

feel-ok.ch - Jahresbericht 2011

Auf einen Blick.....	3
feel-ok.ch	3
Relaunch.....	3
Trägerschaft.....	3
Team	4
Kontakt	4
Neuheiten Jahr 2011	5
Team	5
Relaunch und neue Sektionen.....	5
Neue Strategie	5
E-Tool.....	5
Finanzierungspartner	5
Barrierefreiheit	5
Ausblick Jahr 2012 -	6
Das institutionelle Netzwerk von feel-ok.ch.....	7
Trägerschaften.....	7
Patronat	7
Gönner.....	9
Kooperationspartner.....	11
Partner für die Implementierung	13
Dienstleister.....	15
Netzwerk feel-ok.at	16
Nutzung von feel-ok.ch: Erkenntnisse im Überblick.....	18
Bekannt und empfohlen.....	18
Google	18
Faktoren, die die Nutzung von feel-ok.ch beeinflussen	19
Die Startseite wird häufig übersprungen	21
Viele Besucher laden mehrere Inhalte herunter	21
Die Inhalte zählen!	22
Interaktive Tools sind beliebt	22
Gleiche Inhalte in verschiedenen Sektionen werden unterschiedlich häufig genutzt	22
Synergien sind möglich und sinnvoll	22
Sektion für Multiplikatoren	23
Smartphone	23
feel-ok.ch und feelv6.ch – Datenerhebung	24
Globale Nutzungszahlen.....	25
Nutzung der zielgruppenspezifischen Sektionen.....	25
Nutzung der thematischen Sektionen von feel-ok.ch (und feel-ok.at).....	26
Tabak.....	26
Körpergewicht und Essstörungen	27
Gewalt	28
Nutzung der Startseiten in feelok.ch, die auf feelv6.ch verweisen	29
Nutzung der Module auf feelv6.ch.....	30
Alkohol.....	30
Arbeit / Lehre	31
Bewegung und Sport.....	31

Cannabis.....	32
Ernährung.....	32
Liebe und Sexualität.....	33
Selbstvertrauen.....	33
Stress.....	34
Suizidalität.....	34
Nutzung der Seiten „Videoclips“ von Sehnsucht.net.....	35
Nutzung von „Bonus“, „über feel-ok.ch“ und „Sitemap“	36
Nutzung der Sektion für Lehrpersonen.....	37
Arbeitsblätter.....	37
Alkohol und Essstörungen.....	39
Mit feel-ok.ch arbeiten und Community.....	39
Profil der Nutzer/-innen.....	40
Alter, Geschlecht, Schule.....	40
Nationalität.....	40
Kantone und Gemeinden.....	41
Bundesländer und Gemeinden.....	43
Eingesetzte Web-Technologien.....	44
Browser.....	44
Betriebssystem.....	44
Smartphone.....	44
Besucherquellen.....	45
Direkte Besuche.....	45
Verlinkungen.....	45
Google.....	45
Implementierungs- / Kommunikationsarbeit	47
Ziele.....	47
Zielgruppe.....	48
Setting.....	48
Massnahmen.....	49
Kantonale Massnahmen.....	49
Wirkung.....	50
Wissenschaftliche Tätigkeit.....	51

Auf einen Blick

feel-ok.ch

feel-ok.ch ist eine etablierte Web-Plattform zu Themen der Gesundheitsförderung, Bildung und Prävention für Jugendliche zwischen 12 und 17 Jahren.

Mit dem wissenschaftlich fundierten und jugendgerechten Einsatz der neuen Medien strebt feel-ok.ch an, Jugendliche zu unterstützen, ihren Lebensstil aktiv und bewusst gesundheitsfördernd zu gestalten. Dadurch werden sie befähigt, die zahlreichen Herausforderungen zu bewältigen, die typisch für das Jugendalter und die heutige Zeit sind.

feel-ok.ch wurde während 14 Jahren entwickelt, getestet und bekannt gemacht.

feel-ok.ch behandelt 12 Themen in jugendgerechter Sprache, bietet 70 didaktische Unterlagen für Multiplikator(inn)en an (z.B. Lehrpersonen) und besteht aus einem Netzwerk von über 120 Institutionen.

Täglich wird feel-ok.ch von Hunderten von Jugendlichen genutzt. In insgesamt 454 vorwiegend deutschsprachigen Gemeinden wurde die Web-Plattform im Jahr 2011 besucht.

15 wissenschaftliche Studien - darunter 2 Wirksamkeitsstudien - haben das Qualitätskonzept von feel-ok.ch bestätigt.

Renommierete Patronatsinstitutionen sind für die Inhalte zuständig, die sie durch ihre Module in feel-ok.ch anbieten. RADIX als Trägerschaft ist Garant für das Qualitätssicherungskonzept von feel-ok.ch, koordiniert das Netzwerk und führt Evaluationen durch.

Das Konzept von feel-ok.ch beruht darauf, dass Jugendliche das Angebot sowohl direkt (z.B. in ihrer Freizeit) als auch mit Unterstützung von Multiplikator(inn)en, insbesondere Lehrpersonen, nutzen können.

Für fast alle Sektionen von feel-ok.ch stehen Begleitmaterialien und Arbeitsblätter zur Verfügung. Diese können Lehrpersonen mit geringem Vorbereitungsaufwand in Schulklassen einsetzen. Alle Arbeitsblätter und Materialien können kostenlos heruntergeladen werden. Somit können Lehrpersonen diese nach Belieben ausdrucken, verteilen und im Unterricht einsetzen.

Relaunch

Anfang 2011 wurde die neue Web-Plattform feel-ok.ch lanciert. Die thematischen Sektionen zu den Themen Tabak, Gewicht und Gewalt nutzen seither Technologie und Struktur, Erscheinungsbild und Vorteile punkto Benutzerfreundlichkeit, Barrierefreiheit (Accessibility), Erreichbarkeit (Suchmaschinenoptimierung) und Kompatibilität mit Smartphone (z.B. iPhone) der neuen Web-Plattform.

Trägerschaft

RADIX besteht seit 1972 als gemeinnützige Stiftung.

In der Nordwestschweiz, Ostschweiz, der Romandie und Zentralschweiz betreibt RADIX je ein regional verankertes Supportzentrum. Die italienischsprachige Schweiz wird durch den Kooperationspartner RADIX Svizzera Italiana abgedeckt.

RADIX ist eine Nonprofit-Organisation und arbeitet auf der Basis von kostendeckenden Mandaten und Aufträgen.



RADIX übernimmt Aufträge und entwickelt Angebote, die dazu beitragen, die persönliche Kompetenz im Umgang mit Gesundheit und Krankheit zu stärken und die Lebens-, Arbeits- und Freizeitbedingungen gesundheitsfördernd zu gestalten. RADIX orientiert sich dabei an einer Politik, die es allen Menschen ermöglicht, Verantwortung für die eigene Gesundheit zu übernehmen, Gesundheitsangebote wahrzunehmen und ihre Lebens-, Arbeits- und Freizeitbedingungen mitzugestalten.

Im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit und Gesundheitsförderung Schweiz koordiniert RADIX das Schweizerische Netzwerk Gesundheitsfördernder Schulen, dem mehr als 1000 Schulen aus der ganzen Schweiz angehören.

Team

Das Team von feel-ok.ch besteht aus:

Oliver Padlina - Leiter

Dr. Phil., MPH Oliver Padlina leitet feel-ok.ch seit 1999. Zwischen 1997 und 2009 war er wissenschaftlicher Leiter am Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich, seit 2010 arbeitet er bei RADIX, wo er seine Tätigkeit als Leiter von feel-ok.ch fortsetzt. Zwischen 2003 und 2011 war er zudem als Teilbereichsleiter an der Eidgenössischen Hochschule für Sport – Bundesamt für Sport in Magglingen - tätig.



E-Mail: padlina@radix.ch

Stellvertretende Leiterin

Daniela Heimgartner ist seit 2011 stellvertretende Leiterin von feel-ok.ch. Von 2007 bis 2011 arbeitete sie als Projektentwicklerin und Fachverantwortliche des Themenbereichs Gesundheit & Freizeit bei der Stiftung Pro Juventute Schweiz in Zürich.



E-Mail: heimgartner@radix.ch (044 360 41 12)

Mitarbeiterin feel-ok.ch

Franziska Ulrich arbeitet seit 2009 für feel-ok.ch. Sie ist zuständig für das Projekt kantonale Bekanntmachung von feel-ok.ch.

Im Bereich Kommunikation hat sie Erfahrungen in einer PR-Agentur und auf Verbandsebene gesammelt.



E-Mail: ulrich@radix.ch (044 360 41 06)

Kontakt

Schweizerische Gesundheitsstiftung RADIX

feel-ok.ch
Stampfenbachstrasse 161
8006 Zürich
Tel.: 044 360 41 00

Neuheiten Jahr 2011

Auf dieser Seite listen wir ausgewählte Neuheiten im Rahmen von feel-ok.ch fürs Jahr 2011 auf.

Team

Daniela Heimgartner arbeitet seit März 2011 als Stellvertreterin der Leitung für feel-ok.ch. Sie ist für die neue Sektion für Eltern, für das Thema Medienkompetenz, für Peer Education und für die Beteiligung der Jugendlichen mit Behinderung im Rahmen von feel-ok.ch zuständig.

Relaunch und neue Sektionen

Anfang 2011 wurde die neue Web-Plattform feel-ok.ch lanciert. Im Rahmen des Relaunches wurde die veraltete Sektion zum Thema Tabak durch eine neue Version ersetzt.

Zwei neue Sektionen - eine zum Thema Körpergewicht (inkl. Essstörungen) und die ersten Module zum Thema Gewaltprävention - wurden ins neue Angebot von feel-ok.ch integriert.

Neue Strategie

Im 2011 wurde die strategische Ausrichtung im Rahmen von feel-ok.ch detailliert analysiert. Prozesse wurden hinterfragt und perfektioniert. Die Ziele: Arbeitsabläufe beschleunigen, das Angebot der Webplattform optimieren, die Kommunikationsarbeit verbessern.

Diese „unsichtbare“ Hintergrundarbeit ist von entscheidender Bedeutung, um die Weiterexistenz von feel-ok.ch zu gewährleisten. Als Folge dieser Arbeit sind unter anderem folgende Dokumente entstanden, die auf Anfrage weitergeleitet werden: „Die Internetplattform feel-ok.ch stellt sich vor: Fakten, Qualitätssicherung und Wirkungsmodell“ und „Das Grundlagedokument der Implementierung“.

Aufgrund dieser Dokumentation konnten die Gesuche für die Akquise optimiert werden, mit denen wir in den folgenden Jahren die veralteten thematischen Sektionen durch neue Interventionen ersetzen.

E-Tool

Bestandteil der Aktivität im Rahmen von feel-ok.ch ist die Entwicklung neuer Inhalte mit Patronatsinstitutionen. Um die Arbeit der Partner – kohärent mit dem Qualitätssicherungskonzept von feel-ok.ch – zu erleichtern, wurde ein E-Tool entwickelt, mit dem die Autor/-innen erfahren, wie und mit welchen formalen Eigenschaften sie neue Inhalte für die Plattform generieren können. Das E-Tool befindet sich in der Sektion für Partner.

Finanzierungspartner

Swisslos-Fonds Basel-Stadt und Swisslos Kanton Aargau haben sich bereit erklärt die Bekanntmachung von feel-ok.ch in den entsprechenden Kantonen finanziell zu unterstützen.

Barrierefreiheit

Die Sektion Tabak von feel-ok.ch, die auf den «Richtlinien für barrierefreie Webinhalte, WCAG 2.0» basiert, wurde als barrierefreie Anwendung mit den Stufen A und AA von der Stiftung «Zugang für alle» zertifiziert.

Ausblick Jahr 2012 - ...

Zurzeit arbeitet das Team von feel-ok.ch an folgenden Themen / ist in folgende Aufgaben involviert:

Aufgabe	Kontakt	Jahr
Erweiterung der Sektion «Gewaltprävention»	Padlina	2012
Konzeptualisierung Früherkennung und Frühintervention	Padlina	2012
Konzeptualisierung der Sektion «Soziale Integration» (Migration, Behinderung, sexuelle Identität)	Padlina Heimgartner	2012
Medienkompetenz	Heimgartner	2012 - ...
Relaunch der alten Sektionen, die auf feelv6.ch laufen (vom Thema Alkohol bis zum Thema Suizidalität)	Padlina	2012 - 2016
Konzeptualisierung «Beteiligung von Jugendlichen mit Behinderungen an der inhaltlichen Erweiterung von feel-ok.ch»	Heimgartner	2012
Peer Education	Heimgartner	2012 - ...
Konzeptualisierung der neuen «Sektion für Eltern»	Heimgartner	2012 - ...
Kommunikations- und Implementierungsarbeit	Ulrich	2012 - ...
Suchmaschine	Ulrich Padlina	2012 - ...
Supervision Programmierung	Padlina	2012 - ...
Transnationale Koordination	Padlina	2012 - ...
Konzeptualisierung von feel-ok.ch (Tabak) als nationales Programm	Ulrich Padlina	2012
Redesign feel-ok.ch	Padlina	2012
APP	Padlina	2013
Neue Themen (Umwelt, Geld ...)	Noch offen	2013

Das institutionelle Netzwerk von feel-ok.ch

Folgende Institutionen ermöglichen mit ihren fachlichen oder finanziellen Beiträgen sowie mit ihrer Unterstützung die Realisierung und Bekanntmachung der Web-Plattform «feel-ok.ch».

An dieser Stelle möchten wir alle beteiligten Institutionen und Kontaktpersonen ganz herzlich für das Engagement, die Professionalität und die Zusammenarbeit danken.

