

# feel-ok

Jahresbericht 2016

Grusswort und Kontaktadressen	3
feel-ok auf einen Blick	4
Rückblick 2016	5
Ausblick 2017	8
Trägerschaften und Team	11
Netzwerk	14
Nutzung der thematischen Angebote	18
Nationale und regionale Nutzung	25
INFO QUEST, INFO SUCHE und SPRINT	28
Arbeitsblätter und Bestellungen	30
Besucherquellen, erfolgreiche Verlinkungen, und... und... und...	31
Stärken, Schwächen, Chancen... und Google	32

## Grusswort und Kontaktadressen

Mit unserem Jahresbericht informieren wir Sie über Angebote, die im Jahr 2016 auf feel-ok lanciert wurden und über Neuerungen im 2017. Weiter erfahren Sie, welche Institutionen sich im letzten Jahr fachlich, finanziell oder durch anderweitige Unterstützung an der Weiterentwicklung und Bekanntmachung der Web-Plattform beteiligt haben. Zudem haben wir die Nutzung von feel-ok.ch, feel-ok.at und feelok.de im Jahr 2016 erfasst.

Bei Fragen oder Anliegen zögern Sie bitte nicht, Kontakt mit uns aufzunehmen.

Wir bedanken uns an dieser Stelle herzlich bei allen Institutionen, Unterstützern, Fördergebern und Kollegen/-innen, die feel-ok im Jahr 2016 ermöglicht und durch ihr Wissen und Engagement weitergebracht haben.

Den Jahresbericht feel-ok 2016 finden Sie als PDF-Datei auf [www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte](http://www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte)

### RADIX

feel-ok.ch  
Pfungstweidstrasse 10  
8005 Zürich  
[opadlina@gmail.com](mailto:opadlina@gmail.com)  
+41 44 360 41 00

### Styria vitalis

feel-ok.at  
Marburger Kai 51/3,  
8010 Graz  
[feelok@styriavitalis.at](mailto:feelok@styriavitalis.at)  
+43 316 82 20 94 56

### Baden-Württembergischer Landesverband für Prävention und Rehabilitation gGmbH

feelok.de  
Renchtalstraße 14,  
77871 Renchen  
[sina.klotter@bw-lv.de](mailto:sina.klotter@bw-lv.de)  
+49 7851-99477915

## feel-ok auf einen Blick

feel-ok unterstützt junge Menschen seit 16 Jahren dabei, ihre Lebenskompetenz zu fördern.

15 Themengebiete werden mittels Empfehlungen, Spielen, Tests und Video-Clips jugendgerecht und vielseitig vertieft. Alle Inhalte auf feel-ok werden von renommierten Fachorganisationen erarbeitet und aktualisiert.

Jugendliche werden von feel-ok unterstützt:

- bei der Berufswahl, bei beruflichen Schwierigkeiten und bei der Förderung der Medienkompetenz,
- bei der Förderung des Selbstvertrauens, eines gesunden Umgangs mit Stress, einer verantwortungsbewussten Sexualität und bei der Gestaltung von respektvollen Beziehungen,
- bei der Förderung der körperlichen Aktivität, eines gesunden Körpergewichts und einer ausgewogenen Ernährung,
- bei der Vermeidung von Gewalt, Suizid und Lärmschäden,
- bei psychischen Störungen, wie Depression, Essstörungen und Zwangsverhalten,
- wie auch bei der Prävention von Alkohol, Cannabis, Tabak und Glücksspiel.

feel-ok ist mit seiner Themenbreite und -tiefe ein einzigartiges Angebot im deutschsprachigen Raum, welches zugleich verschiedene Methoden und zahlreiche Arbeitsblätter anbietet, mit denen Lehrpersonen und Multiplikatoren/-innen auf jugendgerechte und kreative Art Gesundheitsinhalte bearbeiten können.

Da die Inhalte auf vielfältige Weise vermittelt werden, spricht feel-ok auch Jugendliche aus bildungsschwachen Schichten an. Jugendliche, die aufgrund einer Behinderung Hilfsmittel benötigen, um Inhalte lesen zu können, steht feel-ok als barrierefreie Anwendung fast uneingeschränkt zur Verfügung.

Die Entwicklung und Bekanntmachung von feel-ok, ursprünglich als Interventionsprogramm der Universität Zürich (1999-2009), wurde von einer intensiven Forschungstätigkeit begleitet, dazu gehören auch zwei Wirksamkeitsstudien zur Cannabis- und Tabakprävention. Alle Studien unter [www.feel-ok.ch/infos-berichte](http://www.feel-ok.ch/infos-berichte).

## Rückblick 2016

Die drei feel-ok-Plattformen sind inhaltlich gewachsen: feel-ok.ch mit neuen Inhalten zu den Themen «Onlinesucht» und «Kaufen im Internet» für Jugendliche, sowie mit einer ganzen Sektion zu den Themen «Erziehung und Beziehung» sowie «psychische Belastungen», die sich an eine neue Zielgruppe, Eltern von Jugendlichen, richtet. feel-ok.at hat eine neue Sektion zum Thema «Lärmprävention», «Webprofi» und den Film «Sex: We can?!» für Jugendliche sowie die Sektion «Klassenmanagement» für Lehrpersonen lanciert. feelok.de ist mit den Themen «Cannabis» und «Stress» erweitert worden.

Weitere Neuheiten von feel-ok.ch sind die Vervollständigung des Fragenkatalogs von SPRINT - dem Umfragetool - mit insgesamt 17 Themen, die Lancierung der kantonalen Versionen, z.B. sg.feel-ok.ch und die ersten Interviews mit Jugendlichen zum Thema Rauchen.

Nachfolgend werden für ausgewählte Projekte weiterführende Informationen aufgeführt.

### feel-ok.ch für Eltern

Mit den Themen «Erziehung und Beziehung» sowie «psychische Belastungen» setzt sich feel-ok.ch für eine stärkende und aufbauende Beziehung in der Familie ein: Wesentlich für die gesunde Entwicklung eines Jugendlichen. Über feel-ok.ch/eltern wurde im kantonalen Netzwerk breit informiert. Insbesondere ist die Elternbildung angesprochen worden sowie Fachpersonen der psychischen Gesundheit. Die Lancierung der neuen Sektion für Eltern ist dank intensiver Kommunikationstätigkeit erfolgreich gelungen.

### Kantonale Versionen

Die neuen kantonalen Versionen von feel-ok.ch vereinen die bewährten Themen und Tools von feel-ok.ch und Informationen von regionaler Relevanz auf einer einzigen Website. Zurzeit bietet feel-ok.ch 5 kantonale Versionen an: Zürich (zh.feel-ok.ch), Zug (zg.feel-ok.ch), Thurgau (tg.feel-ok.ch), Solothurn (so.feel-ok.ch) und St. Gallen (sg.feel-ok.ch). Für die regionalen feel-ok.ch-Angebote sind kantonale Organisationen zuständig: Sie werden namentlich am Ende jeder kantonalen Website erwähnt.

### SPRINT (CH)

Aktuell umfasst der Fragenkatalog von SPRINT auf feel-ok.ch/sprint 17 Themen mit insgesamt 170 Fragen für professionelle Umfragen mit wenig Aufwand. Zu den Themen gehören Alkohol, Beruf, Cannabis, Drogen, Ernährung, Finanzkompetenz, Freizeit, Gesundheit, Gewalt, Gewicht, Medien, Rauchen, Schule, Sexualität, Sport, Stress und Suizidalität.

## Onlinesucht, Kaufen im Internet und Interviews mit Jugendlichen (CH)

Ein neues Modul und ein Test auf [feel-ok.ch](http://feel-ok.ch) unterstützt die Leser/-innen dabei herauszufinden, ob sich bei ihnen schon Anzeichen einer Onlinesucht zeigen. Zwei Arbeitsblätter zum Download ermöglichen Lehrpersonen das Thema mit Jugendlichen zu vertiefen.

Sich per Online-Shopping schnell Wünsche erfüllen, ist verführerisch und die Rechnung dann manchmal höher als die Ersparnisse. Internettests, die dazu auffordern die Handynummer zu hinterlassen, können zu bösen Überraschungen auf der Handyrechnung führen. Wer zur Kasse gebeten werden darf, ob Eltern von Minderjährigen beim Online-Kauf ein Wort mitzureden haben und wie man sich vor betrügerischen Internetangeboten schützt, zeigt das neue Modul «Kaufen im Internet» auf [feel-ok.ch](http://feel-ok.ch). Mit einem Arbeitsblatt zum Download haben Schüler/-innen die Möglichkeit das Thema zu vertiefen.

Neue Interviews mit Jugendlichen aus dem Kanton Zürich zum Thema Tabak sind online und werden häufig aufgerufen. Um die Lehrpersonen zu unterstützen, die Interviews mit Schulklassen didaktisch zu nutzen, steht ein Arbeitsblatt zur Verfügung.

## #häschziit

Das Konzept der neuen Austausch-Plattform für Bildungs-, Gesundheits- und Integrationsfragen für junge Menschen zwischen 17 und 23 Jahren ist mit Unterstützung von Lernenden, Gymnasiasten, Studierenden und anderen Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit und ohne Behinderungen 2016 entwickelt worden. #häschziit beinhaltet Foren zu den Themen Liebe & Beziehung, Gesundheit, Geld & Wohnung, Elternhaus, Job & Ausbildung und Hobbies sowie einen Chat. [www.häschziit.ch](http://www.häschziit.ch) wird 2017 als eigenständige Plattform lanciert.

## Lärm, Webprofi und «Sex, we can?!» (AT)

Was ist Lärm? Wann ist es zu laut und welche Auswirkungen hat Lärm auf Psyche und Körper? Auf [feel-ok.at](http://feel-ok.at) finden Jugendliche neu Infos zum Thema Lärm, wie auch Tipps, wie sie trotz Lärm sorgenlos Konzerte und Veranstaltungen besuchen können.

Kurz und bündig erklärt die neue Sektion Webprofi auf [feel-ok.at](http://feel-ok.at) wie Internet funktioniert, wie man gezielt Webinhalte findet, nach welchen Kriterien man sie beurteilen kann und wie man in der virtuellen Welt sicher unterwegs ist. Unter «Sex im Netz» verweist [feel-ok.at](http://feel-ok.at) auf bewährte Beratungsangebote bei Fragen zu Sex und Liebe und vertieft Themen wie Cybersex, Cybergrooming, Sexting und Pornografie. «Cybermobbing» und «Profile in sozialen Medien» ergänzen die Inhalte zu Medienkompetenz.

Seit Juni 2016 können sich Jugendliche auf [feel-ok.at](http://feel-ok.at) im Aufklärungsfilm «Sex, we can?!» rund ums Thema Beziehung und Sex informieren.

«Geburtsgeschlecht = Geschlechtsidentität?» Bei transgeschlechtlichen Personen ist das nicht (immer) der Fall. feel-ok.at informiert Jugendliche respektvoll und praxisnah rund um das Thema Transgender.

«Intersex: Nicht eindeutig männlich oder weiblich?». Geschlechter sind vielfältig. feel-ok.at informiert Jugendliche über das sensible Thema Intersexualität und thematisiert die Herausforderungen von betroffenen Personen.

### LehrerInnengesundheit – Klassenmanagement (AT)

Unter dem Motto «Meine Klasse und ich» erhalten LehrerInnen auf feel-ok.at fundierte Informationen, praktische Tipps und Literaturhinweise, die sie dabei unterstützen sollen, den Unterrichtsalltag erfolgreich zu gestalten und dabei selbst gesund zu bleiben. Behandelt werden unter anderem Themen wie Beziehungsaufbau auf Klassenebene, das Eingehen auf individuelle Bedürfnisse von SchülerInnen, gute Kommunikation mit den verschiedenen Zielgruppen oder Strategien in Krisensituationen. Es sind weitere Module im Bereich LehrerInnengesundheit geplant.

### Cannabis, Stress und Rauchprävention (DE)

feelok.de gibt Antwort: Wie wirkt Cannabis, kann man süchtig werden, ist der Konsum gefährlich, was sagt das Gesetz dazu und mehr. Mit dem "Cannabis-Check" setzen sich Jugendliche mit ihrem Konsumverhalten auseinander und bekommen Anregungen zur Selbstreflexion.

