



Interventie

Sense.info

Erkenning

Erkend door deelcommissie Jeugdgezondheidszorg, preventie en gezondheidsbevordering

Datum: 29-09-2016

Oordeel: Goed onderbouwd

De referentie naar dit document is: Madelief Bertens i.o.v. Hanneke Roosje (mei 2015).

Databank effectieve jeugdinterventies: beschrijving Sense.info Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut. Gedownload van www.nji.nl/jeugdinterventies.

Inhoud

Interventie	1
Sense.info	1
Inhoud	3
Samenvatting	4
<i>Korte samenvatting van de interventie</i>	4
Doelgroep	4
Doel	4
Aanpak	4
Materiaal.....	4
Onderbouwing.....	5
Onderzoek.....	5
1. Uitgebreide beschrijving	6
Beschrijving interventie.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
1.1 Doelgroep.....	6
1.2 Doel.....	7
1.3 Aanpak.....	7
2. Uitvoering.....	12
3. Onderbouwing.....	13
4. Onderzoek	18
4.1 Onderzoek naar de uitvoering	18
4.2 Onderzoek naar de behaalde effecten	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
5. Samenvatting Werkzame elementen	21
Gebruik en bekendheid.....	21
- Het draagvlak en inbedding van sense.info is heel groot.....	21
- Het neemt een centrale plaats in bij de landelijke Sense e-health	21
- Sense.info wordt door relevante partijen erkend als dé site en geraadpleegd als bron van betrouwbare informatie	21
- Vindbaarheid is hoog.....	21
- Autoriteit/PageRank bij Google is hoog.....	21
- Social media waar met regelmaat op gepost wordt: creëert bekendheid en betrokkenheid.....	21
- Lang Leve de Liefde, het meest gebruikte (en bewezen effectief) lespakket in het Voortgezet Onderwijs, verwijst veelvuldig door naar sense.info als informatiebron en voorlichtingssite.....	21
Technische aspecten	21
- Op iedere pagina wordt andere relevante content gesuggereerd waardoor men door blijft klikken. ...	21
- Goed werkende zoekfunctie	21
- Snelle laadtijd	21
- Goed aanbod van voorwaardelijke content waar jongeren op zoeken (top 5 zoektermen), vandaaruit worden ze geleid naar prioritaire content.....	21
Inhoudelijke aspecten – aantrekkelijk voor doelgroep.....	21
- Gebruik van infotainment technieken – bijvoorbeeld veel en lang bezochte seksdummies.....	21
- Grote afwisseling in vorm: Korte leesbare teksten, serious games, animaties, video's, ervaringsverhalen van anderen jongeren, veelgestelde vragen	21
- Sluit goed aan bij belevingswereld van jongeren – ervaringsverhalen	21
- Inzetten van populaire vloggers.....	21
- Theoretisch onderbouwde strategieën – bijvoorbeeld elaboratie voor kennisoverdracht	21
Ontwikkeling	21
- Keuze van strategieën gebaseerd op determinantanalyse en theoretische onderbouwing	21
- Onderdelen zijn op effectiviteit onderzocht strategieën – serious game 'Can-you-fix-it'	21
- Resultaten van gebruikersonderzoek meegenomen in ontwikkeling van de site: zo was het plaatsen van ervaringsverhalen de grootste wens van de doelgroep	21
6. Aangehaalde literatuur	22

Samenvatting

Korte samenvatting van de interventie

Sense.info is dé landelijke seksuele voorlichtingssite met betrouwbare seksualiteitsinformatie- en hulpverlening voor jongeren die informatie willen of vragen hebben over relaties en seksualiteit. Sense.info is de centrale website van Sense, sinds 2009 de landelijk gedekte seksualiteitshulpverlening voor jongeren tot 25 jaar; alle 25 GGD-en opgedeeld in 8 sense regio's maken hier deel van uit. Het is een informatieve, interactieve en responsieve website. De positieve belevingskant van seks (plezier en genieten) staat voorop. Een combinatie van navigatie- en zoekstrategieën helpt jongeren de voor hen relevante informatie te vinden (1) via zoekfunctie; (2) via inhoudelijke thema's op de menubalk, of (3) via fases in de seksuele carrière. De informatie wordt op een zeer afwisselende en voor jongeren aantrekkelijke manier aangeboden; veel filmpjes, spellen, animaties, testjes en quizen. Sense.info wordt regelmatig bijgewerkt en actueel gehouden, door o.a. banners op de homepage met links naar actualiteiten, lopende projecten en (mini)campagnes, en de rubriek 'De vraag van de week'. De livestreams worden regelmatig vernieuwd, evenals de veelgestelde vragen en ervaringsverhalen.

Op de website Sense.info wordt gelinkt naar dienst- en hulpverlening, welke via chat, e-mail, telefoon en online hulpverlening geboden wordt. Ook wordt via de site verwezen naar regionale pagina's en spreekuren in de regio's.

Doelgroep

De doelgroep is alle jongeren (en jongvolwassenen) van 12 tot 25 jaar, maar met een focus op lager opgeleiden (vmbo en mbo). Daarnaast wordt rekening gehouden met diversiteit op basis van:

- Geslacht
- Seksuele en relationele ervaring
- Leeftijd
- Seksuele voorkeur (hetero, homo, lesbisch, bi)
- Etnische afkomst
- Geloof
- Transgender

Doel

Sense.info ondersteunt jongeren in een gezonde, prettige en veilige seksuele ontwikkeling, preventie van seksueel risicogedrag, soa's en zwangerschappen en dwang, en de bevordering van seksuele gezondheid. Het hoofddoel van Sense.info is dat jongeren gezonde keuzes m.b.t. seksualiteit maken; gezond in die zin dat ze gewenste, prettige en veilige seksuele contacten hebben.

Aanpak

Sense.info is dé landelijke seksuele voorlichtingssite met betrouwbare seksualiteitsinformatie- en hulpverlening voor jongeren die informatie willen, of vragen hebben over relaties en seksualiteit. Het is een informatieve, interactieve en responsieve website. De site wordt regelmatig bijgewerkt en actueel gehouden. Daarnaast zet sense.info ook in op sociale media met een Facebookpagina, Instagram, Twitter en Youtube. Op Sense.info wordt gelinkt naar dienst- en hulpverlening, welke via chat, e-mail, telefoon en online hulpverlening geboden wordt.

Materiaal

De totale interventie betreft een website en bijbehorende sociale-mediakanalen. De website is voor iedereen met een internetverbinding toegankelijk: www.sense.info.

Sense.info heeft meerdere social-mediakanalen:

- Twitter: <https://twitter.com/SenseInfo>
- Facebook: <https://www.facebook.com/senseinformatie>
- Instagram: <https://www.instagram.com/senseinfo/>
- YouTube: <https://www.youtube.com/user/SenseNederland>

Onderbouwing

Het pakket is in grote lijnen ontwikkeld volgens de stappen van Intervention Mapping. De site is planmatig ontwikkeld, gebaseerd op wetenschappelijke inzichten, en sluit aan bij behoeften van de doelgroep. De doelen, methoden en strategieën zijn gebaseerd op determinantenanalyse en proefversies van de site zijn uitvoerig gepretest. Hiervoor is gebruikgemaakt van de tien voorwaarden voor een goede usability (Kassenaar en Van Rijswijk (2003))

De belangrijkste methoden en strategieën zijn gebaseerd op (1) elaboratie waarbij jongeren gestimuleerd worden om zich informatie eigen te maken en op zichzelf te betrekken – door bijvoorbeeld een quiz- en (2) sociaal leren door middel van modelling – bijvoorbeeld filmpjes met rolmodellen, en ervaringsverhalen. Daarnaast wordt door edutainmenttechnieken te gebruiken de interesse van jongeren gewekt. Eerst worden ze naar voorwaardelijke content gelokt (bijvoorbeeld door de animaties ‘seksdummies’) om hen daarna naar de prioritaire content te lokken waar zij informatie ontvangen waar zij uit zichzelf vaak niet op zoeken.

