



ARCHIVEXEMPLAR

Reg.-No. 10039
(1.5.4)

- Ergebnisse einer BZgA-Umfrage bei Nutzern des
Bildschirmtext-Systems -

Februar 1982

Bundeszentrale für
gesundheitliche Aufklärung
Ostmerheimer Strasse 200 - Telefon 89 92-1
5000 Köln 91 Merheim
Telex-Nr. 8273658 bzga d

Ref. - 3-35 -

Inhaltsübersicht

	<u>Seite</u>
<u>I. Einführung</u>	
1. Das Prinzip von Bildschirmtext/ Videotext	1
2. Die Gestaltung von Bildschirmtext	5
3. Die Technik von Bildschirmtext	8
4. Die Einführung von Bildschirmtext	8
<u>II. Gegenstand der Umfrage</u>	
1. Vorbemerkung	13
2. Zielsetzung	23
3. Erhebungsgrundlage und regionale Verteilung	24
4. Methodik und Befragungszeitraum	26
<u>III. Ergebnisse</u>	
1. <u>Überblick</u> über Rücklaufquote, Kosten und weitere Merkmale (Bestellerstruktur, Tätigkeit, u.a.)	31
a) Anzahl der Fragebogenrückläufe	31
b) Kosten der Umfrage	31
c) Befragte nach Geschlecht	32
d) Angaben zur Befragtenstruktur nach Funktion und Tätigkeit	33
e) Angaben zur Befragtenstruktur nach Arbeitsplatz, Institution, u.a.	34
f) Angaben zur Befragtenstruktur nach Testregionen (<u>Postleitzahlbezirken</u>)	35
2. <u>Überblick</u> über die Ergebnisse zu den Fragen -1- bis -9- des Fragebogens	36
<u>IV. Zusammenfassung der Ergebnisse</u>	49
<u>V. Ausblick</u>	52

I. EINFÜHRUNG

Btx ist eine technische Entwicklung, die den Fernsehempfänger zur Darstellung geschriebener oder grafischer Informationen nutzt, die über das Fernsprechnetz übermittelt werden. Netzträger dieses neuen Fernmeldedienstes ist die Deutsche Bundespost, die das Kommunikationssystem "Bildschirmtext" anlässlich der Internationalen Funkausstellung 1977 in Berlin erstmals der Öffentlichkeit vorstellte. 1)

1. Das Prinzip von Bildschirmtext/Videotext

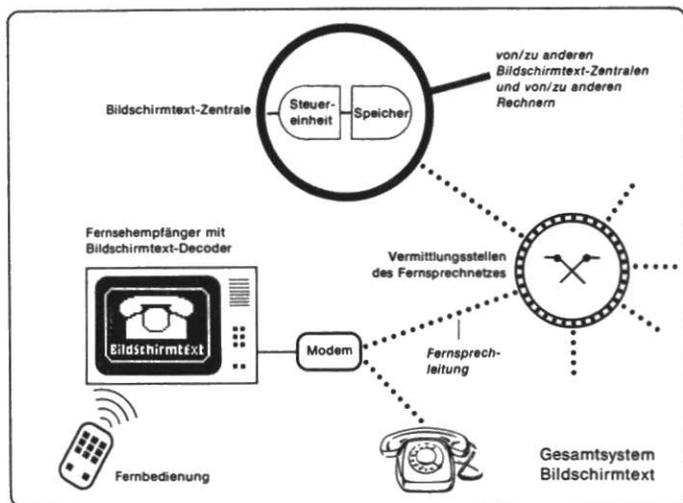
- Die Vermittlungsfähigkeit des Informations- und Kommunikationssystems "Bildschirmtext" stützt sich einerseits auf einen - hochgerechneten - Versorgungsgrad von über 90 % aller Haushalte mit Telefon (1985), andererseits auf eine Quote von etwa 95 % aller Haushalte mit Fernsehempfänger bereits gegenwärtig.
- Ein vergleichbares Info-System ist "Videotext", bei dem die Informationen zusätzlich zu einem Fernsehprogramm ausgestrahlt werden. Dieses Verfahren erlaubt jedoch keinen Dialog mit der Zentrale. Ferner können dabei nur etwa 100 Textseiten gesendet werden, während die Anzahl der übertragbaren Textseiten bei Bildschirmtext technisch nicht begrenzt ist.
- Bildschirmtext-Teilnehmer benötigen zusätzlich zu ihrem Fernsprechananschluß ein Gerät, das den Fernsehempfänger an das Fernsprechnetz anpaßt. Nach seiner Hauptfunktion (modulieren und demodulieren) heißt das Anpassungsgerät "Modem". Weiterhin benötigt der Teilnehmer einen Fernsehempfänger neuer Generation, der einen "Bildschirmtext-Decoder" enthält. Dieser speichert die empfangenen Textinformationen und wandelt sie in stehende Fernsehbilder, in sogenannte "Bildschirmtext-Seiten" um.

1) Die nachfolgenden einführenden Bemerkungen sind entnommen: "Bildschirmtext-Beschreibung und Anwendungsmöglichkeiten", Der Bundesminister für das Post- und Fernmeldewesen, Bonn, 1977

Jeder Teilnehmer ist einer Bildschirmtext-Zentrale zugeordnet. Die Verbindung zur Zentrale wird vom Teilnehmer durch Anwahl hergestellt. Nach dem Verbindungsaufbau steuert die Zentrale den Dialog mit dem Teilnehmer und vermittelt den Zugang zu den abrufbaren Informationen.

Das nachstehende Schaubild - 1 - gibt einen Überblick über das Gesamtsystem mit den Einrichtungen beim Teilnehmer, im Fernsprechnetze und in der Bildschirmtext-Zentrale.

Schaubild - 1 -



Aus dem nachstehenden Schaubild - 2 - über den Dialog zwischen Teilnehmer und Btx-Zentrale wird deutlich, wie der Teilnehmer die Information durch ein schrittweises, programmgeführtes Frage-Antwort-Spiel sucht. Hierzu müssen die Informationen nach einer baumförmigen Suchstruktur gegliedert sein.

Schaubild - 2 -

Dialog zwischen Teilnehmer
und Bildschirmtext-Zentrale



a) Anfangsseite



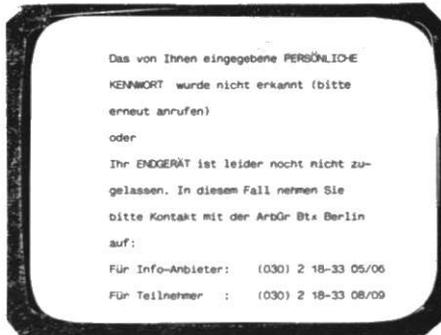
b) Hinweis auf Mitteilung



c) Übersicht



d) Inhaltsverzeichnis



e) Hinweise bei Fehlbedienung



f) Schlußseite

Die Darstellungsform von Bildschirmtext unterliegt in Bezug auf die Anzahl der gleichzeitig auf den Fernschirmschirm darstellbaren Zeichen (Buchstaben, Ziffern, einfache Grafikelemente) bestimmten Beschränkungen.

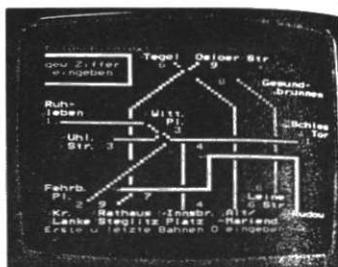
Eine Bildschirmtext-Seite enthält bis zu 24 Zeilen mit bis zu 40 Zeichen je Zeile. Jedes Zeichen kann in weiß oder in einer von 6 Farben gezeigt werden. Einige Beispiele zur Gestaltung von Btx-Seiten sind in Schaubild - 3 - illustriert.

Schaubild - 3 -

Beispiele
für Bildschirmtext-Darstellungsformen



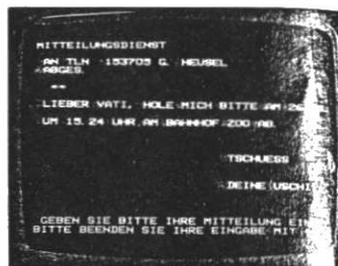
a) Textseite



b) Grafikseite



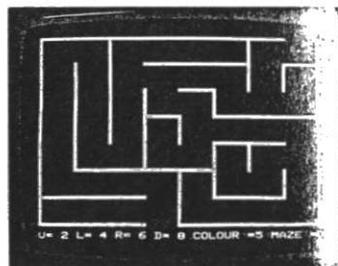
c) Mitteilungsseite mit vom Absender eingefügten Zahlen



d) Mitteilungsseite mit vom Absender eingefügten Textteilen



e) Seite mit effektvoller grafischer Darstellung



f) Seite mit Darstellung eines Spiels

2. Die Gestaltung von Bildschirmtext

Das Interesse am Btx-Dienst hängt entscheidend von der Attraktivität der Anwendungen und Inhalte ab. Dabei muß die Beurteilung aus der Sicht der anzusprechenden Teilnehmer und ihrer Bereitschaft, für die Nutzung auch Geld auszugeben, erfolgen.

Als Teilnehmer von Bildschirmtext kommen hauptsächlich in Betracht:

- o Private Haushalte,
- o Beschäftigte im Dienstleistungssektor,
vor allem
Freiberufler, Handels- und Gewerbetreibende,
- o Beschäftigte im industriellen Sektor,
vor allem
Beschäftigte mit Planungs- und Führungsfunktionen.

Die erste Abschätzung über die Anzahl der Btx-Teilnehmer ergibt ein Schwergewicht bei den privaten Haushalten. Es zeigt sich deutlich, daß erst das Einbeziehen der privaten Haushalte die angestrebte weite Verbreitung des Dienstes ermöglicht. Die Anforderungen an einen öffentlichen Informations- und Mitteilungsdienst werden daher im wesentlichen durch die privaten Haushalte bestimmt.

Eine Übersicht über die Anwendungsmöglichkeiten von Bildschirmtext gibt das nachstehende Schaubild - 4 - mit typischen Beispielen, die nach Anwendungskategorien geordnet sind.