Trägerschaften

Die Trägerschaften sind für die Sicherstellung des Qualitätssicherungskonzeptes, die Koordination des Netzwerkes, das kohärente Auftreten und die wissenschaftliche Fundierung der «feel-ok»-Plattform zuständig.

www.feel-ok.ch

Schweizerische Gesundheitsstiftung RADIX

Kontaktperson: Oliver Padlina

www.feel-ok.at

Styria vitalis

Kontaktpersonen: Petra Paulitsch und Doris Kuhness

www.feelok.de

Baden-Württembergischer Landesverband für Prävention und Rehabilitation

Kontaktperson: Elke Böhme

Patronat

Die Patronatsinstitutionen sind Garant für die Qualität, Aktualität und Korrektheit der Inhalte, die sie direkt oder im Auftrag generieren und durch feel-ok.ch anbieten.



Alkohol

[Sucht Schweiz](#)

Silvia Steiner



Arbeit

[Berufsberatung.ch](#)

Bruno Baer



Bewegung und Sport

[Bundesamt für Sport \(Leistungssport • J+S\)](#)

Urs Mäder, Alain Dössegger und Gerda Jimmy



Cannabis

[Fachstelle Suchtprävention Mittelschulen und Berufsbildung](#)

Kanton Zürich

Vigeli Venzin



Ernährung

[Schweizerische Gesellschaft für Ernährung](#)

Angelika Hayer



Gewaltprävention

- Berner Gesundheit (Regina Jakob)
- Fachhochschule Nordwestschweiz (Oliver Steiner)
- Institut für Konfrontative Pädagogik Schweiz (Michael Miedaner)
- Verein Lilli (Annette Bischof-Campbell)
- National Coalition Building Institute NCBI (Andi Geu)
- PFADE, Universität Zürich (Rahel Jünger)
- Schweizerisches Institut für Gewaltprävention (Thomas Richter)
- Schweizerische Kriminalprävention (Martin Boess)
- ZEPRA Prävention und Gesundheitsförderung (Haennes Kunz)
- zischtig.ch (Claudia Gada)



Ich und mein Gewicht

- Arbeitsgemeinschaft Ess-Störungen AES (Christiane Schrärer)
- Cool and Clean (Adrian Von Allmen)
- Fachstelle Prävention Essstörungen Praxisnah (Brigitte Rychen)
- Mühlemann Nutrition (Pascale Mühlemann)
- Schweizerischer Fachverband Adipositas im Kindes- und Jugendalter (Bettina Isenschmid)



Liebe und Sexualität

- ABQ Schulprojekt (Marianne Kauer)
- Aids-Hilfe Schweiz (bis 2011)
- Angefragt: Sexuelle Gesundheit Schweiz
- Verein Lilli (Annette Bischof-Campbell)
- Sexualpädagogik der Stiftung Berner Gesundheit (Renate Krähenbühl)



Selbstvertrauen und Selbstwert

- PFADE, Universität Zürich (Rahel Jünger)
- RADIX (Oliver Padlina)



Stress

RADIX
Oliver Padlina



Suizidalität

- Forum für Suizidprävention und Suizidforschung
- Klinik für Soziale Psychiatrie und Allgemeinpsychiatrie ZH West - PUK Zürich
Mariann Ring



Tabak

- Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention (Verena El Fehri)
- Berner Gesundheit (Susanne Lanker)
- Cool and Clean (Adrian Von Allmen)
- Lungenliga beider Basel (Mia Nold)
- Sucht Schweiz (Silvia Steiner)
- Züri Rauchfrei (Ute Herrmann)

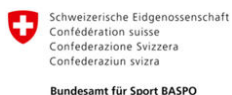
Gönner

Die **Gönner** finanzieren feel-ok.ch als Ganzes, bestimmte Projekte oder deren Bekanntmachung.

Gönner Jahr 2011 (für feel-ok.ch als Ganzes oder für Teile davon):

Tabakpräventionsfonds

Finanzierung Tabakpräventionsangebot von feel-ok.ch und Teilfinanzierung des Relaunches (P. Blatter)



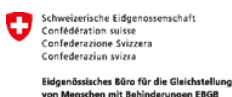
Bundesamt für Sport

Finanzierung der Sektion Bewegung und Sport



Lotteriefonds Zürich

Finanzierung Sektion Gewalt



Eidgenössisches Büro für die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (EBGB) - Eidgenössisches Departement des Innern (EDI)

Teilfinanzierung des barrierefreien Redesigns von www.feelok.ch und Konzeptualisierung von Dienstleistungen zugunsten Jugendlicher mit Behinderungen (S. Stirnimann)

Baugartenstiftung

Finanzierung feel-ok.ch und Mitfinanzierung der Fachstellendatenbank



Fondation Sana (ex Stiftung Helvetia Sana)

Finanzierung der Sektion „Ich und mein Gewicht“ (L. Hirt)

Gönner (für die Bekanntmachung im Jahr 2011):



Swisslos Kanton St. Gallen

Kantonale Implementierung (M. Loher)



Swisslos Aargau - Departement Bildung, Kultur und Sport

Kantonale Implementierung (V. Brun)



Lotteriefonds

Lotteriefonds Thurgau

Kantonale Implementierung (R. Munz)



Kantonsärztliche Dienste Kanton Luzern Alkoholzehntel

Kantonale Implementierung (H. Wyssling)



Lotteriefonds Kanton Bern

Kantonale Implementierung (S. Goldschmid)



Lotteriefonds Kanton Solothurn

Kantonale Implementierung (U. Marti)



Lotteriefonds Baselland

Kantonale Implementierung (H. Scholer)

kantonschwyz

Lotteriefonds Kanton Schwyz
Kantonale Implementierung (H. Rauchenstein)



Lotteriefonds Appenzell Ausserrhoden
Kantonale Implementierung (E. Ramseier)



Lotteriefonds Kanton Glarus
Kantonale Implementierung (J. Beglinger)



Lotteriefonds Kanton Zug
Kantonale Implementierung (D. Furrer-Näf)



Lotteriefonds Uri - Amt für Kultur und Sport
Kantonale Implementierung (J. Schuler)



Kantonaler Fonds für Suchtprophylaxe und
Gesundheitsförderung Schaffhausen
Kantonale Implementierung (C. Roost)



Swisslos-Fonds Basel-Stadt
Kantonale Implementierung (D. Schaub)

Gönner der Vergangenheit (1999-2010)



Krebsliga Zürich



bildung+gesundheit Netzwerk Schweiz



Credit Suisse Foundation



Gesundheitsförderung Kanton Zürich



Fachstelle Suchtprävention Mittelschul- und
Berufsbildungsamt des Kantons Zürich



Vontobel-Stiftung

Kooperationspartner

Die **Kooperationspartner** haben zwei Funktionen:

- Sie überprüfen die Inhalte der Patronatsinstitutionen und regen Verbesserungen an. Sie empfehlen beispielsweise die Behandlung bestimmter Zusatzthemen oder machen auf mögliche Ungenauigkeiten der Inhalte aufmerksam.
- Sie unterstützen das Team von feel-ok.ch, aufgrund konkreter Bedürfnisse neue Inhalte und Dienstleistungen zu identifizieren, die zu einer Erweiterung der Web-Plattform führen (können).

Behinderung

- avanti donne
- Agile Behinderten-Selbsthilfe Schweiz
- Blindspot
- Beratung und Begleitung für Menschen mit Behinderung, Luzern
- Fragile Suisse
- Insieme
- LKH - Selbsthilfe-Organisation für lautsprachlich kommunizierende Hörgeschädigte
- Mathilde Escher Heim für Menschen mit Körperbehinderung, Zürich
- Plusport
- Procap/Procap bewegt
- Schweizerischer Blindenbund
- Stiftung MyHandicap Schweiz
- Stiftung Schulungs- und Wohnheime Rossfeld, Bern
- Verband Dyslexie Schweiz
- Zentrum für Selbstbestimmtes Leben ZLZ Schweiz

Früherkennung und Frühintervention

- Bundesamt für Gesundheit
- Fachverband Sucht
- Infodrog
- Sucht Schweiz
- RADIX



Gewaltprävention

- Amt für soziale Sicherheit Fachbereich Opfer/Gewalt/Sucht Solothurn
- Kanton Zürich, Beauftragter Gewalt im schulischen Umfeld
- Fachstelle Kinderschutz Kanton Solothurn (bis 2011)
- Stiftung Kinderschutz Schweiz (ab 2012)
- Fachstelle Suchtprävention Mittelschulen und Berufsbildung Kanton Zürich
- Institut für Erziehungswissenschaft Universität Zürich
- Institut für Soziologie der Universität Basel
- Institut Psychologie & Bedrohungsmanagement (I:P:Bm) sowie Institut für deliktbezogene Täterarbeit (IDT)
- IST Interventionsstelle gegen häusliche Gewalt
- Kantonspolizei Zürich Kriminalpolizei / Jugenddienst
- Kinderschutzzentrum St.Gallen
- Kriminologisches Institut, Universität Zürich
- Limita, Fachstelle zur Prävention sexueller Ausbeutung, Zürich
- mira Prävention sexueller Ausbeutung im Freizeitbereich
- okay zürich
- opferberatung zürich
- Peacecamp
- Schul- und Sportdepartement der Stadt Zürich Fachstelle für Gewaltprävention
- Schulberatung Einsiedeln (Primar- und Sekundarstufe I)
- Schulkraft, www.schulkraft.ch
- TikK - Kompetenzzentrum für interkulturelle Konflikte



Ich und mein Gewicht

- Bundesamt für Sport
- consulting mannhart
- Experten-Netzwerk Essstörungen Schweiz ENES
- KompetenzZentrum für Essstörungen und Adipositas
- Schweizerische Adipositas-Stiftung
- Schweizerische Gesellschaft für Ernährung
- Swiss Olympic
- Gesundheitsförderung Schweiz
- Thea Rytz, Körperwahrnehmungstherapie Inselspital Bern und Fachstelle PEP

Medienkompetenz

- Pro Juventute Schweiz
- ZEPRA Prävention und Gesundheitsförderung, St.Gallen

Sektion Eltern

- Elternbildung CH
- Elternnotruf
- Fachstelle Elternbildung Kanton Zürich
- Geschäftsstelle FemmesTische
- Kinderschutz Schweiz
- Universität Basel - Lehrstuhl für Entwicklungs- und Persönlichkeitspsychologie
- Universität Freiburg - Institut für Familienforschung und -beratung



Tabak

- ciao.ch
- [infoklick](http://infoklick.ch)
- Interface, Institut für Politikstudien

Partner für die Implementierung

Die Implementierungspartner sind nationale, überregionale oder lokale Institutionen, die die Bekanntmachung von feel-ok.ch in verschiedenen Settings fördern.



Netzwerkpartner

- Suisse Balance (S. Frei)
- Bildung + Gesundheit, Netzwerk Schweiz (D. Costantini)
- Netzwerk Gesundheit und Bewegung Schweiz hepa.ch (M. Hodel)



Schweiz

- Stiftung Idée:sport - Midnight Projekte (R. Schmuki)
- ciao.ch (E. Fernandez)
- infogiovani.ch (M. Baudino)



Aargau

- Suchtprävention Aargau (M. Bachofen)
- Dep. Bildung, Kultur und Sport, Abt. Volksschule (V. Brun)
- Departement Gesundheit und Soziales, Kantonsärztlicher Dienst (E. Treichler)



Appenzell Auser Rhoden

- Amt für Volksschule und Sport Appenzell Auser Rhoden (W. Klausner)
- Beratungsstelle für Suchtfragen (D. Caluori)



Basel-Stadt

- Gesundheitsdepartement des Kantons Basel-Stadt (Mixyourlife.ch) (E. de Bruyn Ouboter)
- Erziehungsdepartement Basel-Stadt (U. Keller)



Bern

- Erziehungsdirektion (R. Bieri)
- Gesundheits- und Fürsorgedirektion (K. Horisberger)
- Berner Gesundheit (S. Mullis / S. Eisner)
- PHBern, Institut für Weiterbildung (H. Gebert)



Baselland

- Bildungs-, Kultur- und Sportdirektion, Amt für Volksschulen, Fachstelle Jugend und Gesellschaft (R. Glauser)
- Gesundheitsförderung Baselland, Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion (S. Piccarreta)



Glarus

- Departement Bildung und Kultur (L. Noser)
- Verein wuweg (Dr. S. Kammerecker und A. Kaufmann)



Luzern

- Amt für Volksschulbildung (P. Sonderegger)
- Kantonsärztliche Dienste Luzern (C. Burkard)
- Fachstelle Suchtprävention für DFI (R. Röllin Bolzern)
- Pädagogische Hochschule Zentralschweiz PHZ Luzern (T. Bürgisser)



Solothurn

- Amt für Volksschule und Kindergarten (A. Walter)
- Perspektive Solothurn (R. Henz)
- Suchthilfe Ost (A. Schärmeli)



Schaffhausen

- Erziehungsdepartement (A. Meyer)
- Fachstelle für Gesundheitsförderung und Prävention (E. Bucher)



St. Gallen

- Amt für Volksschule Beratungsdienst Schule (R. Obertüfer)
- Amt für Gesundheitsvorsorge, Fachstelle Schule und Gesundheit (N. Würth)
- Kinderschutzzentrum St. Gallen (C. Hengstler)
- Pädagogische Hochschule St. Gallen (B. Straub)



Schwyz

- Amt für Volksschulen und Sport (U. Stalder)
- Amt für Soziales und Gesundheit (K. Rodel)
- Pädagogische Hochschule Zentralschweiz PHZ Schwyz (W. Rhyner)



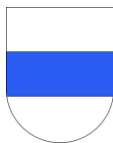
Thurgau

- Departement Erziehung und Kultur (V. Zimmermann)
- Kantonsärztlicher Dienst - Beauftragte für Gesundheitsförderung (J. Hübscher Stettler)
- Perspektive Thurgau (S. Brüni-Wieland)



Uri

- Amt für Kultur und Sport (J. Schuler)
- Gesundheitsförderung Uri (M. Fehlmann)



Zug

- Amt für gemeindliche Schulen (L. Annen)
- Gesundheitsamt (M. Bowley)
- Pädagogische Hochschule Zentralschweiz PHZ Zug (L. Abächerli)



Zürich

- Prävention & Gesundheitsförderung Kanton ZH (R. Stähli)

Dienstleister

Die **Dienstleister** sind verantwortlich für bestimmte Dienstleistungen, die in feel-ok.ch integriert sind.

