
Mediennutzung in der Sexualaufklärung und Familienplanung

Sara Scharmanski, Angelika Heßling

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist durch das Schwangerschaftskonfliktgesetz (SchKG) beauftragt, Informationen zur Sexualaufklärung und Familienplanung zu entwickeln und bundesweit kostenfrei zur Verfügung zu stellen. Zur Erfüllung dieses gesetzlichen Auftrags entwickelt die BZgA u. a. zielgruppenspezifische Medien und Informationsmaterialien. Zur Qualitätssicherung dieser Medien und Materialien werden viele unterschiedliche Instrumente angewendet, um durch ein kontinuierliches Monitoring zielgruppenspezifische Bedarfe, Mediennutzungspräferenzen und die optimale Ansprache für die jeweiligen Zielgruppen zu ermitteln.

Analyse der Mediennutzung als Instrument der Qualitätssicherung

Damit die von der BZgA entwickelten Medien und Materialien einen Beitrag zur Förderung der sexuellen und reproduktiven Gesundheit leisten können, ist die Grundvoraussetzung, dass die Informationen die Zielgruppen erreichen und ihren Nutzungspräferenzen entsprechen. Relevante Zielgruppen sind in diesem Themenfeld Jugendliche, deren Eltern und (junge) Erwachsene, aber auch Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die im Bereich der sexuellen und reproduktiven Gesundheit Informationen und Kompetenzen vermitteln und fördern.

Zur systematischen Qualitätssicherung und -entwicklung im Bereich der Mediennutzung folgt die Abteilung Sexualaufklärung, Verhütung und Familienplanung dem Konzept des Public Health Action Cycle (PHAC), der gesundheitsbezogene Interventionen und gesundheitspolitisches Handeln strukturiert und systematisiert (ROSENBRÖCK & HARTUNG, 2015; siehe auch den Beitrag von P. Kolip, Seite 6 in diesem FORUM). Gemäß dem PHAC geht der Umsetzung und Veröffentlichung eines Angebots immer die Problemdefinition und die Formulierung einer Strategie voraus. Nach der Umsetzungsphase folgt eine Evaluation, die die mit diesem Angebot erzielte Wirkung bewertet – im Falle der Mediennutzung wären dies die Erfassung von Nachfrage- und Nutzungszahlen. Abhängig von diesen Evaluationsergebnissen beginnt dann der Zyklus von neuem. Vor diesem theoretischen Hintergrund wird deutlich, dass das kontinuierliche Monitoring des Nutzungs- und Nachfrageverhaltens als valide Datengrundlage unerlässlich ist. Denn nur durch dieses Monitoring können zielgruppenspezifische Bedarfe und Mediennutzungspräferenzen identifiziert, Ansprachen zielgruppengenaue ausgerichtet, die Effektivität der Zielgruppenerreichung überprüft und die Disseminationsstrategien (Strategie der zielgerichteten Streuung und Veröffentlichung) letztendlich immer wieder angepasst und neu ausgerichtet werden. Dieser Kreislauf muss stets aufs Neue durchlaufen werden, da sich Nutzungsverhalten, Medienpräferenzen und Informations-

bedürfnisse der einzelnen Zielgruppen kontinuierlich verändern (siehe auch FEIERABEND, RATHGEB & REUTTER, 2020).

In der BZgA werden die folgenden Instrumente eingesetzt, wobei den Vorgaben der jeweils aktuell gültigen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) bei der Erfassung strikt Folge geleistet wird:

- Durchführung großer wissenschaftlicher Studien als repräsentative und übergeordnete Datenbasis zur Steuerung des gesamten Entwicklungs- und Publikationsprozesses
- systematische und anonymisierte Erfassung, Auswertung und Interpretation der Nutzungszahlen von digitalen Angeboten
- systematische und anonymisierte Erfassung, Auswertung und Interpretation der Abflusszahlen von Printprodukten.

