

Umgang mit Krisen und Hilfsangeboten bei Jugendlichen und Erwachsenen in der Schweiz

SYNTHESEBERICHT

WIEDERHOLUNGSMESSUNGEN IM NOVEMBER 2020 DER BEVÖLKERUNGSBEFRAGUNG 2016 UND DER JUGENDBEFRAGUNG 2017

22. Februar 2021

Erarbeitet im Rahmen des Nationalen Aktionsplans Suizidprävention
im Auftrag des Bundesamts für Gesundheit

Auftraggeber:

Bundesamt für Gesundheit
Sektion Nationale Gesundheitspolitik
Esther Walter
Projektleiterin Suizidprävention
Schwarzenburgstrasse 157
3003 Bern

Auftragnehmer:

Demo SCOPE AG
Klusenstrasse 17
6043 Adligenswil

Autor:

Dr. Michael Buess
Geschäftsleitender Partner
Demo SCOPE AG

Dr. Raphael Vogel
Projektleiter Sozialforschung
Demo SCOPE AG

Inhalt

1. Zusammenfassung / Executive Summary	3
1.1 Ausgangslage.....	3
1.2 Methodik	4
1.3 Ergebnisse und Schlussfolgerungen.....	4
2. Synthèse.....	12
2.1 Contexte.....	12
2.2 Méthodologie	13
2.3 Résultats et conclusions	13
3. Ausgangslage und Studiendesign	21
2.1 Wiederholungsmessung der Bevölkerungsbefragung	22
2.2 Wiederholungsmessung der Jugendbefragung	24
4. Ergebnisse.....	26
3.1 Anlaufstellen/-personen sowie reden bei Krisen und Sorgen/Problemen	26
3.2 Wie geht es den Jungen, was belasten sie und wie gehen sie damit um?	30
3.3 Ungestützte Bekanntheit von Beratungsstellen/Notrufnummern.....	33
3.4 Gestützte Bekanntheit von Beratungsstellen/Notrufnummern	36
3.5 Angebote der Dargebotenen Hand nutzen	38
3.6 Eigenschaften/Angebote der Dargebotenen Hand und von Pro Juventute	40
3.7 Kontaktmöglichkeiten / Präferenzen des Kontaktkanals zu Beratungsstellen.....	42
3.10 Bekanntheit der Webseite «www.reden-kann-retten.ch»	44

1. Zusammenfassung / Executive Summary

1.1 Ausgangslage

Der vorliegende Bericht fasst zwei unabhängig voneinander im Herbst 2020 durchgeführte Befragungen zum Thema «**Umgang mit Krisen und Hilfsangeboten**» zusammen und vergleicht diese mit den zwei analogen Befragungen aus dem Jahre 2016 bzw. 2017. Die Befragungen (Nullmessungen und Wiederholungsmessungen) wurden im Rahmen des **Nationalen Aktionsplans Suizidprävention** initiiert, der 2016 von Bund, Kantonen und der Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz verabschiedet wurde (www.bag.admin.ch/suizidpraevention). Der Bund (Bundesamt für Gesundheit BAG) unterstützt die Akteure der Suizidprävention bei der Umsetzung des Aktionsplans durch Vernetzungs- und Koordinationsarbeit sowie durch das Erarbeiten von Wissensgrundlagen.

Die Befragungen des BAG stehen im Kontext der Ziele II und III des Nationalen Aktionsplans Suizidprävention:

Ziel II Die Bevölkerung ist über das Thema Suizidalität und über Möglichkeiten der Prävention informiert.

Ziel III Suizidgefährdete Personen und ihr Umfeld kennen und nutzen Beratungs- und Notfallangebote.

Massnahmen, die diese Ziele unterstützen, sind in der Praxis oft kombiniert: Informationsmassnahmen, wie z.B. die gesamtschweizerische **Suizidpräventionskampagne «reden-kann-retten»**¹, macht auf Beratungs- und Notfallangebote aufmerksam.

Bei Suizidgefährdung kommt telefonischen Beratungs- oder Notfallnummern, bei denen jemand unmittelbar erreichbar ist, eine besondere Bedeutung zu. Wichtige gesamtschweizerische Beratungs- und Notfallangebote, die rund um die Uhr besetzt sind, werden von der **Dargebotenen Hand** (für Erwachsene) und von **Pro Juventute** (für Kinder und Jugendliche) betrieben. Sie werden im Aktionsplan Suizidprävention als zentrale Akteure in diesem Bereich beschrieben. Beiden Anbietern ist die Qualitätssicherung wichtig und beide sind offen für Massnahmen, die die Nutzung der Angebote und ihre Weiterentwicklung fördern.

Im Auftrag des BAG, unterstützt durch die Dargebotene Hand und Pro Juventute, wurde durch DemoSCOPE 2020 sowie 2016/2017 einerseits eine **allgemeine Bevölkerungsbefragung** durchgeführt, welche sich an die Schweizer Wohnbevölkerung im Alter von 15 bis 74 Jahren richtete und andererseits eine **Jugendbefragung**, welche sich spezifisch an Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 15 bis 25 Jahren richtete.

Die Befragungen sind nicht identisch, haben aber beide primär zum Ziel mehr darüber zu erfahren:

¹ Die Kampagne wurde 2016 – 2018 von der SBB und dem Kanton Zürich initiiert und getragen, unterstützt durch viele weitere Akteure. In der Kampagne wurde auf die Hotline der Dargebotenen Hand / Tel. 143 hingewiesen. 2018 lag der Schwerpunkt auf einer «Jugendkampagne» mit dem Hinweis auf die Hotline von Pro Juventute / Tel. 147. Seit 2019 betreibt das Bundesamt für Gesundheit die Webseite «www.reden-kann-retten.ch», das Kernstück der Kampagne, damit die wichtigen Informationen für die Bevölkerung zugänglich bleiben. Die beiden nationalen Organisationen mit Hotlines rund um die Uhr werden nach wie vor über die Website bekannt gemacht. Zudem werde kantonale Anlaufstellen / Hilfsangebote über die Webseite kommuniziert.

- an wen sich die Bevölkerung in Lebenskrisen und bei Sorgen und Problemen wenden würde
- welche Rolle dabei die Angebote der Dargebotenen Hand und von Pro Juventute spielen
- wie bekannt die Webseite zur Suizidprävention «www.reden-kann.rennen.ch» ist (nur 2020 abgefragt).

Aus den Erkenntnissen können diverse Akteure ihre Massnahmen und Angebote im Sinne des Nationalen Aktionsplans Suizidprävention weiterentwickeln.

1.2 Methodik

Die Wiederholungsmessungen 2020 der Bevölkerungsbefragung wie auch der Jugendbefragung wurden separat durchgeführt, sind aber dennoch insbesondere im Hinblick auf die Fragestellungen vergleichbar (ebenso in Bezug auf die jeweiligen Nullmessungen 2016 bzw. 2017). Die **Bevölkerungsbefragung** 2020 wurde wie schon 2016 sowohl als webbasierte Befragung (CAWI) wie auch als telefonische Befragung (CATI)² in allen drei Landesteilen durchgeführt (N_{2020 total} = 2'269; N_{2016 total} = 2'208). Die **Jugendbefragung** 2020 wurde wie schon 2017 aufgrund des Alters der Befragten (15 bis 25 Jahre) ausschliesslich als webbasierte Befragung (CAWI) durchgeführt (in allen drei Sprachregionen der Schweiz; N₂₀₂₀ = 800, N₂₀₁₇ = 830).

1.3 Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Der vorliegende Bericht dient der Aufarbeitung einerseits der Bevölkerungsbefragung 2020, andererseits derjenigen der Jugendbefragung 2020³. Folgend werden zunächst die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung zusammengefasst (als Total der CATI- und CAWI-Befragungen), gefolgt von den Ergebnissen der Jugendumfrage. Die Ergebnisse der Befragungen 2020 werden in Bezug gesetzt zu den Ergebnissen der Befragungen 2016 bzw. 2017. Im letzten Abschnitt werden die Ergebnisse der beiden Studien 2020 aufeinander bezogen.

Bevölkerungsbefragung

Es sind auch 2020 – wie bereits in der Nullmessung im Jahr 2016 – primär Personen aus dem eigenen Familien- und Freundeskreis, an die sich die befragte Allgemeinbevölkerung **im Falle einer Lebenskrise wenden** würde⁴. Weitere 15% der Befragten würden sich an eine Fachperson aus den Bereichen Psychiatrie, Psychologie und Psychotherapie wenden und 12% an den Hausarzt / die Hausärztin. Die Bedeutung von Fachpersonen aus dem Gesundheitsbereich hat im Vergleich zur Nullmessung zugenommen. Kaum als Anlaufstelle genannt wurden aus dem Gesundheitsbereich allerdings medizinische Notfallnummern oder Notfallaufnahmen. 10% der Befragten gaben bei dieser offenen Einstiegsfrage 2020 an, sie würden sich in einer Le-

² Dieser doppelte methodische Ansatz wurde gewählt, da davon ausgegangen werden musste, dass die lange Zeit primär als telefonische Angebote bestehenden Hilfsangebote bei Personen mit starker Internetnutzung eine andere Bekanntheit aufweisen als bei Personen mit weniger stark ausgeprägten Internetnutzung.

³ Bei der Interpretation der Ergebnisse 2020 gilt es zu beachten, dass die Befragungen vor dem vom BAG initiierten Aktionstag «Darüber reden. Hilfe finden.» vom 10. Dezember 2020 stattgefunden hatten, bei dem schweizweit über diverse Medien auf niederschwellige Hilfsangebote aufmerksam gemacht wurde (wie z.B. jene der Dargebotenen Hand und von Pro Juventute).

⁴ Wobei bei dieser ersten Frage Mehrfachantworten möglich waren.

benskrise an die Dargebotene Hand wenden. Dieser Anteil hat sich gegenüber 2016 verdoppelt. 5% antworten spontan, dass sie sich an niemanden wenden würden oder niemanden haben an den sie sich in einer Lebenskrise wenden können (2020 analog zu 2016).

Nach dieser Einstiegsfrage wurden die Befragten um eine Bewertung von verschiedenen Aussagen gebeten. Die höchste Zustimmung erfuhr dabei die Aussage «Ich habe **einen vertrauten Menschen**, mit dem ich über meine Lebenskrise sprechen kann». Fast 90% stimmen dieser Aussage zu. Entsprechend verfügt fast eine von 10 Personen über keine Vertrauensperson (vergleichbarer Wert 2016). Es zeigt sich, dass Personen mit tiefer Bildung, niedrigem Einkommen, ohne Schweizer Staatsbürgerschaft und in Einpersonenhaushalten lebend öfters keine Vertrauensperson haben. Die Aussage «Wenn jemand in meinem Umfeld verzweifelt wirkt, **spreche ich die Person darauf an**» stösst ebenfalls – 2020 und 2016 – auf sehr grosse Zustimmung. Diese Zustimmung ist bei Frauen noch ausgeprägter als bei Männer. Die Aussage «**Ärztinnen / Ärzte können** mir in meiner Lebenskrise auch **nicht weiterhelfen**» wird 2020 – analog zu 2016 – mehrheitlich abgelehnt. Die Aussage, dass man vor allem **anonym mit jemandem reden** möchte sowie die Aussage, dass **niemand von der eigenen Krise erfahren darf**, wurden in beiden Erhebungsjahren überwiegend abgelehnt. Zwischen Männer und Frauen zeigen sich diesbezüglich keine Unterschiede. Eine von vier Personen stimmt aber der Aussage zu, dass niemand im Umfeld von einer persönlichen Krise erfahren darf. Die letzten beiden Aussagen werden auch in der jüngsten Altersgruppe der 15-34-Jährigen mehrheitlich abgelehnt. Allerdings zeigen jüngere Personen doch eine vergleichsweise höhere Tendenz, dass niemand von der eigenen Krise erfahren soll bzw. sie lieber anonym mit jemandem reden möchten.

Auf die Frage «**Kennen Sie eine Anlaufstelle**, bei welcher man sich in persönlichen Krisen oder Notlagen anonym beraten lassen kann?» nennen 2020 47% der Personen, die in der ersten Frage nicht bereits aktiv die Dargebotene Hand als mögliche Kontaktstelle bei Krisen genannt haben, spontan «die Dargebotenen Hand / die Nummer 143 oder das Sorgentelefon». Dieser Wert ist gegenüber 2016 ziemlich konstant. In der Gruppe der 15- bis 34-Jährigen liegt der Anteil mit 30% deutlich tiefer. Gut ein Drittel der Bevölkerung kennt 2020 – wie schon 2016 – keine anonyme Anlaufstelle, wo man sich in persönlichen Krisen oder Notlagen anonym beraten lassen kann. Es sind dabei insbesondere männliche, jüngere und in der Westschweiz lebende Personen sowie solche mit einem tieferen Bildungsniveau, die spontan keine Anlaufstelle nennen können. So gibt jede zweite Person, die lediglich über die obligatorische Schulbildung verfügt, an, keine anonyme Anlaufstelle zu kennen.

In der gestützten Befragung zur **Bekanntheit der Dargebotenen Hand**⁵ zeigt sich ein ähnliches Bild wie 2016: 79% derjenigen Personen, die in Frage 1 oder 3 nicht bereits spontan die Dargebotene Hand/die Nummer 143 als Anlaufstelle bei Krisensituationen genannt haben⁶, haben vor der Befragung schon von der Dargebotenen Hand gehört oder gelesen (2016: 81%). Dieser Anteil ist mit 60% bei den 15- bis 34-Jährigen deutlich tiefer und bei den zwei älteren

⁵ «Die Dargebotene Hand bietet Menschen in akuten Krisen oder auch bei Alltagsproblemen eine persönliche Beratung. Haben Sie vor dieser Befragung schon einmal von der „Dargebotenen Hand“ gehört oder gelesen?»

⁶ Dieser Filter galt für die CATI-Befragung. In der CAWI-Befragung wurde die Frage sämtlichen Personen gestellt.

Gruppen mit jeweils 86% bzw. 93% deutlich höher. In der online-Befragung wurde den Befragten zudem das Logo der Dargebotenen Hand gezeigt (wenn die Dargebotene Hand nicht bekannt war) und gefragt, zu wem/welcher Organisation es gehört. 6% konnten sagen, dass es zur Dargebotenen Hand gehört, weitere 26% hatten es schon gesehen, wussten aber nicht zu wem es gehört. Zwei Drittel gaben an, das Logo noch nie gesehen zu haben.

Die Nummer 143 bzw. die Dargebotene Hand wird insbesondere als Anlaufstelle für **aktives Zuhören** verstanden, aber auch die Vermittlung von Fachstellen/Fachpersonen sowie die Unterstützung bei z.B. häuslicher oder psychischer Gewalt wird stark mit den Angeboten der Dargebotenen Hand assoziiert. Am bekanntesten ist die **Erreichbarkeit via Telefon**, gefolgt von E-Mail, Chat und Online.

Die Anzahl Personen, welche angeben, die **Dargebotene Hand selbst in Anspruch genommen** zu haben **oder jemanden zu kennen**, der dies getan hat, hat sich seit dem Jahr 2016 nur minimal verändert. Dieser Anteil ist mit 21% in der Altersgruppe der 15- bis 34-Jährigen mehr als doppelt so hoch wie bei den älteren Altersgruppen.

Zwischen 2016 und 2020 hat sich die Anzahl Personen, die **in Erwägung ziehen**, bei einer persönlichen Lebenskrise **die Dargebotene Hand zu kontaktieren** deutlich erhöht (von 40% auf 52%, wobei der Anteil in der Westschweiz 2020 mit 42% am tiefsten liegt). Dabei bleibt der telefonische Kontakt wie bereits im Jahr 2016 das Mittel der Wahl, wobei auch dem Online-Kanal (E-Mail oder Chat) ein beachtenswerter Anteil zukommt. Knapp zwei Drittel⁷ der Befragten würden die Dargebotene Hand eher telefonisch kontaktieren (mit zunehmendem Alter zunehmend), knapp 20% können sich beides vorstellen (telefonisch oder online)⁸. Unter den 15- bis 34-Jährigen ist der Anteil jener, die online Kontakt aufnehmen würden mit 31% am höchsten.

Der mit Abstand wichtigste **Grund, die Dienstleitungen der Dargebotenen Hand nicht in Anspruch nehmen zu wollen**, ist wie bereits in der Nullmessung, dass die befragte Person andere Menschen/Vertrauenspersonen hat, mit der er/sie sprechen kann. Gleichzeitig hat sich in Zusatzauswertungen 2020 gezeigt, dass es überdurchschnittlich oft Personen sind, die die Dargebotene Hand nicht kennen oder niemanden Vertrautes haben, welche nicht Kontakt mit der Dargebotenen Hand aufnehmen würden. Nur von sehr wenigen Befragten wurden Kritikpunkte vorgebracht, welche direkt die Eigenschaften/Dienste der Dargebotenen Hand betreffen (z.B. zu unpersönlich, zu anonym). Vielmehr scheinen es persönliche Gründe bzw. ein fehlender Bedarf zu sein, die Personen von einer Kontaktaufnahme mit der Dargebotenen Hand abhalten. Personen, die dazu animiert werden sollte, sich bei Problemen an die Dargebotene Hand zu wenden, sind vor allem solche, die keine vertraute Person haben, an die sie sich wenden könnten. Diese zeichnen sich zum Beispiel dadurch aus, dass sie eher in Einpersonenhaushalten leben mit tiefem Einkommen. Erschwerend ist, dass sie gleichzeitig eher abgeneigt sind, die Dargebotene Hand zu kontaktieren. Bezüglich der Bereitschaft, sich an die Dargebotene Hand zu wenden, gibt es keine Unterschiede zwischen Frauen und Männer.

⁷ Die Präferenz einer telefonischen Kontaktaufnahme liegt bei jenen, die telefonisch befragt wurden bei 78%.

⁸ Bei jenen, die online befragt wurden, liegt der Anteil bei einem Drittel.

15% der Befragten geben 2020 an, die gesamtschweizerische Suizidpräventions-**Webseite reden-kann-retten.ch** zu kennen oder schon einmal besucht zu haben. Die Bekanntheit ist in der Deutschschweiz höher als in der Westschweiz und deutlich geringer im Tessin. In der Altersgruppe der 15- bis 34-Jährigen liegt die Bekanntheit mit 27% am höchsten. Abgefragt wurde nur der Name der Webseite ohne – aufgrund der Befragungsmethode – Bildmaterial zur gestützten Erinnerung.

Jugendbefragung

Die Befragung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen stellt ebenfalls eine Wiederholungsmessung dar, wobei die Nullmessung im Jahr 2017 durchgeführt wurde.

Die Themen Schule/Arbeit/Heim sowie Liebe/Beziehung sind wie bereits im Jahr 2017 die am häufigsten genannten **Problemthemen** der befragten Jungen. Grundsätzlich werden 2020 positive **Gefühlszustände** seltener und grundsätzlich negative Gefühlszustände öfters genannt als noch im Jahr 2017, dies möglicherweise mitbedingt durch die Pandemiesituation 2020. Es bestätigt sich, dass die primären **Anlaufstellen bei eigenen Krisen oder Problemen** – analog zu den Ergebnissen 2017 – Personen aus dem eigenen Bekannten- und Familienkreis sind. 7% gaben aber an, über keine entsprechende Bezugsperson/Anlaufstellen zu verfügen. Es sind eher männliche Junge, Personen mit einem tieferen Bildungsniveau und Junge aus Agglomerationsgemeinden, welche angeben keine Bezugsperson zu haben, an die sie sich wenden könnten/würden. Junge ohne Bezugspersonen geben zudem überdurchschnittlich oft an, sich nicht an eine Fachperson/eine Anlaufstelle zu wenden und tendieren eher zu negativen Gefühlszuständen (wobei unklar ist welches Merkmal die Ursache und welcher die Folge ist).

Die grundsätzlich verbreitete **Bereitschaft und auch Möglichkeit** der Jungen über belastende Aspekte und Sorgen **zu sprechen**, zeigt sich im Antwortverhalten auf die Aussage «Ich habe eine Person, mit der ich über alles reden kann, was mich belastet oder mir Sorgen macht.» 87% der Befragten stimmen dieser Aussage mindestens eher zu. Auf der anderen Seite sind es aber doch 12%, die dieser Aussage eher oder überhaupt nicht zustimmen. Dabei handelt es sich grossmehrheitlich um die gleiche Personengruppe, die bereits bei der oben erwähnten Frageangaben, niemanden zu haben, an den sie sich wenden würden/könnten. Fast 30% der Jungen stimmen der Aussage zu, dass niemand im persönlichen Umfeld davon erfahren darf, wenn es einem mal nicht gut geht.

