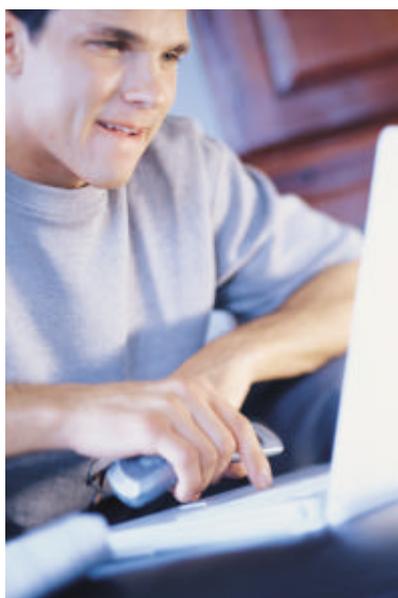


## **feelok und Tschau.ch: wie beurteilen die feelok-Besucher/innen das Design der zwei Webangebote<sup>1</sup>?**

### **Kurzbericht**

---

Juni 2006



*Herzlichen Dank für die finanzielle Unterstützung...*

Tabakpräventionsfond (Bundesamt für Gesundheit)  
Krebsliga Zürich  
„bildung + gesundheit“ - Netzwerk Schweiz  
Bundesamt für Sport - EHSM / J+S / Ressort Bewegung und Gesundheit

*und für die fachliche Unterstützung...*

Dr. med., Dr. PH, Georg F. Bauer

---

<sup>1</sup> Fokus: Startseite von feelok und tschau.ch + das Bewegungsprogramm von feelok

## Das Wichtigste in Kürze

Im Folgenden werden die wichtigsten Informationen dieses Berichtes zusammenfassend dargestellt:

- feelok ist ein internetbasiertes Gesundheitsförderungs- und Präventionsprogramm für Jugendliche im schulischen Setting, das die Themen Bewegung, Ernährung, Alkohol, Cannabis, Rauchen, Stress, Selbstvertrauen und Liebe/Sexualität behandelt. Die Institutionen, die das Programm unterstützen, sind die Universität Zürich, die Krebsliga Zürich, bildung + gesundheit Netzwerk Schweiz, der Tabakpräventionsfond und zahlreiche andere Partner, die für die jeweiligen feelok-Programme zuständig sind (mehr dazu im Kap. 2)
- tschau.ch ist ein internetbasiertes Informations- und Beratungs-Programm für Jugendliche im Freizeitbereich, das die Themen Sexualität, Übergriffe im Sport, Beziehungen, Wohlbefinden, Lebenswelt, Schule + Job und Sucht + Drogen behandelt. tschau.ch ist ein Angebot von Pro Juventute mit der finanziellen Unterstützung von Gesundheitsförderung Schweiz und vom Bundesamt für Gesundheit (Stand April 2006).
- Im Rahmen einer einzigen Studie sollte das Design beider Programme beurteilt werden, was ein Vergleich der Ergebnisse ermöglicht und die Interpretation der Befunde erleichtert.
- Die Umfrage fand zwischen dem 21.2.2006 und dem 20.3.2006 statt. Während dieser Zeitperiode wurde die Startseite von feelok, die den Zugang zu den verschiedenen Themen ermöglicht mit einer neuen Seite ersetzt, in der sich die Besucher/innen entscheiden mussten, ob sie an der Umfrage teilnehmen möchten oder nicht. Im Rahmen der Umfrage wurden die Illustrationen über die verschiedenen Designs immer in der gleichen Sequenz präsentiert. Für jedes Bild konnten die Besucher/innen ihre Meinung in Bezug auf das Design der Illustrationen aufgrund einer sechs-stufigen Skala mitteilen und dazu noch - falls gewünscht - konnten sie einen Kommentar schreiben. Die Umfrage wurde insgesamt 872 Mal beantwortet. Die Rücklaufquote beträgt 8.5%. 56.5% der Beantwortenden waren Frauen, die Mehrzahl der Beantwortenden waren junge Menschen zwischen 13 und 18 Jahren (mehr dazu im Kap. 8).
- Die wichtigsten Ergebnisse:
  - Eine knappe Mehrheit unserer Studienteilnehmer/innen (N=538<sup>2</sup>) hat für das aktuelle Design der Startseite von feelok (52%) und von tschau.ch (57%) eine positive Meinung geäußert. Etwa 64% der beantwortenden feelok-Besucher/innen hat das aktuelle Design des Bewegungsprogramms von feelok positiv beurteilt.
  - Die Unterschiede zwischen den Alterskategorien und zwischen Frauen und Männern sind klein. Jedoch kann man behaupten, dass das aktuelle Design von feelok und tschau.ch mehr die Jugendlichen als die Erwachsenen anspricht und mehr die 12-15-Jährigen als die 16-22-Jährigen. Die Jungen äussern sich tendenziell kritischer als die Mädchen.
  - Im Rahmen dieser Studie wurde auch ein neues Design für feelok vorgeschlagen und evaluiert. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass das neue Design ähnlich wie das Aktuelle beurteilt wird. Als Folge davon wurde entschieden, das Design von feelok unverändert zu lassen.
  - Alle Ergebnisse und Details können im Kap. 10 gelesen werden.

---

<sup>2</sup> Ein Teil der Umfrageteilnehmer/innen hat nicht alle Designvorlagen beurteilt. In dieser Zusammenfassung werden nur die Ergebnisse von jenen vorgestellt, die alle Fragen beantwortet haben. Mehr Details dazu im Kap. 10

## Über den Autor des Berichtes

Der Autor des Berichtes, Jahrgang 1970, ist seit 1997 wissenschaftlicher Projektleiter am Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich. Seit 1999 ist er für die Entwicklung, Implementierung und Evaluation von feelok zuständig. Seit 1998 arbeitet er zusätzlich an einer Informatikschule und ist da - im Bereich Erwachsenenbildung - zuständig für die Lehre der Techniken zur Konzeptualisierung und Entwicklung von datenbankbasierten multimedialen Websites. Seit 2002 ist er verantwortlich für den Teilbereich „Bewegungsförderung“ am Bundesamt für Sport in Magglingen.

Der Autor hat an der Universität Zürich Psychologie studiert, hat mit der formativen Evaluation von feelok an der Universität Basel dissertiert, hat an der Universität Zürich, Bern und Basel den Master im Gesundheitswesen abgeschlossen und hat während 4 Jahren die verhaltenstherapeutische Weiterbildung besucht.

## Inhalte

1. Struktur des Berichtes.....	4
2. feelok: eine kurze Beschreibung.....	4
3. Ausgangslage dieser Designstudie und Auswirkungen .....	5
4. Das Untersuchungsobjekt: das Design.....	6
5. Warum der Vergleich mit „tschau.ch“?.....	6
6. Vorbestehende Ergebnisse über feelok und tschau.ch .....	7
7. Die Meinung der Jugendlichen: was kann man erwarten?.....	9
8. Methodologische Aspekte dieser Designstudie .....	9
9. Geschlecht und Alter der Studienteilnehmer/innen .....	14
10. Ergebnisse .....	15
Beurteilung der Studienteilnehmer/innen mit den fehlenden Werten.....	15
Beurteilung der Studienteilnehmer/innen ohne fehlende Werte .....	16
Unterschiede differenziert nach Alter (Jugendliche vs. Erwachsene) .....	17
Unterschiede differenziert nach Geschlecht .....	18
Unterschiede differenziert nach Alter (12-15 Jährige vs. 16-21-Jährige).....	19
11. Schlussfolgerungen .....	20
12. Die Rückmeldungen von Studienteilnehmern/innen. ....	21

## 1. Struktur des Berichtes

Nach einer kurzen Beschreibung über feelok, werden die Gründe erwähnt, die zur Realisierung dieser Studie geführt haben. Klar ausgedrückt wird, dass diese Studie nur die Meinung der feelok-Besucher/innen über das **Design** von feelok (und von tschau.ch) untersucht. Ebenso wird erläutert, welche Konsequenzen die Ergebnisse dieser Studie für die Weiterentwicklung der Website haben. Einige könnte es überraschen, dass eine feelok-Studie gleichzeitig ein für uns „externes Produkt“, nämlich tschau.ch, evaluiert. Die Gründe, die zu dieser Entscheidung geführt haben, werden im Kap. 5 erläutert.

feelok und tschau.ch haben schon im Rahmen anderer Umfragen untersucht, welche Meinung, die Studienteilnehmer/innen über das Design unserer Webangebote haben. Die schon vor dieser Studie vorhandenen Befunde werden im Kap. 6 erwähnt. Kap. 7 verdeutlicht die grundsätzliche kritische Einstellung, die viele Jugendliche haben, wenn es darum geht, das Design von Produkten zu beurteilen; dies wiederum weist darauf hin, dass man auch im Rahmen dieser Studie keine euphorische Meinung der Zielgruppe für unsere Design erwarten kann.

Die methodologischen Aspekte dieser kleinen Studie werden im Kap. 8 beschrieben. Nach einer kurzen Beschreibung der soziodemographischen Zusammensetzung der Studienteilnehmer/innen werden die Ergebnisse vorgestellt und die Schlussfolgerungen gezogen. Im letzten Kapitel werden die spontanen Rückmeldungen der Studienteilnehmer/innen über die verschiedenen vorgeschlagenen Designs aufgelistet.

## 2. feelok: eine kurze Beschreibung

feelok ist ein internetbasiertes Prävention und Gesundheitsförderungsprogramm für Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren, das am Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich (ISPM) im Auftrag und mit der Finanzierung der Krebsliga Zürich entwickelt wurde und zurzeit vom Tabakpräventionsfond, von bildung + gesundheit Netzwerk Schweiz und vom Bundesamt für Sport unterstützt wird.

feelok fokussiert 8 Dimensionen: Cannabiskonsum, Rauchen, Stress, Bewegung, Alkohol, Selbstvertrauen und Selbstwert, Liebe und Sexualität sowie Ernährung. Bei allen Dimensionen werden Informationen zu den entsprechenden Themen vermittelt. Bei den ersten fünf Programmen, nämlich das Cannabis-, das Rauch-, das Stress-, das Bewegung- und das Alkoholprogramm wird neben den allgemeinen Informationen auch eine so genannte stufenspezifische Intervention angeboten, die vorwiegend auf dem Transtheoretischen Modell basiert: für Jugendliche, die das Problemverhalten (z.B. Rauchen) überwinden möchten, gibt das Programm konkrete Tipps, um das Ziel des Wunschverhaltens zu erreichen (z.B. Abstinenz). Bei den Unmotivierten untersucht feelok dagegen die Gründe dafür und versucht durch persönliche Rückmeldungen die Absicht zur Verhaltensänderung zu verstärken.

