

1 BEFRAGUNG 2008 MIT DEM TIP-INFO-TEAM

Um den Umzug der Jugendinformation tip möglichst optimal vorzubereiten, stellte sich der Forschungsauftrag mit der Frage: „Wie sich Jugendliche eine optimale/ attraktive Jugendinformation vorstellen und welche (neuen) Themenbereiche die Augsburger Jugend interessiert.

Das tip-Info-Team führte dazu am Samstag, 26.01.2008 eine Ad-hoc-Stichprobe in der Innenstadt Augsburgs (Moritzplatz, Fußgängerzone, Königsplatz, Bahnhof) durch. Die ca. acht freiwilligen Helfer des tip-Info-Teams befragten 123 Jugendliche im Alter von zwölf bis 21 Jahren. Zusätzlich wurde eine Fragebogenaktion exemplarisch an vier verschiedenen siebten Klassen an einer Haupt-, Förder-, Realschule und einem Gymnasium in der Stadtmitte im Februar 2008 organisiert, um die Themen und Bedürfnisse dieser Zielgruppe zu eruieren.

ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Die Befragung von 226 Jugendlichen im Alter von 11 bis 21 Jahren im Zeitraum Januar bis Februar 2008 führte zu folgenden Ergebnissen:

- **LEISTUNGSMERKMAL: Kompetentes Fachpersonal am wichtigsten**

Eine attraktive Jugendinformation muss sich vor allem durch kompetentes Fachpersonal auszeichnen. Nur so kann auch der zweitwichtigsten Forderung Folge geleistet werden, dass die Informationen jugendgerecht (kurz, klar, verständlich, im Jugendstil) aufbereitet und verteilt werden. Nicht nur das Personal muss die Jugendlichen ansprechen, sondern auch die Räumlichkeiten müssen offen und ansprechend sein. Für 81 Prozent der Befragten gehört dazu auch ein Internetzugang innerhalb der Jugendinformation. Rückzugsmöglichkeiten für Beratungsgespräche wird von der überwiegenden Mehrheit ebenso gewünscht und als hilfreich erachtet.

- **INFORMATIONSSUCHE & –GEWINNUNG: Bevorzugt wird das Internet**

Wie die Umfrageergebnisse zeigen, bevorzugen die meisten Befragten das Internet (49 %) als Medium zur Informationssuche und –gewinnung. Die Mehrfachantwort zeigt jedoch, dass für einen vollwertigen Service das mündliche persönliche Gespräch (34 %) wertvoll ist. Themenbezogene Informationsflyer (32 Prozent) unterstützen und fördern zusätzlich die Informationsgewinnung.

- **IM BERATUNGSFALL: Der persönliche Kontakt ist sehr wichtig**

Die Kontaktaufnahme bei Informations- bzw. Beratungsbedarf bevorzugen die Befragten persönlich im Büro der Jugendinformation oder persönlich telefonisch. Erst an dritter Stelle kommt danach die schriftliche Beratung per E-Mail oder über die Homepage. Als weitere Möglichkeit wurde eine online Chatberatung angeregt.

- **INTERESSANTESTE THEMEN: Inhalte aus der „direkten Lebenswelt“**

Betrachtet man die Priorität der Antworten wird deutlich, dass besonders Themen für Jugendliche interessant sind, die sie unmittelbar selbst betreffen. Dazu gehören Schule / Studium, Freizeitgestaltung, Gesundheit, Drogen, die persönliche Zukunft sowie Liebe und Sexualität. Eine attraktive Jugendinformation muss vor allem über diese Inhalte Materialien und Informationen bereitstellen. Nachrangig – dennoch nicht unwichtig, sind Themen wie Globalisierung, Umweltschutz und generationsübergreifendes, persönliches Engagement. Als weitere genannte Themen wurden besonders Sport, persönliche Entwicklung, Beratung bei Problemen, Musik und Tanz sowie Informationen über Medien genannt.

- **BEKANNTHEITSGRAD: Jeder Fünfte kennt das „tip-Jugendinfo & Service“**

Von den befragten Jugendlichen kennt jeder Fünfte die Jugendinformation des Stadtjugendrings Augsburg und dessen Informationsangebot. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Klassenzimmerbefragung im Bewusstsein durchgeführt wurde, dass für diese Altersgruppe der unter 15jährigen kein gesondertes Angebot besteht. Dieses soll ausgebaut werden.

- **FEEDBACK: Positive Rückmeldungen von allen Beteiligten**

Sowohl die Befragten als auch die Mitwirkenden des tip-Info-Teams bewerteten die Fragebogenaktion als Erfolg. Da einige die Jugendinfo nicht kannten, war der Nebeneffekt, dass die Befragung als ausgezeichnete Werbemaßnahme wahrgenommen wurde.

