

## Evaluation der Broschüre

”...NANU?”

- Von Liebe, Sex und Freundschaft -

— Kurzfassung —

140029A

**Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung**



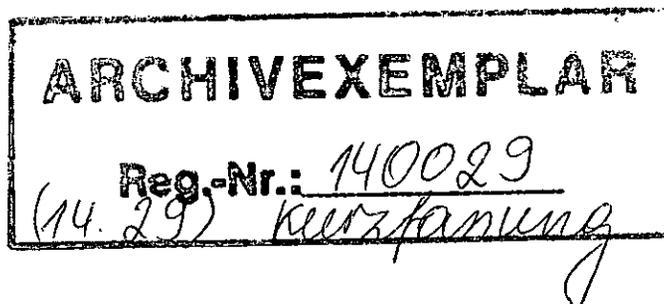
140029

Evaluation  
der  
Broschüre

"...NANU?"

Von Liebe, Sex und Freundschaft

- Kurzfassung -



Köln, im April 1990

Institut für Markt- und Kommunikationsforschung  
Geschäftsführung: Lilli Cremer-Altgeld · Dr. Helga Albersmeyer-Bingen  
Marienburger Str. 53 · 5000 Köln 51 (Marienburg) · Telefon 02 21/38 01 66-67 · Telefax 02 21/38 01 68  
Bank: Stadtparkasse Köln (BLZ 370 501 98) · Konto-Nr. 11 402 104

## KURZFASSUNG DER WICHTIGSTEN ERGEBNISSE

### 0. Methodische Vorbemerkung

Im Auftrag der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) führte das Institut Neue Marktforschung KG eine Evaluation der Broschüre "NANU?... von Liebe, Sex und Freundschaft" bei Adressaten und endadressatennahen Multiplikatoren im gesamten Bundesgebiet durch. 150 (männliche/weibliche) Jugendliche im Alter von 14 bis 16 Jahren und 50 Multiplikatoren der außerschulischen Jugendarbeit (staatliche, kommunale, konfessionelle und freie Träger) konnten in einem mehrstufig angelegten, qualitativen Befragungs- und Testverfahren ihre spontanen Empfindungen, ihre parallel zur Lektüre gewonnenen Eindrücke, Fragen und Meinungen und ihre mit zeitlichem Abstand gebildeten Urteile über "NANU?" dokumentieren (Vgl. Testaufbau im Anhang). Hierdurch wurde die Überprüfbarkeit der Konsistenz von Meinungen in Zusammenhang mit einer der tatsächlichen Lesesituation relativ nahekommenden Testsituation möglich.

Die Stichprobe berücksichtigte darüber hinaus regionale Gefälle und den Unterschied von Stadt und Land. Alle befragten Multiplikatoren sind in ihrer Jugendarbeit häufiger mit Problemen konfrontiert, die Jugendliche mit "Liebe, Sex und Freundschaft" haben.

### 1. Cover und Titel

Rotierend getestet wurden zwei Cover-Versionen: Schwarz und Rosa. Eindeutig besser kam hierbei die schwarze Cover-Version an, die bei konkreter Präferenzermittlung von knapp 65% der Jugendlichen und 60% der Multiplikatoren der rosa Version vorgezogen wurde. Sie wurde als moderner, pfiffiger und interessanter als das rosa Cover empfunden. Schwarz bevorzugten männliche Jugendliche und Multiplikatoren häufiger als weibliche.

Der Titel löst bei vielen Jugendlichen Assoziationen und Reaktionen im Bereich situationsunabhängiger Erwartungsdimensionen aus: Er symbolisiert Überraschung, Erstaunen, Verwunderung, Fragen und verweist auf ein Ereignis in naher Zukunft. Er macht neugierig, weckt Interesse und ist ungewöhnlich. Seltener wird er dementsprechend direkt mit den Themen "Liebe, Sex und Freundschaft" in Zusammenhang gebracht. Der Vorzug dieses wenig definitorischen Titels - Neugierde, Interesse auf etwas Unbestimmtes zu erwecken - schlägt bei anderen Jugendlichen ins Gegenteil um: Entweder assoziieren sie "nichts" mit "NANU?" (17,3%) oder sie halten ihn für zu wenig aussagekräftig und passend zum Thema (15,3%). - Diese semantische Lücke wird allerdings größtenteils vom Untertitel aufgefangen. Er wird von der Mehrheit gut gefunden, von einem Teil der Kritiker: "besser als 'NANU?'". Der Titel "NANU?" ist also ein "Experiment", das bei vielen, aber nicht bei allen gelingt.

