

4. Exkurs: „LoveLine – eine multimediale Aufklärung über Liebe und Partnerschaft, Sexualität und Verhütung“

4.1 Das Konzept

Das Konzept zur Entwicklung eines elektronischen Informationsangebotes zur Sexualaufklärung wurde 1994 im Rahmen eines Präsentationswettbewerbes vergeben. Als besondere Zielgruppe sollten dabei leseschwache männliche Jugendliche aus der Hauptschule erreicht werden. Nach einer Entwicklungszeit von drei Jahren wurde 1997 zuerst eine CD-ROM herausgegeben. Im Jahr 2000 kam mit einem eigenständigen Internetauftritt ein zusätzliches Medium dazu.

4.2 Die CD-ROM „LoveLine“

4.2.1 Der Inhalt der CD ROM

Mit der CD-ROM „LoveLine“ geht die BZgA 1994 auf die Wünsche der Jugendlichen nach themenspezifischen Informationen und Orientierungshilfen zu Fragen der Sexualität und der Beziehungsgestaltung ein und bietet eine seriöse, fachlich fundierte Alternative im Multimediabereich. Die CD-ROM kann insbesondere dort Hilfe und Ergänzung sein, wo der Informationsbedarf nicht durch vertraute Gesprächspartner gedeckt wird.

„LoveLine“ kann und will allerdings kein zwischenmenschliches Gespräch ersetzen. Die Antworten und Fragen sollen vielmehr zum persönlichen Gespräch anregen. Die Anonymität und Attraktivität des technischen Mediums kann dabei hilfreich sein, Hemmnisse und Ängste im Umgang mit dem heiklen Thema Sexualität abzubauen. Kommunikation ist gerade in intimen Situationen schwierig. „LoveLine“ konfrontiert die Jugendlichen über die Figuren gerade mit solchen Situationen und ermöglicht ein spielerisches Ausprobieren alternativer Verhaltensweisen.

Das Spiel bietet Informationen über Text, Sprache, Film, Musik und Animation zu wichtigen Themen der Sexualaufklärung. Es thematisiert Beziehungen zwischen Menschen und gibt Antworten auf die häufigsten Fragen Jugendlicher. Ziel ist es, mit diesem Aufklärungsangebot Jugendliche

- umfassend über Liebe und Partnerschaft, Sexualität und Verhütung zu informieren; zu unterstützen, Einstellungen, Werthaltungen, Geschlechtsrollen zu überdenken und einen eigenen Standpunkt zu entwickeln,

- zu motivieren, Handeln zu erproben und (selbst)bewusste Entscheidungen in Liebe und Partnerschaft zu entwickeln. Unterschiedliche Ebenen mit thematischen Schwerpunkten können jederzeit miteinander verknüpft werden.

Die CD-ROM unterteilt sich in vier verschiedene Bereiche:

- Spiel: In der interaktiven Geschichte mit Aktionen und Infoparts geht es um die Erprobung von Handlungen und Einstellungen (*Lernziele auf der Einstellungs- und Verhaltensebene*).
- Infos: Die Datenbank bietet die Möglichkeit, das Wissen über Sexualität zu erweitern (*kognitive Lernziele*).
- Bodymap: Die Körperlandkarte regt zur Auseinandersetzung mit Gefühlen, Emotionen, Werten und Normen an (*affektive Lernziele*).
- Internetzugang mit aktuellen Informationen.

4.2.2 Das Spiel

Eine Clique von acht Jugendlichen kann zu Hause, in der Disco oder im Kino begleitet werden. Im Mittelpunkt stehen ihre Fragen, Ängste und Wünsche zu Liebe, Freundschaft, Sexualität und Verhütung. Den Spielerinnen und Spielern erschließen sich neue Informationen und Handlungsräume: Sie entdecken, erleben und handeln selbst in einem interaktiven Dialogspiel, bei dem auf die Geschichte der acht Personen Einfluss genommen werden kann. Je nachdem, wie man sich entscheidet, ändern auch die Personen ihr Verhalten. An ausgewählten Stellen des Spiels vertiefen Aktionen, Tests und Infoparts die Themen spielerisch und regen dazu an, weitergehende Informationen abzurufen. In beispielhaften Entscheidungs- und Konfliktsituationen kann man Kommunikation und Handeln erproben und andere Standpunkte nachvollziehen. Die Spielerinnen und Spieler werden dabei unterstützt, ihre Wünsche wahrzunehmen und zu äußern. Die Identifikation mit den Protagonisten und Protagonistinnen, die Auseinandersetzung mit ihren Fragen, Wünschen und Sorgen erleichtern die eigene Rollenfindung und bieten Entscheidungshilfen. Kommunikationsbarrieren in intimen Situationen werden thematisiert und zugleich Anregungen zu deren Auflösung angeboten. Auf diese Weise werden Reflexion und eigenverantwortliches Handeln gestärkt.

Die zielgruppenspezifische Kommunikation äußert sich in acht Spielfiguren, die jeweils für typische Fragen und Problemstellungen stehen. Innerhalb des Spiels übernimmt die Spielfigur „Bohne“ humorvoll, aber nicht unkritisch die Begleitung der Spieler und Spielerinnen. Sie führt in die CD-ROM ein, kommentiert und gibt Hilfestellung. Auf eine männliche oder weibliche Zuordnung wird bewusst verzichtet.

4.2.3 Die Infodatenbank

Die Datenbank zur Sexualität: Hier ist alles Wissenswerte über das Thema Sexualität zu finden. Von A wie Anbaggern bis Z wie Zärtlichkeit werden die Informationen durch Bilder, Töne und Videos unterstützt. Die 330 Begriffe der „Infos“ können alphabetisch oder nach acht Themenfeldern ausgewählt werden. Zudem ermöglicht die Funktion Suchen/Drucken eine Volltextsuche. Hinweise auf Adressen und Beratungsstellen helfen, bei Fragen und Problemen die richtige Stelle für eine persönliche Beratung zu finden. Es gibt ausführliche Literaturhinweise und weitergehende Informationen über die Materialien der BZgA.

Bei der Datenbank steht das zielgerechte Abrufen von Informationen und speziellen Fragestellungen im Mittelpunkt. Die Einteilung in Kategorien ermöglicht eine themenspezifische Vorauswahl. Zu jedem Begriff werden Verweiswörter angeboten, die zum Weiterlesen und Recherchieren anregen.

4.2.4 Die Bodymap

Die multimediale Körperlandkarte: Durch Anklicken an unterschiedlichen Stellen des Körpers einer Frau und eines Mannes erscheinen Texte, Videos und Bilder. Mittels Assoziationen wie „Tiefe Blicke“, „Im Verborgenen“ oder „Der reine Urwald“ werden sinnliche und emotionale Aspekte angesprochen. Es geht um Einstellungen zum eigenen Körper und zum anderen Geschlecht, um Gefühle, Verhaltensmöglichkeiten und Lebensstile. In Videosequenzen kommentieren Jugendliche Körperwahrnehmungen, Gefühle und persönliche Erfahrungen. Der Schwerpunkt der Bodymap liegt auf der Förderung der Akzeptanz des eigenen Körpers und der Identitätsstärkung von Jugendlichen. Die Konfrontation mit unterschiedlichen Meinungen und Vorstellungen regt zum Nachdenken an und bietet den Jugendlichen Hilfen zur eigenen Entscheidungsfindung. „Liebe, Lust und Leidenschaft sind nicht auf den Körper oder auf die Geschlechtsorgane fixiert, sondern ganz im Gegenteil: die drei L haben auch viel mit dem Kopf zu tun...“, diese Information erhält, wer etwa das Stichwort „Liebe im Kopf“ anklickt.

4.3 Das Internetangebot

Mit www.loveline.de richtet sich ein Informationsangebot an Jugendliche, um über Liebe, Verhütung, Sexualität und Partnerschaft zu informieren. Von 1998 bis 2000 diente das Internetangebot der inhaltlichen Ergänzung der gleichnamigen CD-ROM. Hier war der Internetauftritt ein Teilbereich neben Spiel, interaktiver Körperlandschaft und Lexikon. Seit dem Up-

date in 2001 stellt www.loveline.de ein eigenständiges Angebot dar. Der thematisch wie inhaltlich sehr umfangreiche Internetauftritt bietet Jugendlichen ab 13 Jahren altersgerechte Informationen über Sexualität, Verhütung und Partnerschaft an. Durch die zusätzlichen Optionen, die eine Internetpräsenz anbietet, konnten die konzeptionell wichtigen Säulen der Interaktion und der Kommunikation von und mit Jugendlichen wesentlich verstärkt werden. Alle Angebote hatten die Zielrichtung, den Jugendlichen eine entsprechende Identifikation mit der Marke „LoveLine“ zu ermöglichen. Spielerische interaktive Elemente in der Vermittlung von Informationen eng mit dem Kommunikationsbedürfnis der Jugendlichen verzahnt, boten neue umfangreiche Möglichkeiten. Nach den sehr guten Erfahrungen mit der gleichnamigen CD-ROM wurden die konzeptionellen Grundprinzipien um die Chancen des Internets erweitert. Zum Start von www.loveline.de waren nichtkommerzielle Angebote für Jugendliche zum Thema Sexualität in sehr geringer Zahl anzutreffen. Es gab kaum Erfahrungen in der qualitativen Ansprache von Jugendlichen durch das Internet.

Bereits im ersten Jahr (1998) liegt der Schwerpunkt der Internetstation auf der Informationsvermittlung. Sieben Navigationspunkte spiegeln unterschiedliche Bereiche wider:

- Homepage
- News
- Faq
- Liebeslexikon
- Chat
- Liebesacht
- Liebesspiel

Die **Homepage** ist statisch und dient lediglich der Begrüßung der User. Eine Onlineabstimmung mit Themen wie z.B. „Gefällt dir das neue Outfit der Internetstation?“ ermöglichen die aktive Teilnahme der Besucher.

Der Bereich **News** bietet Aktuelles, beispielsweise neue Materialien auf der Station und wichtige Termine, wie z.B. der nächste Chat.

In den **Faq** sind die „häufig gestellten Fragen“ der Jugendlichen in thematischen Kategorien, wie z.B. `männlicher` und `weiblicher Körper`, `Verhütung` oder `Beziehung` aufgelistet und mit entsprechenden Antworten versehen.

Das **Liebeslexikon** beinhaltet mit über 350 Begriffen und umfangreichen Zeichnungen, O-Tönen und Videos von Jugendlichen einen multimedialen Zugang zu allem Wissenswerten rund um die Sexualität. Die Begriffe sind alphabetisch und nach verschiedenen Themen auswählbar.

Der **Chat** ist jeden Mittwoch von 16-18 Uhr geöffnet. In der virtuellen Loveline-City können sich die Jugendlichen mit einem Mitglied des Loveline-Teams und anderen Experten, wie z.B. SexualpädagogInnen oder ÄrztInnen, unterhalten. Schnell stellt sich hier die Notwendigkeit einer Ausweitung der Chatzeiten auf täglich 12-18 Uhr heraus. Beibehalten wurde die Chatmöglichkeit mit dem Loveline-Team auf wöchentlich zwei Stunden.