Mithilfe dieser Instrumente und der darin erfassten Indikatoren (z. B. Abfluss- und Klickzahlen) können beispielsweise die folgenden Fragen beantwortet werden:

- Welche Medien und Angebote nutzen junge Menschen, um sich über Sexualaufklärung, Verhütung und Familienplanung zu informieren? Verändert sich dieses Nutzungsverhalten im Laufe der Zeit, und wenn ja, wie lassen sich diese Veränderungen beschreiben?
- Welche Medien und Angebote wollen junge Menschen nutzen, um weitere Informationen zu erhalten? Ändert sich diese Präferenz von Generation zu Generation?
- Welche Materialien und Angebote werden wie stark und von welchen Akteuren nachgefragt? Gibt es hier Schwankungen, und wenn ja, worauf können diese zurückgeführt werden?

Nur durch die Beantwortung dieser und vergleichbarer Fragen können Veränderungen im Nutzungs- und Nachfrageverhalten frühzeitig festgestellt und der Disseminationsprozess angepasst werden. Zudem sind diese systematischen Analysen hilfreich, um Hinweise auf mögliche Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu erhalten, die Wissenstransfer und Kompetenzaufbau fördern. Letzteres ist gerade auch im Hinblick auf schwer erreichbare Zielgruppen von entscheidender Bedeutung.

Selbstverständlich ist das systematische Monitoring von Nutzungs- und Nachfrageverhalten nur ein Instrument von vielen, um die Qualität und Zielgruppenpassung eines Angebots zu gewährleisten. Auch andere Instrumente – wie beispielsweise wissenschaftlich fundierte Medienevaluierungen, die inhaltliche und gestalterische Aspekte des Materials bewerten (siehe etwa die Beiträge von Barlovic & Scharmanski sowie Dulinski & Schmidt-Cox in diesem FORUM) – sind unverzichtbar. Dieser Beitrag fokussiert sich jedoch auf das Nutzungs- und Nachfrageverhalten als fundamentale Basis eines systematischen Medienevaluationsprozesses und stellt exemplarisch dar, welche Instrumente und Indikatoren in der BZgA eingesetzt werden.

Allgemeines Nutzungsverhalten von Medien und Angeboten der Sexualaufklärung und Familienplanung

Um den gesetzlichen Auftrag zu erfüllen, junge Menschen und Eltern mit faktenbasierten Angeboten und Materialien zur Sexualaufklärung und Familienplanung zu erreichen, muss man erst einmal wissen, wo sich diese Zielgruppen im Allgemeinen über Fragen rund um Sexualität informieren und woher sie ihr Wissen beziehen. Anhand der repräsentativen Wiederholungsbefragung der BZgA-Studie zur Jugendsexualität können Informationen darüber erhoben werden, wie sich junge Menschen und ihre Eltern Informationen in diesem Themenfeld beschaffen, welche Medien und Angebote sie nutzen und auf welchem Wege sie Informationen erhalten wollen.

Die Daten der Neunten Welle der Jugendsexualitätsstudie belegen, dass junge Menschen im Schulunterricht (69%), in Gesprächen (68%) und im Internet (59%) für sie relevantes Wissen über Sexualität und Verhütung erhalten. Dies sind die am häufigsten genannten Wissensquellen (Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung [BZgA], 2020).

Gerade das Internet ist eine der Hauptinformationsquellen für jungen Menschen, durch die sie etwas über Sexualität

und Verhütung erfahren haben, das für sie wichtig war (SCHARMANSKI & HESSLING, 2021A). Bei den 14- bis 17-Jährigen ist das Internet als relevantes Informationsmedium seit der letzten Erhebung um 15 Prozentpunkte angestiegen (2014: 44%, 59% 2019). Der Geschlechtervergleich zeigt aber auch, dass für Jungen das Internet eine noch wichtigere Bedeutung hat als für die gleichaltrigen Mädchen (62% ggü. 56%).