Onderzoek

Er is geen effectonderzoek uitgevoerd. Wel zijn er meerdere onderzoeken gedaan en wordt met google analytics het gedrag op de website bijgehouden. De resultaten hiervan worden gebruikt voor het regelmatig bijwerken van de website. Sinds de lancering zijn er meer dan 2,5 miljoen bezoekers geweest. De vernieuwde site wordt over het algemeen (zeer) positief gewaardeerd, de site krijgt een rapportcijfer tussen de 8 en de 9. De jongeren vinden dat er veel en bruikbare informatie op. De informatie wordt op een aantrekkelijke en gevarieerde manier aangeboden en de vormgeving is mooi. De website heeft in 2015 twee Lovie Awards, toegekend aan de beste digitale projecten van Europa, gewonnen: de publieksprijs People's Lovie Award en van de vakjury zilver in de categorie Websites /Jongeren. In 2016 werd de Dutch Interactive Award, Zilver in categorie 'content', uitgereikt. De belangrijkste online projecten van het afgelopen jaar worden niet alleen beoordeeld op design en creativiteit, maar ook op resultaat en kwaliteit.

1. Uitgebreide beschrijving

1.1 Doelgroep

Uiteindelijke doelgroep

De doelgroep is alle jongeren (en jongvolwassenen) van 12 tot 25 jaar, maar met een focus op lager opgeleiden (vmbo en mbo); de website is aantrekkelijk, toegankelijk en begrijpelijk voor deze groep door o.a. korte teksten en weinig moeilijke woorden. Daarnaast wordt rekening gehouden met diversiteit. De site is herkenbaar en relevant voor verschillende subdoelgroepen op basis van:

- Geslacht
- Seksuele en relationele ervaring
- Leeftijd
- Seksuele voorkeur (hetero, homo, lesbisch, bi)
- Etnische afkomst
- Geloof
- Transgender

Intermediaire doelgroep

De website is voor jongeren. Docenten die seksuele voorlichting op middelbare scholen (Lang Leve de Liefde) geven en GGD hulpverleners werkzaam op het gebied seksualiteit en jongeren kennen en werken met de website en verwijzen door. Er is geen programma of interventie voor deze intermediaire groepen om hen te adviseren hoe zij de website moeten aanbevelen (zie hoofdstuk implementatie en uitvoer).

Selectie van doelgroepen

De website is toegankelijk voor iedereen. Er wordt niet geselecteerd en er zijn geen contra-indicaties. Op de website is rekening gehouden met speciale doelgroepen door inhoud (bijvoorbeeld vrouw-vrouw of man-man sekstechnieken en vragen over geloof en seksualiteit) en door vorm (het gebruik van veel beeldmateriaal en eenvoudig taalgebruik voor lager opgeleide jongeren). Jongeren worden naar de website geleid via zoektermen op google. Er wordt door GGD-en en centra voor seksualiteit doorverwezen naar de website. In het lespakket Lang Leve de Liefde, veel gebruikt onder vmbo-leerlingen, wordt veelvuldig verwezen naar deze website als informatiebron. Daarnaast worden specifieke doelgroepen, bijvoorbeeld de lager opgeleide jongeren, ge-target door adds op Facebook. Voor deze groepen populaire vloggers worden ingezet op de website en zij plaatsen teasers op hun eigen sociale media kanalen. (Zie onderbouwing en uitvoer)

Betrokkenheid doelgroep

Middels gebruikersonderzoek (zie ook procesevaluatie) wordt de website continue aangepast.

Regelmatig worden er acties en minicampagnes opgezet waarin de doelgroep eigen content kan inzenden en mee kan denken over de onderwerpen die Sense op social media bespreekt.

In 2015 is een intensieve samenwerking aangegaan met het jongerenforum van de voormalige website sekswoordenboek.nl. Hierdoor wordt er wederzijds traffic gegenereerd.

1.2 Doel

Hoofddoel

Sense.info ondersteunt jongeren in een gezonde, prettige en veilige seksuele ontwikkeling, preventie van seksueel risicogedrag, soa's en zwangerschappen en dwang, en de bevordering van seksuele gezondheid. Het hoofddoel van Sense.info is dat jongeren gezonde keuzes m.b.t. seksualiteit maken; gezond in die zin dat ze gewenste, prettige en veilige seksuele contacten hebben.

Subdoelen

Sense.info is een voorlichtingsite met als doel dat jongeren gezonde keuzes mbt seksualiteit maken; gezond in die zin dat ze gewenste, prettige en veilige seksuele contacten hebben.

De subdoelen zijn:

1. *Jongeren hebben juiste en betrouwbare **kennis** met betrekking tot veilig vrijen, seksueel grensoverschrijdend gedrag, en prettige seksuele relaties:*
 - Seksuele ontwikkeling
 - Seksuele problemen
 - Zwangerschap en anticonceptie
 - Soa's, hiv en veilig vrijen
 - Soa-onderzoeken
 - Waar ze hulp kunnen vinden in hun eigen omgeving.
2. *Jongeren hebben **inzicht** en zijn zich **bewust** van de volgende aspecten van seksueel gedrag:*
 - Eigen wensen en grenzen
 - Wensen en grenzen van anderen
 - Gendersverschillen
 - Verschillen in seksuele voorkeur
 - Geloof en cultuurverschillen
3. *Jongeren kunnen het **risico inschatten** op zwangerschap, onveilige seks, transmissie van soa's, seksueel grensoverschrijdend gedrag*
4. *Jongeren hebben een positieve **attitude** ten aanzien van veilig vrijen, gewenste seks, erkennen van grenzen van een ander.*
 - Snappen de voordelen van veilige, gewenste en prettige seksuele relaties
5. *Jongeren ervaren positieve **sociale normen** betreffende prettige, gewenste en veilige seks.*
6. *Jongeren ervaren een hoge **eigen-effectiviteit**, zij voelen zich in staat om gewenste, prettige en veilige seksuele contacten aan te gaan, op de volgende terreinen:*
 - Praten met je partner
 - Aangeven van wensen en grenzen
 - Respecteren van wensen en grenzen van anderen
 - Consistent en consequent anticonceptie- en condoomgebruik
 - Zichzelf beschermen
 - Hulp zoeken indien nodig.

1.3 Aanpak

Opzet van de interventie

Sense.info is de centrale website van Sense, sinds 2009 landelijk gedekte seksualiteitshulpverlening voor jongeren tot 25 jaar; alle 25 GGD-en opgedeeld in 8 sense regio's maken hier deel van uit.

Sense.info is dé landelijke **seksuele voorlichtingsite** met betrouwbare seksualiteitsinformatie- en hulpverlening voor jongeren die informatie willen of vragen hebben over seksualiteit en relaties. De positieve belevingskant van seks (plezier en genieten) staat voorop. Begin maart 2015 is een vernieuwde website Sense.info gelanceerd.

Het is een **informatieve, interactieve en responsieve website**. Een combinatie van navigatie- en

zoekstrategieën helpt jongeren de voor hen relevante informatie te vinden (1) via zoekfunctie; (2) via inhoudelijke thema's op de menubalk, of (3) via fases in seksuele carrière. Daarnaast staat op de homepage links naar actuele informatie, lopende campagnes e.d. Om de navigatie transparant te houden wordt gebruik gemaakt van een simpele en klikbare kruimelnavigatie en wordt vanuit ieder onderdeel doorgesluisd naar relevante content.

Via de website worden jongeren indien gewenst doorgeleid naar informatieverstrekking en dienstverlening van de Sense Infolijn. Deze contacten zijn mogelijk via chat, e-mail en telefoon. Via de site wordt verwezen naar regionale pagina's en spreekuren in de regio's. Jongeren met seksuele problemen worden doorverwezen naar vrijfijn.nl waar online hulpverlening plaatsvindt middels e-mailcontact.

In 2012 is een *mobiele versie*, een afgeslankte versie van sense.info ontwikkeld, waarmee de site geschikt is gemaakt voor smartphones en tablets en zo wordt voorzien in de behoefte om informatie snel, compact en to-the-point te krijgen. De in 2015 live gegane versie is volledig responsief: de mobiele versie is geen afgeslankte meer, maar identiek aan de desktopversie. Daarnaast zet sense.info ook in op **sociale media** met een Facebookpagina, Instagram, Twitter en Youtube.

Inhoud van de interventie

Sense.info is een **informatieve, interactieve en responsieve** website. De informatie wordt op verschillende manieren aangeboden. Hieronder wordt een aantal onderdelen van de website uitgewerkt. Doordat sense.info een brede doelgroep heeft én de volle breedte van het thema seksuele gezondheid wil omvatten, is er heel veel content, die op een overzichtelijke en logische manier wordt aangeboden. Voor alle subgroepen o.a. op basis van geslacht en seksuele voorkeur, geldt dat zij naast het brede aanbod, eenvoudig specifieke relevante informatie moeten kunnen vinden.