Schaubild - 4 -

Bildschirmtext-Anwendungen	
Anwendungskategorien	Anwendungsbeispiele
<p>1 Informationen für mehrere</p> <p>1.1 Abrufinformationen für alle Teilnehmer</p>	<p>Aktuelle Übersichtsinformationen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nachrichten, Sport, Wirtschaft, Lokales, Notdienste, Lotto/Toto <p>Informationen von Behörden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Besuchszeiten, Sitzungstermine von kommunalen Parlamenten, lokale Verordnungen, Verzeichnisse (Adressen, Straßen, Tarife und Gebühren) <p>Informationen über Reisen und Verkehr</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zimmernachweis, Urlaubsreisen, Reisewetter, Wandervorschläge, Fahrplanauskünfte <p>Informationen über kulturelle und sonstige Veranstaltungen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Theater- und Konzertprogramme, Filmprogramme, lokaler Veranstaltungskalender, Bestseller und Neuveröffentlichungen <p>Informationen der Wirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> - Branchenverzeichnis, Konditionen, Kurse (Devisen, Papiere, Rohstoffe) <p>Informationen für Haushalte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hobby, Rezepte, Kleinanzeigen, Verkaufsangebote, Immobilien, Stellenangebote
<p>1.2 Abrufinformationen für Teilnehmergruppen</p>	<p>Informationen für gewerbliche Verbraucher</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hersteller-, Bezugsquellenverzeichnis, interne Fernsprechauskunft <p>Informationen für Freiberufler</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ärzte (Medikamentenverzeichnis, Kurmöglichkeiten), Apotheken, Rechtsanwälte (Rechtsauskünfte), Steuerberatung <p>Informationen für Mitglieder in Vereinen, Clubs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Veranstaltungshinweise, Wahlergebnisse, Satzungsänderungen
<p>1.3 Mitteilungen an mehrere Teilnehmer</p>	<p>Hinweise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Geschäftseröffnungen, Mitgliederversammlungen, Zahlungstermine, Mahnungen, Mitteilungen an Klienten und Patienten
<p>2 Informationen für den Einzelnen</p> <p>2.1 Mitteilungen eines anderen Teilnehmers</p> <p>2.2 Mitteilungen von mehreren Teilnehmern</p> <p>2.3 Abrufinformationen persönlicher Art</p>	<p>Glückwunsch- und Grußkarten, Verabredungen, briefliche Mitteilungen, Spiele mit Partnern</p> <p>Warenbestellungen, Reservierungen, Buchungen, Schadensmeldungen</p> <p>Kontostand, persönlicher Terminkalender</p>
<p>3 Dialog mit dem Rechner</p> <p>3.1 Rechendienstleistungen</p> <p>3.2 Aus- und Weiterbildung, Tests</p> <p>3.3 Computerspiele</p>	<p>Mathematische Berechnung, programmgeführte Berechnungen (Kalkulationen, Renten, Finanzierungen, Steuererklärung)</p> <p>Heimkurse, Schulaufgaben, Erwachsenenbildung IQ-Tests, Eignungstests</p> <p>Labyrinth</p>

Der Zugang zum Btx-System steht grundsätzlich jedem Fernsprechteilnehmer offen. Zugangsbeschränkungen aus technischen Gründen sind nicht zu erwarten, und zwar weder für Teilnehmer noch für Informationsanbieter.

Hinsichtlich der Kostenstruktur ergeben sich folgende Kostenquellen:

a) Der Zusatzaufwand für den Btx-Decoder im Fernsehempfänger.

Hierfür wird ein Mehrpreis von
ca. 200,-- bis 500,-- DM
geschätzt.

b) Der Aufwand für die Leistungen der DBP im Netzbe-
reich:

Anschließungs-, Anschaffungs- und Bereitstellungs-
kosten für neue Einrichtungen sowie eine monat-
liche Grundgebühr, wobei letztere auf etwa 5,-- DM
geschätzt wird. Den Informationsanbietern ent-
stehen Kosten für die Bereitstellung der Btx-Zen-
trale, der Speicherkapazität, der Unterstützungs-
software, der Eingabegeräte, etc.. Ferner ist ge-
plant, daß jeder Teilnehmer seine zugeordnete
Btx-Zentrale zu den Verkehrsgebühren des Fernsprech-
Nahdienstes erreichen soll.

c) Der Aufwand für die Bereitstellung der Inhalte.

Die Kosten für die Informationen sind noch nicht
abschätzbar, insbesondere bei solchen Inhalten, die
häufig aktualisiert werden müssen oder die einen
aufwendigen Aufbereitungsprozeß erfordern (z. B.
Lehrprogramme).

...

3. Die Technik von Bildschirmtext

Schaubild - 5 -

- Übertragungsgeschwindigkeiten:
 - Teilnehmereinrichtung - Bildschirmtext-Zentrale
75 bit pro Sekunde
 - Bildschirmtext-Zentrale - Teilnehmereinrichtung
1200 bit pro Sekunde

- Übertragungsverfahren im Fernsprechnet
 - bitserielle Übertragung
 - asynchrone Übertragung

- Zeichencodierung
 - Grundlage ist die Codetabelle ISO 7, die nach einem Vorschlag des British Post Office (BPO) für Viewdata modifiziert ist und auch für Bildschirmtext in Betracht kommt.

- Zeichenformat für Übertragung
 - 1 bit Start
 - 7 bit Zeichen
 - 1 bit Paritätsprüfung
 - 1 bit Stop

- Seitenformat
 - 24 Textzeilen je Bildschirmtext-Seite
 - 40 Zeichen je Textzeile

- Zeichenvorrat
 - Buchstaben (Groß- und Kleinbuchstaben) und Symbole 68
 - Ziffern 10
 - Interpunktionszeichen 14
 - grafische Symbole 64
 - Steuerbefehle (einschl. Steuerung Farben und Cursor) 47

- Farbdarstellung
 - 6 Farben und weiß

- Technische Daten

(Stand: August 1977) -

Nach Abschluß der Pilot-Phase bzw. bei bundesweiter Einführung des Btx-Dienstes soll der vorgesehene neue Standard erheblich mehr Bild- und Tonelemente enthalten.

4. Die Einführung von Bildschirmtext

Die Berechtigung für die Einführung eines allgemeinen Dienstes leitet sich in erster Linie aus dem Interesse der Bundesbevölkerung an diesem Dienst her. Anders als in Wirtschaft und Verwaltung, in denen z.B. eine Kosten-Nutzen-Untersuchung Rückschlüsse auf den Wert und damit auf die Akzeptanzwahrscheinlichkeit von neuen Fernmelde-

...

diensten zuläßt, ist das private Interesse schwer "berechenbar". Hier müssen Feldversuche, in denen der private Teilnehmer über einen gewissen Zeitraum hinweg die Möglichkeit erhält, das neue Dienstangebot zu testen, Aufschluß darüber geben, ob und in welchem Umfang ein neuer Dienst auch im privaten Bereich Wiederhall findet. Die Deutsche Bundespost hat daher ab 01. Juni 1980 einen solchen Feldversuch begonnen, der sich auf die Testregionen Düsseldorf - Neuß und Berlin beschränkt und vor allem folgende Aspekte beinhaltet bzw. berücksichtigen soll:

- o Systementwicklung
- o Dienstangebot
- o Endgeräte
- o Bildschirmtext-Standards
- o Wissenschaftliche Begleituntersuchungen
- o Medienpolitische Entscheidungen

Ein Anbieter- und Schlagwörterverzeichnis enthält sämtliche am Feldversuch beteiligten Informationsanbieter.

Einen Auszug aus dem Anbieterverzeichnis gibt das nachstehende Schaubild - 6 - wieder.

Schaubild - 6 -

82. Anbieterverzeichnis

(Fortsetzung)

Fachzeitschriften, Familienhilfe, Feld, Garten, Gartenbau, Gartenpflege, Gesundheit, Handbücher, Haushalt, Heilpflanzen, Hobby, Jagd, Jogging, Käse, Landtechnik, Landwirtschaft, Motorsport, Natur, Ratgeber, Rat und Hilfe, Rezepte, Sachbücher

Braun AG 409
Am Schanzenfeld, 6242 Kronberg/
Taunus
06173/7041, Telex 0415 429

Braun Org.-u.Ver.gesellschaft 799
Britain Tourist 570
British Airways 431
Brockhaus-Lexikon s. 273
F.A. Brockhaus
BSV - Bank 598
BT-Info + Werbeservice 562
BT-Kolleg 652
BT-Spaß+Spiel 602
BT-Workshop Young & Rubicam 533



BTT BildschirmText- und Technik GmbH 558
Grünstraße 4-6, 4000 Düsseldorf,
0211 / 32 57 93
Agentur für Bildschirmtext- Programm-
design . Hardware - Consulting .
Inhouse-Systeme . Internationale
Videotextsysteme . BTX-Training .
Umbrella-Agentur für folgende
Informations-Angebote:
Ausstellungen, Ausstellungs- und
Messebau, Automaten, Badezimmer-
einrichtung, Bauen, Billard, Blumen,
Boutiquen, Datenschutz, Datentechnik,
Design, Dienstleistungsangebote,
Edelmetalle, EDV, Fachgeschäfte,
Fahrräder, Fernmeldetechnik, Fern-

schreiben, Formgebung, freie Berufe,
Freizeit, Freizeitbeschäftigung,
Gestaltung, Gold, Grafik,
Herrenausstatter, Hilden, Hydro-
kultur, Informationsdienstleistungen,
Kommunikationstechnik, Mode, Produkt-
gestaltung, Raumausrüstung, Seminare,
Software, Sport, Sportartikel, Tele-
Kommunikation, Terminals, Text-
kommunikation, Training, Typografie,
Visuelle Kommunikation, Wand-
verkleidung, Zahntechnik,
Zimmerpflanzen

BTX-Partner GmbH 681
Btx Pool-Werbung 777
Büro Hildebrandt 782
Bundesanst. f. Materialprüfung 651
Bundesfachschule Parfümerie-
Einzelhandel 664
Bundesverb.d.Dt.Volks-
u.Raiffeisenbanken 478
Bundesverband Druck 354
Bundesverband Dt. Banken e.V. 459
Bundesverband Parfümerie-
Einzelhandel 275
Bundesverein. d. Dt.
Arbeitgeberverb. 448
Bundeszentr. f. gesundheitl.
Aufklärung 252
Burgenland Landesverkehrsamt 50151



Centralvereinigung Dt.
Handelsvertreter 261
Ceylon-Reisen 480
COLORENT Fernsehvermietung 702
Commerzbank 389
Computer-Shop Minhoff 814
Concordia Versicherungen 712

Conrad Electronic 744
coop West AG 231



DAG in NRW 233
Danet/Datel 567
Darmstädter Echo 357
Daten-Service Beck 640
Datenschutzbeauftragter Berlin 679
DATEV e.G. 547

Delvag Luftfahrtversicherungs- AG 500
Von-Gablenz-Str. 2-6, 5000 Köln 21
0221/826-1, Telex 08 873 531

Deutsche Airbus GmbH 287
Deutsche Bank AG 700
Deutsche Bank AG 391
Deutsche Beamten-Versicherung 375
Deutsche BP AG 729
Deutsche Bundesbahn 501971
Deutsche Bundesbahn 258
Deutsche Bundespost 787
Deutsche Krankenversicherung 358

Deutsche Lufthansa AG 500
Kurfürstendamm 220, 1000 Berlin
0 30/8 87 55

Deutsche Presse-Agentur GmbH 309
Deutsche Städtereklamе GmbH 625
Deutsche Verkaufsfleiter-Schule 6816
GmbH
Deutscher Bäderverband 565

Teilnehmer am Feldversuch in beiden Testgebieten sind je 2.000 Privathaushalte und je 1.000 gewerbliche Beteiligte, wie Schaubild - 7 - zeigt.