71% der befragten Jungen konnten spontan mindestens eine **Notrufnummer nennen**, welche man in einer Notsituation anrufen kann (2017: 67%). Am häufigsten wurden die Blaulichtorganisationen genannt (117, 144, 118). An vierter Stelle folgt mit einer Nennung von 30% Pro Juventute / 147 (2017: 25%). Die Notrufnummer 143 der Dargebotenen Hand wurde von 11% genannt (2017: 9%). Die Zunahme um fünf Prozentpunkte der Nennung von 147 als Notrufnummer liegt im Bereich der Zunahme der Blaulichtnummern.

Auf die Nachfrage, ob die Jungen **Organisationen oder Anlaufstellen kennen**, an die man sich wenden kann, wenn es einem selbst oder einer Freundin/einem Freund sehr schlecht geht und man Hilfe braucht, können 45% keine Anlaufstelle nennen (2017: 60%). Während es

keine Unterschiede nach Geschlecht oder Bildungsabschluss der Befragten gab, zeigt sich, dass in der Westschweiz der Anteil der Befragten, die keine Anlaufstelle nennen können, mit 63% deutlich am höchsten ist. Auch Personen, die keine Schweizer Staatsbürgerschaft haben, können mit 59% überdurchschnittlich oft keine Anlaufstelle nennen. Bezüglich der genannten Organisationen/Anlaufstellen zeigt sich, dass sich die Nennung von Pro Juventute/147 von 13% (2017) auf 26% (2020) verdoppelt hat. Die Dargebotene Hand / 143 wird 2020 von 20% der Befragten genannt (2017: 15%).

Während die Jungen sowohl 2020 als auch 2017 zu rund 70% bis 85% bei den Blaulichtnummern korrekt angeben können, **wer die Notrufnummern betreibt**, bzw. wen man erreicht, ist dies für die Hotlines 147 und 143 nicht der Fall: rund 15% geben eine korrekte Antwort (2020 und 2017).

Den Jungen wurden in der Befragung die **Logos** von diversen Anlaufstellen / online-Plattformen gezeigt. In der Deutschschweiz geben 93% an das Logo von Pro Juventute zu kennen bzw. schon mal davon gehört zu haben (2020 und 2017 identisch). Die Bekanntheit des Logos ist im Tessin analog hoch (92%), in der Westschweiz knapp 10 Prozentpunkte tiefer⁹.

Bei der hohen gestützten Bekanntheit von Pro Juventute ist zu beachten, dass auf die offene Frage nach den konkreten **Angeboten / Dienstleistungen von Pro Juventute** zwei Drittel angaben, sie könnten spontan hierzu keine Angaben machen (2017: 57%). 25% gaben eine zutreffende Antwort wie «147/Sorgentelefon/Beratung für Kinder und Jugendliche» (2017: 31%).

Auf die Frage, wie die Jungen bevorzugt **mit einer Fachperson oder Anlaufstelle Kontakt aufnehmen** möchten, wenn es ihnen einmal sehr schlecht gehen würde und sie vielleicht nicht mehr weiter wüssten, dominieren die Angaben «telefonisch» und «persönlich / vor Ort». Während 2017 51% «persönlich / vor Ort» Kontakt aufnehmen wollten, sank dieser Wert 2020 – möglicherweise auch Corona-bedingt – auf 44%. Die bevorzugte Kontaktaufnahme «per Chat/Online-Forum» hat von 2017 auf 2020 von 25% auf 34% zugenommen. Ein Viertel würde «per Whatsapp o.ä.» Kontakt aufnehmen wollen (vergleichbar 2017).

Kaum jemand der befragten Jungen hat die **Webseite reden-kann-retten.ch** schon besucht, 8% geben an, sie zu kennen, ohne sie je besucht zu haben. Im Rahmen der Jugendkampagne 2018 innerhalb der Suizidpräventionskampagne «reden-kann-retten» (2016 – 2018) wurde eng mit Pro Juventute zusammengearbeitet. 27% der befragten Jungen geben an, die Webseite 147.ch zu kennen, ohne sie aber je besucht zu haben. 7% geben an, die Webseite schon einmal besucht zu haben¹⁰.

Vergleich zwischen der Bevölkerungs- und Jugendbefragung

⁹ In der Westschweiz erreicht die online-Plattform Ciao.ch mit 30% eine zusätzliche substanzielle Bekanntheit (2017: 35%). Im Tessin gaben 2017 51% an das Logo info giovani zu kennen. Dieser Wert sank 2020 auf 5%. Andere Logos wie feel-ok.ch, tschau.ch oder safeZone.ch kennen vergleichsweise deutlich weniger der Befragten.

¹⁰ Die befragte Altersgruppe von 15 bis 25 Jahren ist für die Zielgruppe von Pro Juventute nicht repräsentativ, da sich ihre Angebote auch stark an unter 15-Jährige richten.

Bei einem Vergleich einiger zentraler Ergebnisse der Bevölkerungs- und der Jugendbefragung zeigt sich, dass sich sowohl die allgemeine Bevölkerung als auch die Jungen grossmehrheitlich bei Problemen, Lebenskrisen oder sogar Suizidgedanken an **Personen aus dem persönlichen Umfeld** (insb. Familienangehörige, Freunde) wenden könnten/würden. Sich in Lebenskrisen mit vielleicht gar Suizidgedanken (auch) an **Fachpersonen oder niederschwellige Beratungsstellen** zu wenden, ist bei der allgemeinen Bevölkerung dagegen stärker verbreitet als bei den Jungen. Allerdings kann dieser Unterschied wohl auch mit der leicht unterschiedlichen Fragestellung bzw. dem unterschiedlichen Schweregrad der geschilderten persönlichen Krisen zusammenhängen (Bevölkerung: Lebenskrise mit evtl. Suizidgedanken vs. Jugendliche: allg. Sorgen/Probleme). Im Hinblick auf die **Bekanntheit von niederschweligen Beratungsstellen bzw. Notrufnummern** zeigt sich, dass – entsprechend der anvisierten Zielgruppen – die Dargebotene Hand/143 in der Allgemeinbevölkerung präsenter ist und Pro Juventute/147 bei den Jungen (Bekanntheit im Sinne einer spontanen Nennung als Kontaktstelle bei Problemen). Insgesamt zeigt sich, dass die Bekanntheit von Beratungs- und/oder Anlaufstellen bei den Jungen in den letzten Jahren im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung stärker gestiegen ist. So ist in der Bevölkerungsbefragung die Bekanntheit von Pro Juventute leicht gestiegen und die Bekanntheit der Dargebotenen Hand stabil geblieben, während in der Jugendbefragung eine Verdoppelung der Bekanntheit von Pro Juventute seit der Nullmessung festgestellt werden kann und ebenfalls eine Zunahme der Bekanntheit der Dargebotenen Hand sowie anderer Beratungsstellen. In beiden Erhebungen zeigt sich, dass sowohl die Dargebotene Hand als auch Pro Juventute in der Deutschschweiz bekannter sind als in der französischsprachigen Schweiz. Die Allgemeinbevölkerung scheint deutlich besser über die konkreten Tätigkeit / Angebote der Dargebotenen Hand informiert zu sein als die Jungen über jene von Pro Juventute. Sowohl die Allgemeinbevölkerung als auch die Jungen **präferieren eine telefonische Kontaktaufnahme**, bei den Jungen dicht gefolgt von einer persönlichen Beratung vor Ort. Elektronische Kanäle (E-Mail, Chat etc.) werden von den Jungen häufiger als präferierter Kanal genannt, als in der Bevölkerungsbefragung. Die **Webseite reden-kann-retten.ch** ist den Befragten der Bevölkerungsbefragung bekannter (15%) als denjenigen der Jugendbefragung (9%). Zwar richtet sich die Webseite auch an Jugendliche, aber die Bekanntheit der Angebote von Pro Juventute bzw. ihrer Webseite 147.ch ist mit 34% ebenso zielführend.

Fazit

In den zentralen Aussagen sind die Ergebnisse der **Bevölkerungsbefragungen** 2016 und 2020 vergleichbar: In Situationen mit grosser Verzweiflung, vielleicht sogar mit Suizidgedanken, würde sich die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung Personen in ihrem privaten Umfeld anvertrauen. Jede vierte Person würde sich in einer solchen Situation aber auch an Fachpersonen aus dem Gesundheitswesen wenden. Wirkt im Umfeld jemand verzweifelt würde die überwiegende Mehrheit diese darauf ansprechen. Neun von zehn Personen verfügen über eine Vertrauensperson, mit der sie sprechen könnten. Die Aussage, dass niemand aus dem persönlichen Umfeld von einer eigenen Lebenskrise erfahren darf, wird mehrheitlich abgelehnt, aber 26% stimmen ihr doch (eher bis vollkommen) zu.

Die Angebote der Dargebotenen Hand nennen 2020 10% der Befragten spontan als Kontaktstelle, an die sich in Krisen wenden würden (2016: 5%). Und auf die Frage, ob die Befragten

eine anonyme Beratungsstelle kennen (wenn nicht schon die Dargebotene Hand spontan als Kontaktstelle genannt wurde), nennen 2020 47% die Dargebotene Hand / Tel. 143. Gestützt ist die Bekanntheit der Dargebotenen Hand in der Bevölkerung sehr gross: Über alle Fragen hinweg zeigt sich, dass 85% zumindest schon mal von der Dargebotenen Hand gehört haben. Hingegen wissen 18% der Befragten nicht, wie/über welche Kanäle sie die Dargebotene Hand erreichen können. Unter jenen, die 2020 online befragt wurden, liegt der Anteil gar bei einem Viertel. Auf der Bekanntheit der Dargebotenen Hand kann gut aufgebaut werden; in allen Landesteilen und bei allen Altersgruppen. Auch Jüngere fühlen sich von der Dargebotenen Hand angesprochen und würden sich bei Bedarf dort melden. Die Bekanntheit der Dargebotenen Hand ist aber bei Jüngeren vergleichsweise am tiefsten. Das Bedürfnis einer telefonischen Kontaktaufnahme scheint nach wie vor gegeben zu sein – und dies in einem grösseren Ausmass als eine Kontaktaufnahme via E-Mail oder Chat. Die Befürchtung eine telefonische Hotline sei nicht mehr zeitgemäss oder nur für die ältere Bevölkerung attraktiv, bestätigt sich durch die Befragung nicht. Die Anonymität – ein wichtiges Kriterium der Angebote der Dargebotenen Hand – scheint zumindest für die meisten Hilfesuchende hingegen nicht ein zentrales Bedürfnis zu sein.

Die Bekanntheit der Webseite reden-kann-retten.ch liegt in der Bevölkerung bei 15%. Angesichts der Tatsache, dass die Webseite kaum beworben wird und kommunikativ nicht in eine Dachkampagne eingebettet ist, ist der Wert beachtlich. Sie ist in der Deutschschweiz bekannter als in der Westschweiz oder im Tessin. Mit zunehmendem Alter nimmt die Bekanntheit ab. Allerdings ist das Kennen der URL auch nicht entscheidend. Viel wichtiger ist, dass die Webseite bei Bedarf (in der Regel über Suchmaschinen) gefunden wird.

Auch für die durchgeführten **Jugendbefragungen** 2017 und 2020 gilt, dass die Ergebnisse mehrheitlich vergleichbar und stabil geblieben sind. Die primären Anlaufstellen bei eigenen Krisen oder Problemen sind nach wie vor Personen aus dem eigenen Bekannten- und Familienkreis. Der Anteil derjenigen Jungen die angaben, sich im Falle von Problemen und Sorgen an niemanden wenden zu können/wollen, ist mit 7% allerdings leicht gestiegen.

Wie bereits im Jahr 2017 sind die Themen Schule/Arbeit/Heim sowie Liebe/Beziehung die am häufigsten genannten Problemthemen der Jungen. Im Hinblick auf die geschilderten Gefühlszustände zeigt sich, dass grundsätzlich positive Gefühlszustände seltener und grundsätzlich negative Gefühlszustände 2020 öfters genannt werden als 2017. Dies hängt womöglich auch mit der Pandemiesituation zusammen. Zusätzlich problematisch ist, dass diejenigen Jugendliche, die zu eher negativen Gefühlszuständen tendieren, gleichzeitig auch eher angeben, über keine Bezugspersonen zu verfügen, mit denen sie über Probleme/Krisen reden könnten (wobei die Richtung des Zusammenhangs unklar ist).

Eine positive Tendenz zeigt sich bezüglich der Bekanntheit von Notrufnummern bei Notsituationen. Etwas mehr Jugendliche als noch 2017 konnten spontan eine solche Notrufnummer nennen. Zudem wurden Pro Juventute/147 sowie die Dargebotene Hand/143 klar häufiger als Organisationen oder Anlaufstelle für den Fall genannt, dass es einem selbst oder einer Freundin/einem Freund sehr schlecht geht und man Hilfe braucht. Pro Juventute/147 wurde dabei 2020 sogar doppelt so oft von den Jungen genannt als noch 2017. Das positive Ergebnis darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass 2020 45% der Befragten Jungen keine niederschwellige Anlaufstelle nennen können (2017 lag der Wert aber 15 Prozentpunkte höher).

Die generelle Bekanntheit von Pro Juventute ist mit 93% auf einem sehr hohen Niveau stabil geblieben, liegt in der Westschweiz allerdings weiterhin fast 10 Prozentpunkte tiefer als in den

beiden anderen Landesteilen. Als bevorzugten Kontaktkanal mit einer Anlaufstelle oder Fachperson bei einer Krise gaben die Jungen weiterhin die Kanäle Telefon und persönlich an. Aber die digitalen Kanäle (Chat / Online-Forum, E-Mail und Whatsapp o.ä.) haben insgesamt zugelegt.

Die Bekanntheit der Webseite reden-kann-retten.ch ist bei den Jungen tief. Hingegen kennen oder besuchten 34% die Webseite von Pro Juventute, die wichtige Informationen zur Suizidprävention enthält und die Partnerseite für Junge von reden-kann-retten.ch ist.

2. Synthèse

2.1 Contexte

Le présent rapport synthétise deux enquêtes menées indépendamment l'une de l'autre sur le thème « **Gestion des crises et offres d'assistance** » et les compare avec deux enquêtes analogues réalisées l'une en 2016 et l'autre en 2017. Ces enquêtes (mesures initiales et mesures répétées) ont été lancées dans le cadre du **Plan d'action national pour la prévention du suicide** approuvé par la Confédération, les cantons et la fondation Promotion Santé Suisse en 2016 (www.bag.admin.ch/suizidpraevention). La Confédération (par l'intermédiaire de l'Office fédéral de la santé publique, OFSP) soutient les acteurs de la prévention du suicide dans la mise en œuvre du plan d'action en fournissant un travail de réseautage et de coordination tout en élaborant des bases factuelles dans ce domaine.

Les enquêtes de l'OFSP s'inscrivent dans le cadre des objectifs II et III du plan d'action national pour la prévention du suicide, à savoir :

- Objectif II La population est informée sur le thème de la suicidalité et sur les possibilités de prévention.
- Objectif III Les personnes présentant un risque de suicide et leur entourage connaissent et utilisent les services d'aide et les consultations d'urgence.

Dans la pratique, les mesures destinées à appuyer ces objectifs sont souvent combinées. Des mesures d'information, comme la **campagne de prévention du suicide « parler peut sauver »** déployée à l'échelle nationale¹¹, sont prises pour attirer l'attention sur les services d'aide et les consultations d'urgence.

Lorsqu'il existe un risque de suicide, les numéros des services téléphoniques d'aide ou d'urgence permettant d'atteindre quelqu'un immédiatement sont particulièrement importants. Deux des principaux services d'aide et consultations d'urgence nationaux assurés 24h/24 sont ceux proposés par la **Main Tendue** (pour les adultes) et par **Pro Juventute** (pour les enfants et les adolescents). Ils sont décrits dans le plan d'action pour la prévention du suicide comme des acteurs centraux dans ce domaine. Tous deux ont à cœur de garantir la qualité de leurs prestations et sont ouverts aux mesures aptes à promouvoir l'utilisation et le développement de leurs offres.

Sur mandat de l'OFSP, soutenu par la Main Tendue et Pro Juventute, DemoSCOPE a réalisé, d'abord en 2016/17 puis à nouveau en 2020, une **enquête auprès de la population en général** adressée aux personnes âgées de 15 à 74 ans résidant en Suisse et une **enquête auprès des jeunes**, ciblée spécifiquement sur les adolescents et les jeunes adultes âgés de 15 à 25 ans.

¹¹ La campagne a été initiée et portée entre 2016 et 2018 par les CFF et le canton de Zurich, avec le soutien de nombreux autres acteurs. La campagne sensibilisait l'opinion publique à l'existence de la ligne téléphonique d'urgence de la Main Tendue / Tél 143. En 2018, l'accent a été mis sur une « campagne pour les jeunes » rappelant l'aide proposée par la ligne téléphonique d'urgence de Pro Juventute / Tél 147. Depuis 2019, l'Office fédéral de la santé publique exploite le site Internet « www.parler-peut-sauver.ch », qui se trouve au cœur de la campagne, dont le but est de garantir que les informations importantes demeurent accessibles à la population. Le site continue en outre à faire connaître les deux organisations nationales proposant des lignes téléphoniques d'urgence 24h/24 et transmet les coordonnées des points de contact / services d'aide cantonaux.

Les enquêtes ne sont pas identiques mais ont toutes deux pour objectif principal d'en apprendre davantage sur les points suivants :

- Vers qui la population se tournerait-elle dans des situations de crise existentielle ou en cas de souci et de problème ?
- Quel rôle les offres de la Main Tendue et de Pro Juventute jouent-elles à cet égard ?
- Quel est le degré de notoriété du site Internet sur la prévention du suicide « www.parler-peut-sauver.ch » (question abordée uniquement en 2020) ?

Les résultats obtenus permettent aux divers acteurs de développer leurs mesures et leurs offres dans l'esprit du plan d'action national pour la prévention du suicide.

2.2 Méthodologie

Bien que les mesures répétées en 2020 dans le cadre de l'enquête auprès de la population et de l'enquête auprès des jeunes aient été effectuées séparément, les paramètres définis sont comparables, en particulier en ce qui concerne les questions posées (de même que par rapport aux mesures initiales de 2016 et 2017). L'**enquête auprès de la population** de 2020 a été réalisée, comme en 2016, sous la forme combinée d'une enquête en ligne (CAWI) et d'une enquête téléphonique (CATI)¹² dans les trois régions linguistiques (N_{2020 total} = 2269 ; N_{2016 total} = 2208). Vu l'âge des personnes interrogées (de 15 à 25 ans), l'**enquête auprès des jeunes** de 2020 a été menée, comme en 2017, uniquement en ligne (CAWI) dans les trois régions linguistiques (N₂₀₂₀ = 800, N₂₀₁₇ = 830).

2.3 Résultats et conclusions

Le présent rapport vise à faire le point sur les deux enquêtes menées auprès de la population, d'une part, et auprès des jeunes, d'autre part, en 2020¹³. Les résultats de l'enquête auprès de la population sont résumés (sur la base de l'ensemble des réponses aux enquêtes CATI et CAWI) dans le premier chapitre ci-après, qui est suivi d'une synthèse des résultats de l'enquête auprès des jeunes. Dans ce cadre, les résultats des enquêtes de 2020 sont comparés à ceux des résultats des enquêtes réalisées respectivement en 2016 et en 2017. Le dernier chapitre consiste en une mise en regard des résultats des deux enquêtes de 2020.

Enquête auprès de la population

Il ressort de l'enquête de 2020 – comme lors de la mesure initiale de 2016 – qu'**en cas de crise existentielle**, la population interrogée se tournerait d'abord vers la famille ou les ami·e·s¹⁴. Quelque 15 % s'adresseraient par ailleurs à un·e spécialiste des domaines de la psychiatrie, de la psychologie ou de la psychothérapie et 12 % à leur médecin de famille. Les professionnel·le·s de la santé ont gagné en importance par rapport à la mesure initiale. Les numéros ou services d'urgence médicaux sont cependant rarement mentionnés comme des interlocuteurs du domaine de la santé. À cette première question ouverte de l'enquête de 2020, 10 % ont répondu

¹² Cette double démarche méthodologique a été choisie sur la base du principe que, du fait que les services d'aide avaient longtemps été proposés principalement sous la forme d'offres téléphoniques, leur visibilité n'était probablement pas la même pour les personnes utilisant activement Internet que pour les autres.