De informatie wordt zoveel mogelijk **vraaggericht** aangeboden: door de verschillende zoekfuncties kunnen bezoekers relevante informatie zoeken en vinden. Daarnaast wordt het zoekgedrag begeleid: vanuit ieder onderdeel wordt doorgesluisd naar andere relevante content. Om de navigatie transparant te houden wordt gebruik gemaakt van een simpele en klikbare kruimelnavigatie. Om de interesse van de jeugdige bezoekers te wekken en vast te houden loopt geen enkele zoekopdracht of pagina dood – er kan altijd worden doorgelinkt naar een volgende pagina.

Ook staat er bij ieder thema/onderwerp de 'veelgestelde vragen' met antwoorden.

Informatieve website

Bezoekers kunnen informatie vinden door op (1) zoektermen in te typen in de 'Wat zoek je?' balk; (2) een inhoudelijk thema in de linker menubalk aan te klikken (zie tabel met alle inhoudelijke thema's), of (3) op de homepage één van de drie fases in seksuele carrière aan te klikken –

1. 'Vlinders in je buik? Verliefdheid en relaties', jongeren die nog geen seksuele ervaring hebben
2. 'Klaar voor de eerste keer? De eerste keer', starters in seksuele relaties, of
3. 'Beter in bed? Seks en Relaties', jongeren met seksuele ervaring en relaties.

Per fase worden thema's behandeld, gedeeld e.d. behorend bij die specifieke fase.

De inhoudelijke thema's in de menubalk zijn:

hoofdthema	Submenu
Je lichaam	
	Meisjeslichaam
	Jongenslichaam
	Transgender
	Seksdummies
Liefde en relaties	
	Verliefdheid en versieren
	Relaties
	Lesbisch, homo, bi, hetero?
	Cultuur en geloof
	Beat the macho
Seks	

	Praten over seks
	De eerste keer
	Sekstechnieken
	Seksuele problemen
	Seks, alcohol en drugs
Seks en internet	
	Flirten via internet
	Online daten
	Porno kijken
	Webcamseks
	Grooming
	Sexting
Over je grens?	
	Seks tegen je zin
	Was dit over je grens?
	Jezelf beschermen
	Wat wil de ander?
	Last van een vervelende ervaring
	Loverboys
	Hulp en advies
Condooms, pil en meer	
	Condooms
	Pil
	Pil vergeten?
	Spiraal, ring, en andere middelen
	Welk middel kies jij?
Soa's	
	Soa-test
	Soa's voorkomen
	Soorten soa's
Zwanger	
	Niet zwanger worden?
	Onveilig gevreeën? Neem actie
	Morning-after pil
	Zwanger of niet?
	Zwanger, en dan?

Hieronder volgen een paar voorbeelden van hoe de informatie op een verschillende manier aangeboden wordt:

'Seks ABC'

Het Seks ABC is een woordenboek met definities/beschrijvingen van termen die te maken hebben met seksualiteit op alfabetische volgorde. Per term is er weer een link naar een relevant onderdeel op de website. Het Seks ABC is zowel te vinden in de menubalk, als op de homepage.

'De eerste keer'

Hoe maak ik seks lekker(der) en leuk(er) en hoe zorg ik dat mijn eerste keer een prettige ervaring wordt? Zijn vragen die jongeren bezighouden.

Informatie over de eerste keer kan worden gezocht in 1. de menubalk onder 'seks', 2. In de zoekfunctie en 3. Onder de tweede seksuele fase. De pagina 'de eerste keer' bestaat uit

- Quiz Ben je er al aan toe? Door vragen te beantwoorden komen jongeren erachter of ze er al aan toe zijn.
- Bereid je voor: 10 tips voor de eerste keer
- Tijdens de eerste keer: tips, informatie en een link naar sekstechnieken, waarin tekstueel uitleg wordt gegeven en met silhouetten die de sekstechnieken uitbeelden
- Films over de eerste keer: waarin hetero jongeren, homojongens, lesbische meisjes hun ervaringen delen over hun eigen eerste keer.

Per onderdeel staan 'veelgestelde vragen' met antwoord (bijvoorbeeld 'Iedereen in mijn omgeving heeft al seks gehad. Is het normaal dat ik nog niet wil?' of "Wat is een maagd?"). Daarnaast is er ook een link naar discussies op het Forum over de eerste keer.

De belangrijkste boodschap is dat je pas seks moet hebben als je er zelf aan toe bent. Maar ook wordt op een niet-belerende manier verteld dat je veilig moet vrijen. Waar mogelijk is weer een link naar een ander relevant onderdeel van de website.

Video Soa-onderzoek

In de video 'Het soa-onderzoek' wordt stap voor stap verteld wat een soa-onderzoek is, hoe er getest wordt en waar je terecht kan voor een soa-onderzoek, ondersteund door pictogrammen. Deze video staat bij soa/soa-test/onderzoek.

Interactieve website

Op de nieuwe site wordt de **interactie** met de bezoekers gezocht. Hierbij staan intuïtieve manieren van interactie voorop.

Voorbeelden zijn:

- *Ervaringsverhalen*: jongeren worden uitgenodigd om verhalen (anoniem) in te sturen. Op de homepage staan een paar voorbeelden.
- *Ervaringen van vloggers*: Vloggers worden uitgenodigd om een video te maken voor Sense.info. Bezoekers wordt gevraagd wat zij van het verhaal vinden.
- *Lifestreams met vloggers 'Ask me anything'*: bekende vloggers beantwoorden live vragen en delen hun ervaringen
- Feedback op content
- *Quizzes en testjes*: mbt persoonlijkheid en gedrag waar een 'uitslag' uit komt – bijvoorbeeld welke anticonceptie het beste bij de jongere past
- *Lovegames 'can you fix it'*: films waarin het 'mis' gaat – op verschillende momenten kan de bezoeker het verhaal een andere wending geven. Hij/zij krijgt ook feedback.
- *Animatiepoppen 'Ontdek je lichaam'*: (sinds de lancering in 2009 de meest bezochte én langst bezochte pagina van de site) 3D figuren van een jongen en meisje. Als je daarvoor kiest, kun je de jongen en/of het meisje met één muisklik uitkleden. Wanneer je vervolgens met een muis over vooraf bepaalde plekken van het jongens- of meisjeslichaam gaat, wordt een 'roll-over' animatie geactiveerd, waarbij hartjes op de plek van erogene zones (24 in totaal) verschijnen. Wanneer er vervolgens op een hartje wordt geklikt, verschijnt een informatieblokje (tekst, waaronder tips).
- *Polls* om meningen/ervaringen te peilen.
- *Forum*: Sense.info is een samenwerking aangegaan met het forum van de voormalige website sekswoordenboek.nl. Het goed bezochte forum is voor en door jongeren met subfora over uiteenlopende onderwerpen. Het forum wordt actief gepromoot via sense.info (en vice versa), de moderators worden betrokken bij redactietaken van sense.info en het forum kan worden ingezet om de doelgroep te raadplegen (bijvoorbeeld om nieuwe concepten en nieuwe campagnes te testen).

Actuele website

Sense.info wordt regelmatig bijgewerkt en actueel gehouden, banners op de homepage met links naar actualiteiten, lopende projecten en (mini)campagnes, de rubriek 'De vraag van de week'. De livestreams worden regelmatig vernieuwd, evenals de veelgestelde vragen en ervaringsverhalen.

Doorverwijzing naar informatie- en dienstverlening

Bezoekers die behoefte hebben aan meer informatie, worden doorgelinkt naar de Sense Infolijn. Jongeren kunnen via de mail, via chat en telefonisch vragen stellen aan het team 'informatieprofessionals' werkzaam bij Soa Aids Nederland. Op de zogenaamde regiopagina's staat informatie over spreekuren en regionale acties en activiteiten. De redactie van de website hanteert een zogenaamd 'trechtermodel'. Wanneer de bezoeker op de website het antwoord op een vraag niet vindt, wordt de bezoeker 'automatisch' geleid naar de informatie- en hulpverleningskanalen van Sense: de Sense Infolijn en de Sense spreekuren. Bezoekers kunnen vragen stellen per chat, email en telefoon. Om als bezoeker een spreekuur in de buurt te vinden maakt sense.info gebruik van de postcode applicatie van Soa Aids Nederland

Doorverwijzing naar online hulpverlening per e-mail (www.vrijfijn.nl): Voor seksuele problemen die meer vragen dan een eenmalig contact (bijvoorbeeld pijn bij het vrijen, te vroeg klaarkomen, geen orgasme krijgen, meer of minder vaak seks dan je partner willen) kunnen jongeren via e-mail zich aanmelden voor online hulpverlening. Deze hulpverleners zijn sociaal verpleegkundigen werkzaam bij verschillende GGD'en.

