausbezahlt macht.

Smash und feelok

Sehr nützlich war die Möglichkeit, die Befunde der feelok-Studie mit den repräsentativen Daten der Smash-Untersuchung zu vergleichen. Erstens, um die Glaubwürdigkeit der

Antworten der feelok-Studienteilnehmer/innen zu testen und zweitens um die Frage zu beantworten, ob die feelok-Besucher/innen einer „normierten“ oder einer speziellen sozialen Gruppe angehören. Uns war bewusst, dass ein Vergleich mit den Ergebnissen der Smash-Untersuchung mit Vorsicht behandelt werden muss: die zwei Studien unterscheiden sich stark u.a. betreffend Datenerhebungsmethode (Paper vs. Internet), Repräsentativität und Alter der Zielgruppe. Desto grösser war deswegen die Überraschung, als wir feststellen konnten, dass die Ergebnisse der Smash-Studie und diejenigen der feelok-Umfrage häufig ähnlich waren. Dies wiederum stellt ein Pluszeichen für die Qualität der erhobenen Daten und der angewendeten Methodik im Rahmen der feelok-Umfrage dar und ist ein Hinweis, dass die Jugendlichen, die feelok besuchen, eher „normale“ junge Menschen sind und nicht Personen, die zu speziellen sozialen Untergruppen gehören.

Schlusswort

Die in diesem Bericht vorgestellte Studie war die aufwändigste Forschungstätigkeit, die im Rahmen von feelok durchgeführt wurde. Die Arbeit, die aus folgenden Phasen bestand - Konzeptualisierung des Fragebogens, Entwicklung und Überprüfung der gestapelten Umfrage, Datenerhebung, Datenanalyse und Erstellung dieses langen detaillierten Berichtes - hat fast 3 Jahre Arbeit gekostet. So wurde aber möglich, die „Black Box“ der feelok-Besucher/innen zu öffnen und einmal unter dem Licht zu betrachten. Oder anders ausgedrückt: so wurde es möglich, die Besucher/innen von feelok kennen zu lernen. Das ist auch ein möglicher Weg, sich einer Zielgruppe anzunähern und sie besser zu verstehen.

Oliver Padlina
Projektleiter feelok - Universität Zürich
Zürich, 18.9.2006

Anhang

Im Folgenden werden

- der ganze Fragebogen (geteilt nach Umfrage, ab Seite 118),
- alle Umfragen auf einen Blick (Seite 125),
- Informationen, die für alle Umfragen gültig sind (Seite 126) und
- alle Details bzw. Ergebnisse pro Umfrage (ab Seite 127)

dargestellt

Der Fragebogen

**Alle Fragen mit einem Sternchen wurden von der SMASH-Studie übernommen und ermöglichen einen Vergleich mit den Befunden der feelok-Umfrage*

Die ersten drei Fragen erscheinen in allen Umfragen.

1. Wie alt bist du?
_____ Jahre alt
 2. Welchem Geschlecht gehörst du an?
Frau - Mann
 3. Hast du die Fragen richtig beantwortet?
Ja - Nein
-

Umfrage 5 (S.131)

4. In welchem Land lebst du?
Schweiz - Deutschland - Österreich - Andere Länder:
 - a. Falls Schweiz:
In welchem Kanton lebst du?
Aargau - Appenzell - Basel - Bern - Fribourg - Genf - Glarus - Graubünden - Jura -
Luzern - Neuchâtel - Sankt Gallen - Schaffhausen - Schwyz - Solothurn - Thurgau -
Ticino - Unterwalden - Uri - Valais - Vaud - Zug - Zürich
 - b. Falls Deutschland:
In welchem Bundesland lebst du?: _____
 - c. Falls Österreich:
In welchem Bundesland lebst du?:
Wien, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg, Kärnten,
Steiermark, Burgenland

Umfrage 6 (S. 134)

5. Wo bist du jetzt?
In der Schule - Zu Hause - Bei Freunden/innen - In einem Internet-Café - Büro -
An anderen Orten: _____
6. Wie hast du feelok gefunden?
(Du kannst auf mehrere Antworten klicken)
Durch...
eine Suchmaschine (z.B. „Google“). Welche? _____
meine/n Lehrer/in
meine Eltern
eine/n Freund/in
meine/n Partner/in
eine andere Website. Welche? _____
eine Zeitschrift. Welche? _____
Flyers / Broschüren / Prospekte
Pisspoint (Informationen auf dem WC)
Zufall
Auf eine andere Weise. Welche? _____

Umfrage 7 (S. 143)

Wir suchen unseren neuen Zeichner und deswegen brauchen wir deine Hilfe. Welche Note gibst du diesen 8 Zeichnungen?

Umfrage 8 (S. 147)

7. Wie häufig hast du schon feelok besucht?
Es ist das erste Mal
Es ist das zweite Mal
Es ist das dritte Mal
Es ist das vierte Mal
Es ist schon mindestens das fünfte Mal
8. Wie häufig warst du in den letzten 30 Tagen im Internet?*
- Jeden Tag
Mehrere Tage pro Woche
einen Tag pro Woche
weniger als einen Tag pro Woche
Nie
9. Wie viel Zeit verbringst du an den Tagen, an denen du ins Internet gehst, durchschnittlich im Internet?*
- Weniger als 30 Minuten
Ungefähr eine Stunde
Ungefähr zwei Stunden
Mehr als 2 Stunden

Umfrage 9 (S. 151)

10. Zu welchen Themen hast du dich in den letzten 30 Tagen im Internet informiert?*
- Gesundheit, Sexualität, Medizin
Sport
Freizeit
Filmstars oder andere bekannte Persönlichkeiten
Pornographie
Informationen in Bezug auf schulische Aufgaben
Andere: _____
11. Wegen welchen Themen oder Angeboten hast du das Programm „feelok“ gefunden?
(Du kannst auf mehrere Antworten klicken)
Kiffen - Rauchen - Sex - Stress - Selbstvertrauen - Infos über Internet - Spiele - Videos -
Diskussionsforen - Allgemeine Informationen zur Gesundheit - Zufällig gefunden - Lehrer/in
hat das Thema vorgegeben - Andere: _____

Umfrage 10 (S. 156)

12. Welche Schule besuchst du?
- Keine
Oberschule
Realschule
Sekundarschule
10. Schuljahr
Berufsschule
KV-Handelsschule

Gymnasium
Universität
Bin berufstätig
Bin arbeitslos
Andere Schule

13. Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich?
(Du kannst auf mehrere Antworten klicken)
Kiffen - Rauchen - Sex - Stress - Selbstvertrauen - Infos über Internet - Spiele - Videos -
Diskussionsforen - Beratung
14. feelok beschäftigt sich mit den oben erwähnten Themen. Welches Thema, das heute fehlt,
würdest du gerne in feelok finden? _____

Umfrage 11 (S. 160)

15. Welches Thema von feelok hat dein/e Lehrer/in gewählt?
Kein Thema von feelok wurde vom Lehrer gewählt
- Folgende Themen wurden vom Lehrer gewählt
(Du kannst mehrere Antworten klicken)
Kiffen - Rauchen - Sex - Stress - Selbstvertrauen - Infos über Internet - Tests - Andere
Themen - Weiss noch nicht
16. Hast du von deiner/m Lehrer/in eine konkrete Aufgabe bekommen, wie du feelok verwenden
musst?
Ich besuche feelok unabhängig von der Schule
- Ich besuche feelok im Rahmen der Schule und...
- ... habe keine konkrete Aufgabe bekommen
 - ... ich muss die Fragen des Arbeitsblattes von feelok beantworten
 - ... ich muss die Inhalte von feelok mit anderen bearbeiten (Gruppenarbeit)
 - ... ich habe eine andere Aufgabe zu erledigen, nämlich ...
 - ... Weiss noch nicht

Umfrage 12 (S. 165)

17. Wie schätzt du deine Gesundheit im Allgemeinen ein?*
- ausgezeichnet sehr gut gut mittelmässig schlecht
18. Wo lebst du während der Woche (Mo bis Fr)?*
- Bei meinen Eltern - Bei einem Elternteil - In einer Pflegefamilie - Bei Verwandten - In einer
Wohngemeinschaft - Allein - Keine Antwort trifft zu
19. Mit wie vielen vertrauten Freunden/innen kannst du über deine Probleme und Schwierigkeiten
sprechen?
- Mit Niemandem
Mit ____ Freund(en/innen) (Anzahl angeben)
20. Rauchst du?*
- Nein
Ja, weniger als 1 Zigarette pro Woche
Ja, mindestens ein Mal pro Woche, aber nicht jeden Tag
Ja, im Durchschnitt ____ Zigaretten pro Tag

Umfrage 13 (S. 171)

21. Falls du Zigaretten rauchst:
Willst du mit dem Rauchen aufhören?
Nein
Vielleicht in Zukunft
Ja, in den nächsten 6 Monaten
Ja, in den nächsten 30 Tagen
22. Falls du keine Zigaretten rauchst:
Glaubst du, dass du in Zukunft rauchen wirst?
Nein
Ja, aber nur einmal um zu probieren
Ja, aber nur gelegentlich
Ja, und vermutlich regelmässig
23. Kiffst du?* (Cannabis, Joint, Shit, Gras, Marihuana, Haschisch)
Nie
Weniger als 1 Mal pro Monat
Einmal pro Monat
Mehrmals pro Monat
Mindestens einmal pro Woche
Mehrmals pro Woche
Mindestens 1 Mal pro Tag
24. Treibest du ausserhalb der Schule Sport?*
- | | | | | |
|-----------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|-----|
| jeden Tag (oder fast) | 2-3 Mal pro Woche | ungefähr 1 Mal pro Woche | weniger als 1 Mal pro Woche | nie |
|-----------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|-----|
25. Wie gehst du normalerweise zur Schule oder zur Arbeit?
Fuss - Velo/Fahrrad - öffentliche Verkehrsmittel - Auto - Mofa/Töffli/Motorrad - In-line Skaten oder ähnliches
26. Welche Themen von feelok interessieren dich?
(Du kannst auf mehrere Antworten klicken)
Kiffen - Rauchen - Sex - Stress - Selbstvertrauen - Infos über Internet - Spiele - Videos - Diskussionsforen

Umfrage 14 (S. 178)

27. Falls du kiffst:
Willst du mit dem Kiffen aufhören?
Nein
Vielleicht in Zukunft
Ja, in den nächsten 6 Monaten
Ja, in den nächsten 30 Tagen
28. Falls du nicht kiffst:
Glaubst du, dass du in Zukunft Cannabis (Joint) rauchen wirst?
Nein
Ja, nur einmal um zu probieren
Ja, nur gelegentlich
Ja, und vermutlich regelmässig
29. Leidest du unter Stress?
Nie

Selten
Manchmal
Häufig
Ständig

30. Falls du unter Stress leidest, warum? (Du kannst mehrere Antworten klicken):
Prüfungsstress - Schlechte Noten - Hausaufgaben - Krach mit Freunden - Krach mit Partner/in
- Probleme mit Lehrer - Allein sein - Streit mit Familie - Streit zwischen Eltern - Gewalt in
Schule - Unbeliebtheit - kein Selbstvertrauen - keine Hilfe - Lehrstellensuche - Wenig Geld -
Schönheitsdruck - Gerüchten, die in der Schule herumgehen - Angst Arbeit verlieren -
unsichere Zukunft - Angst Schule nicht zu bestehen - Andere

31. Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall?
Ja Nein

Umfrage 15 (S. 182)

32. Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall, nach welchem du behandelt werden
musstest (durch Krankenschwester, Arzt/in ...)?*
Ja Nein

33. Falls du einen Unfall hattest: Was für ein Unfall?*(
(Du kannst auf mehrere Antworten klicken))
Verkehrsunfall
als Fußgänger als Velofahrer als Beifahrer eines Motorfahrzeuges
als Lenker eines Motorfahrzeuges
Unfall in der Schule (nicht Sportunfall)
Arbeitsunfall
Sportunfall
Unfall zu Hause
Freizeitunfall (nicht beim Sport)
Andere: _____

34. Warst du in den letzten 12 Monaten Opfer*
*(du kannst offen diese Fragen beantworten. Wir sind nicht in der Lage, deine Identität zu
bestimmen)*
- eines Diebstahls?
- einer Erpressung?
- körperlicher Gewalt?
- von Beleidigungen?
- einer Ablehnung? Nie 1-Mal manchmal oft

Umfrage 16 (S. 188)

35. Hast du in den letzten 12 Monaten*...
*(du kannst offen diese Fragen beantworten. Wir sind nicht in der Lage, deine Identität zu
bestimmen)*
absichtlich etwas zerstört, das dir nicht gehört (z.B. Telefonkabine, Auto...)?
etwas gestohlen oder einfach mitgenommen?
einen Erwachsenen angegriffen?
einen Jugendlichen angegriffen?
etwas angezündet?
jemandem die Tasche, das Portemonnaie oder das Handy entrissen oder entwendet?

eine Waffe getragen (z.B. Messer, Pistole, Spray)?
Drogen verkauft (inkl. Cannabis)? nie 1-2 Mal 3 Mal oder mehr

36. Kannst du angeben, für welche von diesen Problemen du in diesem Moment eine Hilfe für dich nötig hättest?*

Probleme mit der Ernährung
Probleme mit der Schule/Arbeit
Nervosität/Gespanntheit/Stress
Traurigkeit/Deprimiertheit
Schlafschwierigkeiten
Probleme mit dem Tabakkonsum
Probleme mit dem Alkoholkonsum
Probleme mit dem Drogenkonsum
Probleme mit dem Gefühlsleben
Probleme mit der Sexualität oder der Verhütung
mit dem Sport verbundene Probleme
Schwierigkeiten Freunde/innen zu finden
Schwierigkeiten mit den Eltern
Schwierigkeiten mit der beruflichen Zukunft Ja Nein

Umfrage 17 (S. 195)

37. Wie gross bist du?*

_____ cm

38. Wie schwer bist du?*

_____ Kg

39. Wie fühlst du dich zurzeit? *

Zu dünn etwas dünn gerade richtig etwas zu dick zu dick

40. Möchtest du dein Gewicht verändern?*

Ich möchte abnehmen
Ich möchte zunehmen
Nein

41. Mit wie vielen Partner/innen hattest du bis jetzt Geschlechtsverkehr?*

_____ Partner/innen

Umfrage 18 (S. 201)

42. Die Texte von feelok werden von Bildern begleitet. Bilder können zum Beispiel Comics (=Zeichnungen) oder Photographien sein. Was ziehst du vor?

Comics
Photos
Beide sind ok
Weder Comics noch Photos.

43. In den letzten 12 Monaten...*

hast du an Selbstmord gedacht?
gab es Momente, in denen du Selbstmord begehen wolltest?
hättest du Selbstmord begangen, wenn sich die Gelegenheit dazu geboten hätte?
hast du darüber nachgedacht, mit welcher Methode du dich hättest umbringen können?
hast du einen Selbstmordversuch gemacht? Ja Nein

44. Hast du zur Zeit eine Partnerin/oder einen Partner?

Nein

Ja, ein Partner

Ja, eine Partnerin

45. Verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ („Pariser“)?

Nie Selten Manchmal Häufig immer

Umfrage 19 (S. 206)

46. Die letzten 9 Monate haben wir ganz unterschiedliche Fragen zu allen möglichen Themen gestellt. So konnten wir das erste Mal uns eine Idee machen, wer feelok besucht. Zu allen, die unsere Fragen beantwortet haben, möchten wir „Danke!“ sagen.

Aufgrund aller Antworten werden wir einen Bericht schreiben und dieser Bericht wird breit zu Personen verteilt, die mit Jugendlichen im Bereich Prävention und Gesundheitsförderung arbeiten. Jetzt hast du die Möglichkeit, deine Meinung, Empfehlungen und Kommentare zu diesen Personen zu mitteilen (was du schreibst, wird im Bericht integriert):

Beispiele von Fragen, die uns sehr interessieren:

Was müssen die Erwachsenen wissen, wenn Sie Themen wie Alkohol-, Cannabis- oder Rauchprävention bei Jugendlichen behandeln?

Gab es schon in deiner Schule Tagungen oder Treffen mit Berater/innen aus Fachstellen zu diesen Themen? Was war gut? Was hat nichts gebraucht? Was hättest du es anders gemacht?

Hat dein/e Lehrer/in schon Zeit investiert, um ein Präventionsthema zu behandeln (z.B. Kondombenutzung, Alkoholkonsum, ...)? Falls ja, was war gut? Was hättest du anders gemacht?

Und schlussendlich:

was kannst du den Erwachsenen mitteilen, so dass sie dich besser verstehen und unterstützen können, auf einer Weise, dass du dich dann besser fühlst und gesunder verhältst?

Du hast heute die Möglichkeit deine Meinung zur Prävention und wie sie gemacht wird (inkl. deine Meinung über feelok) zu mitteilen. Wir möchten von deiner Meinung und von deinem Gesichtspunkt lernen, um unsere Arbeit in Zukunft besser zu machen.

Was möchtest du den Präventionsleuten mitteilen?

Für deine Zeit und deine Antwort danken wir dich schon heute bestens.

Das feelok-Team

Alle Umfragen auf einen Blick

Beschriftung	Seite
Umfrage 5: wo lebst du?	131
Umfrage 6: wo bist du jetzt und wie hast du feelok gefunden?	134
Umfrage 7: welche Note gibst du diesen 8 Zeichnungen?	143
Umfrage 8: Wie häufig hast du schon feelok besucht und warst du in den letzten 30 Tagen im Internet? Wie viel Zeit verbringst du im Internet?	147
Umfrage 9: Zu welchen Themen hast du dich in den letzten 30 Tagen im Internet informiert und wegen welchen Themen oder Angeboten hast du das Programm „feelok“ gefunden	151
Umfrage 10: Welche Schule besuchst du? Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich und welches Thema, das noch fehlt, würdest du gerne in feelok finden?	156
Umfrage 11: Welches Thema von feelok hat dein Lehrer gewählt und hast du von deinem Lehrer eine konkrete Aufgabe bekommen, wie du feelok verwenden musst?	160
Umfrage 12: Wie schätzt du deine Gesundheit ein, wo lebst du, mit wie vielen Freunden kannst du über deine Probleme sprechen und rauchst du?	165
Umfrage 13: Willst du mit dem Rauchen aufhören? Glaubst du, dass du in Zukunft rauchen wirst? Kiffst du? Treibest du ausserhalb der Schule Sport und wie gehst du normalerweise zur Schule oder zur Arbeit? Welche Themen von feelok interessieren dich?	171
Umfrage 14: Willst du mit dem Kiffen aufhören oder glaubst du, dass du in Zukunft Cannabis (Joint) rauchen wirst? Leidest du unter Stress, und falls ja: warum? Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall?	178
Umfrage 15: Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall, nach welchem du behandelt werden musstest und was für einen Unfall? Warst du in den letzten 12 Monaten Opfer eines Diebstahls/ Erpressung/körperlicher Gewalt/von Beleidigungen/ einer Ablehnung?	182
Umfrage 16: Hast du in den letzten 12 Monaten...absichtlich etwas zerstört/gestohlen/ einen Erwachsenen oder Jugendlichen angegriffen/etwas angezündet/ jemandem die Tasche (...) entwendet/ eine Waffe getragen (z.B. Messer, Pistole, Spray)/Drogen verkauft? Für welche Probleme hättest du Hilfe nötig?	188
Umfrage 17: Wie gross und schwer bist du? Fühlst du dich zu dünn, gerade richtig oder zu dick? Möchtest du dein Gewicht verändern? Mit wie vielen Partnern/innen hattest du bis jetzt Geschlechtsverkehr?	195
Umfrage 18: Ziehst du Comics oder Photos vor? Hast du an Selbstmord gedacht/versucht? Hast du zurzeit einen Partner? Verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ?	201
Umfrage 19: Was willst du den Erwachsenen mitteilen, so dass sie dich besser verstehen und unterstützen können, auf einer Weise, dass du dich dann besser fühlst und gesünder verhältst?	206

Informationen, die für alle Umfragen gültig sind

Ab nächster Seite werden für alle Umfragen systematisch folgende Informationen vermittelt:

- Wann die Umfrage stattgefunden hat
- Das Thema oder die Themen der Umfrage
- Die angesprochene/n Fragestellung/en (siehe den Überblick auf S.23)
- Die Position des Fragebogens in feelok
- Die verwendete Technologie für die Datenerfassung
- Der Prozentsatz der Besucher/innen, die aufgrund der benutzten Technologie die Fragen beantworten konnten
- Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien.

Nachfolgend werden aufgelistet

- die Itemnummer,
- die Fragen,
- die möglichen Antworten,
- die Ausschlusskriterien bzw. wie viele Datensätze aufgrund der jeweiligen Ausschlusskriterien für die weitere Datenanalyse nicht berücksichtigt wurden. Falls eine Antwort eines/r Studienteilnehmers/in ausgeschlossen wird, werden alle Antworten dieser Person nicht weiter berücksichtigt.

Anschliessend werden für jedes Item alle Werte (N und %) aufgelistet.

Für eine korrekte Interpretation der Tabellen empfehlen wir Kap.12 und Kap.13 zu lesen.