Im **Liebesspiel** navigieren sich die Jugendlichen durch das Liebeslabyrinth. An Weggabelungen werden sie anhand von Multiple-Choice-Fragen mit biologischem Fachwissen konfrontiert. Die richtige Beantwortung der Fragen zeigt den weiteren Weg.

Nachdem die Jugendlichen das Labyrinth durchlaufen und einen Liebesbrief gefunden haben, müssen sie drei Fragen beantworten und per e-Mail an das Loveline-Team schicken. Alle Teilnehmer erhalten eine Rückmeldung. Die Antworten werden zunächst überprüft und gegebenenfalls mit dem Vermerk „ja, aber“ oder „ist leider falsch“ sowie der entsprechenden richtigen Antwort versehen. Dieser Ansatz ermöglicht es, sogenanntes Halbwissen sowie moralische Bewertungen mit entsprechend sachlichen bzw. thematisch richtigen Kommentaren zu versehen. Das Liebeslabyrinth mit der aktiven Möglichkeit des „Mitmachens“ hat sich über die Jahre konstant in der Beteiligung gehalten.

In der **Liebesacht** gibt es acht verschiedene Mitmachangebote:

1. das Liebesbarometer mit Onlineabstimmung zu Liebesthemen
2. die Liebespost um Postkarten per mail zu verschicken
3. die Liebesworte mit Aussagen von Jugendlichen zu unterschiedlichen Themen
4. die Liebesbilder mit ausgewählten Liebesfotos
5. den Liebescomic „Alles ganz easy!“
6. die Liebesvideos mit Videos aus dem ZDF-Magazin „Dr. MagLove“
7. die Liebesfotostory
8. den Liebessong

Bereits im ersten Jahr startete das Onlineangebot mit einer konsequenten Ausrichtung auf Informationsvermittlung.

Ein Beratungsangebot wird bewusst nicht eingerichtet. Nur so gelingt es, die Anfragen der Jugendlichen, die dennoch per e-Mail gestellt werden, in einem Rahmen zu halten, der vom Loveline-Team bewältigt werden kann. Schon jetzt steigen die Userzahlen um das Fünffache, die Maillkontakte verzehnfachen sich. Die Etablierung als Informationsportal für Jugendliche zu den Themen Sexualität, Verhütung und Partnerschaft ist gelungen. Von Anfang an gab es den besonderen Schwerpunkt der Qualitätssicherung durch konsequente Überprüfung der stark verzahnten Maßnahmen. Ein umfangreiches Paket an qualitativen und quantitativen Maßnahmen war ein wichtiges Anliegen in der kontinuierlichen Betreuung der Internetstation. Eine speziell auf www.loveline.de abgestimmte Auswertungssoftware ermöglicht die anonymisierte Protokollierung der besuchten Seiten. Diese statistischen Daten sind zusammen mit den Anregungen und Wünschen der Jugendlichen, die diese an vielen Stellen dem Loveline-Team per e-Mail mitteilen, die Grundlage für die weiteren inhaltlichen Themen. Ein wichtiger Bestandteil, um sehr genau über die thematischen Wünsche der UserInnen informiert zu sein, sind die Auswertungen der Suchbegriffe, die die Jugendlichen in die Suchmaschinen im Internet eingeben und über die vor allem neue Jugendliche auf das Informationsangebot stoßen. Diese kontinuierliche Dokumentation des Ist-Zustandes bildet die Grundlage, um zusammen mit den umfangreichen Informationen aus den laufenden Pre-Tests der Anzeigenkampagnen eine weitest mögliche Nähe zu den Informationswünschen der jugendlichen Zielgruppe zu haben. Ein umfangreicher Usability-Test sowie eine Userbefragung per e-Mail-Formular brachten wichtige Erkenntnisse für den weiteren Ausbau des Internetangebotes.

Das Internetangebot entwickelte sich sehr schnell von einem anfänglich eher statischen Informationsangebot zu einem dynamischen und vielfältigen Informations- und Kommunikationsportal, das durch die thematische Beteiligung der Jugendlichen kontinuierlich erweitert wird. Die Homepage zeigt monatlich wechselnde Themen, die Jugendliche interessieren. Zu allen (Monats)Themen schicken die Jugendlichen ihre Statements per e-Mail an das Loveline-Team. So entsteht im Bereich „**Liebesworte**“ ein thematisches Archiv mit authentischen Statements. Gerade dieser Bereich ermöglicht den Jugendlichen einen hohen Grad an Identifikation mit der Station. Die einzelnen Statements regen die Jugendlichen dazu an, ihre eigenen Erfahrungen oder ihre Meinung bzw. Anregung zu bestehenden Statements per Mail zu

schicken. In regelmäßigen Abständen werden neue Statements in der Rubrik Liebesworte veröffentlicht. Durch die hohe Beteiligung der Jugendlichen muss hier allerdings immer wieder eine Auswahl getroffen werden.

Die große Nachfrage nach Broschüren und Materialien leitet den ersten größeren Umbau der Homepage ein. Die Informationen aus dem Bereich der „**News**“ werden entsprechend den wechselnden Themen nun direkt auf der Startseite präsentiert. Aus dem Navigationspunkt „**News**“ wird ein eigenständiger „**Infoshop**“, in dem die Jugendmedien der BZgA per elektronischer Bestellfunktion angefordert oder per download abgerufen werden können. Aus den über e-Mail eingehenden **individuellen Fragen** und den verschiedenen monatlichen Experten-Chats werden kontinuierlich neue Themen für den Bereich „**Faq**“ (meistgestellte Fragen) aufbereitet und den Jugendlichen zugänglich gemacht. Es entstehen den Themen entsprechend immer wieder neue Kategorien. Zudem wird der Bereich um ausführliche Literaturtipps, Adressen und wechselnde thematische Links ergänzt. Diese Methode, die Fragen der Jugendlichen öffentlich zu beantworten, hat in der inhaltlichen Betreuung der Station eine wichtige konzeptionelle Bedeutung. Nur so konnte über die bisherige Betreuungszeit die Zahl der individuell zu beantwortenden Fragen auf einem Level gehalten werden, der vom Loveline-Team auch in einer angemessenen Reaktionszeit von maximal 3-5 Tagen beantwortet werden konnte.

Die konsequente Optimierung aller Informationen, d.h. sie schnell und strukturiert den Jugendlichen zugänglich zu machen, hat bisher zur Folge, dass nur 0.19% der jugendlichen Besucher eine individuelle Frage stellten. Diese Tatsache lässt den Schluss zu, dass die Jugendlichen alle für sie wichtigen Informationen auf den Seiten finden.

Spielerische Informationsvermittlung

Auch im Bereich „**Liebesspiel**“ gibt es einige Veränderungen. Mit „Bohne-Mind“ wurde ein zusätzliches Gewinnspiel mit Fragen zum Thema Reisen für die Urlaubs- und Ferienzeit entwickelt. Anschließend wird „Bohne-Mind“ auch für andere Themen mit entsprechend thematisch modifizierten Fragen eingesetzt. Die sehr guten Erfahrungen mit Gewinnspielen waren schnell eine konzeptionell wichtige und vor allem altersgerechte Methode für die inhaltliche Aufbereitung der umfangreichen Themen auf www.loveline.de.

Erfolg durch die enge Verzahnung aller Maßnahmen

Im Herbst 2001 wurde www.loveline.de speziell durch Anzeigen in den bekannten Jugendzeitschriften beworben. Gleichzeitig wurde den Jugendlichen die neue Broschüre „Wie geht's-wie steht's? Wissenswertes für Jungen und Männer“ vorgestellt. Durch die Verbindung von elektronischen Informationen mit Printmedien bzw. Anzeigen gelingt zum ersten Mal der Aufbau einer Wertschöpfungskette der unterschiedlichen Medien.

Thematische Informationsparts zu den Themen „Frauenarzt“, „Kondome“ und „Das erste Mal“ ergänzen die aktuellen Monatsthemen. Die zusätzlichen Infoparts bieten den Jugendlichen vertiefende Informationen und verknüpfen diese mit bereits Vorhandenem, z.B. entsprechenden Begriffen aus dem Liebeslexikon, Fragen und Antworten in den „Faqs“ sowie geeigneten Printmedien aus dem „Infoshop“.

Während der Sommeraktion wurden die neuen Broschüren „Reiselust“ und „Reisebegleiter“ präsentiert und sehr eng mit den entsprechenden Inhalten auf www.loveline.de verbunden. Die begleitende Pressekampagne sowie die Einführung eines e-Card-Systemes mit animierten Lovecards sorgte für einen erneuten Zuwachs der monatlichen User um das Doppelte und die Anzahl der Mailkontakte verfünffacht sich. Aus www.loveline.de wurde das umfangreichste Informationsportal für Jugendliche zum Thema Liebe, Partnerschaft und Verhütung.

Die durchgeführte „Usability-Inspection“ sowie die Zufriedenheitsbefragung unter den Jugendlichen brachte weitere neue thematische Schwerpunkte sowie einige grafische und technische Korrekturen mit sich.

Zwischenzeitlich wird von über 1000 unterschiedlichen Internetangeboten auf die Inhalte von www.loveline.de verlinkt. Das Internetangebot wird immer wieder von den Jugendlichen anderer Stationen mit besonderen Auszeichnungen bedacht. International wurde www.loveline.de mit dem „intermedia-globe“ in Gold in der Kategorie Internetauftritte pädagogischer Institutionen ausgezeichnet. Die beste Möglichkeit der Werbung für die Station sind zufriedene „Kundinnen“ und „Kunden“. Der Respons auf die Anfragen - prägnante Informationen mit einer kurzen Reaktionszeit - hat eine hohe Bedeutung für die Qualität der Station. Denn Jugendliche erwarten (bei Mailkommunikation im Internet) auf ihre „brennenden Fragen“ Antworten innerhalb kürzester Zeit. Dank gut aufbereiteter Informationen auf der Internetstation bzw. einem guten Informationsflow zwischen den Rubriken und den Themen gelingt es, die Jugendlichen auf weitergehende Informationen hinzuweisen. An mehreren

Stellen können sich die Jugendlichen in die Loveline-Community eintragen und werden so regelmäßig über Neuerungen auf der Station per Loveletter, einem e-Mail-Newsletter, informiert. Bei den themenbegleitenden Gewinnspielen können die Jugendlichen T-Shirts oder Mousepads im „Loveline-Design“ gewinnen. Die unterschiedlichen Maßnahmen dienen allesamt der Kundenbindung. Loveline soll schon sehr früh die Anlaufstelle für Jugendliche sein, um sich über die Themen Partnerschaft, Verhütung und Sexualität zu informieren bzw. zu kommunizieren.