¹³ S'agissant de l'interprétation des résultats de 2020, il convient de relever que les enquêtes avaient eu lieu avant la journée d'action « En parler. Trouver de l'aide. » lancée par l'OFSP le 10 décembre 2020, lors de laquelle divers médias de toute la Suisse ont attiré l'attention sur les offres d'aide à bas seuil (par ex. celles de la Main Tendue et de Pro Juventute).

¹⁴ À noter que pour cette première question plusieurs réponses étaient possibles.

qu'ils appelleraient la Main Tendue en cas de crise existentielle. Cette proportion a doublé par rapport à 2016. Quelque 5 % ont spontanément déclaré qu'ils ne s'adresseraient à personne ou n'ont personne vers qui se tourner en cas de problème (taux analogue à celui de 2016).

Après cette question introductive, les personnes interrogées ont été priées de classer différentes déclarations par ordre de pertinence. La déclaration qui a remporté la plus large adhésion était « J'ai une **personne de confiance** avec qui je peux parler de la crise que je traverse ». Pratiquement 90 % des personnes interrogées étaient d'accord avec cette déclaration, ce qui signifie aussi que près d'une personne sur dix n'a personne à qui se confier (valeur similaire à celle de 2016). Il apparaît que l'absence de personnes de confiance est plus fréquente chez les gens qui ont un faible niveau de formation, perçoivent un revenu peu élevé, n'ont pas la nationalité suisse et vivent seuls. L'affirmation « Si une personne de mon entourage a l'air désespérée, **je la questionne sur ce sujet** » suscite également une très forte approbation – tant en 2020 qu'en 2016. Cette approbation est encore plus marquée chez les femmes que chez les hommes. La déclaration « Les **médecins** ne sont **pas en mesure de m'aider** à sortir de ma crise personnelle » a été majoritairement rejetée en 2020 – tout comme en 2016. Les affirmations selon lesquelles **ce qui importe le plus est de pouvoir parler sous le couvert de l'anonymat** et **personne de l'entourage ne doit être au courant de la crise** que l'on traverse ont été en grande partie écartées lors des deux réalisations de l'enquête. Aucune différence n'a été constatée entre les hommes et les femmes à cet égard. Cela implique toutefois qu'une personne sur quatre consent à déclarer que dans son entourage proche personne n'a le droit d'être au courant qu'elle traverse une crise. À noter que les deux dernières affirmations ont également été balayées par la majorité du groupe d'âge le plus jeune, à savoir les 15 à 34 ans. Le pourcentage des jeunes qui pensent que personne n'a le droit de savoir qu'ils traversent une crise ou qui préfèrent rester anonymes lorsqu'ils parlent à quelqu'un est néanmoins comparable à celui des autres groupes d'âge.

À la question « **Connais-tu un service d'aide** auprès duquel on peut s'adresser et recevoir des conseils en cas de crise personnelle ou de situation d'urgence ? », 47 % des personnes interrogées en 2020 qui n'avaient pas déjà spontanément indiqué la Main Tendue comme interlocuteur potentiel en cas de crise lors de la première question ont spontanément répondu « la Main Tendue / le numéro 143 ou la ligne d'écoute téléphonique ». Si ce pourcentage est relativement constant par rapport à 2016, il est nettement inférieur pour le groupe des 15 à 34 ans, où il s'élève à 30 %. En 2020, un bon tiers de la population a déclaré ne pas connaître de point de contact offrant des conseils de façon anonyme en cas de crise existentielle ou de situation d'urgence. Il s'agit principalement d'hommes jeunes vivant en Suisse romande et de personnes ayant un faible niveau de formation. Une personne sur deux n'ayant pas terminé sa scolarité obligatoire affirme ainsi ne pas connaître de point de contact anonyme.

Dans la question assistée sur le degré de **notoriété de la Main Tendue**¹⁵, le résultat est similaire à celui de 2016 : 79 % des personnes qui n'ont pas spontanément mentionné la Main Tendue / le numéro 143 comme un point de contact à qui s'adresser dans des situations de crise en réponse à la question 1 ou 3¹⁶ avaient déjà entendu ou lu quelque chose sur la Main Tendue avant l'enquête (contre 81 % en 2016). Ce pourcentage est nettement inférieur chez

¹⁵ « La Main Tendue offre aux personnes en période de crise aiguë ou lors de problèmes quotidiens un conseil personnel au téléphone ou en ligne. Avez-vous déjà entendu ou lu quelque chose sur la Main Tendue avant cette enquête ? »

¹⁶ Ce filtre était appliqué pour l'enquête CATI. Dans l'enquête CAWI, cette question a été posée à toutes les personnes interrogées.

les 15 à 34 ans, dont le taux est de 60 %, et nettement supérieur chez les deux groupes plus âgés, qui affichent respectivement 86 % et 93 %. Dans l'enquête en ligne, le logo de la Main Tendue a en outre été montré aux personnes interrogées (lorsque celles-ci ne connaissaient pas la Main Tendue), invitées à indiquer qui ou quelle organisation il représentait. Outre les 6 % qui ont pu attribuer le logo à la Main Tendue, 26 % ont affirmé l'avoir déjà vu mais sans savoir à qui il appartient. Deux tiers ont déclaré n'avoir jamais vu ce logo.

Le numéro 143 ou la Main Tendue est avant tout perçue comme un point de contact offrant une **écoute active**, mais la possibilité de recevoir les coordonnées de services spécialisés ou de professionnel-le-s et une aide, par ex. en cas de violence domestique ou psychique, y est également associée. Le **moyen d'accès** le plus connu est le **téléphone**, suivi du courriel, du *chat* et du site Internet.

Le nombre de personnes qui indiquent avoir **elles-mêmes fait appel à la Main Tendue** ou **connaître quelqu'un** qui y a recouru n'a pratiquement pas changé depuis 2016. À noter que le taux de 21 % enregistré pour le groupe des 15 à 34 ans est deux fois plus élevé que celui des groupes plus âgés.

Entre 2016 et 2020, le nombre de personnes qui ont envisagé de prendre contact avec la Main Tendue alors qu'elles traversaient une crise a sensiblement augmenté (de 40 % à 52 %, bien qu'en 2020 la Suisse romande affiche le taux le plus bas de 42 %). Le contact téléphonique demeure, comme en 2016, le moyen de prédilection à cet égard, même si le canal numérique (courriel ou *chat*) revêt une importance considérable. Près de deux tiers¹⁷ des personnes interrogées contacterait plutôt la Main Tendue par téléphone (une proportion croissante au fur et à mesure de l'avancement en âge), alors que près de 20 % pourraient envisager les deux (par téléphone ou en ligne)¹⁸. C'est parmi les 15 à 34 ans que la proportion de ceux qui prendraient contact en ligne est la plus haute, avec 31 %.

La principale **raison**, et de loin, évoquée pour justifier le **refus de recourir aux prestations de la Main Tendue** est, comme lors de la mesure initiale, le fait que la personne interrogée a d'autres interlocuteurs ou personnes de confiance avec qui elle peut parler. Dans le même temps, il est apparu lors d'évaluations supplémentaires réalisées en 2020 qu'un nombre supérieur à la moyenne de ceux qui ne s'adresseraient pas à la Main Tendue sont des personnes qui ne connaissent pas ce service ou n'ont personne de confiance. Seules quelques rares personnes interrogées ont formulé des critiques concernant directement les spécificités ou les prestations de la Main Tendue (par ex. trop impersonnelle, trop anonyme). Les raisons qui retiennent les personnes de prendre contact avec la Main Tendue semblent davantage être des motifs personnels ou l'absence de besoin. Les personnes qu'il faudrait motiver à se tourner vers la Main Tendue en cas de problème sont surtout celles qui n'ont personne de confiance à qui s'adresser et qui se caractérisent notamment par le fait qu'elles vivent souvent seules, avec un faible revenu. Le problème est qu'elles sont dans le même temps plutôt peu enclines à prendre contact avec la Main Tendue. S'agissant de la disposition à s'adresser à la Main Tendue, il n'existe aucune différence entre les femmes et les hommes.

¹⁷ La préférence pour un contact téléphonique s'élève à 78 % pour les personnes sondées par téléphone.

¹⁸ Chez les personnes interrogées en ligne, le pourcentage est d'un tiers.

En 2020, 15 % des personnes interrogées ont indiqué connaître ou avoir déjà visité le **site Internet** dédié à la prévention du suicide **parler-peut-aider.ch**. Sa notoriété est plus forte en Suisse alémanique qu'en Suisse romande et nettement moindre au Tessin. C'est dans le groupe des 15 à 34 ans qu'elle est la plus élevée, avec 27 %. En raison de la méthodologie de l'enquête, seul le nom du site Internet a été évoqué, en l'absence de tout support visuel apte à stimuler la mémoire.

Enquête auprès des jeunes

L'enquête auprès des adolescents et des jeunes adultes consiste également en des mesures répétées sur la base de mesures initiales effectuées en 2017.

Parmi les **sujets d'inquiétude**, les thèmes « école / travail / foyer » et « amour / relation » sont ceux que les jeunes interrogés ont le plus souvent nommés en 2020. De manière générale, les états émotionnels positifs ont été moins souvent cités et les états émotionnels négatifs plus fréquemment retenus en 2020 qu'en 2017, ce qui s'explique peut-être en partie par le contexte de la pandémie en 2020. Le fait que les premiers **interlocuteurs en cas de crise ou de problèmes personnels** sont des membres de la famille ou du cercle d'amis se confirme, avec des résultats analogues à ceux de 2017. Toutefois, 7 % ont indiqué ne pas avoir de personne de confiance ou de point de contact à qui s'adresser. Il s'agit principalement de jeunes de sexe masculin, de personnes ayant un faible niveau de formation et d'habitants de communes d'agglomération. Un nombre supérieur à la moyenne de jeunes ne disposant d'aucune personne de confiance affirme en outre ne pas vouloir s'adresser à un spécialiste / point de contact et tend à exprimer des états émotionnels négatifs (bien qu'il soit difficile d'établir parmi ces deux éléments lequel est la cause et lequel est la conséquence).

La **volonté** et la **possibilité** généralement très présentes des jeunes **de parler** des aspects qui leur pèsent et de ce qui les inquiète se reflète dans la réponse à la déclaration « J'ai une personne avec laquelle je peux parler de tout ce qui me pèse ou qui me fait du souci », puisque 87 % des personnes interrogées sont au moins plutôt d'accord avec cette affirmation. À noter toutefois qu'à l'autre bout de l'échelle, 12 % n'y adhèrent plutôt pas voire pas du tout. Dans leur grande majorité, il s'agit du même groupe de personnes que celles ayant déjà indiqué dans les questions ci-dessus n'avoir personne à qui elles voudraient ou pourraient s'adresser. Près de 30 % des jeunes ont approuvé la déclaration selon laquelle dans leur environnement personnel, personne n'a le droit de savoir qu'elles ou ils ne vont pas bien.

Quelque 71 % des personnes sondées ont pu donner spontanément au moins un **numéro de téléphone de secours** à appeler en cas d'urgence (contre 67 % en 2017). Dans la plupart des cas, il s'agissait des services de la police, des ambulances et du feu (117, 144, 118). Le quatrième numéro évoqué, avec un taux de 30 %, était celui de Pro Juventute / le 147 (contre 25 % en 2017). Le numéro d'appel d'urgence 143 de la Main Tendue a été nommé par 11 % des sondés (contre 9 % en 2017). La hausse de cinq points de pourcentage marquée par le 147 en tant que numéro d'appel d'urgence correspond approximativement à celle enregistrée pour les numéros des services de secours.

À la question complémentaire visant à déterminer si les jeunes connaissent des organisations ou des points de contact à qui l'on peut s'adresser lorsque l'on va très mal et que l'on a besoin d'aide ou lorsqu'un ami ou une amie va très mal et a besoin d'aide, 45 % n'ont pu donner

aucun nom (contre 60 % en 2017). Alors qu'il n'y pas de différence entre les sexes ou le niveau de formation des personnes interrogées, la Suisse romande compte de loin la plus forte proportion de personnes n'ayant pas réussi à citer un point de contact, à savoir 63 %. Les jeunes qui n'ont pas la nationalité suisse présentent elles aussi un pourcentage supérieur à la moyenne de personnes se trouvant dans l'incapacité d'indiquer un point de contact. S'agissant des organisations / points de contact désignés, il apparaît que le nombre de références à Pro Juventute / au Tél 147 a doublé, passant de 13 % (en 2017) à 26 % (en 2020). La Main Tendue / le Tél 143 a été nommé par 20 % des personnes interrogées (contre 15 % en 2017).

Alors que, tant en 2020 qu'en 2017, entre 70 % et 85 % des jeunes ont pu indiquer correctement qui **gère les numéros de téléphone d'urgence** ou qui l'on atteint lorsque l'on compose les numéros des services de secours, ce n'est pas le cas pour les permanences téléphoniques du 147 et du 143, pour lesquels seuls 15 % ont donné une réponse correcte (en 2020 et en 2017).

Lors de l'enquête, les **logos** de plusieurs points de contact / plateformes en ligne ont été montrés aux jeunes interrogés. En Suisse alémanique, 93 % ont déclaré connaître ou avoir déjà vu le logo de Pro Juventute (identique pour 2020 et 2017). Le degré de notoriété du logo est similaire au Tessin (92 %) et représente à peine dix points de pourcentage de moins en Suisse romande¹⁹.

S'agissant de la forte notoriété assistée de **Pro Juventute**, il convient de relever qu'à la question ouverte concernant **ses offres / prestations** concrètes, deux tiers ont indiqué ne pas pouvoir fournir d'informations spontanées à ce sujet (contre 57 % en 2017). Quelque 25 % ont donné une réponse pertinente comme « 147 / ligne d'écoute téléphonique / consultation pour les enfants et les jeunes » (contre 31 % en 2017).

À la question de savoir de quelle manière les jeunes s'**adresseraient** le plus volontiers à un **spécialiste / point de contact** s'il leur arrivait d'aller très mal et de ne plus savoir comment faire pour s'en sortir, les réponses qui prédominent sont le « téléphone » et « personnellement (sur place) ». Alors qu'en 2017, 51 % souhaitaient prendre contact « personnellement (sur place) », ce pourcentage a baissé à 44 % en 2020, peut-être aussi en raison de la pandémie. Le moyen de contact privilégié du « chat / forum en ligne » a augmenté pour passer de 25 % en 2017 à 34 % en 2020. Un quart utiliserait « WhatsApp ou une application semblable » (soit une proportion comparable à 2017).

Rares sont les jeunes interrogé·e·s qui ont déjà visité le **site Internet parler-peut-aider.ch**, puisque 8 % indiquent le connaître sans jamais l'avoir consulté. La campagne menée auprès des jeunes en 2018 dans le cadre de la campagne de prévention du suicide « parler-peut-aider » (2016 à 2018) a été réalisée en étroite collaboration avec Pro Juventute. Quelque 27 % des jeunes sondés déclarent connaître le site Internet 147.ch mais ne jamais l'avoir consulté, tandis que 7 % indiquent l'avoir déjà visité²⁰.

¹⁹ En Suisse romande, la plateforme en ligne Ciao.ch bénéficie d'une notoriété supplémentaire substantielle, avec un taux de 30 % (contre 35 % en 2017). Au Tessin, 51 % avaient déclaré connaître le logo d'*info giovani* en 2017 ; en 2020, cette valeur est tombée à 5 %. En comparaison, le nombre de personnes interrogées qui connaissent d'autres logos comme feel-ok.ch, tschau.ch ou safeZone.ch est sensiblement moindre.

²⁰ Le groupe des 15 à 25 ans interrogés n'est pas représentatif du groupe cible de Pro Juventute, dont les activités sont destinées aux moins de 15 ans.

Comparaison entre l'enquête auprès de la population et l'enquête auprès des jeunes

Il ressort d'une comparaison entre quelques-uns des principaux résultats de l'enquête auprès de la population, d'une part, et de l'enquête auprès des jeunes, d'autre part, que tant la population en général que les jeunes pourraient / préféreraient dans leur grande majorité s'adresser à des **personnes de leur entourage proche** (en particulier des membres de la famille ou des ami·e·s) en cas de problème, de crise existentielle voire de pensées suicidaires. L'idée de se tourner (également) vers des **spécialistes ou des services de consultation à bas seuil** dans des situations de crise existentielle éventuellement accompagnées de pensées suicidaires est en revanche nettement plus répandue dans la population en général que chez les jeunes. Cet écart peut toutefois aussi s'expliquer par la différence dans la formulation de la question ou le degré de gravité des crises décrites (population : crise existentielle éventuellement accompagnée de pensées suicidaires ; jeunes : soucis / problèmes d'ordre général). S'agissant de la notoriété des **services de consultation à bas seuil ou des numéros d'appel d'urgence**, il apparaît que – conformément aux groupes visés – la Main Tendue / le 143 est plus présent dans l'esprit de la population en général et Pro Juventute mieux connu auprès des jeunes (notoriété étant entendu dans le sens d'avoir été désigné spontanément comme point de contact en cas de problème). Dans l'ensemble, on constate que ces dernières années la notoriété des services de consultation et/ou des points de contact a nettement augmenté chez les jeunes par rapport à la population en général. L'enquête auprès de la population révèle ainsi que la notoriété de Pro Juventute s'est légèrement renforcée et que celle de la Main Tendue n'a pas évolué, alors que chez les jeunes, la notoriété de Pro Juventute a doublé depuis la mesure initiale et que celle de la Main Tendue et d'autres services de consultation a également progressé. Les deux enquêtes indiquent que tant la Main Tendue que Pro Juventute sont plus connus en Suisse alémanique qu'en Suisse romande. La population en général semble nettement mieux informée sur l'activité concrète / les offres de la Main Tendue que les jeunes sur celles de Pro Juventute. Tant la population que les jeunes **privilégient la prise de contact par téléphone**. Chez les jeunes, le deuxième moyen préféré est la consultation personnelle sur place. Les canaux électroniques (courriel, *chat*, etc.) sont plus souvent cités comme canal favori par les jeunes que par la population en général. Le **site Internet parler-peut-aider.ch** jouit d'une plus grande notoriété au sein de la population en général (15 %) que chez les jeunes (9 %). Certes, ce site s'adresse aussi aux jeunes, mais le degré de notoriété des offres de Pro Juventute ou de son site Internet 147.ch, soit 34 %, est tout aussi révélateur.

Conclusion

En ce qui concerne les principales affirmations, les résultats des **enquêtes auprès de la population** de 2016 et de 2020 sont comparables : dans des situations de profond désespoir, voire de pensées suicidaires, la grande majorité de la population s'adresserait à des personnes de son entourage proche. Dans un cas de ce type, une personne sur quatre se tournerait toutefois aussi vers un·e spécialiste du domaine de la santé. Si quelqu'un de leur entourage avait l'air désespéré, les personnes interrogées lui demanderaient pour la plupart ce qui ne va pas. Neuf personnes sur dix comptent une personne de confiance avec qui elles peuvent discuter. L'affirmation selon laquelle personne, dans leur environnement personnel, ne doit être au courant de leur crise existentielle est rejetée par la majorité des sondés, mais 26 % estiment qu'elle est (plutôt voire tout à fait) appropriée.

En 2020, 10 % des personnes interrogées mentionnent spontanément la Main Tendue et ses offres comme un point de contact à qui s'adresser en cas de crise (contre 5 % en 2016). De plus, à la question de savoir si les personnes interrogées connaissent un service de consultation assurant l'anonymat (si la Main Tendue n'a pas encore été nommée spontanément comme point de contact), 47 % citent la Main Tendue ou le numéro 143 en 2020. La notoriété assistée de la Main Tendue au sein de la population est très forte : quelles que soient les questions posées, il apparaît que 85 % en ont déjà entendu parler au moins une fois. Par contre, 18 % des personnes interrogées ne savent pas comment / par quel canal atteindre la Main Tendue. Chez les personnes interrogées en ligne en 2020, ce pourcentage est même d'un tiers. La notoriété de la Main Tendue est également solidement étayée puisqu'elle ressort dans toutes les parties du pays et dans tous les groupes d'âge. Les jeunes sont eux aussi intéressés par la Main Tendue et s'adresseraient à ce service en cas de besoin. En comparaison, c'est néanmoins chez les jeunes que la notoriété de la Main Tendue est la plus faible. Le besoin d'un contact téléphonique semble toujours exister, et il est plus marqué que la volonté de prendre contact par courriel ou par *chat*. La crainte qu'une permanence téléphonique ne soit plus dans l'air du temps ou ne soit plus intéressante que pour la population plus âgée n'est donc pas confirmée par l'enquête. L'anonymat, qui constitue un critère important des offres de la Main Tendue, n'apparaît par contre pas comme un besoin fondamental, tout du moins pas aux yeux de la plupart des personnes nécessitant de l'aide.