Umfrage 1 bis 4: explorative Phase

Details

Periode:	Umfrage 1: 30. August bis 5. September 2004 Umfrage 2: 6. September bis 12. September 2004 Umfrage 3: 13. September bis 19. September 2004 Umfrage 4: 20. September bis 26. September 2004
Spezielle Eigenschaften:	Mit den ersten 4 Umfragen beabsichtigte man Hinweise zu sammeln, ob eine gestapelte Umfrage überhaupt durchführbar und sinnvoll ist. Die Ergebnisse werden im methodologischen Teil dargestellt und interpretiert (ab Seite 24).
Item gehört zur Fragestellung ¹³ :	Methodologische Fragestellung (Fragestellung 1)
Position Fragebogen:	Umfrage 1 und 2: der Fragebogen erscheint nach einer Sekunde in einer Ebene (= "Layer") im rechten Frame der Startseite. Die Navigationsleiste, die zu den anderen Themen führt, ist zugänglich. Umfrage 3 und 4: Der Fragebogen ersetzt die Startseite. Die Navigationsleiste ist nicht direkt zugänglich. <ul style="list-style-type: none"> • Entweder beantwortet der Besucher die Fragen und wechselt am Ende der Umfrage automatisch zur Startseite von feelok, wo die thematische Navigationsleiste wieder zugänglich ist oder • der Besucher klickt auf „Weiter zur Startseite von feelok ohne diese Fragen zu beantworten“, um die Umfrage zu vermeiden. Auch in diesem zweiten Fall erreicht der Besucher die Startseite von feelok und kann weiter im Programm surfen.
Verwendete Technologie:	Flash 5, ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	96.5% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	Umfrage 1: N=262 (12.4%) Umfrage 2: N=220 (10.5%) Umfrage 3: N=244 (26.7%) Umfrage 4: N=508 (26.6%) <i>Die 3. und 4. Umfrage zeigen in % eine ähnliche Rücklaufquote. Trotzdem unterscheiden sich die N grundsätzlich. Der Grund dafür ist, dass die Anzahl Besuche von feelok nicht immer konstant ist.</i>

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
4	In welchem Land lebst du?	Schweiz - Deutschland - Österreich - Andere Länder	Falls q4 und q4.1 sich widersprechen, z.B. falls jemand Schweiz und dann Steiermark gewählt hat, wurde der Datensatz gelöscht (0 gelöschte Datensätze)

¹³ Siehe für die vollständige Liste Kap. 7

4.1	Falls Schweiz: In welchem Kanton lebst du?	Aargau - Appenzell - Basel - Bern - Fribourg - Genf - Glarus - Graubünden - Jura - Luzern - Neuchâtel - Sankt Gallen - Schaffhausen - Schwyz - Solothurn - Thurgau - Ticino - Unterwalden - Uri - Valais - Vaud - Zug - Zürich	
4.1	Falls Deutschland: In welchem Bundesland lebst du?	Offene Antwort	Falls Antwort keinem Bundesland entspricht, wurde der Datensatz gelöscht (Umfrage 4: -6)
4.1	Falls Österreich: In welchem Bundesland lebst du?	Wien, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg, Kärnten, Steiermark, Burgenland	

Graphische Darstellungen der Umfragen 1 bis 4

The screenshot shows the 'feelok' website interface. At the top, there's a blue header with the text 'feelok: das Internetprogramm zur Förderung des Wohlbefindens und der Gesundheit (Themen Rauchen - Microsoft Internet Explorer)'. Below this is a standard browser toolbar with navigation buttons and a search bar. The address bar shows 'http://localhost'. The main content area features a green banner with the text 'Sich gut' and 'Umfrage beenden'. The survey form itself is titled 'Umfrage' and contains three questions:

1. Wie alt bist du? (with a 'Jahre alt' input field and up/down arrows)
2. Welchem Geschlecht gehörst du an? (with options for 'Frau' and 'Mann' accompanied by cartoon illustrations)
3. In welchem Land lebst du? (with a dropdown menu and examples like 'Schweiz, Deutschland, Österreich')

Below the survey form, there are sections for 'Unsere Tipps' (listing 'Bist du zum ersten Mal hier?', 'Intro für Jugendliche', 'Einführung für Lehrpersonen', 'Handbuch') and 'Aktuell' (listing 'Die Wirksamkeitsstudie des Cannabisprogramms (PDF, 1.7 MB)'). A sidebar on the left contains 'Themen' and 'Extras' links. A cartoon pencil character is visible on the right side of the survey form.

Abb. 66: Umfrage 1

Adresse <http://localhost>


Startseite
bildung + gesundheit
anschub.de
styria vitalis

Themen

- Alle Themen / Suchen
- Alles über Cannabis
- Alles über Rauchen
- Frust und Ärger (Stress)
- Selbstvertrauen
- Liebe & Sex
- Internet für Anfänger/innen
- Tests: Wie bist du?
- Persönliche Antworten
- Diskussionsforen

Extras

- Info über **feelok**
- Deine Meinung & Ergebnisse
- Schriftgröße
- Fun
- Links &/oder Partner

Umfrage beenden Fenster verschieben

Umfrage **Danke!!!**

Falls du gewonnen hast, wirst du von uns ein E-Mail bis zum 19. September erhalten. Dafür brauchen wir aber deine E-Mail-Adresse:
 Dein E-Mail ist:

[E-Mail senden und Umfrage beenden](#)

Preis gewinnen 

*Deine Adresse wird **auf keinen Fall** an dritte Personen und Institutionen weitergeleitet. Du wirst von uns - abgesehen von diesem Wettbewerb - kein weiteres E-Mail erhalten.*

Ein Programm zur Förderung des Wohlbefindens und der Gesundheit bei Jugendlichen
 Januar 2002 - Juli 2004
372'600 Besuche

Aktuell
 Die Wirksamkeitsstudie des Cannabisprogramms (PDF, 1.7 MB)

Unsere Tipps
 Bist du zum ersten Mal hier?
 Intro für Jugendliche
 Einführung für Lehrpersonen
 Handbuch

Abb. 67: Umfrage 2

Address <http://www.feelok.ch/>

Umfrage **feelok**

Unsere fünf Fragen:

- Wie alt bist du?
 Jahre alt ↑ ↓
- Welchem Geschlecht gehörst du an?
 **Frau**
 **Mann**
- In welchem Land lebst du?
 (z.B. Schweiz, Deutschland, Österreich)
- Stimmen deine Antworten?
Ja **Nein**
- Ist es das erste Mal, dass du die Fragen dieses Formulars beantwortest?
Ja **Nein**

 **SENDEN**

Hallo,
 Vielleicht fragst du dich:
 "Was soll dieser Fragebogen?"
 Für uns ist er wichtig. feelok ist ein Programm der Universität Zürich. Forschung ist ein wichtiger Teil unserer Arbeit.
 "Wer sind unsere Besucher/innen?" - "Wie haben sie diese Seite gefunden?", sind einige der Fragen, die wir zu beantworten haben.
 Dir kosten deine Antworten nur 10 Sekunden Zeit und dann hast du das ganze Programm zur Verfügung.



Dankel
 Das feelok-Team

[Weiter zur Startseite von feelok ohne diese Fragen zu beantworten](#)

Abb. 68: Umfrage 3

Umfrage

Unsere fünf Fragen:

1. Wie alt bist du? 😊
 Jahre alt ↑ ↓
2. Welchem Geschlecht gehörst du an? 😊
 **Frau**  **Mann**
3. In welchem Land lebst du? 😊
(z.B. Schweiz, Deutschland, Österreich)
4. Stimmen deine Antworten?
Ja **Nein**
5. Hast du dieses Formular schon einmal beantwortet?
Ja **Nein**

 **SENDEN**

feelok

Hallo,
Vielleicht fragst du dich:
"Was soll dieser Fragebogen?"
Für uns ist er wichtig, feelok ist ein Programm der Universität Zürich, ist ein Teil der Arbeit, kosten deine nur 10 Sekunden Zeit und dann hast du das ganze Programm zur Verfügung.

Danke!
Das feelok-Team

Klicke auf die "Smiles", wenn du die Antworten der Anderen sehen willst. (Du musst die Fragen zuerst beantworten)



Weiter zur Startseite von feelok *ohne* diese Fragen zu beantworten

Abb. 69: Umfrage 4

Umfrage 5: wo lebst du?

Details

Periode:	3. November bis 22. November 2004
Thema:	Land und Kantons- bzw. Bundeslandszugehörigkeit
Item gehört zur Fragestellung:	SES der Besucher/innen (Fragestellung 2)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen ersetzt die Startseite. Die Navigationsleiste ist nicht direkt zugänglich. <ul style="list-style-type: none"> • Entweder beantwortet der Besucher die Fragen und wechselt am Ende der Umfrage automatisch zur Startseite von feelok, wo die thematische Navigationsleiste wieder zugänglich ist oder • der Besucher klickt auf „Weiter zur Startseite von feelok ohne diese Fragen zu beantworten“, um die Umfrage zu vermeiden. Auch in diesem zweiten Fall erreicht der Besucher die Startseite von feelok und kann weiter im Programm surfen.
Verwendete Technologie:	Flash 5, ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	96.5% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 1'854 (28.8%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
4	In welchem Land lebst du?	Schweiz - Deutschland - Österreich - Andere Länder	Falls q4 und q4.1 sich widersprechen, z.B. falls jemand Schweiz und dann Steiermark gewählt hat, wurde der Datensatz gelöscht (-8)
4.1	Falls Schweiz: In welchem Kanton lebst du?	Aargau - Appenzell - Basel - Bern - Fribourg - Genf - Glarus - Graubünden - Jura - Luzern - Neuchâtel - Sankt Gallen - Schaffhausen - Schwyz - Solothurn - Thurgau - Ticino - Unterwalden - Uri - Valais - Vaud - Zug - Zürich	
4.1	Falls Deutschland: In welchem Bundesland lebst du?	Offene Antwort	Falls Antwort keinem Bundesland entspricht, wurde der Datensatz gelöscht (-29)
4.1	Falls Österreich: In welchem Bundesland lebst du?	Wien, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg, Kärnten, Steiermark, Burgenland	

Graphische Darstellung der Umfrage 5

<http://www.feelok.ch/umfrage.htm>

Umfrage

1. Wie alt bist du?
 Jahre alt ↑ ↓

2. Welchem Geschlecht gehörst du an?
Frau Mann

3. Wo lebst du?
- Schweiz - Deutschland - Österreich -
- Andere -

4. Hast du die Fragen richtig beantwortet?
Ja Nein

 **SENDEN**

In welchem Kanton lebst du?
Zürich Zug Basel Bern
Aargau Appenzell
Fribourg Genf Glarus
Graubünden Jura Luzern
Neuchâtel Sankt Gallen
Schaffhausen Schwyz
Solothurn Thurgau Ticino
Unterwalden Uri Valais Vaud

feelok
Hallo,
Vielleicht fragst du dich:
"Was soll dieser Fragebogen?"
Für uns ist er wichtig, feelok
ist ein Programm der
Universität Zürich. Forschung
ist ein wichtiger Teil unserer
Arbeit.
sind unsere
"Wie haben
gefunden?".

Danke!
Das feelok-Team



[Weiter zur Startseite von feelok ohne diese Fragen zu beantworten](#)

Zahlen

In welchem Land lebst du? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Schweiz	1311	465	572	216	564	469
Österreich	84	16	32	26	32	16
Deutschland	257	29	122	95	82	69
Andere Länder	43	8	7	7	3	12
Keine Antwort	29	0	4	2	2	1
<i>Summe</i>	<i>1724</i>	<i>518</i>	<i>737</i>	<i>346</i>	<i>683</i>	<i>567</i>

In welchem Land lebst du? (% , Beschreibung - S.49)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Schweiz	76.0	89.8	77.6	62.4	82.6	82.7
Österreich	4.9	3.1	4.3	7.5	4.7	2.8
Deutschland	14.9	5.6	16.6	27.5	12.0	12.2
Andere Länder	2.5	1.5	0.9	2.0	0.4	2.1
Keine Antwort	1.7	0.0	0.5	0.6	0.3	0.2
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

In welchem Kanton/Bundesland lebst du? (N und % pro Land, Beschreibung - S.49)

Schweiz			Österreich			Deutschland		
Kanton	N	%	Bundesland	N	%	Bundesland	N	%
Zürich	446	35.8	Steiermark	23	31.5	Nordrhein-Westfalen	54	22.3
Sankt Gallen	133	10.7	Niederösterreich	19	26.0	Niedersachsen	41	16.9
Bern	128	10.3	Wien	9	12.3	Bayern	41	16.9
Aargau	99	7.9	Oberösterreich	9	12.3	Baden-Württemberg	31	12.8
Luzern	71	5.7	Tirol	4	5.5	Hessen	14	5.8
Schwyz	70	5.6	Salzburg	4	5.5	Berlin	13	5.4
Zug	56	4.5	Vorarlberg	3	4.1	Rheinland-Pfalz	10	4.1
Unterwalden	51	4.1	Kärnten	1	1.4	Sachsen	9	3.7
Uri	34	2.7	Burgenland	1	1.4	Schleswig-Holstein	8	3.3
Solothurn	30	2.4	Summe	73		Thüringen	5	2.1
Glarus	29	2.3				Brandenburg	5	2.1
Basel	28	2.2				Saarland	4	1.7
Graubunden	22	1.8				Hamburg	4	1.7
Thurgau	17	1.4				Bremen	2	0.8
Schaffhausen	12	1.0				Düsseldorf	1	0.4
Valais	6	0.5				Summe	242	
Freiburg	6	0.5						
Appenzell	4	0.3						
Waud	3	0.2						
Ticino	2	0.2						
<i>Summe</i>	<i>1247</i>							
Keine Antwort	38							

Umfrage 6: wo bist du jetzt und wie hast du feelok gefunden?

Details

Periode:	22. November bis 6. Dezember
Thema:	Wie und wo findet die Zielgruppe feelok. Wirkung von Zeitschriftartikeln auf die Häufigkeit der Verwendung von feelok
Items gehören zur Fragestellung:	Erfolgreiche Implementierungsstrategien, Setting und Wiederbenutzung von feelok (Fragestellung 3)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen ersetzt die Startseite. Die Navigationsleiste ist nicht direkt zugänglich. <ul style="list-style-type: none"> • Entweder beantwortet der Besucher die Fragen und wechselt am Ende der Umfrage automatisch zur Startseite von feelok, wo die thematische Navigationsleiste wieder zugänglich ist oder • der Besucher klickt auf „Weiter zur Startseite von feelok ohne diese Fragen zu beantworten“, um die Umfrage zu vermeiden. Auch in diesem zweiten Fall erreicht der Besucher die Startseite von feelok und kann weiter im Programm surfen.
Verwendete Technologie:	Flash 5, ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	96.5% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 1'106 (23.2%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
5	Wo bist du jetzt?	In der Schule - Zu Hause - Bei Freunden/innen - In einem Internet-Café - Büro - An anderen Orten: _____	Falls „An anderen Orten“ eine sinnlose Antwort beinhaltet, wurde der Datensatz gelöscht (-24)
6	Wie hast du feelok gefunden? Durch...	<ul style="list-style-type: none"> • eine Suchmaschine (z.B. „Google“). Welche? _____ • meine/n Lehrer/in • meine Eltern • eine/n Freund/in • meine/n Partner/in • eine andere Website. Welche? _____ • eine Zeitschrift. Welche? _____ • Flyers / Broschüren / Prospekte • Pisspoint (Informationen auf dem WC) • Zufall • Auf eine andere Weise. Welche? _____ 	Falls „Welche Website“ (-15), „welche Zeitschrift“ (-1) oder „Auf welche andere Weise“ (-6) eine sinnlose Antwort beinhaltet, wurde der Datensatz gelöscht

Graphische Darstellung der Umfrage 6

<http://www.feelok.ch/umfrage.htm>

Umfrage

1. Wie alt bist du?
 Jahre alt ↑ ↓

2. Welchem Geschlecht gehörst du an?
Frau Mann

3. Wo bist du jetzt?
- in der Schule - zu Hause - bei Freunden
- Internet-Café - Büro - an anderen Orten...

4. Wie hast du feelok gefunden? Durch...
(Du kannst auf mehrere Antworten klicken)
- eine Suchmaschine (z.B. Google)...
- meinen Lehrer - einen Freund
- meine Eltern - meine/n Partner/in
- andere Website... - Zufall
- eine Zeitschrift...
- Flyers / Broschüren / Prospekte
- Informationen auf dem WC
- auf eine andere Weise...

5. Hast du die Fragen richtig beantwortet?
Ja Nein

feelok

Hallo,
Vielleicht fragst du dich:
"Was soll dieser Fragebogen?"
Für uns ist er wichtig. feelok
ist ein Programm der...

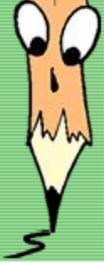
Wo genau?

"Wer sind unsere
Besucher/innen?" - "Wie haben
sie diese Seite gefunden?",
sind einige der...

Welche Suchmaschine?

Antworten nur 10
Sekunden Zeit und
dann hast du das
ganze Programm zur
Verfügung.

Danke!
Das feelok-Team



[Weiter zur Startseite von feelok ohne diese Fragen zu beantworten](#)

Zahlen

Wo bist du jetzt? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
In der Schule	467	161	266	40	256	170
Büro	60	2	19	38	11	10
Zu Hause	376	129	177	70	174	132
Bei Freunden	10	4	5	1	6	3
In einem Internet-Café	11	2	7	2	5	4
Andere Orte	8	1	4	3	3	2
Keine Antwort	14	6	1	1	0	5
<i>Summe</i>	<i>946</i>	<i>305</i>	<i>479</i>	<i>155</i>	<i>455</i>	<i>326</i>

Wo bist du jetzt? (% , Beschreibung - S.59)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
In der Schule	49.4	52.8	55.5	25.8	56.3	52.1
Büro	6.3	0.7	4.0	24.5	2.4	3.1
Zu Hause	39.7	42.3	37.0	45.2	38.2	40.5
Bei Freunden	1.1	1.3	1.0	0.6	1.3	0.9
In einem Internet-Café	1.2	0.7	1.5	1.3	1.1	1.2
Andere Orte	0.8	0.3	0.8	1.9	0.7	0.6
Keine Antwort	1.5	2.0	0.2	0.6	0.0	1.5
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Wo bist du jetzt? Offene Antworten

Antworten wurden unkorrigiert von der Datenbank übernommen

Andere Orte: Uni (2), party, kurs, in einer Park, In einem Ausbildungsraum, Hochschulbibliothek, BIZ (4)

Wie hast du feelok gefunden? Durch... (Du kannst auf mehrere Antworten klicken) (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
meinen Lehrer	536	213	298	25	317	193
eine Suchmaschine	81	18	35	27	30	23
andere Websites	72	15	31	26	30	16
einen Freund	61	17	30	14	22	25
Informationen auf dem WC	49	12	29	8	11	30
Flyers/Broschüren/Prospekte	36	8	17	11	15	10
eine Zeitschrift	15	7	2	6	5	4
meine Eltern	12	6	5	1	4	7
meine/n Partner/in	7	2	4	1	4	2
Zufall	57	10	33	14	20	23
auf eine andere Weise	54	5	20	29	16	9
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>946</i>	<i>305</i>	<i>479</i>	<i>155</i>	<i>455</i>	<i>326</i>

Wie hast du feelok gefunden? Durch... (Du kannst auf mehrere Antworten klicken) (%
Beschreibung - S.56)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
meinen Lehrer	56.7	69.8	62.2	16.1	69.7	59.2
eine Suchmaschine	8.6	5.9	7.3	17.4	6.6	7.1
andere Websites	7.6	4.9	6.5	16.8	6.6	4.9
einen Freund	6.4	5.6	6.3	9.0	4.8	7.7
Informationen auf dem WC	5.2	3.9	6.1	5.2	2.4	9.2
Flyers/Broschüren/Prospekte	3.8	2.6	3.5	7.1	3.3	3.1
eine Zeitschrift	1.6	2.3	0.4	3.9	1.1	1.2
meine Eltern	1.3	2.0	1.0	0.6	0.9	2.1
meine/n Partner/in	0.7	0.7	0.8	0.6	0.9	0.6
Zufall	6.0	3.3	6.9	9.0	4.4	7.1
auf eine andere Weise	5.7	1.6	4.2	18.7	3.5	2.8
<i>Summe</i>	<i>103.6</i>	<i>102.6</i>	<i>105.2</i>	<i>104.5</i>	<i>104.2</i>	<i>104.9</i>

Wie hast du feelok gefunden? Durch... (Offene Antworten)

Antworten wurden unkorrigiert von der Datenbank übernommen

Welche Suchmaschine?	www.tschau.ch (5), www.metager.de, t-online, schoolnet, Google (60), Computer (2)
Welche Website?	zuri smokefree, zebis, www.tschau.ch (9), www.transaebi.ch (2), www.suchtpraevention-zh.ch (3), www.schulenbiberist.ch, www.schoolnet.ch (5), www.rauchfrei.de, www.oswaedenswil.ch, www.niniho.ch, www.lungenliga.ch, www.kzo.ch, www.ksl.zh.ch, www.kshonline.ch (2), www.krebsliga.ch (2), www.jiz-muenchen.de, www.ift-nord.de/ift/be/, www.grasklar.ch, www.google.ch, www.go4life.ch, www.experiment-nichtrauchen.ch, www.bw.lehre04.de, www.brunnen.ch/labyrinth/, www.breakwater.ch.vu, www.bin.ch, www.anschub.de (2), www.147.ch, uni / webperlen, suchtprävention, Schule schöffland, schoolnet.ch, Pro Juventute (2), p-care.ch, oberstufenschule uhwiesen, oberstufe-baeretswil (2), jiz online, http://www.berufswahlheft.de/eignungstests/, eduhi, ciao.ch, cevisite, bildungundgesundheit, besmart.info, bernergesundheit.ch, at
Welche Zeitschrift?	vom rauchen und nichtrauchen, tagi (2), Spick (3), sherlok holmes, schweizer familie, landbote, k-tipp, Bildung schweiz, beobachter
Welche andere Weise?	zufall, www.drogenlied.de, war als titelseite in der schule am compi, Vortrag, von einer suchtprävention, über andere links (3), TV-Sendung TeleZüri-TalkTäglich (6), Tipp durch anfrage, Therapeutin (2), test von unizh, suchtkoordinator land steiermark, steirische gesellschaft für gesundheitsschutz, startseit in der Schule, schulungstag sucht und prävention, Schulserver, Schulkapitel, Schule (3), schon gekannt, Recherche, präsentation am kapitel, Netzwerk b+g (Netzwerkpartnerin), lehrperson, Kollegin, kloppapier, Julex (BL), internetseite oz-flawil, Info-Veranstaltung, indem ich auf die adresse gegangen bin, Homepage der schule, Fortbildung, Fachinfos, einen Link bei roundabout, Durch mein Gotti (Lehrerin), durch eine Klientin, BZ, Buch der DHS: cannabis. Neue Beiträge zu einer alten Diskussion, Buch, BIZ (2), Berufsberater, Baner beratung, Auf der Klassenhompaga, Arbeitsgeber AVOS, Arbeitsamt, altersheim