Kommunikationsforum für Jugendliche

Das Gästebuch wird von Jugendlichen zum Austausch vielfältiger Informationen genutzt. Es hat sich zu einem Treffpunkt für die Besucher entwickelt. Einige Jugendliche übernehmen hier z.T. Verantwortung und weisen andere auf die Netiquette hin bzw. geben ihnen Informationen zu gestellten Fragen. Das Loveline-Team übernimmt die beobachtende Funktion und kommentiert in notwendigen Fällen.

Noch unmittelbarer ist der tägliche Chat von 12-18 Uhr, in dem sich die Jugendlichen untereinander austauschen können. Jeden Mittwoch von 16-18 Uhr steht ein Mitglied des Loveline-Teams für allgemeine Fragen zur Verfügung und jeweils am letzten Mittwoch im Monat ein(e) externe Experte zu den vorher angekündigten Themenschwerpunkten.

Der zielgruppengerechte Informations- und Kommunikationsmix, den www.loveline.de in den unterschiedlichsten Themen präsentiert, wird den Zuspruch weiter steigern. Eine sehr detaillierte qualitative Auswertung ermöglicht es, die Interessen der User besser zu verfolgen und in die aktuellen Themen mit zu übernehmen. Die bisherigen User bleiben so www.loveline.de oftmals über einen längeren Zeitraum treu und altersbedingt kommen kontinuierlich neue User dazu.

4.4 Bestehende Evaluationsergebnisse und statistische Auswertungen

Im Auftrag der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung evaluierte forsa -Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH, von Oktober bis Dezember 1999 die CD-ROM „LoveLine“.

Schwerpunkt der Studie war die Ermittlung der generellen Akzeptanz, Wahrnehmung und Bewertung von „LoveLine“ durch die Zielgruppe der 12-bis 17-Jährigen - sowohl bezogen auf die CD-ROM insgesamt als auch differenziert auf die drei Hauptebenen. Überprüft wurde

außerdem, inwieweit die thematischen Wünsche der Jugendlichen an ein solches Medium durch die CD-ROM „LoveLine“ erfüllt werden konnten. Zielgruppe der Untersuchung waren Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 12 und 17 Jahren, in deren Haushalt ein multimediafähiger PC vorhanden ist. Insgesamt konnten 91 Jugendliche für die Teilnahme an der Untersuchung gewonnen werden, wobei eine gleichmäßige Verteilung der Stichprobe im Hinblick auf die Merkmale Geschlecht, Alter und Schulbildung realisiert werden konnte. Die Hälfte der befragten Jugendlichen meint, sie wüsste gut über sexuelle Dinge Bescheid, die andere Hälfte berichtet noch von Unsicherheiten und Wissenslücken in diesem Bereich. Zu den bevorzugten Informationsquellen zur Aufklärung zählen - neben den Eltern, Freunden, der Schule und Aufklärungsbroschüren, Büchern und Jugendzeitschriften – auch Computerprogramme und -spiele. Besonders in der Altersgruppe der 14-17-Jährigen zählen Computerprogramme zu den am häufigsten präferierten Medien zur Vermittlung sexueller Themen.

42% der Jugendlichen, die sich intensiver mit „LoveLine“ beschäftigt haben, haben sich die CD-ROM ausschließlich allein angeschaut. Die übrigen Jugendlichen haben sich „LoveLine“ entweder ausnahmslos (31%) oder zumindest zum Teil (37%) gemeinsam mit anderen, etwa ihren Eltern oder Freunden, angesehen. „LoveLine“ scheint somit geeignet, die Kommunikation über sexuelle Themen zu fördern: 67% der Kinder und Jugendlichen haben auch mit ihren Freunden, Eltern oder Lehrern über die CD-ROM und die Themen, die darauf behandelt werden, gesprochen. Bei den Mädchen war „LoveLine“ dabei deutlich häufiger Gesprächsthema als bei den Jungen. Einen Einsatz der CD-ROM im Schulunterricht fänden nahezu alle befragten Kinder und Jugendlichen gut.

Der subjektive Informationsgehalt von „LoveLine“ ist recht hoch – 43% der Kinder und Jugendlichen sagen, dass sie persönlich durch die CD-ROM viel Neues erfahren haben. Für 50% war nur wenig Neues dabei. Nur 7% meinen, sie hätten durch „LoveLine“ überhaupt nichts Neues erfahren. Der Informationswert der CD-ROM variiert sehr stark in Abhängigkeit vom Alter der Jugendlichen und deren Schulbildung. Viel Neues war vor allem für die jüngeren Kinder (12- bis 13-Jährige) und die Hauptschüler dabei. Am geringsten war der Informationsgewinn für die Kinder und Jugendlichen, die das Gymnasium besuchen.

Insgesamt kam die CD-ROM bei den Kindern und Jugendlichen ausgesprochen gut an. 29% hat „LoveLine“ sehr gut gefallen, 63% vergaben die Bewertung „gut“. Lediglich 8% empfanden die CD-ROM als mittelmäßig („ging so“), keiner der Jugendlichen gab an, die CD-ROM

habe ihm überhaupt nicht gefallen. Eine besonders gute Gesamtbewertung erhält „LoveLine“ von den Hauptschülern und den jüngeren Kindern (12- bis 13-Jährige).

Danach gefragt, was ihnen besonders gut gefallen hat, wird von den Jugendlichen mit Abstand am häufigsten das interaktive Spiel genannt. Ganz besonders bei den Jüngeren stößt dieses Spiel auf positive Resonanz. Recht häufig nennen die Jugendlichen in diesem Zusammenhang auch die Art und Weise der Informationen und Erklärungen auf der CD-ROM. Darüber hinaus wird eine Reihe weiterer Elemente und Gestaltungsmerkmale als positiv hervorgehoben, angefangen bei der Infodatenbank und den Spielfiguren über die Videos und Bilder bis hin zum Intro des Mediums. Der Anteil derjenigen, die spontan nicht nennen können, was ihnen an „LoveLine“ gefallen hat, ist mit 4% ausnehmend gering.

Auffallend ist, dass von den Kindern und Jugendlichen insgesamt deutlich weniger Negatives als Positives angesprochen wird. Unter anderem finden rund zwei Fünftel der Jugendlichen alles in Ordnung und würden an der CD-ROM überhaupt nichts verändern. Modifikationsbedarf sehen die Jugendlichen am ehesten beim Spiel. Dies dürfte sich aber in erster Linie – wie sich bei der konkreten Spielbewertung zeigt – als Kritik an einzelnen Elementen und weniger als grundsätzliche Ablehnung der Spielidee an sich zu interpretieren sein.

Auf die Frage, was aus ihrer Sicht auf der CD-ROM fehlt, meinen 55% der Kinder und Jugendlichen, sie fühlten sich ausreichend informiert und hätten keine weiteren Wünsche. Auch von den übrigen Jugendlichen kommen nur wenige Ergänzungswünsche, u.a. mehr Bilder, Videos und Filme, mehr Informationen zu bestimmten Themen (Küssen, miteinander Schlafen) sowie mehr Inhalte für „Ältere“.

„LoveLine“ informiert aus Sicht der Jugendlichen vor allem sehr gut über die Bereiche „Verhütung“, „Freundschaften und Beziehungen“ sowie die „Geschlechtsorgane von Mann und Frau“. Bei den Themen „Geschlechtskrankheiten“ und „Schwangerschaftsabbruch“ korrespondieren offene Wünsche mit negativen Urteilen, d.h. hier konnten die Ansprüche der Jugendlichen – sei es nun in qualitativer oder quantitativer Hinsicht – durch die CD-ROM nicht voll erfüllt werden. Ein weiterer wichtiger Indikator für die Akzeptanz von „LoveLine“ ist die künftige Nutzungs- und Weiterempfehlungsabsicht. Gut die Hälfte will die CD-ROM an Freunde weiterempfehlen bzw. hat dies bereits getan. Drei Viertel der Kinder und Jugendlichen wollen auch nach der Untersuchung auf jeden Fall noch ab und zu in die CD-ROM schauen. Besonders häufig wollen die Jüngeren (12- bis 13-Jährige) sowie die Haupt- und

Real- bzw. Gesamtschüler die CD-ROM auf jeden Fall auch künftig nutzen bzw. an Freunde weiterempfehlen. Niedriger ist dieser Anteil bei den 16- bis 17-Jährigen und den Gymnasialisten, wobei auch hier noch etwa die Hälfte „LoveLine“ nutzen und weiterempfehlen möchte.

Die CD-ROM „LoveLine“ wird von den befragten Kindern und Jugendlichen ausgesprochen gut angenommen. Im besonderen Maße gilt dies für das Spiel. Obschon auch die beiden anderen Ebenen überwiegend positiv beurteilt werden, übertrifft das Spiel die Infodatenbank und Bodymap sowohl bei den Gesamt- als auch den Detailbewertungen. Ganz wesentlich dürfte dies auf den aus Sicht der Jugendlichen höheren Unterhaltungswert des Spiels zurückzuführen sein. Das Ziel des Angebotes, Kindern und Jugendlichen Informationen und Orientierungshilfen bei Fragen über Liebe, Freundschaft und Sexualität zu geben, kann die CD-ROM weitgehend erfüllen. Im überdurchschnittlichen Maße scheinen dabei die Hauptschüler und die jüngeren Kinder von den vermittelten Inhalten profitieren zu können. Die thematischen Erwartungen der Jugendlichen an die CD-ROM wurden von „LoveLine“ größtenteils befriedigt. Defizite zeigen sich hier allenfalls bei den Themen „Geschlechtskrankheiten“ und „Schwangerschaftsabbruch“. Die Veranschaulichung, Erweiterung und Vertiefung der sprachlichen Informationen durch Bilder, Filme und Animationen kommen bei den Jugendlichen gut an und werden von vielen – gerade in Bezug auf die Infodatenbank – in noch stärkerem Umfang gewünscht.

Trotz der schon recht langen Verfügbarkeit ist „LoveLine“ bisher nur sehr wenigen Jugendlichen bekannt. Ein verstärkter Einsatz der CD-ROM sowohl im schulischen Bereich wie auch in der außerschulischen Jugendarbeit erscheint aufgrund der positiven Bewertung von „LoveLine“, ihrer kommunikationsfördernden Funktion und ihres hohen Informationswertes wünschenswert.