Le degré de notoriété du site Internet parler-peut-aider.ch au sein de la population s'élève à 15 %. Vu que ce site Internet ne fait l'objet de pratiquement aucune publicité et ne s'inscrit pas dans la communication d'une campagne plus large, ce chiffre est considérable. À noter que ce taux est plus élevé en Suisse alémanique qu'en Suisse romande ou au Tessin et qu'il décroît au fur et à mesure que l'âge augmente. Cela dit, le fait de connaître l'URL n'est pas déterminant. L'essentiel consiste surtout à trouver le site Internet en cas de besoin (généralement à l'aide d'un moteur de recherche).

Les **enquêtes auprès des jeunes** de 2017 et 2020 aboutissent elles aussi à des résultats majoritairement comparables et stables. Les premiers points de contact en cas de crise ou de problèmes personnels demeurent des personnes de l'entourage familial ou du cercle d'amis. La part des jeunes qui ont indiqué ne pas pouvoir ou vouloir s'adresser à quelqu'un en cas de problème ou de souci a cependant légèrement augmenté, pour s'établir à 7 %.

Comme en 2017 déjà, les thèmes « école / travail / foyer » et « amour / relation » sont ceux qui reviennent le plus lorsqu'il s'agit de mentionner les sujets qui inquiètent les jeunes. S'agissant des états émotionnels décrits, il apparaît fondamentalement que les états émotionnels positifs sont plus rares et les états négatifs plus fréquents en 2020 qu'en 2017. Il est possible que ce constat s'explique aussi en partie par le contexte de la pandémie. Un autre problème est que les jeunes qui tendent à avoir des états émotionnels négatifs sont également celles et ceux qui indiquent plutôt ne pas avoir de personne de confiance à qui parler de leurs problèmes/situation de crise (bien que la direction du lien de cause à effet ne soit pas claire).

La notoriété des numéros d'appel de secours en cas de situation d'urgence marque en revanche une tendance à la hausse. Le nombre de jeunes capables de citer spontanément un numéro d'appel d'urgence a ainsi légèrement progressé depuis 2017. De plus, tant Pro Juventute / le 147 que la Main Tendue / le 143 sont nettement plus souvent mentionnés comme organisations ou points de contact à qui s'adresser lorsque l'on va soi-même très mal ou qu'un ami ou une amie va très mal et a besoin d'aide. Dans ce contexte, Pro Juventute / le 147 a même été cité deux fois plus fréquemment par les jeunes en 2020 qu'en 2017. Ce résultat positif ne doit pas occulter le fait qu'en 2020 45 % des jeunes

interrogés n'ont pu nommer aucun point de contact à bas seuil (en 2017, cette valeur comptait 15 points de pourcentage de plus).

La notoriété générale de Pro Juventute s'est stabilisée à un très haut niveau, soit 93 %, mais elle se situe à près de dix points de pourcentage de moins en Suisse romande que dans les deux autres parties du pays. Pour les jeunes, le moyen privilégié pour s'adresser à un point de contact ou un·e spécialiste en cas de crise demeurent le téléphone et le contact personnel. Les canaux numériques (*chat*/forum en ligne, courriel et Whatsapp, notamment) ont cependant gagné du terrain.

Le site Internet parler-peut-aider.ch est peu connu des jeunes. En revanche, 34 % d'entre eux connaissent ou ont consulté le site Internet de Pro Juventute, qui contient des informations importantes sur la prévention du suicide et constitue le site partenaire pour les jeunes de parler-peut-aider.

3. Ausgangslage und Studiendesign

Der vorliegende Synthesebericht behandelt zwei voneinander unabhängig durchgeführte Wiederholungsmessungen zum Umgang mit Krisen/Problemen und Hilfsangeboten. Einerseits wurde hierfür eine Bevölkerungsbefragung durchgeführt, welche sich an die allgemeine Bevölkerung im Alter 15 Jahre und älter richtete. Hierbei sollte mehr über die Sorgen und Probleme sowie den Umgang mit persönlichen Krisen der Allgemeinbevölkerung erfahren werden. Gleichzeitig sollte auch in Erfahrung gebracht werden, wie bekannt Notfallangebote sind, insbesondere die Angebote und Dienstleistungen der Dargebotenen Hand. Andererseits wurde eine Jugendbefragung durchgeführt, welche sich ausschliesslich an Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 15 bis 25 Jahren richtete. Auch hier sollte der Umgang mit persönlichen Krisen und Sorgen in Erfahrung gebracht werden. Zusätzlich wurden Fragen zur Bekanntheit und zu den Hilfsangeboten von Pro Juventute gestellt. Die Ergebnisse der beiden Umfragen werden in diesem Bericht überblicksartig dargestellt und – wo sinnvoll möglich – zueinander in Beziehung gesetzt. Zudem wird Bezug auf die beiden erfolgten Nullmessungen (2016 bzw. 2017) dieser beiden Befragungen genommen.

Die durchgeführten Befragungen (Nullmessungen und Wiederholungsmessungen) wurden im Rahmen des Nationalen Aktionsplans Suizidprävention initiiert, der 2016 von Bund, Kantonen und der Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz verabschiedet wurde (www.bag.admin.ch/suizidpraevention). Der Bund (Bundesamt für Gesundheit BAG) unterstützt die Akteure der Suizidprävention bei der Umsetzung des Aktionsplans durch Vernetzungs- und Koordinationsarbeit sowie durch das Erarbeiten von Wissensgrundlagen.

Die Befragungen des BAG stehen im Kontext der Ziele II und III des Nationalen Aktionsplans Suizidprävention:

Ziel II Die Bevölkerung ist über das Thema Suizidalität und über Möglichkeiten der Prävention informiert.

Ziel III Suizidgefährdete Personen und ihr Umfeld kennen und nutzen Beratungs- und Notfallangebote.

Massnahmen, die diese Ziele unterstützen, sind in der Praxis oft kombiniert: Im Rahmen von Informationsmassnahmen, wie z.B. die gesamtschweizerische **Suizidpräventionskampagne «reden-kann-retten»**²¹, wird auf Beratungs- und Notfallangebote aufmerksam gemacht. Bei Suizidgefährdung kommt telefonischen Beratungs- oder Notfallnummern, bei denen jemand unmittelbar erreichbar ist, eine besondere Bedeutung zu. Wichtige gesamtschweizerische Beratungs- und Notfallangebote, die rund um die Uhr besetzt sind, werden von der **Dargebotenen Hand** (für Erwachsene) und von **Pro Juventute** (für Kinder und Jugendliche) betrieben. Sie sind im Aktionsplan Suizidprävention als zentrale Akteure in diesem Bereich

²¹ Die Kampagne wurde 2016 – 2018 von der SBB und dem Kanton Zürich initiiert und getragen, unterstützt durch viele weitere Akteure. In der Kampagne wurde auf die Hotline der Dargebotenen Hand / Tel. 143 hingewiesen. 2018 lag der Schwerpunkt auf einer «Jugendkampagne» mit dem Hinweis auf die Hotline von Pro Juventute / Tel. 147. Seit 2019 betreibt das Bundesamt für Gesundheit die Webseite «www.reden-kann-retten.ch», das Kernstück der Kampagne, damit die wichtigen Informationen für die Bevölkerung zugänglich bleiben. Die beiden nationalen Organisationen mit Hotlines rund um die Uhr werden nach wie vor über die Website bekannt gemacht. Zudem werde kantonale Anlaufstellen / Hilfsangebote über die Webseite kommuniziert.

beschrieben. Beiden Anbietern ist die Qualitätssicherung wichtig und beide sind offen für Massnahmen, die die Nutzung der Angebote und ihre Weiterentwicklung fördern.

Im Auftrag des BAG, unterstützt durch die Dargebotene Hand und Pro Juventute, wurde durch DemoSCOPE 2020 sowie 2016/2017 einerseits eine **allgemeine Bevölkerungsbefragung** durchgeführt, welche sich an die Schweizer Wohnbevölkerung im Alter von 15 bis 74 Jahren richtete und andererseits eine **Jugendbefragung**, welche sich spezifisch an Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 15 bis 25 Jahren richtete.

Die Befragungen sind nicht identisch, haben aber beide primär zum Ziel mehr darüber zu erfahren:

- an wen sich die Bevölkerung in Lebenskrisen und bei Sorgen und Problemen wenden würde
- welche Rolle dabei die Angebote der Dargebotenen Hand und von Pro Juventute spielen
- wie bekannt die Webseite zur Suizidprävention «www.reden-kann.rennen.ch» ist (nur 2020 abgefragt).

Aus den Erkenntnissen können diverse Akteure ihre Massnahmen und Angebote im Sinne des Nationalen Aktionsplans Suizidprävention weiterentwickeln.

2.1 Wiederholungsmessung der Bevölkerungsbefragung

Im Zuge der Umsetzung des Nationalen Aktionsplans Suizidprävention möchte das Bundesamt für Gesundheit (BAG) verschiedene Aspekte bezüglich des Umgangs der Bevölkerung mit persönlichen Krisen und Problemen sowie der Nutzung von Hilfsangeboten in Erfahrung bringen und gleichzeitig auch die Verankerung der Dargebotenen Hand als Hilfsorganisation evaluieren. Hierfür wurde im November 2016 eine Nullmessung durchgeführt. Zum aktuellen Zeitpunkt (November 2020) wurde eine Wiederholungsmessung durchgeführt, um wiederum die aktuelle Situation des Umgangs der Bevölkerung mit Krisen und Problemen sowie die Nutzung von Hilfsangeboten untersuchen zu können und zusätzlich, die Bekanntheit der Suizidpräventionswebseite «[reden-kann-rennen](http://reden-kann-rennen.ch)»²². Auf die Hotline 143 der Dargebotenen Hand wurde und wird im Rahmen der Kampagne, d.h. über die Webseite prominent verwiesen. Aufgrund der aktuellen Situation rund um die Corona-Pandemie erlaubt die Befragung zudem einen Einblick in die Bereitschaft, in Krisensituationen Hilfe in Anspruch zu nehmen.

Wie bereits bei der Nullmessung im Jahr 2016 wurde auch die Wiederholungsmessung im Jahr 2020 sowohl als CATI-Befragung (telefonisch) wie auch als CAWI-Befragung (online) durchgeführt. Damit soll zum einen abgeschätzt werden können, inwiefern sich in den Daten ein sog. Mode-Effekt²³ zeigt, zum anderen soll so ein besseres Abbild der Grundgesamtheit ermöglicht werden, da stark online affine Personen nicht zwangsläufig die gleichen Muster zeigen, wie weniger stark online affine und per Telefon erreichbare Personen.

²² Die Webseite ist das Kernstück der Suizidpräventionskampagne «[reden-kann-rennen](http://reden-kann-rennen.ch)» (2016 bis 2018), die von der SBB, dem Kanton Zürich und weiteren Akteuren getragen wurde. Die Webseite der Kampagne wurde 2019 vom BAG übernommen, damit die wichtigen Informationen der Bevölkerung weiterhin zur Verfügung stehen (www.reden-kann-rennen.ch).

²³ Mode-Effekte sind Messeffekte, welche durch unterschiedliche Befragungsarten («Modes») wie beispielsweise telefonische oder webbasierte Befragungen zustande kommen.

Die Wiederholungsmessung der Bevölkerungsbefragung im November 2020 wurde wie bereits im Jahr 2016 als Teil einerseits der CAWI-Mehrthemenbefragung DemoSCOPE Omnibus Suisse als auch der CATI-Mehrthemenbefragung DemoSCOPE Omnibus Suisse durchgeführt. Dabei wurde insbesondere darauf Wert gelegt, dass der in Zusammenarbeit zwischen dem BAG, der Dargebotenen Hand und DemoSCOPE entwickelte Fragebogen sowohl online als auch telefonisch so ähnlich wie möglich abgefragt wurde. Durch die unterschiedlichen Methoden waren kleine Unterschiede, insbesondere bei den offenen Fragen, nicht ganz zu vermeiden. Diese wurden aber soweit als möglich reduziert, um mögliche Methodeneffekte vorgängig so klein wie möglich zu halten.

Nachfolgend sind die Eckdaten der Wiederholungsmessung der Bevölkerungsbefragung kurz zusammenfasst, aufgetrennt nach den beiden separat zum Einsatz gekommenen Erhebungsmethoden CAWI (webbasiert) und CATI (telefonisch). Das Forschungsdesign ist dabei dasselbe, welches bereits 2016 zum Einsatz gekommen ist, mit einer vergleichbaren Anzahl von Interviews (2016 CAWI: N = 1'106; 2016 CATI: N = 1'102).

CAWI-Befragung

Grundgesamtheit	Sprachassimilierte Wohnbevölkerung in der ganzen Schweiz im Alter von 15 bis 74 Jahren mit Internetnutzung
Stichprobengrösse/ Realisierte Interviews	N = 1'168 Interviews
Adressgrundlage	Online-Panel
Quotierung	Bevölkerungsproportionale Quoten für Alter und Geschlecht
Methode	CAWI-Mehrthemenbefragung (Online-Befragung)
Befragungssprachen	Deutsch, Französisch, Italienisch
Befragungszeitraum	14. bis 25. Oktober 2020
Gewichtung	Gewichtung (Alter, Geschlecht, Sprachregion) der 1'168 Interviews gemäss der tatsächlichen Verteilung der Grundgesamtheit (Grundlage: Statistik der Bevölkerung und der Haushalte (STATPOP) des Bundesamtes für Statistik)

CATI-Befragung

Grundgesamtheit	Sprachassimilierte Wohnbevölkerung in der ganzen Schweiz im Alter ab 15 Jahren mit eingetragener Festnetznummer
Stichprobengrösse/ Realisierte Interviews	N = 1'101 Interviews
Adressgrundlage	Alle eingetragenen Telefonnummern der privaten Wohnbevölkerung im jeweiligen Befragungsgebiet
Quotierung	Bevölkerungsproportionale Quoten für Alter und Geschlecht
Methode	CATI-Mehrthemenbefragung (Telefon-Befragung)
Befragungssprachen	Deutsch, Französisch, Italienisch

Befragungszeitraum	14. bis 25. Oktober 2020
Gewichtung	Gewichtung (Alter, Geschlecht, Sprachregion) der 1'101 Interviews gemäss der tatsächlichen Verteilung der Grundgesamtheit (Grundlage: Statistik der Bevölkerung und der Haushalte (STATPOP) des Bundesamtes für Statistik)

2.2 Wiederholungsmessung der Jugendbefragung

Die vorliegende Studie wurde durch DemoSCOPE im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit (BAG) durchgeführt. Sie stellt eine Wiederholungsmessung dar, welche sich auf die Nullmessung im Jahr 2017 bezieht. Die Zielgruppe der online durchgeführten Jugendbefragung sind Jugendliche und junge Erwachsene in der Schweiz im Alter von 15-25 Jahren. Durch diese spezifische Zielgruppe wurde diese Befragung nicht wie die Wiederholungsmessung der Bevölkerungsbefragung als Teil einer Mehrthemenbefragung durchgeführt, sondern als ad-hoc-Umfrage.

Herausgefunden werden sollte insbesondere wie Junge mit persönlichen Krisen und Sorgen umgehen und an wen sie sich dabei wenden. Darüber hinaus sollte in Erfahrung gebracht werden, wie bekannt die Hilfsangebote von Pro Juventute bzw. die Nummer 147 sind/ist. Obwohl die Zielgruppe von Pro Juventute auch unter 15-Jährige sind, wurde diese Altersgruppe aus methodischen Schwierigkeiten nicht kontaktiert. Die Jungen wurden zudem gefragt, welche Themen sie belasten und auf welchem Weg bzw. über welchen Kanal sie in einer Krisensituation am liebsten mit einer Fachperson/Anlaufstelle in Kontakt treten möchten. Zudem wurde mit der Befragung die Bekanntheit der Jugendkampagne «reden kann retten» (Schwerpunkt der Suizidpräventionskampagne reden-kann-retten im Jahr 2018) gemessen. Es ist das Ziel des vorliegenden Berichts, die Ergebnisse der durchgeführten Befragung zusammenzufassen und insbesondere einen Vergleich zur Nullmessung im Jahr 2017 herzustellen.

Nachfolgend sind die Eckdaten der Wiederholungsmessung der Jugendbefragung kurz zusammenfasst. Das Forschungsdesign ist dabei dasselbe, welches bereits 2017 zum Einsatz gekommen ist, mit einer vergleichbaren Anzahl von Interviews (2017 CAWI: N = 830):

CAWI-Befragung

Grundgesamtheit	Sprachassimilierte Schweizer Wohnbevölkerung ab 15 bis 25 Jahren.
Stichprobengrösse/ Realisierte Interviews	N = 800
Quotierung	Sprachregion (D, F und I), Alter (15-20, 21-25) und Geschlecht (M, F) ; Gewichtete Verteilung: 15-20: 408; 21-25: 392; m: 413 w: 387.
Methode	CAWI (Online Befragung)
Befragungszeitraum	3. November bis 12. November 2020

Gewichtung	Gewichtung (Alter, Geschlecht, Sprachregion) der 800 Interviews gemäss der tatsächlichen Verteilung der Grundgesamtheit (Grundlage: Statistik der Bevölkerung und der Haushalte (STATPOP) des Bundesamtes für Statistik)
-------------------	--

4. Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die wichtigsten Ergebnisse und Erkenntnisse aus der durchgeführten Bevölkerungsbefragung und der Jugendbefragung vorgestellt und erläutert. Zu beachten ist, dass die beiden Befragungen unabhängig voneinander durchgeführt wurden und die einzelnen Fragen zwar oft thematisch vergleichbar sind, die einzelnen Frageformulierungen jedoch nicht in jedem Fall exakt gleich sind. Da die Bevölkerungsbefragung sowohl als CAWI wie auch als CATI-Befragung durchgeführt wurde, wird bei der Darstellung der Ergebnisse auch auf die unterschiedliche Methodik und allfällige Methodeneffekte eingegangen. Ist nichts anderes erwähnt, handelt es sich jedoch bei der Darstellung der Ergebnisse immer um die zusammengekommenen Daten der CAWI- und CATI-Erhebung. Zudem werden die Daten der Erhebung 2020 mit denjenigen der Nullmessung aus dem Jahr 2016 verglichen. Es wird – bei Auffälligkeiten – auch auf signifikante Unterschiede zwischen Subgruppen (insbesondere Sprachregion, Alter und Geschlecht) eingegangen. Auch bei der Darstellung der Jugendbefragung wird bei auffälligen Unterschieden auf signifikante Unterschiede zwischen Subgruppen eingegangen und es wird zusätzlich ebenfalls ein Vergleich zur Nullmessung im Jahr 2017 hergestellt.

3.1 Anlaufstellen/-personen sowie reden bei Krisen und Sorgen/Problemen

Sowohl in der Bevölkerungsbefragung wie auch in der Jugendbefragung wurden die Befragten gebeten, anzugeben, an wen Sie sich bei einer persönlichen Lebenskrise (Bevölkerungsbefragung), bzw. bei Problemen und Sorgen (Jugendbefragung) wenden würden bzw. welche Organisationen/Anlaufstellen bekannt sind.

Bei der **Bevölkerungsbefragung** wurde in Frage 1 generell und offen danach gefragt, an wen sich die befragte Person bei einer persönlichen Lebenskrise (allenfalls gar mit Suizidgedanken) wenden würde um Hilfe zu erhalten. Bei Frage 3 wurde wiederum offen gefragt, welche anonymen Anlauf/-Beratungsstellen im Falle einer Krise/Notlage die Befragte Person kennt. Zuletzt wurde bei Frage 4 direkt und gestützt nach der Bekanntheit der Nummer 143 bzw. der Dargebotenen Hand gefragt²⁴. Bei Frage 1 wurden die Befragten der Bevölkerungsbefragung allgemein und offen gefragt, *an wen sie sich in einer persönlichen Lebenskrise wenden würden*. Dabei waren mehrere Antworten möglich.

²⁴ Bei der Interpretation der Ergebnisse bzw. der Tabellen und Grafiken ist zu beachten, dass die Fragen 1, 3 und 4 über Filter miteinander verbunden waren. Konkret bedeutet dies, dass die Fragen 3 bzw. 4 nur gestellt wurden, wenn bei der/den vorangegangenen Frage(n) nicht bereits die Nummer 143 bzw. die Dargebotene Hand als Antwort genannt wurde.