ANNE VOSS FILM

Body Talk

Infoklick

tschau.ch

Modulus Webservice GmbH

Programmierung

PixelResort

Design Icons

Feinheit.ch

Webdesign

Netzwerk feel-ok.at



Das Netzwerk von feel-ok.at in Österreich



Fonds Gesundes Österreich
Finanzierung der Implementierung und
der Fachstellendatenbank in Österreich

Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur
Finanzierung von feel-ok.at

Österreichische Bundes-Sportorganisation (BSO)
Zuständig für das Thema "Bewegung und Sport"

Steiermark



Styria vitalis
Trägerschaft www.feel-ok.at
Kontaktinstitution für die Implementierung in der Steiermark
Verantwortlich für die Themen Ernährung, Selbstvertrauen und Stress

Das Land Steiermark – Abt. Gesundheit
Finanzierung der Koordination

Das Land Steiermark - Jugend
Finanzierung der Koordination

AIDS-Hilfe Steiermark
Thema HIV/Aids und sexuell übertragbare Krankheiten

Vivid – Fachstelle für Suchtprävention
Zuständig für die Themen Alkohol und Tabak

Frauengesundheitszentrum Graz
Zuständig für das Modul "Der weibliche Körper und Lust" sowie "Verhütung, Schwangerschaft und Menstruation" beim Thema "Liebe & Sexualität"

Arbeiterkammer Steiermark - Abteilung Lehrlings- und Jugendschutz
Zuständig für das Thema Arbeit

WEIL - Weiter im Leben
Zuständig für das Thema Suizidalität





Fachstelle für Suchtprävention Burgenland
Implementierung von feel-ok.at in **Burgenland**



Fachstelle für Suchtvorbeugung, Koordination und Beratung
Implementierung von feel-ok.at in **Niederösterreich**



kontakt+co – Suchtprävention Jugendrotkreuz Tirol
Implementierung von feel-ok.at in **Tirol** und Thema Cannabis



Landesstelle Suchtprävention Kärnten
Implementierung von feel-ok.at in **Kärnten**



Sucht- und DrogenkoordinationsgmbH – Institut für Suchtprävention
Implementierung von feel-ok.at in **Wien**



Supro – Werkstatt für Suchtprophylaxe in Vorarlberg
Implementierung von feel-ok.at in **Vorarlberg**



AVOS - Arbeitskreis für Vorsorgemedizin Salzburg
Implementierung von feel-ok.at in **Salzburg**

Nutzung von feel-ok.ch: Erkenntnisse im Überblick

Jedes Jahr wird das Nutzerverhalten der Besucher/-innen von feel-ok.ch detailliert analysiert. So können wir unser institutionelles Netzwerk informieren, wie intensiv und häufig die Inhalte der thematischen Sektionen heruntergeladen wurden.

Mit dieser Analyse können wir das Verhalten der Besucher/-innen in feel-ok.ch besser verstehen. Mit den Nutzerstatistiken erfahren wir, ob unsere Annahmen, wie eine Intervention strukturiert sein soll, stimmen oder ob zukünftige Optimierungen des Webangebotes erforderlich sind.

Im 2011 kam noch der Relaunch von feel-ok.ch hinzu. Obwohl der Prozess des Relaunches wissenschaftlich begleitet wurde, stellte sich die Frage, wie die neue Plattform – wenn sie online ist – von Jugendlichen und Multiplikator/-innen beurteilt und verwendet wird. Besonders gespannt waren wir deswegen dieses Jahr auf die neusten Statistiken.

Hinter den Statistiken sind Verhaltensmuster ersichtlich: Sie lassen uns erkennen, was in feel-ok.ch besonders gut läuft, was dagegen kaum wahrgenommen wird und welche Stolpersteine die sinnvolle Verwendung der Web-Plattform erschweren. Zudem lassen uns die Statistiken in bestimmten Fällen herausfinden, welche Kommunikations- und Implementierungsmassnahmen besonders wirksam resp. nicht wirksam sind.

Die korrekte Interpretation der Nutzerstatistiken ist eine Wissenschaft für sich: Nicht nur wegen der verfügbaren Datenmenge, sondern auch weil es nicht immer klar ist, wie diese Daten generiert wurden. Werden die Nutzungsstatistiken nur oberflächlich angeschaut, sind Fehlinterpretationen fast unvermeidlich. Es braucht viel Wissen und Erfahrung, um Nutzerstatistiken korrekt zu interpretieren. Überraschungen sowie Revisionen können nie ganz ausgeschlossen werden.

In diesem Kapitel interpretieren und fassen wir die wichtigsten Erkenntnisse der Nutzungsstatistiken zusammen. Interessierte finden konkrete Angaben und detaillierte Zahlen im folgenden Kapitel.

Bekannt und empfohlen

Die Mehrzahl der Besucher/-innen hat entweder direkt www.feel-ok.ch in die Adressleiste des Browsers eingegeben oder Google genutzt, um www.feel-ok.ch zu finden. Aber auch via Google wurde als Suchwort meistens „feelok“ in irgendeiner Variante angegeben („feelok“, „www.feelok.ch“, „feelok.ch“, „feel ok“, „feelock“, „feelook“, „feel okay“ usw.). Somit ist klar, dass die Mehrzahl der Besucher/-innen www.feel-ok.ch kannte oder durch andere Personen, z.B. Lehrpersonen, veranlasst wurde, www.feel-ok.ch zu nutzen.

Die zahlreichen Kommunikationsmassnahmen der letzten Jahre haben gewirkt. Es ist wichtig, dass sie fortgesetzt und intensiviert werden. Diese Kommunikationsmassnahmen haben letztlich dazu beigetragen, dass auch ohne grosse Unterstützung durch Google (wegen des Relaunches im 2011, siehe nächster Punkt) www.feel-ok.ch häufig genutzt wurde (www.feel-ok.ch, N = 160'683 Besuche; www.feelv6.ch, N=100'264 Besuche).

Google

Als Folge des Relaunches ist www.feel-ok.ch Anfang 2011 weitgehend aus der Rangliste der Google-Suchmaschine verschwunden. Die Situation hat sich im Laufe von 2011 verbessert, und mit 18'686 Suchworten (oder



Suchwort-Kombinationen) ist es zurzeit (Anfang 2012) wieder möglich, das Angebot der Plattform zu finden. Trotz beeindruckend hoher Anzahl von Suchworten wurde der Sollzustand mit Google noch nicht erreicht: Ein zentraler Grund dafür ist, dass viele thematische Sektionen des früheren Auftritts von feel-ok.ch auf einen neuen Server transferiert werden mussten. Dies, weil es nicht möglich war, alle Inhalte gleichzeitig zu bearbeiten, zu aktualisieren und zu ergänzen (diese Sektionen laufen heute unter www.feelv6.ch). Diese „technologisch veralteten“ Sektionen werden von Google mit wenigen Ausnahmen vernachlässigt und tragen kaum zur Förderung der Nutzung von feel-ok.ch bei.

Google war im Jahr 2010 für rund 70% der Besuche von feel-ok.ch verantwortlich. Im 2011 kamen nur 38% der Besuche via Google. Die markante Abnahme von 70% auf 38% erklärt, warum feel-ok.ch im 2011 eine geringere Anzahl Besucher/-innen als im Vorjahr erreichte. Mit dem Relaunch der fehlenden thematischen Sektionen, die zurzeit auf feelv6.ch laufen, wird die Besucheranzahl von feel-ok.ch in den kommenden Jahren wieder ansteigen.

Die Rolle von Google darf trotz flächendeckender Kommunikationsmassnahmen nicht unterschätzt werden. Auch unsere Statistiken zeigen, dass jedes Mal, wenn Google eine bestimmte Seite von feel-ok.ch in seiner Rangliste hoch platziert, diese häufiger genutzt wird. Umgekehrt: Je schlechter die Position in der Google-Rangliste (auch wenn die Seite noch auf der ersten Seite von Google zitiert wird, z.B. in der 10. Position), desto schlechter ist der Besucherfluss von Google zu feel-ok.ch.

Die Suchmaschinenoptimierung ist sicher nicht die einzige, aber eine der wichtigsten Strategien, um die Nutzung der Web-Plattform zu fördern. Sobald finanziert, werden wir auch die Wirkung der AdWords testen. Mit ihnen hoffen wir, vor allem die Verwendung wenig genutzter Dienstleistungen von feel-ok.ch gezielt promoten zu können.

Faktoren, die die Nutzung von feel-ok.ch beeinflussen

Aufgrund der Statistikdaten versuchen wir, herauszufinden, welche Faktoren die Nutzung von feel-ok.ch beeinflussen. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit können wir mindestens 5 Faktoren identifizieren, die besonders wichtig sind:

1. Google

Der Faktor „Google“ ist bekannt. Je höher eine Seite in der Rangliste der Suchmaschine erscheint, desto häufiger wird sie heruntergeladen.

2. Interesse der Besucher/-innen

Auch das Interesse der Besucher/-innen für ein bestimmtes Thema spielt eine zentrale Rolle. Stösst ein Thema auf wenig Interesse, wird es wenig in Anspruch genommen, auch wenn es in der Rangliste von Google in erster Position erscheint. So lässt sich zum Beispiel erklären, warum die Module „*Vor mir wird jemand angegriffen / ausgegrenzt*“ oder „*Test Orthorexie*“ trotz hervorragender Position in Google nicht so häufig angeklickt werden.

3. Interesse und Zuständigkeit der Lehrpersonen

Wichtig ist auch, für welche Themen sich Lehrpersonen zuständig fühlen und bei welchen Themen sie bereit sind, diese mit Schulklassen zu bearbeiten. Das Modul „*Gesundheit & Folgeschäden*“ (Sektion Tabak) wird intensiv genutzt, aber nicht, weil diese Suchworte in Google zu - für feel-ok.ch - brauchbaren Ergebnissen führen, sondern weil die Lehrpersonen das Thema

mit Schulklassen bearbeiten. Dass dem so ist, beweist die Tatsache, dass das Arbeitsblatt „*Gesundheit und Folgeschäden*“ in der Sektion für Multiplikatoren häufig heruntergeladen wurde. Dies als erneute Bestätigung und Hinweis, dass jede Massnahme willkommen ist, die Multiplikatoren motiviert und unterstützt, das Angebot von feel-ok.ch zu nutzen.

4. Rolle des Netzwerkes

Wie stark sich das institutionelle Netzwerk von feel-ok.ch engagiert, die eigenen thematischen Module bekannt zu machen, beeinflusst womöglich, wie häufig die Plattform genutzt wird. Das Engagement ist vermutlich nicht nur Ausdruck des Willens einzelner Kontaktpersonen, die Bekanntmachung von feel-ok.ch zu unterstützen, sondern auch ein Zeichen dafür, wie viele und welche Ressourcen (Netzwerk, Kontakt zu Multiplikator/-innen, Geld, Spielraum für Aktionen ...) einem thematischen Netzwerk zur Verfügung stehen.

Beispiel: Die Tabakprävention wird vom Tabakpräventionsfonds mit substantiellen finanziellen Beiträgen unterstützt. Mit diesen Beiträgen können die Netzwerkpartner von feel-ok.ch flächendeckende und kontinuierliche tabakpräventive Massnahmen durchführen. Diese sensibilisieren die Multiplikatoren für die Tabak-Thematik und führen indirekt durch die Sensibilisierung oder direkt durch die Netzwerkpartner dazu, dass das Tabakpräventionsangebot von feel-ok.ch häufiger genutzt wird.

Die Partner können wir meistens nicht finanziell unterstützen. Aber wir können andere Massnahmen umsetzen, mit denen es für das Netzwerk einfacher und attraktiver wird, die eigenen feel-ok.ch-Module bekannt zu machen.

5. Bekanntheitsgrad des Angebotes

Selbstverständlich darf die Wichtigkeit des Bekanntheitsgrades des Angebotes nicht vernachlässigt werden.

- a. Artikel in Online-Zeitschriften wie „20 Minuten“ bewirken, dass das Angebot von feel-ok.ch für kurze Zeit intensiv genutzt wird.
- b. Andere Webangebote verlinken zu feel-ok.ch, weil sie die Plattform kennen und schätzen. Websites wie jugendund-sport.ch und tschau.ch unterstützen auf diesem Weg mit kontinuierlichen Beiträgen die Nutzung von feel-ok.ch.
- c. In vielen Websites findet sich ein Link zu feel-ok.ch, dies wiederum als Folge der Kommunikationsbemühungen, die dazu geführt haben, dass die Web-Plattform bekannt wurde. Die Mehrzahl der externen Links generiert jährlich nur wenige Besuche. Aber alle Verlinkungen zusammengekommen sind für fast 20% der Besuche verantwortlich.

Es ist nicht immer möglich, die Wirkung oder Wirkungskette der Kommunikationsmassnahmen aus den Statistikdaten zu extrapolieren. Und trotzdem wissen wir, dass die Kommunikationsarbeit auf dem richtigen Weg ist. Dafür sprechen:

- a. die zahlreichen Links zu feel-ok.ch,
- b. die Tatsache, dass die Mehrzahl der Besucher/-innen feel-ok.ch direkt geöffnet hat,
- c. die Verwendung von feel-ok.ch in hunderten Gemeinden der Schweiz (und dies verteilt auf alle – vorwiegend –

- deutschsprachigen Kantone), sowie
- d. das häufige Download des Handbuches, der Arbeitsblätter und des Vortrages, mit denen Multiplikatoren erfahren, wie sie die Plattform mit Jugendlichen einsetzen bzw. wie sie andere Multiplikatoren auf das Angebot von feel-ok.ch aufmerksam machen können.