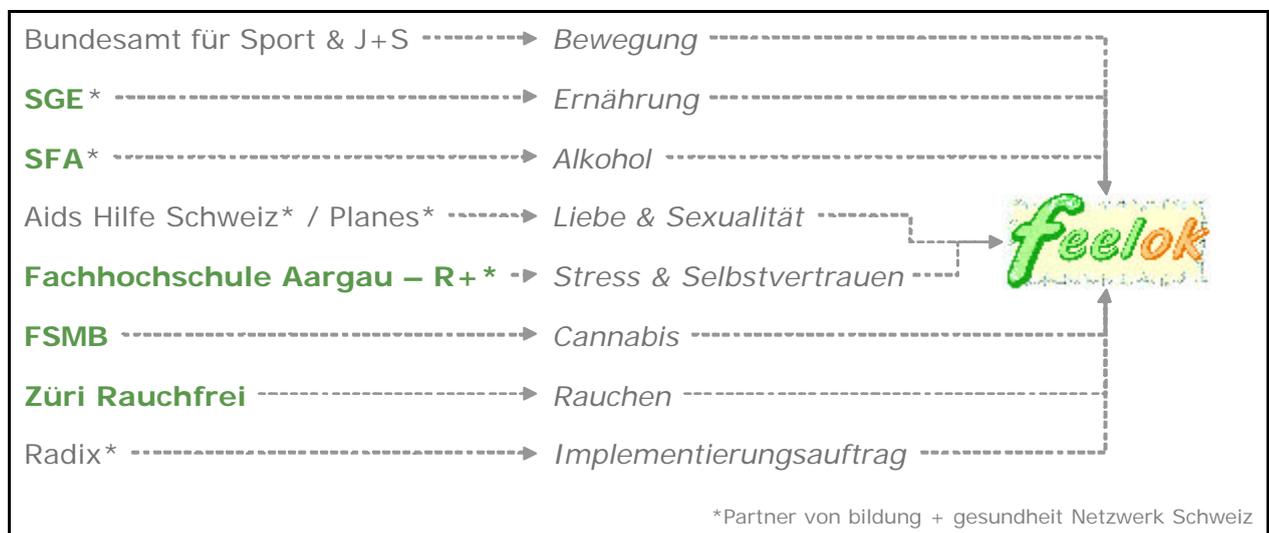
Informationen und persönliche Rückmeldungen werden den Jugendlichen auf verschiedene Weisen vermittelt: mit Texten, Tests, Spielen, Animationen, Diskussionsforen und weiteren interaktiven Elementen.

Bis Ende 2005 war das Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich für die Entwicklung, Implementierung, Erweiterung und Evaluation von feelok zuständig. Diese Zuständigkeit wurde im Jahr 2006 neu organisiert. Ab 2006 verwalten für ihre fachliche Kompetenz renommierte Institutionen bestimmte Programme bzw. Module von feelok selber und gewährleisten so die Qualität und Aktualität der Inhalte.

Durch die neue innovative multiinstitutionelle Verwaltungsorganisation wird Folgendes erreicht:

- Es soll sichergestellt werden, dass die Inhalte von feelok korrekt, aktuell und für Jugendliche angemessen sind.
- Die Schulen sollen für die Verwendung im Unterricht möglichst eine einzige internetbasierte Anwendung erhalten, in welcher die Themen aktuell und in vertrauter Form dargestellt sind.
- Die einzelnen Institutionen sollen gemäss ihren Ressourcen und Prioritäten die von ihnen selber erstellten oder verwalteten Programme bekannt machen. Von dieser Implementierungsarbeit (z.B. Beiträge in Newsletters, Zitierung des eigenen feelok-Programms in neuen Flyers/Broschüren, Link zum eigenen feelok-Programm in der Institutionswebsite, Vorstellung des eigenen feelok-Programms in Weiterbildungscurricula usw.) profitieren synergetisch alle Programme von feelok.
- Durch die dezentrale Verwaltung soll sichergestellt werden, dass feelok auch im Falle fehlender Ressourcen am ISPM weiter aufrechterhalten werden kann.

Folgende Institutionen sind für die entsprechenden feelok-Programme zuständig (siehe Abb. 1):



**Abb. 1:** Das Netzwerk von feelok gemäss multi-institutionellem Konzept (die Abkürzungen werden im nächsten Abschnitt erläutert). Grün geschriebene Institutionen haben die Zusammenarbeit schriftlich im Rahmen einer Vereinbarung festgelegt (Stand Juni 2006)

Die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung (SGE), die Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme (SFA), Ressourcen Plus (R+), die Fachstelle Suchtprävention Mittelschulen und Berufsbildung Kt. ZH (FSMB) und Züri Rauchfrei haben zudem im Jahr 2006 akzeptiert, die Zusammenarbeit schriftlich im Rahmen einer Vereinbarung festzulegen.

In feelok finden Sie fast alle relevanten Informationen, die das Projekt und das Programm betreffen. Wählen Sie die Adresse [www.feelok.ch](http://www.feelok.ch) und klicken Sie auf „Infos über feelok“.

### 3. Ausgangslage dieser Designstudie und Auswirkungen

Die erste Version von feelok wurde Anfang 2002 lanciert. Zwar wurde das Programm ständig mit neuen Themen und Funktionen erweitert, aber das Grunddesign blieb bis heute gleich: Grün wie die Natur, Blau wie der Himmel und Orange als moderne Farbe.

Im Laufe dieser Jahre haben viele Menschen spontan ihre Meinung über das Design von feelok geäußert: Einige finden es lebendig, jugendgerecht, anziehend und andere nervös, unpassend und zu farbig. Nicht überraschend, dass diese zweite Gruppe eine Adaptierung des Designs der Website vorschlägt, mit der Begründung, ein anderes Design würde die Aufnahme der Inhalte von feelok fördern.

Schlussendlich wollten wir wissen, was die jungen Besucher/innen von feelok wirklich vom Layout des Programms halten und wie viele es passend und wie viele dagegen es störend finden. Kap. 8 beschreibt, wie wir vorgegangen sind, um diese Frage zu beantworten. Die Ergebnisse werden im Kap. 10 beschrieben.

Für uns und für die feelok-Partner stellt diese Studie eine empirische Grundlage dar, um die Frage zu beantworten, ob eine Anpassung des feelok-Designs notwendig ist bzw. ob es sinnvoll ist, (finanzielle) Ressourcen in diese Aufgabe zu investieren.

Für externe Interessenten stellt diese kleine Studie die Möglichkeit dar, zu erfahren, wie die Jugendlichen das Design von zwei häufig benutzen Produkten beurteilen: wenn sie dann in Zukunft vergleichbare Produkte evaluieren werden, haben sie die Möglichkeit ihre Ergebnisse mit unseren zu vergleichen.

#### **4. Das Untersuchungsobjekt: das Design**

Im Rahmen dieser Studie haben wir uns nur mit der Frage auseinandergesetzt, wie die feelok-Besucher/innen das Design von feelok (und von tschau.ch) beurteilen. Diese Studie liefert keine Information über die allgemeine Meinung der Besucher/innen in Bezug auf unsere Programme und ebenso wenig erlaubt sie Hinweise über die Qualität unserer Produkte bzw. über ihre Beliebtheit und Wirksamkeit zu formulieren.

#### **5. Warum der Vergleich mit „tschau.ch“?**

Wenn man die Ergebnisse über eine Intervention nicht mit jenen über andere Interventionen vergleichen kann, ist es schwierig die Resultate zu interpretieren. Als Lösung für dieses Problem wurde entschieden nicht nur das Design von feelok, sondern auch die Startseite von tschau.ch beurteilen zu lassen. Die so erhobenen Daten erlauben es uns besser zu verstehen, wie die feelok-Besucher/innen das Design unserer Angebote bewerten und man kann die Befunde entsprechend interpretieren.

Es ist aber wahrscheinlich schwierig für die Jugendlichen zwischen Design und Inhalten einer Website zu differenzieren. Hätten wir als Referenz z.B. die Website von MTV genommen, die sich vorwiegend mit Musik beschäftigt, wäre unklar gewesen, ob die voraussichtlich positive Einstellung der jungen Menschen für diese Website der Ausdruck des jugendgerechten Layouts ist oder eher der Liebe für die Musik und für die Stars.

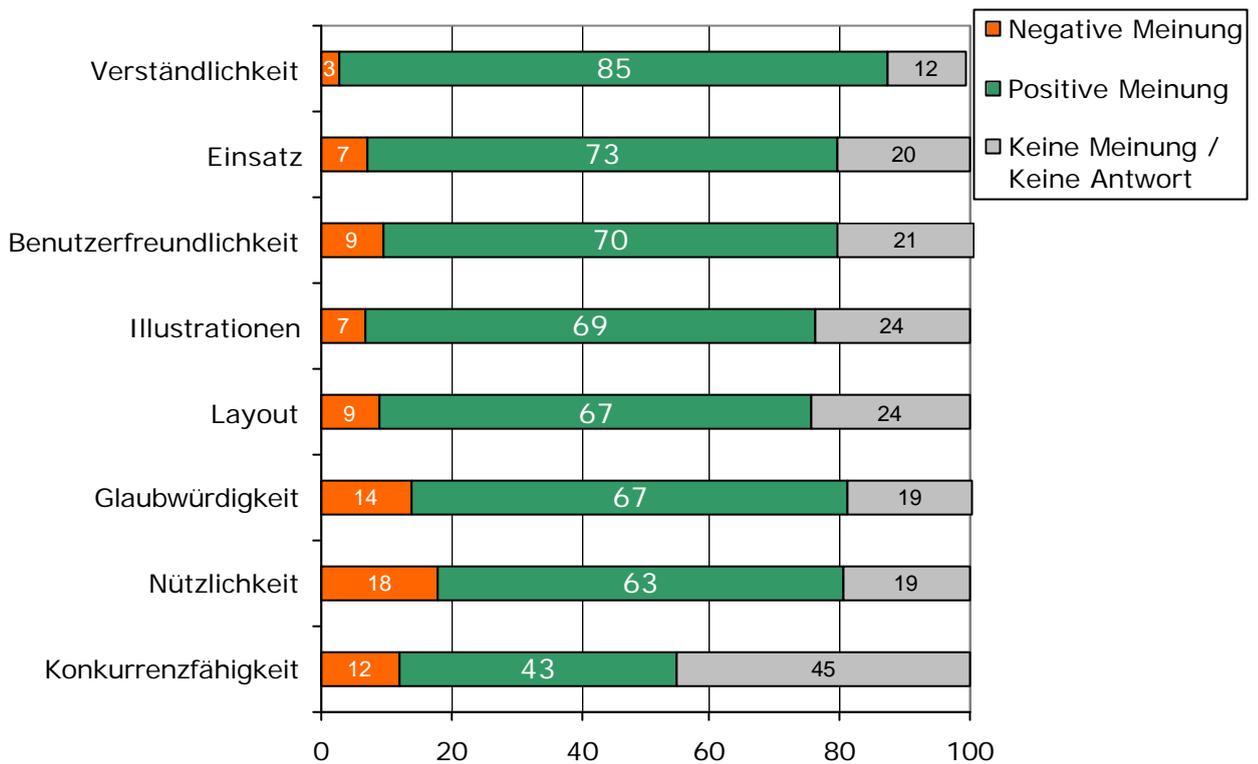
tschau.ch und feelok sind zwei internetbasierte Interventionen, die mit unterschiedlichen Methodologien und Ansätzen einen Beitrag im Bereich „Gesundheitsförderung“ und „Prävention“ bei der jungen Bevölkerung leisten. Unter dieser Perspektive können die zwei Angebote als Verwandte betrachtet werden. Dies wiederum erleichtert den Vergleich der Befunde und ermöglicht eine realistischere Interpretation der erhobenen Daten.