Zusatzbeitrag:

Erschienene Beiträge in schweizerischen Zeitschriften über feelok (Quelle: www.swissdox.ch, angegebenes Stichwort: www.feelok.ch, berücksichtigte Beiträge: alle ab Anfang 2002 bis Ende 2004)

Titel	Zeitschrift	Datum	Anzahl Zeichen
Adressen, Bücher und Anlaufstellen	Gesundheit-SprechStunde	08.10.2004	1363
Jugendliche stellen heikle Fragen am liebsten im Netz	Tages-Anzeiger	09.09.2004	5473
Aus der Hauptstadt: Rückspritzer, Duvanels Präzision, Hüttenkäse	Das Magazin	07.08.2004	10367
Liebe zum Leben schützt vor Sucht: Der Elpos-Elternabend befasste sich mit Fragen rund um die Suchtvorbeugung	St. Galler Tagblatt	17.06.2004	2590
Ausser Spesen nix gewesen	Schweizer Familie	19.05.2004	3975
BILDUNG IM NETZ - Was Jugendliche interessiert: www.feelok.ch	Neue Luzerner Zeitung	20.03.2004	733
Meldungen	SonntagsZeitung	29.02.2004	3519
In Kürze	Tages-Anzeiger	28.02.2004	1303
news	Aargauer Zeitung / MLZ	17.02.2004	1894
Suchtprävention: Die Vieltrinker werden immer jünger	Neue Luzerner Zeitung	17.02.2004	4885
Cannabiskonsum: Ein Aktionsplan soll Kiffer sensibilisieren	Neue Luzerner Zeitung	17.02.2004	1916
Früherfassung junger Kiffer in Basel: Cannabis-Bericht stellt Jugendschutz in den Vordergrund	Neue Zürcher Zeitung	17.02.2004	4350
Lernen im Internet: Eine Fundgrube für helle Köpfe	Neue Luzerner Zeitung	20.12.2003	8577
Online-Beratungen: Das virtuelle Auffangnetz	züritipp (Tages-Anzeiger)	27.11.2003	7975
Prävention im Web	Tele	13.09.2003	549
Zigaretten-Pause: Jugendliche rauchen immer früher - Neue Strategien sollen das verhindern	SonntagsZeitung	23.02.2003	8071
Beratungs-Websites: Jugend forscht	Beobachter	21.02.2003	4539
Adressen, Bücher und Anlaufstellen	Gesundheit-SprechStunde	03.01.2003	2046
Internet als Plattform der Gesundheitsförderung: Online-Projekt «feelok» vor dem Ausbau	Neue Zürcher Zeitung	12.08.2002	3713
Adressen, Informations- und Anlaufstellen	Gesundheit-SprechStunde	05.07.2002	2116
Rauchentwöhnung per Internet	Gesundheit-SprechStunde	07.06.2002	3525

Zusatzbeitrag:

Zusammenhang zwischen der Veröffentlichung eines Artikels in einem Zeitschrift und der Anzahl Besuche gemäss statistischem Tool von Interway (das fett geschriebene Datum entspricht dem jeweiligen Publikationstag in der entsprechenden Zeitschrift, N entspricht der Anzahl Besuche in feelok am jeweiligen Tag). Für eine graphische Darstellung der Befunde siehe S.60.

Titel (Zeitschrift, Anzahl Zeichen)	Datum	N	Tag
Prävention im Web (Tele, 549)	08.09.2003	468	
	09.09.2003	416	
	10.09.2003	462	
	11.09.2003	554	
	12.09.2003	363	
	13.09.2003	308	Samstag
	14.09.2003	317	
	15.09.2003	451	
	16.09.2003	491	
	17.09.2003	455	
	18.09.2003	483	
Online-Beratungen: Das virtuelle Auffangnetz (zuritipp, 7975)	22.11.2003	449	
	23.11.2003	455	
	24.11.2003	559	
	25.11.2003	520	
	26.11.2003	533	
	27.11.2003	485	Donnerstag
	28.11.2003	464	
	29.11.2003	290	
	30.11.2003	394	
	01.12.2003	491	
	02.12.2003	516	
	Lernen im Internet: Eine Fundgrube für helle Köpfe (Neue Luzerner Zeitung, 8577)	15.12.2003	426
16.12.2003		447	
17.12.2003		430	
18.12.2003		410	
19.12.2003		313	
20.12.2003		397	Samstag
21.12.2003		419	
22.12.2003		419	
23.12.2003		312	
24.12.2003		194	
25.12.2003	200		

1. Früherfassung junger Kiffer in Basel: Cannabis-Bericht stellt Jugendschutz in den Vordergrund

(Neue Zürcher Zeitung, 4350)

2. Cannabiskonsum: Ein Aktionsplan soll Kiffer sensibilisieren

(Neue Luzerner Zeitung, 1916)

3. Suchtprävention: Die Vieltrinker werden immer jünger

(Neue Luzerner Zeitung, 4885)

4.news

(Aargauer Zeitung, 1894)

12.02.2004	573	
13.02.2004	556	
14.02.2004	423	
15.02.2004	448	
16.02.2004	925	
17.02.2004	832	Dienstag
18.02.2004	719	
19.02.2004	641	
20.02.2004	464	
21.02.2004	516	
22.02.2004	489	

1. In Kürze (Tages-Anzeiger, 1303)

2. Meldungen (Sonntagszeitung, 3519)

23.02.2004	624	
24.02.2004	647	
25.02.2004	675	
26.02.2004	678	
27.02.2004	889	
28.02.2004	661	Samstag
29.02.2004	814	Sonntag
01.03.2004	830	
02.03.2004	882	
03.03.2004	790	
04.03.2004	792	
05.03.2004	651	

BILDUNG IM NETZ - Was Jugendliche interessiert:

www.feelok.ch

(Neue Luzerner Zeitung, 733)

15.03.2004	865	
16.03.2004	706	
17.03.2004	722	
18.03.2004	841	
19.03.2004	719	
20.03.2004	648	Samstag
21.03.2004	721	
22.03.2004	916	
23.03.2004	1039	
24.03.2004	860	
25.03.2004	893	

Ausser Spesen nix gewesen
(Schweizer Familie, 3975)

14.05.2004	526	
15.05.2004	428	
16.05.2004	452	
17.05.2004	669	
18.05.2004	643	
19.05.2004	578	Mittwoch
20.05.2004	441	
21.05.2004	531	
22.05.2004	477	
23.05.2004	553	
24.05.2004	666	

Liebe zum Leben schützt vor Sucht
(St. Galler Tagblatt, 2590)

12.06.2004	457	
13.06.2004	375	
14.06.2004	564	
15.06.2004	637	
16.06.2004	674	
17.06.2004	635	Donnerstag
18.06.2004	519	
19.06.2004	466	
20.06.2004	531	
21.06.2004	675	
22.06.2004	631	

Aus der Hauptstadt: Rückspritzer, Duvanel's Präzision,
Hüttenkäse
(Das Magazin, 10367)

02.08.2004	463	
03.08.2004	469	
04.08.2004	516	
05.08.2004	499	
06.08.2004	435	
07.08.2004	338	Samstag
08.08.2004	391	
09.08.2004	479	
10.08.2004	529	
11.08.2004	509	
12.08.2004	579	
13.08.2004	523	
14.08.2004	453	
15.08.2004	655	
16.08.2004	786	

Jugendliche stellen heikle Fragen am liebsten im Netz (Tages-Anzeiger, 5473)	04.09.2004	414		
	05.09.2004	532		
	06.09.2004	593		
	07.09.2004	590		
	08.09.2004	594		
	09.09.2004	604	Donnerstag	
	10.09.2004	501		
	11.09.2004	464		
	12.09.2004	574		
	13.09.2004	661		
	14.09.2004	731		
	Adressen, Bücher und Anlaufstellen (Gesundheit-SprechStunde, 1363)	03.10.2004	520	
		04.10.2004	665	
		05.10.2004	871	
06.10.2004		849		
07.10.2004		631		
08.10.2004		608	Freitag	
09.10.2004		519		
10.10.2004		626		
11.10.2004		737		
12.10.2004		745		
13.10.2004		679		
Keine Publikation (als Vergleich)		15.10.2004	588	
		16.10.2004	490	Sa
	17.10.2004	585	So	
	18.10.2004	711		
	19.10.2004	726		
	20.10.2004	623		
	21.10.2004	708		
	22.10.2004	636		
	23.10.2004	527	Sa	
	24.10.2004	648	So	
	25.10.2004	735		

Umfrage 7: welche Note gibst du diesen 8 Zeichnungen?

Details

Periode:	6. Dezember bis 17. Januar
Thema:	Wie Jugendliche die 8 Bilder von 4 Zeichnern/innen beurteilen.
Item gehört zur Fragestellung:	Beteiligung der Besucher/innen im Design-Entwicklungsprozess von feelok (Fragestellung 10)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen ersetzt die Startseite. Die Navigationsleiste ist nicht direkt zugänglich. <ul style="list-style-type: none"> • Entweder beurteilt der Besucher die Bilder und wechselt am Ende der Umfrage automatisch zur Startseite von feelok, wo die thematische Navigationsleiste wieder zugänglich ist oder • der Besucher klickt auf „Weiter zur Startseite von feelok ohne diese Bilder zu beurteilen“, um die Umfrage zu vermeiden. Auch in diesem zweiten Fall erreicht der Besucher die Startseite von feelok und kann weiter im Programm surfen.
Verwendete Technologie:	Flash 5, ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	96.5% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 1'117 (10.6%)
Spezielle Bestimmungen	Alterspanne zwischen 10 und 30 Jahren (68% zwischen 11 und 19 Jahren, 27% unbekannt) Geschlecht: 40% Frauen, 24% Männer, 36% unbekannt

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
-	Wir suchen unseren neuen Zeichner und deswegen brauchen wir deine Hilfe. Welche Note gibst du diesen 8 Zeichnungen?	genial, schön, herzig, so so, unschön, out!	Beurteilungen mit beleidigenden oder sinnlosen Kommentaren (-126) sowie Datensätze, bei denen nicht alle Bilder beurteilt wurden bzw. die auf „Weiter“ geklickt haben, ohne die Bilder zu bewerten (-478) wurden ausgeschlossen.

Graphische Darstellung der Umfrage 7

Weiter zur Startseite von feelok ohne diese Bilder zu beurteilen

Wir suchen unseren neuen Zeichner



Und vier Zeichner haben wir auch gefunden.
Aber die Entscheidung, welcher für diese Aufgabe geeignet ist, überlassen wir dir.

Und deswegen brauchen wir deine Hilfe

Die vier Zeichner haben die Aufgabe erhalten für zwei Texte jeweils ein Bild zu zeichnen. Mit deiner Stimme teilst du uns mit, was du von diesen Bildern hältst

Welche Note gibst du diesen 8 Zeichnungen?

Willst du weiter gehen ohne die Zeichnungen zu beurteilen?
Kein Problem... [Klicke hier zur Startseite](#)

Einige Details mehr...

Da wir ein Programm für Jugendliche entwickeln und Zeichnungen dazu gehören, möchten wir wissen, was du von der Arbeit unserer potentiellen Zeichner/innen hältst. Das Ergebnis wird bestimmen, welcher Zeichner den Auftrag bekommen wird. Wir bitten dich entweder alle Bilder oder kein Bild zu beurteilen (um niemandem zu benachteiligen). Zudem bitten wir dich diese Bilder gemäss deinem Geschmack korrekt zu bewerten. Danke!

Reihe 1 von 3



- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!



- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!



- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!

Reihe 2 von 3



- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!



- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!



- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!

Reihe 3 von 3



- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!



- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!

Möchtest du dem Zeichner etwas mitteilen?
Falls ja, schreibe hier...

Du bist eine Frau ein Mann

Du bist Jahre alt + -

Danke für deine Zeit und bitte vergesse nicht zu klicken auf

Senden

Zahlen (Beschreibung - S. 110)

Bild	Durchschnittsnote (1 = out; 6 = genial)	Notenverteilung (Anzahl)
	3.69	genial = 127 schön = 81 herzig = 63 so so = 95 unschön = 42 out! = 105
	3.39	genial = 93 schön = 74 herzig = 50 so so = 131 unschön = 55 out! = 110
	3.54	genial = 103 schön = 73 herzig = 75 so so = 116 unschön = 38 out! = 108
	3.49	genial = 117 schön = 69 herzig = 67 so so = 91 unschön = 35 out! = 134
	3.67	genial = 99 schön = 87 herzig = 87 so so = 116 unschön = 35 out! = 89



3.95

genial = 134
schön = 86
herzig = 101
so so = 80
unschön = 37
out! = 75



4.05

genial = 129
schön = 116
herzig = 88
so so = 86
unschön = 22
out! = 72



4.16

genial = 146
schön = 114
herzig = 85
so so = 78
unschön = 22
out! = 68

Umfrage 8: Wie häufig hast du schon feelok besucht und warst du in den letzten 30 Tagen im Internet? Wie viel Zeit verbringst du im Internet?

Details

Periode:	17. Januar bis 30. Januar 2005
Thema:	Häufigkeit der Verwendung von feelok und allgemeines Verhalten in Internet
Items gehören zu den Fragestellungen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgreiche Implementierungsstrategien, Setting und Wiederbenutzung von feelok (Fragestellung 3, Item Nr.7) • Allgemeines Internetverhalten der feelok-Besucher/innen (Fragestellung 4, Items Nr. 8-9)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich, auch wenn man die Fragen nicht beantwortet.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 656 (11.8%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
7	Wie häufig hast du schon feelok besucht?	<ul style="list-style-type: none"> • Es ist das erste Mal • Es ist das zweite Mal • Es ist das dritte Mal • Es ist das vierte Mal • Es ist schon mindestens das fünfte Mal 	-
8	Wie häufig warst du in den letzten 30 Tagen im Internet?	<ul style="list-style-type: none"> • Jeden Tag • Mehrere Tage pro Woche • einen Tag pro Woche • weniger als einen Tag pro Woche • Nie 	-
9	Wie viel Zeit verbringst du an den Tagen, an denen du ins Internet gehst, durchschnittlich im Internet?	<ul style="list-style-type: none"> • Weniger als 30 Minuten • Ungefähr eine Stunde • Ungefähr zwei Stunden • Mehr als 2 Stunden 	-

Graphische Darstellung der Umfrage 8

Zahlen

Wie häufig hast du schon feelok besucht? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Es ist das erste Mal	383	134	129	100	144	109
Es ist das zweite Mal	69	26	33	8	33	25
Es ist das dritte Mal	22	11	11		13	7
Es ist das vierte Mal	9	2	6		5	2
Es ist schon mindestens das fünfte Mal	64	15	29	8	31	12
Keine Antwort	37	3	1		1	2
<i>Summe</i>	<i>584</i>	<i>191</i>	<i>209</i>	<i>116</i>	<i>227</i>	<i>157</i>

Wie häufig hast du schon feelok besucht? (% , Beschreibung - S.59)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Es ist das erste Mal	65.6	70.2	61.7	86.2	63.4	69.4
Es ist das zweite Mal	11.8	13.6	15.8	6.9	14.5	15.9
Es ist das dritte Mal	3.8	5.8	5.3	0.0	5.7	4.5
Es ist das vierte Mal	1.5	1.0	2.9	0.0	2.2	1.3
Es ist schon mindestens das fünfte Mal	11.0	7.9	13.9	6.9	13.7	7.6
Keine Antwort	6.3	1.6	0.5	0.0	0.4	1.3
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Wie häufig warst du in den letzten 30 Tagen im Internet? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	29	13	13	2	10	15
Weniger als einen Tag pro Woche	28	19	9		15	9
Einen Tag pro Woche	44	25	14	2	30	9
Mehrere Tage pro Woche	208	70	88	42	103	51
Jeden Tag	236	60	83	70	67	70
Keine Antwort	39	4	2		2	3
<i>Summe</i>	<i>584</i>	<i>191</i>	<i>209</i>	<i>116</i>	<i>227</i>	<i>157</i>

Wie häufig warst du in den letzten 30 Tagen im Internet? (% , Beschreibung - S.64)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	5.0	6.8	6.2	1.7	4.4	9.6	8-24	5-23
Weniger als einen Tag pro Woche	4.8	9.9	4.3	0.0	6.6	5.7	22-24	11-17
Einen Tag pro Woche	7.5	13.1	6.7	1.7	13.2	5.7	15	13-15
Mehrere Tage pro Woche	35.6	36.6	42.1	36.2	45.4	32.5	25-36	28-40
Jeden Tag	40.4	31.4	39.7	60.3	29.5	44.6	11-18	18-31
Keine Antwort	6.7	2.1	1.0	0.0	0.9	1.9	-	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 114, Abbildung 3.4-27, F87). Befragte Gruppe: 16-20 Jahre alt. Die Daten von den Mädchen, die eine Lehre und denjenigen, die die Mittelschule der Stufe II besuchen, wurden getrennt untersucht. Die Tabelle widerspiegelt die unterschiedlichen Ergebnisse. Das Gleiche gilt für die Knaben. Die Werte wurden abgerundet.

Wie viel Zeit verbringst du an den Tagen, an denen du ins Internet gehst, durchschnittlich im Internet? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Weniger als 30 Minuten	124	60	35	24	54	37
Ungefähr eine Stunde	225	73	92	45	107	53
Ungefähr zwei Stunden	87	33	36	13	38	30
Mehr als 2 Stunden	100	21	38	32	24	30
Keine Antwort	48	4	8	2	4	7
<i>Summe</i>	<i>584</i>	<i>191</i>	<i>209</i>	<i>116</i>	<i>227</i>	<i>157</i>

Wie viel Zeit verbringst du an den Tagen, an denen du ins Internet gehst, durchschnittlich im Internet? (% , Beschreibung - S.65)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Weniger als 30 Minuten	21.2	31.4	16.7	20.7	23.8	23.6	49-51	32-39
Ungefähr eine Stunde	38.5	38.2	44.0	38.8	47.1	33.8	34-42	41-42
Ungefähr zwei Stunden	14.9	17.3	17.2	11.2	16.7	19.1	7-10	12-15
Mehr als 2 Stunden	17.1	11.0	18.2	27.6	10.6	19.1	2-4	7-9
Keine Antwort	8.2	2.1	3.8	1.7	1.8	4.5	-	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 115, Abbildung 3.4-28, F87). Befragte Gruppe: 16-20 Jahre alt. Die Daten von den Mädchen, die eine Lehre und denjenigen, die die Mittelschule der Stufe II besuchen, wurden getrennt untersucht. Die Tabelle widerspiegelt die unterschiedlichen Ergebnisse. Das Gleiche gilt für die Knaben. Die Werte wurden abgerundet.

Umfrage 9: Zu welchen Themen hast du dich in den letzten 30 Tagen im Internet informiert und wegen welchen Themen oder Angeboten hast du das Programm „feelok“ gefunden?

Details

Periode:	30. Januar bis 15. Februar
Thema:	Allgemeines Verhalten im Internet und Interesse der Besucher/innen
Items gehören zu den Fragestellungen:	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeines Internetverhalten der feelok-Besucher/innen (Fragestellung 4, Item Nr. 10) • Erfolgreiche Implementierungsstrategien, Setting und Wiederbenutzung von feelok (Fragestellung 3, Item Nr.11)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 474 (8.3%)

Graphische Darstellung der Umfrage 8

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
10	Zu welchen Themen hast du dich in den letzten 30 Tagen im Internet informiert?	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheit, Sexualität, Medizin • Sport • Freizeit • Filmstars oder andere bekannte Persönlichkeiten • Pornographie • Informationen in Bezug auf schulische Aufgaben • Andere: _____ 	Falls Nr.10 (Andere) sinnlose Antwort (-1)
11	Wegen welchen Themen oder Angeboten hast du das Programm „feelok“ gefunden? (Du kannst auf mehrere Antworten klicken)	<ul style="list-style-type: none"> • Kiffen - Rauchen - Sex - Stress - Selbstvertrauen - Infos über Internet - Spiele - Videos - Diskussionsforen - Allgemeine Informationen zur Gesundheit - Zufällig gefunden - Lehrer/in hat das Thema vorgegeben - Andere: 	-

Zahlen

Zu welchen Themen hast du dich in den letzten 30 Tagen im Internet informiert? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Gesundheit, Sexualität, Medizin	126	30	64	18	64	29
Filmsstars / andere bekannte Persönlichkeiten	111	50	46	8	80	15
Informationen in Bezug auf schulische Aufgaben	121	36	64	12	77	22
Pornographie	57	16	27	10	12	30
Sport	121	39	57	15	53	42
Freizeit	160	43	93	15	91	44
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>413</i>	<i>123</i>	<i>199</i>	<i>33</i>	<i>218</i>	<i>100</i>

Zu welchen Themen hast du dich in den letzten 30 Tagen im Internet informiert? (%
Beschreibung - S.66)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Gesundheit, Sexualität, Medizin	30.5	24.4	32.2	54.5	29.4	29.0	16	19
Bekannte Persönlichkeiten	26.9	40.7	23.1	24.2	36.7	15.0	-	-
Informationen in Bezug auf schulische Aufgaben	29.3	29.3	32.2	36.4	35.3	22.0	54	43
Pornographie	13.8	13.0	13.6	30.3	5.5	30.0	1	29
Sport	29.3	31.7	28.6	45.5	24.3	42.0	30	57
Freizeit	38.7	35.0	46.7	45.5	41.7	44.0	64	67
<i>Summe</i>	<i>168.5</i>	<i>174.0</i>	<i>176.4</i>	<i>236.4</i>	<i>172.9</i>	<i>182.0</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 116, Abbildung 3.4-29, F88). Befragte Gruppe: 16-20 Jahre alt. Die Werte wurden abgerundet.