Am häufigsten nutzen junge Menschen im Netz nach eigenen Angaben Aufklärungs- und Beratungsseiten, Wikipedia sowie Foren für den Austausch mit Expertinnen und Experten und anderen Nutzenden. Und Chats scheinen speziell für minderjährige Jugendliche mit gleichgeschlechtlicher oder nicht (eindeutig) heterosexueller Orientierung eine wichtige Informationsquelle zu sein – für Jungen mehr als für Mädchen (SCHARMANSKI & HESSLING, 2021A).

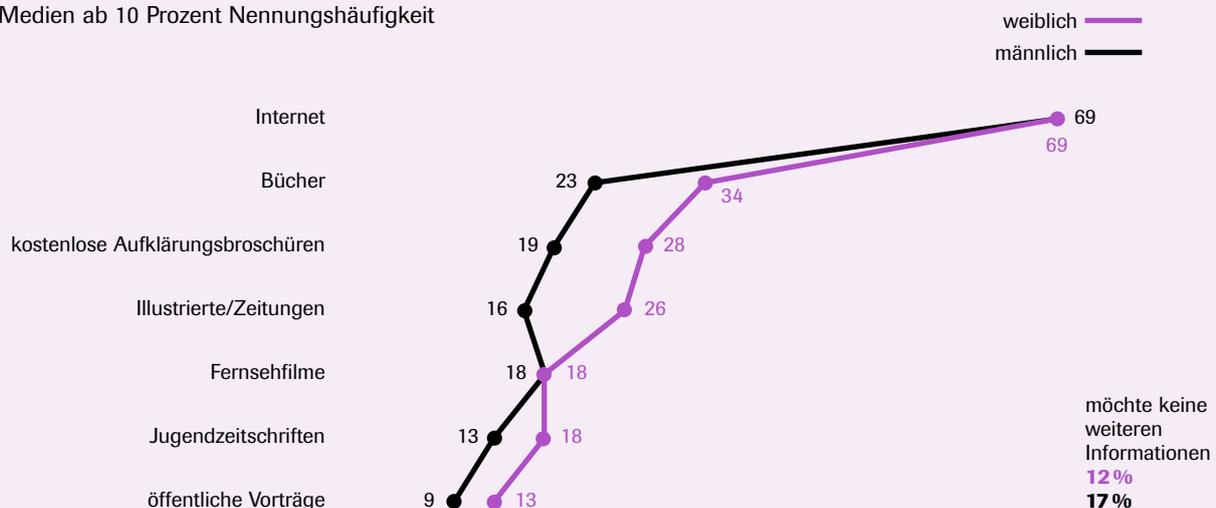
Das Internet ist auch der Ort, an dem junge Menschen nach weiteren Informationen suchen wollen: 69% der 14- bis 25-Jährigen geben dies an (siehe auch Abbildung 1). Aller Digitalisierung zum Trotz werden aber auch Printprodukte nach wie vor von jungen Menschen als ein bevorzugtes Medium zur Wissensvermittlung angegeben: Bücher (28%), kostenlose Aufklärungsbroschüren (23%), Illustrierte (20%) und Jugendzeitschriften (15%) werden in der Befragung aus dem Jahr 2019 genannt. Mädchen und junge Frauen wollen häufiger Printmedien nutzen als ihre männlichen Altersgenossen (Abbildung 1).