Aufgabe der Usability Forschung auf www.loveline.de war es zu überprüfen, inwieweit die Website Forderungen der Usability berücksichtigt und den Zielsetzungen ebenso wie der Zielgruppe gerecht wird. In der zweiten Phase wurden mittels Fragebogen Erkenntnisse über die Nutzer gesammelt, um die Website noch stärker auf das Zielpublikum auszurichten und Erkenntnisse über die Zusammensetzung der User hinsichtlich Alter, Schulbildung, Geschlecht und weiterer Faktoren zu bestimmen. Eine weitere Funktion dieses Fragebogens lag in der Präzisierung der Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe und der Bewertung der Website durch sie. Neben dem Zugang zum Loveline-Angebot (technische Aspekte/Referrer) wurden Alternativangebote, angenommene Urhebererschaft und Präferenz der Nutzer für die Web-

site getestet. In der abschließenden Phase wurde die Website einem Usability Testing unterzogen, einer qualitativen Analyse der Benutzungs- und Erlebnisqualität der Site-Lösung aus Sicht der User, um sie, nach einer ersten Überarbeitung, schließlich zu optimieren. Im Rahmen des Usability Testing sollten folgende Aspekte hinterfragt werden:

- Erwartungen an eine „Aufklärungswebsite“
- Relevanz des Themas Liebe, Sexualität und Verhütung für Jugendliche
- Interesse am Thema Liebe, Sexualität und Verhütung
- Wirkungs- und Benutzungsqualität der Website und der einzelnen Rubriken: News, Liebesacht, Liebesspiel, FAQ, Gästebuch
- Bevorzugte Einstiegsbereiche
- Bewertung des Online-Angebotes von loveline.de und vergleichbarer Alternativen
- Analyse der aufbereiteten Informationen auf loveline.de/Zielgruppenadäquanz
- Bekanntheitsgrad der Website und möglicher Alternativangebote etc.

Im Zentrum der Usability Inspection standen Seitenaufbau, Konsistenz der Gestaltungsrichtlinien und die Benutzungsqualität des Navigations-Systems. Ziel der Inspektion war es, den Zugang zu den einzelnen Informationsbereichen auf Effizienz zu untersuchen. An der Website fällt die zielgruppengerechte Ansprachestrategie auf, die kaum Tabus kennt und sich damit erfrischend von allzu belehrenden Websites mit erzieherischem Anspruch abhebt.

Die grafische Gestaltung wies vor allem folgende Mängel auf:

- Fehlende visuelle Trennung der Textinformationen von den Links, allgemein: mangelnde visuelle Priorisierung der verwendeten Einzelelemente
- mangelnder Kontrast zwischen Schrift und Hintergrund
- mangelnde visuelle Trennung unterschiedlicher Funktionsbereiche
- grafische „Flüchtigkeitsfehler“ (Platzierungsprobleme grafischer Elemente)
- verwirrende Hintergründe und Animationen
- mangelnde visuelle Gliederung des Content (Inhalt)
- mangelnde Ausnutzung des zur Verfügung stehenden Raumes für den Content.

Hinsichtlich der Navigierbarkeit konnten folgende Fehlerpotenziale ausgemacht werden:

- Unwirtschaftliches räumliches Verhältnis zwischen Content und Navigation
- fehlende Konsistenz der Navigationslogik und ihrer Elemente
- fehlende Trennung zwischen thematischer und Service-Navigation.

Loveline stellt sich nach dem Relaunch zum 31.12.2005 wie folgt dar:

Abbildung 4.1: Startseite von www.loveline.de

The screenshot shows the homepage of the Loveline website. At the top left is the logo 'BZgA loveline.de' with an illustration of a diverse group of people. To the right, the main theme is 'Liebesthema Verhütung' (Love Topic: Contraception), with a list of sub-topics: 'Übersicht', 'Tipps & Infos', 'Expertenchat', and 'Nonsens'. Further right are buttons for 'Deine Meinung' (Your Opinion) and 'Themenspiel' (Theme Game), which includes a 'Spiel mit!' (Play with!) button and an illustration of two people. A navigation bar at the top right contains links for 'Gästebuch', 'Bestellen', 'Download', and 'Kontakt'. Below the header, a left sidebar lists 'Liebesthemen', 'Eure Fragen', 'Liebeslexikon', 'Chat', and 'Liebesspiele'. The main content area is divided into several sections: 'Tipps & Infos' (Tips & Infos) with a sub-header 'Wenn die Regel ausbleibt. Kann es sein, dass ich schwanger bin? mehr...' and a small image of two people; 'Liebesthemen' (Love Topics) with a list of categories: 'Mädchen', 'Jungen', 'Pubertät', 'Schön sein', 'Verhütungspanne', 'Das erste Mal', 'Frauenarzt', and 'Liebe'; 'JugendFilmTage 2006' (Youth Film Days 2006) featuring a movie poster for 'CRAZY'; 'Loveline eCards'; 'Loveline Broschüren' (Loveline Brochures) with the text 'Informier dich über die wichtigsten Verhütungsmethoden!'; and 'SEXU klopädie'. On the right side, there are three yellow boxes: 'TAGESGEWINNER' (Daily Winner) announcing 'Loveline-SMS (15): Paline'; 'KLICK DEN TICKER' (Click the Ticker) with the text 'Buchtipps zu unseren Themen findest du hier!'; and 'SUCHSPIEL' (Search Game) with the text 'Kostenlos SMS senden!' and 'Beantworte die Fragen und mit etwas Glück gewinnst du 15 Frei-SMS mitspielen...'. At the bottom left, there is a 'UMFRAGE' (Survey) section titled 'Wie verhütet du?' (How do you protect yourself?) with radio buttons for 'Kondom', 'Pille', 'Andere Methoden', and 'Noch kein Thema für mich', and a 'abstimmen' (Vote) button. Below the survey is the 'Impressum' (Imprint) information: 'Copyright BZgA 2006 by Visart'. At the bottom center, there is a line of text: 'Weitere Internetseiten der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA):' followed by logos for 'mach's mit.', 'frei!', 'AUFKOMM.GP', and 'NE NEHM'.

Quelle: Screenshot; erstellt 03/2006

Startseite zum Thema Verhütung

Abbildung 4.2: Übersichtsseite Liebesthemen

The screenshot shows the website 'loveline.de' with the following elements:

- Header:** BZgA logo, 'loveline.de' text, 'Liebesthema Verhütung' title, and a list of features: Übersicht, Tipps & Infos, Expertenchat, Nonsens. There are also buttons for 'Deine Meinung' and 'Themenspiel'.
- Navigation:** '>> Home / Liebesthemen' and 'Gästebuch | Bestellen | Download | Kontakt'.
- Left Sidebar:** 'Liebesthemen' menu with options: 'Eure Fragen', 'Liebeslexikon', 'Chat', 'Liebesspiele'. Below it is a 'UMFRAGE' (Survey) titled 'Bist du mit Form und Größe deines Penis zufrieden?' with radio buttons for 'Ja, ist o.k.', 'Nein, bin unzufrieden.', and 'Noch keine Gedanken gemacht'. It includes an 'abstimmen' (Vote) button and 'aktueller Stand' / 'frühere Umfragen' (current status / previous surveys) information.
- Main Content Area:**
 - Liebeshemen:** 'Hier bekommst du wichtige Infos, kannst deine Meinung sagen und Geschichten schreiben!' (Here you get important info, can express your opinion and write stories!).
 - Themenpool:** 'Hier findest du Interessantes zu wichtigen Themen' (Here you find interesting things about important topics). It features buttons for: Verhütung, Frauenarzt, Jungen, Pubertät, Schön Sein, Das "erste Mal", Liebe, Mädchen, Verhütungspanne.
 - Liebesgeschichten:** 'zum Stöbern und selber Schreiben' (for browsing and writing your own). Includes icons of a book, hearts, and a butterfly.
 - Statements:** 'Deine Meinung zum Thema' (Your opinion on the topic). Includes icons of people talking.
- Right Sidebar:**
 - DEINE MEINUNG:** 'Deine Meinung zum Thema interessiert uns! mehr...' (Your opinion on the topic interests us! more...).
 - LIEBESTHEMA:** 'In der Übersicht findest du alles rund um unser aktuelles Thema Jungen! mehr...' (In the overview you find everything about our current topic: Boys! more...). Below this is an illustration of a woman's face.

Quelle: Screenshot; erstellt 03/2006

Die Inhalte auf www.loveline.de bestehen aus zehn Grundthemen, die im monatlichen Wechsel als aktuelles Monatsthema auf der Startseite präsentiert werden.

Abbildung 4.3: Folgeseite Liebesthemen

BZgA loveline.de Liebesthema • Übersicht • Tipps & Infos • Expertenchat • Nonsens

Verhütung

Deine Meinung Themenspiel Spiel mit! 15 Frei SMS

>> Home / Liebesthemen / Thema-Übersicht Gästebuch | Bestellen | Download | Kontakt

Liebesthemen

- Eure Fragen
- Liebeslexikon
- Chat
- Liebesspiele

UMFRAGE
Bist du mit Form und Größe deines Penis zufrieden?

Ja, ist o.k.

Nein, bin unzufrieden.

Noch keine Gedanken gemacht.

abstimmen
aktueller Stand
frühere Umfragen

Impressum
Copyright BZgA 2006
by Visart

Pille, Präser & Co.

Thema-Übersicht "Verhütung"

Das untenstehende Bild zeigt eine Imagemap. Hinter den einzelnen Bildern findest du Links zu allen Inhalten des Themas "Verhütung". Viel Spaß beim Stöbern!

Rund ums Thema Verhütung

Spiel Themenpiel Verhütung

Nonsens Verhütung ist Frauenarbeit! Ein der letzten Regel kann man nicht schwanger werden! Während der Regel bricht man nicht schwanger! Beim ersten Mal wird man nicht schwanger! Liebestipps

Eure Fragen **Chat Verhütung**

Tipps & Infos **Statements**

LIEBESTHEMEN

Ein weiteres interessantes Thema: Verhütungspanne zur Thema-Übersicht Verhütungspanne

VERHÜTUNG

Alternativ können auch die folgenden Links verwendet werden:

- Thema-Übersicht
- Statements
- Spiel
- Nonsens
- Chat
- Deine Meinung
- Tipps & Infos
- Fliegende Herzen

Quelle: Screenshot; erstellt 03/2006

Der inhaltliche Aufbau der einzelnen Themen ist gleich gehalten, sodass eine optimale und schnelle Orientierung möglich ist.

Abbildung 4.4: Übersichtsseite Liebesspiele

The screenshot shows the homepage of 'loveline.de' with a red and yellow color scheme. At the top left is the logo 'BZgA loveline.de' with a group of people. Navigation links include '>> Home / Liebesspiele', 'Gästebuch | Bestellen | Download | Kontakt', and 'Am Gewinn teilnehmen'. A central banner reads 'Liebesspiele Hier kannst du spielen, den Highscore knacken und gewinnen!' with an illustration of two women playing a board game. Below this are four game categories: 'Suchspiel' (magnifying glass icon), 'Rette die Liebe' (winged heart icon), 'Themenspiele' (group of people icon), and 'Sperm attack' (sperm icon). A sidebar on the left lists 'Liebesthemen', 'Eure Fragen', 'Liebeslexikon', 'Chat', and 'Liebesspiele'. A survey section titled 'UMFRAGE' asks 'Ich will ein 2.Level für...' with options 'Sperm Attack' and 'Amora-Liebesspiel abstimmen'. A 'THEMENSPIEL' section offers '15 Frei-SMS! Spielen...'. A 'SPIEL MIT' section lists 'Teilnahmebedingungen' and 'Die Tagesgewinner werden täglich neu auf der Startseite veröffentlicht!'. A cartoon woman is at the bottom right. Footer text includes 'Impressum Copyright BZgA 2006 by Visart'.