Das Interesse der Besucher/-innen für ein bestimmtes Thema (Punkt 2) lässt sich kaum beeinflussen. Die anderen Faktoren hingegen können mit geeigneten Massnahmen zum Teil gesteuert werden, vorausgesetzt, man hat gute Ideen, Unterstützung und die dafür benötigten Ressourcen. Daran arbeiten wir.

Die Startseite wird häufig übersprungen

Die Mehrzahl der Besuche (> 60%) gelangt *nicht* zur Startseite von feel-ok.ch, d.h. sie öffnet direkt eine Unterseite der Web-Plattform. Im Rahmen dieser Besuche wird nicht auf die Schaltfläche „Startseite“ geklickt.

Es ist somit anzunehmen, dass diese Besucher/-innen nichts über die inhaltliche Breite von feel-ok.ch erfahren. Das ist ein besonders gravierendes Problem für eine multithematische Plattform.

Im Rahmen des Redesigns von feel-ok.ch ist geplant, dass eine neue thematische Leiste in alle Seiten von feel-ok.ch integriert wird, um die Navigation zwischen den thematischen Modulen und Sektionen zu erleichtern.

Viele Besucher laden mehrere Inhalte herunter

Die Mehrzahl der Besucher/-innen lädt mehrere Seiten von feel-ok.ch herunter. Eine Minderheit verlässt die Website, nachdem eine einzige Seite geöffnet wurde.

Hat jemand von feel-ok.ch andere Dienstleistungen erwartet als jene, die eine Intervention-Website anbieten kann, wird er oder sie die Seite rasch verlassen. Das ist normal, und dagegen können wir nichts unternehmen.

Im Gegensatz dazu sind in folgenden zwei Fällen Verbesserungen möglich und sinnvoll:

1. Wir vermuten, dass Jugendliche, die die Web-Plattform ohne Begleitung von Multiplikatoren nutzen, weniger nach Themen (z.B. „Arbeit“ oder „Alkohol“), sondern mehr nach gezielten Informationen suchen (z.B. „*Wie finde ich den passenden Job für mich?*“ oder „*Wie viel Alkohol ist OK?*“). Um auch diese Zielgruppe optimal anzusprechen, planen wir die Integration der Funktion „**Aktuell**“ in feel-ok.ch. „Aktuell“ verweist nicht auf globale Themen, sondern auf gezielte Inhalte, die für die Zielgruppe vermutlich von Interesse sind oder sie neugierig machen (z.B. „*Übergewichtig? Mit der richtigen Diät nimmt man gesund ab*“ {Thema Gewicht} oder „*Fussball begeistert. Was ist die richtige Sportart für dich?*“ {Thema Förderung der körperlichen Aktivität} oder „*Evandro ist 10 Jahre alt. Er muss in einer Tabakplan-tage arbeiten*“ {Thema Rauchen und Ethik}).
2. Gelangt ein Besucher direkt auf die Seite eines Artikels, weiss er nicht unbedingt, wie er die Reise in feel-ok.ch fortsetzen kann. Deswegen möchten wir in den Artikeln die Funktion „**Verwandte Artikel**“ integrieren. Diese Funktion wird den Leser/-innen helfen, die relevanten Inhalte der Web-Plattform aufgrund eines thematischen Leitfadens zu finden.

Um sicherzustellen, dass die Zielgruppe die relevanten Inhalte findet,

planen wir im Rahmen des Redesigns zwei neue Funktionen: „**Aktuell**“ und „**Verwandte Artikel**“. Somit erfahren die Besucher/-innen auf jeder Seite von feel-ok.ch, welche weiteren Artikel und Dienstleistungen der Web-Plattform womöglich interessant für sie sein könnten.

Die Inhalte zählen!

Werden auf einer Seite die Titel mehrerer Artikel aufgelistet, könnte man vermuten, dass die ersten Artikel auf der Liste häufiger heruntergeladen werden als jene, die sich am Ende der Liste befinden. Das ist aber nicht automatisch der Fall. Die User/-innen lassen sich von der Reihenfolge der angebotenen Artikel nur wenig beeindrucken und wählen dagegen gezielt, d.h. sie laden nur jene Informationen herunter, für die sie Interesse haben.

Möchten wir auf bestimmte Inhalte aufmerksam machen, müssen wir sie so verpacken, dass die Zielgruppe sie interessant findet. Eine Idee dazu ist, die Titel der Artikel mit Bildern und einer kurzen Beschreibung zu ergänzen, die erklärt, warum es sich lohnt, darauf zu klicken und mehr zu erfahren.

Interaktive Tools sind beliebt

Interaktive Tools sind eine optimale Lösung, um die Zielgruppe auf ein Thema aufmerksam zu machen und sie zu motivieren, bestimmte Inhalte zu bearbeiten: Das zeigt sich dadurch, dass sie häufig genutzt werden.

Ein Beispiel: Obwohl es als Folge des Relaunches im 2011 kaum mehr möglich war, via Google die Sektion Alkohol von feel-ok.ch zu finden, wurde der Alkohol-Quiz häufiger genutzt als im Vorjahr. Dies, weil der Quiz auf der Startseite der Sektion Alkohol an prominenter Position erwähnt wurde.

Wir werden die interaktiven Ressourcen von feel-ok.ch in Zukunft vermehrt in den Vordergrund stellen. Mit diesen Highlights vergrößern wir die Chance, dass die Gesundheitsinhalte von feel-ok.ch bearbeitet werden.

Gleiche Inhalte in verschiedenen Sektionen werden unterschiedlich häufig genutzt

Das Programm von PFADE „*Wer bin ich? Was tue ich?*“ wird in der Sektion zum Thema Selbstvertrauen deutlich häufiger als in der Sektion zum Thema Gewaltprävention besucht, obwohl die Inhalte identisch sind. Ähnliche Erkenntnisse liefert das Modul „Sexuelle Gewalt“, das sowohl in der Sektion „Gewalt“ als auch in der Sektion „Liebe und Sexualität“ erscheint.

Es sind verschiedene Erklärungen für die unterschiedliche Häufigkeit der Nutzung denkbar. Eine davon ist, dass bestimmte Sektionen inhaltlich attraktiver sind als andere, was wiederum die intensivere Bearbeitung der angebotenen Themen fördert.

Wir planen, im Rahmen des Redesigns in den „attraktiven“ Sektionen auf bestimmte Inhalte aufmerksam zu machen, die sich in Bereichen befinden, die nicht so häufig genutzt werden. Dabei handelt es sich um eine „solidarische“ Aktion: Starke Sektionen unterstützen die Nutzung von schwachen Bereichen/Seiten. Die Kunst besteht darin, die Inhalte der selten genutzten Bereiche bedürfnisorientiert zu gestalten. Nur so haben sie eine gewisse Chance, von der Zielgruppe wahrgenommen und angeklickt zu werden. Denn eines ist klar: Man klickt nicht auf ein Element, bloss weil es erscheint, sondern weil dafür ein Bedürfnis besteht.

Synergien sind möglich und sinnvoll

Andere Projekte können von feel-ok.ch profitieren. So werden z.B. die Videos von Sehnsucht.net häufiger angeschaut, seit sie in feel-ok.ch eingebettet wurden. Die Projektdatenbank, die sich in der Sektion für

Lehrpersonen befindet, ist wenig prominent platziert. Trotzdem wurde sie im 2011 fast 900-mal konsultiert. Auch die Inhalte des Moduls von Sucht Schweiz in der Sektion für Multiplikatoren wurden in weniger als einem Jahr rund 3'000-mal heruntergeladen.

Diese Zahlen deuten darauf hin, dass feel-ok.ch als Plattform geeignet ist, um Multiplikatoren und Jugendliche über Ressourcen der Partner aufmerksam zu machen und dass auf diese Weise tatsächlich Synergien entstehen.

Im Rahmen des Redesigns werden wir eine Suchmaschine in feel-ok.ch integrieren. Diese Suchmaschine wird vermutlich auf fast allen Seiten von feel-ok.ch erscheinen und die Bekanntmachung der Ressourcen (Projekte, Websites, didaktische Unterlagen, Beratungsstellen ...) unserer Partner fördern.

Sektion für Multiplikatoren

Mit dem Relaunch wurde feel-ok.ch um eine neue Sektion erweitert, welche Multiplikatoren - z.B. Lehrpersonen - anspricht. Die Statistiken zeigen, dass diese Sektion häufig genutzt wird und dass die Unterlagen (z.B. das Handbuch) sowie die Arbeitsblätter oft heruntergeladen werden.

Die Zahlen deuten darauf hin, dass die Ressourcen von den Multiplikator/-innen wahrgenommen werden und es sich lohnt, in Zukunft weitere Dienstleistungen in diese Sektion zu integrieren.

Smartphone

Immer mehr Jugendliche (3.2%) besuchen feel-ok.ch mit einem Smartphone, vor allem mit einem iPhone, iPad oder iPod. Nicht nur rechtfertigt diese Entwicklung die Programmierung einer App, sondern untermauert die Botschaft, dass der Relaunch von feel-ok.ch eine wichtige Entscheidung war. Das frühere feel-ok.ch (auch feelv6.ch) nutzte die Flash-Technologie, und diese wird von der Apple-Familie nicht unterstützt. Ohne Relaunch wäre feel-ok.ch mit den Apple-Smartphones nicht kompatibel gewesen. Auch mit den anderen Smartphones ist die Nutzung von Flash-Anwendungen nicht ganz optimal.

Der Relaunch ist eine Investition in die Zukunft. Die Entwicklung einer App wird vermutlich eine immer dringendere Aufgabe sein, um die Nutzung von feel-ok.ch nicht nur in der Freizeit, sondern auch in der Schule und in anderen Settings zu fördern.

feel-ok.ch und feelv6.ch – Datenerhebung

Die neuen Sektionen zu den Themen Tabak, Körpergewicht/Esstörungen und Gewalt findet man unter der Adresse www.feelok.ch (oder www.feel-ok.ch).

Die technologisch veralteten Sektionen (z.B. zu den Themen Alkohol, Arbeit, Ernährung und Sport) findet man unter www.feelv6.ch.

Die „zwei Web-Angebote“ können selbstständig genutzt werden.

Die Besucher/-innen von feel-ok.ch haben einen vereinfachten Zugang zu den Modulen, die auf feelv6.ch laufen. Für die User von feelv6.ch ist es dagegen schwierig, den Weg zu feel-ok.ch zu finden.

Die Trennung des Angebotes von feel-ok.ch auf zwei Plattformen war eine Notwendigkeit, weil es nicht möglich war, mit den verfügbaren zeitlichen und finanziellen Ressourcen alle Inhalte von feel-ok.ch gleichzeitig zu aktualisieren und in die neue Web-Plattform zu integrieren.

Folgende Statistik-Tools stehen uns zur Verfügung:

- Für das neue feel-ok.ch verwenden wir Google Analytics. Das Tool erfasst das Nutzerverhalten ausschliesslich für jene Seiten, die unter www.feel-ok.ch (oder www.feelok.ch) laufen. Das Tool erfasst auch das Nutzerverhalten unter www.feel-ok.at und www.feelok.de. Die Daten werden getrennt erhoben und erlauben separate Analysen des Nutzerverhaltens in den drei Webadressen von feel-ok.
- Für www.feelv6.ch und www.feelv6.at stehen drei Informationsquellen über das Nutzerverhalten zur Verfügung, wobei man anmerken muss, dass die Daten der schweizerischen und österreichischen Adresse nicht voneinander getrennt werden können:
 - Das Tool von iWay liefert Informationen über die Nutzung der gesamten Anwendung und von ausgewählten Seiten von feelv6,
 - ein selbstprogrammiertes Tool erfasst die Anzahl Besuche innerhalb von Modulen von feelv6,
 - mit Tests von feelv6 ist es möglich, das Profil der Nutzer/-innen zu erfassen.

Globale Nutzungszahlen

Die verschiedenen Statistiktools liefern folgende globale Zahlen:

- feel-ok.ch wurde im Jahr 2011 160'683-mal besucht. Insgesamt wurden 1'260'808 Seiten aufgerufen.
- feelv6.ch wurde im Jahr 2011 100'264-mal besucht.
- feel-ok.at wurde am 18. Oktober 2011 lanciert. In etwa 2 ½ Monaten wurde die Web-Plattform 3.722-mal besucht. Insgesamt wurden 41'403 Seiten aufgerufen.
- feelok.de wurde am 19. Oktober 2011 lanciert. In etwa 2 ½ Monaten wurde die Web-Plattform 733-mal besucht. Insgesamt wurden 4'645 Seiten aufgerufen. Die Inhalte von feelok.de wurden bis Ende 2011 für das deutsche Publikum noch nicht angepasst, so dass eine Förderung der Nutzung der Web-Plattform im vergangenen Jahr nicht sinnvoll war.

Nutzung der zielgruppenspezifischen Sektionen

Die Inhalte der Sektion für Multiplikatoren (feel-ok.ch) wurden 35'466-mal heruntergeladen. Eine prozentuale Berechnung ist wenig sinnvoll, da voraussichtlich die Mehrzahl der Lehrpersonen, die den Weg zur Seite für Multiplikatoren fand, zuerst auf die Seite für Jugendliche gelangte. Dies deshalb, weil die Startseite für Jugendliche die Standardseite ist, wenn man die Adresse www.feel-ok.ch eingibt.

Sektion für...	feel-ok.ch	feel-ok.at ¹
Jugendliche	952.051	39.121
Multiplikatoren	35.466	1.771
Partner	2.780	-

¹ Online seit 18.10.2011

Nutzung der thematischen Sektionen von feel-ok.ch (und feel-ok.at)

Tabak

Im Jahr 2011 wurden 173'477 Seiten aus der Sektion Tabak heruntergeladen. Wir schätzen, dass die Sektion „Tabak“ rund 22'200-mal besucht wurde.