Schaubild - 7 -

Bildschirmtext- Statistik	Btx-Zentrale	Berlin		Düsseldorf	
		priv	gewb	priv	gewb
05.04.82	Tin-Kontingent noch verfügbar	2000	1000	2000	1000
			0		531
	Teilnehmer	2000	867	1510	605
	Seitenzahl	192.380		181.725	
	Anrufe April 82	2.520		1.950	
	Anrufe gesamt	859.590		831.360	
	Anbieter	874		875	
	Btx-Anschlüsse gesamt	4.380		3.585	

Berlin

-----priv: Teilnehmer, die sich selbst für die Erprobung in Berlin gemeldet haben.

-----gewb: Teilnehmer, die von Anbietern für die Erprobung in Berlin benannt wurden.

Düsseldorf

-----priv: Teilnehmer, die nach sozio-demographischen Kriterien für den Feldversuch in Dssd/Neuss ausgewählt wurden.

-----gewb: Teilnehmer, die von Anbietern für den Feldversuch Dssd/Neuss benannt wurden.

Die als Kernzielgruppe bezeichneten Haushalte zeichnen sich durch folgende Kriterien aus:

Haushaltsvorstand unter 60 Jahre, hohes formales Bildungsniveau, hoher Anteil leitender Berufe, hohes Einkommen, intensive Mediennutzung, hohe Informationsfrequenz. Insgesamt also handelt es sich hier um Mittel- und/oder Oberschichthaushalte.

Das nachfolgende Schaubild - 8 - gibt einen Überblick über die Sozialstruktur der Interessengruppen für Btx. 1)

Schaubild - 8 -

Sozialstruktur der Interessengruppen für Bildschirmtext				
	Haushalte insges.	Weite- ster In- teressen- tenkreis	Ergerer Interes- senten- kreis	Kern- ziel- gruppe
	%	%	%	%
Insgesamt	100	100	100	100
Alter des Haushaltsvorstandes				
18 - 29 Jahre	14	17	18	18
30 - 44 Jahre	36	39	44	46
45 - 59 Jahre	30	31	30	32
60 Jahre und älter	20	14	7	4
	100	100	100	100
Schulbildung des Haushaltsvorstandes				
Volksschule ohne Lehre	12	7	7	6
Volksschule mit Lehre	51	48	45	45
Mittelschule/Fachschule	18	21	22	23
Abitur	19	24	26	26
	100	100	100	100
Haushaltseinkommen				
Unter DM 1.500	22	17	13	13
DM 1.500 bis unter DM 2.250	29	27	26	24
DM 2.250 bis unter DM 3.000	24	23	20	21
DM 3.000 und mehr	26	33	41	43
	101	100	100	101
Berufstätigkeit des Haushaltsvorstands				
Handarbeitende Berufe	30	25	22	22
Schreibtischberufe/Verkaufsberufe	49	50	49	45
Leitende Berufe	21	25	29	34
	100	100	100	101
Haushaltsgröße				
1 Person	25	18	17	19
2 Personen	30	32	28	30
3 und mehr Personen	45	49	56	52
	100	99	101	101

Innerhalb des Feldversuchs Btx untersucht das Forschungsprojekt "Verbraucherinformationen in neuen Telekommunikationssystemen", das im Rahmen des Programms der Bundesregierung "Technische Kommunikation 1978 - 1982" gefördert wird, neue Wege der Verbraucherberatung. Träger des Projektes sind die Stiftung Warentest (Stiwa) und die Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher (AGV), beide in Berlin.

1) Vgl. W. R. Langenbucher, a.a.O., S. - 137 -.

II. GEGENSTAND DER UMFRAGE

1. Vorbemerkung

Seit dem 01. Dezember 1980 beteiligt sich die BZgA an dem beschriebenen Feldversuch in den Testregionen Düsseldorf-Neuß und Berlin mit einem Informationsangebot, das einen Überblick über die verschiedenen BZgA-Medien, ihre wichtigsten Inhalte, Verwendungszwecke, Zielgruppen und Bezugsmöglichkeiten umfaßt, und zwar zu folgenden 9 Themenbereichen:

Schaubild - 9 -

Gesundheitstips durch Bildschirmtext

Informationen über
Alkohol
Arzneimittel
Behinderte Menschen
Drogen
Ernährung / Übergewicht
Krebs
Rauchen
Familienplanung
Schwangerschaft

Wählen Sie die Nummer

*** 2 5 2 #**

**der Bundeszentrale
für gesundheitliche Aufklärung Köln**

beteiligt am Feldversuch der Deutschen Bundespost für
Bildschirmtext in Berlin und Düsseldorf/Neuß

Ferner werden in diesem Zusammenhang die Schlüssel-Medien der "Familienkampagne", verknüpft mit den genannten Themenbereichen, vorgestellt. Zu den beiden Komplexen "Krebs" und "Rauchen" ist ein ausführlicherer Informationsdienst vorhanden, der auf lokale Beratungs- und Handlungsangebote hinweist.

Auf den folgenden Seiten wird als Beispiel das Info-Angebot zum Bereich "Rauchen" dargestellt.

...

BZgA 2528a OP
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Köln) Rauchen

In der Bundesrepublik gibt es mehr Nichtraucher als Raucher. Viele Raucher überlegen sich auch, ob sie nicht mit dem Rauchen aufhören sollten.

Wir wollen:

Rauchern mit Tips beim Abgewöhnen helfen.

Nichtraucher -insbesondere Jugendliche- in ihrer Entscheidung nicht zu rauchen bestärken.

#

BZgA 2528b OP
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Köln) Rauchen

Wir haben für jeden, der sich für das Thema Rauchen interessiert, die passenden Informationen, je nachdem, ob Sie

- Erwachsener 1
- oder
- Jugendlicher 2
- sind, oder
- in der Erwachsenenbildung bzw. Erwachsenenberatung 3
- oder
- in der Jugendarbeit tätig sind 4

BZgA 25281a OP
Rauchen

Die folgenden Broschüren und Aufkleber erhalten Sie auf Wunsch kostenlos :

- a) 15 Sekunden zum Nachdenken informiert über die Wirkungen des Rauchens.
- b) Ich hab's geschafft Ich rauch' nicht mehr!
Aufkleber für Männer und für Frauen.

#

BZgA 25281b OP

.....
Rauchen
.....

Wenn Sie sich das Rauchen
abgewöhnen möchten, finden Sie
nähere Informationen zu
Raucherentwöhnungskursen
mit der 1

Hilfen zum Nichtraucher finden
Sie in einem Informationsdienst
der BZgA. Wählen Sie 2

Mehr über die Broschüre
15 Sekunden zum Nachdenken
erfahren Sie mit 3

Wenn Sie Broschüre und Aufkleber
bestellen möchten, wählen Sie die 4

BZgA 25286a OP

.....
Raucherentwöhnungskurse
.....

Das von der BZgA auf wissenschaft-
licher Basis entwickelte Trainings-
programm Eine Chance für Raucher-
Nichtraucher in 10 Wochen soll
Rauchern helfen, sich das Rauchen
dauerhaft abzugewöhnen.

Das Besondere an diesen Kursen ist,
daß das Rauchen dabei nicht abrupt
aufgegeben wird, sondern daß Sie es
sich Schritt für Schritt abgewöhnen.
Der Kursus wird in einer Gruppe von
maximal 15 Teilnehmern durchgeführt.

An wen Sie sich wenden können,
wenn Sie Interesse an einem Kurs
haben erfahren Sie mit 1

BZgA 25287a OP

.....
Adressen
.....

An folgende Institutionen, die
Raucherentwöhnungskurse durch-
führen, können Sie sich wenden:

- Allgemeine Ortskrankenkasse
Ref. B I
Herrn Dittrich

Kasernenstr. 61
4000 Düsseldorf 1

Tel.: 02 11/ 8 22 51

Weitere Adressen mit #

BZgA

25287a

OP

Adressen

An folgende Institutionen, die Raucherentwöhnungskurse durchführen, können Sie sich wenden:

- Otto-Suhr-Volkshochschule
Rollbergstr. 7
1000 Berlin 44
Tel.: 030 / 68 09 22 34

Weitere Adressen mit #

BZgA

25287b

OP

Adressen

- Bezirksamt Reinickendorf
Abt. Gesundheit
Herrn D. Orwat
Eichborndamm 215-239
1000 Berlin 26
Tel.: 41 92 - 1

- Bezirksamt Wedding
Gesundheitsberater f. Erwachsene
Herrn Reinhard Klein
Muellerstr. 146-147
1000 Berlin 65
Tel.: 4577 806 #

BZgA

25287c

OP

Adressen

- Bezirksamt Spandau
Abt. Gesundheitswesen
Herrn Dr. W. Musolf
Am Wall 3
1000 Berlin 20
Tel.: 3303 2357
- Paul-Löbe-Volkshochschule
Herr Eppenstein
Fehrbelliner Platz 4
1000 Berlin 31
Tel.: 8689 7912

Informationsdienst Hilfen zum Nicht-
rauchen ... 1
Mehr über die Broschüre 15 Sekunden
zum Nachdenken ... 2
Übersicht ... 0

...

Adressen

- Diakonie Düsseldorf
Frau G. Grübler

Langerstr. 209
4000 Düsseldorf 1

Tel.: 02 11/ 73 53 283

- Volkshochschule Neuss
(Fachbereich 6)
Herrn / Frau Handels

Oberstr. 17

4040 Neuss 1

#

Adressen

- Allgemeine Ortskrankenkasse
Gesundheitszentrum
Frau Christine Strutz-Etmanski

Neanderstr. 18
4020 Mettmann

Tel.: 02 104/ 760 31

Zur Übersicht mit 0

Rauchen

Die BZgA ist an einem, vom
Bundesminister für Forschung
und Technologie
geförderten, Forschungsprojekt
beteiligt. Im Rahmen dieses
Forschungsprojektes ist der
Bildschirmtext-Dienst
"Hilfen zum Nichtrauchen"
erstellt worden.
Sie verlassen daher den Dienst
der BZgA! Wieder zurück kommen
Sie mit

* 252 # .

"Hilfen zum Nichtrauchen" 1

Verbraucherauskunft 36438a OP
Hilfen zum Nichtrauchen

Gründe um mit dem Rauchen Schluß zu machen, gibt es viele; vor allem Geld und Gesundheit. Der Trend ist klar: immer mehr Raucher werden zu Nichtrauchern.



Wenn Sie zu den Rauchern gehören, die gerne das Rauchen aufgeben würden, aber nicht wissen wie .. 1

Informationen über die Schädlichkeit des Rauchens erhalten Sie mit 2

Bitte wählen Sie!

BZgA 25283a OP

15 SEKUNDEN..

Diese Broschüre will Rauchern helfen, die Bedeutung des Rauchens für die eigene Gesundheit richtig einschätzen zu können.

Zum einen werden die psychologischen und sozialen Hintergründe, die zum Rauchen führen, dargestellt;

Zum anderen werden die wesentlichen Einflüsse, die der Tabak auf die Körperfunktionen hat, beschrieben.

#

BZgA 25283b OP

15 SEKUNDEN..

Raucher sollen durch diese Informationen die Möglichkeit erhalten, ihr Rauchverhalten zu verstehen und zu kontrollieren.

Sie bekommen Hilfen, wie sie sich das Rauchen abgewöhnen können. Nichtraucher werden in ihrem Entschluß, nicht zu rauchen, unterstützt.