Quelle: Screenshot; erstellt 03/2006

Verschiedene Spielformen ermöglichen die spielerische Erschließung der Themen. Alle Spiele werden als Gewinnspiele angeboten.

Abbildung 4.5: Übersichtsseite Liebeslexikon

Quelle: Screenshot; erstellt 03/2006

In acht verschiedenen Kategorien werden insgesamt 350 Begriffe zum Thema Sexualität erklärt. In seiner Breite und Tiefe ist dies das umfangreichste Online-Lexikon zur Sexualaufklärung für Jugendliche.

Abbildung 4.6: Übersichtsseite Eure Fragen – Faq (frequently asked questions)

BZgA loveline.de

Und was ist mit der Verhütung?

>> Home / Eure Fragen Gästebuch | Bestellen | Download | Kontakt

Liebesthemen

- ♥ **Eure Fragen**
 - Buchtipps
 - Links
- Liebeslexikon
- Chat
- Liebesspiele

UMFRAGE
 Ich habe meine Infos hier gefunden.
 Ja
 Nein
abstimmen
 aktueller Stand
 frühere Umfragen

Impressum
 Copyright BZgA 2006
 by Visart

Eure Fragen
 Hier findest du häufig gestellte Fragen und die Antworten!

Fragen und Antworten

weiblicher Körper	männlicher Körper
Regel	Verhütung
Schwangerschaft	Sexuelle Praktiken
Das "erste Mal"	Frauen- / Männerarzt
Beziehung	HIV/AIDS
schwul/lesbisch	Orgasmus/ Selbstbefriedigung
Reisetipps	Körperbild und Schönheit

BERATUNG & HILFE
 Hier findest du Adressen und Beratungsstellen. Mehr...

MEHR INFO
 Weitere Infos findest Du unter Liebesthemen und im Liebeslexikon

Quelle: Screenshot; erstellt 03/2006

In 14 verschiedenen Kategorien sind die Fragen der Jugendlichen exemplarisch beantwortet. Die Inhalte der Faq werden in regelmäßigen Abständen aus den individuellen Fragen, die die Jugendlichen per e-Mail an das Team schicken, erweitert.

Abbildung 4.7: Übersichtsseite Chat

Quelle: Screenshot; erstellt 03/2006

Täglich werden die Chaträume für sechs Stunden zum offenen Chat bereitgehalten. Für zwei Stunden wöchentlich stehen Mitarbeiter/innen des Teams für die Beantwortung von Fragen zur Verfügung. Am letzten Mittwoch des jeweiligen Themenmonats können die Jugendlichen mit einem Experten/einer Expertin (z.B. Frauenärztin) über ihre Probleme sprechen.

Abbildung 4.8: Übersichtsseite Informationsbroschüren

The screenshot shows the website interface for BZgA Loveline.de. At the top, there is a navigation bar with the logo 'BZgA loveline.de' and a main menu with 'Liebesthema' and 'Verhütung'. A list of links includes 'Übersicht', 'Tipps & Infos', 'Expertenchat', and 'Nonsens'. There are also buttons for 'Deine Meinung' and 'Themenspiel'. Below the navigation bar, there is a sidebar with a menu: 'Liebesthemen', 'Eure Fragen', 'Liebeslexikon', 'Chat', and 'Liebesspiele'. The main content area features a 'Bestellen' section with the text: 'Hier kannst du Broschüren und Materialien bestellen. Außer der CD-ROM LoveLine 2.0 sind alle Medien und Materialien kostenlos.' Two brochures are displayed: 'Wie geht's - wie steht's?' and 'Sexyklopädie Verhütung, Kurzinfo für Jugendliche'. Each brochure has a 'Artikel bestellen (kostenlos)' button. To the right, an 'INFORMATION' box states: 'Die Abgabe der Materialien erfolgt innerhalb der Bundesrepublik Deutschland in der Regel kostenfrei. Bestellst du andere Materialien unter www.bzga.de, wird in den Medienübersichten und im BZgA-Online-Bestellsystem ggf. deutlich auf eine Schutzgebühr hingewiesen.' At the bottom left, there is a 'UMFRAGE' section titled 'Bist du mit Form und Größe deines Penis zufrieden?' with radio buttons for 'Ja, ist o.k.', 'Nein, bin unzufrieden.', and 'Noch keine Gedanken gemacht.' Below the survey is an 'abstimmen' button and the text 'aktueller Stand frühere Umfragen'. An 'Impressum' section at the bottom left mentions 'Copyright BZgA 2006 by Visart'.

Quelle: Screenshot; erstellt 03/2006

Alle Broschüren sind online bestellbar und werden zum unmittelbaren Download bereitgehalten.

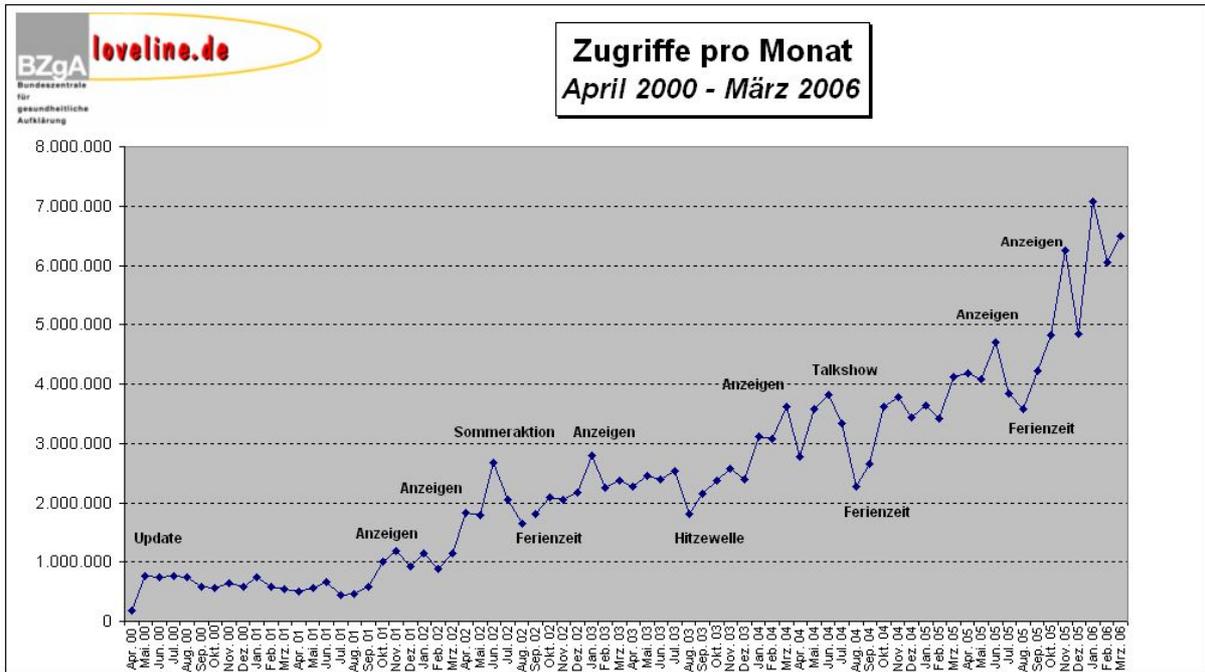
Abbildung 4.9: Übersichtsseite Elektronische Post



Quelle: Screenshot; erstellt 03/2006

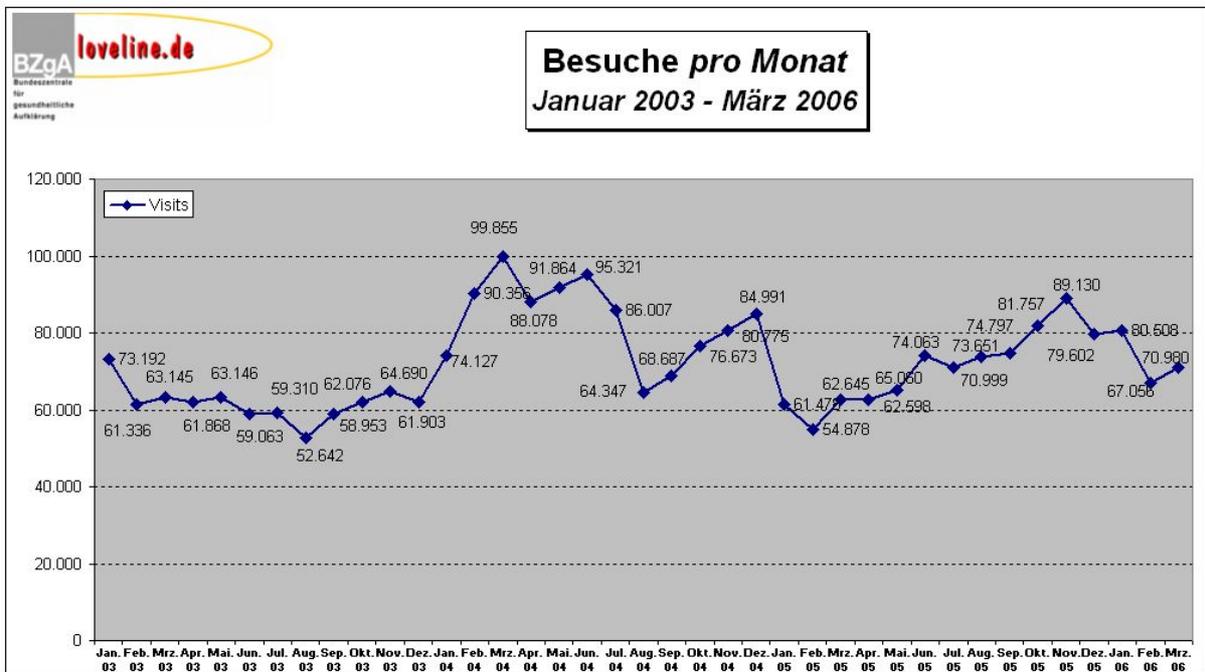
Animierte e-Cards können von den Jugendlichen verschickt werden.