2. Uitvoering

Materialen

De totale interventie betreft een website en bijbehorende sociale-mediakanalen. De website is voor iedereen met een internetverbinding toegankelijk: www.sense.info. Het is een responsieve website, wat betekent dat de website goed wordt weergegeven op alle gebruikelijke smartphone-, phablet-, tablet- en desktop-formaten.

Sense.info heeft meerdere social-mediakanalen:

- Twitter: <https://twitter.com/SenseInfo>
- Facebook: <https://www.facebook.com/senseinformatie>
- Instagram: <https://www.instagram.com/senseinfo/>
- YouTube: <https://www.youtube.com/user/SenseNederland>

Locatie en type organisatie

De doelgroep kan sense.info bezoeken op internet op een computer, tablet en smartphone en via de andere hierboven genoemde media kanalen.

Opleiding en competenties van de uitvoerders

NVT

Kwaliteitsbewaking

In de ontwikkeling van sense.info hebben verschillende partijen destijds hun krachten gebundeld en één site ontwikkeld. Een van de sterke punten is dan ook dat alle relevante, niet-commerciële partijen, landelijk en regionaal, betrokken zijn bij sense.info, waardoor de site een breed draagvlak heeft. Sense.info is een product van Soa Aids Nederland, Rutgers, de GGD/Centra voor Seksuele Gezondheid en het RIVM. Sense.info is een initiatief van het Ministerie van VWS. De dagelijkse redactie is Soa Aids Nederland & Rutgers. Zoals al eerder vermeld wordt sense.info continue bijgewerkt. Om de kwaliteit en daarbij de betrouwbaarheid van de informatie op de website te waarborgen, vindt met regelmaat overleg, afstemming of consultatie plaats met verschillende professionals zoals seksuologen, anticonceptie- deskundigen. Sense-artsen, Soa-artsen, het hoofd van de Sense Infolijn.

Randvoorwaarden

De gemiddelde 'levensduur' van een website is vijf jaar. Dat betekent dat sense.info tot ongeveer 2020 meegaat. Er is een groot commitment bij meerdere belangrijke partijen (RIVM, VWS, Soa Aids Nederland, Rutgers, GGD-en) betreffende de idee van één centrale online omgeving voor jongeren op het gebied van seksuele gezondheid. Alle partijen proberen versnippering te voorkomen, en zien sense.info als hét portaal op dit gebied.

Sense.info neemt een centrale rol in binnen de e-healthvisie van Sense en de intentie om de financiering de komende jaren voort te zetten is groot.

Implementatie

Sense.info wordt op verschillende manier onder de aandacht gebracht bij de doelgroep:

- Organisch bereik via zoektermen op google. Sense.info heeft een hoge autoriteit/PageRank.
- In het lespakket Lang Leve de Liefde wordt veelvuldig verwezen naar Sense.info
- GGD's en Centra voor Seksuele Gezondheid verwijzen in hun werk veelvuldig naar sense.info: via bijvoorbeeld de websites van GGD-en én in persoonlijke contacten met de doelgroep.
- Online promotie door middel van vloggers (social influencers) die teasers plaatsen op hun eigen youtube kanaal
- Betaald bereik: via Facebook worden specifieke doelgroepen ge-target.

Kosten

Voor de bezoekers is de website en de diensten gratis.

Het technisch beheer ligt bij Soa Aids Nederland, het wordt betaald door het RIVM.

3. Onderbouwing

Probleem

Volgens de definitie van seksuele gezondheid van de WHO (2002) betekent seksuele gezondheid: 1. Een gezonde sociale, emotionele ontwikkeling van seksuele identiteit en seksueel zelfbeeld; 2. Gewenste seks; 3. Veilige seks.

Van de 14-15 jarigen geeft 18% aan te maken te hebben gehad met grensoverschrijdende seksuele ervaringen (Timmerman, 2005). Seksuele grensoverschrijding komt vaker voor onder laagopgeleiden. Twintig procent van de laagopgeleide meisjes (vmbo) is wel eens gedwongen iets te doen of toe te laten op seksueel gebied (versus 13% bij hoger opgeleiden), bij jongens is dit 6%, dit kan variëren van ongewenste aanraking tot geslachtsgemeenschap. 19% van de laagopgeleide meisjes en 9% van de laagopgeleide jongens heeft wel eens spijt gehad van geslachtsgemeenschap (Graaf et al., 2012).

In 2012 werden 6.264 meiden onder de 20 zwanger. Bijna tweederde van de zwangeren onder de 20 kiest voor een abortus, wat neerkomt op 13% van alle abortussen. 2.203 meiden werden tienermoeder. (Picavet & van der Vlugt, 2014). Lager opgeleide meisjes lopen meer risico op onbedoelde zwangerschap. 11% van de lager opgeleide meisjes gebruikt geen anticonceptie bij de eerste geslachtsgemeenschap, tegen 6% van de hoger opgeleide meisjes. Ook rapporteren zowel lageropgeleide meisjes als jongens vaker dan hogeropgeleiden dat ze geen anticonceptie hebben gebruikt bij de laatste partner. Tot slot rapporteren lageropgeleiden vaker een zwangerschap in de laatste twaalf maanden. (Graaf et al., 2014)

Uit gegevens van de diverse soa-test centra in Nederland blijkt dat in 2011 bij 22% van de geteste heteroseksuele mannen tussen de 15 en 19 jaar één of meer soa zijn gevonden, bij jonge vrouwen was dit 19%. Onder de groep 20-24-jarigen testte 16% van de heteroseksuele mannen en 14% van de vrouwen positief voor minimaal één soa. Chlamydia is de meest voorkomende soa. De meeste chlamydia komt voor bij jongeren tussen de 15 en 19 jaar: van de jongeren getest in de soa-centra had in 2012 20% van de meisjes en 18% van heteroseksuele jongens een chlamydia (Trienekens et al., 2011).

Gevolgen

Seksueel geweld kan negatieve gevolgen hebben voor de lichamelijke gezondheid (zoals lichamelijk letsel, een zwangerschap of besmetting met een soa/hiv) en psychische en sociale problemen met zich meebrengen (zoals angst- en slaapproblemen, posttraumatische stressreacties, gedragsproblemen, regressief gedrag, depressieve klachten, concentratieproblemen, seksualiserend gedrag, wantrouwen, eetproblemen, zelfverwonding, seksuele of relationele problemen). Zelfs bij de jongeren die aangeven geen 'problemen' te ervaren leidt seksueel overschrijdend gedrag tot gevoelens van verdriet, ongelukkig voelen, kwaad worden op zichzelf, schaamte en het zich niet meer goed bij seks voelen, vooral bij vrouwen en lager opgeleiden (Cense & van Dijk, 2010).

Jong ouderschap, in het bijzonder moederschap, maakt kwetsbaar en zorgt voor problemen op sociaal, lichamelijk, emotioneel, en financieel vlak.

Een onbehandelde soa zoals chlamydia kan leiden tot onvruchtbaarheid onder vrouwen, risico's voor het ongeboren kind (syfilis, gonorrhoe), kanker (HPV), orgaanschade (hepatitis) en zelfs tot de dood (hiv). (Handreiking Gezonde Gemeente: gevolgen van seksueel ongezond gedrag, Loket Gezond Leven).

Oorzaken

Seksueel grensoverschrijdend gedrag (dader- en/of slachtoffergedrag) vindt eerder of meer plaats bij jongeren met een minder goede seksuele interactiecompetentie (d.i. gevoelig zijn voor de gevoelens en wensen van de ander, het kennen van de eigen gevoelens en wensen en het kunnen communiceren en realiseren hiervan) (de Graaf, 2009). Ambiguïteit in communicatie, bijvoorbeeld de grenzen worden niet duidelijk verbaal aangegeven, lage eigen-effectiviteit, lagere seksuele eigenwaarde, en het tevreden willen houden van de partner, jongeren die zichzelf niet in staat achten ongewenste seks te weigeren, hangt samen met seksueel grensoverschrijding (Cense & van Dijk, 2010). Er heerst een dubbele moraal; een vrouw moet niet te makkelijk zijn maar uiteindelijk wel ja zeggen en mannen moeten lef hebben en initiatief tonen. Meiden geven aan zich vaak overvallen te voelen door de situatie en ze willen de ander niet kwetsen. Bepaalde vormen van grensoverschrijding vinden jongeren normaal. Jongens vinden het soms lastig grenzen te herkennen en zich kwetsbaar op te stellen (de Graaf e.a., 2009; Cense & van Dijk, 2010; de Bruijn, Burrie,

& Van Wel, 2006; DeGue, DiLillo, & Scalora, 2010; de Graaf, Van Dijk, & Wijsen, 2009; Koss e.a., 2007; Kuyper e.a., 2009).