Konsequenzen

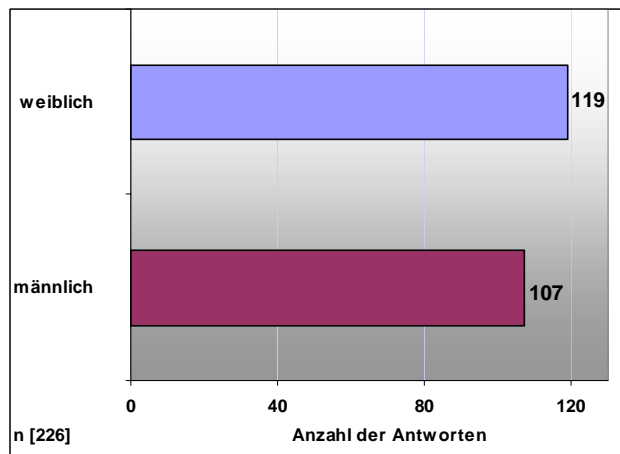
In den folgenden Jahren könnte man das Instrument der Nichtkundenbefragung nutzen und zusätzlich abfragen, welche Angebote der Zielgruppe von Nutzen sind und welche Potentiale ausgebaut werden müssten, um das Angebot optimal zu nutzen. Die Untersuchung ist im Wesentlichen als Vorlaufphase zu einer umfangreicher angelegten Studie zu betrachten. Mithilfe der Daten sollen die Angebote für junge Menschen durch das „tip-Jugendinfo & Service“ erweitert und verbessert werden. Weitere Konsequenzen werden in der Diplomarbeit „Zukunftsmodell Jugendinformation – Erfolgsbausteine für ein handlungsorientiertes Konzept – Dargestellt am Beispiel der Jugendinformation tip-Jugendinfo & Service des Stadtjugendrings Augsburg“ Anfang November 2008 veröffentlicht.

Johanna Birkle (Diplomandin)

(tip-Jugendinfo & Service)

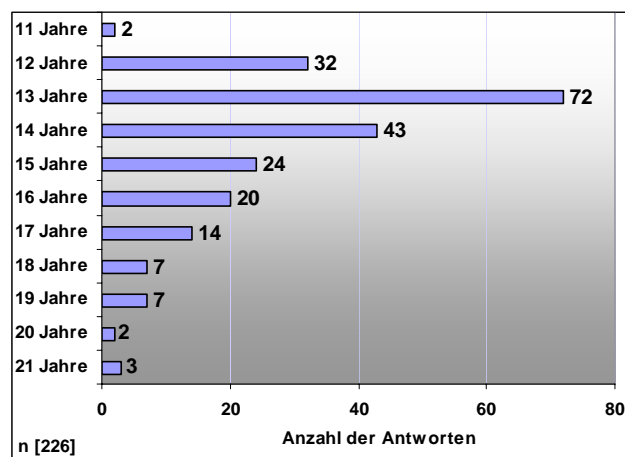
2 DETAILERGEBNISSE DER UMFRAGE

2.1 BASISDATEN DER UMFRAGE¹



Sowohl bei der Straßen- als auch der Klassenzimmerbefragung wurde auf eine gleichmäßige Aufteilung des Jungen- und Mädchenanteils geachtet. Die „Grundgesamtheit n“ umfasst insgesamt 226 Probanden (Davon 123 Teilnehmer bei der Straßenbefragung und 103 bei der Klassenzimmerbefragung). Enthaltungen werden in den Grafiken nicht gesondert aufgeführt. Die Werte werden mit einer Grundgesamtheit [n= 226] berechnet.

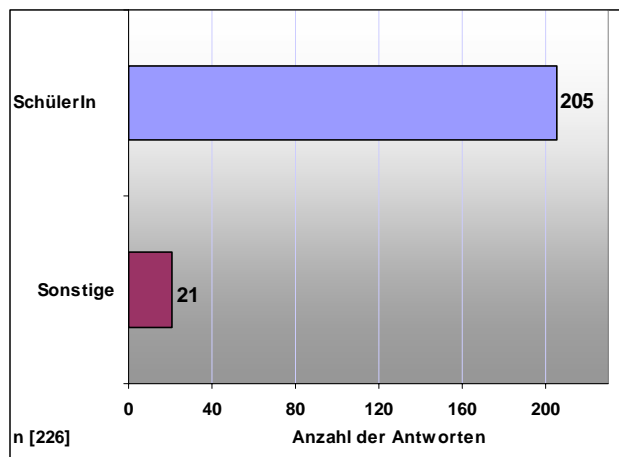
Abbildung 1: Geschlechtverteilung in der Umfrage



Die hohe Anzahl der elf bis 13- und 14-Jährigen ergibt sich aufgrund der Befragungen in den siebten Klassen. Der Mittelwert der Grundgesamtheit beträgt 14,3 Jahre.

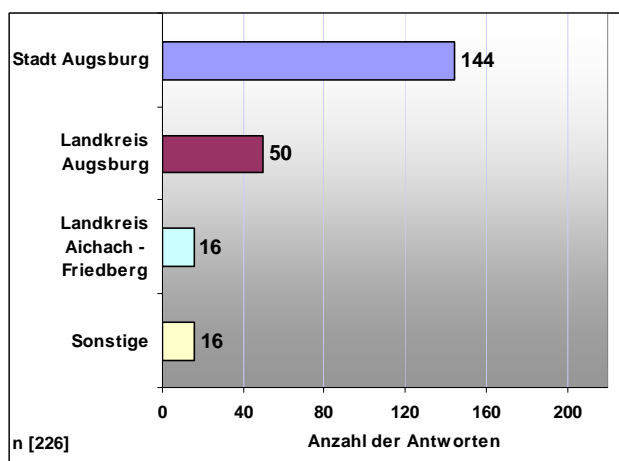
Abbildung 2: Altersverteilung in der Umfrage

¹ Die gesamte Grundausswertung befindet sich im Anhang.