Zu welchen Themen hast du dich in den letzten 30 Tagen im Internet informiert? (Offene Antworten)

Antworten wurden unkorrigiert von der Datenbank übernommen

Welche Themen?	wirtschaft, Wetter.com, Weltgeschehen, Spiel, songs, Sms.at, Sms schreiben, sexstellungen, Seelische Probleme, Borderline etc., Roller (2), Auto, Religion (2), Reiten, Rauschmittel, Rauchen (2), pornografische filme (2), Polizei, Pferde, pfadi, PC, Ob mann E-mails bekommen hat., Nebenjob (2), Musik (10), msn, motoroller, Mobbing, Stress, Burnout, psychotherap. Themen, math, mail, lehrstellensuche (3), Kultur, Internet-Games, Verkleidung, Internationalestudien, humor.li, Harte Drogen, gewalt, Geruchssinn, Gedichte (2), games, Frust und Ärger (Stress), Freundschaft, Freunde (2), freewar, fotos (2), Ferien (2), Fahrplan sbb, Telefonbuch,.., Fachhochschulen, e-cards, Drogen (2), Ferien, Computer-Treiber, Arbeitsstellen, Computer Games, chaten, Chat,
----------------	---

Bundespräsidenten, bilder, (Smiley,..) und Games, Bilder (2), Berufswahl (2), berufseignungstest (2), Berufe (4), ausgefühlte Fragenbögen zum Thema Rauchen, Ausgang, MSN/ Hotmail allegemein, Ausbildungsstellen Ausbildung, Antivir - Virenschutz, aktuelle Nachrichten, Banken

Wegen welchen Themen oder Angeboten hast du das Programm „feelok“ gefunden?
(Du kannst auf mehrere Antworten klicken) (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kiffen	51	14	27	4	24	16
Rauchen	88	38	36	8	53	20
Liebe & Sex	85	31	41	4	37	34
Stress	36	10	15	7	17	5
Selbstvertrauen	28	7	12	7	14	6
Infos über Internet	23	8	10	2	12	6
Spiele	36	17	13	2	16	14
Videos	24	16	5	0	9	12
Diskussionsforen	12	5	3	1	3	5
Allgemeine Informationen zur Gesundheit	33	9	14	6	17	6
Zufällig gefunden	54	12	30	10	25	17
Lehrer/in hat das Thema vorgegeben	155	51	91	5	101	39
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>413</i>	<i>123</i>	<i>199</i>	<i>33</i>	<i>218</i>	<i>100</i>

Wegen welchen Themen oder Angeboten hast du das Programm „feelok“ gefunden?
(Du kannst auf mehrere Antworten klicken) (% , Beschreibung - S.58)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kiffen	12.3	11.4	13.6	12.1	11.0	16.0
Rauchen	21.3	30.9	18.1	24.2	24.3	20.0
Liebe & Sex	20.6	25.2	20.6	12.1	17.0	34.0
Stress	8.7	8.1	7.5	21.2	7.8	5.0
Selbstvertrauen	6.8	5.7	6.0	21.2	6.4	6.0
Infos über Internet	5.6	6.5	5.0	6.1	5.5	6.0
Spiele	8.7	13.8	6.5	6.1	7.3	14.0
Videos	5.8	13.0	2.5	0.0	4.1	12.0
Diskussionsforen	2.9	4.1	1.5	3.0	1.4	5.0
Allgemeine Informationen zur Gesundheit	8.0	7.3	7.0	18.2	7.8	6.0
Zufällig gefunden	13.1	9.8	15.1	30.3	11.5	17.0
Lehrer/in hat das Thema vorgegeben	37.5	41.5	45.7	15.2	46.3	39.0
<i>Summe</i>	<i>151.3</i>	<i>177.2</i>	<i>149.2</i>	<i>169.7</i>	<i>150.5</i>	<i>180.0</i>

Wegen welchen Themen oder Angeboten hast du das Programm „feelok“ gefunden? (Offene Antworten)

Antworten wurden unkorrigiert von der Datenbank übernommen

Welche Themen? Zeitungsartikel, Zeitung (2), wc-papier in der Schule... :) (klingt komisch, stimmt aber), von kollegen, von einer Drogistenzeitschrift, Vom Arzt eine Visitenkarte bekommen, über meine eltern, Über Freunde, Tipp von BIZ

Thema Rauchen, Tests (3), Stress, Schulwebsite, Schulsozialarbeiter, schule (3), schoolnet, samowar Meilen, Psychologie, pornos, Pissoir (2), meine Mutter, link von einer website, Liebe machen (2), Kollegin hat sie mir angeboten, kolleg, Kantonsschule Enge: IMS-Veranstaltung, Jobsuchetest, jobsuche, Internet-Startseite, in der Schule, Gesundheitsschulung, Freunde, freund schickte mir url per email, email eines freundes, Eignungstest Beruf, durrch die schule, Drogen allgemein, chat für erwachsene, Bogy, bewegung, Berufswahl (2), berufsfindung (2), berufseignungstest (7), berufsberatung (2), Arbeitsgruppe, alkohol

Umfrage 10: Welche Schule besuchst du? Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich und welches Thema, das noch fehlt, würdest du gerne in feelok finden?

Details

Periode:	15. Februar bis 1. März
Thema:	Besuchte Schule, Themen von feelok, die von Interesse sind und Themen, die die Besucher/innen gerne finden würden
Items gehören zu den Fragestellungen:	<ul style="list-style-type: none"> • SES der Besucher/innen (Fragestellung 2, Item Nr. 12) • Interessen der feelok-Besucher/innen (Fragestellung 5, Item Nr. 13) • Bedarfsanalyse für neue Themen (Fragestellung 8, Item Nr. 14)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 394 (9.4%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
12	Welche Schule besuchst du?	Keine - Oberschule - Realschule - Sekundarschule - 10. Schuljahr - Berufsschule - KV-Handelsschule - Gymnasium - Universität - Bin berufstätig - Bin arbeitslos Andere Schule	-
13	Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich? (Du kannst auf mehrere Antworten klicken)	Kiffen - Rauchen - Sex - Stress - Selbstvertrauen - Infos über Internet - Spiele - Videos - Diskussionsforen - Beratung	-
14	feelok beschäftigt sich mit den oben erwähnten Themen. Welches Thema, das heute fehlt, würdest du gerne in feelok finden?	-	Falls Antwort unseriös (-4)

Graphische Darstellung der Umfrage 10

Zahlen

Welche Schule besuchst du? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Oberschule	10	4	5	0	4	5
Realschule	47	22	20	0	31	9
Sekundarschule	40	22	16	2	19	17
10. Schuljahr	41	0	39	0	33	6
Berufsschule	33	0	31	1	19	12
KV-Handelsschule	5	0	4	1	2	2
Gymnasium	34	9	24	0	23	10
Universität	16	1	2	13	2	1
Andere Schule	18	9	6	3	11	4
Keine Schule - Bin berufstätig	16	0	3	12	2	1
Keine Schule - Bin arbeitslos	5	0	0	2	0	0
Keine Antwort	71	1	9	3	4	5
Summe	336	68	159	37	150	72

Welche Schule besuchst du? (% , Beschreibung - S.50)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Oberschule	3.0	5.9	3.1	0.0	2.7	6.9
Realschule	14.0	32.4	12.6	0.0	20.7	12.5
Sekundarschule	11.9	32.4	10.1	5.4	12.7	23.6
10. Schuljahr	12.2	0.0	24.5	0.0	22.0	8.3
Berufsschule	9.8	0.0	19.5	2.7	12.7	16.7
KV-Handelsschule	1.5	0.0	2.5	2.7	1.3	2.8
Gymnasium	10.1	13.2	15.1	0.0	15.3	13.9
Universität	4.8	1.5	1.3	35.1	1.3	1.4
Andere Schule	5.4	13.2	3.8	8.1	7.3	5.6
Keine Schule - Bin berufstätig	4.8	0.0	1.9	32.4	1.3	1.4
Keine Schule - Bin arbeitslos	1.5	0.0	0.0	5.4	0.0	0.0
Keine Antwort	21.1	1.5	5.7	8.1	2.7	6.9
Summe	100	100	100	100	100	100

Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich? (Du kannst auf mehrere Antworten klicken) (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kiffen	96	21	50	19	42	28
Rauchen	98	25	41	18	41	24
Liebe & Sex	168	34	104	16	88	48
Stress	78	12	46	8	43	14
Selbstvertrauen	90	22	55	11	57	18
Infos über Internet	23	4	14	4	9	9
Spiele	72	29	30	6	32	24
Videos	57	16	27	10	23	20
Diskussionsforen	25	8	13	2	16	4
Beratung	44	11	26	5	29	8
Anzahl Beantwortende	336	68	159	37	150	72

Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich? (Du kannst auf mehrere Antworten klicken) (% , Beschreibung - S. 69)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kiffen	28.6	30.9	31.4	51.4	28.0	38.9
Rauchen	29.2	36.8	25.8	48.6	27.3	33.3
Liebe & Sex	50.0	50.0	65.4	43.2	58.7	66.7
Stress	23.2	17.6	28.9	21.6	28.7	19.4
Selbstvertrauen	26.8	32.4	34.6	29.7	38.0	25.0
Infos über Internet	6.8	5.9	8.8	10.8	6.0	12.5
Spiele	21.4	42.6	18.9	16.2	21.3	33.3
Videos	17.0	23.5	17.0	27.0	15.3	27.8
Diskussionsforen	7.4	11.8	8.2	5.4	10.7	5.6
Beratung	13.1	16.2	16.4	13.5	19.3	11.1
Summe	223.5	267.6	255.3	267.6	253.3	273.6

feelok beschäftigt sich mit den oben erwähnten Themen. Welches Thema, das heute fehlt, würdest du gerne in feelok finden? (Offene Antworten)

Antworten wurden unkorrigiert von der Datenbank übernommen

Welches Thema fehlt in feelok?

zwischenmenschliche Beziehungen, zukunft, zu frühe orgasmen, wiso interessieren meine eltern sich nicht für mich / wiso haben sie keinne zeit für mich, wieso das man nicht anfangen soll?, Wie schlimm ist rauchen?, Warum macht rauchen süchtig?, war es früher auch so schlimm, gab es auch viele HIV-träger, Übergewicht und was man dagegen tun kann, Trippen, tinitus, Tiere (3), Thema Cannabis, Tests, Test über Beziehung, Große Liebe, Telefonterror, tabellen wie viele männer und frauen rauchen, sucht, Stress, steht alles, sport, handel, Sport (15), Spielsucht, spiele (2), speed, spanendere themen, sex (4), selbstvertrauen, selbständigkeit, schulen, schamanismus, richtige aufklärung, Religion, Rauchen (2), rassismus, pubertät, psychologie, pornos (2), Pornografie, penis (2), Oralsex, musik...gewalt, Musik (12), Männer, magersüchtig, magersucht, Lsd (3), lsd, Liebeskummer, Lesben, lernen für die schule, lehrstellen ,ferienjobs, Körper, kollegen, Kokain, Kirche, kiffen, Homosexualität, Heroin, Harte Drogen, gesundheitsförderung, geschichten, Geld, frustration, freune (2), Freundschaften, freunde, Freizeitbeschäftigung, flirten, Fitness (2), Fellatio, familie (2), extesy, ernährung, einversucht, einsamkeit, Drogen allgemein, depressionen (2), Computerspielesucht, chat um Probleme mit anderen zu lösen, chat, cannabis, bewegungspausen, Berufseignungstest, berufsberatung, Beruflichezukunft, Berufeignungstest, behinderung, Autotuning, Außenseiter, angst, also es wer geil wens thema aufklärung für knaben und mädchen hir weren, Alkohol (10), Schminken, aids (5)

Umfrage 11: Welches Thema von feelok hat dein Lehrer gewählt und hast du von deinem Lehrer eine konkrete Aufgabe bekommen, wie du feelok verwenden musst?

Details

Periode:	2. März bis 15. März
Themen:	Themen von feelok, die die Lehrpersonen mit den Schülern/innen behandeln. Wie die Lehrpersonen feelok mit den Schülern/innen verwenden
Items gehören zur Fragestellung:	Die Lehrpersonen und feelok (Fragestellung 6)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 372 (8.1%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
15	Welches Thema von feelok hat dein/e Lehrer/in gewählt?	Kein Thema von feelok wurde vom Lehrer gewählt Folgende Themen wurden vom Lehrer gewählt (Du kannst mehrere Antworten klicken) <ul style="list-style-type: none"> • Kiffen - Rauchen - Sex - Stress - Selbstvertrauen - Infos über Internet - Tests - Andere Themen - Weiss noch nicht 	Falls in Nr.15 (Andere Themen) ein Thema angegeben wurde, das feelok nicht behandelt oder falls die Antwort sinnlos ist (-16), wurde der Datensatz gelöscht
16	Hast du von deiner/m Lehrer/in eine konkrete Aufgabe bekommen, wie du feelok verwenden musst?	Ich besuche feelok unabhängig von der Schule Ich besuche feelok im Rahmen der Schule und... <ul style="list-style-type: none"> • ... habe keine konkrete Aufgabe bekommen ... ich muss die Fragen des Arbeitsblattes von feelok beantworten ... ich muss die Inhalte von feelok mit anderen bearbeiten (Gruppenarbeit) ... ich habe eine andere Aufgabe zu erledigen, nämlich Weiss noch nicht 	Falls in Nr.16 (ich habe eine andere Aufgabe zu erledigen, nämlich...) eine sinnlose Aufgabe angegeben wurde (-3), wurde der Datensatz gelöscht.

Graphische Darstellung der verschachtelten Fragenstruktur

Themen

- Alle Themen / Suchen
- Alles über Cannabis
- Alles über Rauchen
- Frust und Ärger (Stress)
- Selbstvertrauen
- Liebe & Sex
- Internet für Anfänger/innen
- Tests: Wie bist du?
- Persönliche Antworten
- Diskussionsforen

Extras

- Info über feelok
- Deine Meinung & Ergebnisse
- Schriftgrösse
- Fun
- Links &/oder Partner

Die Umfrage

■ Dein Alter:

■ Geschlecht: Frau Mann

■ Welches Thema von feelok hat dein Lehrer gewählt?

Kein Thema von feelok wurde vom Lehrer gewählt

Folgendes Thema wurde vom Lehrer gewählt:
(Du kannst mehrere Antworten klicken)

Kiffen Infos über Internet

Rauchen Tests

Liebe & Sex Weiss noch nicht

Stress Andere Themen, d.h.

■ Hast du von deinem Lehrer eine konkrete Aufgabe bekommen, wie du feelok verwenden musst?

Ich besuche feelok unabhängig von der Schule

Ich besuche feelok im Rahmen der Schule und...

habe keine konkrete Aufgabe bekommen

ich muss die Fragen des Arbeitsblattes von feelok beantworten

ich muss die Inhalte von feelok mit anderen bearbeiten (Gruppenarbeit)

ich habe eine andere Aufgabe zu erledigen, nämlich...

...Weiss noch nicht

■ Stimmen deine Antworten?

Ja Nein

■ [Es ist alles! Senden](#)

Zahlen

Welches Thema von feelok hat dein Lehrer gewählt? - Filterfrage (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kein Thema von feelok wurde vom Lehrer gewählt	109	22	63	12	50	30
Mindestens ein Thema wurde vom Lehrer gewählt	157	36	76	13	59	52
<i>Summe</i>	<i>266</i>	<i>58</i>	<i>139</i>	<i>25</i>	<i>109</i>	<i>82</i>

Welches Thema von feelok hat dein Lehrer gewählt? - Filterfrage (% , Beschreibung - S. 72)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kein Thema von feelok wurde vom Lehrer gewählt	41.0	37.9	45.3	48.0	45.9	36.6
Mindestens ein Thema wurde vom Lehrer gewählt	59.0	62.1	54.7	52.0	54.1	63.4
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Folgendes Thema wurde vom Lehrer gewählt: (Du kannst auf mehrere Antworten klicken) - Detailfrage (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kiffen	36	10	15	4	14	10
Rauchen	60	11	28	8	26	12
Liebe & Sex	71	17	38	4	31	23
Stress	17	7	5	0	7	5
Selbstvertrauen	15	3	5	2	2	5
Infos über Internet	7	4	3	0	5	2
Tests	12	5	6	1	1	9
Weiss noch nicht	6	3	3	0	2	4
Andere Themen	5	1	3	0	2	2
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>166¹⁴</i>	<i>39</i>	<i>80</i>	<i>13</i>	<i>63</i>	<i>54</i>

Folgendes Thema wurde vom Lehrer gewählt: (Du kannst auf mehrere Antworten klicken) - Detailfrage (% , Beschreibung - S. 72)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kiffen	21.7	25.6	18.8	30.8	22.2	18.5
Rauchen	36.1	28.2	35.0	61.5	41.3	22.2
Liebe & Sex	42.8	43.6	47.5	30.8	49.2	42.6
Stress	10.2	17.9	6.3	0.0	11.1	9.3
Selbstvertrauen	9.0	7.7	6.3	15.4	3.2	9.3
Infos über Internet	4.2	10.3	3.8	0.0	7.9	3.7
Tests	7.2	12.8	7.5	7.7	1.6	16.7
Weiss noch nicht	3.6	7.7	3.8	0.0	3.2	7.4
Andere Themen	3.0	2.6	3.8	0.0	3.2	3.7
<i>Summe</i>	<i>138.0</i>	<i>156.4</i>	<i>132.5</i>	<i>146.2</i>	<i>142.9</i>	<i>133.3</i>

¹⁴ 166 Schüler haben mitgeteilt, welches Thema von der Lehrperson gewählt wurde. Aber nur 157 Schüler haben angegeben, dass mindestens ein Thema von der Lehrperson gewählt wurde. Der Grund für diese Diskrepanz ist, dass einige Schüler direkt zur Detailfrage gesprungen sind ohne die Filterfrage zu beantworten. D.h. sie haben direkt die Detailfrage beantwortet, welches Thema von der Lehrperson gewählt wurde, ohne die Filterfrage zu beantworten, ob die Lehrperson überhaupt ein Thema gewählt hat.

Folgendes Thema wurde vom Lehrer gewählt: (Offene Antworten)

Antworten wurden unkorrigiert von der Datenbank übernommen

Themen, die vom Lehrer gewählt wurden wie viele jugendliche rauchen, spielsucht, rauchen, Geometrie, epilepsi, eignungstest (6), ecstasy, alkohol, Drogen (4), Cannabis, Alles über Verhütung (2), Alkohol (4), Aids (3)

Zusatzbeitrag: Unterschiede zwischen den Interessen der Jugendlichen und den Themen, die von Lehrpersonen gewählt wurden. Vergleich zwischen Nr. 13 (Umfrage 10) und Nr. 15 (Umfrage 11) - L = Lehrpersonen; J = Jugendliche. Diese Fragen wurden nicht von Lehrpersonen beantwortet, sondern von den feelok-Besuchern/innen (% , Beschreibung - S.74)

	Alle		10 -14 J.		15 -19 J.		Frauen		Männer	
	L	J	L	J	L	J	L	J	L	J
Kiffen	21.7	28.6	25.6	30.9	18.8	31.4	22.2	28.0	18.5	38.9
Rauchen	36.1	29.2	28.2	36.8	35.0	25.8	41.3	27.3	22.2	33.3
Liebe & Sex	42.8	50.0	43.6	50.0	47.5	65.4	49.2	58.7	42.6	66.7
Stress	10.2	23.2	17.9	17.6	6.3	28.9	11.1	28.7	9.3	19.4
Selbstvertrauen	9.0	26.8	7.7	32.4	6.3	34.6	3.2	38.0	9.3	25.0
Infos über Internet	4.2	6.8	10.3	5.9	3.8	8.8	7.9	6.0	3.7	12.5

Hast du von deinem Lehrer eine konkrete Aufgabe bekommen, wie du feelok verwenden musst? - Filterfrage (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Ich besuche feelok unabhängig von der Schule	114	25	57	19	49	29
Ich besuche feelok im Rahmen der Schule	152	33	82	6	60	53
Summe	266	58	139	25	109	82

Hast du von deinem Lehrer eine konkrete Aufgabe bekommen, wie du feelok verwenden musst? - Filterfrage (% , Beschreibung - S.71)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Ich besuche feelok unabhängig von der Schule	42.9	43.1	41.0	76.0	45.0	35.4
Ich besuche feelok im Rahmen der Schule	57.1	56.9	59.0	24.0	55.0	64.6
Summe	100	100	100	100	100	100

Ich besuche feelok im Rahmen der Schule und... - Detailfrage (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
habe keine konkrete Aufgabe bekommen	70	14	42	3	32	24
ich muss die Fragen des Arbeitsblattes von feelok beantworten	27	6	14	0	12	8
ich muss die Inhalte von feelok mit anderen bearbeiten (Gruppenarbeit)	14	2	7	0	3	4
ich habe eine andere Aufgabe zu erledigen	8	1	4	1	2	3
Weiss noch nicht	15	3	9	2	6	6
Keine Antwort	31	10	10	0	10	10
<i>Summe</i>	<i>165</i>	<i>36</i>	<i>86</i>	<i>6</i>	<i>65</i>	<i>55</i>

Ich besuche feelok im Rahmen der Schule und... - Detailfrage (% , Beschreibung - S.75)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
habe keine konkrete Aufgabe bekommen	42.4	38.9	48.8	50.0	49.2	43.6
ich muss die Fragen des Arbeitsblattes von feelok beantworten	16.4	16.7	16.3	0.0	18.5	14.5
ich muss die Inhalte von feelok mit anderen bearbeiten (Gruppenarbeit)	8.5	5.6	8.1	0.0	4.6	7.3
ich habe eine andere Aufgabe zu erledigen	4.8	2.8	4.7	16.7	3.1	5.5
Weiss noch nicht	9.1	8.3	10.5	33.3	9.2	10.9
Keine Antwort	18.8	27.8	11.6	0.0	15.4	18.2
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Ich habe eine andere Aufgabe zu erledigen (Offene Antworten)

Antworten wurden unkorrigiert von der Datenbank übernommen

Andere Aufgabe: Wo wird Aids am meisten ausgelöst?, wie viele Jugendliche rauchen, Ursachen ,Schädigung von rauchen, uns wurde geraten das wir uns auf dieser seite informieren können, über Rauchen, referat, prävention, ich muss zu antworten zu den Fragen finden die uns der Lehrer gestellt hat, einfach mal die seite ansehen, eine Halbjahresarbeit zu dem Thema Stress verfassen, diese seite wurde von meinem lehrer empfohlen, die wirkungen von Cannabis rauszufinden, Bin hier freiwillig, berufseignungstest

Umfrage 12: Wie schätzt du deine Gesundheit ein, wo lebst du, mit wie vielen Freunden kannst du über deine Probleme sprechen und rauchst du?