Wenn Sie die Broschüre 15 Sekunden zum Nachdenken bestellen möchten, wählen Sie bitte die 1
Weitere Informationen mit 2
Zur Übersicht mit 0

...

BZgA 25282a OP

Rauchen

Die folgenden Broschüren und Aufkleber erhalten Sie auf Wunsch kostenlos :

- a) 15 Sekunden zum Nachdenken informiert über die Wirkungen des Rauchens.
- b) Ist doch klar! Wir rauchen nicht! Aufkleber für Jugendliche.

#

BZgA 252831a OP

Rauchen

Wenn Sie sich das Rauchen abgewöhnen möchten, finden Sie nähere Informationen zu Raucherentwöhnungskursen mit der 1

Hilfen zum Nichtrauchen finden Sie in einem Informationsdienst der BZgA. Wählen Sie 2

Zur Übersicht mit 0

BZgA 25282b OP

Rauchen

Wenn Sie sich das Rauchen abgewöhnen möchten, finden Sie nähere Informationen zu Raucherentwöhnungskursen mit der 1

Hilfen zum Nichtrauchen finden Sie in einem Informationsdienst der BZgA. Wählen Sie 2

Mehr über die Broschüre 15 Sekunden zum Nachdenken erfahren Sie mit 3

Wenn Sie Broschüre und Aufkleber bestellen möchten, wählen Sie die 4

...

BZgA 25284a OP

Rauchen

Zum Thema Rauchen stehen folgende Filme (16 mm) der BZgA zur Verfügung:

- a) Rauchen oder Nichtrauchen (1976; 30 Minuten)

Dieser Dokumentarfilm versucht durch die Darstellung verschiedener Folgekrankheiten des Rauchens das Problembewußtsein zu verstärken.

#

BZgA 25284b OP

Rauchen

- b) Drogen, Gifte und ihre Wirkungen (16 mm; 1973; 32 Minuten)

Unter der gemeinsamen Überschrift informiert der Film über Nikotin, Alkohol und mißbräuchlich verwendete Arzneimittel ebenso wie über Cannabis, LSD und Heroin.

Die Bezugsadressen für die Filme erfahren Sie mit 1
Informationen über Raucherentwöhnungskurse mit 2
Den Informationsdienst Hilfen zum Nichtrauchen der BZgA mit 3

BZgA 25285a OP

Rauchen

Zum Thema Rauchen stehen folgende Filme (16 mm) der BZgA zur Verfügung:

- a) Rauchen oder Nichtrauchen (1976; 30 Minuten)

Dieser Dokumentarfilm versucht durch die Darstellung verschiedener Folgekrankheiten des Rauchens das Problembewußtsein zu verstärken.

#

...

BZgA

25285b

OP

.....
 Rauchen

b) Drogen, Gifte und ihre Wirkungen
 (16 mm; 1973; 32 Minuten)
 Unter der gemeinsamen Überschrift informiert der Film über Nikotin, Alkohol und mißbräuchlich verwendete Arzneimittel ebenso wie über Cannabis, LSD und Heroin.

Die Bezugsadressen für die Filme erfahren Sie mit 1
 Informationen über Raucherentwöhnungskurse mit 2
 Den Informationsdienst Hilfen zum Nichtrauchen der BZgA mit 3
 Wenn Sie Lehrer sind, weiter mit .. 4

BZgA

252851a

OP

.....
 Rauchen

Wenn Sie das Thema Rauchen im Unterricht behandeln wollen, können Sie folgendes Curriculum verwenden:

Curriculum Alkohol, Rauchen
 Selbstmedikation
 Werbung
 und Gesundheit

(Unterrichtseinheiten für das 1. - 4. Schuljahr der Grundschule)

Wie Sie das Curriculum bekommen, erfahren Sie mit 1
 Zur Übersicht kommen Sie mit 0

2. Zielsetzung

Für die BZgA als Anbieter von Informationen über das Btx-System ist es notwendig zu wissen, ob ihr Angebot in ausreichendem Maße auf die Bedürfnisse der Bildschirmtext-Nutzer eingeht oder ob es deren Erwartungen nicht voll entspricht bzw. entsprechen kann.

Von der Beantwortung dieser Frage, die generell u.a. durch Ergebnisse der im Rahmen des Gesamtprojektes laufenden wissenschaftlichen Begleituntersuchungen, ¹⁾ speziell u.a. durch eine erste von der BZgA selbst durchgeführte, limitierte Umfrage bei Bestellern von BZgA-Info-Material über das Btx-System unterstützt werden kann, wird es nicht zuletzt abhängen, ob und wie die BZgA nach Ablauf der Btx-Pilotphase ihr Informationsangebot wird weiter aufrechterhalten bzw. verbessern können.

Die im Rahmen der BZgA-Umfrage gestellten Fragen und ihre Ergebnisse sind daher ergänzend zu den erwarteten Ergebnissen der Begleituntersuchungen zu sehen. Sie werden zur gegebenen Zeit - soweit möglich - in Beziehung zu diesen Evaluationen gesetzt und ausgewertet werden. Dabei werden folgende Komplexe aus der Sicht der Informationsanbieter von besonderem Interesse sein:

-
- 1) Im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung zum Feldversuch "Bildschirmtext" sind z.B. beteiligt:
- o Wissenschaftlicher Beraterkreis (Prof. Scheuch, Köln; Prof. Treinen, Bochum; Prof. Langenbacher, München) in Zusammenarbeit mit dem Projektteam "Infratest-Medienforschung",
 - o Projektgruppe Bildschirmtext der Ruhr-Universität Bochum, Institut für Arbeitssoziologie und Arbeitspolitik.

...

- Suchstruktur des Systems Bildschirmtext
- Zeitaufwand für die Nutzung von Btx
- Probleme farblicher Gestaltung der Btx-Seiten
- Kosten der Btx-Nutzung
- Einschätzung des Informationsgehaltes von Btx
- Nutzungsverhalten und Nutzungsprobleme
- Ursprüngliche Erwartungen und tatsächliche Erfahrungen mit Btx - Einschätzung der künftigen Entwicklung
- Konkrete Änderungsvorschläge

Diese familienzentrierten Forschungsfragen sind eingebettet in die folgenden eher übergreifenden Erhebungsinhalte: 1)

- o Bestand an
Nutzung von > Kommunikationseinrichtungen
- o Kontakte mit Behörden u. ä.
- o Informations >
 - Bedarf
 - Verhalten
 - Defizite
 - Suchfertigkeiten
 - Suchstrategien
- o Wissen über
Einstellungen zu > Bildschirmtext

3. Erhebungsgrundlage und regionale Verteilung

Grundlage der Erhebung waren Unterlagen von insgesamt 201 Personen bzw. Institutionen, die sich am gegenwärtig laufenden Feldversuch Btx in den Testregionen Berlin und Düsseldorf - Neuß beteiligen und die bereits Info-Material der BZgA bis Anfang November 1981 bestellt haben.

1) Vgl. "Individuum und Haushalt als Informationssucher-Chancen für Bildschirmtext?", W. R. Langenbacher, München, Oktober 1979.

Die Bestellungen erfolgen nach einem einheitlichen Schema,
das nachfolgendes Muster zeigt.

Schaubild - 10 -

BZgA

OP

Hiermit bestelle ich folgende
Broschüre(n):
Bitte gewünschte Anzahl angeben,
dann weiter mit #

13010000 35 JEDES KIND HAT EIN RECHT,
ERWÜNSCHT ZU SEIN

13030100 35 BERATUNGSFÜHRER I

13030200 35 BERATUNGSFÜHRER II

Ronald u. Regina Jurk
Neuruppiner Str. 77
1000 Berlin 37
030 8013365 d
MIT 09 SEP

Abspeichern 1 - löschen 2

Während Broschüren und Aufkleber nur über das System selbst
bestellt werden können, ist die BZgA direkter Ansprechpartner
bei gewünschten Filmen, Ausstellungen und Unterrichtswerken
(Curricula).

Die eingehenden Bestellungen werden vom Institut für ange-
wandte Verbraucherforschung e.V., Köln, gesammelt und wochen-
weise zur Bearbeitung an die BZgA abgegeben. 1)

1) Eine von der BZgA veranlaßte Auswertung der bis zum
25.10.1981 eingegangenen Bestellungen nach Anzahl, Bestel-
lerstruktur, Zeitverlauf, Testregionen, Bestellmenge,
u.a. liegt seit November 1981 vor.

4. Methodik und Befragungszeitraum

- o Die Umfrage erfolgte als schriftliche Befragung anhand des nachstehenden Fragebogens nebst einführendem Begleitschreiben.
- o Der Befragungszeitraum erstreckte sich auf die Monate Oktober-November 1981.
- o Die Entwicklung der Konzeption und des Fragebogens sowie die Durchführung der Umfrage lagen ausschließlich bei der BZGA. Die EDV-Auswertung der eingegangenen Fragebogenrückläufe erfolgte durch das Rechenzentrum der Universität Köln, gemäß nachstehender Variablenliste (ohne Zusatzauswertungen).

Schaubild - 11 -

VARIABLENLISTE

VARIABLE		NAME
1	0001	OBJEKTNUMMER -
2	0002	GESCHLECHT -
3	0003	FUNKTION - TAETIGKEIT -
4	0004	INSTITUTION -
5	0005	POSTLEITZAHL -
6	0006	WIE INFO BZGA ERFAHR 1 -
7	0007	WIE INFO BZGA ERFAHR 2 -
8	0008	BZGA BEREITS BEKANNT -
9	0009	AND INFOMEDIEN BESTELLT -
10	0010	INFORMATION FUER WEN -
11	0011	FUNKTION EHRENAMTLICH -
12	0012	FUNKTION BERUFLICH -
13	0013	MATERIAL ENTSP ERWARTUNG -
14	0014	WARUM NICHT ENTSPROCHEN -
15	0015	BZGA EINFLUSS BESTELLUNG -
16	0016	FORM EINFLUSS -
17	0017	BEWERTG BZGA - AN ANBIET -
18	0018	BEGRUENDUNG BEWERTUNG -
19	0019	TEXTE DIREKT ABLESEN -
20	0020	AND FORM VERMITTLUNG -
21	0021	HINWEISE LOKALER BEZUG -
22	0022	SCHLAGWOERTER 1 -
23	0023	SCHLAGWOERTER 2 -

...

**Bundeszentrale für
gesundheitliche Aufklärung**

M u s t e r

Gesch. Z. - 3-35 -
Bei allen Antwortschreiben wird um Angabe des Gesch.-Z. gebeten.