## 2. Gestalterische Elemente und Lesereiz (erste Eindrücke)

Die meisten Jugendlichen können sich nach erstem Blättern rasch für die Broschüre erwärmen: 63,3% reizt sie zum Lesen, 21,3% sind ambivalent und 12% fühlen sich weniger angesprochen. Besonders ausgeprägt ist der Lesereiz bei Mädchen und bei 14-jährigen.

Die unkonventionelle Art des Inhaltsverzeichnisses gefällt knapp 80% aller 14-16-jährigen (und 64% der Multiplikatoren) gut oder sehr gut.

Auf den ersten Blick kristallisieren sich geschlechtsspezifische Wahrnehmungs- und Interessenschwerpunkte heraus: Während die Mädchen sich besonders für die eher gefühlsbetonten Kapitel "Über Liebe reden", "Kennenlernen", "Liebe" und für Sicherheitsaspekte ("Sexualität und Safer Sex") interessieren, stoßen "Tips" und "Kondome" vor allem bei Jungen auf Neugierde. Das Kapitel "Was Du über Aids wissen solltest" übt auf 44% der Jungen und knapp 39% der Mädchen einen unmittelbaren Lesereiz aus.

Aufgrund dieser ersten Eindrücke wurden der Broschüre "NANU?" von seiten der Jugendlichen am häufigsten die Eigenschaften informativ (54%), aufklärend (52%), interessant (48%) und jung (39,3%) zugeschrieben. "Informativ" (50%), "aufklärend" (50%) und "jung" (54%) - dies vermuteten auch die Multiplikatoren.

Der Begriff "Safer Sex" ist nach eigenen Angaben nur bei 72% aller Jugendlichen bekannt. "Legende" wird nur von 63,3% der Jugendlichen direkt verstanden. In beiden Fällen ist das Wissen bildungsspezifisch verteilt und steigt nahezu linear von Haupt- über Realschülern zu Gymnasiasten. Die Legende als solche wird jedoch von gut 87% der Jugendlichen als nützliche Orientierungshilfe gesehen.

"Safer Sex" ist den meisten Multiplikatoren geläufig, wird aber von einigen weniger im Gespräch mit Jugendlichen, sondern eher im Kollegenkreis benutzt.

## 3. Broschürenkonzept

Das Broschürenkonzept als solches, d.h. sachbezogene Aidsaufklärung im Rahmen einer Foto-Story zu vermitteln, findet bei 76% der befragten Jugendlichen Anklang. Angetan hiervon sind besonders Realschüler. Über dem Durchschnitt liegt die Akzeptanz auch bei den Mädchen (84%), die Jungen sind kritischer (68%).

Die Multiplikatoren sind insgesamt etwas distanzierter als die jungen Leute, also auch in dieser Frage: dennoch befürworten 62% das Broschürenkonzept und das, obwohl einige solche Foto-Stories mit Sachinformationen persönlich nicht mögen, aber dies für einen guten Weg halten, die Jugendlichen überhaupt für die Thematik zu öffnen. Sie argumentie-

ren hierbei aus der Arbeitserfahrung: Nur 26% der Multiplikatoren meinten, Jugendliche diesen Alters hätten im Umgang mit dem Thema "Aids" keine Schwierigkeiten. Gut 68% berichten von Ängsten, Hemmschwellen, ablehnenden Haltungen, zumal die Jugendlichen zeitweise (Schule, Medien etc.) mit der Problematik überschüttet wurden. Von daher halten sie eine Kombination von Fotogesichte - bei jungen Leuten sehr beliebt - und Sachinformation für sinnvoll.