Details

Periode:	15. März bis 2. April
Themen:	Wahrnehmung der eigenen Gesundheit, soziale Aspekte (Wohnsituation, Freundschaften), Rauchverhalten
Items gehören zu den Fragestellungen:	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsbezogene Themen (Fokus: Programme von feelok - Version 2) (Fragestellung 7, Item Nr. 17, Nr. 19 und Nr. 20) • SES der Besucher/innen (Fragestellung 2, Item Nr. 18)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 660 (14.2%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
17	Wie schätzt du deine Gesundheit im Allgemeinen ein?	ausgezeichnet sehr gut gut mittelmässig schlecht	-
18	Wo lebst du während der Woche (Mo bis Fr)?	Bei meinen Eltern - Bei einem Elternteil - In einer Pflegefamilie - Bei Verwandten - In einer Wohngemeinschaft - Allein - Keine Antwort trifft zu	-
19	Mit wie vielen vertrauten Freunden/innen kannst du über deine Probleme und Schwierigkeiten sprechen?	<ul style="list-style-type: none"> • Mit Niemandem • Mit ___ Freund(en/innen) (Anzahl angeben) 	Wenn Nr.19 (Anzahl Freunde) <0 oder >30 (-24)
20	Rauchst du?	<ul style="list-style-type: none"> • Nein • Ja, weniger als 1 Zigarette pro Woche • Ja, mindestens ein Mal pro Woche, aber nicht jeden Tag • Ja, im Durchschnitt ___ Zigaretten pro Tag 	Wenn Nr.20 (Anzahl gerauchter Zigaretten) >40 (-16)

Zahlen

Wie schätzt du deine Gesundheit im Allgemeinen ein? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
schlecht	6	2	2	1	3	1
mittelmässig	55	12	36	5	34	13
gut	189	49	103	34	97	49
sehr gut	218	73	108	31	108	67
ausgezeichnet	92	43	40	9	34	44
Keine Antwort	6	2	2	1	1	3
<i>Summe</i>	<i>566</i>	<i>181</i>	<i>291</i>	<i>81</i>	<i>277</i>	<i>177</i>

Wie schätzt du deine Gesundheit im Allgemeinen ein? (% , Beschreibung - S.77)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
schlecht	1.1	1.1	0.7	1.2	1.1	0.6	6	6
mittelmässig	9.7	6.6	12.4	6.2	12.3	7.3		
gut	33.4	27.1	35.4	42.0	35.0	27.7	43	35
sehr gut	38.5	40.3	37.1	38.3	39.0	37.9	42	39
ausgezeichnet	16.3	23.8	13.7	11.1	12.3	24.9	8	20
Keine Antwort	1.1	1.1	0.7	1.2	0.4	1.7	1	1
<i>Summe</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	-	-

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 51, Abbildung 3.3-1, F1). Befragte Gruppe: 16-20 Jahre alt. Der Bericht fasst die Werte für die Antwort „schlecht“ und „mittelmässig“ zusammen. Die Werte wurden abgerundet.

Wo lebst du während der Woche (Mo bis Fr)? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Bei meinen Eltern	405	155	223	20	219	142
Bei einem Elternteil	71	20	46	4	40	26
In einer Pflegefamilie	1	0	1	0	1	0
Bei Verwandten	2	0	0	2	0	0
In einer Wohngemeinschaft	16	1	3	10	4	0
Allein	31	1	5	24	5	1
Keine Antwort trifft zu	33	3	10	19	7	5
Keine Antwort	7	1	3	2	1	3
<i>Summe</i>	<i>566</i>	<i>181</i>	<i>291</i>	<i>81</i>	<i>277</i>	<i>177</i>

Wo lebst du während der Woche (Mo bis Fr)? (% , Beschreibung - S.51)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	
Bei meinen Eltern	71.6	85.6	76.6	24.7	79.1	80.2	66-72
Bei einem Elternteil	12.5	11.0	15.8	4.9	14.4	14.7	15-17
In einer Pflegefamilie	0.2	0.0	0.3	0.0	0.4	0.0	-
Bei Verwandten	0.4	0.0	0.0	2.5	0.0	0.0	-
In einer Wohngemeinschaft	2.8	0.6	1.0	12.3	1.4	0.0	-
Allein	5.5	0.6	1.7	29.6	1.8	0.6	1-2
Keine Antwort trifft zu	5.8	1.7	3.4	23.5	2.5	2.8	-
Keine Antwort	1.2	0.6	1.0	2.5	0.4	1.7	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 40, Abbildung 3.2-1, F19). Befragte Gruppe: 16-20 Jahre alt. Die Unterschiede zwischen den Mädchen und den Jungen, unabhängig ob sie die Mittelschule der Stufe II besuchen oder die Lehre absolvieren, sind sehr klein. Deswegen werden jeweils der grösste und der kleinste Wert pro Antwort angegeben. Es werden von der Smash-Studie nur die Antworten gezeigt, die auch mit der feelok-Umfrage erhoben wurden. Die Werte wurden abgerundet.

Mit wie vielen vertrauten Freunden/innen kannst du über deine Probleme und Schwierigkeiten sprechen? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Keine Freunde	43	14	23	3	13	22
1	56	23	27	6	35	15
2	99	23	56	17	55	22
3	103	32	51	20	53	27
4	71	20	40	9	39	18
5	88	34	35	16	37	29
6	31	6	21	3	20	7
7	10	3	6	1	7	2
8	9	1	6	2	4	3
9	4	2	2	0	1	3
10	26	9	12	4	7	13
12	6	4	2	0	2	2
15	2	0	2	0	0	1
20	5	1	4	0	1	4
26	1	0	1	0	0	1
30	4	3	1	0	2	1
Keine Antwort	8	6	2	0	1	7
<i>Summe</i>	<i>566</i>	<i>181</i>	<i>291</i>	<i>81</i>	<i>277</i>	<i>177</i>

Mit wie vielen vertrauten Freunden/innen kannst du über deine Probleme und Schwierigkeiten sprechen? (Durchschnitt, Median und Standardabweichung)

	Alterskategorien				Geschlecht	
	Alle	10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Durchschnitt	4.05	4.26	4.05	3.67	3.73	4.52
Median	3	3	3	3	3	3
Standardabweichung	3.85	4.52	3.81	2.22	3.32	4.65

Mit wie vielen vertrauten Freunden/innen kannst du über deine Probleme und Schwierigkeiten sprechen? (% , Beschreibung - S. 78)

	Alterskategorien				Geschlecht	
	Alle	10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Keine Freunde	7.6	7.7	7.9	3.7	4.7	12.4
1	9.9	12.7	9.3	7.4	12.6	8.5
2	17.5	12.7	19.2	21.0	19.9	12.4
3	18.2	17.7	17.5	24.7	19.1	15.3
4	12.5	11.0	13.7	11.1	14.1	10.2
5	15.5	18.8	12.0	19.8	13.4	16.4
6	5.5	3.3	7.2	3.7	7.2	4.0
7	1.8	1.7	2.1	1.2	2.5	1.1
8	1.6	0.6	2.1	2.5	1.4	1.7
9	0.7	1.1	0.7	0.0	0.4	1.7
10	4.6	5.0	4.1	4.9	2.5	7.3
12	1.1	2.2	0.7	0.0	0.7	1.1
15	0.4	0.0	0.7	0.0	0.0	0.6
20	0.9	0.6	1.4	0.0	0.4	2.3
26	0.2	0.0	0.3	0.0	0.0	0.6
30	0.7	1.7	0.3	0.0	0.7	0.6
Keine Antwort	1.4	3.3	0.7	0.0	0.4	4.0
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Rauchst du? (N)

	Alterskategorien				Geschlecht	
	Alle	10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	417	158	198	52	204	139
Ja, weniger als 1 Zigarette pro Woche	22	6	15	1	15	6
Ja, mindestens ein Mal pro Woche, aber nicht jeden Tag	20	5	14	1	11	8
Ja, jeden Tag	85	10	48	24	33	21
Keine Antwort	22	2	16	3	14	3
<i>Summe</i>	<i>566</i>	<i>181</i>	<i>291</i>	<i>81</i>	<i>277</i>	<i>177</i>

Rauchst du? (% , Beschreibung - S.79)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nein	73.7	87.3	68.0	64.2	73.6	78.5	-	-
Ja, < 1 Zigarette pro Woche	3.9	3.3	5.2	1.2	5.4	3.4	-	-
Ja, mindestens ein Mal pro Woche, aber nicht jeden Tag	3.5	2.8	4.8	1.2	4.0	4.5	-	-
Ja, jeden Tag	15.0	5.5	16.5	29.6	11.9	11.9	17-29	18-25
Keine Antwort	3.9	1.1	5.5	3.7	5.1	1.7	-	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	-	-

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 90, Abbildung 3.4-8, F75). Es werden nur die Daten der 16-Jährigen gezeigt. Die Daten von den Mädchen und von den Knaben, die eine Lehre und denjenigen, die die Mittelschule der Stufe II besuchen, wurden getrennt untersucht. Die Tabelle widerspiegelt die unterschiedlichen Ergebnisse (es gibt mehr rauchende Jugendliche unter denjenigen, die eine Lehre absolvieren als denjenigen die die Mittelschule der Stufe II besuchen. Zudem nimmt die Anzahl rauchender Jugendlichen mit dem Alter fast kontinuierlich zu). Die Werte wurden abgerundet.

Nur für jene, die jeden Tag rauchen: wie viele Zigaretten jeden Tag? (N)

Anzahl Zigaretten	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
1	1	-	1	-	1	-
2	1	1	-	-	1	-
3	6	-	5	1	3	2
4	8	3	5	-	5	3
5	5	-	3	2	3	-
6	6	1	5	-	4	1
7	3	-	3	-	2	1
8	3	1	2	-	1	2
9	1	-	1	-	1	-
10	14	2	9	3	5	4
13	2	1	1	-	-	2
14	1	-	1	-	1	-
15	10	1	5	3	4	2
16	1	-	-	-	-	-
18	3	-	2	1	1	1
20	14	-	3	11	1	2
24	1	-	-	-	-	-
30	2	-	1	1	-	1
40	3	-	1	2	-	-
<i>Summe</i>	<i>85</i>	<i>10</i>	<i>48</i>	<i>24</i>	<i>33</i>	<i>21</i>

Nur für jene, die jeden Tag rauchen: wie viele Zigaretten jeden Tag? (Durchschnitt, Median, Standardabweichung)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Durchschnitt	12.38	7.6	10.1	18.17	8	11
Median	10	7	8.5	20	6	10
Standardabweichung	8.53	4.33	7.4	9.18	4.95	6.89

Nur für jene, die jeden Tag rauchen: wie viele Zigaretten jeden Tag? (% , gruppierte Werte, Beschreibung - S.79)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
1-9 Zigaretten	40.0	60.0	52.1	12.5	63.6	42.9
10-19 Zigaretten	36.5	40.0	37.5	29.2	33.3	42.9
20-29 Zigaretten	17.6	0.0	6.3	45.8	3.0	9.5
Mehr als 30 Zigaretten	5.9	0.0	4.2	12.5	0.0	4.8
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Umfrage 13: Willst du mit dem Rauchen aufhören? Glaubst du, dass du in Zukunft rauchen wirst? Kiffst du? Treibest du ausserhalb der Schule Sport und wie gehst du normalerweise zur Schule oder zur Arbeit? Welche Themen von feelok interessieren dich?

Details

Periode:	2. April bis 18. April
Themen:	Rauchverhalten, Kiffverhalten, Sportverhalten, Interesse an den Themen von feelok
Items gehören zu den Fragestellungen:	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsbezogene Themen (Fokus: Programme von feelok - Version 2) (Fragestellung 7, Item Nr. 21-23) • Bedarfsanalyse für neue Themen (Fragestellung 8, Item Nr. 24-25) • Interessen der feelok-Besucher/innen (Fragestellung 5, Item Nr. 26)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 710 (14.2%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
21	Falls du Zigaretten rauchst: Willst du mit dem Rauchen aufhören?	Nein Vielleicht in Zukunft Ja, in den nächsten 6 Monaten Ja, in den nächsten 30 Tagen	Falls Nr.21 und Nr.22 beantwortet wurden, weil man nicht gleichzeitig Raucher und Nichtraucher sein kann (-101)
22	Falls du keine Zigaretten rauchst: Glaubst du, dass du in Zukunft rauchen wirst?	Nein Ja, aber nur einmal um zu probieren Ja, aber nur gelegentlich Ja, und vermutlich regelmässig	-
23	Kiffst du? (Cannabis, Joint, Shit, Gras, Marihuana, Haschisch)	Nie Weniger als 1 Mal pro Monat Einmal pro Monat Mehrmals pro Monat Mindestens einmal pro Woche Mehrmals pro Woche Mindestens 1 Mal pro Tag	-
24	Treibest du ausserhalb der Schule Sport?	jeden Tag (oder fast) 2-3 Mal pro Woche ungefähr 1 Mal pro Woche weniger als 1 Mal pro Woche nie	-

25	Wie gehst du normalerweise zur Schule oder zur Arbeit?	Fuss - Velo/Fahrrad - öffentliche Verkehrsmittel - Auto - Mofa/Töffli/Motorrad - In-line Skaten oder ähnliches	-
26	Welche Themen von feelok interessieren dich? (Du kannst auf mehrere Antworten klicken)	Kiffen - Rauchen - Sex - Stress - Selbstvertrauen - Infos über Internet - Spiele - Videos - Diskussionsforen	-

Graphische Darstellung der Fragen

b+g Netzwerk Schweiz (BAG) Institut für Sozial- und Präventivmedizin - Uni ZH
 Styria vitalis Krebsliga ZH
 Anschub.de Tabakpräventionsfond
 Suchtprävention Mittelschulen & Berufsbildung ZH

Die Umfrage 2.1

Dein Alter:

Geschlecht: Frau Mann

Falls du Zigaretten rauchst: Willst du mit dem Rauchen aufhören?

Falls du keine Zigaretten rauchst: Glaubst du, dass du in Zukunft rauchen wirst?

Kiffst du? (Cannabis, Joint, Shit, Gras, Marihuana, Haschisch)

Treibst du ausserhalb der Schule Sport?

Wie gehst du normalerweise zur Schule oder zur Arbeit?

Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich? (Du kannst auf mehrere Antworten klicken)

Kiffen Stress Spiele
 Rauchen Selbstvertrauen Videos
 Liebe & Sex Infos über Internet Diskussionsforen

Stimmen deine Antworten? Ja Nein

Zahlen

Falls du Zigaretten rauchst: Willst du mit dem Rauchen aufhören? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	57	21	27	5	29	19
Vielleicht in Zukunft	62	17	34	9	24	27
Ja, in den nächsten 6 Monaten	15	2	4	7	5	1
Ja, in den nächsten 30 Tagen	19	3	8	3	6	5
<i>Summe</i>	<i>153</i>	<i>43</i>	<i>73</i>	<i>24</i>	<i>64</i>	<i>52</i>

Falls du Zigaretten rauchst: Willst du mit dem Rauchen aufhören? (% , Beschreibung - S.79)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	37.3	48.8	37.0	20.8	45.3	36.5
Vielleicht in Zukunft	40.5	39.5	46.6	37.5	37.5	51.9
Ja, in den nächsten 6 Monaten	9.8	4.7	5.5	29.2	7.8	1.9
Ja, in den nächsten 30 Tagen	12.4	7.0	11.0	12.5	9.4	9.6
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Falls du keine Zigaretten rauchst: Glaubst du, dass du in Zukunft rauchen wirst? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	280	103	135	26	143	89
Ja, nur einmal um zu probieren	35	19	12	2	14	16
Ja, nur gelegentlich	43	11	24	5	22	13
Ja, und vermutlich regelmässig	3	3	0	0	3	0
<i>Summe</i>	<i>361</i>	<i>136</i>	<i>171</i>	<i>33</i>	<i>182</i>	<i>118</i>

Falls du keine Zigaretten rauchst: Glaubst du, dass du in Zukunft rauchen wirst? (% , Beschreibung - S.79)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	77.6	75.7	78.9	78.8	78.6	75.4
Ja, nur einmal um zu probieren	9.7	14.0	7.0	6.1	7.7	13.6
Ja, nur gelegentlich	11.9	8.1	14.0	15.2	12.1	11.0
Ja, und vermutlich regelmässig	0.8	2.2	0.0	0.0	1.6	0.0
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Kiffst du? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	381	134	178	36	185	120
Weniger als 1 Mal pro Monat	45	9	26	8	17	18
Einmal pro Monat	16	11	4	1	9	6
Mehrmals pro Monat	22	2	18	1	6	14
Mehrmals pro Woche	15	5	7	2	6	6
Mindestens 1 Mal pro Tag	33	13	7	7	11	9
Keine Antwort	33	11	11	5	17	4
<i>Summe</i>	<i>545</i>	<i>185</i>	<i>251</i>	<i>60</i>	<i>251</i>	<i>177</i>

Kiffst du? (% , Beschreibung - S.82)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	69.9	72.4	70.9	60.0	73.7	67.8	72	58
Weniger als 1 Mal pro Monat	8.3	4.9	10.4	13.3	6.8	10.2	-	-
Einmal pro Monat	2.9	5.9	1.6	1.7	3.6	3.4	-	-
Mehrmals pro Monat	4.0	1.1	7.2	1.7	2.4	7.9	-	-
Mehrmals pro Woche	2.8	2.7	2.8	3.3	2.4	3.4	-	-
Mindestens 1 Mal pro Tag	6.1	7.0	2.8	11.7	4.4	5.1	4	13
Keine Antwort	6.1	5.9	4.4	8.3	6.8	2.3	-	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 102, Abbildung 3.4-19, F81). Es werden nur die Daten der 16- bis 20-Jährigen gezeigt, die angegeben haben, in den vergangenen 30 Tagen unterschiedlich häufig (oder auch nicht), Cannabis konsumiert zu haben. Es werden die Befunde der Smash-Studie wiedergegeben, falls die Items dieser Studie mit denjenigen der feelok-Umfrage vergleichbar sind.

Die Werte wurden abgerundet.

Treibst du ausserhalb der Schule Sport? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Jeden Tag (oder fast)	116	45	61	0	49	56
2-3 Mal pro Woche	173	56	84	21	76	61
ungefähr 1 Mal pro Woche	105	31	50	15	57	23
weniger als 1 Mal pro Woche	67	26	27	10	34	17
nie	69	24	25	9	32	17
Keine Antwort	15	3	4	5	3	3
<i>Summe</i>	<i>545</i>	<i>185</i>	<i>251</i>	<i>60</i>	<i>251</i>	<i>177</i>

Treibst du ausserhalb der Schule Sport? (% , Beschreibung - S. 94)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Jeden Tag (oder fast)	21.3	24.3	24.3	0.0	19.5	31.6	10	19
2-3 Mal pro Woche	31.7	30.3	33.5	35.0	30.3	34.5	30	40
ungefähr 1 Mal pro Woche	19.3	16.8	19.9	25.0	22.7	13.0	29	19
weniger als 1 Mal pro Woche	12.3	14.1	10.8	16.7	13.5	9.6	30	20
nie	12.7	13.0	10.0	15.0	12.7	9.6		
Keine Antwort	2.8	1.6	1.6	8.3	1.2	1.7	-	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 85, Abbildung 3.4-3, F4). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Es werden nur die Befunde der Smash-Studie wiedergegeben, deren Items mit denjenigen der feelok-Umfrage vergleichbar sind. In der Smash-Studie fehlen die Antworten „weniger als 1 Mal pro Woche“ und „nie“. Stattdessen wird die Antwort „nein“ verwendet. Die Werte wurden abgerundet.