Auffallend ist, dass sich mit zunehmendem Alter die Medienpräferenzen verändern. Am deutlichsten wird die Veränderung bei den Jugendzeitschriften. Sie sind vor allem für die Jugendlichen interessanter als für die Volljährigen (29% ggü. 9%). Wie in den vorherigen Erhebungsjahren ziehen vor allem Mädchen im Alter von 14 oder 15 Jahren ihr Wissen im Bereich Sexualaufklärung gerne aus Jugendzeitschriften (38 und 40%). Die Mädchen bleiben an diesem Medium bis ins Erwachsenenalter (18 und 19 Jahre) auch noch etwas mehr interessiert als die Jungen. Mit 20 Jahren flaut das Interesse bei beiden Geschlechtern merklich ab. Und auch kostenlose Aufklärungsbroschüren werden von Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahren stärker zur Wissensvermittlung präferiert

Abb. 1

Präferierte Medien der Wissensvermittlung von jungen Menschen

Medien ab 10 Prozent Nennungshäufigkeit

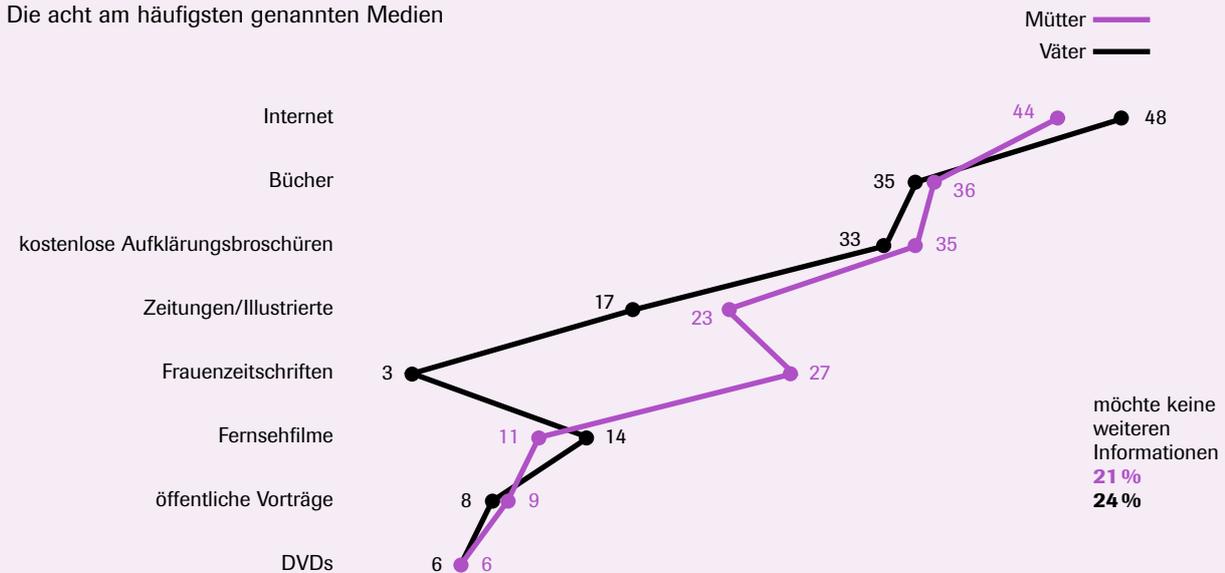


Frage: Durch welche Medien würden Sie am liebsten über die von Ihnen genannten Themenbereiche weitere Informationen erhalten?
Basis: 14- bis 25-Jährige, Mehrfachnennungen, Angaben in Prozent

Abb. 2

Präferierte Medien der Wissensvermittlung von Eltern (Mütter/Väter)

Die acht am häufigsten genannten Medien



Frage: Durch welche Medien würden Sie am liebsten über die von Ihnen genannten Themenbereiche weitere Informationen erhalten?
Basis: Eltern 14- bis 17-jähriger Jugendlicher ohne Migrationshintergrund, Angaben in Prozent

als von Volljährigen (27% ggü. 22%) – von Mädchen wieder mehr als von Jungen (30% ggü. 24%).

Auch Eltern von Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahren werden im Rahmen der Jugendsexualitätsstudie nach ihren bevorzugten Medien der Wissensvermittlung gefragt (vgl. Abbildung 2). Von jenen Müttern und Vätern, die weitere Informationen erhalten wollen, gibt der größte Teil das Internet als gewünschtes Medium an, in dem sie weitere Informationen finden möchten. Ebenfalls gefragt sind Bücher und kostenlose Aufklärungsbroschüren. Mütter geben dabei kostenlose Broschüren unabhängig von ihrem Schulabschluss in gleicher Häufigkeit an.