5 KÖLN-MERHEIM, den im Oktober 1981
Osterheimer Straße 200

Postanschrift: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
5 Köln 91, Postfach 93 01 03

Tele: 8873488 hege 4
Fernruf-Sa.Nr. 89 92 - 1
Durchwahl 89 92 -

Herrn
Walter Wilfing
Franzstr. 14
1000 Berlin 20

Betrifft: Feldversuch "Bildschirmtext"
hier: Befragung von Teilnehmern bzw. Nutzern
des Informationsangebotes der B Z g A

Sehr geehrter Herr Wilfing,

vorweg möchten wir unsere Institution, die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), vorstellen: Sie ist eine öffentliche Einrichtung der Bundesregierung und gehört zum Geschäftsbereich des Bundesministers für Jugend, Familie und Gesundheit. Zu ihren Aufgaben gehört die Aufklärung der Bevölkerung über Möglichkeiten, gesund zu bleiben und Krankheiten zu vermeiden. Ziel der Arbeit der BZgA ist die Förderung gesundheitsgerechter Lebensbedingungen.

Wie wir aus Ihrer diesjährigen Bestellung von Informationsmaterial der BZgA ersehen können, gehören Sie zu den Teilnehmern des Feldversuchs "Bildschirmtext".

Wir möchten uns daher mit einer besonderen Bitte an Sie wenden: Da die BZgA bei diesem Feldversuch als Anbieter von Informationen beteiligt ist, möchten wir gerne wissen, ob unser Angebot in ausreichendem Maße auf die Bedürfnisse der Bildschirmtext-Nutzer eingeht oder ob es ihren Erwartungen nicht voll entspricht.

...

Es wäre daher für uns eine große Hilfe, wenn Sie uns die beiliegenden Fragen beantworten und den Fragebogen möglichst bald an uns zurücksenden könnten.

Nicht zuletzt von den Ergebnissen dieser Umfrage wird es abhängen, wie wir nach Ablauf der Versuchsphase von "Bildschirmtext" unser Informationsangebot weiter aufrechterhalten und ggfls. verbessern können.

Sie können davon ausgehen, daß Ihre Antworten entsprechend den Datenschutzbestimmungen in anonymisierter Form, d. h. ohne Verbindung mit Ihrer Person (Name, Adresse) ausgewertet und ausschließlich von der EZgA als Entscheidungshilfe für unsere Arbeit genutzt werden.

Wir hoffen auf Ihre Unterstützung unseres Anliegens und möchten uns bereits jetzt herzlich dafür bedanken.

Mit freundlichen Grüßen
Im Auftrag

Günther Welsch
Dipl.-Volkswirt

Anlage

1 Fragebogen

Fragen an Besteller von Informationsmaterial der BZgA über das
Bildschirmtextsystem

1. Sie haben Informationsmaterial der BZgA über das Bildschirmtextsystem angefordert. Kreuzen Sie bitte an, auf welche Weise Sie von dem Info-Angebot der BZgA erfahren haben:*)

- | | | | |
|--|--------------------------|---|--------------------------|
| - durch gezielte Suche im Schlagwortverzeichnis | <input type="checkbox"/> | - durch den Krebsfrüherkennungsdienst | <input type="checkbox"/> |
| - durch gezielte Suche im Anbieterverzeichnis | <input type="checkbox"/> | - durch Hinweise von Bekannten und Freunden | <input type="checkbox"/> |
| - zufällig, durch "Herumstöbern" (im/in Verzeichnis/sen) | <input type="checkbox"/> | - Ich kannte die BZgA bereits vorher | <input type="checkbox"/> |
| - durch den Info-Dienst über Rauchen | <input type="checkbox"/> | - Anderes _____ | <input type="checkbox"/> |

2. Haben Sie über das Bildschirmtextsystem außer Broschüren auch noch andere Informationsmedien der BZgA bestellt?

Ja welche: _____
Nein (z.B. Filme, Ausstellungen, Curricula)

3. In welchem Zusammenhang interessieren Sie sich für Gesundheitsinformationen:*)

- rein persönlich
- für die Familie
- für ehren-/nebenamtliche Tätigkeit → welche in welcher Institution:

- für berufliche Tätigkeit → welche in welcher Institution:

4. Haben die Ihnen zugeschickten Informationsmaterialien der BZgA Ihre Erwartungen erfüllt?

Ja

Nein Warum nicht? _____

5. Die BZgA vermittelt als öffentliche Institution Gesundheitsinformationen der Bundesregierung. Hat dies irgend-einen Einfluß auf Ihr Verhalten bei der Auswahl von Informationsangeboten gehabt?

Ja in welcher Form: _____

Nein

*) Mehrfachnennungen möglich

6. Falls Sie weitere Materialien aus dem Gesundheitsbereich auch bei anderen Anbietern bestellt haben: Wie bewerten Sie die Informationsmaterialien der BZgA im Vergleich zu den Materialien anderer Anbieter?

- | | | | |
|------------------------|-----------------------|--------------------------------|-----------------------|
| - alle gleich gut | <input type="radio"/> | - Material der BZgA ist besser | <input type="radio"/> |
| - alle gleich schlecht | <input type="radio"/> | - anderes Material ist besser | <input type="radio"/> |

Bitte kurze Begründung Ihres Urteils: _____

7. Wenn Sie einmal an die Zukunft denken: Genügt Ihnen die jetzige Form der Broschürenbestellung über das Bildschirmtextsystem oder wäre Ihnen eine direkte Vermittlung von Broschüreninhalten zum Ablesen über den Bildschirm lieber?

- Jetzige Form genügt: Ja Nein

8. Wünschen Sie sich im BZgA-Angebot mehr Hinweise mit lokalem Bezug (z.B. örtliche Impftermine, Raucherentwöhnungskurse u.a.):

- Ja Nein

9. Eine letzte Frage: Welche Sie interessierenden Schlagwörter oder andere Suchhilfen im gesundheitlichen Bereich vermissen Sie bisher im Bildschirmtextsystem?

Vor- und Zuname: _____

Funktion/Tätigkeit: _____

Institution: _____

Adresse: _____ Ort (_____)

PLZ

III. ERGEBNISSE

1. Überblick über Rücklaufquote, Kosten und weitere Merkmale (Bestellerstruktur, Tätigkeit u.a.)

a) Anzahl der Fragebogenrückläufe

- Von den insgesamt versandten 201 Fragebögen erhielten wir 126 Einheiten (= 63 %) zurück. ¹⁾
- Diese Quote war um 5 Einheiten zu bereinigen (unausgefüllter Fragebogen), in weiteren 12 Fällen waren schriftliche Rückfragen erforderlich (unvollständig ausgefüllte Fragebogen).
- Von der Möglichkeit, ein Zusatzblatt für weitere Angaben, Informationen und Fragen zu verwenden, wurde kein Gebrauch gemacht.
- Um diese relativ günstige Ausschöpfungs- und Auswertungsquote der Fragebögen zu erreichen, waren zusätzlich 98 "Mahnschreiben" zur Rücksendung der Fragebögen erforderlich (Dezember 1981).

b) Kosten der Umfrage

Neben den internen Personal- und Materialkosten fielen an externen Kosten insgesamt DM 1.686,60 an:

- | | |
|---------------------|--------------|
| (1) Portokosten: | DM 186,60; |
| (2) EDV-Auswertung: | DM 1.500,--. |

1) Nach Redaktionsschluß (01.02.1982) gingen noch 3 weitere Fragebögen ein, die nicht mehr in die Auswertung einbezogen werden konnten.

c) Befragte nach Geschlecht

Eine Auswertung nach dem Merkmal "Geschlecht" ergab auf der Basis von $n = 121$ folgendes Ergebnis:

<u>GESCHLECHT</u>		<u>UNGEWICHTET</u>	
-----		<u>ABS.</u>	<u>%</u>
1.	MAENNLICH	102	84.30
2.	WEIBLICH	17	14.05
9.	KEINE ANGABE	2	1.65
		-----	-----
		121	100.00

Die in der Kategorie "KA" genannten 2 Einheiten erklären sich aus der erfolgten Nennung "Familie X" (statt der gewünschten Angabe des Geschlechtes oder sonstiger Identifikationsmerkmale).

...

FUNKTION / TÄTIGKEIT

	UNGEWICHTET ABS.	%	% N = 98
01. INGENIEURE, TECHNIKER, TECHN. ANG., MECHANIKER	15	12.40	15.31
02. GESCHAFTSFUEHRER, BETRIEBSWIRT, KAUFMANN, KAUFM. ANG.	13	10.74	13.27
03. BEAMTE, VERWALTUNGSANGESTELLTE	6	4.96	6.12
04. AERZTE	6	4.96	6.12
05. LEHRER	6	4.96	6.12
06. VERSICHERUNGSANGESTELLTE, SOZ.VERS.ANG.	5	4.13	5.10
07. POLIZEI-, JUSTIZBEAMTE	5	4.13	5.10
08. PENSIONAER, RENTNER	5	4.13	5.10
09. HAUSFRAU	5	4.13	5.10
10. STUDENT, SCHUELER	4	3.31	4.08
11. WISSENSCHAFTLER, WISSENSCHAFTL. ANGESTELLTE	4	3.31	4.08
12. ARZTHELFERIN, PFLEGEHELFER, SCHWESTERNSCHUELERIN	3	2.48	3.06
13. SELBSTAENDIGE	2	1.65	2.04
14. PSYCHOLOGEN	2	1.65	2.04
15. REDAKTEUR, JOURNALIST	2	1.65	2.04
16. UNTERNEHMENS-, STEUERBERATER	2	1.65	2.04
17. ARBEITER	2	1.65	2.04
18. BUSFAHRER	1	0.83	1.02
19. GAERTNERMEISTER	1	0.83	1.02
20. AMTSVORMUND	1	0.83	1.02
21. ARBEITSLOS	1	0.83	1.02
22. HAUSMEISTER	1	0.83	1.02
23. KOCH	1	0.83	1.02
24. KANTINENBEDIENUNG	1	0.83	1.02
25. HANDELSVERTRETER	1	0.83	1.02
26. SOZIALARBEITER	1	0.83	1.02
27. HANDWERKER	1	0.83	1.02
28. BILDSCHIRMTEXTBEAUFTRAGTER	1	0.83	1.02
99. KA	23	19.01	.
	121	100.03	99.98

Um einen möglichst detaillierten Überblick über das Merkmal "Funktion/Tätigkeit" zu gewinnen, wurde in der Ergebnisdarstellung einer Auflistung der Einzelnennungen der Vorrang gegenüber einer Gruppenbildung gegeben.

e) Angaben zur Befragtenstruktur nach Arbeitsplatz, Institution u.a.