Ongewenste zwangerschap en soa-besmetting komen door onveilig vrijen, d.i. consistent en consequent condoomgebruik en effectief anticonceptiegebruik. Jongeren hebben een lage persoonlijke risico-inschatting voor soa/hiv. Naarmate jongeren meer seksuele ervaring en condoomervaring hebben, wordt de attitude t.a.v. condoomgebruik negatiever. De waargenomen sociale norm van condoomgebruik bij leeftijdgenoten is laag. Ook hebben jongeren moeite om de druk te weerstaan als iemand hen probeert over te halen tot onveilige seks. Weinig kennis over soa's en condooms, negatieve condoom-attitude, lage eigeneffectiviteit (interactiecompetentie) vergroten de kans op onbeschermd seks (de Graaf e.a., 2012; Schaalma & Kok, 2011).

De helft van de jongeren stopt met condoomgebruik binnen 3 maanden waarvan 3/4 zegt dat dit in overleg gebeurde. Redenen om te stoppen zijn vooral 1) 'andere anticonceptie', 2) 'condoom is minder lekker', 3) 'lange relatie en we vertrouwen elkaar' (de Graaf e.a. 2005).

Onderliggende oorzaken van het ineffectief pilgebruik zijn: gebrek aan kennis en vooroordelen t.a.v. de pil (e.g. dik worden, onvruchtbaar worden, kans op kanker) en negatieve houding t.a.v. anticonceptie (e.g. te duur, gedoe, beperkt seksueel plezier, te veel planning, moreel verkeerd en slecht voor je reputatie), gebrek aan verantwoordelijkheidsgevoel, lage risicoperceptie, en gebrek aan vaardigheden (planning; voorbereiding) (Buijnick e.a., 2010; de Graaf e.a., 2012).

Factoren die bijdragen aan een tienermoederschap zijn: (1) Het ontbreken van richting in het leven; Ontbreken van vooruitzichten op werk of lage opleiding betekent vaak dat deze tieners ook geen inkomsten hebben. Moederschap kan bijdragen aan status en economische zelfstandigheid; (2) Geen goede seksuele voorlichting en vorming. De voorlichting op school of opvoeding thuis is vaak gebrekkig of sluit niet aan bij hun leefsituatie. Veel tienermoeders hebben weinig kennis over hun eigen lichaam en anticonceptie en missen vaardigheden om anticonceptie goed toe te passen of hierover met de partner te onderhandelen. (3) Chaotische thuissituatie, hun ouders geven weinig sturing en ook is er vaak geen sprake van een warm gezinsklimaat. (4) Traditionele rolverdeling Tienermoeders maken in een relatie hun eigen wensen en beleving vaak ondergeschikt aan die van hun partner. Het initiatief ligt bij de jongen waardoor deze meiden minder weerbaar zijn (Picavet & van der Vlugt, 2014)

Aan te pakken

Sense-info is een voorlichtingssite met als doel dat jongeren gezonde keuzes m.b.t. seksualiteit maken; gezond in die zin dat ze gewenste, prettige en veilige seksuele contacten hebben. Sense.info geeft betrouwbare voorlichting die aansluit bij de leefwereld en vragen van jongeren. Sense.info richt zich op het beïnvloeden van kennis, risico-inschatting, attitudes, sociale normen en eigen-effectiviteit met betrekking tot seksualiteit en seksuele relaties en richt zich daarmee op de volgende subdoelen:.

- *juiste en betrouwbare kennis met betrekking tot veilig vrijen, seksueel grensoverschrijdend gedrag, en prettige seksuele relaties:*
- *inzicht en bewustwording m.b.t. aspecten van seksueel gedrag:*
- *risico inschatting wat betreft zwangerschap, onveilige seks, transmissie van soa's, seksueel grensoverschrijdend gedrag*
- *positieve attitude ten aanzien van veilig vrijen, gewenste seks, erkennen van grenzen van een ander.*
- *positieve sociale normen betreffende prettige, gewenste en veilige seks.*
- *hoge eigen-effectiviteit: in staat zijn om gewenste, prettige en veilige seksuele contacten aan te gaan.*

Verantwoording

De hoofdthema's op de website (verliefdheid, relaties en (prettige) seks, wensen en grenzen en veilige seks) sluiten aan bij de problematiek zoals geschetst in het onderzoek Seks onder je 25ste (De Graaf et al., 2012) en 'Van Twee Kanten Bekeken: Seksuele Voorlichting op Internet' (Nijkamp, 2007), een onderzoek naar de wensen van jongeren en experts ten aanzien van websites over seksuele voorlichting. Het pakket is in grote lijnen ontwikkeld volgens de stappen van Intervention Mapping (Bartholomew et al., 2016). De site is planmatig ontwikkeld, gebaseerd op wetenschappelijke inzichten, en sluit aan bij behoeften van de doelgroep. De doelen, methoden en strategieën zijn gebaseerd op determinantenanalyse en proefversies van de site zijn uitvoerig getest. In het ontwikkelproces van de site heeft Soa Aids Nederland een aantal pretests uitgevoerd. Hierbij is de gehele site uitgebreid getest onder de doelgroep, met betrekking tot navigatie, vormgeving en content.

De belangrijkste methoden en strategieën zijn gebaseerd op (1) _elaboratie (Elaboration Likelihood Model, Petty e.a. 2002) waarbij jongeren gestimuleerd worden om informatie eigen te maken, of op zichzelf te betrekken – door bijvoorbeeld een quiz- en (2) sociaal leren door middel van modelling – bijvoorbeeld filmpjes, afkomstig van Sociaal Cognitieve Theorie (Bandura, 1977). Daarnaast wordt door edutainment technieken te gebruiken de interesse van jongeren gewekt (Petty & Cacioppo, 1984). Eerst wordt hen naar voorwaardelijke content te lokken (bijvoorbeeld de aansprekende 'seksdummies') om hen daarna naar de prioriteit content te lokken waar zij informatie ontvangen waar zij uit zichzelf niet op zoeken.

In onderstaande tabel staat een overzicht van toegepaste strategieën en de uitwerking op de website.

determinant	Methode/strategie	Voorbeeld op website
Kennis	Informatieverstrekking dmv overzichtelijke tekstuele informatie	'Seks ABC' woordenboek met definities/ beschrijvingen
Kennis	Individualisatie en feedback – getailorde quiz met advies	'Welke anticonceptie past het best bij jou?'
Kennis	Informatieverstrekking - tekstuele informatie	Veel gestelde vragen met antwoord
Kennis	Informatieverstrekking- gecombineerd tekstuele/ visuele informatie	Sekstechnieken uitgebeeld door silhouetten met tekstuele uitleg
Kennis	Edutainment - Animaties	<i>Animatiepoppen/ seksdummies 'Ontdek je lichaam':</i> 3D figuren van een jongen en meisje. Wanneer je vervolgens met een muis over vooraf bepaalde plekken van het jongens- of meisjeslichaam gaat, wordt een 'roll-over' animatie geactiveerd met een informatieblokje
Kennis		Digitale vorm van krasloten
Risicoperceptie soa-besmetting	Confrontatie met seksueel netwerk visueel in beeld gebracht met uitleg over risico's	'Exen-meter': visueel wordt persoonlijk in beeld gebracht hoeveel exen er zijn en of risico toeneemt
Attitude t.a.v. porno	Persuasieve communicatie ingaan op de gepercipieerde voor-en nadelen, aandragen van overtuigende argumenten	'Weetjes' over porno
Attitude mbt mannelijkheid en groepsdruk	Nadenken over eigen percepties, informatie/feedback te geven over de gevolgen van een bepaalde houding en alternatieven aandragen	'Macho-quiz' – vragen en uitslag over hoe 'mannelijk' de jongere is en hoe die dan omgaat (en zou moeten omgaan) met groepsdruk
Attitude	Discussie en uitwisseling	Forum