Auf Basis der repräsentativen Daten der Jugendsexualitätsstudie kann das aktuelle Mediennutzungsverhalten junger Menschen und Eltern also wie folgt zusammengefasst werden:

- Junge Menschen haben ihr Wissen im Bereich Sexualaufklärung und Familienplanung vor allem im Schulunterricht, über Gespräche und im Internet erhalten.
- Im Falle von Wissensdefiziten wollen junge Menschen und ihre Eltern vor allem das Internet, aber zu einem relevanten Anteil auch Printprodukte zu Rate ziehen.

Diesem Nutzungsverhalten trägt die BZgA mit ihren kostenfreien Medien und Angeboten Rechnung. So gibt es internetbasierte Informationsangebote (z. B. www.loveline.de; www.familienplanung.de; www.jung-und-schwanger.de), aber auch Printangebote für junge Menschen und Eltern, die in Schulen, im Kontext sexueller Bildung, in Beratungsstellen oder auch Arztpraxen eingesetzt werden können.

Systematisches Monitoring von Nutzungs- und Nachfrage-Indikatoren

Die repräsentative Studie zur Jugendsexualität gibt in regelmäßigen Abständen Auskunft darüber, welche Medien und Angebote junge Menschen in Deutschland nutzen und nutzen wollen, um sich über Sexualität, Verhütung und Familienplanung zu informieren.

Ergänzend zu dieser repräsentativen Datenbasis werden in der BZgA systematisch weitere Instrumente eingesetzt, um das Nutzungs- und Nachfrageverhalten zu evaluieren. Durch das systematische und anonyme Erfassen, Analysieren und Interpretieren von relevanten Kennwerten können kurzfristig Informationen über die Nachfrage und das Nutzungsverhalten einzelner Aufklärungsmedien und -angebote generiert werden. So lassen sich Schwankungen zeitnah identifizieren und das Streuungskonzept kann – auch kurzfristig – angepasst werden.

Im Bereich von digitalen Angeboten eignen sich anonymisierte Zugriffs- und Download-Zahlen, um die Nutzungshäufigkeit einer Website kontinuierlich zu erfassen. Für die Website www.familienplanung.de wurden zwischen Januar

Infobox: Die repräsentative Wiederholungsbefragung zur Jugendsexualität der BZgA

Die BZgA-Studie »Jugendsexualität« ist eine repräsentative Wiederholungsbefragung. Zum neunten Mal startete im Sommer 2019 eine groß angelegte Befragung unter Jugendlichen, ihren Eltern und jungen Erwachsenen. Sie knüpft an Vorläuferstudien aus den Jahren 1980 bis 2014 an. Ziel der Studie ist es, zuverlässige Daten über Einstellung und Verhalten von jungen Menschen in der Bundesrepublik Deutschland in Fragen der Sexualaufklärung, Sexualität und Kontrazeption zu ermitteln. An der Neunte Welle nahmen bundesweit 6032 Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 25 Jahren sowie 2422 Eltern teil. Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter: <https://www.forschung.sexualaufklaerung.de/jugendsexualitaet/jugendsexualitaet-neunte-welle/>

Infobox: familienplanung.de

Die Website www.familienplanung.de enthält gesicherte Informationen rund um Schwangerschaft, Geburt und Wochenbett, zum Thema Verhütung, Kinderwunsch, Schwangerschaftskonflikt und Schwangerschaft junger Frauen, ergänzt um aktuelle Themen wie Schwangerschaft und Corona. Interessierte finden über die Seite Beratungsstellen in der Nähe und weitere Hilfeangebote zu den jeweiligen Themen.