Welche Begleiterscheinungen können zu viel Stress mit sich bringen? Wie gelingt es mir zu entspannen? Wie gelingt es mir auch mal Nein zu sagen? Die Jugendlichen auf feelok.de bekommen in der Sektion Stress sowohl die Möglichkeit anhand verschiedener Tests ihr eigenes Stressrisiko herauszufinden als auch mit Hilfe von Videos und Anleitungen verschiedene Entspannungstechniken auszuprobieren.

Die Sektion zur Rauchprävention wurde aktualisiert und ergänzt, u.a. mit «Body Map - Rauchstopp»: Ein Tool, das die positiven Auswirkungen des Rauchstopps zeigt.

### Flyer für Eltern (CH) und Folder für Jugendliche (AT)

Der Flyer für Eltern «Auch Teenies brauchen Eltern» informiert über die Inhalte auf feel-ok.ch/eltern; geeignet zum Auflegen oder Abgeben in der Beratung oder an Elternbildungs-Veranstaltungen.

Im Rahmen eines Beteiligungsprojekts am Kolleg für Medien- und Kommunikationsdesign Krieglach entwickelten SchülerInnen feel-ok-Folder für Jugendliche und MultiplikatorInnen. Der Siegerfolder stammt von Lisa Maria Graff, die mit frechem, peppigem Design und treffender Kommunikation überzeugen konnte.

## Ausblick 2017

Auch 2017 verspricht dynamisch zu bleiben!

feel-ok wird bis Ende Jahr «responsiv», das heisst für Smartphones und Tablets fit gemacht.

feel-ok.ch wird mit Inhalten und interaktiven jugendpartizipativen Tools zu den Themen «Häusliche Gewalt» und «Gewalt in jugendlichen Paarbeziehungen» erweitert. Eltern von Jugendlichen werden auf feel-ok.ch Infos und Ratschläge von Fachpersonen und Eltern zu «Onlinesucht» finden. Im Frühling geht die neue Austauschplattform #häschziit als eigenständige Website online.

Neue Inhalte werden auch das Angebot von feel-ok.at erweitern. Für Jugendliche: Vielfalt der Körper, Onlinesucht, Kaufen im Internet, Schönheitsideale, Herkunft und Vorurteile. Für Lehrpersonen: Stressmanagement und herausfordernde SchülerInnen. Für Eltern: Erziehung und Beziehung in der Pubertät sowie psychische Belastungen.

feelok.de wird die nächsten 2 Jahre mit Online- und Mediensucht, sowie Liebe und Sexualität erweitert.

Über Neuheiten, die feel-ok betreffen, informieren wir Sie gerne mittels Rundbrief. Anmeldung und Abmeldung ist auf [www.feel-ok.ch/+rundbrief](http://www.feel-ok.ch/+rundbrief) möglich. Wenn Sie Fragen haben, freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme (siehe Adressen auf Seite 3).

### feel-ok wird smartphone-tauglich!

Mehr als 30% aller Nutzer/-innen besucht feel-ok mit einem Smartphone. Da die Webplattform zurzeit für kleine Bildschirme nicht optimiert ist, dauern die Smartphone-Besuche deutlich weniger lang (im Durchschnitt 2' 06'') als jene mit einem Desktop-Computer (im Durchschnitt 6' 34'').

Die gute Nachricht: feel-ok wird «responsiv», das heisst für Smartphones fit gemacht! Dadurch sollten sich nicht nur die Nutzungsstatistiken verbessern, sondern es wird ab Winter 2017 auch möglich sein, feel-ok in Schulklassen mit Smartphones und Tablets ohne Computerraum zu nutzen.

### Häusliche Gewalt und Gewalt in jugendlichen Paarbeziehungen (CH)

Wir erweitern feel-ok.ch in Zusammenarbeit mit Kinderschutz Schweiz mit dem Thema «Häusliche Gewalt» und in Zusammenarbeit mit der Fachstelle für Gleichstellung der Stadt Zürich mit dem Thema «Gewalt in jugendlichen Paarbeziehungen». Das Projekt wird von der OAK-Stiftung finanziert.

### Onlinesucht für Eltern (CH)

Fachpersonen und Eltern berichten über ihre Erfahrungen mit onlinesüchtigen Eltern. Ihre Erkenntnisse und Ratschläge werden bis Ende Winter 2017 auf [www.feel-ok.ch/onlinesucht](http://www.feel-ok.ch/onlinesucht)

veröffentlicht. Das Projekt wird mit der ZHAW, Departement Angewandte Psychologie, und mit dem Zentrum für Spielsucht und andere Verhaltenssuchte sowie mit finanzieller Unterstützung der Paul Schiller Stiftung und Gesundheitsförderung Schweiz realisiert.

### Vielfalt der Körper, Onlinesucht, Kaufen im Internet, Schönheitsideale, Herkunft und Vorurteile (AT)

Mit «Vielfalt der Körper» wird es ein neues Thema auf feel-ok.at in Zusammenarbeit mit Liebenslust\*- Zentrum für sexuelle Bildung & Gesundheitsförderung geben. Körper werden in den Medien sehr einheitlich (jung, schlank, hell) dargestellt. Verschiedene Körperbilder sollen Jugendliche für die Vielfältigkeit und Einzigartigkeit von menschlichen Körpern sensibilisieren. Gesellschaftliche Normen für Nacktheit und die Abgrenzung zur Pornografie werden ebenso thematisiert.

Welche Anzeichen deuten auf eine Onlinesucht hin? Wann sind Jugendliche für Verführungen der Online-Welt besonders anfällig? Wo gibt es Hilfe? Um über das aktuelle Thema zu informieren, wird LOGO Jugend.Info das Thema für Österreich adaptieren.

Sich per Online-Shopping schnell Wünsche zu erfüllen, ist verführerisch, die Rechnung manchmal aber höher als die Ersparnisse. Das Modul wird darüber informieren, wie das Gesetz Onlinekauf von Jugendlichen regelt und wie man sich vor betrügerischen Angeboten schützen kann. Das Österreichische Institut für angewandte Telekommunikation ÖIAT wird das Thema inhaltlich für Österreich aufbereiten.

Wie haben sich die Schönheitsideale im Wandel der Zeit verändert? Welche Gefahren bergen Fitnesswahn und Anabolika? Das Frauengesundheitszentrum wird 2017 eine Sektion zum Thema Schönheit für feel-ok.at entwickeln.

Wenn es um Gewalt geht, ist häufig von MigrantInnen die Rede. Ihnen wird unterstellt gewalttätiger zu sein, als die Einheimischen. Oft wird ihre Kultur als Grund dafür genannt. Aber gibt es wirklich gewalttätige Kulturen? 2017 soll das wichtige Thema «Herkunft und Vorurteile» von ARGE Jugend gegen Gewalt und Rassismus für feel-ok.at adaptiert werden.

### LehrerInnengesundheit - Stressmanagement und herausfordernde SchülerInnen (AT)

Mit «Stressmanagement» und «Herausfordernde SchülerInnen» sind zwei neue Module für die «Sektion LehrerInnengesundheit» geplant. LehrerInnen sollen unterstützt werden, den Unterrichtsalltag erfolgreich zu gestalten und dabei selbst gesund zu bleiben. Die Versicherungsanstalt öffentlich Bediensteter entwickelt das Thema Stressmanagement. Herausfordernde SchülerInnen wird voraussichtlich von der Schulpsychologischen Bildungsberatung des Landesschulrats Steiermark aufbereitet.

### Eltern (AT)

Eine gute Beziehung in der Familie ist wesentlich für die gesunde Entwicklung von Jugendlichen. Doch es ist für Eltern nicht immer einfach in der Pubertät für ihre Kinder starke Partner zu sein. In

vielen Situationen kann sich ein Gefühl der Hilflosigkeit breitmachen. Um Eltern zu unterstützen, soll auf feel-ok.at 2017 ein eigener Bereich mit den Themen «Erziehung und Beziehung in der Pubertät» und «Psychische Belastungen» eingerichtet werden. Das Institut für Familienförderung wird die Themen für Österreich adaptieren.

### Online- und Mediensucht, Liebe und Sexualität (DE)

In den kommenden zwei Jahren wird feelok.de mit den Themenbereichen Online und- Mediensucht sowie Liebe und Sexualität erweitert.

Hierzu wird feelok.de folgende Fragen beantworten: Worin liegt die Faszination der neuen Medien? Welche Gefahren bergen diese? Welche Anzeichen könnten auf ein süchtiges Verhalten hinweisen? Wo gibt es Hilfe?

Die in der Schweiz und Österreich erfolgreiche Sektion «Liebe und Sexualität» wird ebenso vom BWLV kulturell für feelok.de adaptiert. Dazu gehören folgende Fragen und Themen: Wie verändert sich mein Körper in der Pubertät? Der erste Besuch beim Frauenarzt. Wie läuft dieser ab? Welche Krankheiten können sexuell übertragen werden? Jugendliche, die erste sexuelle Erfahrungen erleben, können sich in der Sektion Liebe und Sexualität, u.a. zum Thema Verhütung, Informationen und Tipps holen. Inhalte wie Sex im Netz, sexuelle Gewalt oder Pornografie sind ebenfalls für diese Sektion geplant.

### Multiplikatorenschulungen (DE)

LehrerInnen, SchulsozialarbeiterInnen und andere pädagogische Fachkräfte können sich in Zukunft in der Anwendung der Plattform feelok.de schulen lassen. Ziel dieser Fortbildung wird sein, pädagogische Fachkräfte dahingehend zu unterstützen, die Plattform feelok.de mit ihren Schülerinnen und Schülern selbstständig nutzen zu können.

## Trägerschaften und Team



feel-ok.ch ist seit 2010 ein Angebot der Schweizerischen Gesundheitsstiftung RADIX<sup>1</sup>.

RADIX ist eine seit 1972 schweizweite tätige Nonprofit-Organisation. Sie 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. Die thematischen Schwerpunkte von RADIX sind Bewegung und Ernährung, psychische Gesundheit, Sucht und Gewalt. Auftraggeber von RADIX sind Bund und Kantone sowie private Organisationen und Unternehmen.



feel-ok.at setzt sich seit 2005 für die Jugend in Österreich ein.

Die Trägerschaft liegt bei Styria vitalis in Graz. Als gemeinnützige, unabhängige NPO steht Styria vitalis seit 1972 für Gesundheitsförderung und Prävention in der Steiermark. Das Team von Styria vitalis umfasst mehr als 60 Angestellte, die in Kooperation mit Kindergärten, Schulen und Gemeinden die Ressourcen für Gesundheit in den Lebenswelten stärken. Styria vitalis ist mit der Jugendwebsite feel-ok.at Mitglied der Österreichischen Plattform Gesundheitskompetenz (ÖPGK).



Seit 2011 liegt die Trägerschaft von feelok.de beim Baden-Württembergischen Landesverband für Prävention und Rehabilitation gGmbH (bwlv).

Der bwlv ist der größte gemeinnützige Suchthilfe-Verband in Baden-Württemberg. Die Ziele des Verbandes sind, der Abhängigkeit präventiv entgegen zu wirken, Suchtkranke zu beraten und zu behandeln sowie Schwerbehinderte zu betreuen. Seit 30 Jahren engagiert sich der bw-lv auf dem Gebiet der Prävention und sorgt für die verbandsweite Umsetzung suchtpreventiver Strategien und Projekte in Kindergärten, Jugendhilfeeinrichtungen, Schulen und Betrieben in Baden-Württemberg.

<sup>1</sup> Zwischen 1999 und 2009 war die Universität Zürich für feel-ok.ch zuständig.

Zum Team von feel-ok gehören folgende Mitarbeitenden:



Dr. Phil., MPH Oliver Padlina leitet feel-ok.ch seit 1999.  
Er ist die Hauptkontaktperson für feel-ok.ch.  
[padlina@radix.ch](mailto:padlina@radix.ch) oder [opadlina@gmail.com](mailto:opadlina@gmail.com)



Daniela Heimgartner (MSc ETH Arch./Soziologin UZH) ist seit 2011 stellvertretende Leiterin von feel-ok.ch. Für Fragen betreffend #häschiit steht sie gerne mit ihrem Team Chiara Greco, Peter Kabasta und Michaela Kabasta zur Verfügung.  
[heimgartner@radix.ch](mailto:heimgartner@radix.ch) (044 360 41 12)



Chiara Greco



Peter Kabasta



Michaela Kabasta



Franziska Ulrich (PR-Fachfrau) ist seit 2009 für die Projektkommunikation und das regionale Fundraising von feel-ok.ch zuständig. Zudem ist sie Teil des Projektleitungsteams von #häschiit.  
[ulrich@radix.ch](mailto:ulrich@radix.ch) (044 360 41 06)



Antonia Zengerer koordiniert feel-ok.at in Österreich und ist für die Weiterentwicklung der österreichischen Webplattform mitverantwortlich.  
[antonia.zengerer@styriavitalis.at](mailto:antonia.zengerer@styriavitalis.at) (+43 316 / 82 20 94-56)



Inge Zelinka Roitner ist als Leitung des Bereichs Kindergarten & Schule bei Styria vitalis für die strategische Positionierung und Weiterentwicklung von feel-ok.at verantwortlich.  
[inge.zelinka-roitner@styriavitalis.at](mailto:inge.zelinka-roitner@styriavitalis.at) (+43 316 / 82 20 94-41)



Michaela Stoiser war im Jänner und Februar 2016 für die Themen LehrerInnengesundheit und Lärm auf feel-ok-at zuständig.