Für Interessierte geben wir einige Zusatzinformationen über [www.tschau.ch](http://www.tschau.ch). Eine zentrale Dienstleistung von Tschau.ch ist die E-Beratung. Jugendliche können Fragen stellen, die kostenlos und anonym innerhalb 3 Arbeitstagen von Fachpersonen beantwortet werden. Dazu verfügt tschau.ch über ein beeindruckendes Fragen-Antworten-Archiv. In diesem Archiv finden die Besucher/innen zu zahlreichen Fragen die Antworten dazu und können so schnell und gezielt Informationen und Auskünfte zu den Themen erhalten, die für sie aktuell sind. Zu den behandelten Themen, nämlich Sexualität, Übergriffe im Sport, Beziehungen, Wohlbefinden, Lebenswelt, Schule+Job und Sucht+Drogen bietet tschau.ch allgemeine Fachinformationen in Textform an. Das

Angebot wird mit einer umfangreichen Adressdatenbank abgerundet, die nach Fachstellen zum jeweiligen Thema durchsucht werden kann und auch Triagezwecken dient.

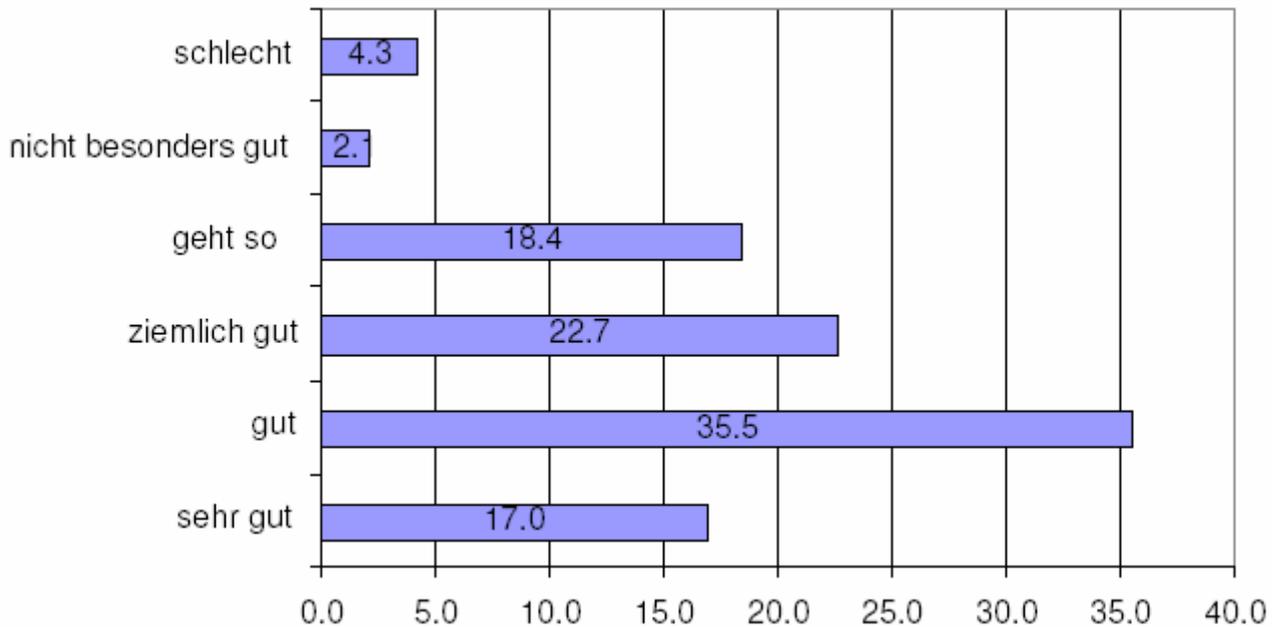
## 6. Vorbestehende Ergebnisse über feelok und tschau.ch

Schon im Jahr 2003 wurde im Rahmen der Wirksamkeitsstudie des Cannabisprogramms von feelok u.a. untersucht, wie die Jugendlichen das Design von feelok beurteilen. Insgesamt haben 311 junge Menschen (Durchschnittsalter: 18.35 Jahre, vorwiegend männlich: 70%) den Fragebogen beantwortet. Abb. 2 zeigt die Ergebnisse verschiedener Items. Für diese Studie ist vor allem die Kategorie „Layout“ von Interesse: 67% der Befragten gab an, eine positive Meinung über das Design des Cannabisprogramms von feelok zu haben, 9% beurteilte das Layout negativ und 24% beantwortete die Frage nicht oder wählten die Antwort „Weder positiv - noch negativ“ (der vollständige Bericht über die Wirksamkeitsstudie kann unter [www.feelok.ch/bericht.pdf](http://www.feelok.ch/bericht.pdf) heruntergeladen werden).



**Abb. 2:** Die Meinung der Jugendlichen über die verschiedenen Aspekte des Cannabisprogramms in % (N=222). Die einzelnen Kategorien: Verständlichkeit der Sprache (Verständlichkeit); Einsatz als Information über Drogen (Einsatz); Benützerführung (Benutzerfreundlichkeit); Ansprechbarkeit der Illustrationen (Illustrationen); Ansprechbarkeit der graphischen Gestaltung (Layout); Glaubwürdigkeit der Inhalte (Glaubwürdigkeit); Nützlichkeit der Inhalte (Nützlichkeit); Konkurrenzfähigkeit, d.h. Vergleich mit anderen Internetseiten, falls bekannt (Konkurrenzfähigkeit)

Auch das Projektteam von tschau.ch hat im Jahr 2005 untersucht, wie ihre Besucher/innen (N=282, Untersuchungsperiode: 26. Juli 2005 - 08. August 2005) das Design der Website beurteilen. Die Antworten auf die Frage „die graphische Gestaltung von tschau.ch finde ich...“ zeigen, dass 6.4% der Besucher/innen das Layout von tschau.ch negativ, 75.2% positiv und 18.4 mittelmässig beurteilt hat. Abb. 3 zeigt die Details.

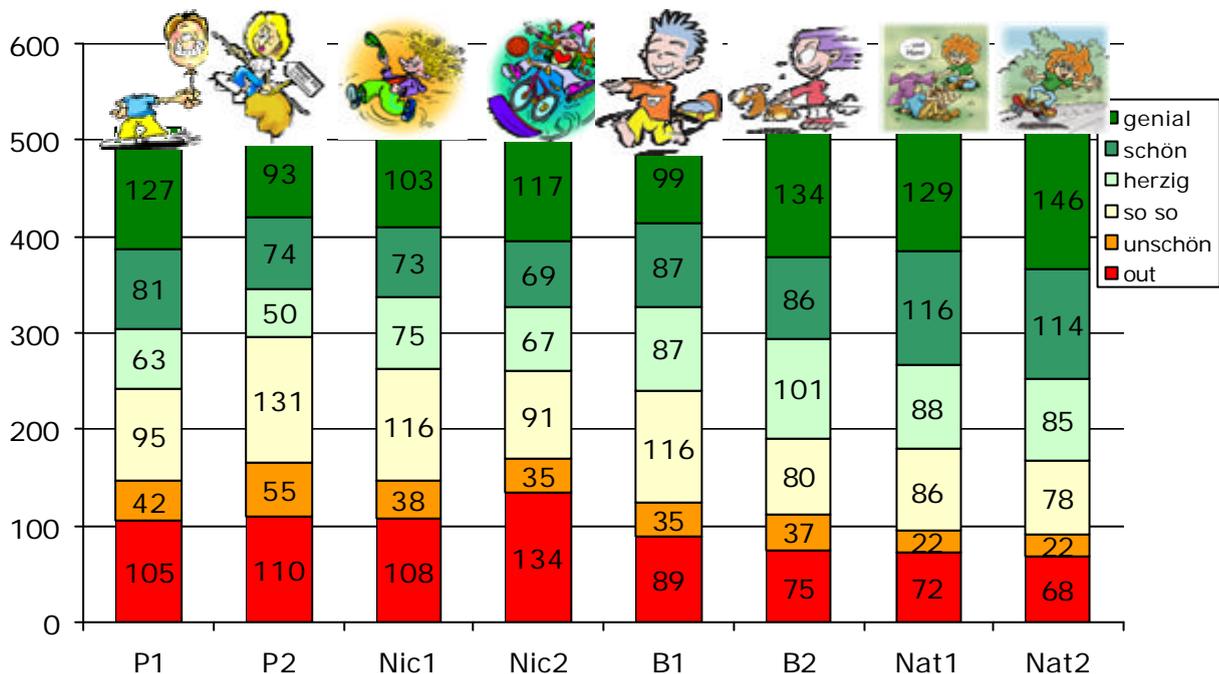


**Abb. 3:** Antworten auf die Frage „Die grafische Gestaltung von tschau.ch finde ich?“ in % (N=282). Bewertet wurde ein Layout in oranger Farbe, welches nach der Umfrage in Cyan geändert wurde.

Es ist schwierig die zwei Ergebnisse zu vergleichen, weil die angewandte Methodologie und die gewählten Items unterschiedlich sind. Desto trotzdem scheinen die Ergebnisse für tschau.ch und feelok nicht sehr unterschiedlich zu sein und vermitteln einen ersten Eindruck darüber, wie die Jugendlichen das Design unserer Webangebote beurteilen.

## 7. Die Meinung der Jugendlichen: was kann man erwarten?

Grundsätzlich kann man von den feelok-Besuchern/innen eine kritische - manchmal sehr kritische - Einstellung erwarten, wenn es darum geht, das Design eines Produktes zu beurteilen. Dies wurde mir klar, als wir versuchten, die Jugendlichen im Gestaltungsprozess des neuen Bewegungsprogramms von feelok partezipativ, zu beteiligen. Vier professionelle Zeichner bekamen die Aufgabe zwei Illustrationen zu gestalten. Diese Zeichnungen wurden während 7 Wochen (6. Dezember 2004 bis 17. Januar 2005) auf der Startseite von feelok von 513 Jugendlichen beurteilt (Alterspanne: 10 - 30 Jahre, Geschlecht: 40% Frauen, 24% Männer, 36% unbekannt). Das Schlussergebnis war, dass 45% der feelok-Besucher/innen die Zeichnungen negativ beurteilte (out - unschön - so so). Wirklich positiv bewertet wurden die Zeichnungen nur von 40% der Besucher/innen (genial - schön). Abb. 4 zeigt die Details (der Bericht über die in diesem Kapitel erwähnte Studie kann unter [www.feelok.ch](http://www.feelok.ch) bis Ende 2006 heruntergeladen werden).



**Abb. 4:** Die Meinung der Jugendlichen über die 8 Zeichnungen in absoluten Zahlen. Jeder Autor hat 2 Zeichnungen zur Verfügung gestellt. Die Autoren sind: «P», «Nic», «B» und «Nat» (N=513)

## 8. Methodologische Aspekte dieser Designstudie

Die Umfrage, mit der man die Meinung der Jugendlichen über das Design von feelok und tschau.ch erfasst hat, fand zwischen dem 21.2.2006 und dem 20.3.2006 statt. Während dieser Zeitperiode wurde die Startseite von feelok, die den Zugang zu den verschiedenen Themen ermöglicht (siehe Abb. 5) mit einer neuen Seite ersetzt, in der sich die Besucher/innen entscheiden mussten, ob sie an der Umfrage teilnehmen möchten oder nicht (siehe Abb. 6): jene, die direkt zu den Inhalten von feelok wechseln wollten, konnten auf "[Keine Umfrage starten, sondern zu feelok wechseln](#)" klicken. Sie erreichten so automatisch die übliche Startseite von feelok. Die anderen klickten auf "[Umfrage starten](#)" und nahmen so an der Studie teil.