Der Schüleranteil unter den Befragten liegt bei 90,7 Prozent. Unter „Sonstige“ sind Auszubildende, Studenten, Berufstätige, ein Praktikant sowie ein Jugendlicher, der das Freiwillige Soziale Jahr leistet, zusammengefasst. In der Klassenzimmerbefragung [n= 123] wurde jeweils eine siebte Klasse eines Gymnasiums, einer Real-, Haupt- und Förderschule befragt. Die Anzahl der Schüler innerhalb einer Klasse betrug durchschnittlich 25,8.

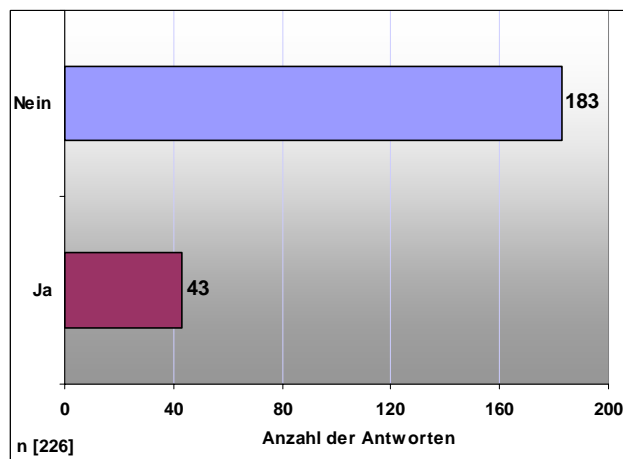
Abbildung 3: Beruf der Befragten



In Augsburg wohnen 64 Prozent der Befragten, das sind 144 Probanden aus der Umfrage. Der nächst größere Anteil entfällt auf den Landkreis Augsburg und den Landkreis Aichach-Friedberg.

Abbildung 4: Wohnort der Befragten

2.2 ZUR BEKANNTHEIT DER JUGENDINFO TIP



81 Prozent der Befragten (183) kennen die Jugendinformation tip in Augsburg nicht. Jeder Fünfte der Befragten kennt die Jugendinformation in Augsburg.

Abbildung 5: Bekanntheitsgrad Jugendinfo tip

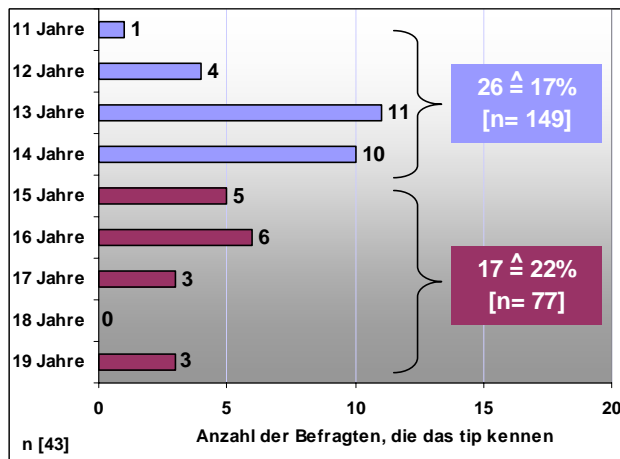


Abbildung 6: Alter der Befragten, die das tip kennen

Von den 43 Personen, die das tip kennen wird in der vorliegenden Grafik das Alter der Jugendlichen angezeigt. Bezieht man diese Zahlen auf das jeweilige Teilnehmeralter zeigt sich, dass in der Gruppe der 15 – 21jährigen [n= 77] mit 22 Prozent der Bekanntheitsgrad etwas höher ist als bei den elf bis 14jährigen [n= 149] mit 17 Prozent. Dies deckt sich mit den Erfahrungswerten aus dem Beratungsalltag.

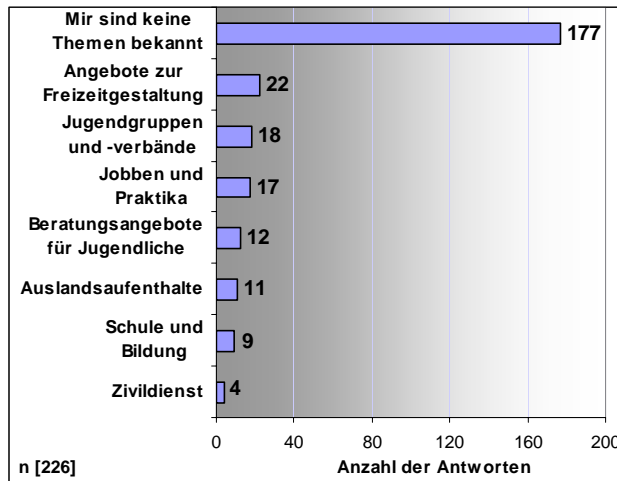


Abbildung 7: Bekannte Themen der Jugendinfo

Korrespondierend zu dem vorher genannten hohen Wert, ist bei der Frage nach den Detailthemen die meistgenannte Antwort: „Mir sind keine Themen bekannt“ (rund 80%).

Aus den anderen Antworten zeichneten sich in etwa gleichwertig: Angebote zur Freizeitgestaltung, Jugendgruppen und Verbände und Jobben und Praktika ab.

Die Klassenzimmerbefragung wurde in den siebten Klassen im Bewusstsein durchgeführt, dass speziell für diese Altersgruppe noch kein gesondertes Angebot besteht.