Folgende Tabelle zeigt die Seitenaufrufe für jedes Modul.

Modul	feelok.ch	Online seit	feelok.at ²
Rauchfrei werden	17.962	17.1.2011	751
Richtig oder falsch	6.896	17.1.2011	429
Tests und interaktive Funktionen	13.348	17.1.2011	1.008
Wettbewerbe und coole Projekte	1.332	17.1.2011	-
Einem Freund oder einer Freundin helfen	1.413	17.1.2011	72
Fragen und Antworten	6.428	17.1.2011	241
Videoclips	1.564	30.6.2011	-
Jugendliche rauchen nicht oder wollen aufhören	4.029	17.1.2011	384
Was Jugendliche an die Zigarette bindet	6.993	17.1.2011	720
Rauchst du ausschliesslich am Wochenende oder während Partys?	1.711	17.1.2011	-
Rückfall: was nun?	831	17.1.2011	72
Raucher/-innen und Gelegenheitsraucher/-innen: Deine Entscheidung	1.553	17.1.2011	119
Nichtraucher/-innen: Deine Entscheidung	1.978	17.1.2011	172
Sex und Pille	3.775	17.1.2011	290
Gewicht	1.819	17.1.2011	76
Geld	2.750	17.1.2011	332
Sport	2.701	17.1.2011	70
Gesundheit & Folgeschäden	7.963	17.1.2011	712
Sucht	4.607	17.1.2011	386
4'800 Substanzen	5.097	17.1.2011	682
Tricks der Tabakindustrie	4.047	17.1.2011	185
Passivrauchen	3.205	17.1.2011	350
Natur, Umwelt, Gesellschaft	4.311	17.1.2011	43
Werbung und Sponsoring	4.318	17.1.2011	54
Statistiken	1.003	17.1.2011	76
Nach dem Rauchstopp	1.839	17.1.2011	118
Wasserpfeife, Schnupftabak ...	14.947	17.1.2011	364
Gesetze	1.112	17.1.2011	100
Schwangerschaft und Kleinkinder	1.754	17.1.2011	43
Geschichte	835	17.1.2011	43

² Online seit 17. Oktober 2011

Körpergewicht und Essstörungen

Die Sektion „Mein Gewicht“ wurde in zwei Phasen veröffentlicht. Die ersten Module, vorwiegend zum Thema Essstörungen, waren schon am 1. April 2011 online, die anderen Module, vorwiegend zum Thema Körpergewicht, konnte man erst ab 29. Juni 2011 herunterladen.

Die Inhalte des Angebotes, die online waren, wurden zwischen dem 1. April 2011 und Ende 2011 46.412-mal heruntergeladen. Aufgrund der Daten schätzen wir, dass die Sektion „Mein Gewicht“ rund 6*100-mal besucht wurde.

Folgende Tabelle zeigt die Seitenaufrufe für jedes Modul.

Modul	feelok.ch	Online seit
Bin ich hier richtig?	671	29.6.2011
Jugendliche erzählen	506	29.6.2011
Fragen und Antworten	1.037	29.6.2011
Richtig oder falsch	825	29.6.2011
Videoclips: Bulimie	583	29.6.2011
Wie kann ich einem/r Freund/-in helfen?	235	29.6.2011
Ist mein Gewicht OK?	3.708	29.6.2011
Ich fühle mich nicht wohl in meinem Körper	650	29.6.2011
Übergewicht? Untergewicht?	4.617	29.6.2011
Wer wächst, braucht Reserven	183	29.6.2011
Häufigkeit von Über- und Untergewicht	246	29.6.2011
Folgen von Übergewicht und Untergewicht	367	29.6.2011
Ursachen für Über- und Untergewicht	605	29.6.2011
Diäten	354	29.6.2011
Gesunde Ernährung	693	29.6.2011
Gesund abnehmen	1.153	29.6.2011
Gesund zunehmen	291	29.6.2011
Gesund Sport treiben	490	29.6.2011
Sind meine Essgewohnheiten OK?	3.275	1.4.2011
Ich und meine Gefühle	530	1.4.2011
Was sind Essstörungen?	765	1.4.2011
Formen von Essstörungen	1.379	1.4.2011
Häufigkeit und Verbreitung	348	1.4.2011
Mädchen und Knaben sind betroffen	484	1.4.2011
Folgen von Essstörungen	1.667	1.4.2011
Essstörungen erkennen	674	1.4.2011
Ursachen von Essstörungen	930	1.4.2011
Essen und Gefühle	1.182	1.4.2011
Schönheitswahn	519	1.4.2011
Sport und Essstörungen	662	1.4.2011
Behandlung von Essstörungen	693	1.4.2011

Gewalt

Die ersten Module der Sektion zum Thema „Gewalt“ wurden am 1. April 2011 lanciert. Laufend werden neue Module integriert. Die inhaltliche Entwicklungsarbeit wird Ende 2012 abgeschlossen sein.

Die Inhalte des Angebotes, die online waren, wurden zwischen dem 1. April 2011 bis Ende 2011 26.012-mal heruntergeladen. Aufgrund der Daten schätzen wir, dass die Sektion „Gewalt“ rund 3'600-mal besucht wurde.

Folgende Tabelle zeigt die Seitenaufrufe für jedes Modul.

Modul	feelok.ch	Online seit	Sektion...
Gewalt unter Jugendlichen ist selten	1.572	1.4.2011	Gewalt
Jugendliche erzählen	1.926	1.4.2011	Gewalt
Videoclip "Stoppt Gewalt!"	530	20.10.2011	Gewalt
Wer bin ich? Was tue ich?	2.033	1.4.2011	Gewalt
Wer bin ich? Was tue ich?	7.176	29.6.2011	Selbstvertrauen
So habe ich Konflikte/Probleme im Griff	1.215	1.4.2011	Gewalt
Sich wehren und/oder Hilfe holen	2.536	1.4.2011	Gewalt
Vor mir wird jemand angegriffen / ausgegrenzt	827	1.4.2011	Gewalt
Einem Freund/einer Freundin helfen	482	1.4.2011	Gewalt
Die Polizei ist auf deiner Seite	3.288	1.4.2011	Gewalt
Gemeinsam gegen Gewalt	676	1.4.2011	Gewalt
Sex. Gewalt: Reagieren und sich schützen	1.383	1.4.2011	Gewalt
Sex. Gewalt: Reagieren und sich schützen	790	25.11.2011	Sexualität
Sex. Gewalt: Keine Übergriffe machen, helfen	1.325	7.10.20	Gewalt
Sex. Gewalt: Keine Übergriffe machen, helfen	793	25.11.2011	Sexualität
Informationen für Täter/-innen	981	1.4.2011	Gewalt
Richtig oder falsch	³ -	Jahr 2012	
Fragen und Antworten	-	Jahr 2012	
Tests	-	Jahr 2012	
Gruppendruck	-	Jahr 2012	
Gewalt: ein Wort, viele Gesichter	-	Jahr 2012	
Von A wie Arbeit bis S wie Sport: wo Gewalt stattfindet	-	Jahr 2012	
Gewalt: Die Beteiligten	-	Jahr 2012	
Ursachen von Gewalt	-	Jahr 2012	
Die schädlichen Folgen von Gewalt	-	Jahr 2012	
Zahlen: nimmt Gewalt wirklich zu?	-	Jahr 2012	
Internet, Handy, TV und Co.	-	Jahr 2012	
Vorurteile, Herkunft und Gewalt	-	Jahr 2012	

³ Module in Entwicklung

Nutzung der Startseiten in feelok.ch, die auf feelv6.ch verweisen

Folgende Startseiten verweisen auf die thematischen Module, die sich auf feelv6.ch befinden.

Die Inhalte der thematischen Module, die sich auf feelv6.ch befinden, können auch direkt von www.feelv6.ch heruntergeladen werden.

Wird eine thematische Startseite geöffnet, ist dies noch keine Garantie, dass die Module der entsprechenden thematischen Sektion bearbeitet werden. Für die Daten betreffend Nutzung der Module auf feelv6.ch verweisen wir auf das nächste Kapitel.

Im Folgenden wird angegeben, wie häufig im Jahr 2011 diese thematischen Startseiten angeschaut wurden:

Startseite	Besuche	Online seit...	N Links
Alkohol	22.498	17.1.2011	10
Arbeit / Lehre	13.657	17.1.2011	2
Bewegung und Sport	18.999	17.1.2011	5
Cannabis	17.557	17.1.2011	8
Ernährung	19.972	17.1.2011	5
Liebe und Sexualität	46.610	17.1.2011	11
Selbstvertrauen	6.117	30.6.2011	2
Stress	13.523	17.1.2011	9
Suizidalität	7.043	21.2.2011	5

Als Vergleich die Startseiten, die auf Module von feel-ok.ch verweisen:

Startseite	Besuche	Online seit...	N Links
Gewalt ⁴	6.637	1.4.2011	13
Gewicht und Essstörungen	13.057	1.4.2011	32
Tabak	40.605	17.1.2011	30

⁴ Mit etwa der Hälfte der geplanten Module

Nutzung der Module auf feelv6.ch

Mehrere Themen, die feel-ok.ch behandelt, konnten im Rahmen des ersten Relaunches nicht in die neue Web-Plattform integriert werden. Als provisorische Lösung wurden sie auf www.feelv6.ch transferiert.

Ein selbst entwickeltes Tool zeigt, wie die Module im 2011 genutzt wurden. Dabei muss man anmerken, dass dieses Tool gleichzeitig die Besuche unter www.feelv6.ch und jene unter www.feelok.at (bis 18.10.2011) bzw. unter www.feelv6.at (ab 18.10.2011) protokolliert und dass diese Zahlen nicht voneinander getrennt werden können. Aus Erfahrungswerten wissen wir jedoch, dass rund 80% der im Folgenden aufgelisteten Besuche aus der Schweiz und rund 20% aus Österreich kommen.

Die Transferierung dieser Sektionen auf feelv6.ch hat dazu geführt, dass sie zum Teil aus der Rangliste von Google verschwunden sind. So lässt sich erklären, warum diese Sektionen im Jahr 2011 seltener als im vorherigen Jahr genutzt wurden.

Alkohol

Die Module der Sektion Alkohol wurden im 2011 insgesamt 13'676-mal besucht. Berücksichtigt man nur Besuche, die länger als 3 Minuten dauerten, wurden die Inhalte im Durchschnitt zwischen 15.4 Minuten (Manchmal zu viel Alkohol) und 20.1 Minuten (Infos über "Wirkung von Alkohol, Risiken, Genuss, Notfall, Strassenverkehr ...") bearbeitet.

Die Tabelle zeigt die Anzahl der Besuche im Jahr 2011 für jedes Modul zum Thema Alkohol, das sich auf feelv6.ch befindet.

Modul	Besuche
Infos über "Wirkung von Alkohol, Risiken, Genuss, Notfall, Strassenverkehr ..."	6'388
Kein Alkohol	1'829
Neugierige	985
Gelegentlich Alkohol	1'992
Manchmal zu viel Alkohol	1'242
Regelmässig und häufig Alkohol	1'240

Insgesamt wurden die interaktiven Tools der Sektion Alkohol 22'048-mal genutzt. Untenstehende Tabelle zeigt die Details.

Tools	Besuche
Alkohol Check	11'425
Alkohol Quiz ⁵	10'623

⁵ Obwohl es im Jahr 2011 als Folge des Relaunches kaum mehr möglich war, die Sektion Alkohol von feel-ok.ch mit Google zu finden, wurde der Alkohol Quiz häufiger genutzt als im 2010 (N=8'584). Dies ist ein Hinweis, dass es wichtig ist, die attraktivsten Funktionen von feel-ok.ch auf der Startseite zu platzieren, um dadurch deren Nutzung zu fördern.

Arbeit / Lehre

Das Modul der Sektion Arbeit (Lehre) und der Interessenkompass wurden im Jahr 2011 insgesamt 11'577-mal genutzt. Berücksichtigt man nur Besuche, die länger als 3 Minuten dauerten, wurden die Inhalte des Moduls im Durchschnitt 20.5 Minuten bearbeitet.

Die Tabelle zeigt die Anzahl der Besuche im Jahr 2011 zum Thema Arbeit, die sich auf feelv6.ch befindet.

Modul/Tool	Besuche
Einen Beruf erlernen, Probleme in der Lehre, Rechte und Pflichten	2'008
Der Interessenkompass	9'569

Bewegung und Sport

Die Module der Sektion Bewegung für Gemütliche und Aktive Bewegungspausen (Sektion für Lehrpersonen) wurden im Jahr 2011 insgesamt 2'644-mal besucht. Berücksichtigt man nur Besuche, die länger als 3 Minuten dauerten, wurden die Inhalte im Durchschnitt 20 Minuten bearbeitet.

Die Tabelle zeigt die Anzahl der Besuche im 2011 für die aufgelisteten Module, die sich auf feelv6.ch befinden.

Modul	Besuche
Infos für Gemütliche	2'208
Aktive Bewegungspausen	436

Insgesamt wurden die interaktiven Tools der Sektion Bewegung und Sport 25'572-mal genutzt. Untenstehende Tabelle zeigt die Details.

Tools	Besuche
Der Bewegungstest	4'452
Dartfit	2'453
Tanze mit den Starbugs	1'594
Sportinteressenkompass	7'061
Video Clips Sportarten	5'602
Sportvereindatenbank	4'410

Cannabis

Die Module der Sektion Cannabis wurden im Jahr 2011 insgesamt 6'495-mal besucht. Berücksichtigt man nur Besuche, die länger als 3 Minuten dauerten, wurden die Inhalte im Durchschnitt zwischen 13.6 Minuten (Kiffen mit Bedenken) und 19.6 Minuten (Infos über "Fakten, Wirkung, rechtliche Aspekte, Risiken ... des Cannabiskonsums") bearbeitet.