Abb. 5: Übliche Hauptstartseite von feelok, nachdem man auf den Link «Alkohol» geklickt hat

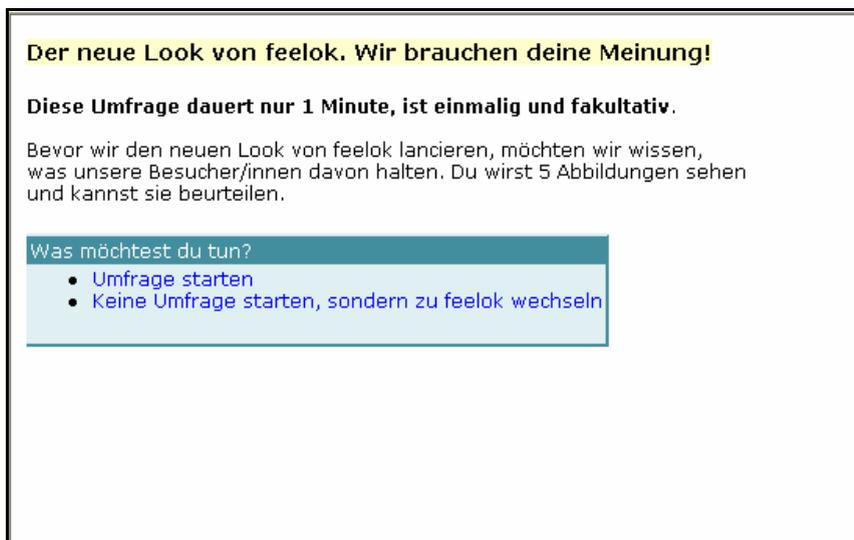


Abb. 6: Startseite von feelok zwischen dem 21.2.2006 und dem 20.3.2006.

Im Rahmen der Umfrage wurden die Illustrationen über die verschiedenen Designs immer in der gleichen Sequenz präsentiert (siehe Abb. 7 bis Abb. 11). Zuerst wurde die aktuelle Version der Startseite von feelok gezeigt (Abb. 7). Die zweite Illustration zeigte den Vorschlag für ein neues Design, ebenso für die Startseite von feelok (Abb. 8). Das dritte Bild illustrierte eine Rubrik des aktuellen Bewegungsprogramms von feelok (Abb. 9) und das vierte den Vorschlag für ein neues Design für das gleiche Programm (Abb. 10). Die letzte Illustration visualisierte die Startseite von tschau.ch, wie sie in Februar 2006 ausgesehen hat (Abb. 11). Am Ende der Umfrage erschienen auf dem Bildschirm die zwei üblichen jedoch optionalen Fragen über Alter und Geschlecht. Erst wenn die Besucher/innen auf die Schaltfläche «Speichern» klickten, wurden die Daten in die

Datenbank gespeichert - unabhängig, ob die Abbildungen beurteilt und die Fragen beantwortet wurden.

Für jedes Bild konnten die Besucher/innen ihre Meinung in Bezug auf das Design der Illustrationen aufgrund einer sechs-stufigen Skala mitteilen (genial - schön - herzig - so so - unschön - out!), die mit der Gesichtssymbolik verdeutlicht wurde und dazu noch - falls gewünscht - konnten sie einen Kommentar schreiben. Am Ende wurden die Studienteilnehmer/innen gebeten, Ihr Alter und Geschlecht anzugeben.

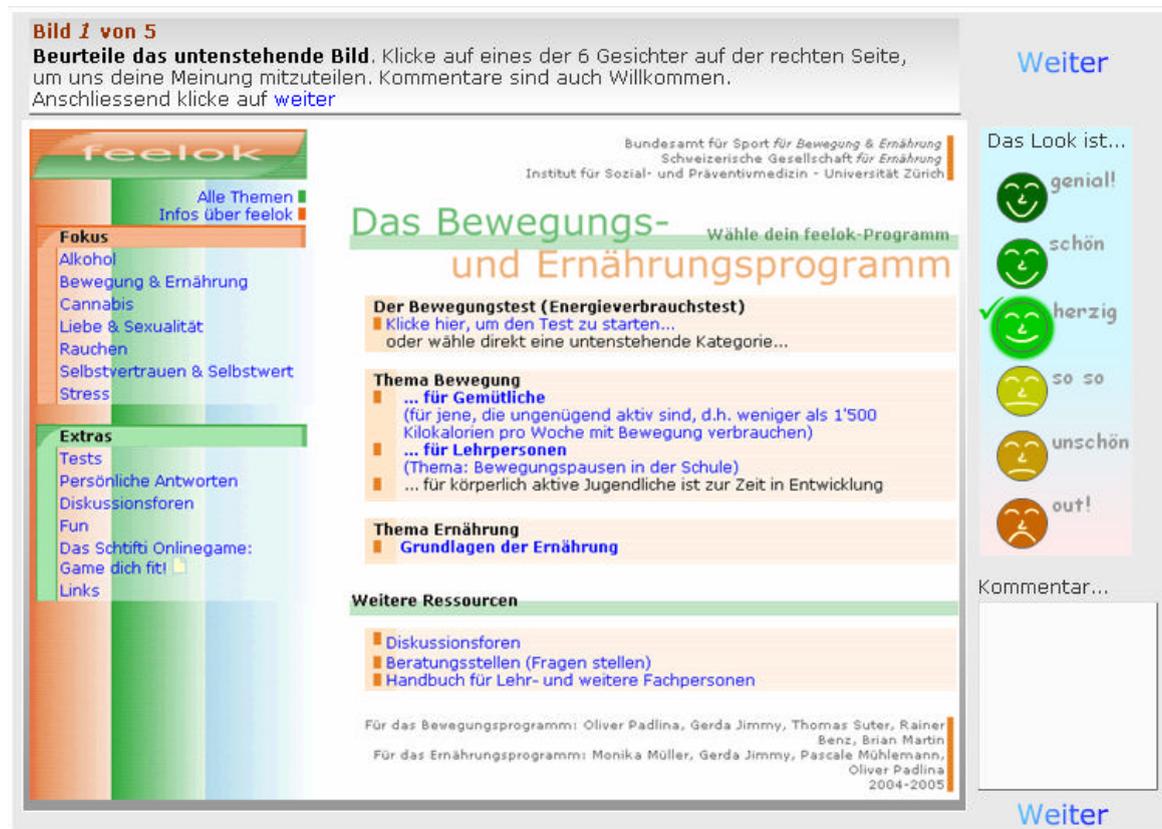


Abb. 7: Erste Illustration der Umfrage - Aktuelle Hauptstartseite von feelok, nachdem man auf den Link «Bewegung & Ernährung» geklickt hat

**Bild 2 von 5**

**Beurteile das untenstehende Bild.** Klicke auf eines der 6 Gesichter auf der rechten Seite, um uns deine Meinung mitzuteilen. Kommentare sind auch Willkommen. Anschliessend klicke auf [weiter](#)

Das Look ist...

- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!

Kommentar...

**Abb. 8:** Zweite Illustration der Umfrage - Vorschlag für ein neues Design der Hauptstartseite von feelok, nachdem man auf den Link «[Bewegung & Ernährung](#)» geklickt hat

**Bild 3 von 5**

**Beurteile das untenstehende Bild.** Klicke auf eines der 6 Gesichter auf der rechten Seite, um uns deine Meinung mitzuteilen. Kommentare sind auch Willkommen. Anschliessend klicke auf [weiter](#)

Das Look ist...

- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!

Kommentar...

**Abb. 9:** Dritte Illustration der Umfrage - Aktuelle Version des Bewegungsprogramms von feelok, nachdem man auf den Link «[Was passiert im Körper](#)» geklickt hat

**Bild 4 von 5**

**Beurteile das untenstehende Bild.** Klicke auf eines der 6 Gesichter auf der rechten Seite, um uns deine Meinung mitzuteilen. Kommentare sind auch Willkommen. Anschliessend klicke auf [weiter](#)

**Bewegung: was passiert im Körper** feelok

Bewegung bewirkt überall im Körper Veränderungen, langfristig führt das zu verbessertem Wohlbefinden und Fitness. Wie das läuft, kannst du hier herausfinden.

- Muskeln
- Fett
- Herz
- Rücken
- Hormone

Das Look ist...

- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!

Kommentar...

[Weiter](#)

**Abb. 10:** Vierte Illustration der Umfrage - Vorschlag für ein neues Design des Bewegungsprogramms von feelok, nachdem man auf den Link «Was passiert im Körper» geklickt hat

**Bild 5 von 5**

**Beurteile das untenstehende Bild.** Klicke auf eines der 6 Gesichter auf der rechten Seite, um uns deine Meinung mitzuteilen. Kommentare sind auch Willkommen. Anschliessend klicke auf [weiter](#)

**tschau.ch** e-Beratung und Jugendinformation

sexualität übergriffe im sport beziehungen wohlsein lebenswelt schule + job sucht + drogen

Herzlich willkommen bei TSCHAU

Registrieren mein TSCHAU

Mein TSCHAU

Informationen zu TSCHAU

Das Look ist...

- genial!
- schön
- herzig
- so so
- unschön
- out!

Kommentar...

[Weiter](#)