Aufgrund des überdurchschnittlichen Anteils der unter 15jährigen ist es nicht verwunderlich, dass diesem Klientel auch die Beratungsschwerpunkte Auslandsaufenthalt und Zivilberatung wenig bekannt sind. Diese Themen sind erst im späteren Alter ab 16 Jahren oder nach der Schullaufbahn interessant.

2.3 AKTUELLE THEMEN DER JUGEND

Die Aufstellung der Themeninhalte wurde aus dem 15. Shell-Jugendbericht 2006² mit dem Themenschwerpunkt „Jung und Alt“ abgeleitet. Die Abbildung zeigt die Interessen der Jugendlichen. Die Befragten hatten die Möglichkeit zu Mehrfachantworten.

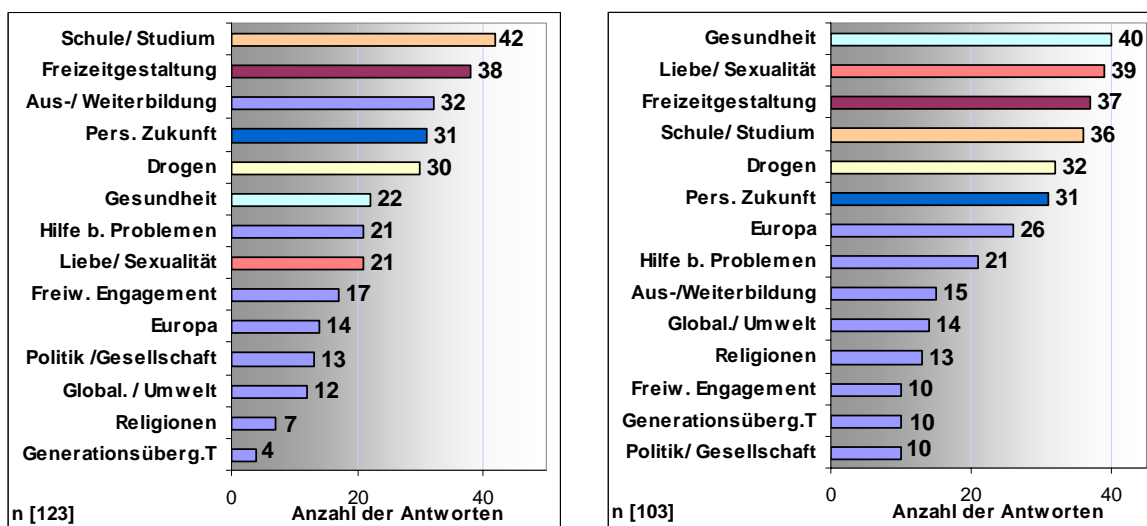


Abbildung 8: Interessante Themen (links) Straßen-/ (rechts) Klassenzimmerbefragung

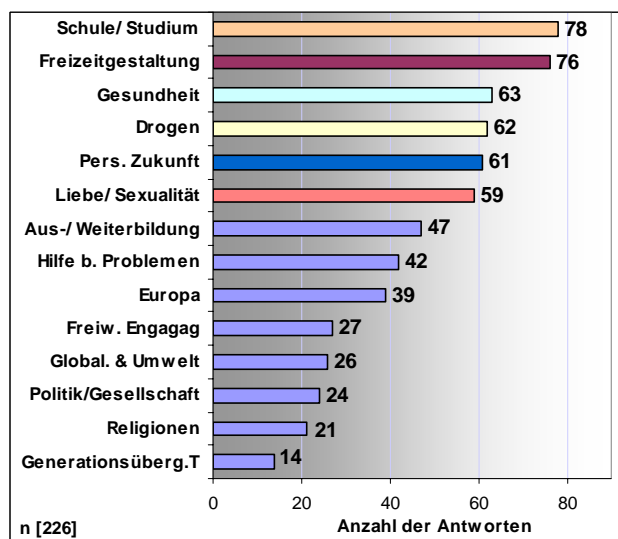


Abbildung 9: Interessante Themen der Befragten (gesamt)

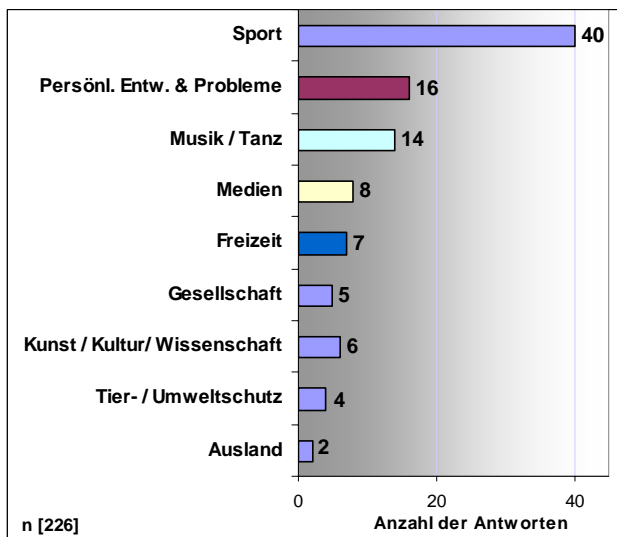
Im direkten Vergleich der Straßen- und Klassenzimmerbefragung fällt auf, dass die genannten Hauptinteressen beinahe identisch sind. Sogar die Gewichtung der einzelnen Themen zueinander ist sehr ähnlich. Die auftretenden Unterschiede lassen sich leicht mit dem unterschiedlichen Alter und der damit verbundenen Entwicklungsphase erklären.