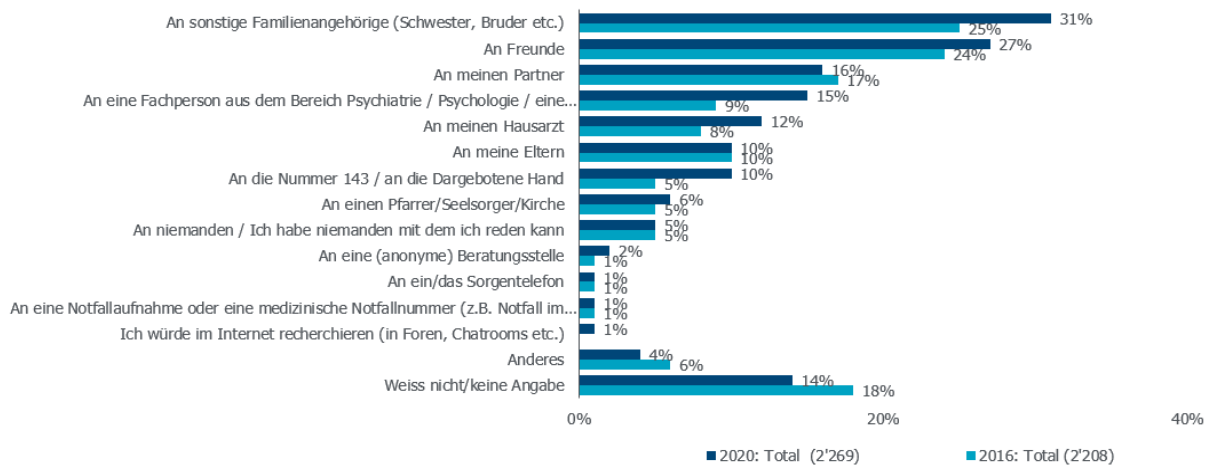


Abbildung 1. Bevölkerungsbefragung: *Die meisten Menschen kennen Zeiten, die zum Verzweifeln sind. Zum Glück gehen diese Krisen meistens vorbei. Stellen Sie sich vor, Sie würden in einer Lebenskrise stecken und in Ihrer Verzweiflung vielleicht sogar daran denken, sich das Leben zu nehmen. Was denken Sie, an wen würden Sie sich in einer solchen Situation wenden?* (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

Nur 5% der Befragten gaben an, sich an niemanden wenden zu wollen bzw. niemanden zu kennen/haben, an den sie sich wenden würden. Eine Mehrheit der Befragten gab dagegen an, sich an eine Person im persönlichen Umfeld zu wenden (insb. *Familienangehörige* (31%), *Freunde* (27%), *eigener Partner* (16%)). Insbesondere Familienangehörige wurden seit der Messung im Jahr 2016 klar häufiger genannt (2016: 25%). Leicht zugenommen hat auch die Nennung von *Freunden* (2016: 24%). Daneben gaben insgesamt 15% der Befragten an, sich an *eine Fachperson* der Psychiatrie / Psychologie / Psychotherapie zu wenden. Dies entspricht gegenüber der Nullmessung im Jahr 2016 einer Zunahme um 6 Prozentpunkte. Weitere 12% nannten den *eigenen Hausarzt* / die eigene Hausärztin als Ansprechperson. 10% der Befragten nannten die *Eltern* als Ansprechperson. Die Nennung der Dargebotenen Hand ist seit der Nullmessung im Jahr 2016 von 5% auf 10% angestiegen. Weitere mögliche Anlaufstellen wie *kirchliche* oder *medizinische* Personen/Organisationen oder andere anonyme Beratungsstellen wurden wie bereits im Jahr 2016 eher selten genannt. Was die spontane Nennung der *Nummer 143* bzw. *der Dargebotenen Hand* als Anlaufstelle betrifft, zeigt sich, dass diese Antwort in der Deutschschweiz über alle Methoden hinweg signifikant häufiger (11%) spontan genannt wird als in der Westschweiz (7%) oder dem Tessin (2%). Auffällig ist der hohe Anteil von «weiss nicht» Antworten bei CAWI mit 23% im Gegensatz zu 4% bei CATI. Dies ist allerdings keine Überraschung. Bei offenen Fragen/Antworten in online Studien kommt es üblicherweise zu einem höheren Anteil von «weiss nicht» oder «keine Angabe» als bei telefonischen Befragungen. Dieser Effekt ist auf die Methode zurückzuführen, da es vielen Befragten in einer persönlichen Befragungssituation, wie dies bei Telefoninterviews der Fall ist, schwerer fällt, ein «weiss nicht»/«keine Angabe» zu äussern, als dies bei einer unpersönlichen online Befragung der Fall ist. Online kann man einfach «weiss nicht» klicken, ohne allenfalls einen gewissen Rechtfertigungsdruck zu spüren, der bei einer CATI-Situation subjektiv eher vorhanden ist.

Nach dieser Einstiegsfrage wurden die Befragten um eine Bewertung von verschiedenen Aussagen gebeten. Die höchste Zustimmung erfuhr dabei die Aussage «*Ich habe einen vertrauten Menschen, mit dem ich über meine Lebenskrise sprechen kann*». Auf einer Skala von 1 bis 6

ergibt sich hier ein Mittelwert von 5.13 und damit eine durchschnittlich klare Zustimmung. 88% der befragten Personen stimmen dieser Aussage zu («Trifft voll und ganz zu», «Trifft sehr zu» und «Trifft eher zu»).

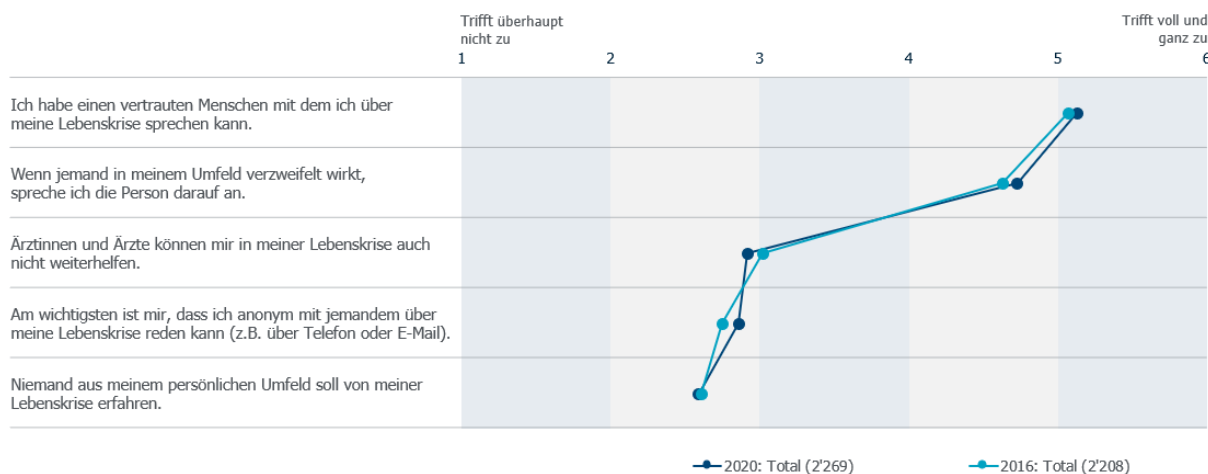


Abbildung 2. Bevölkerungsbefragung: Bitte sagen Sie uns, wie sehr die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen oder nicht zutreffen. (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

In zusätzlichen Auswertungen hat sich gezeigt, dass Personen mit tiefer Bildung, niedrigem Einkommen, ohne Schweizer Staatsbürgerschaft und in Einpersonenhaushalten lebend öfters keine vertraute Person haben, an die sie sich wenden können. Und es sind auch überdurchschnittlich oft Personen, die keine vertraute Person haben, die 143/Die Dargebotene Hand öfters nicht kennen, als solche, die eine vertraute Person haben. Zudem sind es auch eher Personen, die 143/Die Dargebotene Hand nicht kennen, die eher nicht anrufen würden. Eine etwas tiefere, aber immer noch hohe Zustimmung erhielt auch die Aussage «Wenn jemand in meinem Umfeld verzweifelt wirkt, spreche ich die Person darauf an» (Mittelwert: 4.73). Ebenfalls 88% stimmten dieser Aussage zu. Klar tiefere und insgesamt ablehnende Einschätzungen erhielten die folgenden Aussagen. Der Aussage «Ärztinnen und Ärzte können in meiner Lebenskrise auch nicht weiterhelfen» stimmten 33% der Befragten zu (Mittelwert: 2.92). Der Aussage: «Am wichtigsten ist mir, dass ich anonym mit jemanden über meine Lebenskrise reden kann (z. B. über Telefon oder E-Mail)» stimmten ebenfalls 33% der befragten Personen zu (Mittelwert: 2.86). Der Aussage «Niemand aus meinem persönlichen Umfeld soll von meiner Lebenskrise erfahren» stimmen noch 27% der Befragten zu (Mittelwert: 2.59).

In der Einstiegsfrage der **Jugendbefragung** wurden die Jugendlichen gebeten anzugeben, an wen sie sich bei Problemen und Sorgen wenden (würden). Dabei waren mehrere Antworten möglich.

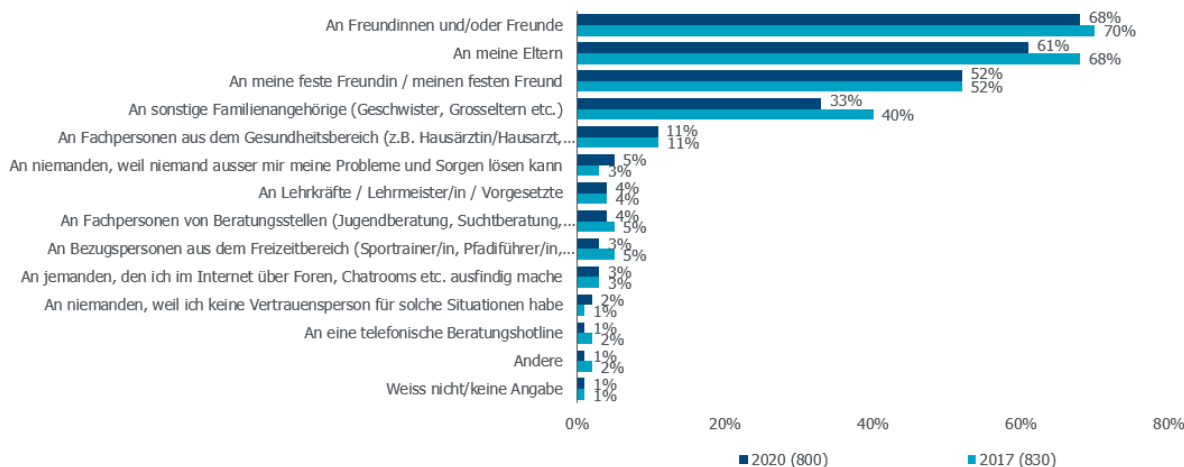


Abbildung 3. Jugendbefragung: *Manchmal ist das Leben kompliziert und schwierig. An wen wendest Du Dich oder würdest Du Dich mit Deinen Problemen oder Sorgen wenden?* (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Jugendlichen mehrheitlich Unterstützung im Bekanntenkreis bzw. im familiären Umfeld holen. 68% gaben an, sich *an eine Freundin oder einen Freund* zu wenden. Mit 61% folgen auf Rang zwei die *Eltern*. Am dritthäufigsten (52%) wenden sich Jugendliche *an ihren festen Freund bzw. die feste Freundin*. Mit 33% auf Rang vier folgen *die sonstigen Familienangehörigen (z.B. Geschwister, Grosseltern etc.)*. Im Vergleich zur Nullmessung im Jahr 2017 wurden im Schnitt pro Befragtem Jugendlichen weniger Antworten gewählt, was zu einer tieferen Anzahl Nennungen in den Kategorien *An Freundinnen und/oder Freunde*, *An meine Eltern* und *An sonstige Familienangehörige* führte. Die oben genannte Reihenfolge ist jedoch seit dem Jahr 2017 unverändert geblieben. Egal in welcher Sprachregion die Befragten leben, überall erscheinen auf den ersten vier Rängen Personen aus dem Bekannten- bzw. Familienkreis. Auf Rang fünf erscheint die erste Ansprechstelle ausserhalb des Bekannten- bzw. Familienkreises: 11% der Jugendlichen gaben an, dass sie sich bei Problemen/Sorgen (auch) *an eine Fachperson aus dem Gesundheitswesen (z.B. den Hausarzt/die Hausärztin)* wenden würden (2017: ebenfalls 11%). Die restlichen abgefragten bzw. vorgegebenen Kategorien erreichen alle Werte von 5% oder darunter. Dies entspricht dem gleichen Muster wie bereits im Jahr 2017. So gaben z.B. nur 4% der Befragten an, sich bei Problemen/Sorgen *an eine Fachperson einer Beratungsstelle* zu wenden. Obwohl die klare Mehrheit der Befragten eine oder mehrere Kontakte/Anlaufstellen bei Problemen/Sorgen zu haben scheint, gaben doch auch insgesamt 7% der befragten Jungen an, über keine Vertrauensperson für solche Situationen zu verfügen (2%) bzw. sich an niemanden zu wenden, da sie diese Probleme/Sorgen nur selbst lösen/bewältigen könnten/wollten (5%). Die 7% entsprechen einer Zunahme gegenüber 2017 von 3 Prozentpunkten. Der Anteil derjenigen Jungen, welche angaben, keine Bezugsperson zu haben, bzw. sich nicht an eine Bezugsperson wenden zu können/zu wollen, ist höher bei Jungen mit tiefem Ausbildungsniveau, bei Jungen aus dem Tessin sowie bei männlichen Jungen. Junge, die keine Bezugsperson haben, wohnen zudem auch öfters in Agglomerationsgemeinden und kennen etwas weniger häufig spontan die Angebote von Pro Juventute (Hotline 147, Webseite 147.ch etc.). In Zusatzauswertungen zeigt sich darüber hinaus, dass Personen, die keine vertraute Person zum Reden haben, nicht weniger oft die Hilfsangebote von Pro Juventute spontan als Anlaufstelle bei Problemen nennen. Allerdings sagen Junge, die

keine Person zum Reden haben, überdurchschnittlich oft, dass sie sich nicht an Fachpersonen/eine Anlaufstelle wenden würden. Junge ohne Bezugsperson tendieren gleichzeitig eher zu negativen Gefühlen²⁵ und Junge mit negativen Gefühlen tendieren wiederum auch dazu, sich eher nicht an eine Fachperson/Anlaufstelle wenden zu wollen (wobei unklar ist, was die Ursache und was die Folge ist).

Beim Vergleich der Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung und der Jugendbefragung stellt sich das Problem, dass die Fragen unterschiedlich gestellt wurden. So wird in der Bevölkerungsbefragung danach gefragt, an wen man sich wenden würde, falls man in einer Lebenskrise verzweifelt ist und vielleicht sogar daran denken würde, sich das Leben zu nehmen. In der Jugendbefragung wird hingegen allgemeiner danach gefragt, an wen man sich im Fall von eigenen Problemen und Sorgen wenden würde. Trotzdem werden sowohl bei der Bevölkerungsbefragung wie auch bei der Jugendbefragung als erste Anlaufstelle bei Lebenskrisen oder Problemen und Sorgen primär Personen aus dem persönlichen Umfeld angegeben. Dieses Resultat fällt bei der Jugendbefragung noch deutlicher aus, hier geben deutlich mehr Junge an, sich *an Freunde oder Freundinnen* zu wenden oder *an den festen Freund, die feste Freundin*. Nicht überraschend geben auch deutlich mehr Junge an, sich *an die Eltern* zu wenden. Von den in der Bevölkerungsbefragung befragten Personen würden sich 10% *an die Nummer 143/die Dargebotene Hand* wenden, während sich in der Befragung von Pro Juventute 4% *an Fachpersonen von Beratungsstellen* und nur 1% *an eine telefonische Beratungshotline* wenden würde. Leider lassen sich die Daten im Hinblick auf die Konsultationen von Fachpersonen aus dem Gesundheitsbereich / Beratungsstellen nicht direkt vergleichen, da hierfür unterschiedliche Antwortkategorien verwendet wurden. Trotzdem kann festgestellt werden, dass sich in der Bevölkerungsbefragung mehr befragte Personen an eine Person aus dem Gesundheitsbereich (Psychiatrie/Psychologie/Psychotherapie 15%; Hausarzt 12%) wenden würden als in der Jugendbefragung (Fachpersonen aus Gesundheitsbereich: 11%).

3.2 Wie geht es den Jungen, was belasten sie und wie gehen sie damit um?

In der Jugendbefragung wurden den Befragten auch Fragen gestellt, welche keine direkte Pendant in der Bevölkerungsbefragung haben. Die Jugendlichen wurden dabei zum Thema Probleme/Sorgen, zu belastenden Themen und zu den vorherrschenden Gefühlszuständen befragt.

In einer ersten diesbezüglichen Frage sollten die Jungen auf einer 6-er Skala angeben, inwiefern die einzelnen aufgelisteten Aussagen auf sie selbst zutreffen. Die wichtigsten Aussagen bzw. Ergebnisse werden hier kurz umrissen. Die mit Abstand höchste Zustimmung erhielt die Aussage: *«Wenn ein Freund oder eine Freundin traurig wirkt, frage ich, was los ist»*. Insgesamt

²⁵ In Frage 11 wurden die Jugendlichen nach verschiedenen Gefühlszuständen und wie oft sie sich in den letzten 4 Wochen entsprechend gefühlt haben gefragt. Die zu bewertenden negativen Gefühlszustände waren «So niedergeschlagen oder verstimmt, dass Dich nichts hat aufmuntern können», «Entmutigt und deprimiert» und «Sehr nervös».

95% der Jungen antworteten, dass diese Aussage zumindest eher auf sie zutrifft. Dies entspricht auch ziemlich genau dem Wert von 2017 (96%). Die zweithöchste Zustimmung (87%) erreicht die Aussage «*Ich habe eine Person, mit der ich über alles reden kann, was mich belastet oder mir Sorgen macht*». Derselbe Wert wurde auch in der Befragung 2017 erreicht. Wie bereits bei der Bevölkerungsbefragung 15+ scheint die Anonymität bei der Inanspruchnahme von Hilfe auch bei Jungen nicht der wichtigste Aspekt zu sein. Nur 41% stimmten der folgenden Aussage zu: «*Am wichtigsten ist mir, dass ich anonym bleiben kann, wenn ich über meine Probleme und Sorgen reden will (z.B. über Telefon oder E-Mail)*». Auch die Aussage «*Niemand aus meinem persönlichen Umfeld darf davon erfahren, wenn es mir mal nicht gut geht*» erreicht nur tiefe Zustimmungswerte. Dennoch stimmen umgekehrt 28% der Jungen dieser Aussage zu.

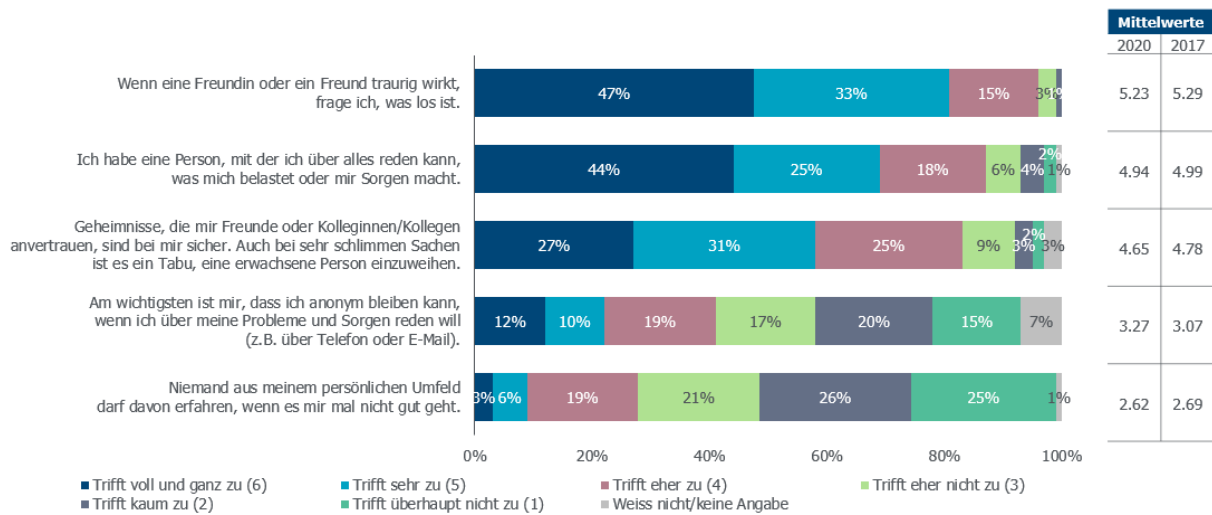


Abbildung 4. Jugendbefragung: *Bitte sag uns, inwieweit die folgenden Aussagen auf Dich zutreffen oder nicht zutreffen.* (Basis: 2020: 800 Befragte / 2017: 830 Befragte)

Mithilfe der Jugendbefragung sollte auch herausgefunden werden, welche Themen Junge in der Schweiz am meisten belasten. Um möglichst valide Ergebnisse zu erhalten, wurden die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in einer weiteren Frage nicht direkt danach befragt, welche Themen sie selbst am meisten belasten, sondern sie wurden gebeten anzugeben, welche Themen ihre Freunde/-innen denn am meisten belasten. Wie bereits im Jahr 2017 sind die am meisten genannten Themen *Schule/Arbeit/Heim* (68%) und *Liebe/Beziehung* (64%). Im Jahr 2017 wurde jedoch noch *Liebe/Beziehung* an erster Stelle (72%) und *Schule/Arbeit/Heim* an zweiter Stelle (69%) genannt. Beide wurden zudem signifikant öfters von weiblichen Befragten genannt, als von ihren männlichen Altersgenossen. Auf den Rängen drei bis fünf folgen die Themen *Familie* (48%), *Körper/Aussehen* (38%) und *Geld/Einkommen* (36%). Im Corona-Kontext bemerkenswert wird das Thema *Geld/Einkommen* klar seltener genannt (2017: 44%). Dabei wurde das Thema *Geld/Einkommen* signifikant öfters von den etwas älteren (21-25 Jahre) Jungen genannt und das Thema *Körper/Aussehen* wiederum signifikant öfter von Frauen.