Die Tabelle zeigt die Anzahl der Besuche (Jahr 2011) für jedes Modul zum Thema Cannabis, das sich auf feelv6.ch befindet.

Modul	Besuche
Infos über "Fakten, Wirkung, rechtliche Aspekte, Risiken ... des Cannabiskonsums"	2'678
Nicht-Kiffende	99
Neugierige	1'697
Gelegentlich Kiffende	530
Kiffende ohne Bedenken	641
Kiffende mit Bedenken	272
Ex-Kiffende	578

Insgesamt wurden die interaktiven Tools der Sektion Cannabis 7'876-mal genutzt. Untenstehende Tabelle zeigt die Details.

Tools	Besuche
Der Cannabiskonsum-Check	3'882
Leiterspiel	3'994

Ernährung

Die Module der Sektion Ernährung wurden im 2011 insgesamt 12'147-mal besucht. Berücksichtigt man nur Besuche, die länger als 3 Minuten dauerten, wurden die Inhalte im Durchschnitt zwischen 15.4 Minuten (Fast Food) und 23.1 Minuten (Grundlage der Ernährung) bearbeitet.

Die Tabelle zeigt die Anzahl der Besuche im Jahr 2011 für jedes Modul zum Thema Ernährung, das sich auf feelv6.ch befindet.

Modul	Besuche
Grundlagen der Ernährung	9'083
Fast Food	3'064

Insgesamt wurden die interaktiven Tools der Sektion Ernährung 17'069-mal genutzt. Untenstehende Tabelle zeigt die Details.

Tools	Besuche
Das Spiel der Lebensmittelpyramide	12'207
Fast Food-Quiz	4862

Liebe und Sexualität

Die Module der Sektion Liebe und Sexualität wurden im Jahr 2011 insgesamt 47'957-mal besucht. Berücksichtigt man nur Besuche, die länger als 3 Minuten dauerten, wurden die Inhalte im Durchschnitt zwischen 10.1 Minuten (Sexualität erleben) und 16.6 Minuten (HIV / Aids und sexuell übertragbare Infektionen) bearbeitet.

Die Tabelle zeigt die Anzahl der Besuche im 2011 für alle Module zum Thema Liebe und Sexualität, die sich auf feelv6.ch befinden.

Modul	Besuche
Liebe & Beziehung	7'213
Der weibliche Körper und die Lust	9'314
Der männliche Körper und die Lust	5'288
Sexualität erleben	7'034
Sexuelle Orientierungen (Homosexualität und Bisexualität)	2'158
HIV / Aids und sexuell übertragbare Infektionen	3'176
Der Körper verändert sich	2'710
Verhütung, Schwangerschaft, Menstruation	4'697
Pornographie und Prostitution	4'500
<i>Sexuelle Ausbeutung (bis 24.11.2011)</i>	1'867

Am 25.11.2011 wurden zwei neue Einheiten zum Thema Sexuelle Gewalt in feelok.ch integriert, die das Modul „Sexuelle Ausbeutung“ ersetzt haben. Die Inhalte beider Module wurden während rund eines Monats 1'583-mal heruntergeladen.

Module	Seitenaufrufe	Online seit
Sexuelle Gewalt: Reagieren und sich schützen	790	25.11.2011
Sexuelle Gewalt: Keine Übergriffe machen, helfen	793	25.11.2011

Selbstvertrauen

Das Modul „Tipps für ein besseres Selbstvertrauen“ wurde im Jahr 2011 insgesamt 8'141-mal besucht. Berücksichtigt man nur Besuche, die länger als 3 Minuten dauerten, wurden die Inhalte im Durchschnitt 16.1 Minuten bearbeitet.

Modul	Besuche
Tipps für ein besseres Selbstvertrauen	8'141

Am 25.11.2011 wurde „Wer bin ich? Was tue ich?“ in feelok.ch integriert. Die Inhalte dieses Moduls wurden in 6 Monaten 7'176-mal heruntergeladen.

Modul	Seitenaufrufe	Online seit
Wer bin ich? Was tue ich?	7.176	29.6.2011

Stress

Die Module der Sektion Stress wurden im Jahr 2011 insgesamt 11'664-mal besucht. Berücksichtigt man nur Besuche, die länger als 3 Minuten dauerten, wurden die Inhalte im Durchschnitt zwischen 10.8 Minuten (Freizeit) und 20.4 Minuten (Relaxen/Entspannen) bearbeitet.

Die Tabelle zeigt die Anzahl der Besuche im 2011 für alle Module zum Thema Stress, die sich auf feelv6.ch befinden.

Modul	Besuche
Psychologische Tests	4'236
Stress in der Schule	625
Aggressivität, Mobbing und Gewalt	208
Relaxen/Entspannen	1'413
Vom Unterricht profitieren und Prüfungsstress mildern	746
Freizeit	143
Familie	429
Nein sagen lernen	870
Schlafen und Schlafstörungen	739
Psychologische Tipps und Tricks gegen Stress	985
Überforderung	1'270

Suizidalität

Die Module der Sektion Suizidalität wurden im Jahr 2011 insgesamt 2'830-mal besucht. Berücksichtigt man nur Besuche, die länger als 3 Minuten dauerten, wurden die Inhalte im Durchschnitt zwischen 11.2 Minuten (Du kennst jemanden, der einen Suizidversuch unternommen hat oder sich suizidiert hat) und 17.4 Minuten (Du suchst Informationen zum Thema Suizidalität) bearbeitet.

Die Tabelle zeigt die Anzahl der Besuche im 2011 für alle Module zum Thema Suizidalität, die sich auf feelv6.ch befinden.

Modul	Besuche
Du hast eigene Suizidgedanken oder einen eigenen Suizidversuch in der Vergangenheit unternommen	1'183
Du machst dir Sorgen um jemand anderen	577
Du kennst jemanden, der einen Suizidversuch unternommen hat oder sich suizidiert hat	328
Du suchst Informationen zum Thema Suizidalität	742

Nutzung der Seiten „Videoclips“ von Sehn-sucht.net



Im Laufe des 2011 wurden ausgewählte Videoclips von SehnSucht.net⁶ in feel-ok.ch integriert. Folgende Tabelle zeigt, wie häufig die Videoclip-Seiten heruntergeladen wurden.

Videoclip-Seite	Besuche	Online seit...
Alkohol	2'439	29.6.2011
Gewalt	526	20.10.2011
Bulimie	583	29.6.2011
Tabak	1'564	29.6.2011

Eine weitere Statistikquelle stellt Youtube.com zur Verfügung. Sie gibt an, wie häufig ein Clip angeschaut wurde und woher die Besucher/-innen kamen bzw. auf welcher Website das Video eingebettet ist.

Als Beispiel wird die Statistik des Videos „Himmel und Hölle“ der Schule „KST 3sb“ gezeigt, aus der hervorgeht, dass das Video 1'376-mal angeschaut wurde und dass die Mehrzahl der Jugendlichen das eingebettete Video in feel-ok.ch gesehen hat.

Quelle der Besucher/-innen des Videos „Himmel und Hölle“	N
Eingebettet in der Website feel-ok.ch	862
Eingebettet in der Website www.sehn-sucht.net	169
Weiterleitung durch ähnliches Video	78
Erster Aufruf durch ein Mobilgerät	23
Unbekannte Quelle	244

⁶ 2004 wurde «SehnSucht» vom Jugendprojekt Plattform in Heiden in Zusammenarbeit mit der Beratungsstelle für Suchtfragen Appenzell Ausserrhoden initiiert. Unter Anleitung und Begleitung des Schauspielers und Filmers Andreas Beutler drehten Oberstufenklassen während einer Projektwoche Videoclips zu verschiedenen Themen.

Nutzung von „Bonus“, „über feel-ok.ch“ und „Sitemap“

Folgende Tabelle zeigt, wie häufig verschiedene Seiten, die nicht an bestimmte Gesundheitsthemen geknüpft sind, in feel-ok.ch heruntergeladen wurden.

	feel-ok.ch
The Best of ...	4'448
Beratung	2'987
Interviews	3'754
Das Spiel „Schiffe versenken“ ⁷	13'291
feel-ok.ch stellt sich vor	759
Beteiligte Institutionen	1'238
Wissenschaftliche Berichte	265
Abstract, Kongressbeiträge, Publikationen	83
Sicherheit, Verantwortung und Copyright (seit 19.9.2011)	111
Konformitätserklärung der Barrierefreiheit AA	30
Sitemap (seit 20.9.2011)	494

⁷ Das Spiel läuft auf feelv6.ch und auf feelv6.at. Die Statistiken der zwei Länder werden nicht getrennt

Nutzung der Sektion für Lehrpersonen

Arbeitsblätter

Insgesamt wurden im Jahr 2011 bis Mitte Oktober rund 6'340 Arbeitsblätter heruntergeladen. Als Folge eines technischen Problems hat die Protokollierung der stattgefundenen Downloads zwischen Mitte Oktober und Ende 2011 nicht funktioniert.

Heruntergeladene Arbeitsblätter (Dateiname)	Download
alkohol_gelegentlich_trinken	105
alkohol_Infos	232
alkohol_keineLust	371
alkohol_malzuviel_betrunken	123
alkohol_neugierig	153
alkohol_regelmaessig_haeufig	79
Alkohol	1063
arbeit_lehre	189
bewegungSport_gemuetiche	102
bewegungSport_Sport	141
Körperliche Aktivität	243
cannabis_abundzu	46
cannabis_ex	34
cannabis_infos	99
cannabis_neugierig	107
cannabis_regelmaessig	69
cannabis_regelmaessig_aenderung	32
Cannabis	387
ernaehrung_fastfood	186
ernaehrung_grundlage	371
Ernährung	557
gewalt_Anzeige_erstatten ⁸	15
gewalt_Arbeitsblatt_fuer_Taeter	20
gewalt_CoolDown	28
gewalt_faires_Verhalten	15
gewalt_Gewalt_erkennen	46
gewalt_Koerperliche_Gewalt	21
gewalt_Konflikte	40
gewalt_Medienarbeit	9

⁸ Die Arbeitsblätter zum Thema Gewalt wurden ab April 2011 in feel-ok.ch integriert

gewalt_Mit_unangenehmen_Gefuehlen_umgehen	16
gewalt_Mobbing	61
gewalt_Notwehr	87
gewalt_Orientierungshilfe	44
gewalt_Projekte_gegen_Gewalt	27
gewalt_regisseur	10
gewalt_wer_bin_ich	18
gewalt_Zivilcourage	20
Gewalt	477
ichMeinGewicht_diaeten ⁹	34
ichMeinGewicht_essen_gefuehle	45
ichMeinGewicht_Esstörungen_erkennen	21
ichMeinGewicht_essstörungen_tests	17
ichMeinGewicht_FragenAntworten	18
ichMeinGewicht_ueber_unter_normalgewicht_bmi	39
Gewicht/Esstörungen	174
Liebe_beziehung	229
Liebe_HIV_Geschlechtskrankheiten	86
Liebe_koerperversaendertsich	97
Liebe_maennlicherKoerper	108
Liebe_pornographie_prostitution	109
Liebe_sexualitaet_erleben	130
Liebe_sexuelleAusbeutung	72
Liebe_sexuelleOrientierungen	73
Liebe_verhuetung_schwangerschaft_menstruation	108
Liebe_weiblicherKoerper	184
Liebe/Sexualität	1196
selbstvertrauen_tipps	368
stress_entspannung	73
stress_familie	33
stress_kamerade_lehrpersonen	57
stress_mehrPower	128
stress_neinSagen	42
stress_psych_tipps	84
stress_schlafstörungen	31
stress_unterricht_pruefungsstress	58
Stress	506

⁹ Die Arbeitsblätter zum Thema Körpergewicht und Essstörungen wurden Ende Juni 2011 in feel-ok.ch integriert

tabak_gesellschaft_umwelt	81
tabak_Gesundheit_Folgeschaeden	239
tabak_Marketing	71
tabak_nachteile_rauchen	151
tabak_positives_am_rauchen_alternativen	148
tabak_Quiz	157
tabak_rauchfrei_werden	218
tabak_Wasserpfeife_and_co	115
Tabak	1180

Alkohol und Essstörungen

In die Sektion Alkohol für Lehrpersonen wurde ein Modul mit dem Titel „Vorschläge zur Unterrichtsgestaltung“ integriert. In diesem Modul erfahren Lehrpersonen, welche Unterlagen Sucht Schweiz anbietet, um das Thema Alkohol in Zusammenhang mit Aspekten wie „Gesellschaft“, „Wirkung und Risiken“, „Strassenverkehr“, „Rausch“, „Werbung“, „Konsummotive“ und „Partys“ zu bearbeiten.

Das Modul wurde am 18. März 2011 in feel-ok.ch – Sektion Lehrpersonen - integriert. Dessen Inhalte wurden 2'900-mal heruntergeladen.

Das Modul „Essstörungen: Wie können Sie helfen?“ besteht nur aus einer Seite und erklärt in Kürze, wie man handeln kann, wenn man bei einer Schülerin / bei einem Schüler eine Essstörung vermutet. Die Seite wurde seit 26.4.2011 212-mal heruntergeladen.

Modul	Seitenaufrufe	Online seit
Sektion Alkohol „Vorschläge zur Unterrichtsgestaltung“	2'900	18.3.2011
Essstörungen: Wie können Sie helfen?	212	26.4.2011

Mit feel-ok.ch arbeiten und Community

Das Handbuch wurde im 2011 bis Mitte Oktober 507-mal heruntergeladen. Die PowerPoint-Datei für Vorträge wurde zwischen Mitte August und Mitte Oktober 96-mal heruntergeladen. Die Seite „Materialien“ wurde 1'554-mal, die Seite Body Talk 260-mal besucht. Die Projektdatenbank wurde 892-mal konsultiert.