So ist für die Schüler (13 bis 14 Jahre) das Thema „*Liebe und Sexualität*“ mit Rang zwei von großer Bedeutung, während es bei der Straßenbefragung erst im Mittelfeld auftaucht. Noch bedeutender ist für diese Schüler das Thema Gesundheit, was sich damit erklären lässt, dass sich die Schüler während der Pubertät aktiv mit der eigenen Rolle und dem eigenen Körper auseinandersetzen, um ihren

² SHELL, 15. Jugendstudie, <http://www.shell.com>, 14.11.2007.

Platz in der Gesellschaft zu finden. Lässt man diese altersbedingte „Besonderheit“ außen vor, so sind die Themen Schule/Studium sowie Freizeitgestaltung für alle am wichtigsten.

Für die Jugendinformation ist das konsolidierte Meinungsbild maßgeblich. Insgesamt wird ersichtlich, dass die Themen der direkten Lebenswelt (=persönlicher Bezug) als erstes genannt werden. Demzufolge nachrangig sind abstrakte Inhalte wie Globalisierung, Umweltschutz, Religion, Politik sowie generationsübergreifende Themen.



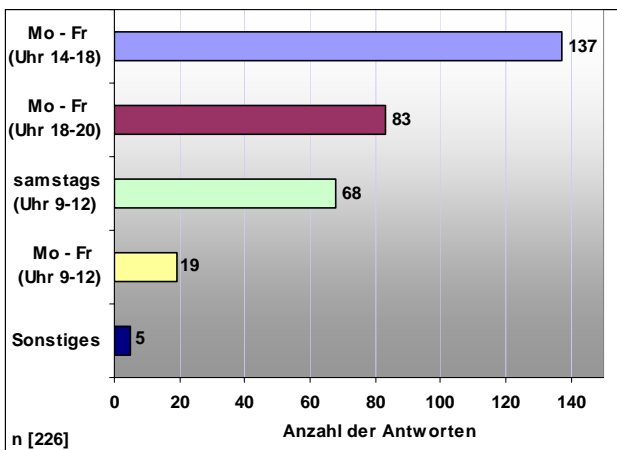
Die Antworten auf die Frage, welche weiteren Themen die Jugendlichen interessieren (offene Antwortmöglichkeit), wurden zu den hier abgebildeten Oberpunkten zusammengefasst.

Besonderes Augenmerk wird auf den Freizeitbereich wie Sport, Musik und Medien gesetzt. Hervorzuheben sind auch die Nennungen der durchschnittlich 15jährigen im Bereich „*Persönliche Entwicklung und Probleme*“.

Abbildung 10: Weitere Interessante Themen der Befragten

2.4 ZUR KONTAKTAUFNAHME UND PRODUKTWAHL

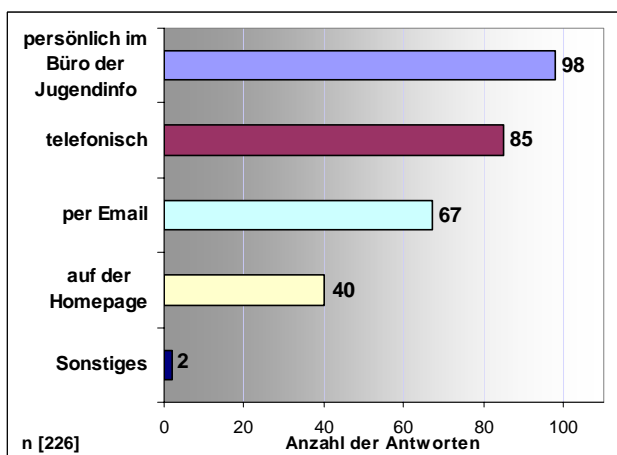
Bei dieser Frage waren Mehrfachnennungen möglich. Von den Befragten wünschen sich 63 Prozent



Öffnungszeiten werktags von 14 – 18 Uhr. Betrachtet man die Straßenbefragung im Detail, wird deutlich, dass Azubis oder auch Schüler mit Nachmittagsunterricht werktags Öffnungszeiten am Abend bzw. samstags benötigen bzw. bevorzugen. Unter Sonstiges wurden Öffnungszeiten zwischen Sonntags und Samstagnachmittag genannt.

Abbildung 11: Gewünschte Öffnungszeiten der Jugendinformation

Im Falle einer Beratung, würden die meisten (45%) persönlich im Büro der Jugendinfo vorbeikommen oder zumindest telefonisch (39%) Kontakt aufnehmen. Auffallend ist bei diesem Abschnitt der

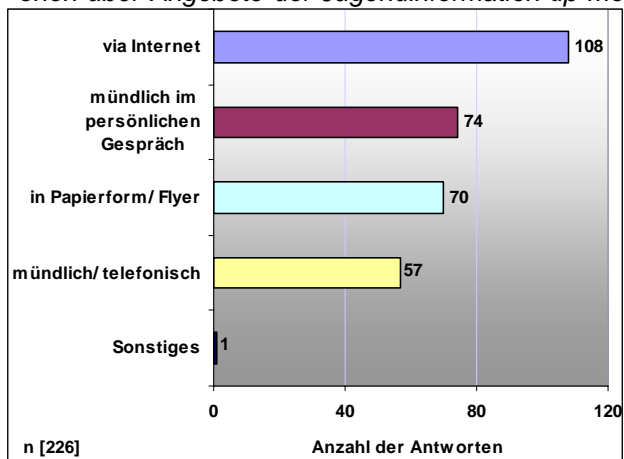


Befragung der hohe Anteil der Enthaltungen im Gegensatz der anderen Fragen. Evtl. hätte dies durch ein Zusatz-Item mit „*ich kann mir im Moment keine Beratung durch die Jugendinformation vorstellen*“, gelöst werden können. .