Attitude over condooms	Verschillende percepties/meningen van anderen	‘Koop jij condooms?’ filmpje met interviewfragmenten met jongeren op straat
Eigen-effectiviteit	Serious game - Ervaren van uitkomst en feedback door op het juiste moment een gedragsalternatief te kiezen.	Serious games - Lovegames ‘can you fix it’: films waarin het ‘mis’ gaat – de bezoeker kan ingrijpen en het verhaal een andere wending.
Eigen - effectiviteit	Duidelijke instructie, stap-voor-stap uitvoeren gedrag dmv instructiefilmpjes met tips	‘condoom instructie’
Eigen-effectiviteit	Tekst in tipvorm	‘tips om grenzen aan te geven’ ‘10 tips voor de eerste keer’
Eigen-effectiviteit condoom kopen	Gepersonaliseerde tips, positieve feedback	‘durf- het-te doen condooms’ – spel, verschillende levels met telkens tips en positieve feedback over condooms kopen, bij je dragen, erover praten, juiste manier gebruiken
Sociale norm / eigen-effectiviteit	Sociaal leren / modeling, Personal testimony	Persoonlijke verhalen: verhaal van Soraida, waarin zij vertelt over haar coming-out als Antilliaans meisje (in het kader van Europride 2016)
Attitude / sociale norm	Sociaal leren: Modeling / rolmodellen – jongeren vertellen eigen ervaring (personal testimony), gaan met elkaar in discussie waarin zij ook voor- nadelen bespreken	Films over de eerste keer: hetero jongeren, homojongens, lesbische meisjes hun ervaringen delen over hun eigen eerste keer
Sociale norm	Rolmodellen door ‘social influencers’	<i>Ervaringen van vloggers:</i> Vloggers worden uitgenodigd om een video te maken voor Sense.info.
Sociale norm / attitude	Rolmodellen door ‘social influencers’	<i>Lifestreams met vloggers ‘Ask me anything’:</i> bekende vloggers beantwoorden live vragen en delen hun ervaringen
Sociale norm	Polls om meningen/ervaringen te peilen.	‘Zou jij je als jongen laten inenten met HPV-vaccinatie?’

Verantwoording keuze voor website

Internet interventies kunnen diverse determinanten van gedrag beïnvloeden en kunnen zelfs positieve effecten op gedrag zelf hebben. Uit een meta-analyse van Noar et al.(2010) naar de mogelijke effecten van computermediated interventions op determinanten van veilig vrijen, bleek dat computer mediated interventies significant positieve effecten lieten zien op: toename in kennis over hiv/aids, attitudes tav condoomgebruik/seksualiteit, eigen-effectiviteit mbt condoomgebruik, waargenomen vatbaarheid, communicatie en intentie om condooms te gebruiken. Het is dus zeker mogelijk om ook via een website, verandering in eigen effectiviteit teweeg te brengen. Een meta-analyse van Webb et al (2010) laat zien dat Internet interventies zelfs effecten op gezondheidsgedrag kunnen hebben, met name als ze theoretisch goed onderbouwd zijn.

Jongens kijken op internet als ze iets willen weten over seks (65%). Meisjes praten weliswaar het vaakst met goede vriendinnen (63%), maar kijken vervolgens ook vaak op internet (55%) (de Graaf et al, 2012). Jongeren gaan op zoek naar informatie op het moment dat ze zelf vragen hebben of problemen tegenkomen. Starters/beginners zijn vooral geïnteresseerd in informatie over verliefdheid, relaties en de eerste keer. De groep die al verder in zijn of haar ontwikkeling en al seksueel actief is zoekt veelal informatie over seksuele oriëntatie (zoals homoseksualiteit), anticonceptie of manieren van vrijen. Deze groep heeft vragen of problemen rondom soa's, voorkomen van zwangerschap, seksuele dwang of seksuele problemen zoals te snel

klaarkomen en pijn bij vrijen. Het is belangrijk dat sense.info aansluit bij de informatiebehoefte, vragen en problemen per 'subgroep'.

Aansluiting bij de subdoelgroepen:

Verschillende onderdelen bevatten elementen die specifiek gericht zijn op islamitische en/of christelijke jongeren, zoals het menu-item Cultuur en geloof. Achter de knop Meisjeslichaam wordt aandacht besteed aan cultuursensitieve thema's zoals het maagdenvlies. Uit pretestonderzoek, dat ook onder groepen allochtone jongeren is gedaan, komt bevestiging dat het materiaal ook voor deze doelgroepen geschikt is. De rolmodellen – de vloggers, filmpjes e.d. hebben verschillende achtergronden zodat meerdere groepen zich kunnen identificeren.

Het taalgebruik is voor lager opgeleiden, daarnaast zijn de werkvormen afwisselend, met veel visuele ondersteuning.

4. Onderzoek

4.1 Onderzoek naar de uitvoering

Beschrijf kort welke onderzoeken zijn gedaan en wat daarvan de uitkomsten waren. Stuur bij het indienen van het werkblad de volledige publicatie van ieder genoemd onderzoek mee.

Beschrijf per onderzoek:

- a) De titel, auteurs, organisatie en jaar van uitgave (indien gepubliceerd)
- b) Het type onderzoek, de onderzoeksmethode en de omvang van het onderzoek
- c) Een samenvatting van de meest relevante uitkomsten met betrekking tot inzicht in de mate waarin activiteiten zijn uitgevoerd volgens plan, het bereik van de interventie, de waardering en ervaring van de uitvoerders en doelgroep, succes- en faalfactoren, en -indien beschikbaar- de uitvoerbaarheid, de randvoorwaarden en de omgevingsvariabelen.

De website wordt continue aangepast en verbeterd. Daartoe worden regelmatig bezoekersonderzoeken gedaan middels google analytics, waarderingsonderzoek en pretest van de vernieuwde website. Sense.info heeft diverse prijzen ontvangen:

Dutch Interactive Award, Zilver in categorie ‘content’ (2016)

Tijdens de [Dutch Interactive Awards](#) (DIA) worden prijzen uitgereikt voor Nederlands beste interactieve werk. De belangrijkste online projecten van het afgelopen jaar worden niet alleen beoordeeld op design en creativiteit, maar ook op resultaat en kwaliteit.

Lowie Award (2015) (lovieawards.eu)

De Lovie Awards, een van de belangrijkste Europese internetprijzen, toegekend aan de beste digitale projecten van Europa. Sense.info wint de publieksprijs People’s Lovie Award en ontvangt van de vakjury zilver in de categorie Websites/Jongeren.

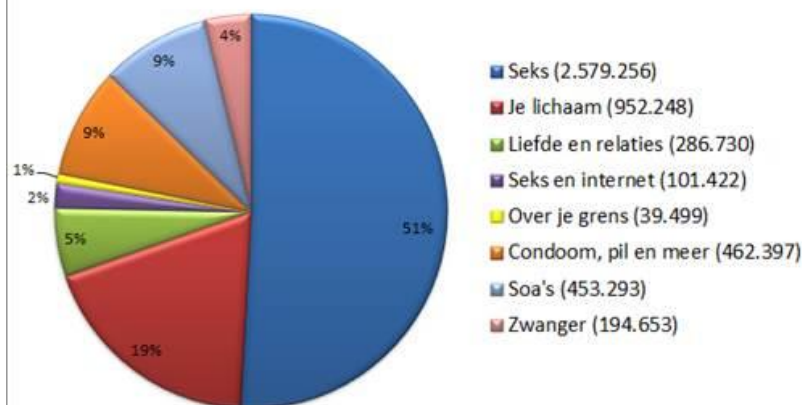
De websites worden beoordeeld op basis van de geboden inhoud, structuur, navigatie, visuele vormgeving, doeltreffendheid, interactiviteit en de algehele ervaring. De Lovie Awards worden uitgereikt door de International Academy of Digital Arts and Sciences (IADAS) in Londen.

Bezoekersonderzoek, Google analytics (eind maart 2015 t/m juli 2016)

De vernieuwde website heeft sinds de livegang van de site op 29 maart 2015 2,6 miljoen bezoeken gehad! De volgende cijfers zijn volgens webstatistieken van Google analytics (29 maart 2015 t/m 31 juli 2016): sense.info wordt dagelijks gemiddeld meer dan 5.000 keer bezocht. Bezoekers blijven gemiddeld 03:04 min. op de site en bezoeken gemiddeld 4,47 pagina’s. Verreweg de meeste bezoekers bezoeken de site met een smartphone: 57%. 31% bezoekt de site met een desktop (PC of laptop) en bijna 12% met een tablet.