Sina Klotter, Groß- und Außenhandelskauffrau und Sozialpädagogin (B.A.), arbeitet mit 25% in der Jugend- und Drogenberatungsstelle Kehl/ Offenburg in der Prävention und der Beratung und mit 15% an dem weiteren Aufbau von feelok.de. Mit 50% arbeitet sie an der Dualen Hochschule Baden- Württemberg Villingen- Schwenningen am Forschungsprojekt «Erfolgreich zum Ziel - Gesundheitskompetenz in der Berufsausbildung».

[Sina.Klotter@bw-lv.de](mailto:Sina.Klotter@bw-lv.de) (07851-99477915)



Katja Künstle arbeitet seit 2010 als Sozialpädagogin (FH) in der Jugend- und Drogenberatungsstelle Kehl/ Offenburg. Neben der Präventionsarbeit arbeitet sie überwiegend in der Beratung. Ihr Schwerpunkt liegt hierbei in der Beratung Jugendlicher und junger Erwachsener mit einem problematischen/ abhängigen Cannabiskonsum. Frau Künstle unterstützt mit der Mitfinanzierung der GlücksSpirale die Gesundheitsplattform feelok.de ebenfalls mit 15%.

[Katja.kuenstle@bw-lv.de](mailto:Katja.kuenstle@bw-lv.de) (0781- 94878811)



Sabine Lang, Dipl. Pädagogin, Referat Prävention, unterstützt die Weiterentwicklung, Steuerung und den Aufbau der Kooperationsstrukturen.

[sabine.lang@bw-lv.de](mailto:sabine.lang@bw-lv.de) (0761/156 309-14)

## Netzwerk

Das Netzwerk von feel-ok besteht aus über 250 Organisationen in der Schweiz, Österreich und Deutschland. An dieser Stelle danken wir allen beteiligten Institutionen und Kontaktpersonen herzlich für ihr Engagement, ihre Professionalität und die wertvolle Zusammenarbeit.

Zum Netzwerk gehören Patronatsinstitutionen, Gönner bzw. Fördergeber, Implementierungs- und Kooperationspartner sowie Dienstleister. Aus Platzgründen werden in diesem Jahresbericht nur die Patronatsinstitutionen und die aktuellen Gönner bzw. Fördergeber erwähnt.

Die vollständige Auflistung des Netzwerkes von feel-ok finden Sie auf [www.feel-ok.ch/info-netzwerk](http://www.feel-ok.ch/info-netzwerk)

### Patronatsinstitutionen

Die Patronatsinstitutionen sind für die Inhalte auf feel-ok verantwortlich, d.h. sie stellen sicher, dass die vermittelten Informationen aktuell bleiben und korrekt sind. Genaue Angaben welche Organisationen auf feel-ok.ch für welche Module zuständig sind, erhalten Sie auf [www.feel-ok.ch/info-netzwerk](http://www.feel-ok.ch/info-netzwerk).

*J. bedeutet «Jugendliche», E. bedeutet «Eltern» und M. bedeutet «Multiplikatoren».*

Institution	Patronat Schweiz
ABQ Schulprojekt	J. » Sexualität
Aids Hilfe Schweiz	J. » Sexualität
AnneVoss	J. » Aus dem Leben J. » Sexualität
Arbeitsgemeinschaft Ess-Störungen AES	J. » Gewicht
Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention	J. » Rauchen
Berner Gesundheit	J. » Gewalt J. » Webprofi J. » Rauchen J. » Sexualität
ask! - Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf Aargau	J. » Beruf
Bundesamt für Sport (Leistungssport, J+S)	J. » Sport
cool and clean, Swiss Olympic	J. » Gewicht J. » Rauchen
Eidgenössisches Büro für Konsumentenfragen BFK	J. » Webprofi
Fachstelle Prävention Essstörungen Praxisnah	J. » Gewicht
Mittelschul- und Berufsbildungsamt Kanton Zürich, Fachstelle Suchtprävention Mittelschulen und Berufsbildung	J. » Cannabis
Forum für Suizidprävention und Suizidforschung Zürich	J. » Suizidalität
Geschäftsstelle Elternbildung, Amt für Jugend und Berufsberatung, Bildungsdirektion Kanton Zürich	E. » Erziehung

IK-S - Verein für Intervention + Kompetenz im Sozialbereich	J. » Gewalt
IKS - Institut für Kinderseele Schweiz	E. » Psychische Belastungen
Pädagogische Hochschule Schwyz	J. » Webprofi
Kinderschutz Schweiz	
Lungenliga beider Basel	J. » Rauchen
Mühlemann Nutrition	J. » Gewicht
NCBI	J. » Gewalt
PFADE, Universität Zürich	J. » Gewalt J. » Selbstvertrauen
Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE	J. » Ernährung
Schweizerischer Fachverband Adipositas im Kindes- und Jugendalter	J. » Gewicht
Schweizerisches Institut für Gewaltprävention	J. » Gewalt
Schweizerische Kriminalprävention	J. » Gewalt
RADIX	J. » Selbstvertrauen J. » Stress M. » F&F
Staatssekretariat SECO	J. » Webprofi
Sucht Schweiz	J. » Alkohol J. » Glücksspiel J. » Rauchen
Unfairtobacco.org	J. » Rauchen
Verein Lilli	J. » Gewalt J. » Sexualität
Zentrum für Spielsucht und andere Verhaltenssuchte	J. » Glücksspiel
ZEPRÄ Prävention und Gesundheitsförderung St.Gallen	J. » Gewalt
ZHAW Departement Angewandte Psychologie	J. » Webprofi
zischtig.ch	J. » Gewalt J. » Webprofi
Zürcher Fachstelle zur Prävention des Alkohol- und Medikamenten-Missbrauchs	M. » Smart drugs
Züri Rauchfrei	J. » Rauchen
<b>Institution</b>	<b>Patronat Österreich</b>
AIDS-Hilfe Steiermark	J. » Sexualität
Arbeiterkammer Steiermark - Abteilung Lehrlings- und Jugendschutz	J. » Beruf
Beratungsstellen COURAGE Wien, Graz, Salzburg und Innsbruck	J. » Sexualität
Fachstelle für Glücksspielsucht Steiermark	J. » Glücksspiel
Fit Sport Austria GmbH	J. » Sport
Frauengesundheitszentrum, Graz	J. » Sexualität J. » Gewicht & Essstörungen
Friedensbüro Graz	J. » Gewalt
FRAUENSERVICE Graz	J. » Sexualität
give - Servicestelle für Gesundheitsbildung	J. » Stress
Hazissa - Prävention sexualisierter Gewalt	J. » Sexualität

kontakt+co Suchtprävention Jugendrotkreuz, Tirol	J. » Cannabis
liebenslust* - Zentrum für Sexuelle Bildung & Gesundheitsförderung	J. » Sexualität
LOGO Jugend.Info	J. » Webprofi J. » Beruf
Plattform Intersex Österreich	J. » Sexualität
Styria vitalis	J. » Ernährung J. » Selbstvertrauen
Umwelt-Bildungs-Zentrum Steiermark	J. » Lärm
Verein für Männer- und Geschlechterthemen Steiermark	J. » Sexualität
VIVID - Fachstelle für Suchtprävention	J. » Alkohol J. » Tabak
WEIL - Weiter im Leben	J. » Suizidalität
<b>Institution</b>	<b>Patronat Deutschland</b>
Baden-Württembergischer Landesverband für Prävention und Rehabilitation BWLV	Alle Sektionen auf feelok.de

## Gönner, Fördergeber

Folgende Gönner bzw. Fördergeber haben 2016 feel-ok als Ganzes oder bestimmte Projekte bzw. Massnahmen finanziell unterstützt. Die Liste aller Gönner, inkl. jenen, die feel-ok in der Vergangenheit unterstützt haben, kann auf [www.feel-ok.ch/info-netzwerk](http://www.feel-ok.ch/info-netzwerk) heruntergeladen werden.

Für feel-ok.ch gilt zudem folgendes Klassifizierungssystem: Hauptgönner (HG), die Beiträge über CHF 200'000 investiert haben, Stiftungen (S), kantonale Beiträge (K), Beiträge von Gemeinden und Finanzierung vom Bund (B).

Institution	Gönner Schweiz	
Bundesamt für Sozialversicherungen (Partizipationsprojekt Jugendförderung)	HG	#Häschiit
Eidgenössisches Büro für die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (EBGB)	HG	Barrierefreiheit feel-ok, #Häschiit
OAK - Stiftung	HG	Responsive Version, Häusliche Gewalt, Gewalt in j. Paarbeziehungen
Tabakpräventionsfonds	HG	Rauchen, SPRINT
Ernst Göhner Stiftung	S	Webprofi
Innovationsfonds Gesundheitsförderung Schweiz	S	Kantonale Version, Sektion für Eltern
Helvetia Patria Jeunesse-Stiftung	S	#häschiit
Lotte und Adolf Hotz-Sprenger Stiftung	S	#häschiit
Paul Schiller Stiftung	S	Sektion für Eltern
Werner H. Spross-Stiftung	S	#häschiit
Amt für Gesundheit, Thurgau (aus dem Alkoholzehntel)	K	Kantonale Version

Gesundheitsdepartement St. Gallen, Amt für Gesundheitsvorsorge	K	
Amt für Gesundheit und Soziales des Kantons Schwyz	K	
Amt für Gesundheit Kanton Zug - Abt. Kinder- und Jugendgesundheit	K	Kantonale Version
Department Gesundheit und Soziales - Sektion Gesundheitsförderung und Prävention - Kanton Aargau	K	
Dienststelle Gesundheit und Sport	K	
Gesundheitsdepartement des Kantons Basel-Stadt	K	
Gesundheits- und Fürsorgedirektion des Kantons Bern	K	
Prävention und Gesundheitsförderung Kanton Zürich	K	Kantonale Version
Kanton Uri (Bildungs- und Kulturdirektion)	K	
Kanton Schaffhausen Sozialamt	K	
Lotteriefonds Kanton Glarus	K	
Lotteriefonds Kanton Solothurn	K	Tabakprävention, kantonale Version
Lotteriefonds Kanton Zug	K	
Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion des Kantons Basel-Landschaft, Amt für Gesundheit, Abteilung Gesundheitsförderung Baselland	K	
Bundesamt für Gesundheit - Nationales Programm Alkohol	B	Leiterspiel,
<b>Institution</b>	<b>Fördergeber Österreich</b>	
Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger	Lärm, Klassenmanagement, INFO SUCHE, Koordination	
Das Land Steiermark - Gesundheit	Koordination	
<b>Institution</b>	<b>Fördergeber Deutschland</b>	
GlücksSpirale	Finanzierung 15%-Stelle	

## Nutzung der thematischen Angebote

feel-ok - dazu gehören feel-ok.ch, feel-ok.at und feelok.de - wurde 2016 insgesamt 393'222 Mal besucht. Dabei wurden die inhaltlich relevanten Artikel 722'889 Mal aufgerufen.