Die Nutzung der Website wird regelmäßig erfasst. Als Kennwert dient beispielsweise die Anzahl an Seitenbesuchen. Erwähnt werden muss an dieser Stelle, dass aufgrund neuer Cookie-Richtlinien im Jahr 2020 für ungefähr ein halbes Jahr keine valide Erfassung der Seitenbesuche möglich war und die gemessenen Kennwerte geringer waren als die tatsächliche Nutzung.

Infobox: Sex & Tipps

In der Reihe Sex & Tipps der BZgA erscheinen in unregelmäßiger Folge Broschüren im Taschenformat (DIN A6) für Jugendliche, die deren Fragen und Themen im Bereich Sexualaufklärung und Verhütung aufgreifen. Sie geben gesicherte Informationen, Tipps und verweisen bei Bedarf auf weitergehende Hilfen (www.bzga.de/infomaterialien/sexualaufklaerung/sex-n-tipps-broschueren).

Die Nachfrage nach den Broschüren wird regelmäßig erfasst. Als relevanter Kennwert dient die Anzahl an Bestellungen. Im Jahr 2020 wurde ein deutlicher Rückgang der Bestellzahlen der Sex & Tipps von über 30% verzeichnet, was auf die Covid-19-Pandemie zurückzuführen ist. Bedingt durch die kontaktbeschränkten Maßnahmen im Jahre 2020 konnten Angebote der sexuellen Bildung in Schulen und Beratungsstellen kaum noch durchgeführt werden (Urban, Krolzik-Matthei & Böhm, 2021). Der Wegfall dieser Angebote führte dann zu einem deutlichen Rückgang der Bestellzahlen durch die zentralen Empfängerkreise.

2020 und August 2021 im Durchschnitt knapp 700 000 Besuche pro Monat gezählt. Wirft man jedoch einen vertieften Blick auf die Nutzungsstatistiken, zeigt sich, dass die Nutzungszahlen teilweise stark durch externe Faktoren beeinflusst werden und infolgedessen deutlich schwanken können. So ließ der erfolgte Relaunch der Website die Besucherzahlen beispielsweise deutlich ansteigen (ungefähr 450 000 Besuche mehr als im Vormonat).

Nicht nur das Nutzungs- und Nachfrageverhalten von digitalen Inhalten ist relevant. Da junge Menschen nach wie vor Printangebote im Bereich Sexualaufklärung und Familienplanung nutzen und nutzen wollen, wird auch die Anzahl an Bestellungen von einzelnen Aufklärungsmaterialien anonymisiert erfasst und ausgewertet. Sehr häufig werden die Aufklärungsbroschüren Sex & Tipps bestellt: Im Jahr 2019 insgesamt knapp 1,5 Mio. Mal. Mit großem Abstand am häufigsten werden Printmaterialien von Bildungseinrichtun-

gen bestellt – dies zeigen die anonymisierten Bestellstatistiken. Schulen sind also bedeutsame Multiplikatorinnen dieser gedruckten Materialien zur Sexualaufklärung: Im Sinne des Wissenstransfers nutzen sie die Broschüren für den Unterricht und geben die Informationen an ihre Schülerinnen und Schüler weiter. Die Broschüren unterstützen somit das sexualpädagogische Angebot in Schulen und können dort einen wirksamen Beitrag zum Wissens- und Kompetenzaufbau im Bereich der sexuellen und reproduktiven Gesundheit von jungen Menschen leisten. Und dass die Schulen diese Transferfunktion wirksam ausführen, zeigen auch die Daten der Jugendsexualitätsstudie: Die Schule ist der Ort, an dem junge Menschen nach eigenen Angaben, am häufigsten für sie relevante Informationen rund um Sexualität und Verhütung erhalten haben (SCHARMANSKI & HESSLING, 2021b).