Protokoll			
Handbuch	507	Download	Januar – Mitte Oktober
Vortrag	96	Download	17. August – Mitte Oktober
Materialien	1'554	Besuche	Jahr 2011
Body Talk	260	Besuche	15. August – Mitte Oktober
Projektdatenbank	892	Besuche	Jahr 2011

Profil der Nutzer/-innen

Alter, Geschlecht, Schule

Aufgrund der Angaben unserer Tests können wir das Profil der feel-ok-Besucher/-innen wie folgt identifizieren:

- 78% der Benutzer/-innen von feel-ok.ch sind zwischen 12 und 17 Jahre alt.
- 54% gehören dem weiblichen und 46% dem männlichen Geschlecht an.
- Die Hälfte der Besucher/-innen von feel-ok.ch aus der Schweiz geht in die Sekundarstufe I, gefolgt von den Gymnasiast/-innen und den Absolvent/-innen des 10. Schuljahrs.

Nationalität

feel-ok.ch wurde in insgesamt 116 Ländern besucht. feel-ok.at wurde in 23 Ländern besucht. Die Tabelle listet die ersten 10 Länder - sortiert nach der Häufigkeit der Besuche - auf.

Nation	feel-ok.ch	feel-ok.at ¹⁰
Schweiz	104'533	345
Deutschland	31'096	313
Österreich	20'689	2'986
Italien	647	40
USA	371	5
Liechtenstein	313	-
England	313	3
Frankreich	289	-
Luxemburg	284	-
Australien	267	-

¹⁰ Online seit 18.10.2011

Kantone und Gemeinden

feel-ok.ch wurde im Jahr 2011 von 2'723 Gemeinden besucht.

In der Schweiz wurde feel-ok.ch in praktisch allen Kantonen besucht. Die Daten beziehen sich **nur auf Personen, die die neue Web-Plattform von feel-ok.ch besucht haben**. Die Besucher/-innen von feelv6.ch wurden nicht protokolliert. Aus diesem Grund ist ein Vergleich mit den Statistiken der Vorjahre nicht möglich.

feel-ok.ch wurde im 2011 von 454 Gemeinden genutzt.

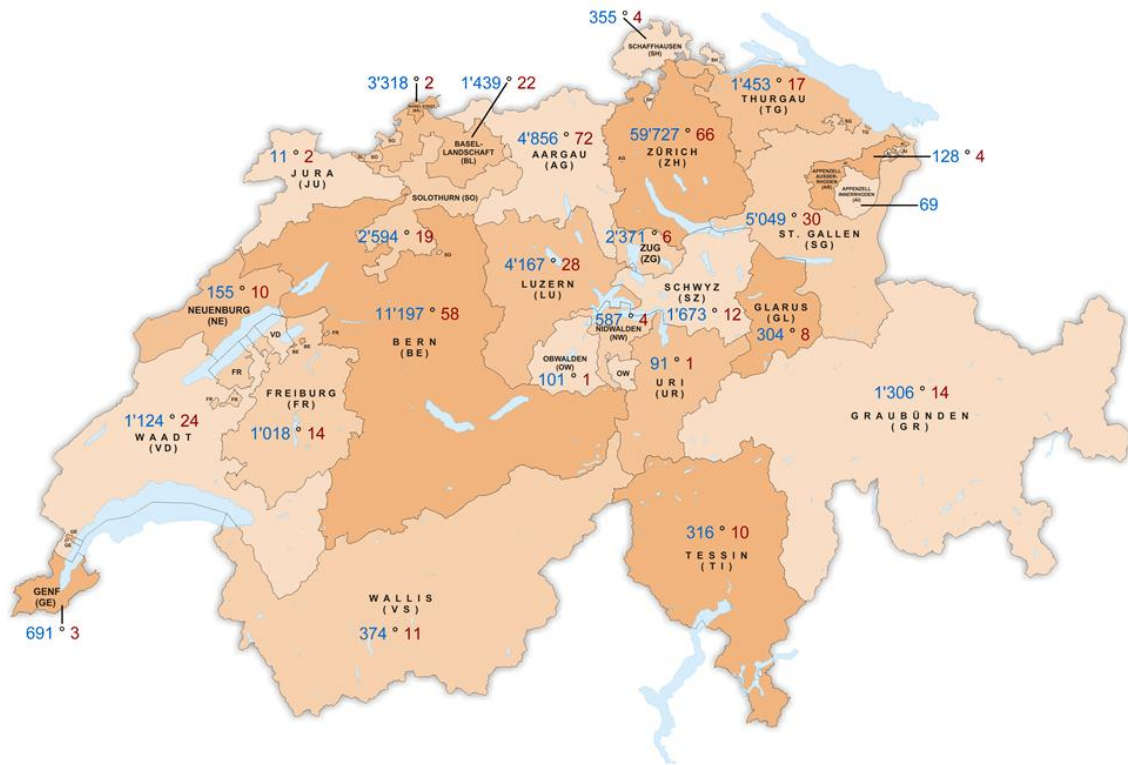
Die Tabelle listet die Anzahl Besuche aus jedem Kanton gemäss Angaben von Google Analytics auf. Zudem wird angegeben, in wie vielen Gemeinden¹¹ jedes Kantons feel-ok.ch genutzt wurde.

Kanton	Besuche	in Gemeinden...
Zürich	59.727	66
Bern	11.197	58
St. Gallen	5.049	30
Aargau	4.856	72
Luzern	4.167	28
Basel-Stadt	3.318	2
Solothurn	2.594	19
Zug	2.371	6
Schwyz	1.673	12
Thurgau	1.453	17
Basel-Land	1.439	22
Graubunden	1.306	14
Vaud	1.124	24
Fribourg	1.018	14
Genf	691	3
Nidwalden	587	4
Wallis	374	11
Schaffhausen	355	4
Tessin	316	10
Glarus	304	8
Neuchâtel	155	10
Appenzell Ausserhoden	128	4
Obwalden		2
Uri	91	1
Appenzell Innerhoden	69	
Jura	11	2

Im Folgenden werden die gleichen Daten obiger Tabelle mit der Schwei-

¹¹ Vermutlich kombiniert Google Analytics zwei Informationsquellen, um die Gemeinden zu protokollieren, wo feel-ok.ch genutzt wurde: IP-Nummer und Profil der angemeldeten User. Vor allem für kleine Gemeinde besteht somit ein gewisses Risiko, dass sie fälschlicherweise nicht erfasst werden und dies wenn die IP-Nummer nicht mit der Gemeinde assoziiert ist und der Besucher nicht angemeldet ist.

zer Karte dargestellt. Die erste Zahl (Blau) entspricht der Anzahl Besuche in diesem Kanton. Die zweite Zahl (Rot) entspricht der Anzahl Gemeinden, in denen feel-ok.ch im jeweiligen Kanton genutzt wurde.



Bundesländer und Gemeinden

feel-ok.at wurde seit 18.10.2011 in 271 Gemeinden besucht.

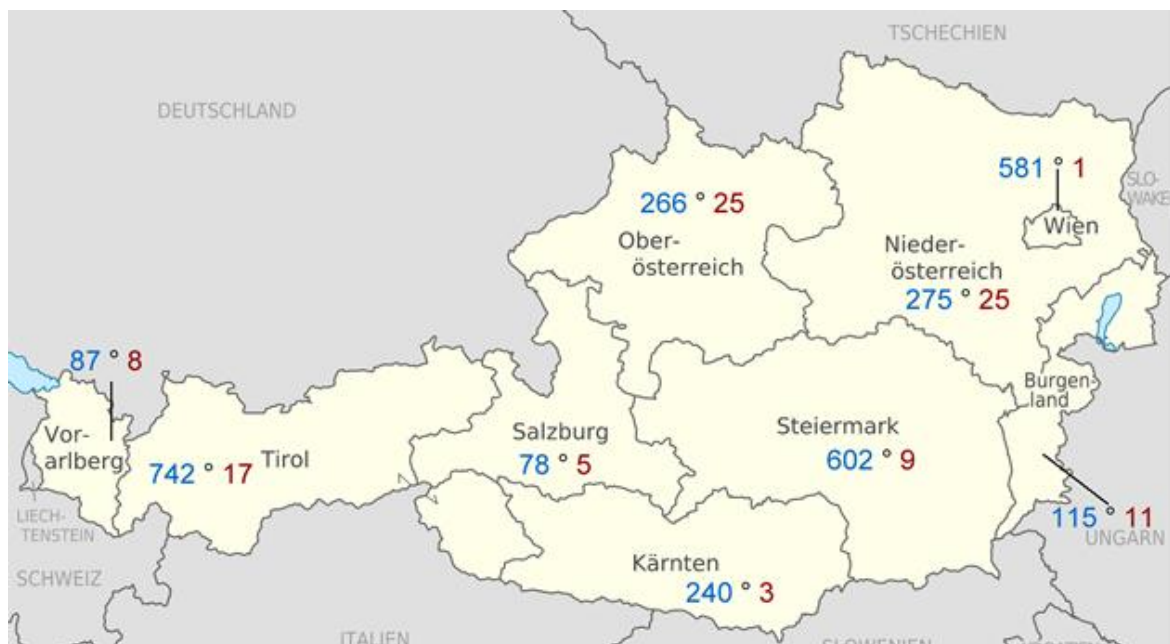
In Österreich wurde feel-ok.at in praktisch allen Bundesländern besucht. Alle Daten beziehen sich **nur auf Personen, die die neue Web-Plattform von feel-ok.at besucht haben**. Die Besucher/-innen von feelv6.at wurden nicht protokolliert. Aus diesem Grund ist ein Vergleich mit den Statistiken der Vorjahre nicht möglich.

feel-ok.at wurde in 107 österreichischen Gemeinden besucht. Zu den Top 5 der Besuche zählen Innsbruck, Wien, Graz, Klagenfurt und Linz.

Die Tabelle listet die Anzahl Besuche aus jedem Bundesland gemäss Angaben von Google Analytics auf. Zudem wird angegeben, in wie vielen Gemeinden pro Bundesland feel-ok.at genutzt wurde.

Bundesländer	Besuche	in Gemeinden...
Tirol	742	17
Steiermark	602	9
Wien	581	1
Niederösterreich	275	25
Oberösterreich	266	25
Kärnten	240	3
Burgenland	115	11
Vorarlberg	87	8
Salzburg	78	5

Im Folgenden werden die gleichen Daten obiger Tabelle mit der österreichischen Karte dargestellt. Die erste Zahl (Blau) entspricht der Anzahl Besuche in diesem Bundesland. Die zweite Zahl (Rot) entspricht der Anzahl Gemeinden, in denen feel-ok.at im jeweiligen Bundesland genutzt wurde.



Eingesetzte Web-Technologien

Folgende Daten zeigen, mit welchen Browsern, Betriebssystemen und mit welchem Medium feel-ok.ch besucht wurde.

Browser

Browser	%
Internet Explorer	45,81 %
Firefox	29,57 %
Safari	16,32 %
Chrome	6,00 %
Opera	1,27 %
Android Browser	0,51 %
Mozilla Compatible Agent	0,31 %
Opera Mini	0,05 %
SeaMonkey	0,03 %
Camino	0,03 %

Betriebssystem

Betriebssystem	
Windows	76.97 %
Macintosh	18,77 %
iPhone	1,55 %
Linux	0,88 %
Android	0,67 %
iPad	0,52 %
iPod	0,40 %
SymbianOS	0,07 %
Playstation 3	0,01 %

Smartphone

3.2% der Besucher/-innen hat die Inhalte von feel-ok.ch mit einem Smartphone heruntergeladen (Tendenz steigend!).

Insgesamt wurden 97 unterschiedliche Geräte genutzt, um feel-ok.ch zu besuchen. Die Top Ten:

Betriebssystem	N
Apple iPhone	1.608
Apple iPad	540
Apple iPod Touch	394
Samsung GT-I9000 Galaxy S	170
Samsung GT-I9100 Galaxy S II	111
SonyEricsson LT15i Xperia Arc	51
HTC Desire HD	44
HTC Desire	40
Samsung Galaxy Tab	27
SonyEricsson X10i Xperia X10	22

Besucherquellen

Direkte Besuche

67'975 Besucher/-innen (42.3%: nur feel-ok.ch) haben ohne Verlinkungen und ohne Suchmaschine direkt eine feel-ok.ch-Adresse eingegeben. Von diesen haben 44'193 (65%) die Startseite von feel-ok.ch geöffnet. Die anderen sind direkt zu einer thematischen Unterseite von feel-ok.ch gelangt (N = 23'782; 35%).

Verlinkungen

Insgesamt 1'437 Links haben aktiv dazu beigetragen, dass das neue Angebot von feel-ok.ch genutzt wurde. So konnten 31'295 Besucher/-innen (19.5%) die Website von feel-ok.ch finden.

Zu den Top 25 gehören die Links aus folgenden Websites:

Links aus externen Websites	N
jugendundsport.ch	4530
20min.ch	2364
tschau.ch	938
schule.at	854
feelv6.ch	839
blinde-kuh.de	838
radix.ch	634
sge-ssn.ch	580
google.de	564
facebook.com	543
berufsberatung.ch	524
pts.schule.at	479
migrosmagazin.ch	451
feelok.at	342
lernarchiv.bildung.hessen.de	311
smokefree.ch	302
at-schweiz.ch	299
lilli.ch	260
tutorials.de	260
vosti.info	252
lehrmittelboutique.net	249
feelok.de	240
google.ch	221
blick.ch	195
jugendgesundheit.bs.ch	194
sf.tv	190
ciao.ch	164

Google

61'413 Besucher/-innen (38.2%) haben feel-ok.ch mit Google gefunden.

Dabei wurden vor allem folgende Schlüsselwörter benutzt.