	UNGEWICHTET		% N= 73
	ABS.	%	
01. FIRMA GENANNT	9	7.44	12.33
02. SCHULE, SCHULLANDHEIM	8	6.61	10.96
03. SELBSTAENDIG	7	5.79	9.59
04. KRANKENHAUS, ARZTPRAXIS	6	4.96	8.22
05. UNIVERSITAET, INSTITUT	5	4.13	6.85
06. POLIZEI, JUSTIZ	5	4.13	6.85
07. VERSICHERUNG, SOZIALVERSICHERUNG	5	4.13	6.85
08. POST, VERSORGUNGS-, DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN	5	4.13	6.85
09. INDUSTRIE, FERTIGUNG	3	2.48	4.11
10. BERUFGENOSSENSCHAFT	2	1.65	2.74
11. KIRCHLICHE EINRICHTUNG	2	1.65	2.74
12. GESUNDHEITSAMT	2	1.65	2.74
13. HANDEL	2	1.65	2.74
14. REDAKTION TELETREFF, BILDSCHIRMTEXTBEAUFTRAGTER	2	1.65	2.74
15. SENAT	1	0.83	1.37
16. FAMILIENBERATUNGSZENTRUM	1	0.83	1.37
17. FINANZAMT	1	0.83	1.37
18. RUNDFUNK	1	0.83	1.37
19. VDK	1	0.83	1.37
20. VERLAG	1	0.83	1.37
21. PATENTAMT	1	0.83	1.37
22. PHARMAINDUSTRIE	1	0.83	1.37
23. MUTTER VON 3 KINDERN	1	0.83	1.37
24. STIFTUNG WARENTEST	1	0.83	1.37
99. KA	48	39.67	.
	-----	-----	-----
	121	100.02	100.01

f) Angaben zur Befragtenstruktur nach Testregionen (Postleitzahlbezirken)

POSTLEITZAHL -----	UNGEWICHTET		% N= 118
	ABS.	%	
1000. BERLIN	73	60.33	61.86
3000. HANNOVER	1	0.83	0.85
4000. DUESSELDORF	10	8.26	8.47
4005. MEERBUSCH	1	0.83	0.85
4010. HILDEN	2	1.65	1.69
4020. METTMANN	1	0.83	0.85
4030. RATINGEN	8	6.61	6.78
4040. NEUSS	12	9.92	10.17
4044. KAARST	3	2.48	2.54
4047. DORMAGEN	2	1.65	1.69
4050. MOENCHENGLADBACH	1	0.83	0.85
5630. REMSCHEID	2	1.65	1.69
6000. FRANKFURT	1	0.83	0.85
6500. MAINZ	1	0.83	0.85
9999. KA	3	2.48	.
	-----	-----	-----
	121	100.01	99.99

Bei den Befragten, die nicht zu den Testregionen Berlin und Düsseldorf - Neuß gehören, handelt es sich um Teilnehmer am - nicht-öffentlichen - Feldversuch in Form von Informationsanbietern im System. Infolge ihrer kleinen Fallzahl induziert ihre Mitberücksichtigung bei der Auswertung keine Verzerrung der Umfrageergebnisse.

...

2. Überblick über die Ergebnisse zu den Fragen - 1 - bis - 9 - des Fragebogens.

Die in Abschnitt - 2 - dargestellten Ergebnisse werden entsprechend den Original-
Computerausdrucken wiedergegeben und - im Bedarfsfalle - durch fragenbezogene Erläu-
terungen gestützt. Ihre Kommentierung bzw. Zusammenfassung erfolgt in Kap. IV.

- a) Frage - 1 -: Sie haben Informationsmaterial der BZgA über das Bild-
schirmtextsystem angefordert. Kreuzen Sie bitte an, auf
welche Weise Sie von dem Info-Angebot der BZgA erfahren
haben.

**F.1 (1) SIE HABEN INFORMATIONSMATERIAL DER BZGA UEBER DAS
BILDSCHIRMTEXTSYSTEM ANGEFORDERT.
KREUZEN SIE BITTE AN, AUF WELCHE WEISE SIE VON DEM
INFO-ANGEBOT DER BZGA ERFAHREN HABEN:**

1. NENNUNG

	UNGEWICHTET	%	% N=
	ABS.		114
1. DURCH GEZIELTE SUCHE IM SCHLAGWORTVERZEICHNIS	43	35.54	37.72
2. DURCH GEZIELTE SUCHE IM ANBIETERVERZEICHNIS	16	13.22	14.04
3. ZUFAELLIG, DURCH "HERUMSTOEBERN" IM/IN VERZEICHNIS/SEN	37	30.58	32.46
4. DURCH DEN INFO-DIENST UEBER RAUCHEN	11	9.09	9.65
5. DURCH DEN KREBSFRUEHERKENNUNGSDIENST	2	1.65	1.75
6. DURCH HINWEISE VON BEKANNTEN UND FREUNDEN	2	1.65	1.75
8. ANDERES	3	2.48	2.63
9. KA	7	5.79	.
	-----	-----	-----
	121	100.00	100.00

F.1(2) SIE HABEN INFORMATIONSMATERIAL DER BZGA UEBER DAS
 BILDSCHIRMTEXTSYSTEM ANGEFORDERT.
 KREUZEN SIE BITTE AN, AUF WELCHE WEISE SIE VON DEM
 INFO-ANGEBOT DER BZGA ERFAHREN HABEN:

2. NENNUNG

	UNGEWICHTET		% N=
	ABS.	%	10
1. DURCH GEZIELTE SUCHE IM SCHLAGWORTVERZEICHNIS	0	0.00	0.00
2. DURCH GEZIELTE SUCHE IM ANBIETERVERZEICHNIS	4	3.31	40.00
3. ZUFAELLIG, DURCH "HERUMSTOEBERN" IM/IN VERZEICHNIS/SEN	0	0.00	0.00
4. DURCH DEN INFO-DIENST UEBER RAUCHEN	4	3.31	40.00
5. DURCH DEN KREBSFRUEHERKENNUNGSDIENST	0	0.00	0.00
6. DURCH HINWEISE VON BEKANNTEN UND FREUNDEN	1	0.83	10.00
8. ANDERES	1	0.83	10.00
0. KEINE 2. NENNUNG	111	91.74	.
	-----	-----	-----
	121	100.02	100.00

Separat ausgewertet wurde auch die Vorgabekategorie aus Frage - 1 -, ob die BZGA dem Befragten bereits vorher bekannt war.

F.1(3) SIE HABEN INFORMATIONSMATERIAL DER BZGA UEBER DAS
 BILDSCHIRMTEXTSYSTEM ANGEFORDERT.
 KREUZEN SIE BITTE AN, AUF WELCHE WEISE SIE VON DEM
 INFO-ANGEBOT DER BZGA ERFAHREN HABEN:
 ICH KANNTE DIE BZGA BEREITS VORHER

	UNGEWICHTET	
	ABS.	%
1. GENANNT	20	16.53
0. NICHT GENANNT	101	83.47
	-----	-----
	121	100.00

b) Frage - 2 -: ...

F.2 HABEN SIE UEBER DAS BILDSCHIRMTEXTSYSTEM AUSSER BROSCHUEREN AUCH NOCH ANDERE INFORMATIONSMEDIEN DER BZGA BESTELT? WENN JA, WELCHE?			

	UNGEWICHTET	%	N=
	ABS.		119
1. JA	1	0.83	0.84
2. NEIN	118	97.52	99.16
9. KA	2	1.65	.
	-----	-----	-----
	121	100.00	100.00

Bei der angegebenen Ja-Antwort handelte es sich um eine Aufkleber-Bestellung.

c) Frage - 3 -: ...

F.3 IN WELCHEM ZUSAMMENHANG INTERESSIEREN SIE SICH FUER GESUNDHEITSMEDIEN ?		

	UNGEWICHTET	
	ABS.	%
1. PERSOENLICH FUER MICH	19	15.70
2. FUER MITGLIEDER MEINER FAMILIE, FREUNDE, BEKANNTE	23	19.01
3. PERSOENLICH UND MITGLIEDER, FAMILIE, FREUNDE	49	40.50
4. FUER EHREN-, NEBENAMTLICHE TAETIGKEIT	2	1.65
5. FUER BERUFLICHE TAETIGKEIT	3	2.48
6. PERSOENLICH UND EHRENAMTLICHE TAETIGKEIT	1	0.83
7. PERSOENLICH UND BERUFLICHE TAETIGKEIT	10	8.26
8. KOMBINATIONEN CODE 1, 2, 6, 7	14	11.57
9. KA	0	0.00
	-----	-----
	121	100.00

Die weitere Aufschlüsselung der Kategorien "ehrenamtliche/berufliche Tätigkeit" ist vor dem Hintergrund anstehender aktueller Fragen in verschiedenen Tätigkeitsbereichen der BZgA zu sehen (z. B. Jugendfreizeitbereich).

Subfrage - 3a -

F.3A			
WELCHE TÄTIGKEIT/FUNKTION EHRENAMTLICH			

	UNGEWICHTET	% N=	
	ABS.	%	5
1. KIRCHLICHE EINRICHTUNG	2	1.65	40.00
2. VDK	1	0.83	20.00
3. SPORTVEREIN	1	0.83	20.00
4. BEHINDERTENARBEIT	1	0.83	20.00
D. KEINE NENNUNGEN	116	95.87	.

	121	100.01	100.00

...

Subfrage - 3b -:

F.3B			
IN WELCHER FUNKTION/INSTITUTION BERUFLICH			

	UNGEWICHTET	% N=	
	ABS.	%	22
01. LEHRER/SCHULE	6	4.96	27.27
02. KRANKENHAUS	2	1.65	9.09
03. BERUFGENOSSENSCHAFT	2	1.65	9.09
04. FIRMENTAETIGKEIT	2	1.65	9.09
05. ARZTPRAXIS	2	1.65	9.09
06. LEHRAUSBILDER	1	0.83	4.55
07. AMTSVORMUND	1	0.83	4.55
08. GESUNDHEITSAMT	1	0.83	4.55
09. VORFUEHRGRUPPE BTX POST	1	0.83	4.55
10. KIRCHLICHE EINRICHTUNG	1	0.83	4.55
11. STIFTUNG WARENTEST	1	0.83	4.55
12. OEFFENTLICHKEITSARBEIT	1	0.83	4.55
13. POLIZEI	1	0.83	4.55
00. KEINE NENNUNGEN	99	81.82	.

	121	100.02	100.03

F.4 HABEN DIE IHNEN ZUGESCHICKTEN INFORMATIONSMATERIALIEN
DER BZGA IHRE ERWARTUNGEN ERFUELLT ?

	UNGEWICHTET		% N=
	ABS.	%	120
1. JA	103	85.12	85.83
2. NEIN	15	12.40	12.50
3. TEILS TEILS	2	1.65	1.67
9. KA	1	0.83	.
	-----	-----	-----
	121	100.00	100.00

Subfrage - 4a -:

F.4A
WARUM NICHT ?

	UNGEWICHTET		% N=
	ABS.	%	15
1. HABE KEINE INFORMATIONEN ERHALTEN	12	9.92	80.00
2. HABE MEHR ERWARTET UEBER ALKOHOL	1	0.83	6.67
3. INFORMATIONSFLUT	1	0.83	6.67
4. TEILS ZU UMFANGREICH, TEILS ZU DUERFTIG	1	0.83	6.67
0. KEINE NENNUNGEN	106	87.60	.
	-----	-----	-----
	121	100.01	100.01

Anmerkung: Die angegebenen 12 Einzelnennungen zur Kategorie "Habe keine Informationen erhalten" waren - wie eingangs erwähnt - Gegenstand zur zusätzlichen BZgA-Rückfrage und erklären sich folgendermaßen:

- o 7 Befragte waren der Meinung, zusätzlich und ohne Bestellung im Btx-Angebot der BZgA nicht genanntes Material zu erhalten.
- o 4 Befragte erhielten das bestellte Info-Material erst nach bereits erfolgter Umfrage.
- o Bei 1 Befragten handelte es sich um einen Irrtum (Falschbestellung).

e) Frage - 5 - :

F.5 DIE BZGA VERMITTELT ALS OEFFENTLICHE INSTITUTION
 GESUNDHEITSINFORMATIONEN DER BUNDESREGIERUNG.
 HAT DIES - IM VERGLEICH ZU INFORMATIONEN IM GESUNDHEITS-
 BEREICH, DIE U.A. ZU WERBLICHEN ZWECKEN ANGEBOTEN WERDEN -
 IRGEND EINEN EINFLUSS AUF IHR VERHALTEN BEI DER AUSWAHL
 VON INFORMATIONENSANGEBOTEN GEHABT ?
 WARUM NICHT ?