Wie gehst du normalerweise zur Schule oder zur Arbeit? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Fuss	134	66	52	6	69	48
Velo/Fahrrad	102	42	50	4	55	35
öffentliche Verkehrsmittel	190	44	107	23	89	60
Auto	57	13	19	18	21	11
Mofa/Töffli/Motorrad	28	7	15	2	8	14
In-line Skaten oder ähnliches	14	7	3	2	3	5
Keine Antwort	20	6	5	5	6	4
<i>Summe</i>	<i>545</i>	<i>185</i>	<i>251</i>	<i>60</i>	<i>251</i>	<i>177</i>

Wie gehst du normalerweise zur Schule oder zur Arbeit? (% , Beschreibung - S. 94)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Fuss	24.6	35.7	20.7	10.0	27.5	27.1
Velo/Fahrrad	18.7	22.7	19.9	6.7	21.9	19.8
öffentliche Verkehrsmittel	34.9	23.8	42.6	38.3	35.5	33.9
Auto	10.5	7.0	7.6	30.0	8.4	6.2
Mofa/Töffli/Motorrad	5.1	3.8	6.0	3.3	3.2	7.9
In-line Skaten oder ähnliches	2.6	3.8	1.2	3.3	1.2	2.8
Keine Antwort	3.7	3.2	2.0	8.3	2.4	2.3
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich?
(Du kannst auf mehrere Themen klicken) (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kiffen	179	59	86	18	78	66
Rauchen	181	66	81	20	90	57
Liebe & Sex	336	102	178	32	155	118
Stress	188	49	103	22	98	50
Selbstvertrauen	242	73	130	26	140	57
Infos über Internet	58	24	22	8	29	16
Spiele	185	87	73	13	77	80
Videos	141	67	57	10	56	66
Diskussionsforen	78	29	37	10	41	24
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>545</i>	<i>185</i>	<i>251</i>	<i>60</i>	<i>251</i>	<i>177</i>

*Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich?
(Du kannst auf mehrere Themen klicken) (%)*

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kiffen	32.8	31.9	34.3	30.0	31.1	37.3
Rauchen	33.2	35.7	32.3	33.3	35.9	32.2
Liebe & Sex	61.7	55.1	70.9	53.3	61.8	66.7
Stress	34.5	26.5	41.0	36.7	39.0	28.2
Selbstvertrauen	44.4	39.5	51.8	43.3	55.8	32.2
Infos über Internet	10.6	13.0	8.8	13.3	11.6	9.0
Spiele	33.9	47.0	29.1	21.7	30.7	45.2
Videos	25.9	36.2	22.7	16.7	22.3	37.3
Diskussionsforen	14.3	15.7	14.7	16.7	16.3	13.6
<i>Summe</i>	<i>291.4</i>	<i>300.5</i>	<i>305.6</i>	<i>265.0</i>	<i>304.4</i>	<i>301.7</i>

*Zusatzbeitrag: Vergleich der Antworten zur gleichen Frage, die in zwei Umfragen gestellt wurde
(Umfrage 10, Nr. 13 und Umfrage 13, Nr. 26). U.10 = Umfrage 10 (N=336); U.13 = Umfrage 13
(N=545) (% , Beschreibung - S.31)*

	Alle		10 -14 J.		15 -19 J.		Frauen		Männer	
	U.10	U.13	U.10	U.13	U.10	U.13	U.10	U.13	U.10	U.13
Kiffen	28.6	32.8	30.9	31.9	31.4	34.3	28.0	31.1	38.9	37.3
Rauchen	29.2	33.2	36.8	35.7	25.8	32.3	27.3	35.9	33.3	32.2
Liebe & Sex	50.0	61.7	50.0	55.1	65.4	70.9	58.7	61.8	66.7	66.7
Stress	23.2	34.5	17.6	26.5	28.9	41.0	28.7	39.0	19.4	28.2
Selbstvertrauen	26.8	44.4	32.4	39.5	34.6	51.8	38.0	55.8	25.0	32.2
Infos über Internet	6.8	10.6	5.9	13.0	8.8	8.8	6.0	11.6	12.5	9.0
Spiele	21.4	33.9	42.6	47.0	18.9	29.1	21.3	30.7	33.3	45.2
Videos	17.0	25.9	23.5	36.2	17.0	22.7	15.3	22.3	27.8	37.3
Diskussionsforen	7.4	14.3	11.8	15.7	8.2	14.7	10.7	16.3	5.6	13.6

*Zusatzbeitrag: Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich? Die Werte der
Umfrage 10, Nr. 13 und Umfrage 13, Nr. 26 wurden aufsummiert (N)*

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kiffen	275	80	136	37	120	94
Rauchen	279	91	122	38	131	81
Liebe & Sex	504	136	282	48	243	166
Stress	266	61	149	30	141	64
Selbstvertrauen	332	95	185	37	197	75
Infos über Internet	81	28	36	12	38	25
Spiele	257	116	103	19	109	104
Videos	198	83	84	20	79	86
Diskussionsforen	103	37	50	12	57	28
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>881</i>	<i>253</i>	<i>410</i>	<i>97</i>	<i>401</i>	<i>249</i>

Zusatzbeitrag: Welche Themen bzw. Angebote von feelok interessieren dich? Die Werte der Umfrage 10, Nr. 13 und Umfrage 13, Nr. 26 wurden aufsummiert (% , Beschreibung - S.69)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kiffen	31.2	31.6	33.2	38.1	29.9	37.8
Rauchen	31.7	36.0	29.8	39.2	32.7	32.5
Liebe & Sex	57.2	53.8	68.8	49.5	60.6	66.7
Stress	30.2	24.1	36.3	30.9	35.2	25.7
Selbstvertrauen	37.7	37.5	45.1	38.1	49.1	30.1
Infos über Internet	9.2	11.1	8.8	12.4	9.5	10.0
Spiele	29.2	45.8	25.1	19.6	27.2	41.8
Videos	22.5	32.8	20.5	20.6	19.7	34.5
Diskussionsforen	11.7	14.6	12.2	12.4	14.2	11.2
<i>Summe</i>	<i>260.5</i>	<i>287.4</i>	<i>279.8</i>	<i>260.8</i>	<i>278.1</i>	<i>290.4</i>

Umfrage 14: Willst du mit dem Kiffen aufhören oder glaubst du, dass du in Zukunft Cannabis (Joint) rauchen wirst? Leidest du unter Stress, und falls ja: warum? Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall?

Details

Periode:	18. April bis 3. Mai
Themen:	Kiffverhalten, Stress, Unfälle
Items gehören zu den Fragestellungen:	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsbezogene Themen (Fokus: Programme von feelok - Version 2) (Fragestellung 7, Item Nr. 27-30) • Bedarfsanalyse für neue Themen (Fragestellung 8, Item Nr. 31)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 590 (11.8%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
27	Falls du kiffst: Willst du mit dem Kiffen aufhören?	Nein Vielleicht in Zukunft Ja, in den nächsten 6 Monaten Ja, in den nächsten 30 Tagen	Falls Nr.27 und Nr.28 beantwortet wurden, weil man nicht gleichzeitig Kiffer und Nichtkiffer sein kann (-64)
28	Falls du nicht kiffst: Glaubst du, dass du in Zukunft Cannabis (Joint) rauchen wirst?	Nein Ja, nur einmal um zu probieren Ja, nur gelegentlich Ja, und vermutlich regelmässig	-
29	Leidest du unter Stress?	Nie Selten Manchmal Häufig Ständig	-
30	Falls du unter Stress leidest, warum? (Du kannst mehrere Antworten klicken):	Prüfungsstress - Schlechte Noten - Hausaufgaben - Krach mit Freunden - Krach mit Partner/in - Probleme mit Lehrer - Allein sein - Streit mit Familie - Streit zwischen Eltern - Gewalt in Schule - Unbeliebtheit - kein Selbstvertrauen - keine Hilfe - Lehrstellensuche - Wenig Geld - Schönheitsdruck - Gerüchten, die in der Schule herumgehen - Angst Arbeit verlieren - unsichere Zukunft - Angst Schule nicht zu bestehen - Andere	Falls man mindestens 90% der Antworten angeklickt hat (-26)
31	Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall?	Ja Nein	-

Zahlen

Falls du kiffst: Willst du mit dem Kiffen aufhören? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	41	6	20	7	17	9
Vielleicht in Zukunft	33	3	27	2	17	12
Ja, in den nächsten 6 Monaten	1	0	1	0	1	0
Ja, in den nächsten 30 Tagen	5	0	4	0	2	2
<i>Summe</i>	<i>80</i>	<i>9</i>	<i>52</i>	<i>9</i>	<i>37</i>	<i>23</i>

Falls du kiffst: Willst du mit dem Kiffen aufhören? (% , Beschreibung - S.82)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	51.3	66.7	38.5	77.8	45.9	39.1
Vielleicht in Zukunft	41.3	33.3	51.9	22.2	45.9	52.2
Ja, in den nächsten 6 Monaten	1.3	0.0	1.9	0.0	2.7	0.0
Ja, in den nächsten 30 Tagen	6.3	0.0	7.7	0.0	5.4	8.7
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100.0</i>

Falls du nicht kiffst: Glaubst du, dass du in Zukunft Cannabis (Joint) rauchen wirst? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	259	91	141	22	141	86
Ja, nur einmal um zu probieren	51	21	24	2	34	11
Ja, nur gelegentlich	19	6	10	2	10	6
Ja, und vermutlich regelmässig	2	1	0	0	1	0
<i>Summe</i>	<i>331</i>	<i>119</i>	<i>175</i>	<i>26</i>	<i>186</i>	<i>103</i>

Falls du nicht kiffst: Glaubst du, dass du in Zukunft Cannabis (Joint) rauchen wirst? (% , Beschreibung - S.82)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	78.2	76.5	80.6	84.6	75.8	83.5
Ja, nur einmal um zu probieren	15.4	17.6	13.7	7.7	18.3	10.7
Ja, nur gelegentlich	5.7	5.0	5.7	7.7	5.4	5.8
Ja, und vermutlich regelmässig	0.6	0.8	0.0	0.0	0.5	0.0
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Leidest du unter Stress? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	22	9	11	1	10	10
Selten	115	36	64	10	43	54
Manchmal	166	45	100	15	97	46
Häufig	69	22	31	10	44	9
Ständig	27	5	17	1	17	5
Keine Antwort	50	17	20	37	26	9
<i>Summe</i>	<i>449</i>	<i>134</i>	<i>243</i>	<i>74</i>	<i>237</i>	<i>133</i>

Leidest du unter Stress? (% , Beschreibung - S.85)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	4.9	6.7	4.5	1.4	4.2	7.5
Selten	25.6	26.9	26.3	13.5	18.1	40.6
Manchmal	37.0	33.6	41.2	20.3	40.9	34.6
Häufig	15.4	16.4	12.8	13.5	18.6	6.8
Ständig	6.0	3.7	7.0	1.4	7.2	3.8
Keine Antwort	11.1	12.7	8.2	50.0	11.0	6.8
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Falls du unter Stress leidest, warum? (Mehrere Antworten möglich) (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Prüfungsstress	229	75	125	12	135	60
Schlechte Noten	118	33	74	0	74	32
Hausaufgaben	136	54	68	3	89	32
Gewalt in Schule	21	6	7	1	8	5
Keine Hilfe	41	11	18	6	24	5
Schönheitsdruck	73	26	36	2	53	9
Unsichere Zukunft	87	16	44	18	41	19
Gerüchten, die in der Schule herumgehen	35	16	14	0	20	8
Krach mit Freunden	70	23	37	3	51	9
Krach mit Partner/in	37	7	19	9	22	4
Probleme mit Lehrer	57	16	34	0	30	20
Unbeliebtheit	51	20	21	5	30	11
Lehrstellensuche	61	15	35	6	34	15
Angst Arbeit zu verlieren	15	0	6	9	3	3
Angst, Schule nicht zu bestehen	63	13	40	3	38	15
Andere	74	15	49	5	44	20
Allein sein	65	24	24	11	35	13
Streit mit Familie	118	37	68	7	83	20
Streit zwischen Eltern	63	17	39	5	41	15
Wenig Geld	92	19	51	13	42	27
Kein Selbstvertrauen	68	14	41	6	45	10
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>427</i>	<i>125</i>	<i>232</i>	<i>36</i>	<i>227</i>	<i>123</i>

Falls du unter Stress leidest, warum? (Mehrere Antworten möglich) (% , Beschreibung - S. 85)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Prüfungsstress	53.6	60.0	53.9	33.3	59.5	48.8
Schlechte Noten	27.6	26.4	31.9	0.0	32.6	26.0
Hausaufgaben	31.9	43.2	29.3	8.3	39.2	26.0
Gewalt in Schule	4.9	4.8	3.0	2.8	3.5	4.1
Keine Hilfe	9.6	8.8	7.8	16.7	10.6	4.1
Schönheitsdruck	17.1	20.8	15.5	5.6	23.3	7.3
Unsichere Zukunft	20.4	12.8	19.0	50.0	18.1	15.4
Gerüchten, die in der Schule herumgehen	8.2	12.8	6.0	0.0	8.8	6.5
Krach mit Freunden	16.4	18.4	15.9	8.3	22.5	7.3
Krach mit Partner/in	8.7	5.6	8.2	25.0	9.7	3.3
Probleme mit Lehrer	13.3	12.8	14.7	0.0	13.2	16.3
Unbeliebtheit	11.9	16.0	9.1	13.9	13.2	8.9
Lehrstellensuche	14.3	12.0	15.1	16.7	15.0	12.2
Angst Arbeit zu verlieren	3.5	0.0	2.6	25.0	1.3	2.4
Angst, Schule nicht zu bestehen	14.8	10.4	17.2	8.3	16.7	12.2
Andere	17.3	12.0	21.1	13.9	19.4	16.3
Allein sein	15.2	19.2	10.3	30.6	15.4	10.6
Streit mit Familie	27.6	29.6	29.3	19.4	36.6	16.3
Streit zwischen Eltern	14.8	13.6	16.8	13.9	18.1	12.2
Wenig Geld	21.5	15.2	22.0	36.1	18.5	22.0
Kein Selbstvertrauen	15.9	11.2	17.7	16.7	19.8	8.1
<i>Summe</i>	<i>368.6</i>	<i>365.6</i>	<i>366.4</i>	<i>344.4</i>	<i>415.0</i>	<i>286.2</i>

Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	353	111	183	32	184	104
Ja	94	23	60	5	53	29
Keine Antwort	2	0	0	0	0	0
<i>Summe</i>	<i>449</i>	<i>134</i>	<i>243</i>	<i>37</i>	<i>237</i>	<i>133</i>

Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	78.6	82.8	75.3	86.5	77.6	78.2
Ja	20.9	17.2	24.7	13.5	22.4	21.8
Keine Antwort	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Umfrage 15: Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall, nach welchem du behandelt werden musstest und was für einen Unfall? Warst du in den letzten 12 Monaten Opfer eines Diebstahls/ Erpressung/körperlicher Gewalt/von Beleidigungen/ einer Ablehnung?

Details

Periode:	3. Mai bis 14. Mai
Themen:	Unfälle, Opfer eines unangenehmes sozialen Ereignisses
Items gehören zur Fragestellung:	Bedarfsanalyse für neue Themen (Fragestellung 8)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 414 (14.9%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
32	Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall, nach welchem du behandelt werden musstest (durch Krankenschwester, Arzt/in ...)?	Ja Nein	-
33	Falls du einen Unfall hattest: Was für ein Unfall?	Verkehrsunfall <ul style="list-style-type: none"> als Fussgänger als Velofahrer als Beifahrer eines Motorfahrzeuges als Lenker eines Motorfahrzeuges Unfall in der Schule (nicht Sportunfall) Arbeitsunfall Sportunfall Unfall zu Hause Freizeitunfall (nicht beim Sport) Andere: _____	<ul style="list-style-type: none"> Falls Nr.33 (Andere) sinnlose Antworten beinhaltet (-16) Falls 6 oder mehr Unfälle angeklickt wurden (-17)
34	Warst du in den letzten 12 Monaten Opfer <ul style="list-style-type: none"> eines Diebstahls? einer Erpressung? körperlicher Gewalt? von Beleidigungen? einer Ablehnung? 	Nie 1-Mal manchmal oft	-

Zahlen

Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall, nach welchem du behandelt werden musstest (durch Krankenschwester, Arzt/in ...)? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	220	102	95	18	110	85
Ja	102	47	45	9	53	36
Keine Antwort	12	1	6	1	1	6
<i>Summe</i>	<i>334</i>	<i>150</i>	<i>146</i>	<i>28</i>	<i>164</i>	<i>127</i>

Hattest du in den letzten 12 Monaten einen Unfall, nach welchem du behandelt werden musstest (durch Krankenschwester, Arzt/in ...)? (% , Beschreibung - S.99)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nein	65.9	68.0	65.1	64.3	67.1	66.9		
Ja	30.5	31.3	30.8	32.1	32.3	28.3	20-23	29-33
Keine Antwort	3.6	0.7	4.1	3.6	0.6	4.7		
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 134, Abbildung 3.6-1, F24). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Daten von den Mädchen, die eine Lehre und denjenigen, die die Mittelschule der Stufe II besuchen, wurden getrennt untersucht. Die Tabelle widerspiegelt die unterschiedlichen Ergebnisse. Das Gleiche gilt für die Knaben. Die Werte wurden abgerundet.

Falls du einen Unfall hattest: Was für ein Unfall? (Du kannst mehrere Antworten wählen) (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Verkehrsunfall als Fussgänger	5	2	3	0	1	4
... als Velofahrer	8	1	4	2	3	2
... als Beifahrer eines Motorfahrzeuges	3	2	0	1	1	1
... als Lenker eines Motorfahrzeuges	6	0	5	1	2	3
Unfall in der Schule (nicht Sportunfall)	12	6	5	1	5	5
Arbeitsunfall	5	0	3	2	2	1
Sportunfall	59	27	29	2	32	22
Unfall zu Hause	19	11	6	2	5	12
Freizeitunfall (nicht beim Sport)	31	15	14	1	16	13
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>334</i>	<i>150</i>	<i>146</i>	<i>28</i>	<i>163</i>	<i>127</i>

Falls du einen Unfall hattest: Was für ein Unfall? (Du kannst mehrere Antworten wählen) (%),
Beschreibung - S. 99)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Verkehrsunfall								
...als Fussgänger	1.5	1.3	2.1	0.0	0.6	3.1	0.7-1.2	1-1.4
...als Velofahrer	2.4	0.7	2.7	7.1	1.8	1.6	1.1-1.2	2.7-3.3
...als Beifahrer eines Motorfahrzeuges	0.9	1.3	0.0	3.6	0.6	0.8	1-1.7	0.7-1.5
...als Lenker eines Motorfahrzeuges	1.8	0.0	3.4	3.6	1.2	2.4	1.6-2.3	2.3-6.1
Unfall in der Schule (nicht Sportunfall)	3.6	4.0	3.4	3.6	3.1	3.9	-	-
Arbeitsunfall	1.5	0.0	2.1	7.1	1.2	0.8	0.3-4.4	0.3-9
Sportunfall	17.7	18.0	19.9	7.1	19.6	17.3	8.8-16.6	17.6-20.8
Unfall zu Hause	5.7	7.3	4.1	7.1	3.1	9.4	-	-
Freizeitunfall (nicht beim Sport)	9.3	10.0	9.6	3.6	9.8	10.2	-	-
<i>Summe</i>	<i>44.3</i>	<i>42.7</i>	<i>47.3</i>	<i>42.9</i>	<i>41.1</i>	<i>49.6</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 134 und S.135, Abbildung 3.6-1 und Tabelle 3.6-1, F24). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Daten von den Mädchen, die eine Lehre und denjenigen, die die Mittelschule der Stufe II besuchen, wurden getrennt untersucht. Die Tabelle widerspiegelt die unterschiedlichen Ergebnisse. Das Gleiche gilt für die Knaben. Da die Zahlen sehr klein sind, wurden die Werte nicht abgerundet.

Warst du in den letzten 12 Monaten Opfer... eines Diebstahls? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	290	128	129	25	144	109
1-Mal	28	14	11	2	12	13
Manchmal	8	6	2		7	
Oft	8	2	4	1	1	5
<i>Summe</i>	<i>334</i>	<i>150</i>	<i>146</i>	<i>28</i>	<i>164</i>	<i>127</i>

Warst du in den letzten 12 Monaten Opfer... eines Diebstahls? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	86.8	85.3	88.4	89.3	87.8	85.8	87	86
1-Mal	8.4	9.3	7.5	7.1	7.3	10.2	-	-
Manchmal	2.4	4.0	1.4	0.0	4.3	0.0	-	-
Oft	2.4	1.3	2.7	3.6	0.6	3.9	-	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100.0</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 137, Tabelle 3.6-3, F31). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

... einer Erpressung? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	306	142	132	24	152	117
1-Mal	10	5	4	1	7	2
Manchmal	9		6	1	3	3
Oft	9	3	4	2	2	5
<i>Summe</i>	<i>334</i>	<i>150</i>	<i>146</i>	<i>28</i>	<i>164</i>	<i>127</i>

... einer Erpressung? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash %*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	91.6	94.7	90.4	85.7	92.7	92.1	98	97
1-Mal	3.0	3.3	2.7	3.6	4.3	1.6	-	-
Manchmal	2.7	0.0	4.1	3.6	1.8	2.4	-	-
Oft	2.7	2.0	2.7	7.1	1.2	3.9	-	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 137, Tabelle 3.6-3, F31). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

... körperlicher Gewalt? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	278	132	118	23	144	102
1-Mal	21	9	9	1	8	10
Manchmal	19	5	12		11	5
Oft	16	4	7	4	1	10
<i>Summe</i>	<i>334</i>	<i>150</i>	<i>146</i>	<i>28</i>	<i>164</i>	<i>127</i>

... körperlicher Gewalt? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash %	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	83.2	88.0	80.8	82.1	87.8	80.3	94	88
1-Mal	6.3	6.0	6.2	3.6	4.9	7.9	-	-
Manchmal	5.7	3.3	8.2	0.0	6.7	3.9	-	-
Oft	4.8	2.7	4.8	14.3	0.6	7.9	-	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 137, Tabelle 3.6-3, F31). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

... von Beleidigungen? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	163	64	74	20	65	72
1-Mal	28	10	16		18	7
Manchmal	97	54	34	7	61	24
Oft	46	22	22	1	20	24
<i>Summe</i>	<i>334</i>	<i>150</i>	<i>146</i>	<i>28</i>	<i>164</i>	<i>127</i>

... von Beleidigungen? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	48.8	42.7	50.7	71.4	39.6	56.7
1-Mal	8.4	6.7	11.0	0.0	11.0	5.5
Manchmal	29.0	36.0	23.3	25.0	37.2	18.9
Oft	13.8	14.7	15.1	3.6	12.2	18.9
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

... einer Ablehnung? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	262	120	114	21	135	94
1-Mal	32	16	14	2	10	20
Manchmal	24	9	11	1	14	6
Oft	16	5	7	4	5	7
<i>Summe</i>	<i>334</i>	<i>150</i>	<i>146</i>	<i>28</i>	<i>164</i>	<i>127</i>

... einer Ablehnung? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	78.4	80.0	78.1	75.0	82.3	74.0
1-Mal	9.6	10.7	9.6	7.1	6.1	15.7
Manchmal	7.2	6.0	7.5	3.6	8.5	4.7
Oft	4.8	3.3	4.8	14.3	3.0	5.5
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Zusatzbeitrag: Überblick über die verschiedenen Gewaltformen (% , Beschreibung - S.101)

Warst du in den letzten 12 Monaten Opfer...	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
... eines Diebstahls?	13.2	14.7	11.6	10.7	12.2	14.2	12.5	14.3
... einer Erpressung?	8.4	5.3	9.6	14.3	7.3	7.9	1.9	2.5
... körperlicher Gewalt?	16.8	12.0	19.2	17.9	12.2	19.7	6.3	12
... von Beleidigungen?	51.2	57.3	49.3	28.6	60.4	43.3	-	-
... einer Ablehnung?	21.6	20.0	21.9	25.0	17.7	26.0	-	-

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 137, Tabelle 3.6-3, F31). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt, falls vorhanden.