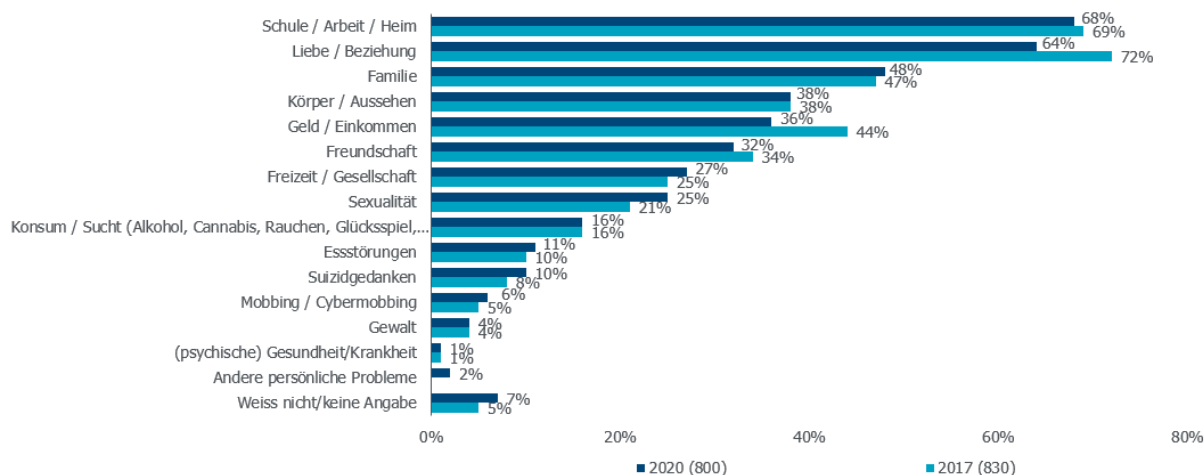


Abbildung 5. Jugendbefragung: Welche dieser Themen belasten Deine Freunde/innen oder Kollegen/innen häufig? (mehrere Antworten möglich) (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

In einer weiteren Frage wurden die Jungen gebeten anzugeben, wie oft fünf vorgegebene Gefühlszustände in den letzten 4 Wochen auf sie selbst zugetroffen haben. Die Antworten zeigen ein relativ durchzogenes Bild der Gefühlslandschaft der Schweizer Jugend. Immerhin 60% gaben an, sich in den letzten 4 Wochen immer oder meistens glücklich gefühlt zu haben. Dies entspricht einer Abnahme um 9 Prozentpunkte gegenüber dem Jahr 2017. Gleichzeitig gaben aber doch auch 2% bzw. 6% an, in den letzten Wochen immer oder meistens so niedergeschlagen oder verstimmt gewesen zu sein, dass sie nichts hat aufmuntern können bzw. entmutigt und deprimiert gewesen zu sein, was mit dem Werten von 2017 vergleichbar ist (2% bzw. 5%). 22% gaben bei dieser Antwort an, dass sie sich manchmal so fühlen. Dies entspricht gegenüber dem Jahr 2017 einer Zunahme von 6 Prozentpunkten. Positiver ist wiederum, dass 54% angaben, in den letzten 4 Wochen immer oder meistens ruhig, ausgeglichen und gelassen gewesen zu sein, wobei 16% Angaben, dies selten zu sein. Gegenüber dem Jahr 2017 gaben 6% mehr an, selten ruhig, ausgeglichen und gelassen zu sein, wobei der Anteil derjenigen, welche angeben, nie ruhig, ausgeglichen und gelassen zu sein, konstant bei 2% blieb.

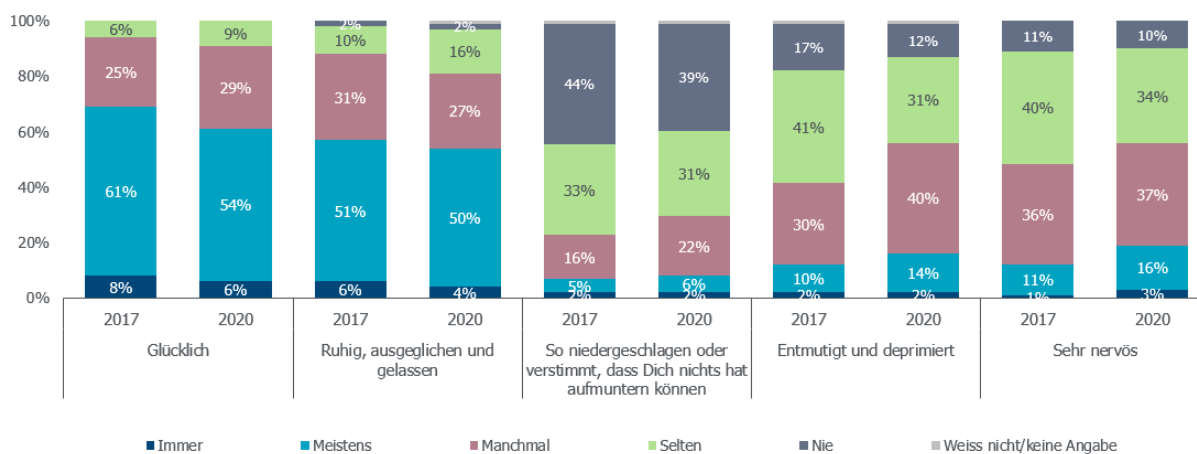


Abbildung 6. Jugendbefragung: Wir zeigen Dir nun nacheinander verschiedene Gefühlszustände. Bitte sag uns zu jedem, ob Du Dich in den letzten 4 Wochen immer, meistens, manchmal, selten oder nie entsprechend gefühlt

hast? (Basis: 2020: 800 Befragte / 2017: 830 Befragte)

Insgesamt lässt sich vermuten, dass sich in den Daten womöglich ein Corona-Effekt auf die Stimmungslage der Jungen bemerkbar macht. Zudem zeigt sich auch, dass Junge, welche angegeben haben, keine Bezugsperson/vertraute Person zum Reden zu haben, eher negative Gefühlszustände haben. Zudem tendieren auch junge Frauen und Jugendliche aus dem Tessin eher zu negativen Gefühlszuständen im Gegensatz zu ihren Altersgenossen bzw. Altersgenossinnen aus den anderen Landesteilen.

3.3 Ungestützte Bekanntheit von Beratungsstellen/Notrufnummern

Bei Frage 3 wurde in der **Bevölkerungsbefragung** wiederum offen, dieses Mal aber spezifisch nach der Bekanntheit einer anonymen Beratungsstelle gefragt. 35% der Befragten gaben an, *keine anonyme Beratungsstelle zu kennen bzw. nennen zu können*. Insgesamt 41% nannten bei dieser Frage die *Dargebotene Hand* (35%) bzw. die *Nummer 143* (6%) als ihnen bekannte Anlaufstelle. Dies entspricht zusammengenommen ziemlich dem gleichen Wert wie im Jahr 2016 (40%). Daneben wurden weitere mögliche Anlaufstellen genannt, alle aber im tiefen, einstelligen Prozentbereich.

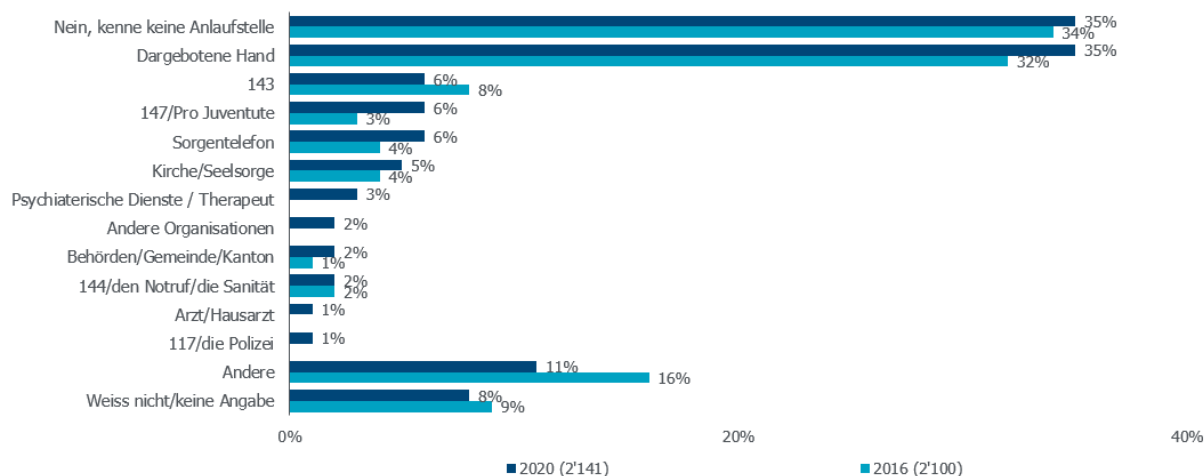


Abbildung 7. Bevölkerungsbefragung: *Kennen Sie eine Anlaufstelle, bei welcher man sich in persönlichen Krisen oder Notlagen anonym beraten lassen kann? Falls ja, welche Anlaufstelle(n) kennen Sie?* (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

Die Bekanntheit von *Pro Juventute* bzw. *der Nummer 147* ist bei den Befragten 15+ von 3% im Jahr 2016 auf 6% im Jahr 2020 gestiegen. Insgesamt konnten bei CAWI 53% keine Anlaufstelle nennen, bei CATI waren es 31%. Dies ist wiederum klar dem bereits beschriebenen Methodeneffekt bei offenen Fragen/Antworten zuzuschreiben. Die Bekanntheit scheint bei der telefonischen Befragung höher zu liegen: 49% nannten hier *die Dargebotene Hand* oder *die Nummer 143*. Bei der Online-Befragung nannten 32% *die Dargebotene Hand* und 4% die Nummer 143. Zudem zeigen die Ergebnisse auch, dass *die Nummer 143/die Dargebotene*

Hand als anonyme Beratungs- und Anlaufstelle im Tessin am bekanntesten ist mit 58% Nennungen über beide Methoden hinweg, gefolgt von der Deutschschweiz mit 43% der Nennungen und der Westschweiz mit 35% der Nennungen. Es existieren dabei keine deutlichen Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Ältere Personen in den Altersgruppen 35-54 Jahre und 55+ nannten *die 143/Dargebotene Hand* häufiger als die jüngeren Befragten. Personen, welche angeben, keine Anlaufstelle zu kennen sind überdurchschnittlich oft männlich, in einem Alter zwischen 15 und 34 Jahren, aus der Westschweiz und mit einer tiefen Bildung.

In der **Jugendbefragung** wurden die Jungen gebeten, alle Notrufnummern zu nennen, welche Ihnen spontan in den Sinn kommen, wenn sie an eine Notsituation (welche bewusst nicht genauer spezifiziert wurde) denken.

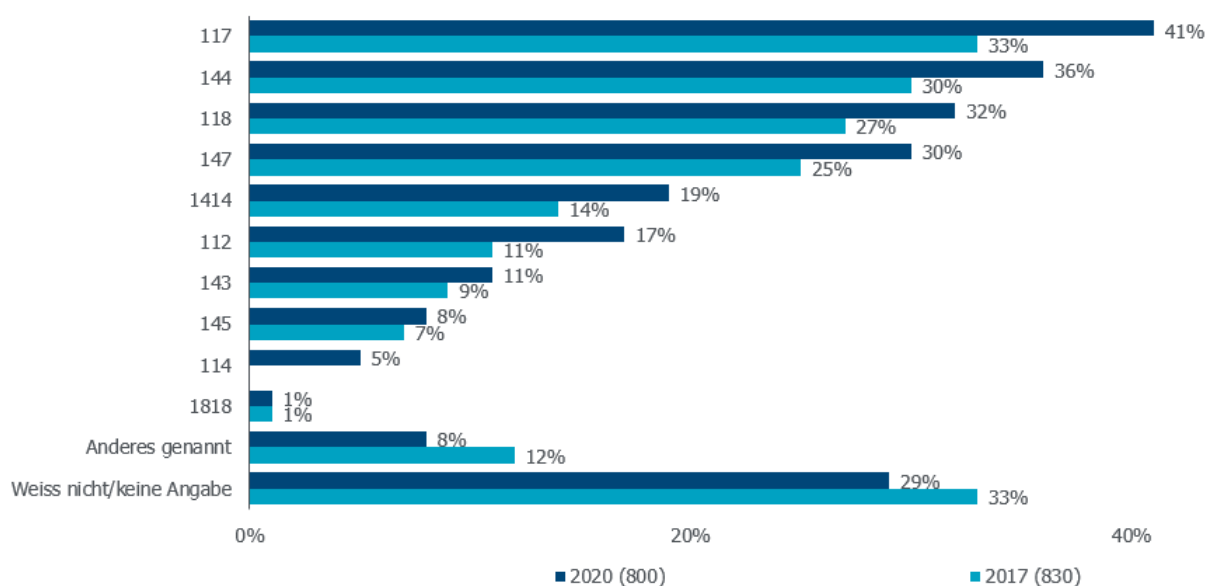


Abbildung 8. Jugendbefragung: Für Notsituationen gibt es verschiedene telefonische Notrufnummern. Welche kennst Du spontan? (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

Nicht überraschend, wurden die Nummern 117 (41%), 144 (36%), und 118 (32%) spontan am häufigsten genannt. Dies entspricht derselben Rangfolge wie bereits im Jahr 2017, wobei sämtliche Nummern öfters genannt werden. Bereits auf Rang vier erscheint die Nummer 147 von Pro Juventute. 30% der Befragten nannten diese Nummer bei dieser Frage spontan (ohne dass diese Nummer zuvor bereits im Rahmen der Befragung erwähnt worden wäre). Dies entspricht einer Zunahme um 5% gegenüber dem Jahr 2017. Weniger oft und zwar von 11% der Jungen wurde auch die Nummer 143 der Dargebotenen Hand bei dieser Frage genannt. Dies entspricht einer Zunahme um 2 Prozentpunkte gegenüber 2017. Interessant ist, dass die Nummer 147 in der Deutschschweiz wie bereits im Jahr 2017 signifikant öfters genannt wurde (36%) als in der Französischsprachigen Schweiz (14%), mit einem mittleren Wert im Tessin (30%).

In der **Jugendbefragung** wurde zudem offen gefragt, ob und welche Organisationen/Anlaufstellen die Jugendlichen kennen, an welche man sich wenden kann, wenn es einem selbst oder einem Freund sehr schlecht geht bzw. man Hilfe benötigt.

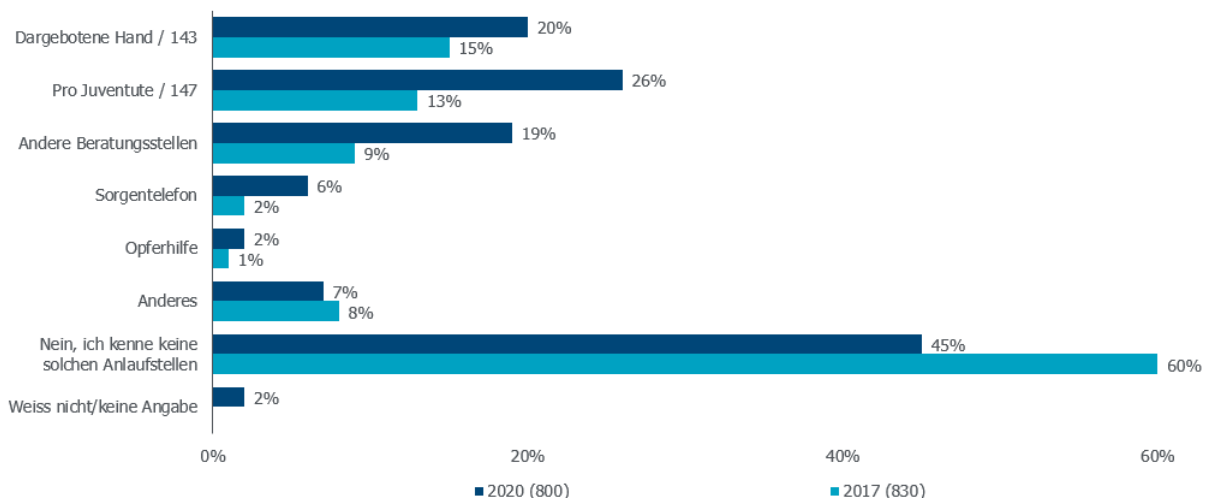


Abbildung 9. Jugendbefragung: *Es gibt verschiedene Organisationen/Anlaufstellen, an die Du Dich wenden kannst, wenn es Dir oder einer Freundin / einem Freund sehr schlecht geht und Du Hilfe brauchst. Kennst Du eine solche Anlaufstelle? Falls ja, welche Organisation(en) kennst Du?* (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

Eine Minderheit der Befragten (45%) gab an, keine solche Anlaufstelle nennen zu können. Dies entspricht einer deutlichen Abnahme von 15 Prozentpunkten gegenüber dem Jahr 2017 (60%). 20% nannten die *Dargebotene Hand/143* und 26% *Pro Juventute/147*. Auffällig ist hierbei der deutliche Anstieg der Nennungen von Pro Juventute, welche im Jahr 2017 noch von nur 13% genannt wurde. Wiederum wurde auch bei dieser Frage *Pro Juventute/147* von den Deutschschweizern signifikant öfters genannt (31%), als dies in den zwei anderen Landesteilen der Fall war (W: 14%; I: 20%). Auch der Anteil der Jungen, welche keine Anlaufstelle kennen, ist in der Westschweiz klar am höchsten (63% gegenüber 38% in der Deutschschweiz und 45% im Tessin). Er ist zudem deutlich höher bei Jungen, welche eine andere Staatsangehörigkeit besitzen (59%) gegenüber Jungen mit Schweizer Staatsbürgerschaft (44%).

Die ungestützte Befragung der Bekanntheit von anonymen Beratungsstellen (Bevölkerungsbefragung) bzw. Notrufnummern oder Anlaufstellen (Jugendbefragung) ist nicht direkt zwischen den beiden Erhebungen vergleichbar. Es zeigt sich dennoch, dass die *Dargebotene Hand* bei der Allgemeinbevölkerung bekannter ist als bei den Jungen und *Pro Juventute* bei den Jungen bekannter als bei der Allgemeinbevölkerung. Dies entspricht den anvisierten Zielgruppen²⁶.

Bei der Bevölkerungsbefragung geben insgesamt 35% an, dass sie keine anonyme Beratungsstelle kennen. Hingegen geben bei der Jugendbefragung 45% der Befragten an, keine Anlaufstelle zu kennen, die bei persönlichen Problemen kontaktiert werden könnte. Die Allgemeinbevölkerung verfügt folglich im Hinblick auf Beratungs- und/oder Anlaufstellen über mehr Wissen als die Jugendlichen/jungen Erwachsenen bis 25 Jahre. Es wird aber auch deutlich, dass die Bekanntheit der Beratungs- und/oder Anlaufstellen bei den Jungen in den letzten Jahren im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung stärker gestiegen ist (Bekanntheit im Sinne einer spontanen Nennung als mögliche Kontaktstelle bei Problemen). In der Bevölkerungsbefragung ist die Bekanntheit von *Pro Juventute* leicht gestiegen und die Bekanntheit der *Dargebotenen Hand*

²⁶ Die hier befragte Altersgruppe der 15- bis 25-Jährigen entspricht allerdings nur zum Teil der primären Zielgruppe von Pro Juventute, da die Organisation sich auch gezielt an jüngere Kinder richtet.

stabil geblieben, während in der Jugendbefragung eine Verdoppelung der Bekanntheit von Pro Juventute seit der Nullmessung festgestellt werden kann und ebenfalls eine Zunahme der Bekanntheit der Dargebotenen Hand sowie anderer Beratungsstellen.