*Ein Besuch, auch Sitzung oder Session genannt, ist zwar ein zuverlässiger, dennoch nicht besonders aussagekräftiger Indikator, denn eine Sitzung kann u.a. 2 Sekunden oder 20 Minuten dauern. Viel interessanter ist die Interventionsdauer, nämlich das Ergebnis der Multiplikation der Anzahl aufgerufener Seiten mit ihrer durchschnittlichen Besuchszeit. Die Interventionsdauer gilt als Schätzung, da Google Analytics die Besuchszeit einer Seite nur unter bestimmten Voraussetzungen genau erfassen kann. Dennoch - auch wenn es sich dabei nur um eine Schätzung handelt - ist die Angabe der Interventionsdauer viel aussagekräftiger für die Bewertung der Leistung eines Webangebotes als die Anzahl der Besuche und daher wird auf folgenden Seiten vorwiegend diese Angabe vermittelt.*

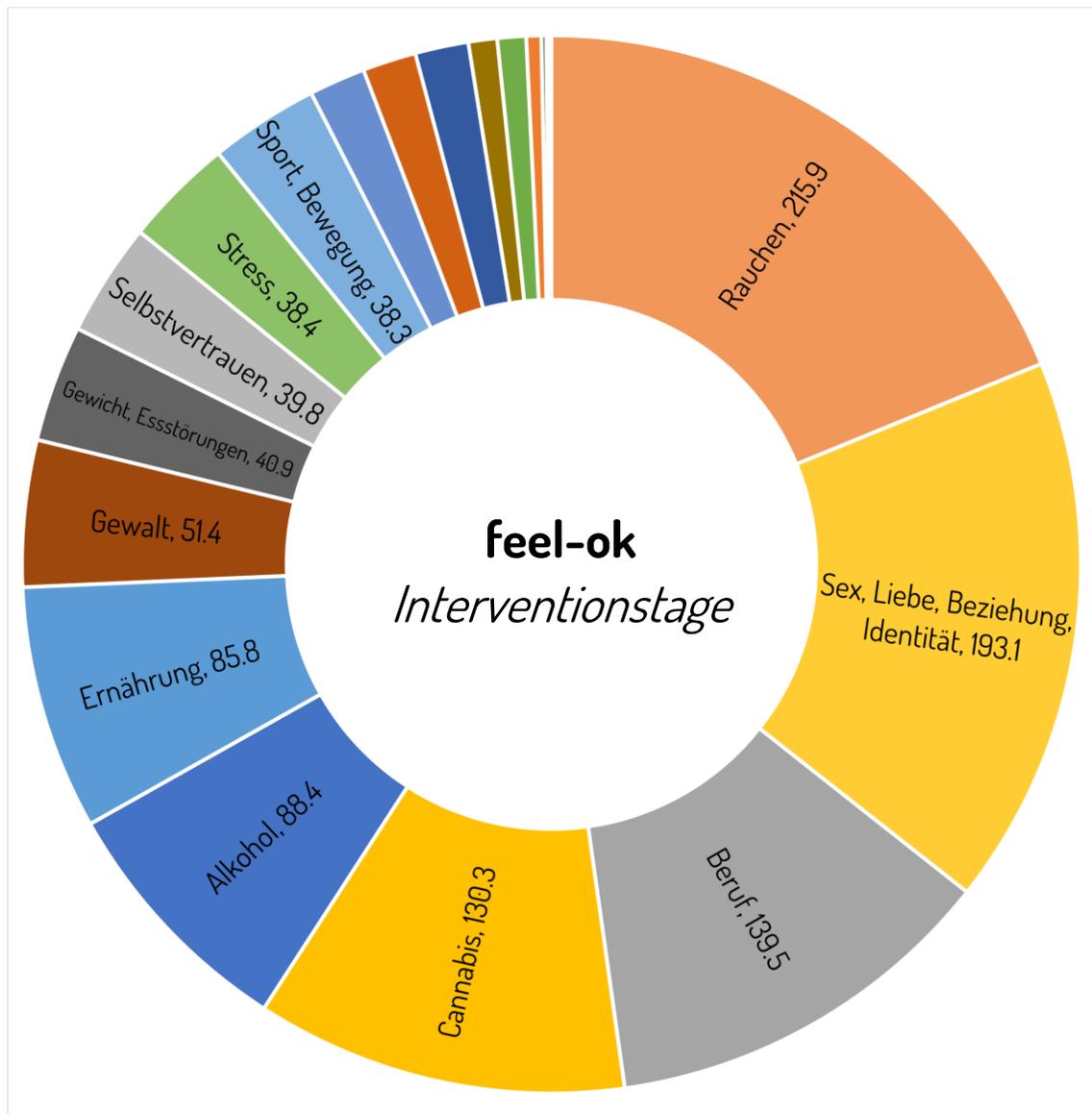
Das Gesamtangebot von feel-ok hat in einem Jahr eine Interventionsleistung von 1'148 Tagen erbracht. Hätte man Fachpersonen beauftragt, die gleiche zeitliche Leistung zu erbringen, wären dafür rund CHF 2'645'000 oder Euro 2'468'000 - bei einem Stundenansatz von CHF 100 in der Schweiz bzw. Euro 80 in Deutschland und Österreich - erforderlich gewesen. Die Interventionsleistung von feel-ok hat zwischen 2015 und 2016 um 17% zugenommen.

	Sessions	Interventionstage	Wert CHF	Wert Euro	Verlauf
<b>feel-ok</b>	<b>393'222</b>	<b>1'147.9</b>	<b>CHF 2'645'846</b>	<b>€ 2'468'638</b>	<b>17%</b>

feel-ok besteht aus 20 thematischen Sektionen für Jugendliche, Multiplikatoren/-innen und Eltern. Mit 216 Interventionstagen war das tabakpräventive Angebot von feel-ok für Jugendliche das interventive Programm, das am intensivsten genutzt wurde. Mehr als die Hälfte der Interventionsleistung hat feel-ok mit den Themen «Rauchen», «Sex, Liebe, Beziehung, Identität», «Beruf» und «Cannabis» erbracht. Mit mindestens 50 Interventionstagen - und daher intensiv - wurden auch die Inhalte zu den Themen «Alkohol», «Ernährung» und «Gewalt» vertieft.

Detaillierte Statistiken zeigt die Excel-Tabelle «feel-ok-2016.xlsx» auf [www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte](http://www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte). Eine kurze Videoanleitung auf YouTube<sup>2</sup> erklärt, wie man mit der Excel-Tabelle zielgerichtet umgeht.

<sup>2</sup> Link: <https://youtu.be/z9BpIkg5VL8>



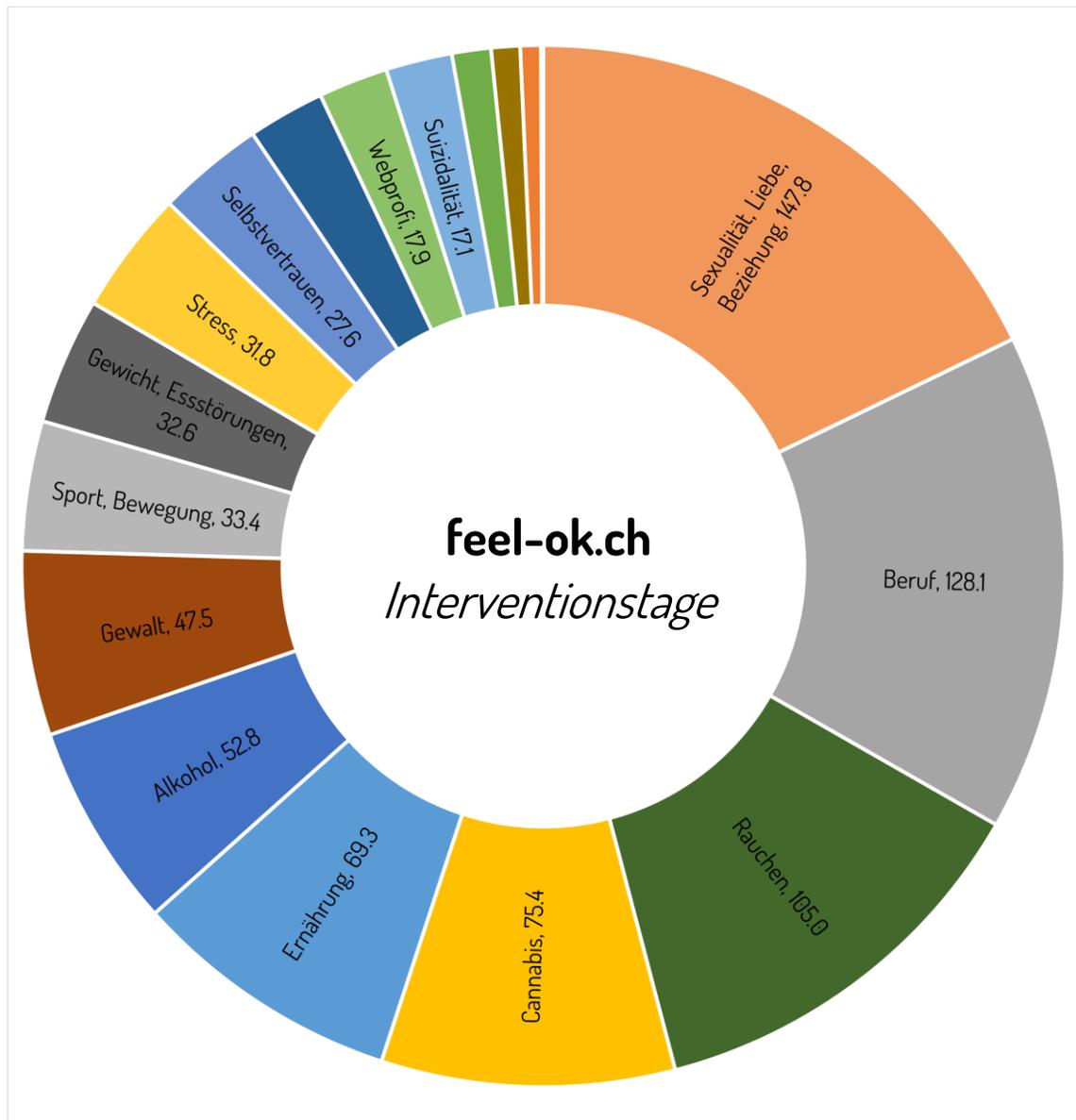
Nutzungsverteilung 2016 der thematischen Sektionen auf feel-ok; dazu gehören feel-ok.ch, feel-ok.at und feelok.de.

feel-ok.ch

feel-ok.ch besteht aus 18 thematischen Sektionen für Jugendliche, Multiplikatoren/-innen und Eltern, die 2016 insgesamt 258'555 Mal besucht wurden. feel-ok.ch hat eine Leistung von 829 Interventionstagen erbracht, 10% mehr als im vorherigen Jahr. Hätte man Fachpersonen beauftragt, die gleiche *zeitliche* Leistung zu erbringen, wären dafür rund CHF 1'990'000 bei einem Stundenansatz von CHF 100 erforderlich gewesen. Am intensivsten genutzt wurde die Sektion zum Thema «Sexualität, Liebe, Beziehung, Identität» (148 Interventionstage). Rund die Hälfte der Interventionsleistung haben die Themen «Sexualität, Liebe, Beziehung, Identität», «Beruf», «Rauchen» und «Cannabis» erbracht. Mit mindestens 45 Interventionstagen - und damit ebenfalls intensiv - wurden die Inhalte zu den Themen «Ernährung», «Alkohol» und «Gewalt» vertieft.