Abbildung 4.10: Zugriffsstatistik



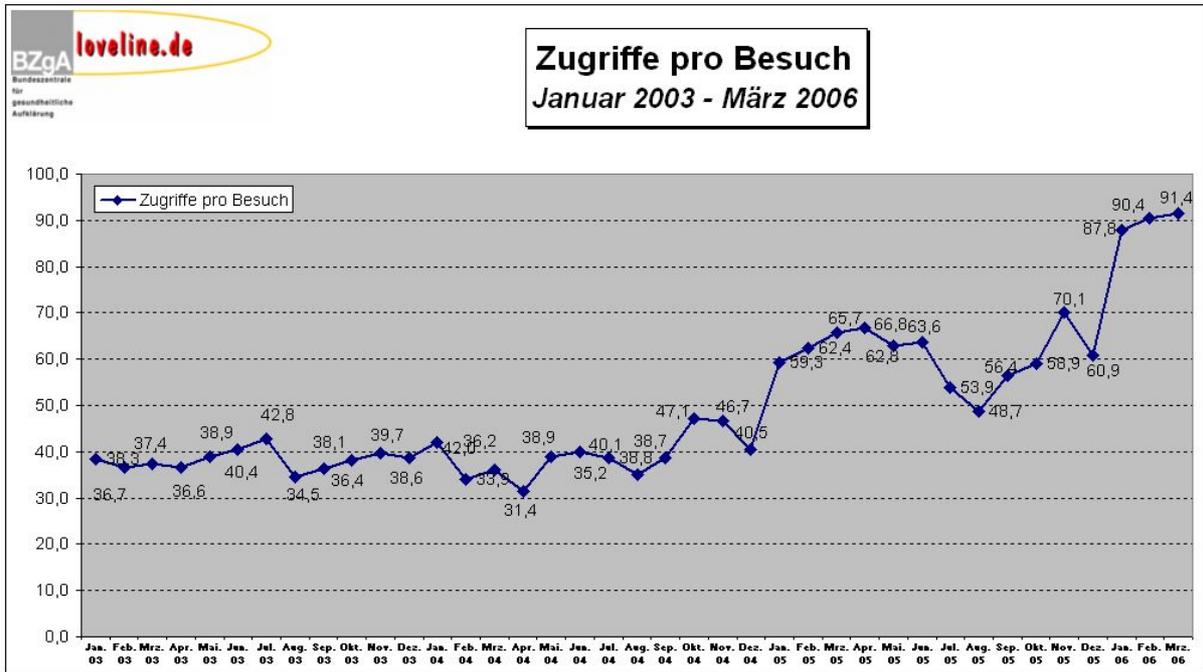
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.11: Besucherstatistik



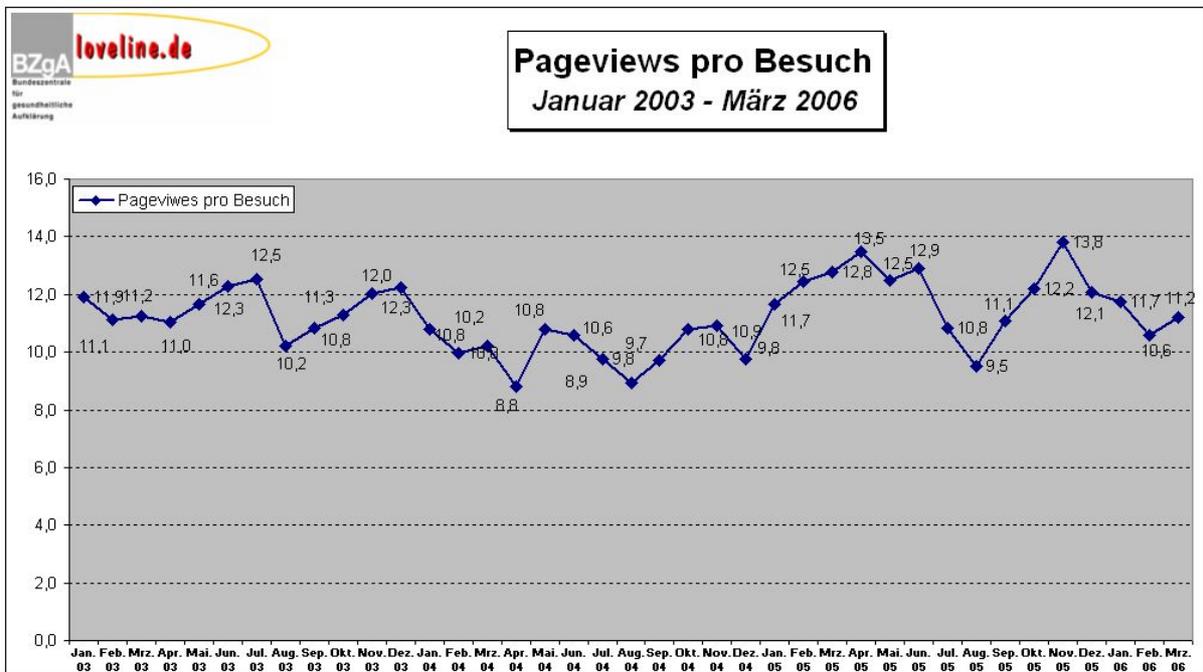
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.12: Zugriffsstatistik pro Besucher



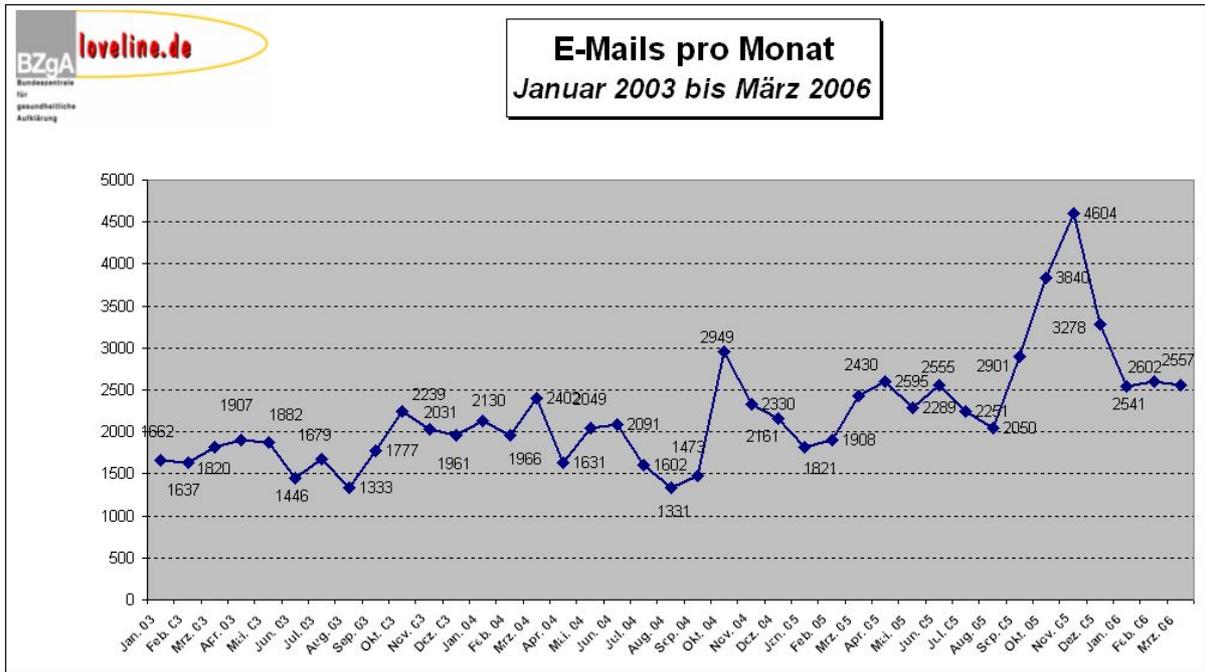
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.13: Statistik der Seitenansichten



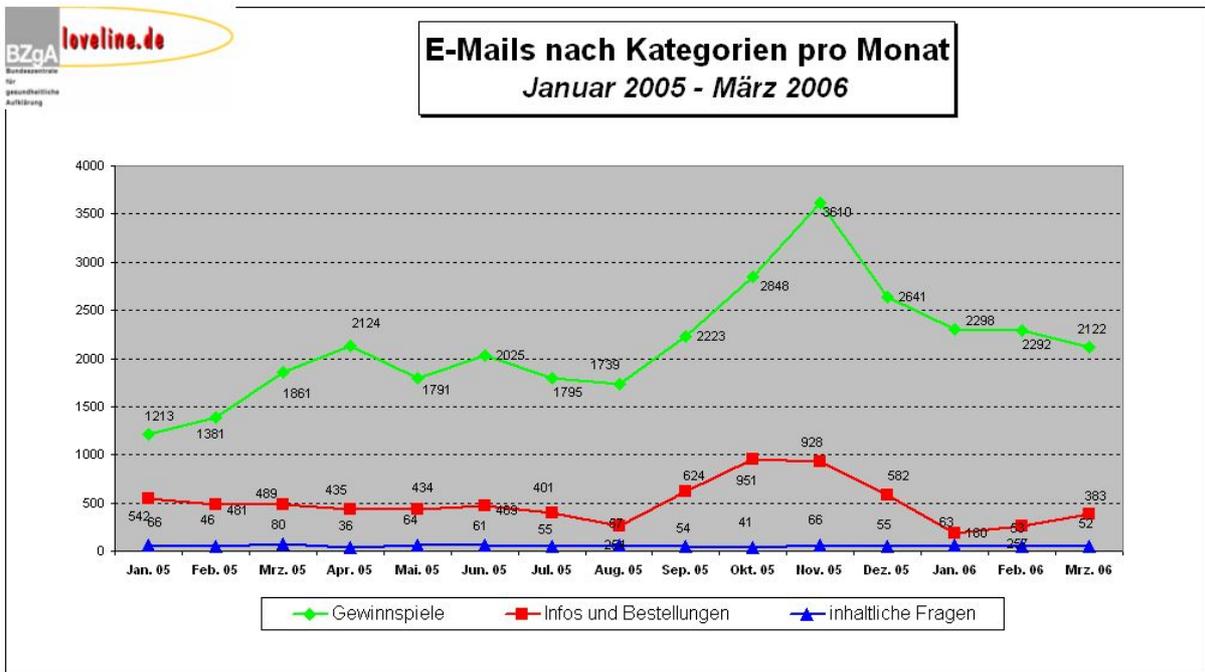
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.14: Statistik der e-Mails



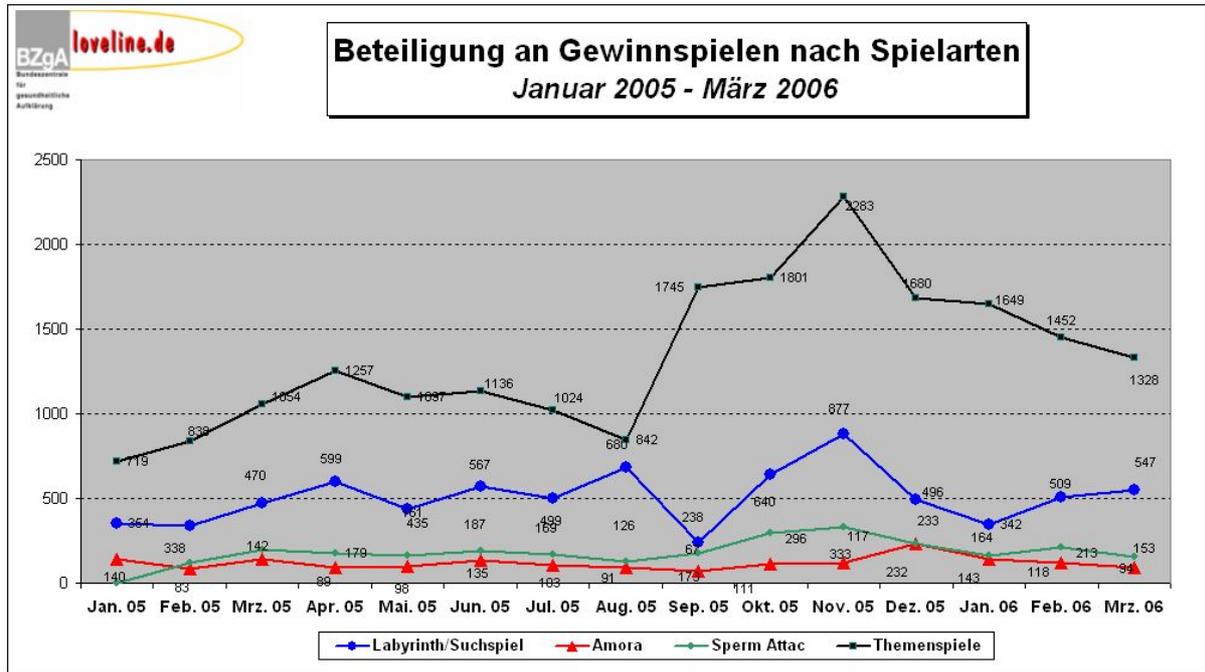
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.15 Verteilung der e-Mails