**Abb. 11:** Fünfte Illustration der Umfrage - Startseite von tschau.ch

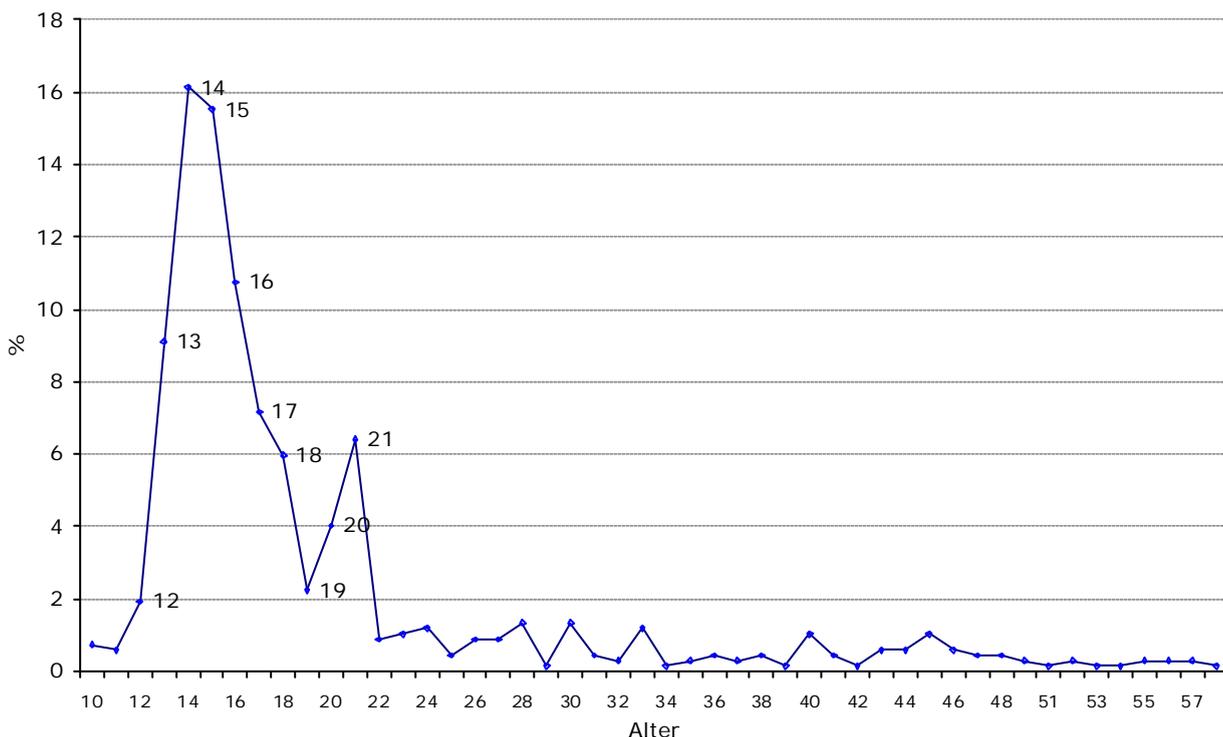
Die Umfrage wurde insgesamt während 28 Tagen 872 Mal beantwortet. 9 Datensätze wurden gelöscht, weil die Beantworteten behauptet haben, zwischen 60 und 999 Jahre alt zu sein, 1 weil diese Person behauptet hat, weniger als 10 Jahre alt zu sein, 14 weil ihre Kommentare sinnlos waren (z.B. „wwrwefwefw“) und zwei weil ihre Antworten in der Datenbank doppelt gespeichert wurden. Insgesamt wurden also 26 Beiträge von der weiteren Datenanalyse ausgeschlossen.

Während dieser Zeitperiode wurde feelok insgesamt 31'153 Mal besucht. Gemäss unseren Statistiken öffnet aber nur 1/3 der Besucher/innen die Hauptstartseite von feelok. Die anderen gehen direkt zu einem der feelok-Programme (z.B. das Bewegungs-, das Ernährungs- oder das Rauchprogramm), ohne die Hauptstartseite [www.feelok.ch](http://www.feelok.ch) (oder [.de](http://www.feelok.de) oder [.at](http://www.feelok.at)) zu wählen. Tatsächlich wurde die Hauptstartseite von feelok zwischen dem 21.2.2006 und dem 20.3.2006, 10'008 Mal besucht. Da nur die Besucher/innen der Hauptstartseite von feelok mit der Umfrage in Kontakt kamen, beträgt die Rücklaufquote 8.5%.

## 9. Geschlecht und Alter der Studienteilnehmer/innen

56.5% der Beantwortenden waren Frauen (N=376), 43.5% waren Männer (N=290). 180 Personen haben die Frage nicht beantwortet (21.3% vom ganzen Sample).

Die Mehrzahl der Beantwortenden waren junge Menschen zwischen 13 und 18 Jahren (65% von jenen, die die Altersfrage beantwortet haben). Über 176 Personen haben wir keine Altersangabe (20.8% vom ganzen Sample). Abb. 12 verdeutlicht die Details der Altersverteilung unserer Studienteilnehmer/innen.



**Abb. 12:** Altersverteilung der Studienteilnehmer/innen in % (N=670)

Diese Daten in Bezug auf Geschlecht und Alter entsprechen zum grössten Teil der üblichen soziodemographischen Zusammensetzung der feelok-Besucher/innen.

## 10. Ergebnisse

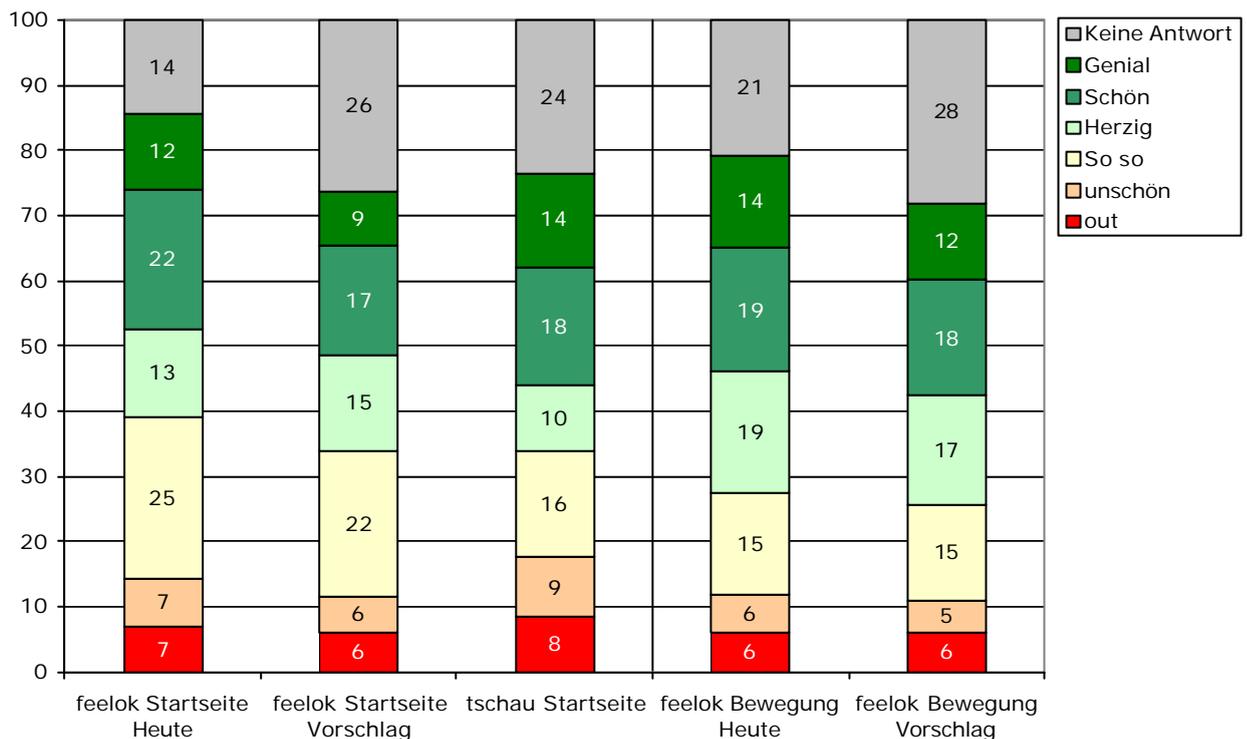
Im Folgenden werden die Ergebnisse dieser kleinen Designstudie vorgestellt. Als Überblick werden in einem ersten Abschnitt die Ergebnisse mit den fehlenden Werten und anschliessend - einfacher für die Interpretation - diese ohne fehlende Werte gezeigt. In einem weiteren Abschnitt werden die Ergebnisse differenziert nach Alter (Jugendliche vs. Erwachsene), nach Geschlecht und wieder nach Alter (12-15 Jährige vs. 16-21-Jährige) vorgestellt, um die im Allgemeinen kleinen Unterschiede zwischen den Gruppen in Bezug auf die Beurteilung des Designs hervorzuheben.

In jedem Abschnitt werden die Ergebnisse und Kommentare strikt getrennt gehalten.

### Beurteilung der Studienteilnehmer/innen mit den fehlenden Werten

In der folgenden Abbildung werden die Daten von allen Studienteilnehmern/innen gezeigt, ohne zwischen Alterskategorien bzw. zwischen Frauen und Männern zu differenzieren.

Zwischen 14% und 28% der Studienteilnehmer/innen hat das Design der jeweiligen Websitedarstellungen nicht beurteilt. Diese fehlenden Werte werden zur Kenntnisnahme gezeigt, aber da sie die Interpretation der Befunde erschweren, werden sie in den nächsten Abschnitten von der weiteren Darstellung ausgeschlossen.

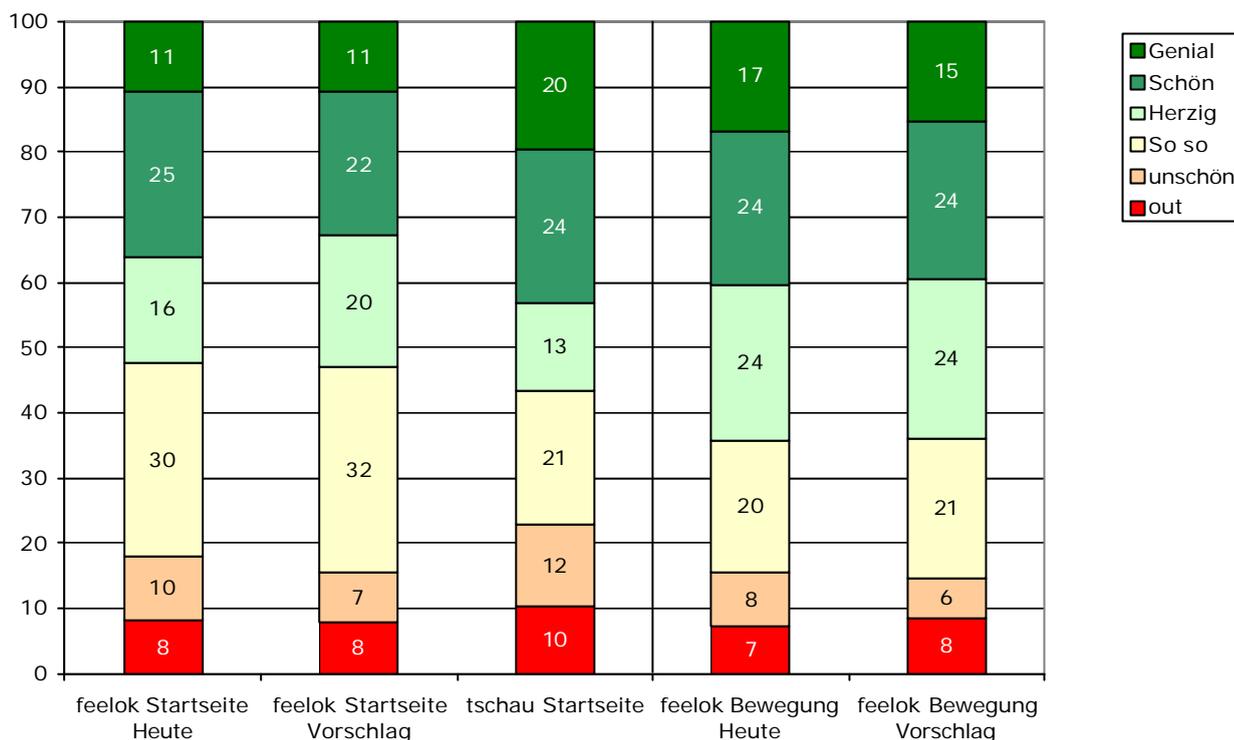


**Abb. 13:** Meinung der Studienteilnehmer/innen über das Design von feelok und tschau.ch, inkl. fehlende Werte in % (N=846 für jede Spalte)

## Beurteilung der Studienteilnehmer/innen ohne fehlende Werte

Im Folgenden werden nur die Daten von jenen angezeigt, die alle Design-Illustrationen beurteilt haben, ohne zwischen Alterskategorien bzw. zwischen Frauen und Männern zu differenzieren.