Detaillierte Statistiken findet man in der Excel-Tabelle «feel-ok-2016.xlsx» auf [www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte](http://www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte)

Seit...	ZG	Sessions	Interventionstage	%	Wert	Verlauf
	<b>feel-ok.ch</b>	<b>258'555</b>	<b>829.3</b>		<b>CHF 1'990'332</b>	<b>10%</b>
J	Alkohol	15'413	52.8	6.4	CHF 126'716	11%
J	Austausch	-	5.3	0.6	CHF 12'652	55%
J	Beruf	29'235	128.1	15.4	CHF 307'479	101%
J	Cannabis	30'208	75.4	9.1	CHF 181'011	2%
J	Ernährung	14'159	69.3	8.4	CHF 166'333	23%
August	E Erziehung und Beziehung	4'341	10.0	1.2	CHF 24'119	-
M	F&F	663	0.6	0.1	CHF 1'505	2%
J	Gewalt	21'737	47.5	5.7	CHF 113'888	-3%
J	Gewicht, Essstörungen	15'589	32.6	3.9	CHF 78'353	1%
J	Glücksspiel	4'735	7.4	0.9	CHF 17'780	-9%
August	E Psychische Belastungen	10'609	19.8	2.4	CHF 47'405	-
J	Rauchen	39'226	105.0	12.7	CHF 251'967	5%
J	Selbstvertrauen	10'220	27.6	3.3	CHF 66'167	-11%
J	Sexualität, Liebe, Beziehung	39'781	147.8	17.8	CHF 354'678	-18%
J	Sport, Bewegung	9'416	33.4	4.0	CHF 80'078	-23%
J	Stress	11'962	31.8	3.8	CHF 76'314	-11%
J	Suizidalität	8'792	17.1	2.1	CHF 40'931	10%
J	Webprofi	7'621	17.9	2.2	CHF 42'956	85%



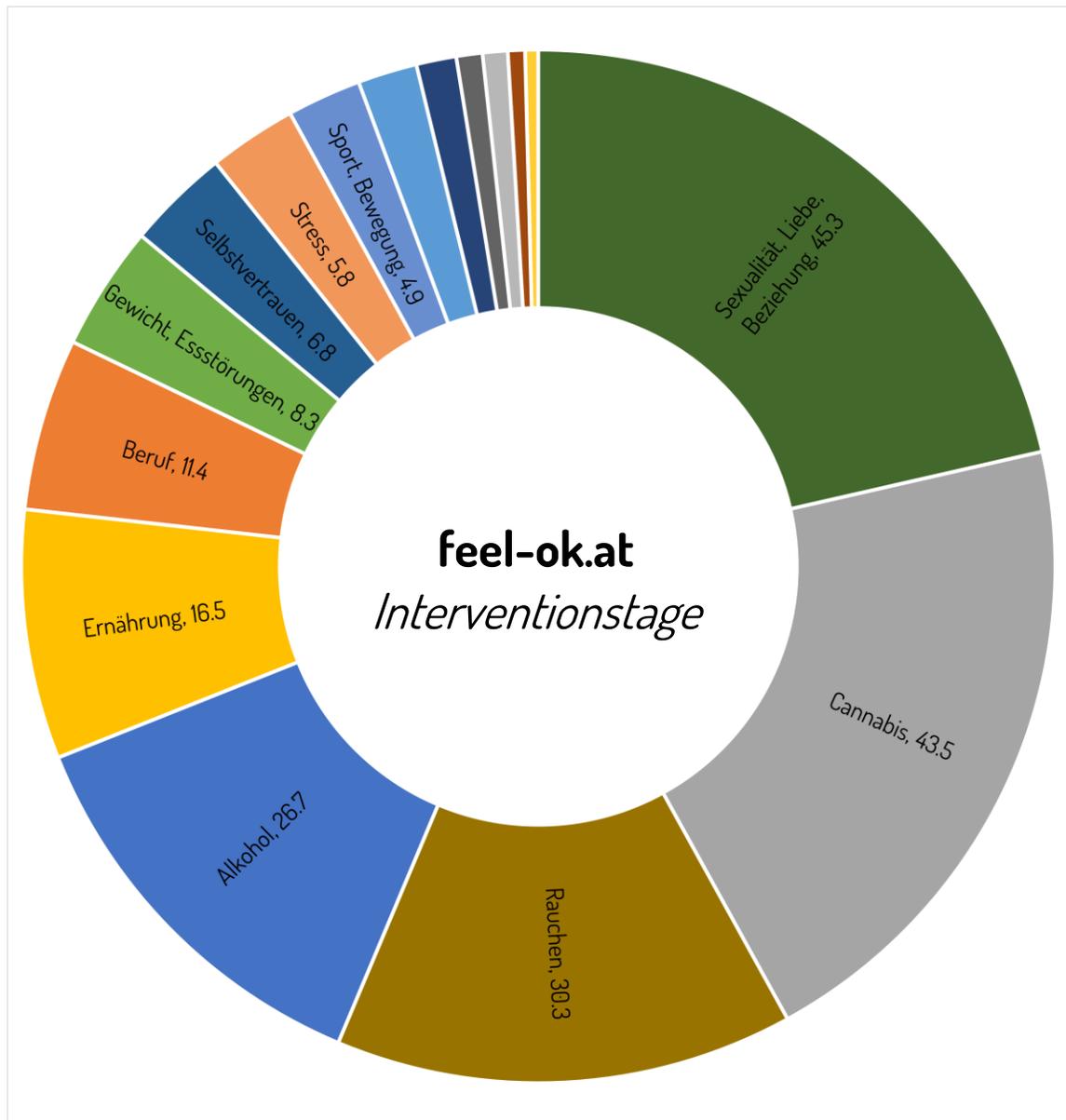
feel-ok.ch - Nutzungsverteilung der thematischen Sektionen - Interventionstage (2016)

feel-ok.at

feel-ok.at besteht aus 16 thematischen Sektionen für Jugendliche und Multiplikatoren/-innen, die 2016 insgesamt 59'576 Mal besucht wurden. feel-ok.at hat eine Leistung von 211 Interventionstagen erbracht, 24% mehr als im vorherigen Jahr. Hätte man Fachpersonen beauftragt, die gleiche zeitliche Leistung zu erbringen, wären dafür rund Euro 406'000 bei einem Stundenansatz von Euro 80 erforderlich gewesen. Am intensivsten genutzt wurde die Sektion zum Thema «Sexualität, Liebe, Beziehung, Identität» (45 Interventionstage). Rund die Hälfte der Interventionsleistung haben die Themen «Sexualität, Liebe, Beziehung, Identität», «Cannabis» und «Rauchen» erbracht. Mit mindestens 15 Interventionstagen - und daher ziemlich intensiv - wurden auch die Inhalte zu den Themen «Alkohol» und «Ernährung» vertieft.

Detaillierte Statistiken findet man in der Excel-Tabelle «feel-ok-2016.xlsx» auf [www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte](http://www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte).

Seit...	ZG	Sessions	Interventionstage	%	Wert	Verlauf
	<b>feel-ok.at</b>	<b>59'576</b>	<b>211.5</b>		<b>€ 406'018</b>	<b>24%</b>
J.	Alkohol	6'698	26.7	12.6	€ 51'322	1%
J.	Beruf	2'174	11.4	5.4	€ 21'871	30%
J.	Cannabis	20'720	43.5	20.6	€ 83'473	37%
J.	Ernährung	3'315	16.5	7.8	€ 31'679	-10%
J.	Gewalt	1'338	3.9	1.9	€ 7'541	3%
J.	Gewicht, Essstörungen	2'086	8.3	3.9	€ 15'849	313%
J.	Glücksspiel	1'733	2.6	1.3	€ 5'083	133%
Juli	M. Klassenmanagement	680	1.1	0.5	€ 2'178	-
März	J. Lärm	850	1.7	0.8	€ 3'315	-
J.	Rauchen	9'724	30.3	14.3	€ 58'205	1%
J.	Selbstvertrauen	2'060	6.8	3.2	€ 13'043	10%
J.	Sexualität, Liebe, Beziehung	14'170	45.3	21.4	€ 87'009	55%
J.	Sport, Bewegung	1'411	4.9	2.3	€ 9'423	21%
J.	Stress	2'249	5.8	2.8	€ 11'194	-12%
J.	Suizidalität	1'109	1.7	0.8	€ 3'176	-21%
Nov.	J. Webprofi	523	0.9	0.4	€ 1'658	-



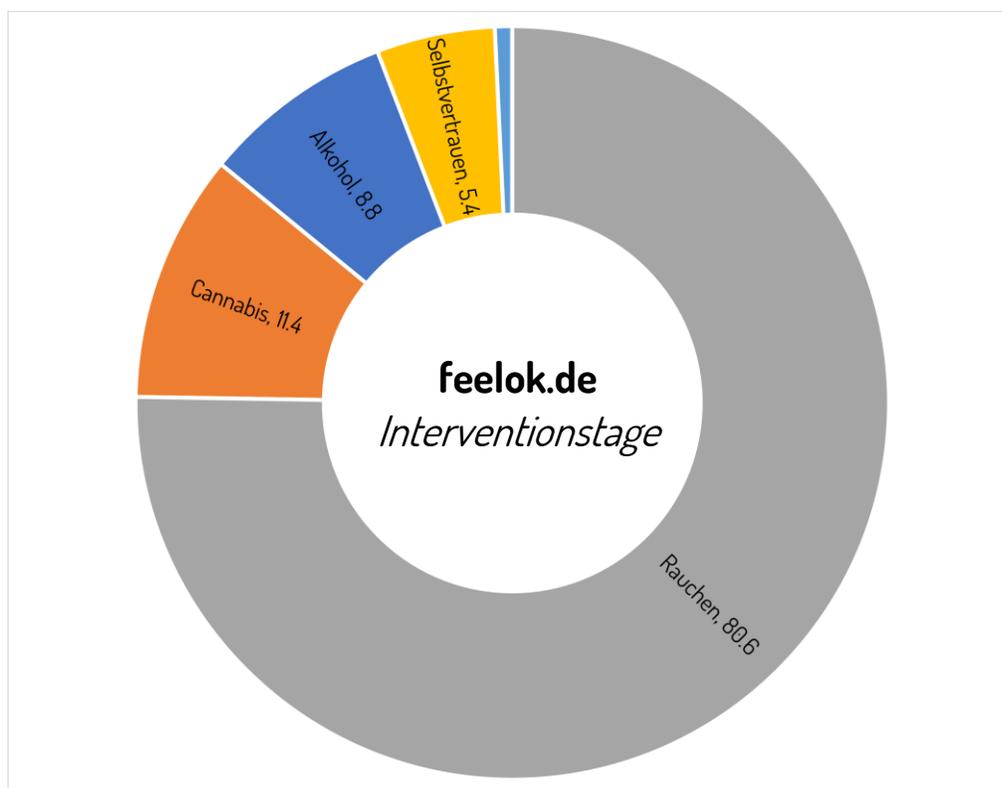
feel-ok.at - Nutzungsverteilung der thematischen Sektionen- Interventionstage (2016)

feelok.de

feelok.de besteht aus 5 thematischen Sektionen für Jugendliche, die 2016 insgesamt 47'874 Mal besucht wurden. feelok.de hat eine Leistung von 107 Interventionstagen erbracht, 92% mehr als im vorherigen Jahr. Hätte man Fachpersonen beauftragt, die gleiche zeitliche Leistung zu erbringen, wären dafür rund Euro 205'000 bei einem Stundenansatz von Euro 80 erforderlich gewesen. Am intensivsten genutzt wurde die Sektion zum Thema «Rauchen» (80 Interventionstage), die rund ¾ der Gesamtnutzung von feelok.de erklärt.

Detaillierte Statistiken findet man in der Excel-Tabelle «feel-ok-2016.xlsx» auf [www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte](http://www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte).

Seit...	ZG	Sessions	Interventionstage	%	Wert	Verlauf
	<b>feelok.de</b>	<b>47'874</b>	<b>107.1</b>		<b>€ 205'640</b>	<b>92%</b>
J.	Alkohol	3'113	8.8	8.2	€ 16'947	204%
März J.	Cannabis	6'453	11.4	10.7	€ 21'943	-
J.	Rauchen	35'763	80.6	75.3	€ 154'757	64%
J.	Selbstvertrauen	2'722	5.4	5.1	€ 10'461	43%
Dez. J.	Stress	624	0.8	0.7	€ 1'531	-



feelok.de - Nutzungsverteilung der thematischen Sektionen - Interventionstage (2016)

## Nationale und regionale Nutzung

Im deutschsprachigen Raum wurde feel-ok insgesamt rund 346'000 Mal besucht (feel-ok.ch N=244'672; feel-ok.at, N=55'743, feelok.de N=44'882).

82% aller Nutzer/-innen von feel-ok.ch kamen aus der Schweiz (Zunahme vgl. mit dem vorherigen Jahr: 14%), 68% von jenen, die feel-ok.at besuchten, kamen aus Österreich (Zunahme: 22%) und 83% der Sitzungen von feelok.de haben in Deutschland stattgefunden (Zunahme: 64%).

	feel-ok.ch	Trend	feel-ok.at	Trend	feelok.de	Trend	
Schweiz	<b>211'420</b>	14%	1'213	7%	2'318	91%	82% der Sitzungen mit feel-ok.ch haben in der Schweiz stattgefunden
Österreich	6'896	-9%	<b>40'288</b>	22%	2'686	62%	68% der Sitzungen mit feel-ok.at haben in Österreich stattgefunden
Deutschland	25'540	-4%	14'242	107%	<b>39'878</b>	64%	83% der Sitzungen mit feelok.de haben in Deutschland stattgefunden
Liechtenstein	816	94%	-		-		
Total im deutschsprachigen Raum	<b>244'672</b>		<b>55'743</b>		<b>44'882</b>		<b>345'927</b>

### Österreichische Bundesländer

Die Nutzung von feel-ok.at in den österreichischen Bundesländern hat 2016 mit Ausnahme des Tirols und Burgenlands (zum Teil erheblich) zugenommen. Vor allem in Wien, Steiermark und Tirol wurde feel-ok.at mit mindestens 4'000 Sitzungen ziemlich häufig besucht. Mit einer durchschnittlichen Sitzungsdauer von über 8 Minuten weisen die Steiermark und das Tirol sensationelle Nutzungswerte auf.