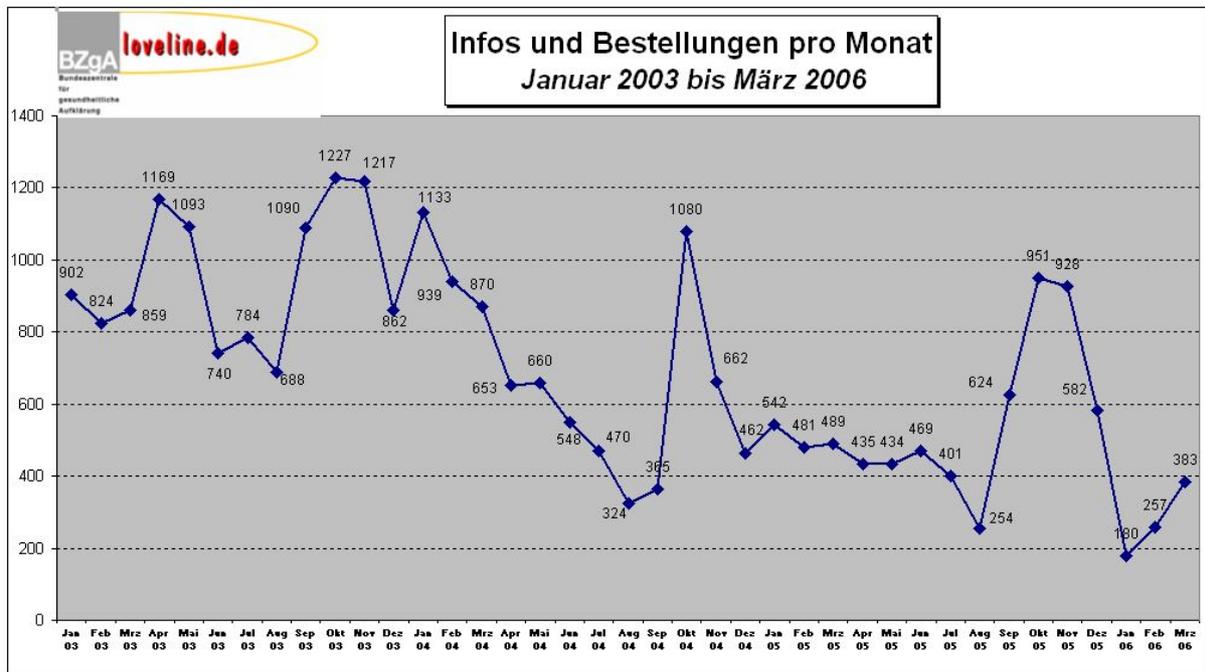
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.16: Verteilung der Gewinnspiele



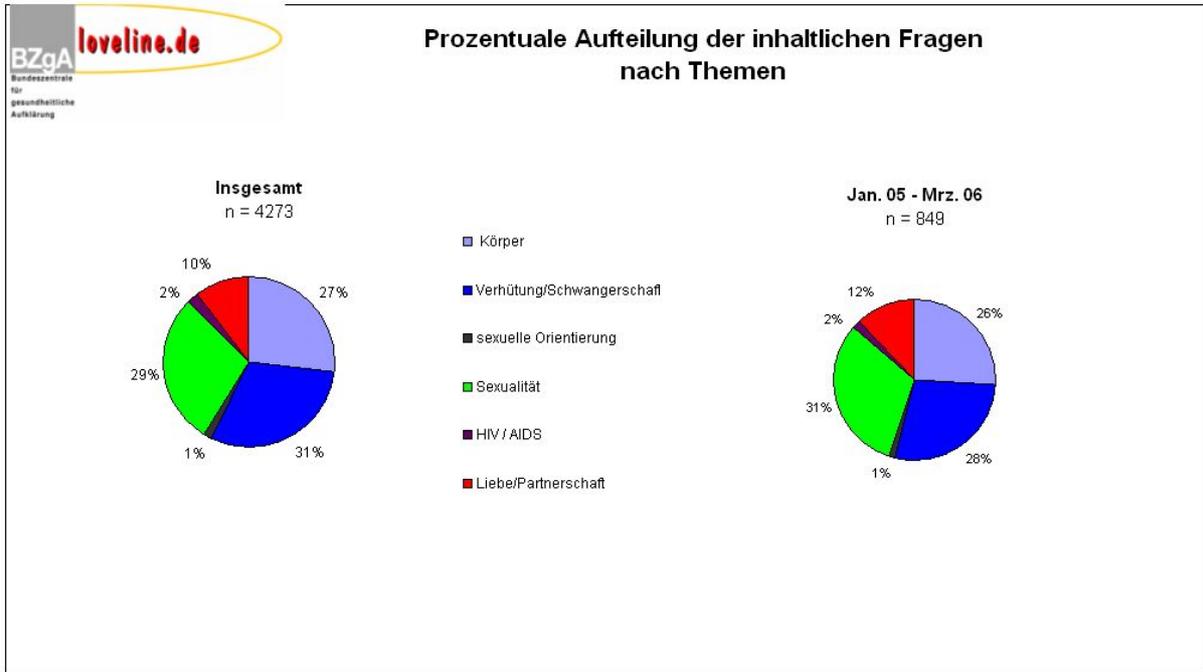
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.17: Verteilung der Bestellungen



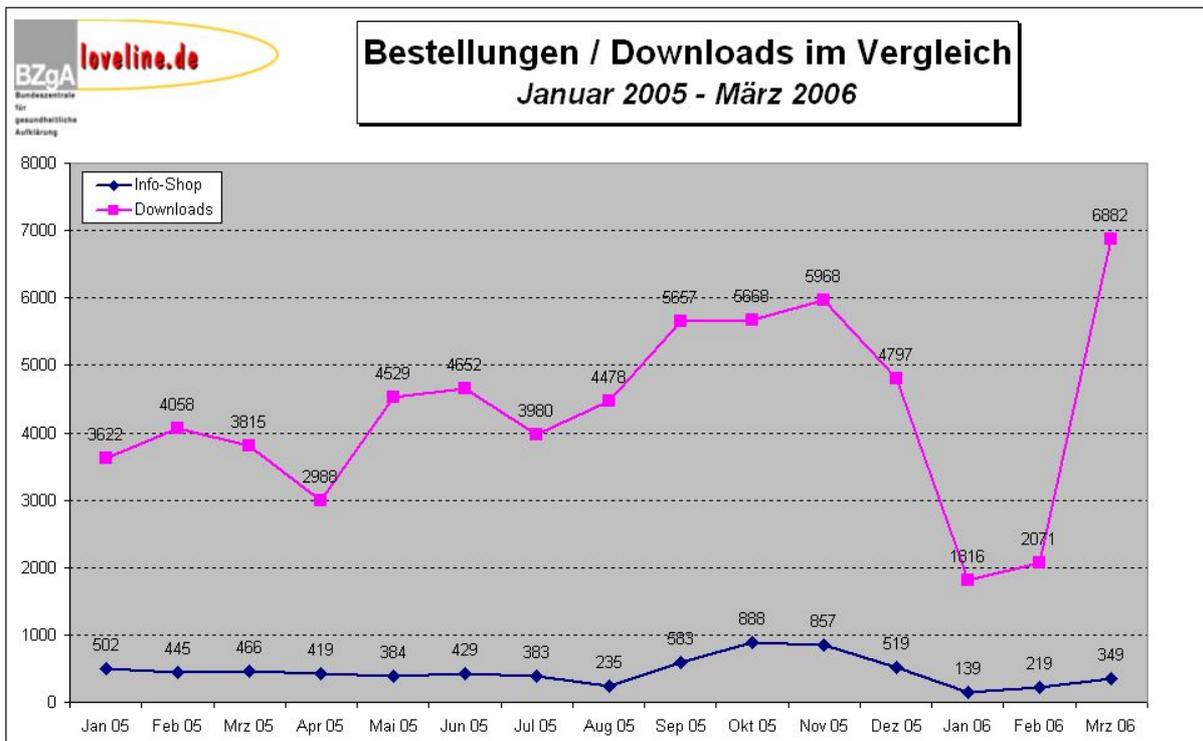
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.18: Verteilung der Fragen



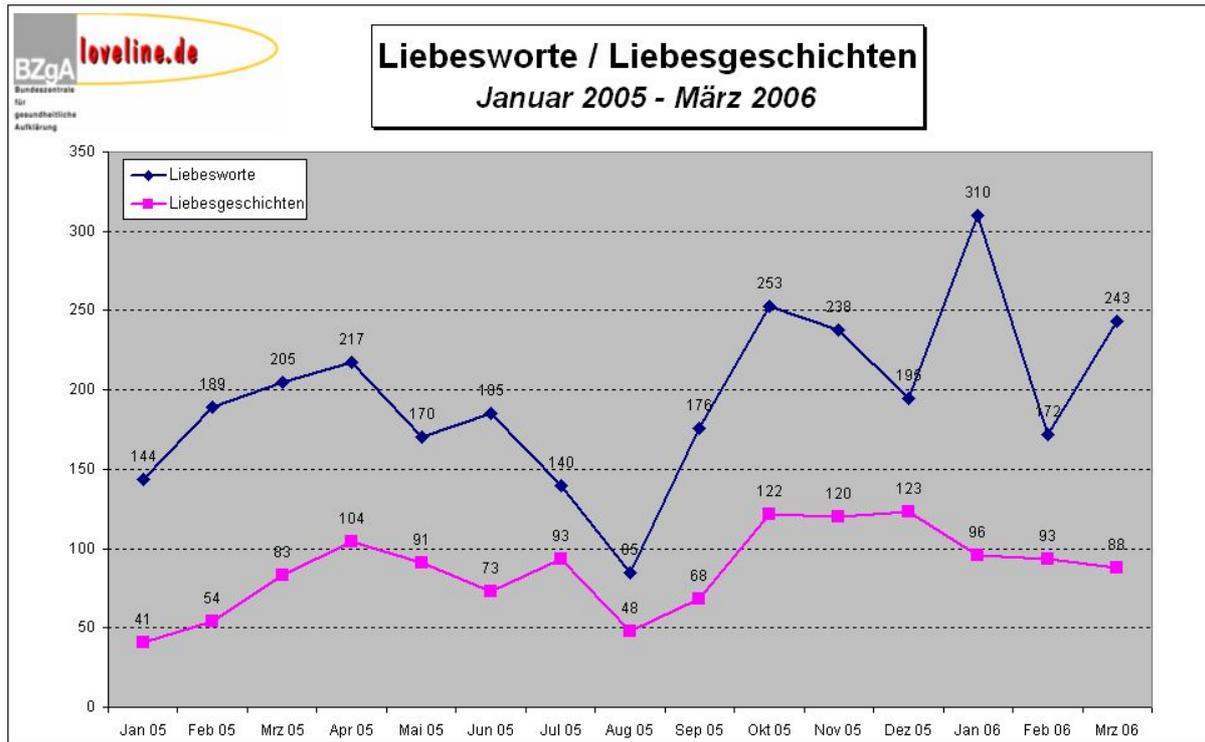
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.19: Verteilung von Downloads und Bestellungen