Umfrage 16: Hast du in den letzten 12 Monaten...absichtlich etwas zerstört/gestohlen/ einen Erwachsenen oder Jugendlichen angegriffen/etwas angezündet/ jemandem die Tasche (...) entwendet/ eine Waffe getragen (z.B. Messer, Pistole, Spray)/Drogen verkauft? Für welche Probleme hättest du Hilfe nötig?

Details

Periode:	14. Mai bis 25. Mai
Themen:	Delinquentes Verhalten, benötigte Hilfe
Items gehören zur Fragestellung:	Bedarfsanalyse für neue Themen (Fragestellung 8)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 672 (17.2%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
35	Hast du in den letzten 12 Monaten: <ul style="list-style-type: none"> absichtlich etwas zerstört, das dir nicht gehört (z.B. Telefonkabine, Auto...)? etwas gestohlen oder einfach mitgenommen? einen Erwachsenen angegriffen? einen Jugendlichen angegriffen? etwas angezündet? jemandem die Tasche, das Portemonnaie oder das Handy entrissen oder entwendet? eine Waffe getragen (z.B. Messer, Pistole, Spray)? Drogen verkauft (inkl. Cannabis)? 	nie 1-2 Mal 3 Mal oder mehr	Falls jemand bei mehr als 6 Items die Antwort „3 Mal oder mehr“ gewählt hat (-70)
36	Kannst du angeben, für welche von diesen Problemen du in diesem Moment eine Hilfe für dich nötig hättest? <ul style="list-style-type: none"> Probleme mit der Ernährung Probleme mit der Schule/Arbeit Nervosität/Gespanntheit/Stress Traurigkeit/Deprimiertheit Schlafschwierigkeiten Probleme mit dem Tabakkonsum Probleme mit dem Alkoholkonsum Probleme mit dem Drogenkonsum Probleme mit dem Gefühlsleben Probleme mit der Sexualität oder der Verhütung mit dem Sport verbundene Probleme Schwierigkeiten Freunde/innen zu finden Schwierigkeiten mit den Eltern Schwierigkeiten mit der beruflichen Zukunft 	Ja Nein	Falls jemand immer auf „ja“ geklickt hat (-4)

Zahlen

Hast du in den letzten 12 Monaten ... absichtlich etwas zerstört, das dir nicht gehört (z.B. Telefonkabine, Auto...)? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	438	219	147	26	175	181
1-2 Mal	83	36	35	2	28	41
3 Mal oder mehr	20	8	11	1	5	14
<i>Summe</i>	<i>541</i>	<i>263</i>	<i>193</i>	<i>29</i>	<i>208</i>	<i>236</i>

Hast du in den letzten 12 Monaten ... absichtlich etwas zerstört, das dir nicht gehört (z.B. Telefonkabine, Auto...)? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	81.0	83.3	76.2	89.7	84.1	76.7	95	76
1-2 Mal	15.3	13.7	18.1	6.9	13.5	17.4		
3 Mal oder mehr	3.7	3.0	5.7	3.4	2.4	5.9		
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 148, Tabelle 3.6-8, F33). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

... etwas gestohlen oder einfach mitgenommen? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	420	215	138	24	156	186
1-2 Mal	74	31	35	3	35	31
3 Mal oder mehr	47	17	20	2	17	19
<i>Summe</i>	<i>541</i>	<i>263</i>	<i>193</i>	<i>29</i>	<i>208</i>	<i>236</i>

... etwas gestohlen oder einfach mitgenommen? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	77.6	81.7	71.5	82.8	75.0	78.8	85	73
1-2 Mal	13.7	11.8	18.1	10.3	16.8	13.1		
3 Mal oder mehr	8.7	6.5	10.4	6.9	8.2	8.1		
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 148, Tabelle 3.6-8, F33). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

... einen Erwachsenen angegriffen? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	491	245	166	29	184	215
1-2 Mal	32	9	19	0	16	12
3 Mal oder mehr	18	9	8	0	8	9
<i>Summe</i>	<i>541</i>	<i>263</i>	<i>193</i>	<i>29</i>	<i>208</i>	<i>236</i>

... einen Erwachsenen angegriffen? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	90.8	93.2	86.0	100.0	88.5	91.1	98	90.5
1-2 Mal	5.9	3.4	9.8	0.0	7.7	5.1		
3 Mal oder mehr	3.3	3.4	4.1	0.0	3.8	3.8		
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 148, Tabelle 3.6-8, F33). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

... einen Jugendlichen angegriffen? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	413	208	133	27	152	179
1-2 Mal	79	36	36	1	43	28
3 Mal oder mehr	49	19	24	1	13	29
<i>Summe</i>	<i>541</i>	<i>263</i>	<i>193</i>	<i>29</i>	<i>208</i>	<i>236</i>

... einen Jugendlichen angegriffen? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	76.3	79.1	68.9	93.1	73.1	75.8
1-2 Mal	14.6	13.7	18.7	3.4	20.7	11.9
3 Mal oder mehr	9.1	7.2	12.4	3.4	6.3	12.3
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

... etwas angezündet? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	445	216	153	28	175	183
1-2 Mal	44	21	20	0	12	28
3 Mal oder mehr	52	26	20	1	21	25
<i>Summe</i>	<i>541</i>	<i>263</i>	<i>193</i>	<i>29</i>	<i>208</i>	<i>236</i>

... etwas angezündet? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	82.3	82.1	79.3	96.6	84.1	77.5	99	90
1-2 Mal	8.1	8.0	10.4	0.0	5.8	11.9		
3 Mal oder mehr	9.6	9.9	10.4	3.4	10.1	10.6		
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 148, Tabelle 3.6-8, F33). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

... jemandem die Tasche, das Portemonnaie oder das Handy entrissen oder entwendet? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	517	254	181	29	200	224
1-2 Mal	20	9	9	0	5	12
3 Mal oder mehr	4	0	3	0	3	0
<i>Summe</i>	<i>541</i>	<i>263</i>	<i>193</i>	<i>29</i>	<i>208</i>	<i>236</i>

... jemandem die Tasche, das Portemonnaie oder das Handy entrissen oder entwendet? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	95.6	96.6	93.8	100.0	96.2	94.9	99.5	98
1-2 Mal	3.7	3.4	4.7	0.0	2.4	5.1		
3 Mal oder mehr	0.7	0.0	1.6	0.0	1.4	0.0		
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 148, Tabelle 3.6-8, F33). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

... eine Waffe getragen (z.B. Messer, Pistole, Spray)? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	465	227	159	29	191	185
1-2 Mal	42	19	20	0	8	30
3 Mal oder mehr	34	17	14	0	9	21
<i>Summe</i>	<i>541</i>	<i>263</i>	<i>193</i>	<i>29</i>	<i>208</i>	<i>236</i>

... eine Waffe getragen (z.B. Messer, Pistole, Spray)? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	86.0	86.3	82.4	100.0	91.8	78.4	94	81
1-2 Mal	7.8	7.2	10.4	0.0	3.8	12.7		
3 Mal oder mehr	6.3	6.5	7.3	0.0	4.3	8.9		
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 148, Tabelle 3.6-8, F33). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

... Drogen verkauft (inkl. Cannabis)? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	487	248	162	25	197	202
1-2 Mal	19	5	11	2	7	9
3 Mal oder mehr	35	10	20	2	4	25
Summe	541	263	193	29	208	236

... Drogen verkauft (inkl. Cannabis)? (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nie	90.0	94.3	83.9	86.2	94.7	85.6	93	79
1-2 Mal	3.5	1.9	5.7	6.9	3.4	3.8		
3 Mal oder mehr	6.5	3.8	10.4	6.9	1.9	10.6		
Summe	100	100	100	100	100	100		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 148, Tabelle 3.6-8, F33). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

Zusatzbeitrag: Überblick über die verschiedenen Delikte (% , Beschreibung - S.101)

Hast du in den letzten 12 Monaten..	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
absichtlich etwas zerstört, das dir nicht gehört (z.B. Telefonkabine, Auto...)?	19.0	16.7	23.8	10.3	15.9	23.3	5.0	24.0
etwas gestohlen oder einfach mitgenommen?	22.4	18.3	28.5	17.2	25.0	21.2	15.0	27.0
einen Erwachsenen angegriffen?	9.2	6.8	14.0	0.0	11.5	8.9	2.0	9.5
einen Jugendlichen angegriffen?	23.7	20.9	31.1	6.9	26.9	24.2	-	-
etwas angezündet?	17.7	17.9	20.7	3.4	15.9	22.5	1.0	10.0
jemandem die Tasche, das Portemonnaie oder das Handy entrissen oder entwendet?	4.4	3.4	6.2	0.0	3.8	5.1	0.5	2.0
eine Waffe getragen (z.B. Messer, Pistole, Spray)?	14.0	13.7	17.6	0.0	8.2	21.6	6.0	19.0
Drogen verkauft (inkl. Cannabis)?	10.0	5.7	16.1	13.8	5.3	14.4	7.0	21.0

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 148, Tabelle 3.6-8, 33). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt, falls vorhanden. Die Werte wurden abgerundet

Für welche von diesen Problemen hättest du in diesem Moment eine Hilfe für dich nötig? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Probleme mit der Ernährung	100	35	46	6	53	25
Probleme mit der Schule/Arbeit	139	52	66	8	68	48
Nervosität/Gespanntheit/Stress	138	51	67	10	82	33
Traurigkeit/Deprimiertheit	132	42	64	11	75	28
Schlafschwierigkeiten	95	36	40	6	47	28
Probleme mit dem Tabakkonsum	53	14	25	8	11	25
Probleme mit dem Alkoholkonsum	28	11	12	4	8	14
Probleme mit dem Drogenkonsum	28	8	16	1	8	15
Probleme mit dem Gefühlsleben	102	43	44	6	51	35
Probleme mit der Sexualität oder der Verhütung	46	14	21	7	15	17
mit dem Sport verbundene Probleme	40	14	18	1	21	10
Schwierigkeiten Freunde/innen zu finden	66	27	30	5	28	28
Schwierigkeiten mit den Eltern	113	46	53	3	53	44
Schwierigkeiten mit der beruflichen Zukunft	98	26	54	5	48	29
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>541</i>	<i>263</i>	<i>193</i>	<i>29</i>	<i>208</i>	<i>236</i>

Für welche von diesen Problemen hättest du in diesem Moment eine Hilfe für dich nötig? (%
Beschreibung - S.88)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Ernährung	18.5	13.3	23.8	20.7	25.5	10.6	27	12
Schule/Arbeit	25.7	19.8	34.2	27.6	32.7	20.3	27	23
Stress	25.5	19.4	34.7	34.5	39.4	14.0	48	28.5
Traurigkeit	24.4	16.0	33.2	37.9	36.1	11.9	34	19
Schlaf- Schwierigkeiten	17.6	13.7	20.7	20.7	22.6	11.9	28	14
Tabakkonsum	9.8	5.3	13.0	27.6	5.3	10.6	18	22
Alkoholkonsum	5.2	4.2	6.2	13.8	3.8	5.9	4	10.5
Drogenkonsum	5.2	3.0	8.3	3.4	3.8	6.4	4	10
Gefühlsleben	18.9	16.3	22.8	20.7	24.5	14.8	33	22
Sex/Verhütung	8.5	5.3	10.9	24.1	7.2	7.2	6	7
Sport	7.4	5.3	9.3	3.4	10.1	4.2	9	8
Freunde finden	12.2	10.3	15.5	17.2	13.5	11.9	9	8
Eltern	20.9	17.5	27.5	10.3	25.5	18.6	17	12
Berufliche Zukunft	18.1	9.9	28.0	17.2	23.1	12.3	22.5	17
<i>Summe</i>	<i>217.7</i>	<i>159.3</i>	<i>288.1</i>	<i>279.3</i>	<i>273.1</i>	<i>160.6</i>	-	-

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 53, Abbildung 3.3-3, F45). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

Umfrage 17: Wie gross und schwer bist du? Fühlst du dich zu dünn, gerade richtig oder zu dick? Möchtest du dein Gewicht verändern? Mit wie vielen Partnern/innen hattest du bis jetzt Geschlechtsverkehr?

Details

Periode:	25. Mai bis 3. Juni
Themen:	Gewicht, sexuelles Verhalten
Items gehören zu den Fragestellungen:	<ul style="list-style-type: none"> • SES der Besucher/innen (Fragestellung 2, Item Nr. 37, 38) • Bedarfsanalyse für neue Themen (Fragestellung 8, Item Nr. 39, 40) • Liebe und Sexualität (Fragestellung 9, Item Nr. 41)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 497 (13.9%)
Mitteilung	Die Werte der Frage 37 und 38 werden nicht gezeigt. Stattdessen wird der BMI gezeigt (nach Alter stratifiziert), den man eben mit dem Gewicht und Körpergrösse berechnet

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien (gelöschte Datensätze)
37	Wie gross bist du?	_____ cm	Falls Nr. 37 < 140 oder > 196 (-57)
38	Wie schwer bist du?	_____ Kg	Falls Nr. 38 < 25 oder > 130 (-28)
39	Wie fühlst du dich zurzeit?	Zu dünn etwas dünn gerade richtig etwas zu dick zu dick	-
40	Möchtest du dein Gewicht verändern?	Ich möchte abnehmen Ich möchte zunehmen Nein	-
41	Mit wie vielen Partner/innen hattest du bis jetzt Geschlechtsverkehr?	_____ Partner/innen	Falls Nr. 41 > 50 (-59)

Zahlen

Wie fühlst du dich zurzeit? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Zu dünn	12	3	8	0	2	7
Etwas dünn	42	22	19	1	15	25
Gerade richtig	153	83	57	12	49	84
Etwas zu dick	136	56	64	15	68	46
Zu dick	23	6	16	1	13	9
Keine Antwort	1	1	0	0	0	1
<i>Summe</i>	<i>367</i>	<i>171</i>	<i>164</i>	<i>29</i>	<i>147</i>	<i>172</i>

Wie fühlst du dich zurzeit? (% , Beschreibung - S.94)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Zu dünn	3.3	1.8	4.9	0.0	1.4	4.1	1	3-4
Etwas dünn	11.4	12.9	11.6	3.4	10.2	14.5	4	17
Gerade richtig	41.7	48.5	34.8	41.4	33.3	48.8	40-46	57-62
Etwas zu dick	37.1	32.7	39.0	51.7	46.3	26.7	43-47	17-20
Zu dick	6.3	3.5	9.8	3.4	8.8	5.2	7-8	0-2
Keine Antwort	0.3	0.6	0.0	0.0	0.0	0.6	-	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 64, Abbildung 3.3-9, F56). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Jugendlichen, die eine Lehre absolvieren, haben teilweise andere Werte als diejenigen, die die Mittelschule der Stufe II besuchen. Die Tabelle widerspiegelt diese Unterschiede. Die Werte wurden abgerundet.

Möchtest du dein Gewicht verändern? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Ich möchte abnehmen	162	60	85	16	84	58
Nein	156	88	56	11	52	81
Ich möchte zunehmen	47	22	22	2	11	32
Keine Antwort	2	1	1	0	0	1
<i>Summe</i>	<i>367</i>	<i>171</i>	<i>164</i>	<i>29</i>	<i>147</i>	<i>172</i>

Möchtest du dein Gewicht verändern? (% , Beschreibung - S. , Beschreibung - S.)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie*	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
abnehmen	44.1	35.1	51.8	55.2	57.1	33.7	67-72	24-29
Nein	42.5	51.5	34.1	37.9	35.4	47.1	22-28	48-53
zunehmen	12.8	12.9	13.4	6.9	7.5	18.6	5-6	22-24
Keine Antwort	0.5	0.6	0.6	0.0	0.0	0.6	-	-
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 65, Tabelle 3.3-3, F57). Es werden die Daten der 16- bis 20- Jährigen gezeigt. Die Jugendlichen, die eine Lehre absolvieren, haben teilweise andere Werte als diejenigen, die die Mittelschule der Stufe II besuchen. Die Tabelle widerspiegelt diese Unterschiede. Die Umfrage der Smash-Studie zu diesem Punkt ist differenzierter als diejenige von feelok. Die Smash-Studie verwendet folgende Formulierungen für die Kategorie „abnehmen“ und „zunehmen“: „Möchte abnehmen, ist aber nicht die grösste Sorge“, „Möchte abnehmen und denkt ständig daran“, „Möchte zunehmen, ist aber nicht die grösste Sorge“, „Möchte zunehmen und denkt ständig daran“. Die zwei Werte für „abnehmen“ und diese für „zunehmen“ wurden abgerundet aufsummiert. Alle Werte wurden abgerundet.

Zusatzbeitrag:

Beurteilung des BMI der 13-, 14- und 15-Jährigen aufgrund der von Ihnen angegebenen Körpergrösse und Gewicht. Das Normalgewicht für die 13-Jährigen entspricht einem BMI zwischen 15.4 und 20.5, für die 14-Jährigen einem BMI zwischen 16.1 und 21.1 und für die 15-Jährigen einem BMI zwischen 16.8 und 21.7. Der „cut-of-point“ wurde berechnet aufgrund der Daten folgender Publikation: Prader A., Largo R.H., Molinari L., Issler C.: Physical growth of Swiss childer from birth to 20 years of age (First Zurich Longitudinal Study of Growth and Development). Helvetica Paediatrica Acta, Supplementum 52 (1989). Grenzwerte für das Übergewicht: 90%, für das Untergewicht: 10% (N)

	Alterskategorien		
	13 J.	14 J.	15 J.
Untergewicht	4	1	6
Normalgewicht	60	57	33
Übergewicht	15	18	16
<i>Summe</i>	<i>79</i>	<i>76</i>	<i>55</i>

Zusatzbeitrag:

Beurteilung des BMI der 13-, 14- und 15-Jährigen aufgrund der von Ihnen angegebenen Körpergrösse und Gewicht. (% , Beschreibung - S.55)

	Alterskategorien			Zimmermann MB, et al.*	
	13 J.	14 J.	15 J.	Mädchen	Knaben
Untergewicht	5.1	1.3	10.9	-	-
Normalgewicht	75.9	75.0	60.0	-	-
Übergewicht	19.0	23.7	29.1	19.1	20.3
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Die Daten wurden vom folgenden Artikel übernommen (Zimmermann MB, Gubeli C, Puntener C, Molinari L. (2004). Detection of overweight and obesity in a national sample of 6-12-y-old Swiss children: accuracy and validity of reference values for body mass index from the US Centers for Disease Control and Prevention and the International Obesity Task Force. Am J Clin Nutr. 2004 May;79(5):838-43). Dabei handelt es sich um eine repräsentative Studie mit 2'431 Kindern zwischen 6 und 12 Jahren (www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?cmd=Retrieve&db=pubmed&dopt=Abstract&list_uids=15113723&query_hl=2)

Zusatzbeitrag:

Zusammenhang zwischen dem Bedürfnis das Gewicht zu verändern und dem BMI, nur 13 bis 15 Jährige (N)

	Untergewicht	Normalgewicht	Übergewicht	Summe
Ich möchte abnehmen	2	57	30	89
Nein	7	74	16	97
Ich möchte zunehmen	2	18	2	22

Zusatzbeitrag:

Zusammenhang zwischen dem Bedürfnis das Gewicht zu verändern und dem BMI, nur 13 bis 15 Jährige (% , Beschreibung - S.94)

	Untergewicht	Normalgewicht	Übergewicht
Ich möchte abnehmen	2.2	64.0	33.7
Gewicht nicht ändern	7.2	76.3	16.5
Ich möchte zunehmen	9.1	81.8	9.1

Mit wie vielen Partner/innen hattest du bis jetzt Geschlechtsverkehr? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Kein Sex	201	121	80	-	97	95
1 Partner	40	13	20	7	20	10
2 Partner	26	4	19	3	10	13
3 Partner	16	-	10	5	3	7
4 Partner	10	5	3	2	1	6
5 Partner	11	5	4	2	3	5
6 Partner	6	4	2	-	2	4
7 Partner	3	-	1	2	-	1
8 Partner	5	3	1	1	1	3
9 Partner	2	-	1	1	-	1
10 Partner	9	1	7	1	2	5
11 Partner	1	-	-	1	-	-
12 Partner	7	2	5	-	2	5
14 Partner	3	-	-	2	-	-
15 Partner	2	-	2	-	1	1
16 Partner	1	-	-	1	-	-
17 Partner	1	-	1	-	1	-
20 Partner	4	1	2	1	-	3
30 Partner	2	-	2	-	-	2
35 Partner	1	-	-	-	-	-
42 Partner	1	-	1	-	-	1
50 Partner	1	1	-	-	1	-
Keine Antwort	14	11	3	-	3	10
<i>Summe</i>	<i>367</i>	<i>171</i>	<i>164</i>	<i>29</i>	<i>147</i>	<i>172</i>

Mit wie vielen Partner/innen hattest du bis jetzt Geschlechtsverkehr? (% , Beschreibung - S.105)

	Alterskategorien				Geschlecht		Smash-Studie*	
	Alle	10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Kein Sex	54.8	70.8	48.8	0.0	66.0	55.2	55-75	62-80
1 Partner	10.9	7.6	12.2	24.1	13.6	5.8		
2 Partner	7.1	2.3	11.6	10.3	6.8	7.6		
3 Partner	4.4	0.0	6.1	17.2	2.0	4.1		
4 Partner	2.7	2.9	1.8	6.9	0.7	3.5		
5 Partner	3.0	2.9	2.4	6.9	2.0	2.9		
6 Partner	1.6	2.3	1.2	0.0	1.4	2.3		
7 Partner	0.8	0.0	0.6	6.9	0.0	0.6		
8 Partner	1.4	1.8	0.6	3.4	0.7	1.7		
9 Partner	0.5	0.0	0.6	3.4	0.0	0.6		
10 Partner	2.5	0.6	4.3	3.4	1.4	2.9		
11 Partner	0.3	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0		
12 Partner	1.9	1.2	3.0	0.0	1.4	2.9		
14 Partner	0.8	0.0	0.0	6.9	0.0	0.0		
15 Partner	0.5	0.0	1.2	0.0	0.7	0.6		
16 Partner	0.3	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0		
17 Partner	0.3	0.0	0.6	0.0	0.7	0.0		
20 Partner	1.1	0.6	1.2	3.4	0.0	1.7		
30 Partner	0.5	0.0	1.2	0.0	0.0	1.2		
35 Partner	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
42 Partner	0.3	0.0	0.6	0.0	0.0	0.6		
50 Partner	0.3	0.6	0.0	0.0	0.7	0.0		
Keine Antwort	3.8	6.4	1.8	0.0	2.0	5.8		
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>		

*

Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 125, Abbildung 3.5-1, F65). Es werden nur die Daten der 16-Jährigen gezeigt. Die Jugendlichen, die eine Lehre absolvieren, haben teilweise andere Werte als diejenigen, die die Mittelschule der Stufe II besuchen. Die Tabelle widerspiegelt diese Unterschiede. Die Werte wurden abgerundet.