Dies spiegelt sich in den Begründungen der Jugendlichen wider: Ihnen gefällt die Aufklärungsbroschüre primär deshalb, weil sie anschaulich (Bilder) ist, man sich gut in Personen und Situationen hineinversetzen kann (16,7%) und weil die Inhalte dadurch leichter verständlich und deutlicher werden (13,3%). Der Erlebniswert ist hierbei wichtig: die Broschüre ist originell und nicht so langweilig (12%), weckt Interesse und wird deshalb gelesen (7,3%) - macht einfach Spaß (4%).

Allerdings halten nur 54% der Jugendlichen die Kombination von Sachinformationen und Foto-Story in "NANU?" für gelungen. Hauptschüler (45,5%) äußerten sich zurückhaltender als Realschüler (51,3%) und Gymnasiasten (59,1%). Es ist zu vermuten, daß gerade Hauptschülern die doppelte Konstruktion "Klischees, Rollenspiel/Film über Anmachtips" und die kritische Aufarbeitung solcher Rollen und Klischees in den Texten nicht deutlich genug geworden ist. An den Texten liegt es nicht: sie stießen auf sehr positive Resonanz (Vgl. Punkt 5). Unter den Multiplikatoren fanden nur 46% die Kombination von Sachinformation und Fotogesichte gelungen.

#### 4. Fotogesichte

Die Fotogesichte kommt bei 67,3% der Jugendlichen gut oder sehr gut an. Geteilter Meinung sind knapp 20%. Der Rest (11,4%) äußert sich etwas (10,7%), nur wenige sehr negativ (0,7%). Sie wird am besten von weiblichen und jungen (14-jährigen) Befragten beurteilt.

Zwei Drittel empfinden die agierenden Personen durchaus als realistisch - 70,7% der Mädchen gegenüber 62,7% der Jungen meinen, solche oder ähnliche Personen von ihrem Bekanntenkreis her zu kennen.

Nur selten treten Probleme bei der Darstellung der Beziehungs- und Gefühlsverquickungen auf: Für 91,3% der Jugendlichen sind die Beziehungsstrukturen der Personen untereinander deutlich.

Der Sprachcode ist insgesamt 73,3% vertraut, den Mädchen (78,7%) mehr als den Jungen (68%). Er trifft offenkundig stärker den Jargon von 14-jährigen als von älteren Jugendlichen. Allerdings treten auch hier leichte bildungsspezifische Differenzen auf: Hauptschüler (42,4%) und Gymnasiasten (31,8%) distanzieren sich häufiger als Realschüler (20,5%).

Die Kritik der Multiplikatoren ist detailreich und vor allem auf einzelne Darsteller und Beziehungsstrukturen konzentriert. Moniert wird diesbezüglich, daß Stereotypen/Klischees einerseits und Aufklärungsbotschaft in den Texten andererseits (bzw. die Ebenen Witz/ Ernst) für manche Jugendliche nicht klar genug werden könnten. Abhilfe schaffen könnten hier allerdings Korrekturen in Einzelheiten und eine noch stärkere Verdeutlichung der doppelten Konstruktion (Geschichte).

#### 5. Texte und Leseverhalten

Die Texte stoßen allgemein auf positive Resonanz. Die inhaltlichen Aussagen stimmen in hohem Maße (Werte von teilweise über 90% Zustimmung) mit den eigenen Gefühlen und Ansichten der Jugendlichen überein. Sehr deutlich ist auch das Votum dafür, daß Texte wie z.B. "Kennenlernen", "Liebe" oder "Kondome" in eine solche Broschüre gehören. Darüber, ob ein Text wie "Anders sein" an der richtigen Stelle steht, gehen die Meinungen auseinander.

Die Analyse der nach Wichtigkeitskriterien markierten Textpassagen belegt klare Interessensprioritäten, die teilweise auch geschlechtsspezifisch verteilt sind. Grundsätzlich werden informativ-aufklärende Textpassagen und solche, die versuchen, die Gefühlswelt von Jugendlichen zu beschreiben als besonders wichtig empfunden. Kommentare zur Geschichte, ausschmückende oder weniger sachbezogene Aussagen werden als nicht so wichtig beurteilt.