	Durchschnittliche Sitzungsdauer	Sessions			
		Jugendliche	Lehrpersonen	feel-ok.at	Trend
Wien	03:09	15'950	971	16'395	39.6%
Steiermark	08:22	6'429	972	6'781	25.0%
Tirol	<b>11:25</b>	4'749	294	4'802	-5.6%
Niederösterreich	06:51	3'197	239	3'284	10.0%
Oberösterreich	06:07	3'595	230	3'681	26.1%
Salzburg	05:56	1'825	144	1'884	14.0%
Kärnten	07:42	1'916	187	1'966	29.4%
Vorarlberg	04:45	1'086	53	1'106	8.7%
Burgenland	07:19	358	59	377	-42.7%

## Kantone

In der Mehrzahl der deutschschweizerischen Kantone mit hoher Bevölkerungsdichte hat die Nutzung von feel-ok.ch 2016 (zum Teil erheblich) zugenommen. Leicht abgenommen hat die Anzahl Besuche in den Kantonen Zug, Schwyz und Nidwalden. Ein starker Rückgang registrieren Appenzell-Ausserrhoden, Obwalden und Uri. Vor allem in den Kantonen Zürich, Bern, St. Gallen, Luzern und Aargau wurde feel-ok.ch mit mindestens 13'600 Sitzungen sehr häufig besucht. Mit einer durchschnittlichen Sitzungsdauer von über 5 Minuten weisen Graubünden, Thurgau, Zug, Schwyz, Fribourg, Nidwalden und Uri ausgezeichnete Nutzungswerte auf.

	Durchschnittliche Sitzungsdauer	Sessions			feel-ok.ch	Trend
		Jugendliche	Lehrpersonen	Eltern*		
Zürich	03:31	75'829	4'773	6'283	83'571	21.6%
Bern	04:28	23'711	1'454	1'862	25'995	8.6%
St. Gallen	04:38	14'468	1'063	1'200	15'909	19.3%
Luzern	04:37	13'764	1'040	1'019	15'024	18.0%
Aargau	04:10	12'259	1'062	1'071	13'656	15.7%
Basel-Stadt	02:55	8'577	586	928	9'700	22.7%
Solothurn	03:02	5'425	339	571	6'156	40.8%
Graubünden	06:08	5'327	341	356	5'755	37.9%
Thurgau	05:28	4'400	430	292	4'901	37.5%
Zug	05:14	4'233	341	280	4'578	-6.6%
Basel-Land	04:20	3'736	351	344	4'177	12.1%
Genf	01:57	3'553	130	327	3'954	75.8%
Appenzell-Ausserrhoden	01:31	3'385	67	62	3'480	-63.8%
Schwyz	05:30	2'831	256	159	3'058	-1.9%
Vaud	03:27	2'599	261	247	2'931	-10.7%
Fribourg	06:03	2'198	161	164	2'388	6.7%
Schaffhausen	04:43	1'269	69	130	1'407	56.2%
Wallis	04:01	748	306	76	1'022	3.1%
Nidwalden	06:15	777	63	61	865	-1.6%
Tessin	01:42	589	49	57	660	-13.7%
Uri	06:02	532	52	27	592	-24.5%
Glarus	04:13	433	30	34	497	55.4%
Obwalden	02:34	454	31	30	495	-41.8%
Neuchâtel	01:56	361	26	26	386	-23.7%
Jura	03:42	120	11	14	139	120.0%
Appenzell- Innerrhoden	02:33	57	5	9	68	47.8%

\*Die Sektion Eltern ist seit August 2016 online

## Deutsche Bundesländer

Die Nutzung von feelok.de hat 2016 in allen deutschen Bundesländern (zum Teil erheblich) zugenommen. Vor allem in Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Bayern wurde feelok.de mit mindestens 4'000 Sitzungen ziemlich häufig besucht. Mit einer durchschnittlichen Sitzungsdauer von über 2 Minuten weisen Baden-Württemberg und Bremen genügende Nutzungswerte auf.

	Durchschnittliche Sitzungsdauer	Sessions		feelok.de	Trend
		Jugendliche	Lehrpersonen		
Nordrhein-Westfalen	01:34	8'397	143	8'421	70.6%
Baden-Württemberg	02:14	6'502	300	6'591	33.7%
Bayern	01:02	5'959	65	5'986	73.5%
Berlin	01:18	3'390	35	3'402	43.0%
Hessen	01:02	3'340	42	3'352	89.2%
Niedersachsen	01:32	3'169	38	3'181	94.4%
Hamburg	01:08	2'031	19	2'036	77.0%
Rheinland-Pfalz	01:02	1'400	20	1'407	53.3%
Sachsen	01:15	1'395	23	1'403	55.4%
Schleswig-Holstein	01:31	949	6	949	69.2%
Bremen	02:57	636	47	649	73.0%
Brandenburg	01:05	610	9	615	140.0%
Thüringen	01:29	581	8	586	73.9%
Sachsen-Anhalt	01:03	520	4	521	84.1%
Mecklenburg-Vorpommern	01:52	400	6	403	76.0%
Saarland	01:04	310	5	312	58.4%

## Interpretation der durchschnittlichen Nutzungsdauer

Struktur, Methoden und Ziele einer Website legen fest, wie lang eine Sitzung dauern soll, um das Ergebnis als zufriedenstellend zu beurteilen. Als grobe Orientierung für die Bewertung der Sitzungsdauer dient folgende Liste, die nur für die Sitzungsdauer und nicht für die Bewertung der durchschnittlichen Besuchszeit auf einzelne Seiten angewendet werden sollte:

- Eine durchschnittliche Sitzungsdauer von über 8 Minuten gilt als sensationell
- Eine durchschnittliche Sitzungsdauer von über 5 Minuten gilt als ausgezeichnet
- Eine durchschnittliche Sitzungsdauer von über 3 Minuten gilt als gut
- Eine durchschnittliche Sitzungsdauer von über 2 Minuten gilt als genügend
- Eine durchschnittliche Sitzungsdauer unter 2 Minuten gilt als ungenügend

## INFO QUEST, INFO SUCHE und SPRINT

### INFO QUEST, INFO SUCHE

Die zwei Angebotsdatenbanken INFO QUEST für die Schweiz und INFO SUCHE für Österreich, die insgesamt 903 Ressourcen auflisten (u.a. über Projekte, Beratungsstellen und Websites), wurden das letzte Jahr 7'873 Mal bzw. 1'577 Mal genutzt. Verglichen mit dem vorherigen Jahr registriert man eine Abnahme der Nutzung von 8% für die Schweiz und von 14% für Österreich.

### SPRINT – Das Umfragetool

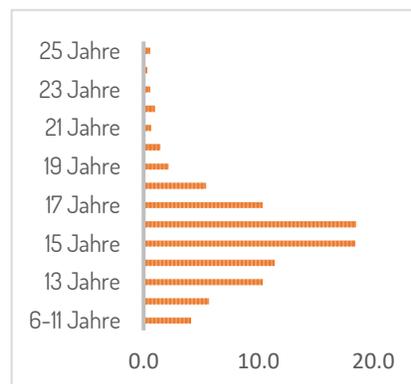
Mit SPRINT können Multiplikatoren/-innen über 17 Themen aufgrund eines Fragenkataloges, der 170 Items beinhaltet, Umfragen mit Jugendlichen realisieren um festzustellen, wie verbreitet bestimmte Probleme und Verhaltensweisen in der anvisierten Zielgruppe sind. Die Ergebnisse unterstützen Fachkräfte und Lehrpersonen dabei, evidenzbasierte interventive Massnahmen einzuleiten.

Bis Ende 2016 haben 2'849 Personen an einer SPRINT-Umfrage teilgenommen. 80% davon waren zwischen 12 und 18 Jahren alt, 50% waren Mädchen und 47% Knaben.

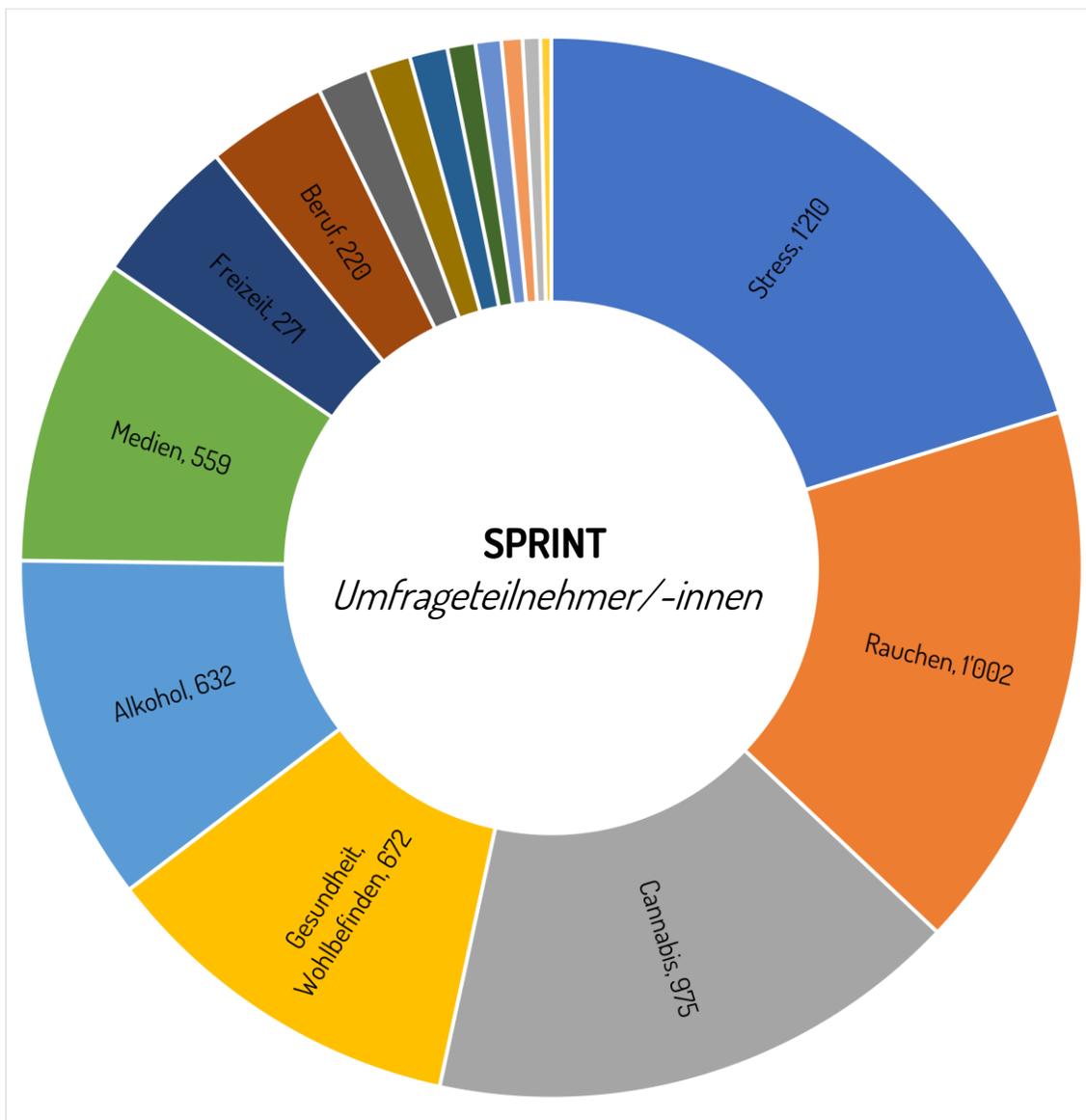
Von 35% der Studienteilnehmer/-innen - immerhin 1'005 Personen - wissen wir nicht, woher sie kommen, weil die Person, die für die Umfragerealisierung verantwortlich war, die Option «Standort» bei der Datenerfassung deaktiviert hat. Die Mehrzahl der Umfrageteilnehmer/-innen mit bekanntem Standort kam aus den Kantonen Zürich (N=872, 31%), Basel-Landschaft (N=385, 13.5%) und Aargau (N=206, 7%).