In bijgaande afbeelding wordt de verdeling van de bezoeken aan de verschillende inhoudelijke thema’s weergegeven (gemeten tot 25 februari 2016), die als acht knoppen in de linker menubalk terugkomen. Zoals in één oogopslag duidelijk wordt, is het onderdeel ‘Seks’ verreweg het meest bezochte onderdeel van deze thema’s: 51% van alle bezoeken aan alle achterliggende pagina’s van deze acht inhoudelijke thema’s wordt gebracht aan een pagina die onder de knop ‘Seks’ zit.

Inhoudelijke thema's Sense.info | 29.03.15-24.02.16



Ook met betrekking tot de gehele site, blijken het thema Seks én de zogenaamde Seksdummies (die niet worden meegeteld in bovengenoemde acht thema's) de best bezochte onderdelen te zijn. Kijkt men naar de meest bezochte pagina's of onderdelen van de site, dan springen naast het thema Seks en de Seksdummies de volgende pagina's in het oog: 1. De eerste keer. 2. Aftrekken. 3. De morning-afterpil. Voor al deze drie pagina's geldt dat sense.info het eerste resultaat is dat Google aangeeft als je op deze termen zoekt. Sense.info heeft een goede vindbaarheid in Google en wordt door Google gezien als een 'autoriteit'.

Hieronder een korte opsomming van de laatste onderzoeken (vanaf 2010), de rapporten zijn als bijlagen bijgesloten. De resultaten van deze onderzoeken zijn verwerkt in aanpassingen op de website.

WeDigital (November 2015) Sociale Media strategie sense.info

Doel: Onderzoek naar sociale media en informatie zoeken over seks en relaties via sociale media.

Methode: Enquête, 647 respondenten

Resultaten: Informatie wordt via google gezocht. Facebook is het meest gebruikte sociale medium. Jongeren vinden betrouwbaarheid, vertrouwelijkheid, begrijpelijkheid belangrijk.

Kunst & Witlox (Maart 2015) Pretest vernieuwde Sense.info. Rapport, in opdracht van Soa Aids Nederland.

Doel: inzicht in de waardering en gebruikersvriendelijkheid van de vernieuwde site sense.info.

Methode: Kwalitatief onderzoek, 18 interviews, het toonmateriaal bestond uit een online versie van de vernieuwde website.

Resultaten: De vernieuwde site wordt over het algemeen (zeer) positief gewaardeerd. De (zeer) ervaren doelgroep uitgezonderd, krijgt de site een rapportcijfer tussen de 8 en de 9.

- Er staat heel veel en bruikbare informatie op. Echt *alles* wordt besproken, op een toegankelijke wijze.
- De informatie wordt op een aantrekkelijke en gevarieerde manier aangeboden: korte teksten met tussenkopjes, taalgebruik afgestemd op de doelgroep, illustrerende afbeeldingen en video's, zowel voorlichting als ervaringen van anderen.
- De vormgeving is mooi: kleurrijk en goed geïllustreerd, maar beschaafd (je hoeft de site niet snel weg te klikken als er iemand binnenkomt). De gebruikte plaatjes (ook die bij sekstechnieken) zijn illustratief, maar niet vulgair en dat wordt gewaardeerd.

Zenderen, K. van, (maart 2014) Jongens en sense.info, onderzoek naar informatiebehoefte van jongens en aansluiting bij sense.info mobiel. Rutgers WPF en Soa Aids Nederland.

Doel: inzicht in zoekgedrag van laagopgeleide jongens naar informatie over liefde en seksualiteit, de relevantie voor hen van de aangeboden informatie op sense.info, waardering van de presentatie van de informatie en de navigatie, en verbeterpunten om de site aantrekkelijker te maken voor jongens.

Methode: Kwalitatief onderzoek, 24 laagopgeleide jongens (6 vmbo'ers en 18 mbo'ers) zijn geïnterviewd.

Resultaten: De respondenten zijn positief over de aangeboden informatie op de website. Zij vinden het goede en nuttige informatie die duidelijk op de site wordt overgebracht. Informatie kan snel gevonden worden en het is makkelijk navigeren op de site.

van Lee, Laura, Roosjen, H., Stals, J., Crutzen, R., Kruijer, H., van der Vlugt, I., Poelman, J., Wijzen, C. en Bakker, F. (mei 2012) *No nonSense, onderzoek onder de gebruikers van Sense*. Projectnummer: NL1454SE. Rutgers WPF en Soa Aids Nederland.

Doel: Het was bekend dat sense.info goede bezoekerscijfers had, maar nog onvoldoende bekend wie de bezoekers zijn, wat ze doen op de site en hoe tevreden ze zijn over de site.

Methode: Groot gebruikersonderzoek (van de desktopversie), bestaande uit:

1. Een kwantitatief onderzoek (vragenlijst op de site onder meer dan 1.100 bezoekers)
2. Google analytics (analyse van het surfgedrag van bezoekers)
3. Een kwalitatief onderzoek (individueel achter de PC met in totaal 52 jongeren)

Resultaten: De respondenten waarderen de website met gemiddeld het rapportcijfer 8. Vrijwel alle respondenten vinden de site duidelijk, overzichtelijk, volledig en informatief. Ze vinden het prettig dat er een betrouwbare website is over dit thema. Ook vinden ze het handig dat je persoonlijk advies kunt vragen aan de Sense Infolijn. Jongeren waarderen het ook dat de website naast informatie ook interactieve onderdelen bevat, zoals de animaties.

Sense.info is aantrekkelijk voor een brede groep jongeren: jong en oud, jongens en meisjes, wel en niet seksueel ervaren, laag en hoog opgeleid, wel en niet gelovig, van diverse culturele achtergronden. Dit blijkt zowel uit het kwantitatieve als uit het kwalitatieve onderzoek. Sense.info lijkt minder passend voor bepaalde subdoelgroepen, zoals streng religieuze jongeren én oudere, hoogopgeleide jongeren.

Crutzen, R., Roosjen, J.L., Poelman, J. (2012), *Using Google Analytics as a process evaluation method for Internet-delivered interventions: an example on sexual health*, Health Promotion International.

Doel: Het aantonen van het gebruik van Google Analytics als een potentiële procesevaluatiemethode voor online interventies.

Methode: Analyse van het bezoekersgedrag op sense.info gedurende een periode van 21 maanden (maart 2009/november 2010).

Resultaten: Meer dan een miljoen bezoeken met een gemiddeld aantal bezochte pagina's van 6,5. 49,7% van de bezoekers kwam op sense.info via zoekmachines. Dit geeft het belang aan van goede SEO (search engine optimization).

Qrius (2010), Resultaten online kwalitatief determinantenonderzoek Sense Spreekuren, onder jongeren van 12-22 jaar

Doel: kwantitatief marktonderzoek, bekendheidsonderzoek Sense en kwalitatief determinantenonderzoek: inzichten en handvatten om Sense (totaalpakket) en de Sense spreekuren qua communicatie én aanbod beter aan te laten sluiten bij de behoeften en beleving van jongeren.

Methode: online vragenlijst onder 832 jongeren, 12-25 jaar, 107 uit Suriname of de Nederlandse Antillen, 84 jongeren uit Marokko of Turkije

Online diepte interviews (22 chat sessies)

Resultaten: de informatiebehoefte van jongeren op het gebied van relaties en seksualiteit is breed. Vragen verschillen naar sekse, leeftijd, opleidingsniveau en geloof. De aard van de vragen wordt vooral bepaald door de seksuele ervaring. Meisjes, maar zeker ook jongens, nemen hun toevlucht tot het internet als ze vragen hebben over seks. Jongeren die behoefte hebben aan meer informatie of hulp dan ze kunnen vinden op de website, doen dat het allerliefst anoniem via mail of chat.

5. Samenvatting Werkzame elementen

Gebruik en bekendheid

- Het draagvlak en inbedding van sense.info is heel groot
- Het neemt een centrale plaats in bij de landelijke Sense e-health
- Sense.info wordt door relevante partijen erkend als dé site en geraadpleegd als bron van betrouwbare informatie
- Vindbaarheid is hoog
- Autoriteit/PageRank bij Google is hoog
- Social media waar met regelmaat op gepost wordt: creëert bekendheid en betrokkenheid
- Lang Leve de Liefde, het meest gebruikte (en bewezen effectief) lespakket in het Voortgezet Onderwijs, verwijst veelvuldig door naar sense.info als informatiebron en voorlichtingsite.