	UNGEWICHTET		% N=
	ABS.	%	120
1. JA	23	19.01	19.17
2. NEIN	97	80.17	80.83
9. KA	1	0.83	.
	-----	-----	-----
	121	100.01	100.00

Frage - 5a - :

F.5A (FALLS CODE 2 IN F.5):
 IN WELCHER FORM ?

	UNGEWICHTET		% N=
	ABS.	%	23
1. OBJEKTIV, SACHLICH, NEUTRAL, EHRLICHER, UNVOREINGENOMMENER	13	10.74	56.52
2. KEIN VERTRAUEN WENN WERBUNG	3	2.48	13.04
3. INFORMATION GESUNDHEITSBEWUSSTSEIN JA, WERBUNG NEIN	2	1.65	8.70
4. GLAUBWUERDIGKEIT	2	1.65	8.70
5. KEINE KOMMERZIALITAET	1	0.83	4.35
6. UNVERBINDLICHE INFORMATIONSBESCHAFFUNG	1	0.83	4.35
7. RAUCHEN ABGEWOEHNT	1	0.83	4.35
0. KEINE NENNUNGEN	98	80.99	.
	-----	-----	-----
	121	100.00	100.01

F.6 FALLS SIE WEITERE MATERIALIEN AUS DEM GESUNDHEITS-
BEREICH AUCH BEI ANDEREN ANBIETERN BESTELLT HABEN:
WIE BEWERTEN SIE DIE INFORMATIONSMATERIALIEN DER BZGA
IM VERGLEICH ZU DEN MATERIALIEN ANDERER ANBIETER ?

	UNGEWICHTET	% N=	
	ABS.	%	43
1. ALLE GLEICH GUT	21	17.36	48.84
2. ALLE GLEICH SCHLECHT	2	1.65	4.65
3. MATERIAL DER BZGA IST BESSER	19	15.70	44.19
4. ANDERES MATERIAL IST BESSER	1	0.83	2.33
8. NICHT BEI ANDEREN BESTELLT, EXPLIZIT AUSGEDRUECKT	25	20.66	.
9. TNZ, KA	53	43.80	.
	121	100.00	100.01

Frage - 6a -:

F6.1 BEGRUENDUNG FUER DIE BEWERTUNG	UNGEWICHTET	% N=	
	ABS.	%	19
01. BZGA UMFANGREICHER, AUSFUEHRLICHER	4	3.31	21.05
02. BZGA NEUTRAL OHNE WERBUNG	3	2.48	15.79
03. BZGA BESSER GEGLIEDERT - SUCHBAUM	2	1.65	10.53
04. ALLE MATERIALIEN UMFANGREICH	2	1.65	10.53
05. BZGA GLAUBWUERDIGER	2	1.65	10.53
06. ANDERE ANBIETER GENAUSO UMFANGREICH	1	0.83	5.26
07. BZGA MATERIAL NOCH NICHT EINGETROFFEN	1	0.83	5.26
08. MATERIAL SOLLTE INTERESSANTER SEIN	1	0.83	5.26
09. BZGA SACHLICH, KEINE BEEINFLUSSUNG	1	0.83	5.26
10. BZGA GROSSES INFORMATIONSANGEBOT	1	0.83	5.26
11. ALLE NICHT PRAEGNANT GENUG	1	0.83	5.26
00. KEINE NENNUNGEN	102	84.30	.
	121	100.02	99.99

g) Frage - 7 -:

F.7 WENN SIE EINMAL AN DIE ZUKUNFT DENKEN: GENUEGT
 IHNEN DIE JETZIGE FORM DER BROSCHUERENBESTELLUNG UEBER DAS
 BILDSCHIRMTEXTSSYSTEM ODER WUERDEN SIE LIEBER AUF DIE
 ZUSENDUNG VON BROSCHUEREN VERZICHTEN, WENN SIE DIE INHALTE
 D I R E K T, D.H. ZUM ABLESEN UEBER DEN BILDSCHIRM
 VERMITTELT BEKAEMEN ?

	UNGEWICHTET ABS.	%	% N= 120
1. JA, JETZIGE FORM GENUEGT	86	71.07	71.67
2. NEIN, JETZIGE FORM GENUEGT NICHT	33	27.27	27.50
3. TEILE TEILS	1	0.83	0.83
9. KA	1	0.83	.
	-----	-----	-----
	121	100.00	100.00

Subfrage - 7a -:

F.7A (FALLS CODE 2 IN F.7):
 WELCHE ANDERE FORM DER VERMITTLUNG WUERDEN SIE
 VORSCHLAGEN ?

	UNGEWICHTET		% N=
	ABS.	%	34
01. DIREKT ZUM ABLESEN, TEXTANGEBOT	17	14.05	50.00
02. 50 BTX 50 % BROSCHUEREN, NEBENEINANDER	5	4.13	.
03. BROSCHUEREN FUER BERATUNG WICHTIG, BESSER	3	2.48	8.82
04. KEIN VERZICHT AUF GEDRUCKTES	2	1.65	5.88
05. BESSERE AUSNUTZUNG DIALOGSEITEN, INTERESSANTER GESTALTEN	2	1.65	5.88
06. BROSCHUEREN KANN MAN MITNEHMEN	2	1.65	5.88
07. ZUSENDUNG BROSCHUEREN Klappt nicht	1	0.83	2.94
08. ABSTRACT BROSCHUERENINHALT	1	0.83	2.94
09. INFORMATIONEN UEBER LEBENSMITTEL	1	0.83	2.94
10. AKTUELLERE INFORMATION NOETIG	1	0.83	2.94
11. FRAGE DER THEMATIK	1	0.83	2.94
12. BROSCHUEREN, MOEGlichkeit NACHZUSCHLAGEN	1	0.83	2.94
13. BTX KANN NICHT SO AUSFUEHRlich SEIN	1	0.83	2.94
14. DRUCKER ANSCHLIESSEN	1	0.83	2.94
00. KEINE NENNUNGEN	82	67.77	.
	121	100.02	99.98

1
47

...

h) Frage - 8 -:

F.8 WUENSCHEN SIE SICH IM BZGA-ANGEBOT MEHR HINWEISE MIT
LOKALEM BEZUG (Z.B. OERTLICHE IMPFTERMINE, RAUCHERENT-
WOEHNUNGSKURSE U.A.) ?

	UNGEWICHTET		% N=
	ABS.	%	117
1. JA	106	87.60	90.60
2. NEIN	11	9.09	9.40
9. KA	4	3.31	.
	-----	-----	-----
	121	100.00	100.00

...

F.9 EINE LETZTE FRAGE: WELCHE SIE INTERESSIERENDEN
SCHLAGWOERTER ODER ANDERE SUCHHILFEN IM GESUNDHEITLICHEN
BEREICH VERMISSEN SIE BISHER IM BILDSCHIRMTEXTSYSTEM ?
1. NENNUNG

	UNGEWICHTET		% N=
	ABS.	%	39
01. ANDERE KRANKHEITEN A - Z , GESUNDH. LEXIKON	6	4.96	15.38
02. SAEUGLINGS-, KINDERKRANKHEITEN, VORSORGEUNTERSUCHUNGEN	4	3.31	10.26
03. KRANKHEITSSYMPTOME UND RATSCHLAEGE	4	3.31	10.26
04. UMWELT- UND ARBEITSSCHUTZ	3	2.48	7.69
05. ALTERNATIVMEDIZIN	2	1.65	5.13
06. HINWEISE SPEZIALAERZTE UND KLINIKEN	2	1.65	5.13
07. DROGEN	2	1.65	5.13
08. MEHR UEBER PSYCHIATRIE, PSYCHOTHERAPIE	1	0.83	2.56
09. OERTL. BERATUNGSSTELLEN, AEMTER	1	0.83	2.56
10. MEHR AUFKLAERUNG UEBER MEDIKAMENTE	1	0.83	2.56
11. APOTHEKENNOTDIENST	1	0.83	2.56
12. KOERPERORGANE	1	0.83	2.56
13. GESUNDHEITSTIPS FUER DEN URLAUB	1	0.83	2.56
14. GESUNDHEITSVORSORGE	1	0.83	2.56
15. LEBENSMITTEL	1	0.83	2.56
16. DIAETKUREN, DIABETESDIAET	1	0.83	2.56
17. MUTTERSCHUTZBESTIMMUNGEN, SCHWANGERSCHAFT	1	0.83	2.56
18. SEHTEST UEBER BILDSCHIRM	1	0.83	2.56
19. DOSIERUNG MEDIKAMENTE	1	0.83	2.56
20. ALKOHOLFREIE GETRAENKE	1	0.83	2.56
21. SEXUALBERATUNG, GESCHLECHTSKRANKHEITEN	1	0.83	2.56
22. SCHLAGWOERTER GUT, AUSFUEHRUNGEN NICHT AUSREICHEND	1	0.83	2.56

23. FOLGEN NIKOTIN, TEIN	1	0.83	2.56
24. HAUSAPOTHEKE	0	0.00	0.00
25. ADRESSEN HILFSORGANISATIONEN, WIE ANONYME ALKOHOLIKER	0	0.00	0.00
26. KREBS	0	0.00	0.00
27. RAUCHERENTWÖHNUNG VERSTÄRKEN	0	0.00	0.00
28. MEDIZINISCHE FORTBILDUNG	0	0.00	0.00
29. ERSTE HILFE	0	0.00	0.00
96. KEINE GEDANKEN GEMACHT	1	0.83	.
97. NOCH ZU WENIG ERFAHRUNG	7	5.79	.
98. KEIN INTERESSE, KEINE ANTWORT	1	0.83	.
00. KEINE NENNUNG	73	60.33	.
	-----	-----	-----
	121	100.07	99.94

Wie bei Frage - 1 - wurden auch bei Frage - 9 - erfolgte Mehrfachnennungen separat aufgeführt.