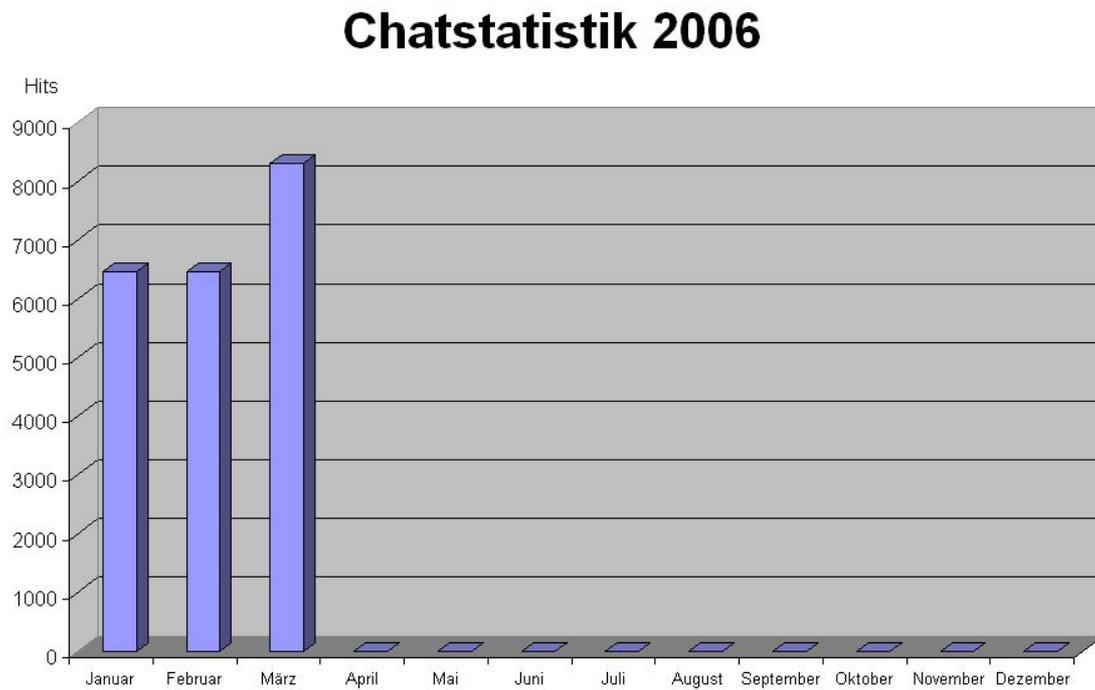
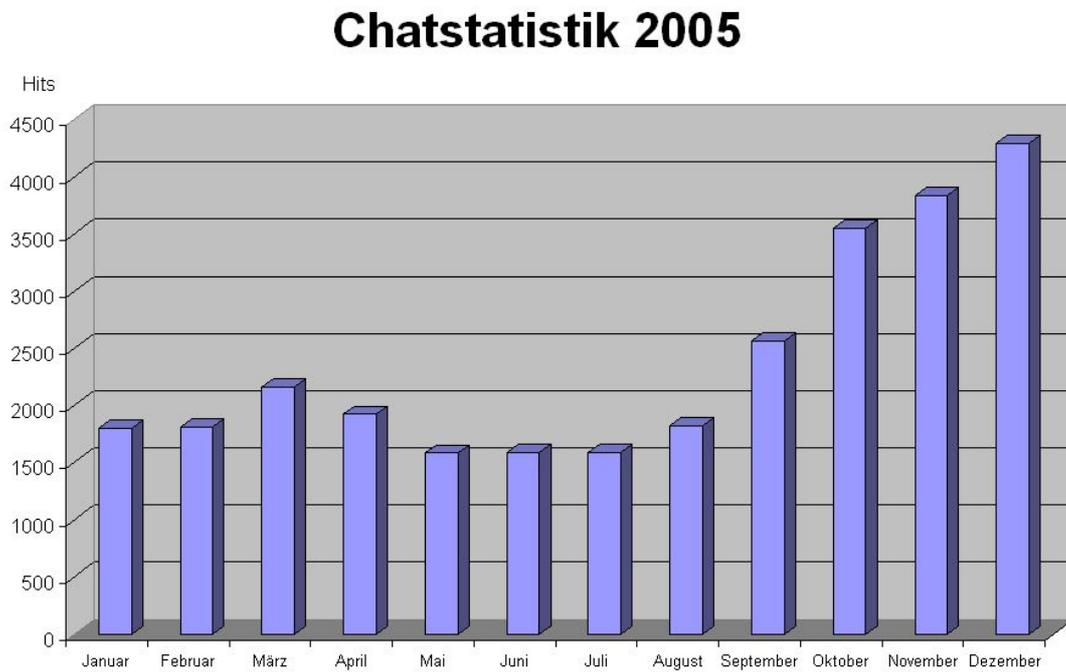
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.20: Verteilung der inhaltlichen Aussagen von Jugendlichen



Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4.21: Verteilung der Chatzugriffe



Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 4.1 Individuelle Fragen an Loveline: 2004

1.Weiblicher Körper	105	90W	15M
Aussehen, Körper (Gewicht), Pickel, Rasur, Pubertät	20	17W	3M
Vagina, Schamlippen	14	11W	3M
Jungfernhäutchen	6	5W	1M
Brust	17	13W	4M
Regel, Tampon, Binden,...	40	36W	4M
Frauenarzt	8	8W	0M
2.Männlicher Körper	88	11W	77M
Aussehen, Körperbau, Behaarung	7	2W	5M
Penis, Hoden, Pubertät	72	7W	65M
Samenerguss, Sperma	9	2W	7M
3.Beziehung	69	51W	18M
Beziehungsbeginn	28	19W	9M
Beziehungsprobleme	21	9W	2M
Beziehungsende, unerwiderte Liebe	12	9W	3M
Beziehung Eltern	4	3W	1M
Rechtliches, Altersunterschied, Jugendschutz, Schulregeln	2	0W	2M
Beratungsstellen, Depressionen, Sucht	2	1W	1M
4.HIV/Aids	20	4W	16M
5.Sexuelle Orientierung	13	6W	7M
6.Schwangerschaft/Verhütung	234	175W	59M
Wie und wann wird man schwanger?			
Petting, Sperma überleben, Hymen,(un)fruchtbare Tage	49	36W	13M
Angst vor Schwangerschaft			
Schwangerschaftstest, Schwangerschaftszeichen	31	22W	9M
Kinderwunsch, Sex während Schwangerschaft	4	2W	2M
Abtreibung	3	3W	0M
Kondome	24	10W	14M
Pille	68	59W	9M
Andere Verhütungsmittel	10	9W	1M
Richtige Verhütungsmethode, allg. Fragen zur Verhütung	5	1W	4M
Verhütungspanne, keine Verhütung, „Pille danach“	40	33W	7M
7.Sexualität	217	127W	90M
Erstes Mal	52	35W	17M
Gesetz	12	7W	5M
Sexuelle Praktiken,			
Oral/Anal/Pornographie	26	14W	12M
Erregung, Orgasmus,			
Probleme Sexualleben	52	23W	29M
Geschlechtsverkehr: Probleme , Schmerzen, Blutungen, Vergewaltigung	40	28W	12M
Selbstbefriedigung	27	14W	13M
Küssen	5	4W	1M
Petting	3	2W	1M

noch: Tabelle 4.1

2005

1.Weiblicher Körper	90	85W	5M
Aussehen, Körper (Gewicht), Pickel, Rasur, Pubertät	11	9W	2M
Vagina, Schamlippen	15	14W	1M
Jungfernhäutchen	12	12W	0M
Brust	9	8W	1M
Regel, Tampon, Binden	32	31W	1M
Frauenarzt	11	11W	0M
2.Männlicher Körper	82	12W	70M
Aussehen, Körperbau, Behaarung, ...	13	3W	10M
Penis, Hoden, Pubertät	50	5W	45M
Samenerguss, Sperma	19	4W	15M
3.Beziehung	77	59W	18M
Beziehungsbeginn	39	30W	9M
Beziehungsprobleme	18	13W	5M
Beziehungsende, unerwiderte Liebe	8	6W	2M
Beziehung Eltern	4	4W	0M
Rechtliches, Altersunterschied, Jugendschutz, Schulregeln	6	5W	1M
Beratungsstellen, Depressionen, Sucht,..	2	1W	1M
4.HIV/Aids	13	4W	9M
5.Sexuelle Orientierung	8	4W	4M
6.Schwangerschaft/Verhütung	194	144W	50M
Wie und wann wird man schwanger?, Petting, Sperma überleben, Hymen, (un)fruchtbare Tage	33	22W	11M
Angst vor Schwangerschaft, Schwangerschaftstest, Schwangerschaftszeichen	29	27W	2M
Kinderwunsch, Sex während Schwangerschaft	1	1W	0M
Abtreibung	7	6W	1M
Kondome	24	10W	14M
Pille	59	50W	9M
Andere Verhütungsmittel	8	8W	0M
Richtige Verhütungsmethode			
allg. Fragen zur Verhütung	14	7W	7M
Verhütungsplanne, keine Verhütung, „Pille danach“	19	13W	6M
7.Sexualität	217	124W	93M
Erstes Mal	47	33W	14M
Gesetz	13	6W	7M
Sexuelle Praktiken, Oral/Anal/Pornographie	27	16W	11M
Erregung, Orgasmus			
Probleme Sexualleben	51	22W	29M
Geschlechtsverkehr: Probleme, Schmerzen, Blutungen	24	15W	9M
Selbstbefriedigung	29	15W	14M
Küssen	7	6W	1M
Petting	18	10W	8M
Sexuelle Gewalt	1	1W	0M