Schlussfolgerungen

Die Analyse von Mediennutzungsverhalten und -präferenzen ist ein zentrales Element der Qualitätssicherung. Denn nur wenn die Materialien von den Zielgruppen genutzt und deren präferiertes Mediennutzungsverhalten angesprochen wird, können die Informationen zur Sexualaufklärung und Familienplanung einen Beitrag zur Förderung der sexuellen und reproduktiven Gesundheit leisten. In der BZgA werden viele unterschiedliche Instrumente und Indikatoren angewendet, deren Informationen sich wechselseitig ergänzen.

Groß angelegte, repräsentative Wiederholungsbefragungen erfassen seit vielen Jahrzehnten in regelmäßigen Abständen die tatsächlichen und präferierten Informationsbeschaffungswege von jungen Menschen in diesem Themenfeld. Auf Basis dieser Daten wird die mittel- bis langfristige Disseminationsstrategie entwickelt und gegebenenfalls angepasst.

Ergänzend zu diesen repräsentativen Ergebnissen liefert die regelmäßige Erfassung von relevanten, streng anonymisierten Kennwerten wie Klick-, Download- und Bestellzahlen kontinuierlich wertvolle Erkenntnisse zu kurzfristigen Schwankungen im Nutzungs- und Nachfrageverhalten; auch Hinweise zur Identifikation relevanter Multiplikatorinnen und Multiplikatoren können auf Basis dieser Indikatoren generiert werden.

Auf Grundlage all dieser Ergebnisse werden die Strategien zur Erreichung der Zielgruppen im Sinne des PHAC immer wieder überprüft und gegebenenfalls neu ausgerichtet. In Bezug auf die Zielgruppenerreichung zeigt sich, dass gerade Multiplikatorinnen und Multiplikatoren – wie Schulen und andere Bildungseinrichtungen – eine Schlüsselfunktion einnehmen und den Wissens- und Kompetenzaufbau im Bereich der sexuellen und reproduktiven Gesundheit nachhaltig fördern. Und auf diese Transferfunktion sind vor allem jene jungen Menschen angewiesen, die im sozialen Umfeld nur wenig Ansprechpersonen für Fragen rund um Sexualität und Verhütung vorfinden (SCHARMANSKI & HESSLING, 2021b, 2021c).

Abschließend kann festgehalten werden, dass Jugendliche und (junge) Erwachsene in Deutschland über ein breites Wissen über Sexualität und Familienplanung verfügen, was sich in einer hohen Verhütungskompetenz niederschlägt (Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung [BZgA], 2016b, 2018; Scharmanski & Hessling, 2021d). Dies zeigt sich auch in dem kontinuierlichen Rückgang der Schwangerschaften und Schwangerschaftsabbrüche bei Mädchen unter 18 Jahren (Statistisches Bundesamt (DESTATIS), 2020, 2021). Daraus kann

geschlussfolgert werden, dass Informationen zur Aufklärung und Verhütung durch Schulen, Eltern und aus dem Internet die jungen Menschen in Deutschland erreichen und sie diese auch in Anspruch nehmen. Ein kontinuierliches Monitoring sowohl des tatsächlichen als auch des präferierten Mediennutzungsverhaltens stellt eine unverzichtbare Basis dar, um auch zukünftige Generationen mit Medien und Materialien zur Sexualaufklärung und Familienplanung erreichen zu können.

Zitierweise

Scharmanski, S. & Hessling, A. (2021). Mediennutzung in der Sexualaufklärung und Familienplanung, FORUM Sexualaufklärung und Familienplanung: Informationsdienst der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), 1, 9-13.
https://doi.org/10.17623/BZgA_SRH:forum_2021-1_beitrag_mediennutzung



Angelika Heßling leitet das Referat S3 – Aufgabenkoordinierung, Nationale und internationale Zusammenarbeit, Forschung und Fortbildung der Abteilung S – Sexualaufklärung, Verhütung und Familienplanung in der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA).