Unter „*Sonstiges*“ wurde der Beratungskontakt zunächst durch die Eltern bevorzugt oder die Aufnahme einer Beratung über eine Chatsoftware (ICQ) vorgeschlagen.

Abbildung 12: Bevorzugte Kontaktaufnahme bei Problemen

Die Wichtigkeit des Ausbaus der Homepage und –pflege zeigt sich bei der Mehrfachfrage: „*Informationen über Angebote der Jugendinformation tip möchte ich am liebsten...*“. Dabei wird deutlich, dass



sich die heutige Informationsbeschaffung und –suche zunächst auf das Internet und diverse Homepages beschränkt (49%), jedoch dies ohne mündliche persönliche Beratung (34%) und die Zugabe von konkreten Informationsflyern (32%) alleine nicht ausreichen würde. Unter „*Sonstiges*“ nannte ein Jugendlicher den Wunsch der Verbreitung der Informationen „*auf der Straße*“, womit er vermutlich Handzettel meint.

Abbildung 13: Bevorzugte Informationsprodukte

Betrachtet man die Informationspräferenzen näher, kann man feststellen, dass der Anteil der Internetnutzung tendenziell umso höher ist, je höher der angestrebte Bildungsabschluss ist. Hauptschüler bevorzugen eher die persönliche Beratung (58 %; Vergleichswert Gymnasium 25%). Dagegen nutzen Gymnasiasten bevorzugt das Internet zur Informationssuche und –beschaffung. (42%; Vergleichswert Hauptschüler 25%).

2.5 BEWERTUNG DER LEISTUNGSMERKMALE EINER JUGENDINFORMATION

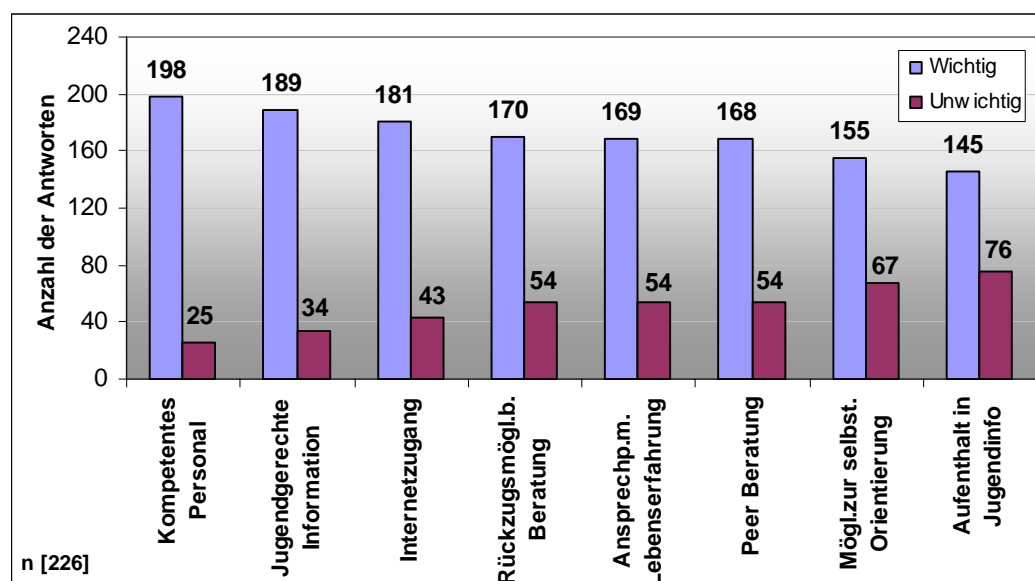


Abbildung 14: Ratingskala über mögliche Angebote einer Jugendinformation

Das Ziel dieser Frage war es herauszufinden, welche Leistungsmerkmale einer Jugendinformation den Klienten besonders wichtig sind³. Dabei sollten die Probanden mithilfe einer Ratingskala ihre Einschätzungen innerhalb von sechs Items von „sehr wichtig“ bis „ganz unwichtig“ abgeben. Die Ergebnisse wurden in „wichtig“ und „unwichtig“ geclustert und müssen im Vergleich betrachtet und interpretiert werden. Demnach lässt sich folgende Rangfolge ableiten:

1. Als wichtigstes Element für eine gut funktionierende Jugendinformation wurde „kompetentes Personal“ mit 89 Prozent genannt. Dazu gehört eine Ausbildung zum Informationspädagogen oder eine pädagogische Fachausbildung. Ob diese Ansprechpartner im gleichen Alter sind und Peer/Gleichaltrigen - Beratung leisten könnten oder ob die Beratung von Personen mit Lebenserfahrung erbracht wird, ist für die Befragten eher nachrangig. Man kann daraus schließen, dass es am wichtigsten ist, dass kompetente Fachkräfte als Ansprechpartner vor Ort sind.
2. Als zweitwichtigster Aspekt wird gewünscht, dass in einer Jugendinformation auch jugendgerecht aufbereitete, verständliche Informationen – sei es im Gespräch oder in Form von Flyern zur Verfügung gestellt wird. Für 85 Prozent ist dies maßgeblich.
3. Die Möglichkeit eines Internetzugangs hat für die befragten Jugendlichen mit 81 Prozent ebenfalls einen hohen Stellenwert. Für den Rest ist der Internetzugang weniger wichtig, was vermutlich darauf zurückzuführen ist, dass viele der Befragten zu Hause die Möglichkeit haben das Internet zu nutzen.
4. Über 75 Prozent wünschen sich Rückzugsmöglichkeiten bei einer persönlichen Beratung, um die Privatsphäre zu schützen.