Technische aspecten

- Op iedere pagina wordt andere relevante content gesuggereerd waardoor men door blijft klikken.
- Goed werkende zoekfunctie
- Snelle laadtijd
- Goed aanbod van voorwaardelijke content waar jongeren op zoeken (top 5 zoektermen), vandaaruit worden ze geleid naar prioritaire content

Inhoudelijke aspecten – aantrekkelijk voor doelgroep

- Gebruik van infotainment technieken – bijvoorbeeld veel en lang bezochte seksdummies
- Grote afwisseling in vorm: Korte leesbare teksten, serious games, animaties, video's, ervaringsverhalen van anderen jongeren, veelgestelde vragen
- Sluit goed aan bij belevingswereld van jongeren – ervaringsverhalen
- Inzetten van populaire vloggers
- Theoretisch onderbouwde strategieën – bijvoorbeeld elaboratie voor kennisoverdracht

Ontwikkeling

- Keuze van strategieën gebaseerd op determinantanalyse en theoretische onderbouwing
- Onderdelen zijn op effectiviteit onderzochte strategieën – serious game 'Can-you-fix-it'
- Resultaten van gebruikersonderzoek meegenomen in ontwikkeling van de site: zo was het plaatsen van ervaringsverhalen de grootste wens van de doelgroep

6. Aangehaalde literatuur

- Bandura, A. (1977) *Social learning theory*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Bartholomew, L.K., Markham, C.M., Ruiter, R.A.C., Fernández, M.E., Kok, G. & Parcel, G.S. (2016) Planning health promotion programs. An Intervention Mapping approach. Jossey-Bass.
- Borne van den, M.M.J.J. (2007). Het pretesten van het internetlesprogramma Lessons4life. Amsterdam.
- de Bruijn, P., Burrie, I., & Van Wel, F. (2006). A risky boundary: unwanted sexual behavior among youth. *Journal of Sexual Aggression*, 12, 81-96.
- Buijnick, G., Stals, M., Schutte, L., te Poel, F., & Meijer, S. (2010). Zwanger...en dan? Planmatige ontwikkeling van een aanvullende module rondom (on)bedoelde zwangerschap voor het lespakket Lang Leve de Liefde. Amsterdam: Fiom Soa Aids Nederland.
- Crutzen, R., Peters, G.J.Y., Dias Portugal, S., Fisser, E.M., & Grolleman, J.J. (2011). An artificially intelligent chat agent that answers adolescents' questions related to sex, drugs, and alcohol: an exploratory study. *Journal of Adolescent Health*, 48, 514-519.
- Crutzen, R., Roosjen, J.L., & Poelman, J. (submitted). Using Google Analytics as a process evaluation method for Internet-delivered interventions: a commendable example on sexual health.
- Cense, M., & van Dijk, L. (2010). Niet zomaar seks. Jongeren over seks en grenzen. Utrecht: Rutgers WPF.
- de Graaf, H., Kruijer, H., Acker, van, J., & Meijer, S. (2012). *Seks onder je 25e. Seksuele gezondheid van jongeren in Nederland anno 2012*. Delft: Eburon.
- de Graaf, H., Meijer, S., Poelman, J., & Vanwesenbeeck, I. (2005). *Seks onder je 25e. Seksuele gezondheid van jongeren in Nederland anno 2005*. Delft: Eburon.
- de Graaf, H., Van Dijk, L., & Wijsen, C. (2009). Leefstijlcampagne seksuele weerbaarheid. Voorbereidend literatuuronderzoek. Utrecht: Rutgers Nisso Groep.
- De Graag, H., Vanwesenbeeck, I., Meijer, S., 2014. *Educational Differences in Adolescents' Sexual Health: A Pervasive Phenomenon in a National Dutch Sample*. *Journal of Sex Research*
- DeGue, S., DiLillo, D., & Scalora, M. (2010). Are all perpetrators alike? Comparing risk factors for sexual coercion and aggression. *Sex Abuse*, 22, 402-426.
- Kassenaar, P., & Van Rijswijk, O. (2003). Handboek website usability. Schoonhoven: Academic Service.
- Koss, M. P., Abbey, A., Campbell, R., Cook, S., Norris, J., & Testa, M. (2007). Revising the SES: a collaborative process to improve assessment of sexual aggression and victimization. *Psychology of Women Quarterly*, 31, 357-370.
- Kuyper, L., de Wit, J., Adam, P., Woertman, L., & van Berlo, W. (2009). Laat je nu horen! Een onderzoek naar grensoverschrijdende seksuele ervaringen en gedragingen onder jongeren. Utrecht: Universiteit Utrecht, Rutgers Nisso Groep.
- Nijkamp, I. (2007) 'Van Twee Kanten Bekeken: Seksuele Voorlichting op Internet'
- Nielsen, J. (1999). Designing web usability. Indianapolis: New Riders Publishing OPHIS/New Impulse (2012). Betekenis van kleuren. Gedownload 4 juni 2012 van <http://www.ophisnewimpulse.nl/downloads>
- Noar, S.M., Pierce, L.B., Black, H.G. (2010). *Can Computer-Mediated Interventions Change Theoretical Mediators of Safer Sex? A Meta-Analysis*. In: *Human Communication Research* 36, p.261-297.
- Petty, R.E., Barden, J. & Wheeler, S. (2002) The elaboration likelihood model of persuasion: Health promotions that yield sustained behavioral change. In R.J, DiClement, R.A. Crosby & M.C. Kegler (Eds). *Emerging theories in health promotion practice and research: Strategies for improving public health* (pp 71-99). San Francisco: Jossey-Bass.
- Petty, R.E., & Cacioppo, J.T. (1984). The Effects of Involvement on Responses to Argument Quantity and Quality: Central and Peripheral Routes to Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 69-81.
- Picavet, C. & van der Vlugt, I. (2014) Factsheet Tienderzwangerschappen in Nederland. Rutgers WPF.
- Punselie, R. (2003) Websites die werken: succesfactoren, beleid en uitvoering van webcommunicatie. Alphen aan den Rijn: Kluwer
- Put, W. van der (2006). Website Usability: Gebruiksvriendelijke websites in de praktijk. Pearson Education Benelux.
- Schaalma, H.P., & Kok, G. (2011). A school HIV-prevention program in the Netherlands. Case study 3 at the Wiley companion site for Bartholomew et al. from <http://bcs.wiley.com/he-bcs/Books?action=index&itemId=0470528516&bcsId=6246>.

Trienekens, S.C.M., F.D.H. Koedijk, I.V.F. van den Broek, H.J. Vriend, E.L.M. Op de Coul, M.G. van Veen, M.A.B. van der Sande. (2011). Sexually transmitted infections, including HIV, in the Netherlands in 2011. Bilthoven: RIVM

Webb et al (2010)

Gevolgen van seksueel ongezond gedrag. In: Handreiking Gezonde gemeente. Loket Gezond leven.

Referenties m.b.t. Sense.info

Crutzen, R., Roosjen, J.L., Poelman, J., *Using Google Analytics as a process evaluation method for Internet-delivered interventions: an example on sexual health*, Health Promotion International, February 29, 2012

Kunst & Witlox (Maart 2015) Pretest vernieuwde Sense.info. Rapport, in opdracht van Soa Aids Nederland.

van Lee, Laura, Roosjen, H., Stals, J., Crutzen, R., Kruijer, H., van der Vlugt, I., Poelman, J., Wijsen, C. en Bakker, F. (mei 2012) *No nonSense, onderzoek onder de gebruikers van Sense*. Projectnummer: NL1454SE. Rutgers WPF en Soa Aids Nederland.

Zenderen, K. van, *Jongens en sense.info, onderzoek naar informatiebehoefte van jongens en aansluiting bij sense.info mobiel*. Rutgers WPF en Soa Aids Nederland, maart 2014.

WeDigital (November 2015) Sociale Media strategie sense.info

Qrius (2010), Resultaten online kwalitatief determinantenonderzoek Sense Spreekuren, onder jongeren van 12-22 jaar

Samenwerking erkenningstraject

Het erkenningstraject wordt in samenwerking uitgevoerd door het Nederlands Jeugdinstituut (NJI), het RIVM Centrum Gezond Leven (CGL), het Nederlands Centrum Jeugdgezondheid (NCJ), het Kenniscentrum Sport, Vilans, het Trimbos Instituut en MOVISIE. Door samen te werken aan het beoordelen van interventies volgens eenduidige criteria streven wij naar kwaliteitsverbetering in de betrokken werkvelden.