Kontakt:
angelika.hessling@bzga.de

Dr. Sara Scharmanski ist Wissenschaftliche Referentin im Referat S3 – Aufgabenkoordinierung, Nationale und internationale Zusammenarbeit, Forschung und Fortbildung der Abteilung S – Sexualaufklärung, Verhütung und Familienplanung in der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA).

Kontakt:
sara.scharmanski@bzga.de

Literatur

BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG (BZGA). (2016a). *Rahmenkonzept zur Sexualaufklärung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung in Abstimmung mit den Bundesländern*. <https://publikationen.sexualaufklaerung.de/fileadmin/redakteur/publikationen/dokumente/13002000.pdf>

BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG (BZGA). (2016b). *frauen leben 3 – Familienplanung im Lebenslauf von Frauen*. <https://service.bzga.de/pdf.php?id=3523795e34a4503a0be4963a489d0095>

BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG (BZGA). (2018). *Verhütungsverhalten Erwachsener 2018*. <https://publikationen.sexualaufklaerung.de/fileadmin/redakteur/publikationen/dokumente/13317300.pdf>

BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG (BZGA). (2020). *Erste Ergebnisse der neuen Befragungswelle BZgA-Studie »Jugendsexualität«*. Pressemitteilung. https://www.bzga.de/fileadmin/user_upload/PDF/pressemitteilungen/2020/20_12_03_PM_BZgA_Neue-Befragungswelle-Studie-Jugendsexualitaet.pdf

FEIERABEND, S., RATHGEB, T., & REUTTER, T. (2020). *JIM-Studie 2019. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. https://www.mpf.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf

ROSENBROCK, R., & HARTUNG, S. (2015). Public Health Action Cycle/ Gesundheitspolitischer Aktionszyklus. In Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) (Hrsg.), *Leitbegriffe der Gesundheitsförderung und Prävention* (S. 833). Köln.

SCHARMANSKI, S., & HESSLING, A. (2021a). *Medien der Sexualaufklärung. Jugendsexualität 9. Welle*. Faktenblatt, Juli 2021. [10.17623/BZgA_SRH:fb_JUS9_Medien](https://doi.org/10.17623/BZgA_SRH:fb_JUS9_Medien)

BZgA_SRH:fb_JUS9_Medien

SCHARMANSKI, S., & HESSLING, A. (2021b). *Sexualaufklärung in der Schule. Jugendsexualität 9. Welle*. Faktenblatt, Juli 2021. https://doi.org/10.17623/BZgA_SRH:fb_JUS9_Schule

SCHARMANSKI, S., & HESSLING, A. (2021c). *Sexualaufklärung und Verhütungsberatung im Elternhaus. Jugendsexualität 9. Welle*. Faktenblatt, Juli 2021. https://doi.org/10.17623/BZgA_SRH:fb_JUS9_Eltern

SCHARMANSKI, S., & HESSLING, A. (2021d). *Sexual- und Verhütungsverhalten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland. Aktuelle Ergebnisse der Repräsentativbefragung Jugendsexualität Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz*. [doi:10.1007/s00103-021-03426-6](https://doi.org/10.1007/s00103-021-03426-6)

SILVERPOP (2015). *2015 Email Marketing Metrics Benchmark Study*. <https://14800t2fz6q63nkb6re2azy6-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2015/08/Email-Marketing-Metrics-Benchmark-Study-2015-Silverpop.pdf>

STATISTISCHES BUNDESAMT (DESTATIS) (2020). *Daten der Lebendgeborenen nach Altersgruppen der Mütter*.

STATISTISCHES BUNDESAMT (DESTATIS) (2021). *Zahl der Schwangerschaftsabbrüche im Jahr 2020 leicht zurückgegangen*. Pressemitteilung.

URBAN, M., KROLZIK-MATTHEI, K., & BÖHM, M. (2021). *Zwischenergebnisse der Studie »Schwangerschaftsberatung während der Covid-19-Pandemie aus Sicht von Beratungsfachkräften«. pro familia magazin(1)*, 15–20.