³ Da es sich bei den Leistungsmerkmalen um Vorzüge für den Klienten handelt, ergibt sich automatisch eine sehr positive Bewertung der Einzelpunkte. Enthaltungen werden in der Grafik nicht gesondert aufgeführt.

5. Die selbständige Orientierung innerhalb der Jugendinformation bei der eigenständigen Recherche ist den Jugendlichen wichtig, jedoch durch Ansprechpartner vor Ort eher nachrangig.
6. Weniger wichtig als die vorher genannten Punkte wird der Aufenthalt in der Jugendinfo mit 66 Prozent bewertet. Gründe dafür können sein, dass Jugendinformation primär als kurzzeitige Beratung und gezielte Informationssuche betrachtet wird.

ANHANG: GRUNDAUSWERTUNG DER BEFRAGUNG GESAMT
Befragungszeitraum 01. bis 02.2008 (Klassenzimmer-/ 7. Klassen und Straßenbefragung)

Nr.	Frage	Anzahl	Prozent
1)	Geschlecht		
	Männlich	107	-47,35%
	weiblich	119	-52,65%
	Summe	226	
	ohne Antwort	0	
2)	Alter		
	Antworten	226	
	ohne Antwort	0	
	Minimum	11	
	Maximum	21	
	Mittelwert	14,265	
3)	Beruf		
	SchülerIn	204	-90,27%
	StudentIn	4	-1,77%
	Auszubildende/r	11	-4,87%
	Berufstätige	4	-1,77%
	Arbeitssuchende/r	0	0,00%
	Sonstiges: _____	3	-1,33%
	Summe	226	
	ohne Antwort	0	
	Textantworten: FSJ, FOS, Praktikant		
4)	Schulart		
	Ich bin keine SchülerIn	15	-6,64%
	Hauptschule	40	-17,70%
	Realschule	64	-28,32%
	Gymnasium	68	-30,09%
	Berufsschule	7	-3,10%
	Sonstiges: _____	32	-14,16%
	Summe	226	
	ohne Antwort	0	
	Textantworten: FOS (6), M+Klasse (2), Wirtschaftsschule, Förderschule (23)		
5)	Wohnort?		
	Stadt Augsburg	144	-63,72%
	Landkreis Augsburg	50	-22,12%
	Landkreis Aichach - Friedberg	16	-7,08%
	Sonstiges: _____	16	-7,08%
	Summe	226	
	ohne Antwort	0	
	Textantworten: LK Landsberg (4), LK Günzburg (5), LK Donauwörth, Buxheim Burgwalden, Unterallgäu, Eichstätt, Lindau, Mindelheim		
6)	Kennst du das tip?		
	seit jetzt, seit heute	183	-80,97%
	seit 6 Monaten	5	-2,21%
	seit 1 Jahr	14	-6,19%
	länger als 1 Jahr	9	-3,98%
	weiß nicht mehr, schon immer.	15	-6,64%

7)	Themen des tip?		
	Wir sind keine Themen bekannt.	177	-78,67%
	Auslandsaufenthalte	11	-4,89%
	Beratungsangebote für Jugendliche	12	-5,33%
	Angebote zur Freizeitgestaltung	22	-9,78%
	Jobben und Praktika	17	-7,56%
	Jugendgruppen und -verbände	18	-8,00%
	Schule und Bildung	9	-4,00%
	Zivildienst	4	-1,78%
	Sonstiges: _____	0	0,00%
	Nennungen (Mehrfachwahl möglich!) geantwortet haben	270	
	ohne Antwort	225	
	ohne Antwort	1	
8)	Interessante Themen?		
	Schule und Studium	78	-34,98%
	Aus-/ Fort- & Weiterbildung	47	-21,08%
	Freiwilliges Engagement für andere	27	-12,11%
	Angebote zur Freizeitgestaltung	76	-34,08%
	Persönliche Zukunft	61	-27,35%
	Liebe und Sexualität	59	-26,46%
	Gesundheit	63	-28,25%
	Drogen	62	-27,80%
	Hilfe bei Problemen (z.B. Mobbing, Recht)	42	-18,83%
	Globalisierung und Umweltschutz	26	-11,66%
	Europa	39	-17,49%
	Politik und Gesellschaft	24	-10,76%
	Religionen	21	-9,42%
	Generationsübergreifende Themen	14	-6,28%
	Nennungen (Mehrfachwahl möglich!) geantwortet haben	639	
	ohne Antwort	223	
	ohne Antwort	3	
9)	Weitere Themen		
	Oberpunkt: Sport	40	
	Textantworten: Sport (15), Fußball (18), Reiten, Badminton, Golf, Basketball, Tennis, Tischtennis (2)		
	Oberpunkt: Persönliche Entwicklung	16	
	Textantworten: Schwul, Liebe, Sex(2), Stars, Boys, Freunde und Eltern, Hroskope (3), Alkohol (2), Stress mit Eltern, Beratung bei Familienproblemen, Schulprobleme, Sport zu viel oder zu wenig was ist besser?		
	Oberpunkt Musik/ Tanz	14	
	Textantworten: Musik (7), Tanzen (2), Bands, Hip-Hop, Hip-Hop tanzen in Neusäß - Thefete, in der Tanzschule kann man tanzen, Happy/hardcore Ladies! Disaster		
	Oberpunkt: Medien	8	
	Textantworten: PC-Spiele, Computer, TV, Filmstudio, Medienprodukte, Pokern (2), Medien		
	Oberpunkt: Freizeit	7	
	Textantworten: Kartenspiele, neue Juces, verschiedene Cocktails, Jugendtreffs, Zimmereinrichtung (3)		