Am Beispiel des Umgangs mit zwei Texten \*1) lassen sich folgende typische Formen des Leseverhaltens feststellen: Die Texte wurden von mehr als der Hälfte der Jugendlichen direkt im Verlauf der Fotogeschichte gelesen. Rund 21% lasen sie später, d.h., wenn eine Szene abgeschlossen war. Etwa 28% haben die Texte im jeweiligen Kapitel nicht gelesen.

#### 6. Aids und Safer Sex

Die Wichtigkeit der Thematik "Aids" in der Broschüre wird von 76,6% aller Jugendlichen hervorgehoben, überdurchschnittlich oft von 14jährigen (86%). Mehrheitlich sind die 14-16jährigen der Meinung, die Problematik sei verständlich (94%), aufklärend (92,7%), genügend ausführlich (89,3%) und innerhalb der Geschichte zentral (77,3%) behandelt worden.

---

\*1) "Kennenlernen" und "Liebe"

80,7% halten Art und Menge der Informationen für gerade richtig, 10% hätten sich mehr und 8,7% lieber weniger Informationen gewünscht. Der Informationsbedarf ist bei den 14-jährigen (16%) stärker ausgeprägt als bei den älteren Jugendlichen.

Dieses Urteil wiederholt sich mit kleinen Differenzen auch bei den Multiplikatoren: Aids ist ihrer Meinung nach verständlich (94%), aufklärend (90%), genügend ausführlich (80%) und zentral (70%) abgehandelt worden.

Mit zunehmendem Alter stehen die Jugendlichen konkreten Empfehlungen wie sie in "NANU?" zu Safer Sex und Aids gegeben werden positiv gegenüber: die Akzeptanz steigt von 66% bei den 14-jährigen über 74% auf 78% bei den 16-jährigen. Mädchen (77,3%) sind offener als Jungen (68%). Variable Akzeptanz läßt sich auch in Zusammenhang mit "Bildung" feststellen: Gymnasiasten (84,1%) stehen solchen Empfehlungen positiver gegenüber als Hauptschüler (51,5%).

#### 7. Gefallen und Funktion der Broschüre (Schlußbewertung)

"NANU?" wird von insgesamt 71,4% aller Jugendlichen mit sehr gut oder gut benotet (Schulnotenskala). Ausreichend (5,3%), mangelhaft (2%) oder gar ungenügend (0,7%) sagten insgesamt nur 8% unserer Adressatengruppe.

Für die Mehrheit haben sich die zu Beginn der Befragung geäußerten Erwartungen gegenüber der Broschüre erfüllt. Die vermuteten Eigenschaften wurden zum Teil mehr als bestätigt: informativ (72%), aufklärend (67,3%), interessant (50,7%). Von 48,7% wird "NANU?" primär als Informationsquelle betrachtet, vergleichsweise selten als Unterhaltungslektüre (13,3%).

81,3% der 14-16-jährigen meinen, auch die Eltern würden diese Aufklärungsbroschüre eher gut finden. 83,3% würden sie weiterempfehlen und knapp drei Viertel würden sie gerne behalten.

Die Gesamtresonanz auf die Broschüre ist ausgesprochen positiv, wenn auch mit Detailkritik und Verbesserungsvorschlägen an der vorliegenden Form nicht gespart wurde.

Den Multiplikatoren gefällt die Broschüre insgesamt weniger gut als den Jugendlichen: 48% urteilen gut bzw. sehr gut, 32% halten sie für befriedigend und 16% für ausreichend. Im unteren Skalenbereich äußern sich insgesamt 4%. Funktionen der Broschüre aus ihrer Sicht sind Informationsquelle und Orientierungshilfe (jeweils 42%).

74% könnten es sich grundsätzlich oder unter bestimmten Bedingungen vorstellen, mit "NANU?" zu arbeiten. Nur 34% hätten aus verschiedenen Gründen kein Bestellinteresse, weiterempfehlen wollen sie 86% der Multiplikatoren.