Zwischen 100 und 10 SPRINT-Umfrageteilnehmern/-innen kamen in absteigender Reihenfolge aus den Kantonen Thurgau (95), Bern (86), St. Gallen (47), Solothurn (34), Baden-Württemberg (32), Luzern (23), Graubünden (18), Basel-Stadt (16) und Obwalden (11).

1'210 SPRINT-Teilnehmer/-innen (42.5% von 2'849 Personen) haben Fragen zum Thema Stress, 1'002 zu Rauchen (35%), 975 zu Cannabis (34%), 672 zu Gesundheit und Wohlbefinden (24%) und 632 zu Alkohol (22%) beantwortet. Danach folgen die Themen Medien (N=559), Freizeit (271), Beruf (220), illegale Drogen (94), Ernährung (79), Schule (69), Sport (51), Sexualität, Beziehung und Identität (47), Suizidalität (39), Gewicht (32) und Gewalt (20). Fragen zum Thema Finanzkompetenz wurden bis Ende 2016 in keiner Umfrage gestellt.



Mehr Zahlen zur Nutzung von SPRINT können als Excel-Tabelle «feel-ok-2016.xlsx» auf [www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte](http://www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte) heruntergeladen werden (Registerkarte: «CH - Übergeordnete Ressourcen»).



Themen und Anzahl Teilnehmer/-innen (pro Thema) von SPRINT bis Ende 2016. In einer Umfrage können mehrere Themen abgefragt werden, daher ergibt die Summe einen Wert, der 2'849 Personen übersteigt.

## Arbeitsblätter und Bestellungen

feel-ok.ch bietet 78, feel-ok.at 77 und feelok.de 27 Arbeitsblätter an, um die Inhalte der Website mit Jugendlichen, z.B. Schülern/-innen zu bearbeiten.

Die Arbeitsblätter von feel-ok wurden 2016 insgesamt 15'334 Mal heruntergeladen. Auf feel-ok.ch wurden hauptsächlich Arbeitsblätter zu den Themen Sexualität, Rauchen, Alkohol und Gewalt (mindestens 1'000 Downloads) abgerufen. Auf feel-ok.at wurden vor allem die Arbeitsblätter zum Thema Sexualität, Selbstvertrauen und Gewalt (mindestens 250 Downloads) und auf feelok.de jene zum Thema Rauchen (371 Downloads) heruntergeladen.

	feel-ok.ch			feel-ok.at			feelok.de		
	AB°	Downloads	Trend°°	AB	Downloads	Trend	AB	Downloads	Trend
Alle Arbeitsblätter	<b>78</b>	<b>12'349</b>	2.8%	<b>77</b>	<b>2'167</b>	5.9%	<b>27</b>	<b>818</b>	0.5%
Sexualität, Liebe	11	2'997	12.9%	12	390	-18%	-	-	-
Rauchen	11	2'737	10.3%	9	221	-22%	9	371	-27%
Alkohol	6	1'079	-1.2%	6	231	-30%	6	177	58%
Gewalt	11	1'004	1.1%	11	256	50%	-	-	-
Cannabis	5	895	-17.5%	6	156	15%	5	**138	-
Stress	4	816	18.8%	3	95	-	4	***15	-
Gewicht, Essstörungen	4	669	10.4%	3	74	-	-	-	-
Selbstvertrauen	3	669	-1.1%	3	265	35%	3	117	-39%
Webprofi	13	459	30.0%	10	*78	-	-	-	-
Ernährung	2	426	-40.0%	2	127	-46%	-	-	-
Beruf	3	302	10.6%	3	79	55%	-	-	-
Sport, Bewegung	2	192	6.6%	2	76	46%	-	-	-
Glücksspiel	3	104	-43.0%	3	43	-	-	-	-
Lärm	-	-	-	4	**76	-	-	-	-

°Anzahl Arbeitsblätter, die die Plattform anbietet / °°Trend verglichen mit 2015 / \* Seit November / \*\* Seit März / \*\*\* Seit Dezember

Die Faltflyer für Lehrpersonen, die Visitenkarten, die Fragekarten für Jugendliche, das A3-Plakat des Rauchstopp-Programms und die neuen Elternflyer können [online bestellt werden](#). Insgesamt wurden 2016 in der Schweiz 13'564 Exemplare auf dem Postweg an interessierte Personen und Organisationen weitergeleitet.

## Besucherquellen, erfolgreiche Verlinkungen, und... und... und...

Wie das Angebot von feel-ok gefunden wird, welche Verlinkungen besonders erfolgreich sind, ob nun feel-ok mit Smartphones oder Desktop genutzt wird, erfahren Sie, wenn Sie die Registerkarte «CH-AT-DE - Technologie» in der Excel-Tabelle «feel-ok-2016.xlsx» auf [www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte](http://www.feel-ok.ch/infos-jahresberichte) konsultieren.

Wünschen Sie weiterführende Angaben, die weder im Jahresbericht erscheinen noch in der Excel-Tabelle erwähnt sind, freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme. Unsere Adresse finden Sie auf Seite 3 dieses Dokumentes.

## Stärken, Schwächen, Chancen... und Google

Ein Jahresbericht bietet Gelegenheit an, die stattgefundene Entwicklung, die zukünftigen Möglichkeiten, die Schwierigkeiten und das Potential einer Webplattform wie feel-ok zu reflektieren und zu hinterfragen. Folgende Erkenntnisse und Überlegungen könnten auch für Ihre Arbeit von Interesse sein.

### Stärken

Seit 16 Jahren ist feel-ok.ch online. Das ist nicht nur ein erfreulicher Meilenstein, sondern eine Notwendigkeit, um bestimmte Ziele zu ermöglichen. Während dieser Zeit konnten u.a. verschiedene Methoden erprobt werden, wie neue Dienstleistungen entwickelt und verbreitet werden sollten. Daraus ist ein Qualitätssicherungskonzept entstanden, das heutzutage jede Aktivität im Rahmen von feel-ok.ch regelt. So profitiert jedes feel-ok-Projekt von den vorherigen Erfahrungen und technischen Erweiterungen. feel-ok handelt so zu sagen «solidarisch». Wenn ein neues Projekt realisiert wird, wird gleichzeitig überlegt, wie andere (feel-ok)-Projekte davon profitieren können. Daraus entstehen überthematische Synergien; dies als logische Folge einer multithematischen Plattform.

Eine zentrale Bedeutung für feel-ok hat das institutionelle Netzwerk: Bis 2003 wurden alle Inhalte der Webplattform von einer einzigen Institution verwaltet: der Universität Zürich. Die Aufgabe ständig neue Inhalte zu produzieren und gleichzeitig die bestehenden zu aktualisieren, konnte das damalige feel-ok-Team nach kurzer Zeit nicht mehr alleine bewältigen. Die Lösung, dass nun Patronatsinstitutionen für die Inhalte der Webplattform zuständig sind, hat nicht nur das Team entlastet, sondern die weitere Existenz von feel-ok.ch überhaupt ermöglicht.

Eine erfreuliche Nebenwirkung der institutionellen Erweiterung ist, dass feel-ok.ch in der Fachwelt heute ein gutes Ansehen genießt und breit verankert ist. Davon profitiert die Kommunikationstätigkeit... und die Jugendlichen, wenn sie mit der Webplattform interagieren.

Ohne breite institutionelle Abstützung hätte der nächste Entwicklungsschritt mit der Lancierung der kantonalen Versionen vermutlich nie stattgefunden. Die neuen kantonalen Versionen von feel-ok.ch dienen dazu globale und kantonale Ressourcen für Nutzende auf einer Plattform zugänglich zu machen. Dies ist wichtig. Denn: *Internet ist global, Nutzer/-innen handeln dennoch regional*. Ende 2016 haben sich 5 Kantone für eine regionale Website entschieden. Die Vision: In Zukunft verfügt die Mehrzahl der deutschsprachigen Kantone über eine eigene feel-ok.ch-Website.

Auf die Frage welche Besonderheiten von feel-ok.ch sich bewährt haben und unbedingt fortgesetzt werden sollten, gibt es eine klare Antwort: Neben dem institutionellen Netzwerk gilt es das didaktische Konzept und die transnationale Zusammenarbeit weiterzuführen.

feel-ok.ch wurde 2001 als Schulprojekt lanciert. Um Lehrpersonen zu unterstützen, die Gesundheitsinhalte der Website mit Schülern/-innen zu vertiefen, wurden die Inhalte nicht nur

jugendgerecht formuliert, sondern auch von Arbeitsblättern begleitet. Dabei handelt es sich meistens um einfache Aufgaben, die in der Regel auf einer einzigen Seite beschrieben sind. Die Arbeitsblätter sind damals wie heute sehr beliebt und werden häufig heruntergeladen. Ohne Arbeitsblätter gäbe es Gesundheitsthemen, die deutlich seltener von der Zielgruppe wahrgenommen würden als dies heute der Fall ist.

feel-ok.ch, feel-ok.at und feelok.de teilen die gleiche Technologie, bieten dennoch kulturell angepasste Inhalte an. Diese aussergewöhnliche Kooperationsform fördert den Austausch zwischen den drei selbstständigen Webplattformen und ermöglicht aus den Erfahrungen der anderen zu lernen. Nach 10-jährigem Betrieb hat feel-ok.at begonnen, eigene Inhalte zu produzieren, die auf feel-ok.ch bzw. feelok.de nicht erscheinen. Davon profitieren alle Leser/-innen, weil sie aufgrund dieser transnationalen Zusammenarbeit spannende Informationen zu neuen Themen erhalten: Denn bestimmte «österreichische» Inhalte sind auch ohne kulturelle Anpassung für die Schweiz und für Deutschland relevant und daher von Interesse. Nun findet zunehmend auch bei feelok.de eine Beschleunigung der Entwicklungs- und Kommunikationstätigkeit statt, was neue spannende Perspektiven eröffnet.

Ein letzter Förderaspekt sollte noch erwähnt werden, der allerdings nichts mit der Website zu tun hat: die Trägerschaft. Nicht nur geniesst die Schweizerische Gesundheitsstiftung RADIX in der Schweiz hohes Ansehen, was per se Kommunikation, Entwicklung und Akquise erleichtert, sondern ermöglicht mit seiner unkomplizierten inneren Organisationsstruktur und mit einer gewissen thematischen Freiheit überhaupt, dass sich ein Webprojekt wie feel-ok.ch als multithematische, multiinstitutionelle und transnationale Anwendung entfalten kann.

## Schwächen

Mehrjährige Sparübungen im Gesundheitswesen für Prävention fördern nicht nur die Kreativität, sondern erzwingen auch Konzepte, die den Wirkungsgrad eines Projektes maximieren. Dazu gehört als Massnahme die Reduzierung der Kosten; u.a. geht es darum die internen Lohnkosten so tief wie möglich zu halten. Dies wiederum führt dazu, dass sich die zahlreichen und komplexen Aufgaben auf wenige Personen konzentrieren, denn für ein grösseres Team fehlen die erforderlichen Mittel. Würde ein Teammitglied ausfallen, wäre dies für die Trägerschaft anspruchsvoll zu bewältigen und könnte in schweren Fällen dazu führen, dass die Aufgaben nicht mehr termingerecht und vielleicht nicht mehr mit der erwarteten Qualität erledigt werden könnten.

Technologisch und methodologisch entwickelt sich das Web in rasantem Tempo weiter. Wissenschaftliche Kenntnisse müssen ständig überprüft und aktualisiert werden. Trends sollten rechtzeitig erkannt werden. Die Auseinandersetzung mit den genannten Themen braucht Zeit. Und weil Zeit Mangelware ist, erschweren die Umstände bis zu einem gewissen Grad die Weiterbildung. Das Zauberwort heisst: «priorisieren». Dies mit dem Risiko, dass wichtige Erkenntnisse entgehen.

feel-ok.ch finanziert sich als Non-Profit-Projekt mit kostendeckenden Aufträgen, die zuerst akquiriert werden müssen. Das ist ein durchaus gangbarer Weg, stellt bei vorwiegend technischen

Projekten dennoch Schwierigkeiten dar. Ein gutes Beispiel ist die Umwandlung von feel-ok in eine smartphone-taugliche Version. Ohne eine solche Entwicklung wäre die langfristige Existenz der Website und daher die Arbeit der letzten 15 Jahren aus mehreren Gründen gefährdet. Trotzdem hat die Suche nach einer geeigneten Finanzierung einige Jahre in Anspruch genommen und war lange Zeit unsicher. Gelegentlich müssen wir zwischen den Bedürfnissen von Multiplikatoren/-innen bzw. Jugendlichen einerseits und den Erwartungen von Gönnern andererseits Unterschiede feststellen. Diese Unterschiede sind bei «technischen» d.h. kaum emotionalen Projekten, wie u.a. auch die Weiterentwicklung von SPRINT oder des Sportinteressenkompasses besonders ausgeprägt und für uns eine kontinuierliche Herausforderung.