F.9 EINE LETZTE FRAGE: WELCHE SIE INTERESSIERENDEN
 SCHLAGWOERTER ODER ANDERE SUCHHILFEN IM GESUNDEITLICHEN
 BEREICH VERMISSEN SIE BISHER IM BILDSCHIRMTXTSYSTEM ?
 2. NENNUNG

	UNGEWICHTET ABS.	%	% N= 12
01. ANDERE KRANKHEITEN A - Z , GESUNDH. LEXIKON	0	0.00	0.00
02. SAEUGLINGS-, KINDERKRANKHEITEN, VORSORGEUNTERSUCHUNGEN	0	0.00	0.00
03. KRANKHEITSSYMPTOME UND RATSCHLAEGE	0	0.00	0.00
04. UMWELT- UND ARBEITSSCHUTZ	0	0.00	0.00
05. ALTERNATIVMEDIZIN	0	0.00	0.00
06. HINWEISE SPEZIALAERZTE UND KLINIKEN	0	0.00	0.00
07. DROGEN	1	0.83	8.33
08. MEHR UEBER PSYCHIATRIE, PSYCHOTHERAPIE	0	0.00	0.00
09. OERTL. BERATUNGSSTELLEN, AEMTER	0	0.00	0.00
10. MEHR AUFKLAERUNG UEBER MEDIKAMENTE	0	0.00	0.00
11. APOTHEKENNOTDIENST	1	0.83	8.33
12. KOERPERORGANE	0	0.00	0.00
13. GESUNDHEITSTIPS FUER DEN URLAUB	0	0.00	0.00
14. GESUNDHEITSVORSORGE	1	0.83	8.33
15. LEBENSMITTEL	0	0.00	0.00
16. DIAETKUREN, DIABETESDIAET	1	0.83	8.33
17. MUTTERSCHUTZBESTIMMUNGEN, SCHWANGERSCHAFT	1	0.83	8.33
18. SEHTEST UEBER BILDSCHIRM	0	0.00	0.00
19. DOSIERUNG MEDIKAMENTE	0	0.00	0.00
20. ALKOHOLFREIE GETRAENKE	0	0.00	0.00
21. SEXUALBERATUNG, GESCHLECHTSKRANKHEITEN	1	0.83	8.33
22. SCHLAGWOERTER GUT, AUSFUEHRUNGEN NICHT AUSREICHEND	0	0.00	0.00
23. FOLGEN NIKOTIN, TEIN	0	0.00	0.00
24. HAUSAPOTHEKE	1	0.83	8.33
25. ADRESSEN HILFSORGANISATIONEN, WIE ANONYME ALKOHOLIKER	1	0.83	8.33
26. KREBS	1	0.83	8.33
27. RAUCHERENTWOEHNUNG VERSTAERKEN	1	0.83	8.33
28. MEDIZINISCHE FORTBILDUNG	1	0.83	8.33
29. ERSTE HILFE	1	0.83	8.33
00. KEINE 2. NENNUNG	109	90.08	.
	-----	-----	-----
	121	100.04	99.96

IV. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE 1)

Die dargestellten Ergebnisse erheben keinen Anspruch auf strenge Repräsentativität; sie werden eher als Orientierungswerte, als Anregung für eine weitergehende Diskussion sowie als Grundlage für zusätzliche differenzierte Untersuchungen gesehen.

1. Die Mehrzahl der Befragten (n = 114) hat vom Info-Angebot der BZgA erfahren durch
 - o gezielte Suche im Schlagwortverzeichnis (37,7 %),
 - o zufällig, durch "Herumstöbern" im/in Verzeichnis/sen (32,5 %).

Mit Abstand folgt das Instrument "Anbieterverzeichnis" (14 %), dessen Quote bei den Mehrfachnennungen tendenziell steigt.

Erwähnenswert erscheint in diesem Zusammenhang auch das Ergebnis, daß 9,7 % der Befragten den "Info-Dienst über Rauchen" als erste Nennung aufführen.

Generell gilt, daß die Anzahl der Mehrfachnennungen gering ist.

2. Die BZgA war 17 % der Befragten (n = 121) bereits vorher und unabhängig vom Btx-Feldversuch bekannt.
3. Die Materialbestellungen bei der BZgA beschränkten sich - z.T. angebotsbedingt - zu 99 % auf Broschüren-Bestellungen (n = 119).

1) Die angegebenen v.H.-Werte wurden ab 0,5 % aufgerundet. Ihre Interpretation erfolgt in der Zusammenfassung - soweit nicht anders ausgewiesen - auf der Basis der 1. Antwortnennung und ohne separate Berücksichtigung der jeweiligen KA-Quote.

4. Das Interesse an Gesundheitsinformationen konzentrierte sich bei den Befragten (n = 121) vor allem auf die Kategorien

- o persönlich, Familie, Freunde (41 %),
- o Familie, Freunde, Bekannte (19 %),
- o persönlich für mich (16 %).

5. Die überwiegende Mehrzahl der Befragten (n = 120) gibt an, daß die zugeschickten Info-Materialien der BZgA ihre Erwartungen erfüllt haben (86 %). Die ausgewiesenen 15 Nein-Stimmen werden relativiert durch die anteilige Aussage von 12 Befragten: "Habe keine Informationen erhalten."

6. Zwar verneinen 81 % der Befragten (n = 120) einen Einfluß auf ihr Auswahlverhalten beim Informationsangebot (Vermittlung der BZgA als öffentliche Institution), doch bejahen 19 % diese Frage.

Die Begründung für diese "Beeinflussung" leitet sich aus der institutionenbezogenen Einstellung bzw. Bewertung der Befragten ab:

objektiv, sachlich, neutral, ehrlicher, unvoreingenommener, keine Werbung, Glaubwürdigkeit, keine Kommerzialisität.

7. Von den 43 Befragten, die sich in dieser Frage äußerten, beurteilten 49 % die angebotenen Materialien als gleich gut, 44 % hielten das BZgA-Material für besser.

Die Begründung ergab sich aus den Merkmalen:

Ausführlichkeit, Neutralität (ohne Werbung), Gliederung (Suchbaum), Glaubwürdigkeit.

8. Während 72 % der Befragten (n = 120) mit der gegenwärtigen Form des Angebots zufrieden sind, genügt diese Form 28 % nicht.

Sie bevorzugen stattdessen ein Textangebot direkt zum Ablesen (50 %) oder schlagen eine "Mischung" von aus-

fürlicherem Btx-Angebot plus Broschürenlieferung vor.

9. Ein stärkerer lokaler Bezug wird von 91 % der Befragten bejaht (n = 117).
10. Die Nennungen zu weiteren Schlagwörtern und Suchhilfen im Btx-Angebot konzentrieren sich vor allem auf (n = 39):
- o Andere Krankheiten ("Gesundheits-Lexikon) (15 %)
 - o Säuglings-, Kinderkrankheiten, Vorsorgeuntersuchungen (10 %)
 - o Krankheitssymptome und Ratschläge (10 %)
 - o Umwelt- und Arbeitsschutz (8 %)

Ergänzt werden diese Anregungen bei den Mehrfachnennungen (2. Nennung, n = 12) um folgende Begriffe:

- o Drogen
- o Apothekennotdienst
- o Gesundheitsvorsorge
- o Mutterschutzbestimmungen, Schwangerschaft
- o Sexualberatung, Geschlechtskrankheiten
- o Hausapotheke
- o Adressen Hilfsorganisationen, wie anonyme Alkoholiker
- o Medizinische Fortbildung
- o Erste Hilfe, u.a.

11. Angaben zu soziodemografischen Merkmalen

- a) Die überwiegende Mehrzahl der Fragebogenrücksender (n=119) sind Männer (84 %).
- b) Die stärksten funktions- bzw. tätigkeitsbezogenen Teilnehmergruppen (n = 98) sind

- <u>Ingenieure, Techniker ...</u>	15 %
- <u>Geschäftsführer, Kaufleute ...</u>	13 %
- <u>Beamte, Verwaltungsangestellte</u>	6 %
- <u>Ärzte</u>	6 %
- <u>Lehrer</u>	6 %

c) Institutionen- bzw. arbeitsplatzbezogen spiegeln sich diese obigen Ergebnisse (n = 73):

- <u>Privatfirmen</u>	12 %
- <u>Schulen</u>	11 %
- <u>Selbständige</u>	10 %
- <u>Krankenhäuser, Arztpraxen</u>	8 %
- <u>Universitäten, Institute</u>	7 %
- <u>Polizei, Justiz</u>	7 %
- <u>Versicherungen</u>	7 %
- <u>Post-, Versorgungs-, Dienstleistungsunternehmen</u>	7 %

d) Die Mehrzahl der Fragebogenrückläufe (n = 118) kam aus der Testregion Berlin (62 %), auf den Raum Düsseldorf-Neuß entfielen 35 %; bei den restlichen 3 % handelte es sich - wie bereits erwähnt - um testregionsfremde Teilnehmer als Informationsanbieter im System (Hannover, Frankfurt, Mainz).

V. AUSBLICK

Aus den ersten Erfahrungen mit dem Btx-System, fußend auf bisher bekannten Ergebnissen von wissenschaftlichen Begleituntersuchungen und Sachdiskussionen läßt sich der generelle Schluß ziehen, daß die Teilnehmer offensichtlich genau zwischen Medium und derzeitigem Angebot unterscheiden: Während sie dem Medium durchaus Chancen einräumen, sind sie mit dem Angebot noch nicht zufrieden.

o Positiv wird beim Medium vor allem vermerkt, daß es

...

einen schnellen und bequemen Zugang zu Informationen ermöglicht, zu jeder Tages- und Nachtzeit, an Wochenenden und Feiertagen zur Verfügung steht, ausbaufähig ist und auch spezifische Serviceleistungen erbringen kann, wie z.B. Btx-Seiten in Blindenschrift (mit modifizierten Geräten). Eine weitere Nutzensteigerung wird vom Ausbau des Rechnerverbundes sowie von der Einführung von Dialogmöglichkeiten in Verbindung mit einer Verstärkung von Bild- und Tonelementen erwartet.

- o Negativ werden beim Medium noch bestehende Schwierigkeiten im Umgang mit dem System, die Kompliziertheit von Suchstrukturen und Programmaufbau, die Belastung der optischen Wahrnehmungsfähigkeit (häufige Farbwechsel), der Zeitaufwand für die Btx-Nutzung nebst "Telefonblockade" und hohen Telefongebühren bewertet.
- o Hinsichtlich des Angebotes wird generell seine Quantität (z.B. lückenhaft) als auch Qualität (z.B. zuviel Werbung, zuwenig Information, Aktualität der Informationen) kritisiert. Viele Bereiche, vor allem Behörden, sind noch nicht vertreten. Auch scheinen manche Anbieter bisher lediglich die Möglichkeiten zu erproben, die die Technik ihnen im Bedarfsfalle einmal bieten kann.

Aus der Interdependenz zwischen Angebot und Akzeptanz des Systems heraus scheint einerseits - neben der Kostenfrage - nur dann eine weitere positive Entwicklung auf der Nachfrageseite (d.h. mit wachsender Teilnehmeranzahl) erwartet werden zu können, wenn diejenigen Informationen und Dialogmöglichkeiten, die der Nutzer sucht, auch wirklich angeboten werden; ist diese Voraussetzung nicht gegeben, wird andererseits auf der Angebotsseite (d.h. bei geringer, stagnierender Teilnehmeranzahl) mit geringem oder fehlendem Beteiligungsinteresse zu rechnen sein, - eine Situation, die zu einer Stagnation des gesamten Btx-Systems führen kann.