Mit wie vielen Partner/innen hattest du bis jetzt Geschlechtsverkehr? (Durchschnitt, Median und Standardabweichung)

	Alterskategorien				Geschlecht	
	Alle	10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Durchschnitt	2.57	1.36	2.95	5.59	1.49	2.82
Median	0	0	1	3	0	0
Standardabweichung	5.77	4.73	5.98	5.19	4.95	5.97

Umfrage 18: Ziehst du Comics oder Photos vor? Hast du an Selbstmord gedacht/versucht? Hast du zurzeit einen Partner? Verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ?

Details

Periode:	3. Juni bis 21. Juni
Themen:	Designwünsche, Selbstmord, Liebesbeziehung, Kondombenutzung
Items gehören zu den Fragestellungen:	<ul style="list-style-type: none"> • Beteiligung der Besucher/innen im Design-Entwicklungsprozess von feelok (Fragestellung 10, Item Nr. 42) • Bedarfsanalyse für neue Themen (Fragestellung 8, Item Nr. 43) • Liebe und Sexualität (Fragestellung 9, Item Nr. 44, 45)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 1096 (15.7%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien
42	Die Texte von feelok werden von Bildern begleitet. Bilder können zum Beispiel Comics (=Zeichnungen) oder Photographien sein. Was ziehst du vor?	<ul style="list-style-type: none"> • Comics • Photos • Beide sind ok • Weder Comics noch Photos. 	-
43	In den letzten 12 Monaten... <ul style="list-style-type: none"> • hast du an Selbstmord gedacht? • gab es Momente, in denen du Selbstmord begehen wolltest? • hättest du Selbstmord begangen, wenn sich die Gelegenheit dazu geboten hätte? • hast du darüber nachgedacht, mit welcher Methode du dich hättest umbringen können? • hast du einen Selbstmordversuch gemacht? 	Ja Nein	Falls alle Fragen mit Ja beantwortet wurden (-98). <i>Kommentar:</i> <i>Theoretisch ist denkbar, dass alle Fragen korrekterweise mit einem Ja beantwortet werden; es gibt aber Hinweise, wenn man die Daten analysiert, dass Personen, die alle Fragen mit einem Ja beantwortet haben, mit einer grösseren Wahrscheinlichkeit unehrlich waren.</i>
44	Hast du zurzeit eine Partnerin oder einen Partner?	Nein Ja, ein Partner Ja, eine Partnerin	-
45	Verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ („Pariser“)?	Nie Selten Manchmal Häufig immer	-

Zahlen

Die Texte von feelok werden von Bildern begleitet. Bilder können zum Beispiel Comics (=Zeichnungen) oder Photographien sein. Was ziehst du vor? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Comics	127	29	81	9	29	78
Photos	264	47	159	42	101	101
Beide sind ok	350	58	228	46	144	139
Weder Comics noch Photos	37	9	18	6	14	12
Keine Antwort	63	14	26	7	16	23
<i>Summe</i>	<i>841</i>	<i>157</i>	<i>512</i>	<i>110</i>	<i>304</i>	<i>353</i>

Die Texte von feelok werden von Bildern begleitet. Bilder können zum Beispiel Comics (=Zeichnungen) oder Photographien sein. Was ziehst du vor? (% , Beschreibung - S.112)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Comics	15.1	18.5	15.8	8.2	9.5	22.1
Photos	31.4	29.9	31.1	38.2	33.2	28.6
Beide sind ok	41.6	36.9	44.5	41.8	47.4	39.4
Weder Comics noch Photos	4.4	5.7	3.5	5.5	4.6	3.4
Keine Antwort	7.5	8.9	5.1	6.4	5.3	6.5
<i>Summe</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

In den letzten 12 Monaten... * (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
hast du an Selbstmord gedacht?	305	59	169	41	128	98
gab es Momente, in denen du Selbstmord begehen wolltest?	283	60	153	39	122	87
hättest du Selbstmord begangen, wenn sich die Gelegenheit dazu geboten hätte?	157	35	79	23	60	53
hast du darüber nachgedacht, mit welcher Methode du dich hättest umbringen können?	335	70	189	44	151	105
hast du einen Selbstmordversuch gemacht?	118	26	53	19	37	40
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>952</i>	<i>182</i>	<i>559</i>	<i>126</i>	<i>337</i>	<i>391</i>

*Ohne Ausschlusskriterien der Frage 43

In den letzten 12 Monaten...* (%)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie**	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
hast du an Selbstmord gedacht?	32.0	32.4	30.2	32.5	38.0	25.1	21	15
gab es Momente, in denen du Selbstmord begehen wolltest?	29.7	33.0	27.4	31.0	36.2	22.3	17	10
hättest du Selbstmord begangen, wenn sich die Gelegenheit dazu geboten hätte?	16.5	19.2	14.1	18.3	17.8	13.6	5	3
hast du darüber nachgedacht, mit welcher Methode du dich hättest umbringen können?	35.2	38.5	33.8	34.9	44.8	26.9	22	18
hast du einen Selbstmordversuch gemacht?	12.4	14.3	9.5	15.1	11.0	10.2	3	2
<i>Summe</i>	125.8	137.4	115.0	131.7	147.8	98.0		

*Ohne Ausschlusskriterien der Frage 43

** Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 145, Tabelle 3.6-6, F46, F47). Es werden die Daten der 16- bis 20-Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

Zusatzbeitrag: Anzahl „Ja“ für die Fragengruppe Nr.43 (N und %)

Anzahl „Ja“ für die Fragengruppe Nr.43	N	%
0 Ja	523	55.7
1 Ja	107	11.4
2 Ja	86	9.2
3 Ja	76	8.1
4 Ja	49	5.2
5 Ja	98	10.4
<i>Summe</i>	939	100.0

In den letzten 12 Monaten... * (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
hast du an Selbstmord gedacht?	162	35	127	26	99	62
gab es Momente, in denen du Selbstmord begehen wolltest?	147	36	111	24	93	51
hättest du Selbstmord begangen, wenn sich die Gelegenheit dazu geboten hätte?	48	11	37	8	31	17
hast du darüber nachgedacht, mit welcher Methode du dich hättest umbringen können?	193	46	147	29	122	69
hast du einen Selbstmordversuch gemacht?	13	2	11	4	8	4
<i>Anzahl Beantwortende</i>	<i>669</i>	<i>157</i>	<i>512</i>	<i>110</i>	<i>304</i>	<i>353</i>

*Mit Ausschlusskriterien der Frage 43

In den letzten 12 Monaten... * (% , Beschreibung - S.103)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht		Smash-Studie+	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer	Frauen	Männer
hast du an Selbstmord gedacht?	24.2	22.3	24.8	23.6	32.6	17.6	21	15
gab es Momente, in denen du Selbstmord begehen wolltest?	22.0	22.9	21.7	21.8	30.6	14.4	17	10
hättest du Selbstmord begangen, wenn sich die Gelegenheit dazu geboten hätte?	7.2	7.0	7.2	7.3	10.2	4.8	5	3
hast du darüber nachgedacht, mit welcher Methode du dich hättest umbringen können?	28.8	29.3	28.7	26.4	40.1	19.5	22	18
hast du einen Selbstmordversuch gemacht?	1.9	1.3	2.1	3.6	2.6	1.1	3	2
<i>Summe</i>	<i>84.2</i>	<i>82.8</i>	<i>84.6</i>	<i>82.7</i>	<i>116.1</i>	<i>57.5</i>		

*Mit Ausschlusskriterien der Frage 43

+ Daten vom Bericht „Smash-02“ (Gesundheit und Lebensstil 16- bis 20-Jähriger in der Schweiz, 2002, S. 145, Tabelle 3.6-6, F46, F47). Es werden die Daten der 16- bis 20-Jährigen gezeigt. Die Werte wurden abgerundet.

Hast du zurzeit eine Partnerin/oder einen Partner? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	483	118	400	34	191	247
Heterosexueller Partner	286	29	175	69	101	103
Gleichgeschlechtlicher Partner	25	7	8	7	12	3
Keine Antwort	0	0	0	0	0	0
<i>Summe</i>	794	154	583	110	304	353

Hast du zurzeit eine Partnerin/oder einen Partner? (% , Beschreibung - S.107)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nein	60.8	76.6	68.6	30.9	62.8	70.0
Heterosexueller Partner	36.0	18.8	30.0	62.7	33.2	29.2
Gleichgeschlechtlicher Partner	3.1	4.5	1.4	6.4	3.9	0.8
Keine Antwort	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<i>Summe</i>	100.0	100	100	100	100	100

Falls du schon Sex hast: verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ („Pariser“)? (N)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	139	35	62	35	52	42
Selten	46	4	27	8	9	22
Manchmal	58	3	36	16	11	26
Häufig	78	1	58	11	16	41
Immer	312	48	215	29	107	154
Kein Sex	208	66	114	11	109	68
<i>Summe</i>	841	157	512	110	304	353

Falls du schon Sex hast: verwendest du beim Geschlechtsverkehr ein Präservativ („Pariser“)? (% , Beschreibung - S.109)

	Alle	Alterskategorien			Geschlecht	
		10-14 J.	15-19 J.	20-59 J.	Frauen	Männer
Nie	16.5	22.3	12.1	31.8	17.1	11.9
Selten	5.5	2.5	5.3	7.3	3.0	6.2
Manchmal	6.9	1.9	7.0	14.5	3.6	7.4
Häufig	9.3	0.6	11.3	10.0	5.3	11.6
Immer	37.1	30.6	42.0	26.4	35.2	43.6
Kein Sex	24.7	42.0	22.3	10.0	35.9	19.3
<i>Summe</i>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Umfrage 19: Was willst du den Erwachsenen mitteilen, so dass sie dich besser verstehen und unterstützen können, auf einer Weise, dass du dich dann besser fühlst und gesünder verhältst?

Details

Periode:	21. Juni bis 23. September
Themen:	Vorschläge für Experte von der Seite der Jugendlichen
Item gehört zur Fragestellung:	Eine Rückmeldung für die Präventionsleute (Fragestellung 11)
Position Fragebogen:	Der Fragebogen befindet sich auf der rechten Seite der Startseite. Die Navigationsleiste ist direkt zugänglich.
Verwendete Technologie:	ASP und Access 2000
Erreichungsgrad:	≈100% aller Besucher/innen der Startseite können die gebrauchte Technologie verwenden
Rücklaufquote ohne Ausschlusskriterien	N= 18 (0.09%)

Fragen, Antworten und Ausschlusskriterien

Nr.	Fragen	Mögliche Antworten	Ausschlusskriterien
46	Die letzten Monate haben wir auf dieser Seite viele Fragen gestellt und so unsere Besucher/innen besser kennengelernt. Für eure Antworten: Danke!	Offene Antworten	Sinnlose oder unpassende Kommentare

Darüber werden wir einen Bericht schreiben und ihn an Personen verteilen, die mit Jugendlichen arbeiten. Möchtest du zu diesen Personen deine Meinung sagen? Dann tue es! Wir werden deine Meinungen, Kritiken, Tipps und Vorschläge im Bericht integrieren.

Zum Beispiel:

- 1) Was müssen die Erwachsenen wissen, wenn sie Themen wie Alkohol, Cannabis oder Rauchen bei Jugendlichen behandeln?
- 2) Gab es schon in deiner Schule Tagungen oder Treffen mit Erwachsenen aus Fachstellen zu diesen Themen? Was war gut? Was hat nichts gebracht? Was hättest du anders gemacht?
- 3) Hat dein Lehrer schon ein Präventionsthema behandelt oder mit euch darüber gesprochen? (z.B. Kondombenutzung, Alkoholkonsum, ...)? Falls ja, was war gut? Was hättest du anders gemacht?
- 4) Was willst du den Erwachsenen mitteilen, so dass sie dich besser verstehen und unterstützen können, auf einer Weise, dass du dich dann besser fühlst und gesünder verhältst?

Zu diesen und weiteren Fragen freuen wir uns auf deine Antwort.

Rückmeldungen (von der Datenbank ohne Korrektur übernommen)

Die Nummerierung (oder die Antwortensequenz widerspiegelt manchmal die Sequenz der gestellten Fragen (siehe vorherige Seite)

Rückmeldung 1

1. Ich finde sie müssen es den jugendlichen überlassen
2. Diese treffen bringen voll nichts denn entweder man raucht ode kifft oder man lässt es bleiben
3. Ich finde das gut
4. Die Erwachsenen sollen sich aus meinem leben raushalten denn die sollen sich nicht in mein leben einmischen"

Rückmeldung 2

zur 1.frage: ich finde, dass die heutige jugend nur noch zu 5% zuhören. die meissten interessiert es leider nicht, denen muss man konkrete beispiele bringen und sie am besten mit der sache konfrontieren.

4. frage: wie wärs, wenn ihr mal hinschaut anstatt uns ehwige reden zu halten? während meiner schulzeit war ich wirklich ein absturz, ich war depressiv, ritzte und versuchte sogar mich umzubringen. mein problem wurde schliesslich gelöst, als mich ein Junge kennenlernte und nach meinem selbstmordversuch auf einmal im krankenhaus erschien. er war der einzige und hat mich aus meinem loch gehoben.

fakt ist aber, dass ich schon bereits zwei jahre lang mit zerschnittenen armen ins turnen ging. dass ich zuhause nichts ass und die narben sah man teilweise. was haben die erwachsenen gemacht? sie haben es wohl gesehen, aber niemand hat etwas gesagt. niemand hat nach dem grund gefragt und niemand hat sich gekümmert als ich wiedermal im krankenhaus lag. jetzt denken sie sicher, dass es doch sorgentelefone gibt. aber wer ruft da an? ich kann mir nicht vorstellen, dass einer der von einer brücke springt noch kurz die 147 wählt um zu fragen ob er das wirklich tun soll. darum sag ich, dass erwachsene besser hinschauen UND handeln, nicht für mich, denn das ist schon vorbei. aber macht es für die jugendlichen und eure kinder."

Rückmeldung 3

Die Erwachsenen intzressieren sich zu wenig für uns teenies und Jungentlichen! sogar für jugendliche? Ja und das ist scheisse

Rückmeldung 4

da ich jetzt auch schon fast ein Erwachsener bin, möchte ich Ihnen mitteilen das sie die Jugendliche nicht so anschauen sollen, ihr denkt das wir alles falsch machen weil wir kiffen und jedes wochenende ein bier in der hand haben, aber das ist nicht so last uns doch einfach das leben geniessen, wir geniessen jeden augenblick und wir wissen das vielleicht morgen schon alles vorbei sein könnte, wenn man im fernseher jeden Tag hört das die welt untergeht und immer nur menschen ermordet werden. uns ist das geld nicht wichtig was bringt es schon wenn man einen tollen job hat und millionen verdient aber man kann das leben nicht geniessen und ist nicht glücklich! wir machen einfach das was wir wollen!!!!

Rückmeldung 5

Punkt 1: Merkt euch; wenn ihr uns etwas verbietet, reizt es uns noch mehr es zu probieren. Und wenn ihr alles ANTI-Zeug so propagiert, wird unser Wille noch stärker, es zu testen. D.h. legalisieren und nicht mehr davon reden und in 5 Jahren wird es besser sein, als jetzt, und wenn nicht, dann wieder Gesetze einführen.

Rückmeldung 6

Man muss die Jugendlichen auch verstehen um mit ihnen zu arbeiten. Auch die Probleme wo sie haben

Rückmeldung 7

"In unserer Schule ist Drogen so wie auch andere Suchtmittel wie Alkohol, Rauchen etc. Verboten! Das finde ich super und bin in jeder Hinsicht damit einverstanden, denn ich bin absolut gegen rauchende. Ich kann rauchenden nur etwas mitgeben, VERSUCHT aufzuhören, es wird sich auf jeden Fall lohnen.
Tania, 16 Jahre"

Rückmeldung 8

"Cannabis Alkohol und Co.
Gerade als Eltern sollte man sich überlegen und für Augen halten, dass man früher in der eigenen Jugend, oft an ähnliche Situationen, Gegebenheiten oder Teufelskreise gestossen ist.
Wenn ein Jugendlicher in Versuchung gerät, einen Joint, einen Drink oder gar mehr, mal so zu probieren;-), alles anschreien, Einschränkungen und Verbote erteilen, bringt überhaupt rein gar nichts. Redet mit Töchterchen und Sohnemann. Aber bloß nicht beide auf einmal, das ist mega Stress für die Jungen, da Mam und Dad nicht immer gleicher Meinung sind:-). Eltern müssen mit ihren Kindern eine Ebene bilden, welche auf Vertrauen, Verständnis und Kommunikation besteht. Man muss den Jungen verständlich machen, mit welchen Konsequenzen sie rechnen müssen.
grüßli mind|storm;-) "

Rückmeldung 9

wir hatten in der Schule einmal ein Präventionsprogramm zum Thema Sucht und wir alle bis auf ein Paar haben etwas daraus gelernt. Es hat auch riesen Spaß gemacht mal eine Woche über etwas zu diskutieren und auch Sachen ausprobieren. Ich finde es sollte mehr solche Programme gemacht werden!!! Es bringt sicher etwas.

Rückmeldung 10

- was daran gefährlich ist
- das die Leute immer noch rauchen, aber sie wissen die Gefahr
- nein leidernicht
- keine Ahnung

Rückmeldung 11

Ich finde die Tagungen haben bei uns ziemlich wenig gebracht es kam mit diesen Gesprächen noch mehr der Reiz auf es einmal oder mehrere Male auszuprobieren. Sie, unsere Lehrkräfte, wären besseres bewirkt wenn sie nicht rauchen gleich ins Negative gesetzt hätten.

Rückmeldung 12

Es bringt nichts, wenn einem die Erwachsenen Sex, rauchen oder Drogen-Konsum verbieten, denn dann tun wir es erst recht! Nein, es ist wichtig, uns das selbst entscheiden zu lassen, aber klar seine Vorstellungen preis zu geben.

Rückmeldung 13

"Personen die über solche Themen referieren, sollten einmal selbst das Zeug ausprobieren. Die Betonung liegt bei ausprobieren.

In meiner Schule, waren auch Personen vom Gesundheitsamt, die wollten uns über die Schädlichkeit von Drogen aufklären. Das war großer Humbug, denn danach hatte ich ein viel größeres Interesse an Drogen als vorher.

Was ich z.B. gut finden würde, wenn man den Bericht von Narcanon über die Bedeutung und die Schädlichkeit von Cannabis in Schulen auslegen würde. Mir ist zwar bewusst, dass Narcanon eine von Scientology ist dennoch hat dieser Bericht (hab leider keine http) mir selber sehr geholfen.

Das Erschreckendste war für mich, dass nach Cannabis Konsum die Testosteronproduktion für fast 24 Stunden lahmgelegt ist.

mfg AHS"

Rückmeldung 14

".das sie recht haben wenn sie es den Jugendlichen verbieten

.ich wusste eh schon alles und die Leute die Drogen konsumieren haben nicht zu gehört

.ja ich fand es spannend aber bewirkt hat es nicht wirklich etwas

.ich will gar nicht das sie mich allzu fest unterstützen ich hab keine Probleme"

Rückmeldung 15

Erwachsene sollten keine Kollegen sein, sondern Menschen die manchmal auch streng sind und einem verbieten etwas zu tun z.B. bei Freunden übernachten, wenn man am nächsten Tag eine Prüfung hat. Es kommt nicht nur auf den Moment an... vielleicht ist man wütend, wenn man nicht das machen darf was man will, aber später ist man dankbar weil es eigentlich auf die Zukunft ankommt die wir uns manchmal etwas verbauen... Eltern müssen sie wieder freischaufeln indem sie auch mal streng sind... das heisst natürlich nicht, dass Eltern einem nie was erlauben sollten, oder etwas ohne eigentlichen Grund verbieten sollten... das ist nämlich das Schlimmste was die tun können etwas ohne eigentlichen Grund machen

Rückmeldung 16

Ja paar Jugendliche wollen nicht darüber reden, oder es stört ihnen darüber zu reden wie z.B. Alkohol, Sex, Drogen und so weiter die Eltern sollten sich Zeit nehmen und sie sollten auf jeden Fall die Jugendlichen nicht zusammenmotzen anschreien usw. am Besten ist wenn die Erwachsenen offen und ihn Ruhe darüber reden wenn sie auch erzählen wie es bei ihnen damals war. Ich hoffe ich hätte euch ein wenig helfen können. Mit freundlichen Grüßen Alejandro

Rückmeldung 17

Und was ist eigentlich mit der Gewalt, die es an vielen Schulen in der Schweiz gibt?
Und das Thema Rassismus an vielen Schulen?

Rückmeldung 18

Verlieren Sie sich nicht darin, jegliche Drogen aus dem Leben der Jugendlichen herauszuhalten, sie sind meiner Meinung nach für die Sammlung von Erfahrungen in diesem Alter unverzichtbar.

Sehen Sie Kiffer nicht als psychisch kranke, hilfsbedürftige Menschen kurz vor dem totalen Absturz bzw. Rutsch in die Drogenszene...!

Als 16-Jähriger Schüler wäre ich vielmehr froh darüber, wenn Aufklärungsarbeit bei den von früherer verfälschten Antihanf US-Kampagnen beeinflussten Eltern...!