Wie Abb. 14 zeigt, werden die Startseiten von feelok und tschau.ch von einer knappen Mehrzahl als positiv beurteilt; das Design des Bewegungsprogramms wird von etwa 2/3 der Studienteilnehmer/innen für gut geheissen. Die Unterschiede zwischen feelok und tschau.ch sind gering und erst im Detail sichtbar: es gibt einen höheren Anteil von Besuchern/innen (20% gegen 11%), die die Startseite von tschau.ch genial findet. Ebenso gibt es für tschau.ch mehr Stimmen im negativen Bereich (22% unschön oder out) als für die Startseite von feelok (18% vs. 15%). Betreffend Startseite von feelok verglichen mit dieser von tschau.ch konzentrieren sich die Antworten tendenziell mehr im mittleren Bereich.



**Abb. 14:** Meinung der Studienteilnehmer/innen über das Design von feelok und tschau.ch ohne fehlende Werte in % (N=538 für jede Spalte)

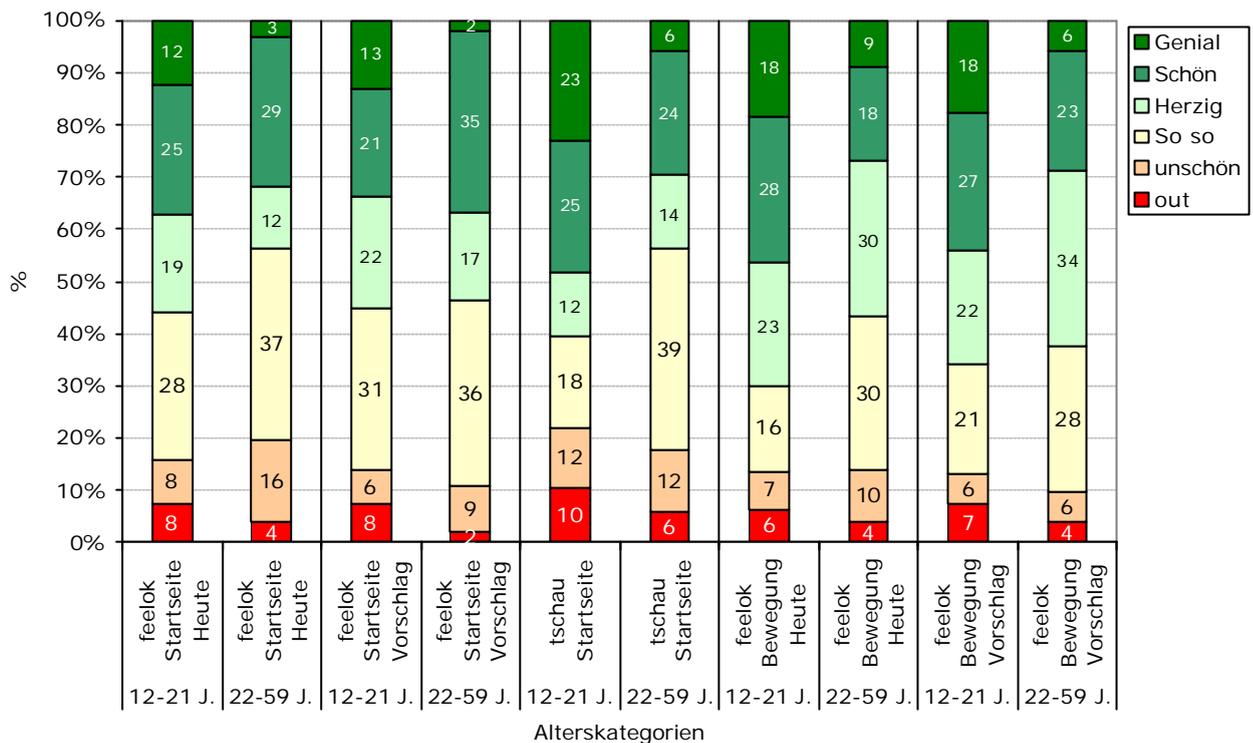
### Kommentar

Deutlich mehr Konsens bekommt das Design des Bewegungsprogramms von feelok (verglichen mit den Startseiten von feelok und tschau.ch), wobei kritisch anzumerken ist, dass die Startseite von feelok und die Seiten des Bewegungsprogramms ein gemeinsames Design-Konzept teilen. Es ist somit unklar - gemäss Evaluationsergebnisse - warum die zwei Seiten unterschiedlich beurteilt werden. Man kann annehmen, dass das Comic des Bewegungsprogramms und der knappe Text auf der rechten Seite (Vergleiche z.B. Abb. 7 mit Abb. 9) die Beurteilung der zwei Illustrationen zu Gunsten des Bewegungsprogramms beeinflusst hat.

## Unterschiede differenziert nach Alter (Jugendliche vs. Erwachsene)

Mehr Jugendliche (12 bis 21 Jahre) als Erwachsene (22 bis 59 Jahre) schätzen das Design der aktuellen Startseite von feelok und dieses von tschau.ch. Rund 56% der Jugendlichen drückt eine (eher) positive Meinung für das aktuelle Design der Startseite von feelok aus, bei den Erwachsenen sind es rund 11% weniger. 60% der Jugendlichen beurteilt die Startseite von tschau.ch (eher) positiv, bei den Erwachsenen sind es etwa 16% weniger.

Für das aktuelle Design des Bewegungsprogramms zeigt sich ein ähnlicher Trend: 69% der jungen Menschen beurteilt es als (eher) positiv, bei den Erwachsenen sind es etwa 12% weniger. Die kleinsten Unterschiede zwischen Jugendlichen und Erwachsenen findet man im Bezug auf den neuen Design-Vorschlag für feelok. Abb. 15 zeigt alle Details.



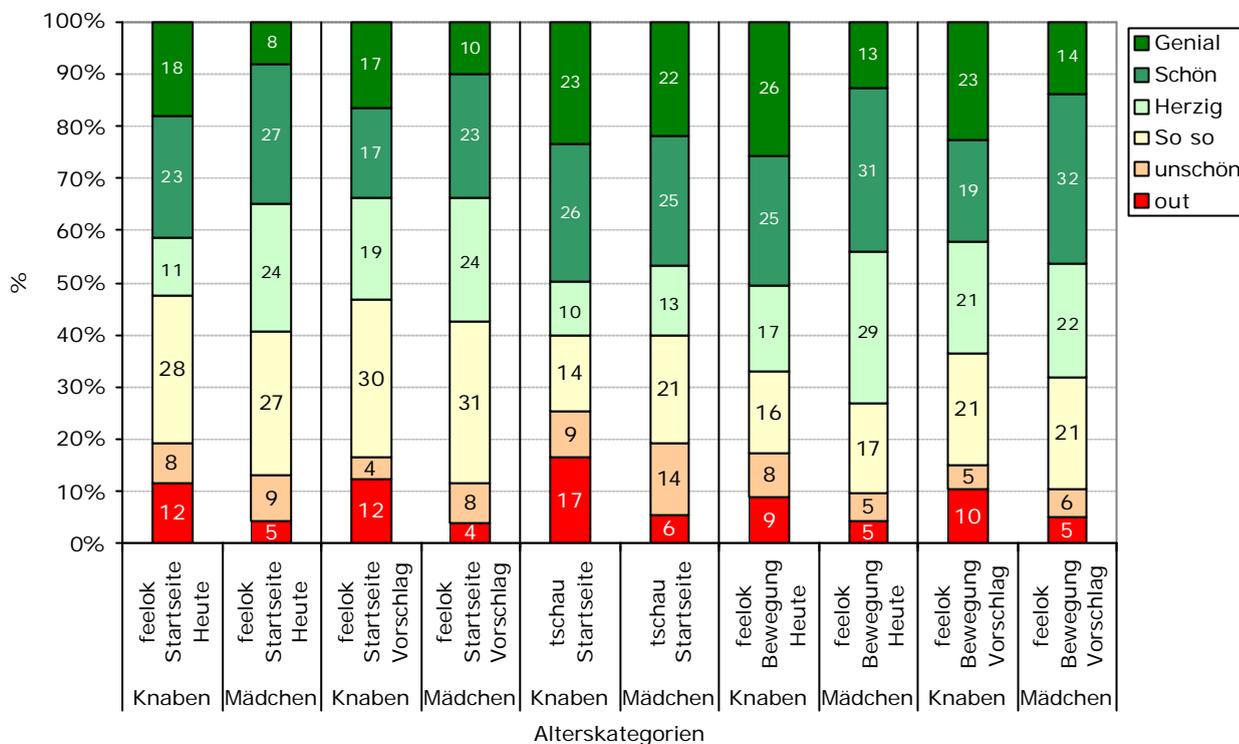
**Abb. 15:** Meinung der Studienteilnehmer/innen über das Design von feelok und tschau.ch differenziert nach Alter in % - Jugendliche (N=358) vs. Erwachsene (N=101)

### Kommentar

Es gibt Hinweise, die zeigen, dass tschau.ch und feelok die Jugendlichen besser ansprechen als die Erwachsenen. Die Unterschiede sind eindeutig, obwohl nicht sehr gross. Der Vorschlag für ein neues Design für feelok scheint diese Unterschiede zwischen Jugendlichen und Erwachsenen zu verringern, da die Erwachsenen das neue vorgeschlagene Design vorziehen.

## Unterschiede differenziert nach Geschlecht

In Bezug auf die Beurteilung des Designs von feelok und tschau.ch zeigen Mädchen und Knaben minimale Unterschiede: die Mädchen tendieren eher dazu die sehr kritischen Beurteilungen zu vermeiden und äussern sich auch tendenziell positiver. Mehr Knaben als Mädchen beurteilen aber das Design von feelok als genial. Was tschau.ch betrifft, gibt es praktisch keine Unterschiede in Bezug auf die positiven Meinungen der Studienteilnehmer/innen für das Design dieser Website. Abb. 16 zeigt die Details.