Schlüsselworte	N
feelok	9.116
www.feelok.ch	7.079
feelok.ch	5.066
feel ok	2.299
was ist werbung	1.207
snooze droge	717
http://www.feelok.ch/	657
schnupftabak schädlich	446
snooze tabak	428
rauchstopp auswirkungen	361
anzeige erstatten	334
site:feelok.ch	314
rauchen aufhören	279
gewalt ablehnen	267
liebe	248
harte pornos	149
check rauchen jugendliche	129
aufhören zu rauchen	122
kautabak	119
feel.ok	118
tabak	117
was ist werbung?	103
gefühle ausdrücken	101

Hier eine kleine Auswahl von anderen Stichwörtern:

feelock, rauchen, bulimie, www.feelok.at, www.feelock.ch, konsummoti-
 ve alkohol, [www.feelok](http://www.feelok.ch), [feel okay](http://www.feelok.ch), rauchstopp, alkohol, knaster zigaret-
 ten, was ist sponsoring, [feelook](http://www.feelok.ch), kautabak schädlich, rauchstopp tipps,
 sexualität, www.feelok.de, mit dem rauchen aufhören, pornos, [feel-ok](http://www.feel-ok.ch),
 knaster, [feelok.de](http://www.feelok.de), liebe und sexualität, [fellok.ch](http://www.fellok.ch), mädchen unter 18, [feel-ok.ch](http://www.feel-ok.ch),
 binge eating, polizei anzeige erstatten, was ist promotion, www.fellok.ch, orthorexie, fast food, [feelok.com](http://www.feelok.com), (not provided),
[feelock.ch](http://www.feelock.ch), turnübungen für zuhause, [feelokay](http://www.feelokay.ch), snus schädlich, selbst-
 vertrauen, beleidigungen, [feel-ok.ch](http://www.feel-ok.ch), alkoholprävention schule, snus,
 überlebenspaket, bulimie test, kiffen, liebeskummer, freundliches auftre-
 ten, notfallkarte, nikotinfreie zigaretten, rauchen und sport, www.feelok.com, www.feelock.ch, [feel ok ch](http://www.feel-ok.ch), rauchen sucht, rauchfrei
 werden, [fellok](http://www.fellok.ch), rauchen in den 50er jahren, rauchstopp auswirkungen
 auf den körper, schnupftabak, entzugserscheinungen rauchen, ok, droge
 snooze, psyche und haschisch, www.feel.ok.ch, [feelok ch](http://www.feelok.ch), ich will rau-
 chen, notwehr, adonis komplex, [feelok.at](http://www.feelok.at), suchtprevention alkohol stress
 sport, was ist eine promotion, www.feel-ok.ch, ist kiffen schädlich, rau-
 chen aufhören kiffen, weniger rauchen, www.feel-ok.ch...

...und weitere 18'686 Stichwörter.

Implementierungs- / Kommunikationsarbeit

Ziele

Die Implementierungs- und Kommunikationstätigkeit im Rahmen von feel-ok.ch dient dazu, folgende drei übergeordnete Ziele zu realisieren:

- **Quantitatives Ziel**
Die Häufigkeit und Intensität der Nutzung von feel-ok.ch soll mindestens aufrechterhalten und nach Möglichkeit erhöht werden.
- **Qualitatives Ziel**
Die pädagogisch begleitete und dadurch wirksame Nutzung der Intervention ist zu fördern.
- **Verankerung**
Das Angebot von feel-ok.ch in den kantonalen und lokalen Strukturen im Bereich Bildung und Gesundheit ist zu verankern.

Die Realisierung jedes Ziels erfordert unterschiedliche Massnahmen.

- So lässt sich z.B. die **quantitative Nutzung** von feel-ok.ch unter anderem mit der Suchmaschineoptimierung und mit Beiträgen in online-Zeitschriften fördern.
- Die wirksame Nutzung der Intervention (**qualitatives Ziel**) wird durch gute didaktische Unterlagen und durch die Schulung der Multiplikator/-innen ermöglicht.
- Die **Verankerung** setzt ein kantonales und regionales Netzwerk mit Partnern voraus, die auf lokaler Ebene tätig sind und über das Angebot von feel-ok.ch Bescheid wissen.

Zielgruppe

Jugendliche zwischen 12 und 17 Jahren gehören zur Hauptzielgruppe von feel-ok.ch: Davon jene, die in der Lage sind, mindestens einfache Texte mittels Web zu verstehen und in Bezug auf eine oder mehrere Themen, die feel-ok.ch behandelt, von den Inhalten und Tools der Webplattform profitieren können, um so ihre Gesundheit und das eigene Wohlbefinden zu fördern.

Die Ausrichtung der Implementierungsmassnahmen unterscheidet sich aufgrund der aktuellen Motivation der Zielgruppe, sich mit gesundheitsrelevanten Inhalten auseinanderzusetzen:

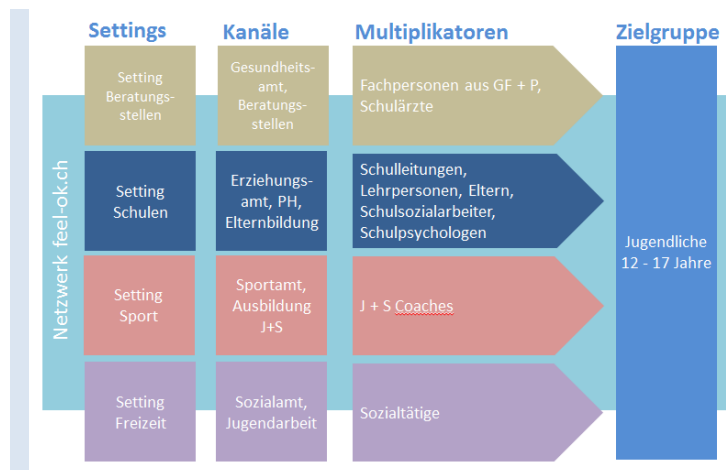
- **Interessierte Jugendliche**
Jugendliche, die Fragen haben und darauf eine Antwort suchen, müssen über das Angebot von feel-ok.ch durch geeignete Kanäle informiert werden (z.B. via Google).
- **Nicht interessierte Jugendliche**
Jugendliche, die vom Angebot von feel-ok.ch profitieren könnten, aber zurzeit aufgrund anderer Prioritäten oder Schwierigkeiten eine Auseinandersetzung mit Gesundheitsthemen vermeiden, müssen mit anderen Strategien „abgeholt“ werden. Um diese Gruppe zu erreichen, sind wir auf die Unterstützung von Multiplikator/-innen (Lehrpersonen, J+S-Coachs, Jugendarbeiter/-innen, Schulpsycholog/-innen) und Eltern angewiesen. Dies gelingt uns zum einen mit den pädagogischen Hilfsmitteln, die auf der Website kostenlos zur Verfügung stehen, um Themen mit Jugendlichen zu behandeln, zum anderen, indem wir Erwachsene, die mit 12 – 17-Jährigen in Kontakt stehen, mit Kommunikationsmassnahmen ansprechen.

Die Unterteilung der Jugendlichen in zwei Gruppen, nämlich die Interessierten und die Nicht-Interessierten, ist selbstverständlich eine starke Vereinfachung der Realität. Sie hilft uns jedoch, für beide Gruppen sinnvolle und differenzierte Implementierungsstrategien zu konzeptualisieren.

Setting

Kommunikationsmassnahmen werden in folgenden Settings umgesetzt: Schule, Sport, Freizeit und Beratungsstellen (weitere Settings, z.B. Betriebe und Gesundheitswesen, werden in Zukunft in die Implementierungsstrategie von feel-ok.ch eingebettet). Viele Massnahmen richten sich an die Multiplikator/-innen, welche mit Jugendlichen in unterschiedlichen Rollen in direktem Kontakt sind.

Wir nutzen unterschiedliche Kanäle, um Multiplikator/-innen in den verschiedenen Settings anzusprechen: u.a. kantonale Ämter, Beratungsstellen, Pädagogische Hochschulen und Jugend und Sport.



Massnahmen

Sobald feel-ok.ch neue Inhalte veröffentlicht, wird ihre Bekanntmachung mit geeigneten **Kommunikationsmassnahmen** gefördert. Dazu gehören Suchmaschinenoptimierung und -marketing, Produktion und gezielte Verbreitung von didaktischen Materialien, Medienarbeit, Weiterbildungsangebote für Multiplikator(inn)en, Verlinkungen, Mitteilungen per Rundbrief, Beteiligung des Netzwerkes von feel-ok.ch und eine enge Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Netzwerk Gesundheitsfördernder Schulen, das aus mehr als 1000 Schulen besteht.

Die neue **Suchmaschine von feel-ok.ch** wird die Verankerung der Web-Plattform in den lokalen Strukturen fördern: Projektverantwortliche und Fachpersonen können in Zukunft ihre Interventionen und Beratungsstellen durch feel-ok.ch bekannt machen. Bei Bedarf werden sie die Möglichkeit haben, die Nutzung des Angebotes von feel-ok.ch zu unterstützen.

Zahlreiche Kantone und verschiedene thematische Gönner finanzieren die Implementierungstätigkeit von feel-ok.ch. Welche Massnahmen mit welcher Intensität realisiert werden, hängt von der Finanzierung ab, die für die Kommunikationsarbeit zur Verfügung steht.

Kantonale Massnahmen

Aufgrund der Finanzierung von 14 Lotteriefonds konnten auf kantonaler Ebene mehrere Implementierungsmassnahmen umgesetzt werden. In den kantonalen Jahresberichten, die auf Anfrage weitergeleitet werden, werden diese Massnahmen beschrieben.

Wirkung

Zwei **Wirksamkeitsstudien** – eine zum Thema Cannabis und die zweite zum Thema Tabak (Herausgeberin: Bundeszentrale für Gesundheitliche Aufklärung BZgA¹²) – belegen, dass die Nutzung von feel-ok.ch das Konsumverhalten von Jugendlichen positiv beeinflusst. Alle Studien können unter www.feel-ok.ch (» Über feel-ok.ch) heruntergeladen werden.

Sechs Merkmale erklären, warum feel-ok.ch wirksam ist:

Methoden zur Wissensvermittlung

Unterschiedliche didaktische Ansätze (Texte, Tests, Spiele, Videos ...) werden angewendet, um die Inhalte zur heterogenen Zielgruppe zu transportieren: Somit kann feel-ok.ch bei fast allen Jugendlichen eingesetzt werden und nicht nur bei jenen, die fähig sind, komplexe Inhalte zu bearbeiten und sich schon weitgehend gesund verhalten.

Wissenschaftliche, theoretische und praxisrelevante Ausrichtung

feel-ok.ch integriert in seinem Angebot Programme, die im Rahmen von Wirksamkeitsstudien evaluiert wurden und verwendet als theoretische Grundlage ein fundiertes psychologisches Framework zur Verhaltensänderung (das Integrierte Veränderungsmodell von de Vries¹³). Zudem gestaltet das Fachwissen von erfahrenen Berater/-innen das inhaltliche Angebot der Intervention.

Beteiligung von Schlüsselpersonen mit verschiedenen Rollen

feel-ok.ch spricht Jugendliche, Multiplikator(inn)en und - in Zukunft - auch Eltern an, so dass die junge Zielgruppe von verschiedenen Seiten unterstützt wird, einen gesunden Lebensstil zu entfalten.

Verfügbarkeit didaktischer Unterlagen

Die Verwendung didaktischer Unterlagen, die die Nutzung von feel-ok.ch begleitet, ermöglicht Multiplikator(inn)en, die Intervention gezielt und auf pädagogisch fundierte Art bei der Zielgruppe einzusetzen.

Förderung der Nutzung bestehender Ressourcen mit der Suchmaschine

feel-ok.ch wird in Zukunft die Bekanntmachung der Ressourcen seines institutionellen Netzwerkes fördern. Die Verwendung verschiedener Interventionen mit unterschiedlichem Hintergrund hat das Potential, die Gesundheitskompetenz der heterogenen Zielgruppe auf effektive Weise nachhaltig zu fördern.

Verhaltens- und Verhältnisprävention

Punktuell integriert feel-ok.ch in seinem Angebot Informationen und Leitfäden für Multiplikator(inn)en, die darauf abzielen, neben dem verhaltenspräventiven Ansatz der Intervention auch verhältnispräventive Mas-

¹² www.bzga.de/infomaterialien/research-and-practice-of-health-promotion/volume-14-internet-based-smoking-cessation-aids-for-young-people/

¹³ Hein de Vries, Ilse Mesters, Hermanna van de Steeg, Cora Honing (2005). The general public's information needs and perceptions regarding hereditary cancer: an application of the Integrated Change Model. Patient Education and Counseling 56 (2005) 154–165

snahmen zu unterstützen. Dabei handelt es sich u.a. um Entscheidungsabläufe und strukturelle Rahmenbedingungen, die die Schule betreffen.

Wissenschaftliche Tätigkeit

Im Jahr 2011 hat das Team von feel-ok.ch zwei Berichte veröffentlicht:

- Padlina Oliver (2011). Einsatz von Web 2.0 im Rahmen von Gesundheitsprojekten für Jugendliche: Erfahrungsberichte aus verschiedenen Institutionen.
- Padlina Oliver (2011). Das neue Erscheinungsbild von feel-ok.ch: Die Ergebnisse der Studie

Zudem hat das Institut für Sucht- und Gesundheitsforschung einen wissenschaftlichen Bericht herausgegeben, in dem verschiedene tabakpräventive Webangebote verglichen wurden.

- Haug Severin, Dymalski Andrea, Schaub Michael (2011). Webba-sierte Tabakprävention: Evaluation vorhandener Angebote, allgemeiner Wirksamkeitsnachweis und Nutzeneinschätzung von Zielgruppen in der Schweiz. Institut für Sucht- und Gesundheitsforschung ISGF.