## Chancen

Für Websites, die nicht profitorientiert sind, kann es schwierig sein, die erbrachte Leistung zu quantifizieren, denn ob nun eine Website 100'000 oder 500'000 Mal besucht wird, darunter können sich nicht alle Entscheidungsträger und Fachpersonen etwas Handfestes vorstellen.

Um die Wirtschaftlichkeit eines Webangebotes zu quantifizieren, haben wir für feel-ok das Konzept der Interventionsdauer eingeführt. Dabei handelt es sich um keine Angabe, die das Statistiktool Google Analytics automatisch vermittelt, sondern diese muss aufgrund statistischer Werte zusätzlich berechnet werden. So ergibt sich, dass feel-ok 2016 eine Leistung von 1'148 Tagen erbracht hat. Mit anderen Worten - aufgrund eines Stundenansatzes von CHF 100 für die Schweiz und Euro 80 für Österreich und Deutschland - wären CHF 2'645'800 bzw. € 2'468'600 erforderlich, um eine vergleichbare *zeitliche* Leistung von Fachpersonen zu finanzieren.

Die Berechnung der wirtschaftlichen Leistung der Website beruht ausschliesslich *auf der zeitlichen Nutzung* der Website und ist auf keinen Fall ein Argument gegen Offline-Beratungsangebote, denn in der heutigen Zeit braucht man beide Ansätze, um die heterogene Zielgruppe zu unterstützen. Der Vorteil der Berechnung der wirtschaftlichen Leistung hat dennoch den Vorteil, dass jede auch nicht internet-affine Person einen Eindruck bekommt, was ein Webangebot leistet bzw. was die Folgen wären, wenn es aus dem Netz verschwinden würde.

Die Interventionsdauer ist nicht der einzige Weg, um die Wirtschaftlichkeit einer Website zu berechnen. Wenn ein Webangebot dazu dient, das Gesundheitsverhalten einer Zielgruppe positiv zu beeinflussen, kann dies für die Gesellschaft bedeutsame Ersparnisse bedeuten. Die Tabakprävention ist hierfür ein gutes Beispiel: Insgesamt werden die sozialen Kosten des Tabakkonsums in der Schweiz auf CHF 10.7 Milliarden jährlich geschätzt. Auf Bevölkerungsebene rauchen gemäss Angaben des Bundesamtes für Statistik rund 28% der Umfrageteilnehmer/-innen ab 15 Jahren (N=1'928'392). Daraus folgt der Schluss, dass jeder Raucher und jede Raucherin im Laufe des Lebens im Durchschnitt jährliche Kosten von CHF 5'549 verursacht. Hat nun ein Interventionsprogramm 10'000 Raucher/-innen erreicht und 100 davon nachhaltig überzeugt, damit aufzuhören, ergeben sich langfristig Ersparnisse von jährlich rund CHF 500'000 bei einer Wirksamkeit von 1%. Webangebote haben in der Tat das Potential zahlreiche Personen zu erreichen. Als Beispiel: Das

Rauchprogramm von feel-ok.ch wurde fast 40'000 Mal genutzt. Erstaunlich ist zudem, wie wenig Prävention überhaupt wirken muss, um beträchtliche Kostenreduzierungen zu ermöglichen.

Anders als die Interventionsdauer ist die Berechnung des Sparpotentials von präventiven Massnahmen aufwändig und erst überhaupt möglich, wenn man weiss, wie teuer ein Problemverhalten für die Gesellschaft ist. Zudem muss für jede Gesundheitsdimension eine separate Berechnung erstellt werden. Ergänzend dazu gibt es Präventionsfelder wie die Suizid- oder Unfallprävention, bei denen die Berechnung der wirtschaftlichen Kosten auch als unethisch wirken könnte. Aus diesem Grund ist es wichtig die Wirtschaftlichkeit nicht aus den Augen zu verlieren, aber auch im Bewusstsein zu behalten, dass Prävention und Gesundheitsförderung für die Gesellschaft mehr erbringen als nur Geld zu sparen.

Eine durchaus interessante Besonderheit und Chance von Webangeboten sind die damit verbundenen Nutzungsstatistiken. Automatisch erfasst die Statistiksoftware im Hintergrund, wie die Nutzenden mit der Intervention interagieren. Daraus kann man bis zu einem gewissen Grad die Interessen der Zielgruppe sowie die Schwächen und Stärken der Intervention herauslesen, was für Optimierungen und die Gestaltung zukünftiger Projekte besonders interessant ist. Voraussetzung dafür ist, dass man die Statistiken auch richtig interpretiert und dass man die relevanten Indikatoren aus einer riesigen Fülle von Daten identifiziert. Beide Ziele gelten als anspruchsvolle Herausforderung, denn ohne Hintergrundwissen ist das Risiko von unzutreffenden Schlussfolgerungen besonders gross. Trotz diesen Einschränkungen sind Internetstatistiken eine enorme Chance für laufende und zukünftige Webprojekte und es ist schade, wenn man aus Zeitgründen, aus mangelndem Interesse oder weil man keinen Zugang zu den Statistiken hat, diese Ressource nicht richtig ausschöpft.

Spezifisch für feel-ok als Webangebot mit zahlreichen Themen und mit nationalen sowie internationalen Kooperationen im deutschsprachigen Raum ist die Chance, zwischen inhaltlichen Projekten und Institutionen, die sonst kaum in Berührung kommen würden, Synergien zu bilden. Das feel-ok-Team verwaltet alle Themen und ist in Kontakt mit allen beteiligten Institutionen. Es hat somit die Möglichkeit, Brücken zwischen entfernten Projekten zu bauen und dadurch neue Perspektiven zu eröffnen.

## Google... und die Offline-Kommunikation

Mehr als 2'000'000 Websites mit CH-Domain und mehr als 2'500'000 Apps im Play Store von Google standen Ende 2016 der Schweizer Bevölkerung zur Verfügung. Dazu haben viele Projekte das Ziel, Jugendliche in verschiedenen Settings (z.B. der Schule) zu erreichen. Fazit: Die Konkurrenz ist enorm. Somit besteht ein gewisses Risiko, dass nachdem man eine neue Intervention lanciert hat - egal wie wissenschaftlich fundiert und gemäss Fachmeinung wertvoll sie für die Gesellschaft ist - sie kaum von der Zielgruppe und von Multiplikatoren/-innen wahrgenommen wird.

Dass heutzutage eine Intervention von einem Kommunikationskonzept begleitet wird, mag eine Selbstverständlichkeit sein, reicht dennoch nicht immer aus, um die anvisierten Ziele zu erreichen, denn einzelne Verbreitungsmassnahmen haben unterschiedliche Wirkungen und die sind auch nicht immer genau erfassbar und dadurch bewertbar.

Sicher spielt die Suchmaschine Google im deutschsprachigen Raum eine entscheidende Rolle für den Erfolg oder Misserfolg fast jedes Webangebots, auch von feel-ok. Zwar erklärt Google, dass das wichtigste Kriterium um ganz oben in der Rangliste zu erscheinen, die Lieferung von «Content» ist, der dem Bedürfnis der Leser/-innen entspricht. Dennoch bleibt rätselhaft, warum eine gute Positionierung manchmal gelingt... und manchmal nicht.

Dazu zwei Beispiele: Ohne jegliche Anpassung der Website hat sich die Sichtbarkeit der Sektion «Beruf» auf feel-ok.ch in der organischen Suche von Google im Sommer und Herbst 2016 verdoppelt, was zu einer erheblichen Zunahme der Nutzung dieser Inhalte geführt hat. Parallel dazu hat sich die Sichtbarkeit der Sektion «Liebe, Sexualität, Beziehung und Identität» in der gleichen Periode um 1/3 reduziert, was zu deutlich schlechteren Nutzungswerten geführt hat. Wenn man keine substanziellen Anpassungen in der Website vorgenommen hat und keine Google-Updates bekannt sind, kann über die Ursachen dieser Schwankungen weitgehend nur spekuliert werden.

Glücklicherweise bietet Google mit AdWords - die bezahlte Werbung - bis zu einem gewissen Grad einen Ausweg, um die Nutzung der Website steuern zu können. Die beeindruckende Wirkung von AdWords wird am Beispiel des BMI-Rechners auf feel-ok.ch verdeutlicht. In der Google-Rangliste ist der BMI-Rechner von feel-ok.ch zwischen Januar und September 2016 meistens auf Position 8 erschienen: Das Tool wurde monatlich rund 80 Mal genutzt. Mit AdWords konnten wir im Oktober 2016 den Link zum BMI-Rechner in der Rangliste auf Position 2 verschieben. Die Folge: 1'400 Sitzungen in 3 Wochen, was einer Zunahme der Nutzung dieses Tools von über 1'500% entspricht. Auch die neue Sektion für Eltern wurde nach der Lancierung häufig besucht und der primäre Grund dafür ist nicht die intensive Offline-Marketingaktivität, sondern AdWords.

Ob mit bezahlter Werbung oder mit der organischen Suche: Google ist der wichtigste Partner und die grösste Chance, aber auch der grösste Risikofaktor für die Nutzung einer Website und spielt in einem Kommunikationskonzept eine zentrale Rolle.

Der primäre Auftrag von feel-ok besteht dennoch darin, Jugendliche in Begleitung von Multiplikatoren/-innen - z.B. Lehrpersonen - zu erreichen und dazu braucht es andere

zielgruppenspezifische Kommunikationsmassnahmen (u.a. Newsletter, Artikel in Schulzeitschriften, Versand und Verteilung von Informationsmaterialien an Tagungen und durch Netzwerkpartner/-innen...). Dass diese Massnahmen wirksam sind, erkennt man daran, dass fast 30% der Jugendlichen und rund 40% der Multiplikatoren/-innen die Website direkt - das heisst ohne Einsatz von Google - erreichen. Diese Offline-Massnahmen sind für ein Webangebot wie feel-ok.ch notwendig, um den pädagogischen Auftrag zu erfüllen, aber auch aufwändig. Die Schätzung ihrer Wirkung ist im einzelnen Fall eine grosse Herausforderung. Diese Massnahmen genügen zudem nicht, um den «Hunger» nach hohen Nutzungswerten zu stillen.

Bei der Analyse der statistischen Werte fällt auf, dass Online- und Offline-Marketing-Massnahmen unterschiedliche Personen adressieren oder dass sie sich - mindestens auf feel-ok - anders verhalten. Mit dem Online-Marketing kann man die Anzahl Sitzungen «im variablen Setting» besonders effizient erhöhen. Die Nutzungsintensität tendiert jedoch dazu pro Sitzung schlechter zu werden. Mit Offline-Kommunikationsmassnahmen - sprich der direkten Ansprache von Multiplikatoren/-innen in klar definierten Settings - wird man kaum in der Lage sein, die Anzahl Sitzungen auf beeindruckende Weise zu erhöhen. Dennoch kann die Interventionsleistung erheblich verbessert werden. Denn pro Sitzung - vor allem in Schulklassen - werden mehr Seiten angeschaut und die Sitzungsdauer verlängert sich.

Die Auswirkungen dieses Phänomens sind nicht nur von akademischem Interesse und das Beispiel der Sektion «Alkohol» verdeutlicht dies. Die Anzahl Sitzungen der Sektion Alkohol hat zwischen 2015 und 2016 um 3% abgenommen, dennoch hat sich die Interventionsleistung um 11% verbessert. Mit anderen Worten: Die Sektion Alkohol wurde seltener besucht, aber pro Sitzung intensiver genutzt. Diese Erkenntnis plus andere statistische Fakten, die nun nicht näher beschrieben werden, führen zur Schlussfolgerung, dass die Sektion Alkohol 2016 häufiger als 2015 in Begleitung von Multiplikatoren/-innen bei Jugendlichen eingesetzt wurde. Das ist ein positives Ergebnis, das ohne die Berechnung der Interventionsdauer und ohne genaue Analyse in der Fülle der statistischen Werte von Google Analytics vermutlich untergegangen wäre.

*Oliver Padlina, April 2017*