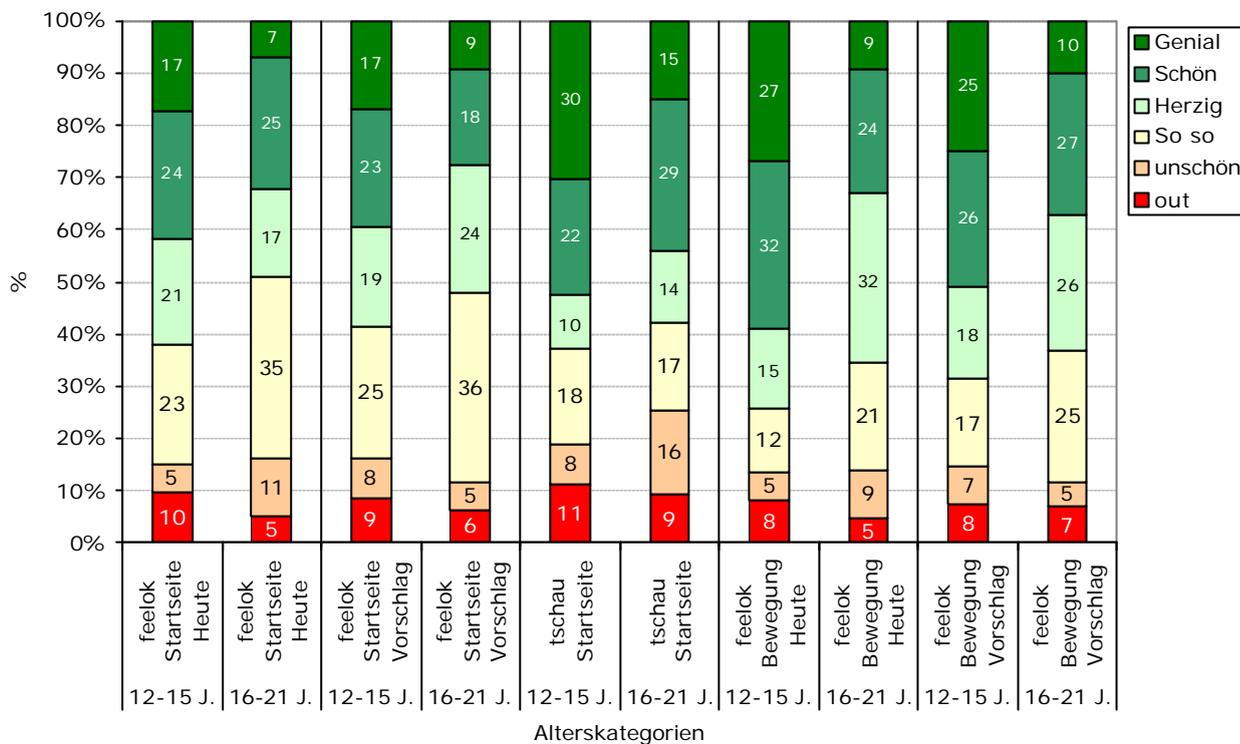
**Abb. 16:** Meinung der Studienteilnehmer/innen über das Design von feelok und tschau.ch differenziert nach Geschlecht in % - Knaben (N=145) vs. Mädchen (N=197)

### Kommentar

Die Unterschiede zwischen Mädchen und Knaben in Bezug auf die Beurteilung des Designs von feelok und tschau.ch sind sehr klein. Wenn man die Details anschaut, merkt man, dass Knaben tendenziell eine leicht kritischere Haltung als Mädchen haben, insbesondere neigen sie weniger positive Antworten zu geben (bei feelok) und vermehrt äussern sie sehr negative Beurteilungen (Antwort „out“; bei feelok und tschau.ch).

## Unterschiede differenziert nach Alter (12-15 Jährige vs. 16-21-Jährige)

Die 12-15 Jährigen beurteilen das Design von feelok und tschau.ch besser als die 16-21-Jährigen. Die jüngste Zielgruppe lässt sich deutlich mehr für unsere Designs begeistern, was sich im Prozentsatz der Antworten "Genial" erkennen lässt. Die 12-15-Jährigen neigen auch mehr dazu die mittleren Antworten zu vermeiden, vor allem wenn es darum geht, feelok zu beurteilen. Abb. 17 zeigt die Details.



**Abb. 17:** Meinung der Studienteilnehmer/innen über das Design von feelok und tschau.ch differenziert nach Alter in % - 12-15-Jährige (N=185) vs. 16-22-Jährige (N=173)

### Kommentar

Tendenziell zeigen die Daten, dass die 12-15-Jährigen das Design von feelok und tschau.ch besser beurteilen als die 16-21-Jährigen. Die Unterschiede sind eindeutig, obwohl nicht sehr gross.

## 11. Schlussfolgerungen

Diese Studie wurde durchgeführt, mit dem Ziel zwei Fragen zu beantworten. Die erste Frage fokussierte die Meinung der feelok-Besucher/innen für das aktuelle Design unseres Angebotes. Um die Zahlen auch interpretieren zu können, wurde die Entscheidung getroffen, auch das Design von Tschau.ch beurteilen zu lassen. Dies wiederum ermöglicht einen Vergleich. Die zweite Frage beschäftigte sich mit der Problematik einer Anpassung des Designs von feelok. Wenn der neue Design-Vorschlag von feelok die Jugendlichen mehr angesprochen hätte, hätte man beabsichtigt, in Zukunft das neue Layout zu übernehmen.

In Bezug auf die erste Frage zeigt sich, dass zwischen der Hälfte (für die Startseite von feelok) und 2/3 (für das Bewegungsprogramm) der Studienteilnehmer/innen das Design von feelok positiv beurteilt. Das Ergebnis ist nicht berauschend positiv, aber ein Vergleich mit der Website von tschau.ch, führt zur Schlussfolgerung, dass dieses Ergebnis wahrscheinlich im zu erwartenden Bereich liegt.

In Bezug auf die zweite Frage zeigt sich eindeutig, dass der Vorschlag für ein neues Design von feelok die Studienteilnehmer/innen nicht überzeugen konnte. Das alte und neue Design werden sehr ähnlich beurteilt. Aufgrund dieser Ergebnisse betrachten wir es als wenig sinnvoll, das alt bekannte Aussehen von feelok mit dem neuen Layout zu ersetzen.

Ob in Zukunft eine Änderung des Designs von feelok sinnvoll ist, lässt sich aufgrund dieser Ergebnisse nicht beantworten. Viele Studienteilnehmer/innen haben einen (eher) positiven Eindruck des Designs von feelok, vor allem vom Bewegungsprogramm, wiedergegeben. Es kann aber nicht ausgeschlossen werden, dass ein anderes Design die Attraktivität des Programms trotzdem zusätzlich steigern würde.

Aufgrund dieser Überlegungen wird zurzeit feelok sein Erscheinungsbild behalten und die Ressourcen werden in Zukunft eher in der inhaltlichen Erweiterung und Verbreitung dieser Intervention investiert als in seinem Re-Design.

Die Unterschiede zwischen den soziodemographischen Gruppen sind gering: es gibt Hinweise, dass feelok und tschau.ch mehr die Jugendlichen als die Erwachsenen anspricht und von den ersten mehr die 12-15-Jährigen als die 16-21-Jährigen. Geschlechtsunterschiede gibt es kaum und sie sind eher im Detail der einzelnen Antworten zu finden.

Abschliessend wird ein letztes Mal erwähnt, dass man mit dieser Studie beabsichtigte, die Meinung der Besucher/innen nur in Bezug auf das Design von feelok zu erfassen. Diese Studie, sowie allfällige Unterschiede zwischen feelok und tschau.ch, vermitteln keine Information über die Glaubwürdigkeit, Beliebtheit und Wirkung unserer Programme. Andere Studien fokussieren diese zentralen Aspekte und untermauern mit erfreulichen Ergebnissen die positive Einstellung der Jugendlichen für unsere Webanwendung.

Die Jugendlichen hatten auch die Gelegenheit, über die einzelnen Designs ein Kommentar schreiben zu können. Die nächste und letzte Sektion dieses Berichtes - eine Art von Anhang - listet alle Kommentare auf.

Oliver Padlina, 12.6.2006, Zürich

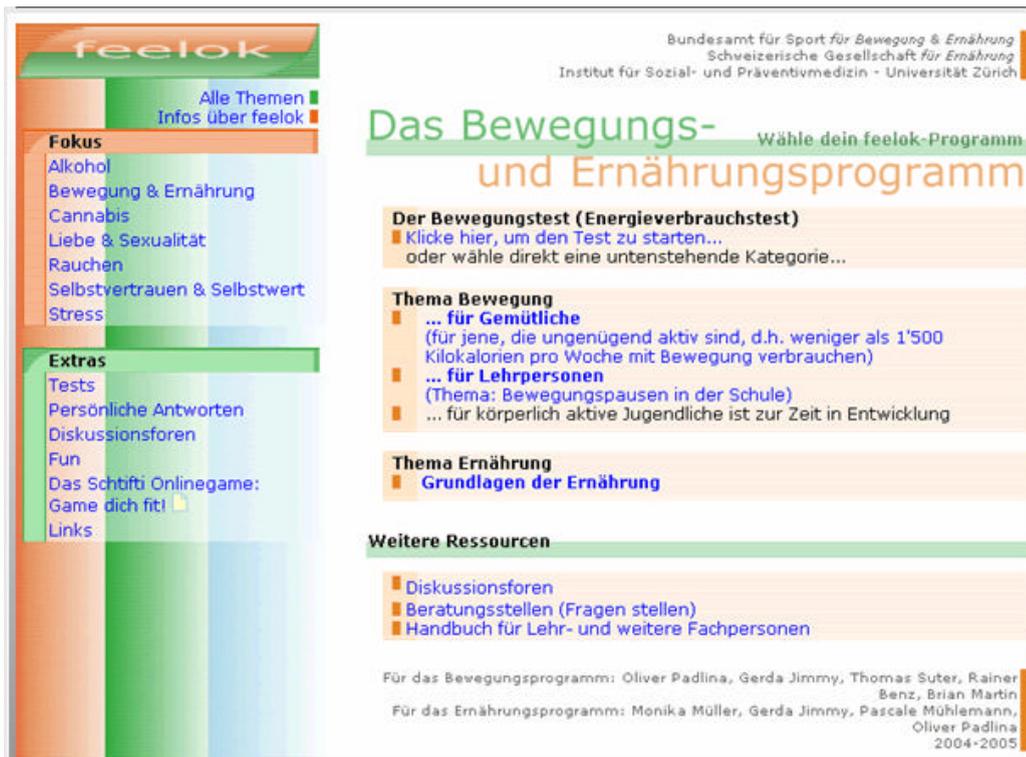
## 12. Die Rückmeldungen von Studienteilnehmern/innen.

Die Studienteilnehmer/innen haben meistens eine Rückmeldung über die einzelnen Illustrationen unserer Webangebote gegeben, wenn sie kritische Bemerkungen über das Design von feelok und tschau.ch hatten. Diese Kommentare beinhalten interessante Hinweise, die nützlich sein könnten, falls man in Zukunft das Design von feelok oder tschau.ch anpassen will.

Nota Bene:

Alle Rückmeldungen wurden unkorrigiert und unsortiert von der Datenbank übernommen. Für die (zahlreichen) Fehler ist nicht der Autor dieses Berichtes verantwortlich.