3.4 Gestützte Bekanntheit von Beratungsstellen/Notrufnummern

In der **Bevölkerungsbefragung** wurden in Frage 4 zudem diejenigen, *welche weder bei Frage 1 noch bei Frage 3 spontan die 143 bzw. die Dargebotene Hand genannt hatten, nochmals* gestützt nach deren Bekanntheit gefragt. Insgesamt gaben bei Frage 4 79% an, *die Nummer 143/die Dargebotene Hand* zu kennen bzw. zumindest schon davon gehört zu haben. Dies entspricht einer minimalen Abnahme um 2 Prozentpunkte gegenüber dem Jahr 2016. Auch bei dieser Frage zeigt sich, dass insbesondere bei der Gruppe der 15- bis 34-Jährigen auch die gestützte Bekanntheit am tiefsten ist. Da wie bereits erwähnt die Fragen 1, 3 und 4 über Filter miteinander verbunden waren, ist es zudem möglich, die Bekanntheit der Nummer 143 bzw. der Dargebotenen Hand als Ganzes auszuweisen. Hierfür wurden zwei Werte (*Bekanntheit spontan und total*) errechnet. Der Wert *«Kennen Dargebotene Hand spontan»* weist den Anteil der Befragten aus, welcher entweder bereits bei Frage 1 oder dann bei Frage 3 *die Nummer 143/Dargebotenen Hand* spontan genannt hatten. Über beide Methoden hinweg kann festgehalten werden, dass 972 Befragte (43%) *die Dargebotene Hand* spontan genannt hatten. Dieser Wert ist leicht höher als noch in der Befragung im Jahr 2016 (40.5%). Es zeigt sich zudem, dass bei beiden Methoden doch unterschiedliche Werte erreicht wurden. Bei CAWI nannten 35% und bei CATI 51% der Befragten spontan *die Dargebotene Hand*. Der zweite errechnete Wert summiert die Bekanntheit der Dargebotenen Hand als total. Der Wert *«Kennen Dargebotene Hand total»* weist alle Befragten aus, welche bei Frage 1, 3 oder spätestens 4 angegeben hatten, *die Dargebotene Hand* zu kennen. Insgesamt haben die Umfragen ergeben, dass gut 85% der Bevölkerung zumindest schon von der Dargebotenen Hand bzw. der Nummer 143 gehört haben. Dies entspricht gegenüber dem Jahr 2016 einer leichten Abnahme um 3 Prozentpunkte. Auch beim Total sind nur verhältnismässig kleine Unterschiede zwischen den zwei Methoden festzustellen (CAWI 81% und CATI 90%). Zudem haben weitere Auswertungen gezeigt, dass die *Bekanntheit spontan wie auch total* in der Deutschschweiz gegenüber der Westschweiz signifikant höher ist. Unterschiede lassen sich zudem auch zwischen den Altersgruppen finden. Während bei den 15- bis 34-Jährigen total nur 67% die Dargebotene Hand kennen, sind es bei den zwei älteren Gruppen jeweils 90% bzw. 95%. Ähnliche Verhältnisse sind auch bei den Werten der spontanen Nennung festzustellen (26% vs. 53% vs. 48%).

In der **Jugendbefragung** wurden die Jungen gebeten, zu verschiedenen Notrufnummern (*144, 117, 118, 1414, 147, 143*) anzugeben, welchen Anbieter bzw. welche Organisation man erreicht, wenn man die entsprechende Nummer wählt. Zu den „Blaulicht-Nummern“ konnten die meisten Befragten die korrekte Organisation zuordnen. Den höchsten Wert erreicht die Nummer *117* mit 85% richtigen Zuordnungen, den niedrigsten die *1414* mit 67% korrekten Antworten. Die richtigen Antworten für die zwei Nummern *147* und *143* liegen im Vergleich dazu einiges tiefer. Zur Nummer *147* konnten immerhin 17% korrekt zuordnen, dass man unter dieser Nummer einen Beratungs-/Hilfsdienst für Kinder und Jugendliche bzw. die Pro

Juventute erreicht. Weitere 21% nannten eine verwandte, aber nicht zu 100% zutreffende Zuordnung (Sorgentelefon, Dargebotene Hand, Beratung generell). Rechnet man beide Werte zusammen, konnten doch immerhin 38% der Befragten die Nummer 147 einem telefonischen Beratungsdienst zuordnen. Die Bekanntheit bzw. korrekte Zuordnung der Nummer 143 liegt bei den Jungen dagegen tiefer mit 16% bzw. insgesamt 20%, wenn wiederum die nicht ganz korrekten, aber verwandten Nennungen hinzugerechnet werden.

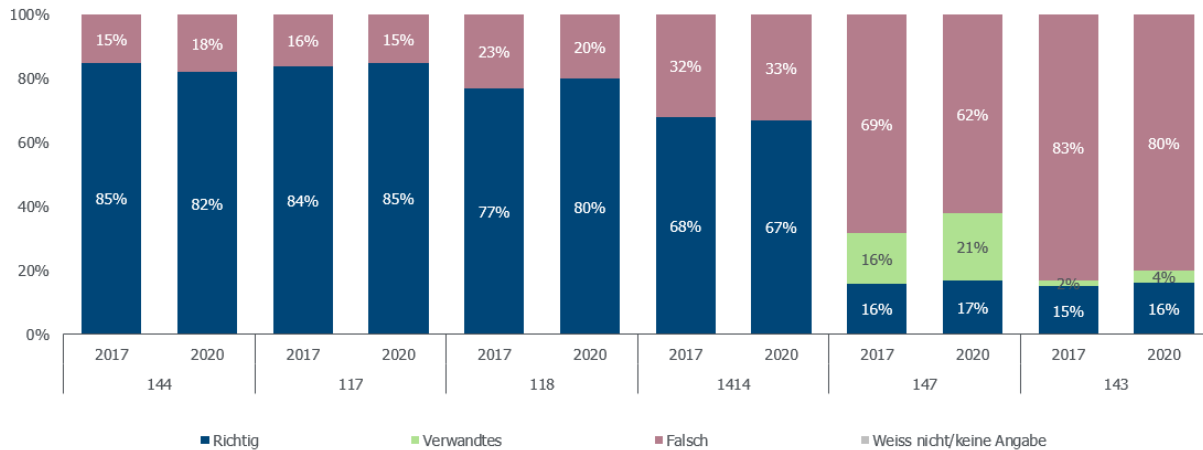


Abbildung 10. Jugendbefragung: *Weisst Du, wen Du unter den folgenden Notrufnummern erreichst? Also wer/welche Organisation diese Notrufnummer betreibt/ anbietet?* (Basis: 2020: 800 Befragte / 2017: 830 Befragte)

Wiederum wurde die Nummer 147 in der Deutschschweiz (44%) signifikant öfters korrekt oder fast korrekt zugeordnet, als in der Westschweiz (18%). Im Tessin taten dies 54% der befragten Jungen, wobei davon 42% auf fast korrekte Antworten zurückzuführen sind.

Als weitere Frage zur gestützten Bekanntheit von Pro Juventute wurde in der **Jugendbefragung** den Jugendlichen und jungen Erwachsenen 3-4 Logos von Organisationen/Anlaufstellen in Krisensituationen vorgelegt. Die Jungen sollten zu jedem angezeigten Logo angeben, ob sie von der entsprechenden Organisation bzw. dem entsprechenden Angebot schon mal etwas gehört hätten. Dabei wurden auch sprachregionale Angebote einbezogen (so z.B. CIAO in der Westschweiz und infogiovani in der italienischen Schweiz). In allen drei Sprachregionen wurde das Logo von *Pro Juventute* und von *SafeZone.ch* angezeigt. Von allen Organisationen/Angeboten erreicht *Pro Juventute* mit Abstand die höchste Bekanntheit. Schweizweit gaben 91% der Jungen an, dieses Logo zu kennen bzw. schon von *Pro Juventute* gehört zu haben. Die Bekanntheit erreicht in der Deutschschweiz 93% (2017: ebenfalls 93%), in der Westschweiz 84% (2017: 82%) und im Tessin 92% (2017: 95%). Die Bekanntheit in der Deutschschweiz ist dabei signifikant höher als in der Westschweiz. Im Vergleich zu *Pro Juventute* erreicht *SafeZone.ch* schweizweit eine viel tiefere Bekanntheit von lediglich 7%. Auch die anderen, regionalen Angebote liegen klar hinter der Bekanntheit von *Pro Juventute* zurück. *CIAO* erreicht in der Westschweiz immerhin 30% (2017: 35%). *Infogiovani* erlitt einen deutlichen Bekanntheitseinbruch seit 2017 und wird lediglich noch von 5% der befragten Jungen erkannt (2017: 51%).

Durch den Zusammenzug der Fragen 1, 3 und 4 in der Bevölkerungsbefragung kann festgestellt werden, dass insgesamt 85% ungestützt oder gestützt die Dargebotene Hand kennen oder zumindest schon einmal davon gehört haben. Im Vergleich dazu wurde bei Jugendumfrage gestützt zunächst nicht allgemein nach der Bekanntheit von Anlaufstellen gefragt, sondern nach verschiedenen Notrufnummern. Hier konnten im Hinblick auf die Nummer 147 38% der Befragten eine korrekte oder verwandte Zuordnung vornehmen. Bei der Nummer 143 sind es 20%. Hingegen wurden alle in der Jugendbefragung nach der Bekanntheit des Logos von Pro Juventute befragt. Ganze 91% gaben an, dieses zu kennen. Insgesamt zeigt sich folglich, dass Pro Juventute als Marke unter den befragten Jugendlichen sehr bekannt ist. In der weiter unten beschriebenen Frage zu den Angeboten und Dienstleistungen von Pro Juventute zeigt sich jedoch, dass eine Mehrzahl der Jugendlichen (66%) angibt, spontan keine Dienste von Pro Juventute nennen zu können. Dies trifft auch auf die Dargebotene Hand in der Allgemeinbevölkerung zu. Aufgrund der unterschiedlichen Methodologie der Bekanntheitsmessung lassen sich allerdings keine direkten Vergleiche anstellen. Es zeigt sich jedoch in beiden Erhebungen, dass sowohl die Dargebotene Hand als auch Pro Juventute in der Deutschschweiz bekannter sind als in der französischsprachigen Schweiz.

3.5 Angebote der Dargebotenen Hand nutzen

In der Bevölkerungsbefragung wurden den Befragten verschiedene Fragen zur Nutzung der Angebote der Dargebotenen Hand gestellt, welche kein Pendant in der Jugendbefragung haben. Die Ergebnisse der drei Fragen werden nachfolgend dargestellt:

In der Bevölkerungsbefragung wurden die Befragten bei Frage 5 gefragt, ob sie selber oder jemand aus dem Bekanntenkreis die *Nummer 143 bzw. die Dargebotene Hand bereits einmal genutzt* hatten. Insgesamt gaben 4% der Befragten an, die Dargebotene Hand *bereits selbst genutzt* zu haben. Bei 7% hatte *jemand aus dem Bekanntenkreis* bereits einmal die Dienste der Dargebotenen Hand in Anspruch genommen. Die grosse Mehrheit hat dagegen in der Vergangenheit noch nie selbst auf die Dienste der Dargebotenen Hand zurückgegriffen (87%). Die Ergebnisse sind vergleichbar mit denjenigen aus dem Jahr 2016. Grössere Unterschiede im Antwortverhalten zwischen Subgruppen sind bei dieser Frage nicht festzustellen. Auffällig ist jedoch, dass Personen in der Altersgruppe der 15- bis 34-Jährigen signifikant häufiger die Dienstleistung der Nummer 143 bzw. der Dargebotenen Hand selbst in Anspruch genommen haben, bzw. jemanden kennen, welcher diese Dienstleistung in Anspruch genommen hat. Die Ergebnisse beider Methoden sind vergleichbar, in der CATI-Befragung geben jedoch lediglich 2% der befragten Personen an, die Dargebotene Hand selbst genutzt zu haben gegenüber 7% bei der CAWI-Befragung.

Neben der Nutzung der Dargebotenen Hand in der Vergangenheit wurde auch gefragt, ob sich die Befragten vorstellen könnten, *in einer (zukünftigen) persönlichen Notlage auf die Dienste der Dargebotenen Hand zurückzugreifen (d.h. anrufen oder online per E-Mail/Chat Hilfe suchen)*.

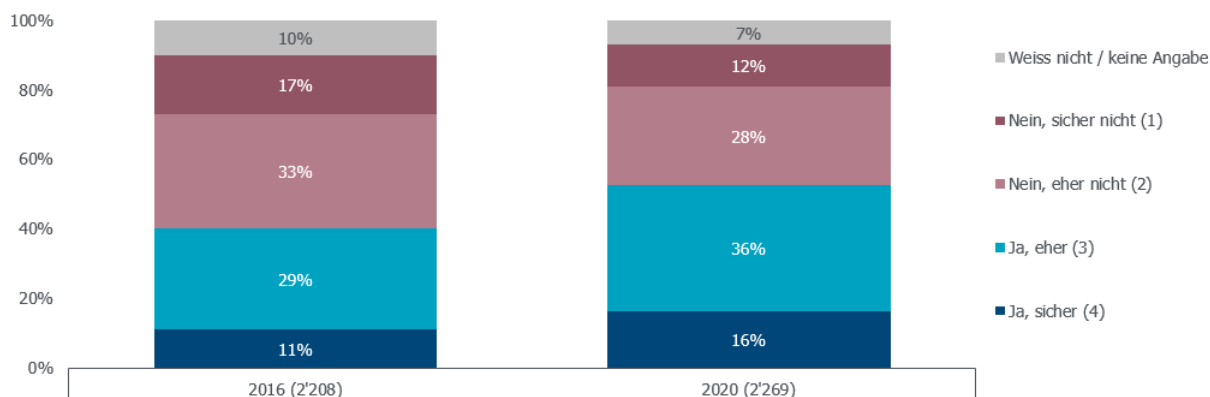


Abbildung 11. Bevölkerungsbefragung: *Würden Sie selber in einer persönlichen Lebenskrise die 143 bzw. die Dargebotene Hand anrufen oder online per E-Mail/Chat Hilfe bei der Dargebotenen Hand suchen?* (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

Insgesamt 52% gaben an, dass sie sich dies *sicher* oder *eher vorstellen könnten*. Dies entspricht einer deutlichen Zunahme von 12 Prozentpunkten gegenüber dem Jahr 2016 (2016: 40%). Eine Minderheit von 40% sprach sich *klar* oder *eher dagegen* aus. Insgesamt ist die Bereitschaft, die Dargebotene Hand zu Nutzen in der Deutschschweiz und im Tessin leicht stärker ausgeprägt, als dies in der Westschweiz der Fall ist. Zwischen Frauen und Männern sind dagegen nahezu keine Unterschiede feststellbar. Es sind zudem Personen, welche die Hotline 143 nicht kennen, die die Dienste der Dargebotenen Hand eher nicht nutzen würden, wie auch Einzelpersonenhaushalte, Personen mit tiefem Einkommen und Personen im Alter 55+. Zudem – und dies erscheint besonders problematisch – sind auch Personen, die bei der ersten Frage angaben, sich an niemanden zu wenden/wenden zu wollen in einer Lebenskrise, diejenigen, die klar überdurchschnittlich oft nicht die 143 anrufen bzw. online per E-Mail/Chat bei der Dargebotenen Hand Hilfe suchen würden.

Bei der CAWI-Befragung geben 47% der Befragten an, dass *sie sich sicher oder eher vorstellen könnten*, telefonisch oder per E-Mail/Chat auf die Dienste der Dargebotenen Hand zurückzugreifen, bei der CATI-Befragung sind dies 56%. Diese Unterschiede lassen sich potenziell auf bekannte Interviewereffekte zurückführen, d.h. soziale Erwünschtheit im Antwortverhalten.

Um mehr über die *individuellen Gründe für eine Nicht-Nutzung* der Dargebotenen Hand zu erfahren wurden diejenigen Personen, welche sich eine Nutzung der Dargebotenen Hand sicher oder eher nicht vorstellen könnten, nach ihren persönlichen Beweggründen für diese Entscheidung gefragt.

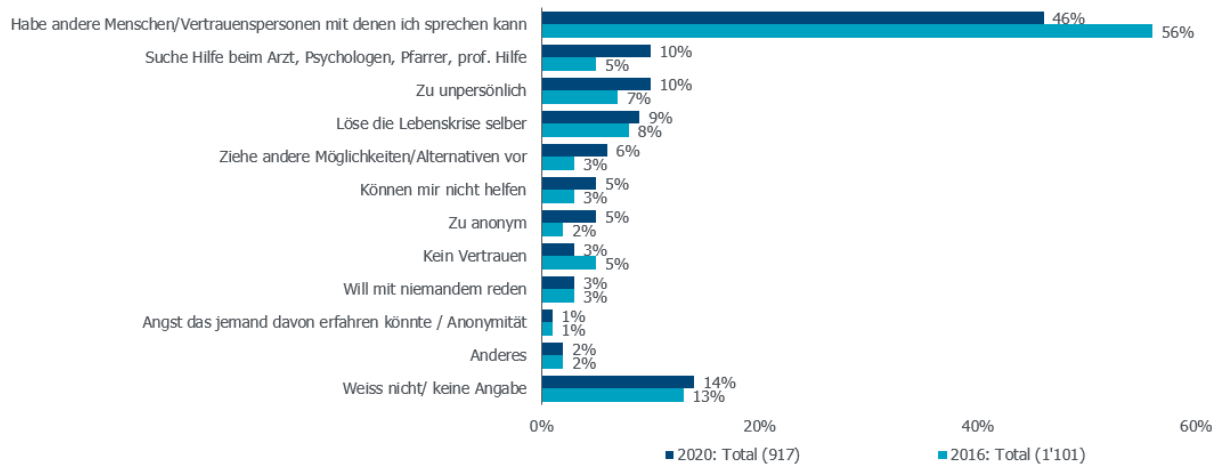


Abbildung 12. Bevölkerungsbefragung: Sie haben angegeben, dass Sie in einer Lebenskrise eher nicht oder sicher nicht die Dienste von der Dargebotenen Hand in Anspruch nehmen würden. Warum würden Sie das Angebot der Dargebotenen Hand nicht nutzen wollen? (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

Aus Sicht der Dargebotenen Hand kann als sehr positiv interpretiert werden, dass eine Mehrheit der Befragten (46%) ihre Nicht-Nutzung nicht mit negativen Eigenschaften der Dargebotenen Hand begründeten, sondern damit, dass sie *selbst über Menschen in ihrem Umfeld bzw. Vertrauenspersonen verfügen*, an welche sie sich in einer Krisensituation wenden würden bzw. könnten. Dies stellt gegenüber dem Jahr 2016 eine Abnahme um 5 Prozentpunkte dar (2016: 56 %). Frauen nannten diesen Grund signifikant öfter (50%) als Männer (42%). Weitere 9% gaben an, *die Lebenskrise selbständig bewältigen zu wollen*. Die am häufigsten genannten direkten Kritikpunkte an der Dargebotenen Hand sind, dass deren Beratung als *zu unpersönlich* empfunden wird (10%) und dass die Dargebotene Hand der Person *nicht helfen* könne (5%). Insgesamt wurden aber wie bereits erwähnt nur von sehr wenigen Befragten Kritikpunkte vorgebracht, welche direkt die Eigenschaften/Dienste der Dargebotenen Hand betreffen. Vielmehr scheinen es persönliche Gründe bzw. ein fehlender Bedarf zu sein, welche Personen von einer Kontaktaufnahme mit der Dargebotenen Hand abhalten. Wiederum lässt sich auch bei dieser offen gestellten Frage derselbe Methodeneffekt wie bei den anderen offenen Fragen feststellen. Konkret eine höhere Anzahl von «weiss nicht»-Angaben bei CAWI.

3.6 Eigenschaften/Angebote der Dargebotenen Hand und von Pro Juventute

Die gut 85% der Befragten, welche zumindest schon von der Dargebotenen Hand gehört haben, wurden in der **Bevölkerungsbefragung** bei Frage 6 gefragt, *welche Eigenschaften sie spontan mit der Dargebotenen Hand verbinden*.