Nr.	Frage	Anzahl	Prozent
10)	Kontaktaufnahme		
	persönlich im Büro der Jugendinfo	98	-44,75%
	telefonisch	85	-38,81%
	per Email	67	-30,59%
	auf der Homepage	40	
	Sonstiges:	2	-0,91%
	Nennungen (Mehrfachwahl möglich!)	292	
	geantwortet haben	219	
	ohne Antwort	7	
	Textantworten: Eltern, IOQ		
11)	Kompetentes Personal		
	sehr wichtig	94	-42,15%
	wichtig	77	-34,53%
	eher wichtig	27	-12,11%
	weniger wichtig	15	-6,73%
	unwichtig	0	0,00%
	ganz unwichtig	10	-4,48%
	Summe	223	
	ohne Antwort	3	
	Mittelwert	2,01	
	Median	2	
12)	Ansprechpartner im gleichen Alter		
	sehr wichtig	57	-25,68%
	wichtig	62	-27,93%
	eher wichtig	49	-22,07%
	weniger wichtig	38	-17,12%
	unwichtig	6	-2,70%
	ganz unwichtig	10	-4,50%
	Summe	222	
	ohne Antwort	4	
	Mittelwert	2,57	
	Median	2	
13)	Ansprechpartner mit Lebenserfahrung		
	sehr wichtig	64	-28,70%
	wichtig	61	-27,35%
	eher wichtig	44	-19,73%
	weniger wichtig	31	-13,90%
	unwichtig	9	-4,04%
	ganz unwichtig	14	-6,28%
	Summe	223	
	ohne Antwort	3	
	Mittelwert	2,56	
	Median	2	
14)	Benutzerfreundliche, jugendgerechte Infos		
	sehr wichtig	66	-29,60%
	wichtig	82	-36,77%
	eher wichtig	41	-18,39%
	weniger wichtig	15	-6,73%
	unwichtig	11	-4,93%
	ganz unwichtig	8	-3,59%
	Summe	223	
	ohne Antwort	3	
	Mittelwert	2,31	
	Median	2	
15)	Rückzugsmöglichkeit bei Beratung		
	sehr wichtig	54	-24,11%
	wichtig	73	-32,59%
	eher wichtig	43	-19,20%

16)	Aufenthalt in der Jugendinfo		
	sehr wichtig	28	-12,67%
	wichtig	59	-26,70%
	eher wichtig	58	-26,24%
	weniger wichtig	35	-15,84%
	unwichtig	23	-10,41%
	ganz unwichtig	18	-8,14%
	Summe	221	
	ohne Antwort	5	
	Mittelwert	3,09	
	Median	3	
17)	Selbständige Orientierung		
	sehr wichtig	39	-17,57%
	wichtig	60	-27,03%
	eher wichtig	56	-25,23%
	weniger wichtig	37	-16,67%
	unwichtig	19	-8,56%
	ganz unwichtig	11	-4,95%
	Summe	222	
	ohne Antwort	4	
	Mittelwert	2,86	
	Median	3	
18)	Internetzugang		
	sehr wichtig	104	-46,43%
	wichtig	48	-21,43%
	eher wichtig	29	-12,95%
	weniger wichtig	23	-10,27%
	unwichtig	12	-5,36%
	ganz unwichtig	8	-3,57%
	Summe	224	
	ohne Antwort	2	
	Mittelwert	2,17	
	Median	2	
19)	Öffnungszeiten		
	Mb - Fr vormittags (9 - 12 Uhr)	19	8,76%
	Mb - Fr nachmittags (14 - 18 Uhr)	137	63,13%
	Mb - Fr abends (18 - 20 Uhr)	83	38,25%
	samstags (9 - 12 Uhr)	68	31,34%
	Sonstige:	5	2,30%
	Nennungen (Mehrfachwahl möglich)	312	
	geantwortet haben	217	
	ohne Antwort	9	
	Textantworten: Mb - Sa (12 - 17 Uhr), sonntags (2), sonntags 8 - 20 Uhr, Mitternacht		
20)	Informationsprodukte		
	mündlich unpersönlichen Gespräch	74	-33,64%
	mündlich/ telefonisch	57	-25,91%
	via Internet	108	-49,09%
	in Papierform/ Flyer	70	-31,82%
	Sonstiges:	1	-0,45%
	Nennungen (Mehrfachwahl möglich)	310	
	geantwortet haben	220	
	ohne Antwort	6	
	Textantworten s. Datei: auf Straße verbreiten		
21)	Kritik		
	Das ich es gut finde, dass es so was gibt, weil wenn Jugendliche Probleme haben und nicht mit ihren Eltern reden wollen, können sie mit euch reden!		