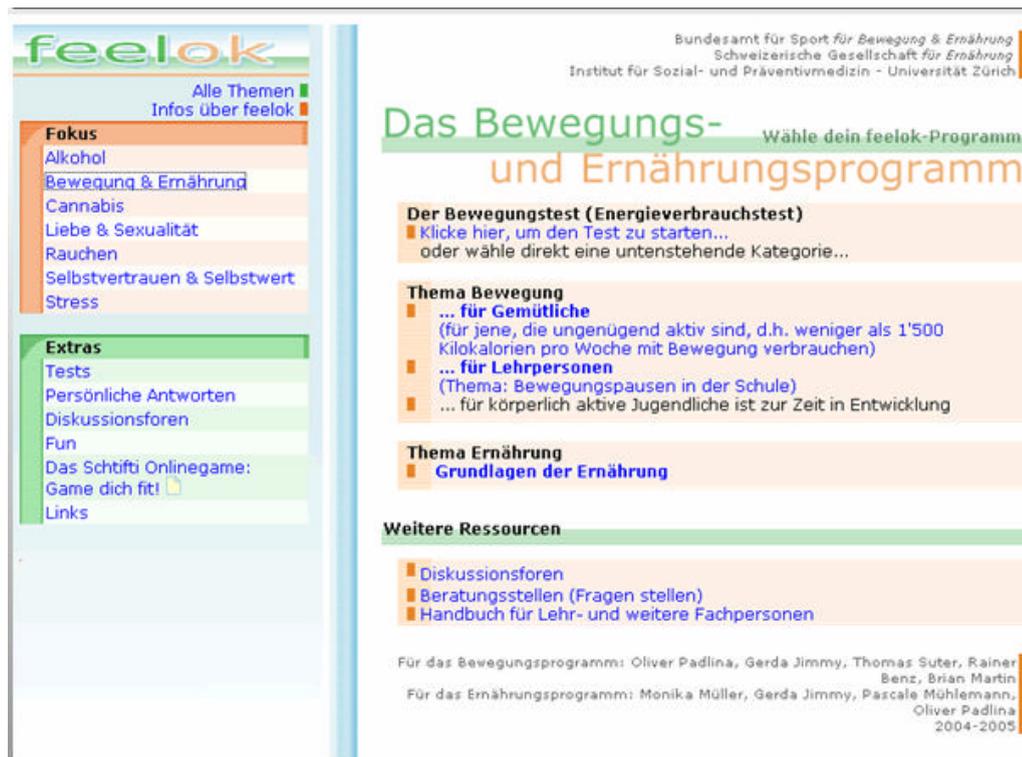
Das aktuelle Design von feelok - Startseite



1. Ja,ja geht so
2. isch voll geil
3. is ur genial
4. Zwar modern, aber etwas mehr... Finesse wäre wünschenswert!
5. zu wng farbfröh!
6. Zu viele Farben!!! macht es schwer die tezte zu lesen... je schlichter, desto einfach zu lesen, allerdings auch schwerer zu erinnern, darum wuerde ich sagen, macht fdoch einen bunten banner, welcher einen guten eindruck macht, und haltet den rest schlich
7. zu unruhig auf der linken seite
8. zu gedrängt
9. zu erwachsen
10. zu bunt, besonders die Navigationsleiste links
11. vileicht ein bisschen grell von den Farben her
12. vielleicht fast zu farbig
13. "viel zu unstruckтуриert"
14. Viel zu unübersichtlich und zuviel auf einmal
15. Unübersichtlich und mir gefällt die Farbkombination nicht
16. toll das es so farbig ist, aber leider einbisschen verwirrend für die augen, da der schrifttext in blau ist
17. Texte sind teilweiseabgehackt kann nicht alles lesen mit meinem 12" iBook

18. sieht schlecht aus
19. sehr schön...weiter so
20. Schrift in blau stört mich
21. nicht so übersichtlich, verwirrend wegen den Farben
22. naja es geht so nur die themen sind ein bisschen zu ...
23. schön!!
24. Mir gefällt die Homepage eigentlich ziemlich gut. Die Seite fällt einem auf. Die Optik spricht mich an. Kurz: Es gefällt mir gut.
25. langweilige Farben, Blau immer etwas mühsam zu lesen!
26. ich finds einfach der hammer!!!
27. Ich finde feel ok eine gute seite, wenn man mal nicht witer weiss.. Marion
28. "ich finde die seite nicht so gut"
29. Ich finde die Farben und das Layout an sich sehr stur, langweilig, unfrohlich und altmodisch! Mir gefallen die Ecken und Kanten nicht!
30. ich finde die farben passen nicht zusammen. Aber die darstellung ist gut!!!
31. "ich fide es gut
32. und was sagen die anderen??????????? bitte ich sag nur schweinchenrosa mit diesem gammel grün und das babyblau nicht zusammen passt!!!!!!!!!!!!!!!"
33. habe shcon besseres erstellt
34. gute Maske, man kann sich leicht orientieren
35. farbig und trotzdem noch übersichtlich...
36. Farben und Gesamtbild passen nicht
37. etwas fad
38. "Es ist ein bisschen FADE mehr Farben."
39. Es gibt (zu) viel, aber es ist schön
40. er ist wircklich toll
41. Ein bisschen viel Farbabstufungen, viel Text auf 1 Seite
42. ein bisschen unübersichtlich, die nav
43. Dieser Look hat zu viele Farben und ist zu unübersichtlich.
44. Die rechte seite erscheint mir ein wenig zu kreativ
45. Die Navigation links ist nicht schön. Etwas weniger bunt würde seriöser wirken.
46. die Farbmuster stressen das Auge
47. die Farben sind ein bisschen komisch auf der linken seite
48. die Farben isnd zu blass
49. der Kontrast (rot-grün) ist zu schwach
50. das logo kann man nicht gut lesen, verschwimmt ineinander (feelok), die schrift gefällt mir nicht, die schattierungen sind veraltet.
51. "Das neue Outfit ist übersichtlich, jedoch könnte es ein bisschen luftiger sein."
52. cool
53. Beim Layout meint man ja fast man sei auf nem Trip... Sollte etwas einfacher daher kommen
54. "Auf zu engem Raum zu viele Infos zu kompakt Übersicht erschwert"
55. Auf den ersten Blick unübersichtlich. farbliches wirr warr
56. auf den ersten Blick sehr bunt, würde auf mich verwirrend wirken- wenn ich feelok nicht kenne würde
57. "angenehme Farben
58. übersichtlich
59. alte farben/ desing

## Der Vorschlag für ein neues Design für die Startseite von feelok



1. zu bunt
2. Wieder die Farben
3. weltklasse!
4. Themen sind gut aber es sollte grelle farben haben
5. super!
6. schon besser....
7. ruhiger, recht klar
8. Rechts etwas zu gedrängt
9. Klare Trennung finde ich eigentlich nicht schlecht. Farben sind nicht so toll
10. Ja, viel besser als auf der ersten Seite
11. immer dasselbe
12. herzlich aber unübersichtlich
13. gut bis auf schriftzug feelok
14. etwas besser > die farben entsprechen mehr dem "feel ok"
15. Es sieht einfach langweilig aus
16. es ist nichts spezielles
17. ebenfalls zu viele verschiedene Farben und zu unübersichtlich
18. die farben sind komisch!
19. da is ein bissl blau drinnen aber diese farbzusammenstellung macht was anderes!!!!!!!!!!!!!!
20. blaue Schrift stört - besser dunkelbraun oder dunkelgrün
21. bisschen unübersichtlich und viel Text
22. besser
23. übersichtlich



1. zuviel text und zuwenig grafik oder bilder auf den ersten blick.
2. zuviel auf 1 Seite
3. Zu viel Text, zu blau! Unübersichtlich, nicht sehr ansprechend für junge Leute! Junge Leute möchten nicht so viel Text auf einmal. Und es spricht das Auge auch nicht an.
4. Zu viel Info auf einer Seite kaum überschaubar kein ansprechendes Gesamtbild
5. zu undeutlich zu klein
6. zu normal aber doch akzeptabel!
7. zu überladen
8. Ziemlich gedrängt
9. von der Farbe her schon besser, weil es nicht mehr zu bunt ist. Jedoch immer noch zu unübersichtlich
10. viel zu klein geschrieben
11. viel info
12. viiiiiel besser als die anderen 4 designs
13. unübersichtlich
14. tschau.ch ist eine super seite!!
15. super darstellung und die farben sind schön!!
16. so viel text!
17. sieht besser aus
18. seltsame Farbe, gut übersichtlich
19. sehr gut!!! noch ein banner, und dann ist gut
20. Schrift zu klein
21. schaut zu sehr nach MS Windows aus
22. schöne Farben, und sie passen auch
23. orange hat mir eigentlich besser gefallen, da diese einen dazu aufruft, mitzumachen. blau stattdessen ist zu ruhig und passt nicht zu den aufgewühlten und chaotischen Gefühlen von verirrten Kids oder Teenagern
24. logo ok, unklar ist mit einem blick der inhalt!
25. in schwarz wäre es viel schöner!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
26. i.O
27. hier stimmen die farben si passen zu einander
28. herzig ich hasse blau man sollte ein bissl mehr farbe rein bringen
29. Gut designte Seite

30. gut dargestellt
31. Grundsätze graphischer Gestaltung werden mit Füßen getreten (weder Fisch noch Vogel: Zwischending zwischen Flyer und Info-Site)
32. einfach toll
33. das wäre schön in blond
34. das blau tut weh in den Augen
35. Bild fällt auseinander, wegen den Rahmen

Das Bewegungsprogramm von feelok - aktuelle Version



1. super schön gestaltet
2. zu kindlich; Jugendliche möchten eher wie Erwachsene behandelt werden, als wie Kinder
3. zu bunt
4. Zeichnung ist super!
5. Wieder die unschöne Navigation links. Hauptseite wirkt gut
6. wie wäre es wenn die Schriftfarbe links mit der rechts übereinstimmte ( dzt. rot im allgemeinenthemen, grün in der Überschrift und blau in der Ankündigung)
7. sehr übersichtlich
8. Schrift zu klein
9. rechte seite hat zuviel infos oder auswahlmöglichkeiten auf den ersten blick
10. nicht gut
11. man sollte nicht gezeichnete innereinen darstellen sondern echte!!!!!!!!!!!!!!
12. Man erfährt viele Sachen, und es steht die Wahrheit, nicht so wie im Bravoheftchen oder so.
13. linke Seite zu dicht, zu unruhig. Männchen spricht ev. Kinder, kaum mehr aber Adoleszente an
14. Kindgerecht Erwachsene?
15. ich würde weniger Farben nehmen und mich auf eine konzentrieren. Ausserdem würde eine Systematik gut tun, mehr Übersicht
16. hier sieht man auf einen blick was es gibt!!!
17. herzig
18. guter Comic, links nicht gut lesbar
19. etwas zu klein geschrieben

20. es könnte irgendwie klarer sein, man kann sich fast nicht auf die schriften konzentrieren, sieht ansonsten aber wirklich gut aus!
21. es geht so
22. den anderen etwas ähnlich und etwas zu "bunt"
23. das mäntli ist herzig
24. Das Männchen machts aus..
25. Das Männchen ist super!
26. da war ja das erste noch besser...

Das Bewegungsprogramm von feelok - neuer Vorschlag



1. Wieder viel besser als zuvor
2. wie vorher
3. suuuuuuuuuuuuuupi
4. sollte einfacher daher kommen...
5. schaut scho besser aus aba des is a bissl lila
6. ruhiger, klarer. Männchen fragwürdig für Adolescente
7. ist das gleiche wie vorhin
8. gut gegliedert
9. gefällt mir am besten!
10. die Farbauswahl ist duetlich besser. Dennoch, da diese Seite für Jugendliche dacht ist, wären stärkere Farben etwas ausdrucksvoller, stattdessen verleihen diese hellen ruhigen Farben eine "Spital-Stimmung" :- (
11. der schriftzug feelok auf der linken Seite ist nun sehr gut.
12. Der Rand links hat mer style als das vorherige Bild.
13. der banner kommt gut... etwas andere farben als diese... diese machen das ganze etwas schwul
14. das logo!
15. da sieht das vorher schon besser aus, obwohl man hier besseren Überblick hat.
16. bisschen bessser
17. BEWEGUNG links oben sollte deutlicher hervorkommen, zu blass und unscheinbar