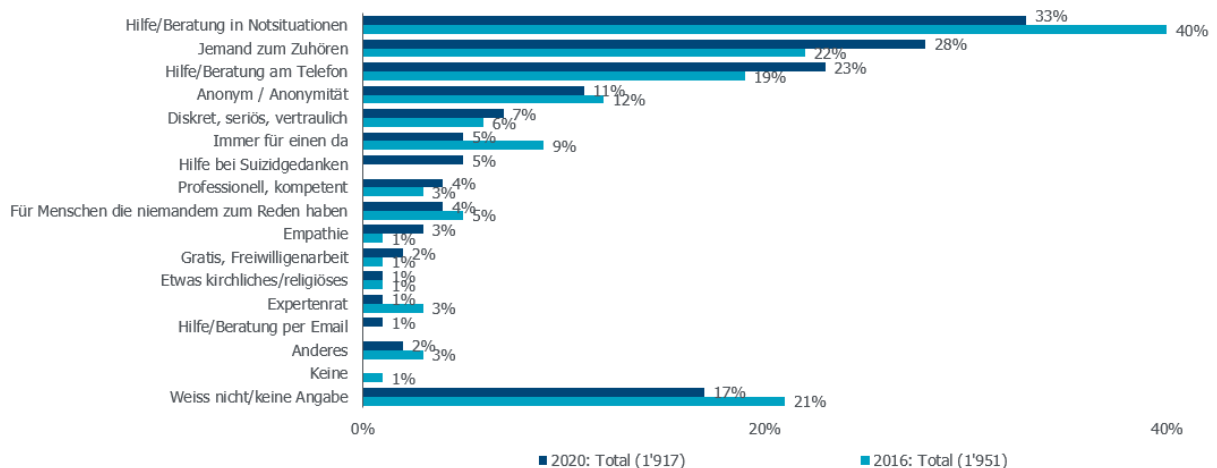


Abbildung 13. Bevölkerungsbefragung: Welche Eigenschaften/Angebote verbinden Sie spontan mit der Dargebotenen Hand bzw. der Nummer 143? (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

Am häufigsten genannt wurden Eigenschaften wie *Hilfe/Beratung in Notsituationen* (33%) oder *am Telefon* (23%) und *Jemand zum Zuhören* (28%). Insgesamt 11% nannten auch den Begriff *Anonymität*. Etwas mehr als einer von zehn Personen verbindet folglich die Eigenschaft «Anonymität» mit der Dargebotenen Hand. Ein ähnlicher Anteil der befragten Personen hat auch in Frage 1 insgesamt spontan angegeben, sich im Falle einer persönlichen Lebenskrise, in welcher sie vielleicht sogar daran gedacht haben, sich das Leben zu nehmen, sich an ein anonymes Hilfsangebot («An eine (anonyme) Beratungsstelle», «An ein/das Sorgentelefon» oder «An die Nummer 143 / an die Dargebotene Hand») wenden zu wollen (13%). Gegenüber dem Jahr 2016 hat die Verbindung mit den Eigenschaften *Hilfe/Beratung* leicht abgenommen (2016: 59%), die Verbindung mit *Jemand zum Zuhören* hingegen zugenommen (2016: 22%; 2020: 28%). Aus der Sicht der Dargebotenen Hand kann positiv vermerkt werden, dass insgesamt keine negativen Eigenschaften genannt wurden. Zudem scheint auch der frühere, kirchliche Hintergrund der Dargebotenen Hand den meisten Befragten kein Begriff (mehr) zu sein. Nur 1% nannte eine Eigenschaft wie *Etwas kirchliches/religiöses*. Wiederum zeigen die Gesamtergebnisse leichte Schwankungen zwischen gewissen Subgruppen auf (Region, Geschlecht, Alter). Diese Unterschiede bewegen sich aber in einem relativ beschränkten Bereich und es sind keine massiven Ausreisser festzustellen. Was wiederum auffällt, ist der klar höhere Anteil an «weiss nicht»-Antworten bei CAWI im Vergleich zu CATI. Dies musste erwartet werden, da auch diese Frage 6 als offene Frage gestellt wurde.

In der **Jugendbefragung** wurden diejenigen Jungen, welche angegeben hatten, schon von Pro Juventute gehört zu haben bzw. angaben, das Logo zu kennen, anschliessend gefragt, welche Dienste denn Pro Juventute anbiete. 66% gaben an, *spontan keine Dienste/Angebote von Pro Juventute* nennen zu können. Dies entspricht einer Zunahme um 9 Prozentpunkte seit 2017, wobei es hierbei keine signifikanten Unterschiede zwischen den Sprachregionen gibt. Immerhin 14% nannten explizit die *Nummer 147* oder den Begriff *Sorgentelefon*. Dies entspricht einer Zunahme um 3 Prozentpunkte seit 2017 (2017: 11%). 11% nannten als Angebot/Dienstleistung die *Beratung für Kinder & Jugendliche*. Dies entspricht einer Abnahme um 9 Prozentpunkte (2017: 20%). Von 5% wurden weitere, andere Dinge genannt (z.B. Briefmarken).

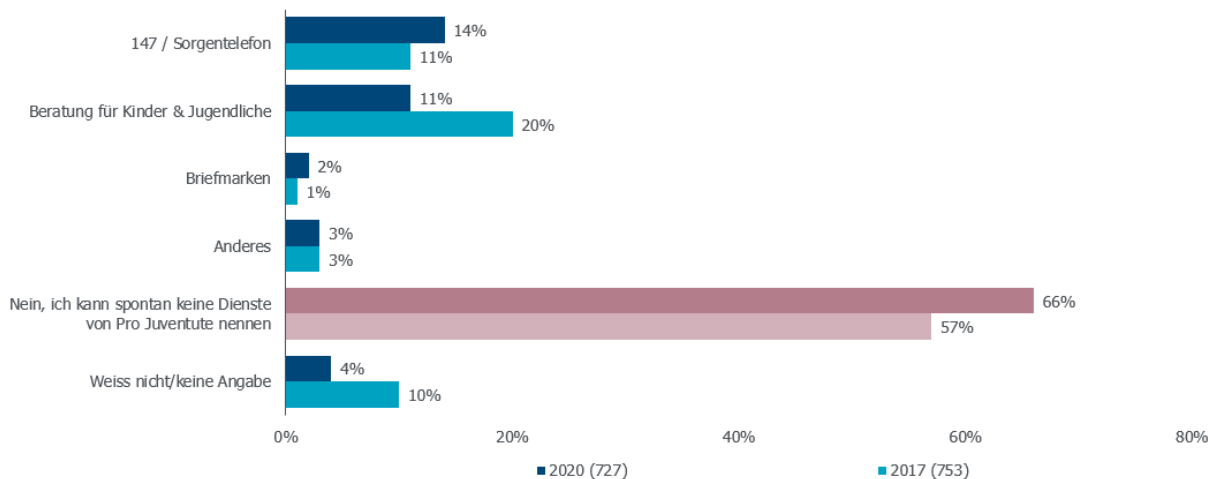


Abbildung 14. Jugendbefragung: *Du hast angegeben, Pro Juventute zu kennen bzw. schon von Pro Juventute gehört zu haben. Kennst du Angebote/Dienstleistungen von Pro Juventute? Schreibe bitte alle Angebote auf, die Dir in den Sinn kommen.* (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

In der Bevölkerungsbefragung wurde nach den Eigenschaften und Angeboten der Dargebotenen Hand gefragt, in der Jugendbefragung nach den Angeboten und Dienstleistungen von Pro Juventute. Ein Drittel der Befragten verbindet in der Bevölkerungsbefragung die Dargebotene Hand mit *Hilfe/Beratung in Notsituationen* (33%). Und auch *Jemand zum Zuhören* (28%) und *Hilfe/Beratung am Telefon* (23%) werden immer noch von plus/minus einem Viertel der Befragten genannt. In der Jugendbefragung wissen die Jungen im Vergleich dazu weniger, welche Angebote oder Dienstleistungen Pro Juventute anbietet. 14% nennen *147/Sorgentelefon*, 11% *Beratung für Kinder & Jugendliche*. Zu beachten ist beim Vergleich dieser Frage allerdings auch, dass es sich hierbei um eine offene Frage handelt, welche bei CAWI-Befragungen erfahrungsgemäss zu weniger Antworten führt. Dieser Methodeneffekt ist auch im Vergleich zwischen der CAWI und der CATI-Befragung in der Bevölkerungsbefragung ersichtlich. Bei der CAWI-Befragung wurden hier gesamthaft weniger Antworten gegeben als in der CATI-Befragung.

3.7 Kontaktmöglichkeiten / Präferenzen des Kontaktkanals zu Beratungsstellen

Alle diejenigen, welche angegeben haben, dass sie die Dargebotene Hand kennen, wurden anschliessend in der **Bevölkerungsbefragung** gefragt, ob sie wissen, *über welche Kanäle man die Dargebotene Hand erreichen kann*. Klar am häufigsten genannt wurde dabei *via Telefon oder Nummer 143* (68%), gefolgt von *via E-Mail* (20%), *via Chat* (8%) und *Online* (7%). 18% gaben an, dass sie keine Kanäle kennen, über welche die Dargebotene Hand erreichbar ist. Die Kontaktmöglichkeiten *via E-Mail* sowie *via Chat* sind dabei den Altersgruppen der 15-34-Jährigen und der 35-54-Jährigen signifikant häufiger bekannter als den Personen, welche über 55 Jahre alt sind (für 2016 liegen hierzu keine Vergleichszahlen vor, da die Frage 2020 neu aufgenommen wurde).

Neben der Bekanntheit von Kontaktkanälen wurden diejenigen, die sich eine Kontaktierung von 143 / der Dargebotenen Hand bei einer Lebenskrise vorstellen könnten (vgl. Kapitel 3.5) auch gefragt, über welchen Kanal sie entsprechend Kontakt aufnehmen würden.

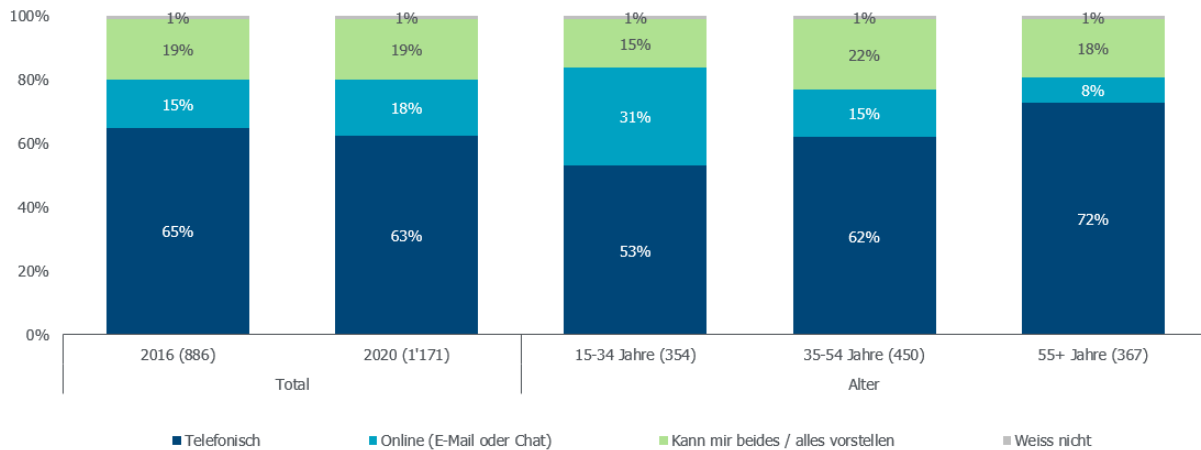


Abbildung 15. Bevölkerungsbefragung: *Sie haben angegeben, dass Sie sich vorstellen könnten, in einer persönlichen Lebenskrise die Nummer 143 bzw. die Dargebotene Hand zu kontaktieren. Würden Sie das eher telefonisch oder online (per E-Mail oder Chat) machen?* (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

Mehrheitlich wird die *telefonische* Nutzung bevorzugt (63%). Nicht unerwartet, ist *online* bzw. *beides* auch bei den CAWI-Befragten beliebter, als dies bei den telefonisch Befragten der Fall ist. Die Ergebnisse zeigen aber deutlich auf, dass weiterhin beide Kanäle ihre Zielgruppen und damit Berechtigung haben. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass in einer gemeinsamen Betrachtung von CAWI und CATI das Telefon über sämtliche Altersgruppen hinweg der von den meisten Befragten präferierte Kontaktkanal darstellt. Auch in der Altersgruppe der 15- bis 34-Jährigen geben 53% der Befragten an, dass sie eine telefonische Kontaktierung bevorzugen. 31% präferieren in dieser Altersgruppe eine Online-Kontaktierung per E-Mail oder Chat und 15% geben an, dass sie sich beides (Telefon und Online) vorstellen können. In der Altersgruppe der 35- bis 54-Jährigen präferieren 62% das Telefon als Kontaktkanal und in der Altersgruppe 55+ sind es 72%.

In der **Jugendbefragung** wurden die 15- bis 25-Jährigen danach gefragt, welchen Kontaktkanal sie präferieren würden, wenn sie mit einer Fachperson/professionellen Anlaufstelle in Kontakt treten würden/müssten. Im Jahr 2017 war hierbei der *persönliche Kontakt vor Ort* der klare Favorit (51%), gefolgt vom *telefonischen Kontakt* (43%). Im Jahr 2020 hat sich diese Präferenz – womöglich auch unter dem Eindruck der Corona-Pandemie – verschoben. Neu liegt an erster Stelle der *telefonische Kontakt* mit 46%, gefolgt vom *persönlichen Kontakt vor Ort* mit 44%. An dritter Stelle stehen Kontaktmöglichkeiten via *Chat / Online-Forum* mit 34%, was eine Zunahme um 9 Prozentpunkte gegenüber 2017 darstellt. *E-Mail* wird noch von 26% der befragten Jugendlichen als präferierter Kontaktkanal angegeben, *WhatsApp* von 25%, *SMS* von 10% und *Social Media* von 6%. *E-Mail* hat gegenüber dem Jahr 2017 abgenommen (2017: 30%). *WhatsApp*, *SMS* und *Social Media* bewegen sich auf ähnlichem Niveau wie im Jahr 2017.

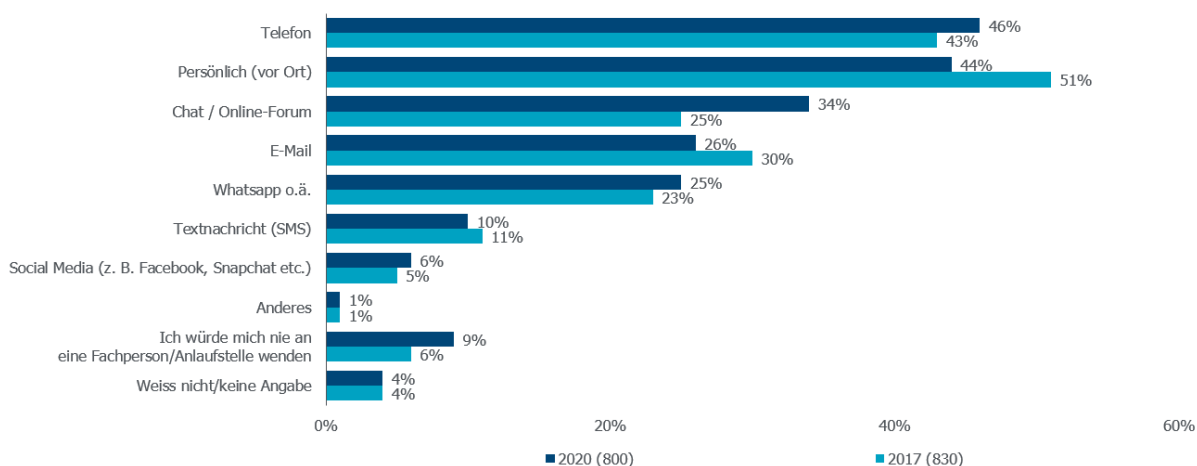


Abbildung 16. Jugendbefragung: *Wenn es Dir einmal sehr schlecht gehen würde und Du wüsstest nicht mehr weiter, wie würdest Du am ehesten mit einer Fachperson/Anlaufstelle Kontakt aufnehmen wollen?* (Basis: Anzahl Befragte in Klammern)

Auch im Hinblick auf die Erreichbarkeit bzw. die präferierten Kontaktkanäle unterscheiden sich die beiden Erhebungen in ihren Fragestellungen. In der Bevölkerungsbefragung wurden die befragten Personen nach ihrem Wissen bezüglich der Erreichbarkeit der Dargebotenen Hand gefragt, während die Jungen in der Jugendbefragung nach ihren Präferenzen bezüglich der Kontaktierung von Fachpersonen/Anlaufstellen gefragt wurden. In einem Vergleich wird deutlich, dass im Hinblick auf die Dargebotene Hand das Telefon von mehr als der Hälfte und damit klar am häufigsten als möglicher Kontaktkanal genannt wird. Die Dargebotene Hand scheint folglich immer noch primär als telefonisch erreichbare Hilfsorganisation wahrgenommen zu werden. In der Befragung von Pro Juventute wird das Telefon zudem auch als präferierter Kanal genannt. Dabei ist allerdings zu beachten, dass sich hier möglicherweise ein Corona-Effekt zeigt. In der Nullmessung im Jahr 2017 war noch der persönliche Kontakt vor Ort klar der am häufigsten präferierte Kontaktkanal.

3.10 Bekanntheit der Webseite «www.reden-kann-retten.ch»

Die Befragten wurden auch nach der Bekanntheit der gesamtschweizerischen Suizidpräventions-Webseite reden-kann-retten.ch, bzw. im Fall der Jugendbefragung zusätzlich nach der Bekanntheit der Webseite 147.ch gefragt. Die Mehrheit der Befragten in der **Bevölkerungsbefragung** (84%) gab an, dass *sie die Webseite nicht kennen*. 2% gaben an, dass *sie diese Webseite kennen und auch schon besucht haben*. 13% gaben an, dass *sie diese Webseite kennen, aber noch nie besucht haben*. Die Unterschiede zwischen den Befragungsarten liegen bei dieser Frage innerhalb des Messfehlers. Im Hinblick auf die Sprachregionen bestehen jedoch deutliche Unterschiede. Insgesamt 17% gaben in der Deutschschweiz an, *dass sie die Webseite kennen*. Demgegenüber stehen 10% in der Westschweiz und lediglich 6 Prozent im Tessin. Im Hinblick auf die Altersgruppen bestehen noch deutlichere Unterschiede: 27% der Personen in der Altersgruppe der 15-34-Jährigen geben an, dass *sie die Webseite reden-kann-*

retten.ch kennen. In der Gruppe der 35-54-Jährigen geben noch 12% an, dass sie diese Webseite kennen und in der Gruppe der über 55-Jährigen noch 7%.

In der **Jugendbefragung** wurden die Jungen gefragt, ob sie die Webseite www.reden-kann-retten.ch oder www.147.ch kennen bzw. ob sie diese vielleicht schon mal besucht haben. Dies daher, weil der Teil «Jugendkampagne» innerhalb der Kampagne «reden-kann-retten» 2018 direkt via www.147.ch umgesetzt wurde. 62% gaben an, dass sie beide Webseiten nicht kennen. 27% kennen die Webseite/Adresse www.147.ch, haben sie aber noch nie besucht. 7% kennen die Webseite www.147.ch und haben sie auch schon besucht. Hingegen kennen 8% die Webseite/Adresse www.reden-kann-retten.ch, haben sie aber noch nie besucht, während 1% diese Webseite/Adresse kennen und auch schon besucht haben.

In der Bevölkerungsbefragung kennen die Webseite reden-kann-retten.ch leicht mehr Befragte, ohne sie bereits besucht zu haben (13%) als in der Jugendbefragung (8%). In beiden Befragungen ist der Anteil derjenigen Personen, welche die Webseite auch schon besucht haben, gering (Bevölkerungsbefragung: 2%; Jugendbefragung: 1%). Zudem wird deutlich, dass die Webseite [147.ch](http://www.147.ch) unter den in der Jugendbefragung befragten Jungen klar bekannter ist und auch von mehr bereits besucht wurde als die Webseite reden-kann-retten.ch. Dies ist angesichts der inhaltlichen Ausrichtung auch gut so. Die Webseite reden-kann-retten.ch hat nicht das Ziel einer möglichst grossen Bekanntheit. Vielmehr sollen die Inhalte schnell gefunden werden, wenn jemand im Internet nach Informationen zu Suizidalität sucht.