## 8. Kondombeilage

76% der 14-16-jährigen würden ein in der Broschüre enthaltenes Kondom als Übungs- und Testexemplar sehr gut oder gut finden. 13,3% sind geteilter und 10,6% ablehnender Meinung. Die Zustimmung wächst allerdings mit zunehmendem Alter.

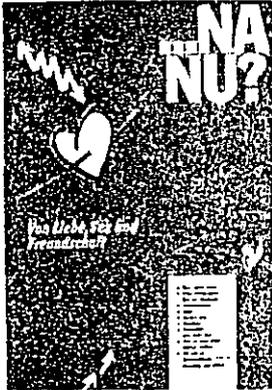
Auch unter den Multiplikatoren hält eine Mehrheit von 76% die Idee einer Kondombeilage für gut. Ablehnend äußern sich 18%, ambivalent urteilen 4%.

ANHANG

DER TESTAUFBAU IM ÜBERBLICK

A. 150 Jugendliche im Alter von 14 - 16 Jahren

1. Telefonisches Kontaktinterview: Interesse am Thema/Informationsverhalten
2. Persönliches Vorinterview: Erster Eindruck von den Broschüren



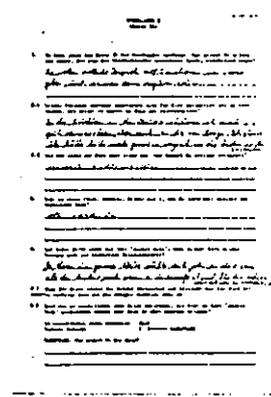
<----- ROTATION ----->  
 an 1. Stelle                      an 2. Stelle  
 "ENTSCHEIDUNG FÜR EIN LESEEXEMPLAR"



3. Lese- und Beurteilungsphase der Befragungsperson

LESEN/BEURTEILEN MIT TEXTMARKERN

AUSFÜLLEN DER CHECKLISTEN



BLAU = BESONDERS WICHTIG  
 ROSA = WENIGER WICHTIG

4. Persönliches Nachinterview

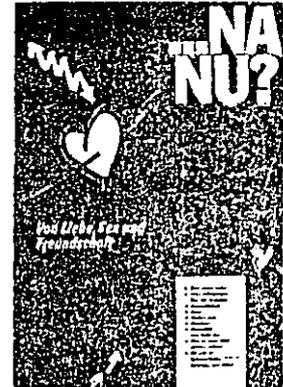
5. EXTRA-Test

Vorlage einer mit einem Kondom präparierten Broschüre; Ermittlung der Akzeptanz einer Kondombeilage



B. 50 Multiplikatoren

1. Telefonisches Kontaktinterview: Bedeutung der Themen in der eigenen Arbeit
2. Persönliches Vorinterview: Erster Eindruck von den Broschüren/ Entscheidung für ein Leseexemplar/ Erfahrungen in der Jugendarbeit mit "Liebe, Sex und Freundschaft"



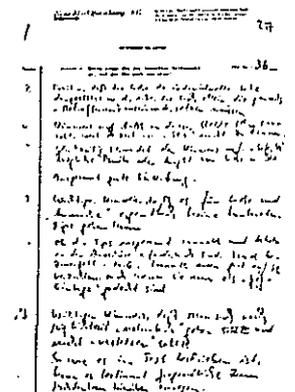
←----- ROTATION ----->  
 an 1. Stelle                      an 2. Stelle

"ENTSCHEIDUNG FÜR EIN LESEEXEMPLAR"

3. Lesephase der Befragungsperson

MARKIERUNG DESSEN, WAS BESONDERS GUT GEFÄLLT

AUSFÜLLEN DER BEMERKUNGSBLÄTTER



ROSA = BESONDERS GUT GEFÄLLT

4. Persönliches Nachinterview

5. EXTRA-FRAGE

Unabhängig von der getesteten Broschüre: Grundsätzliche Akzeptanz einer Kondombeilage in einer Aufklärungsbroschüre