

Förderung des Nichtrauchens

Der Blick über den Tellerrand



Was läuft in Europa?

Michaela Goecke

Bundesvereinigung für Gesundheit e.V.

27. Mai 2003

Tabakkontrolle in Europa

- **Weltgesundheitsorganisation**
WHO-Europabüro in Kopenhagen
- **The European Report on Tobacco Control Policy**
Review of implementation of the **Third Action Plan for a Tobacco-free Europe 1997-2001** (Februar 2002)
- **Policy Mix**
 - Preise für Zigaretten (Tabaksteuer)
 - Verfügbarkeit von Zigaretten (Abgabeverbot, Automaten)
 - Tabakwerbeverbot
 - Nichtrauchererschutz
 - Raucherentwöhnung
 - (Produktregulierung)

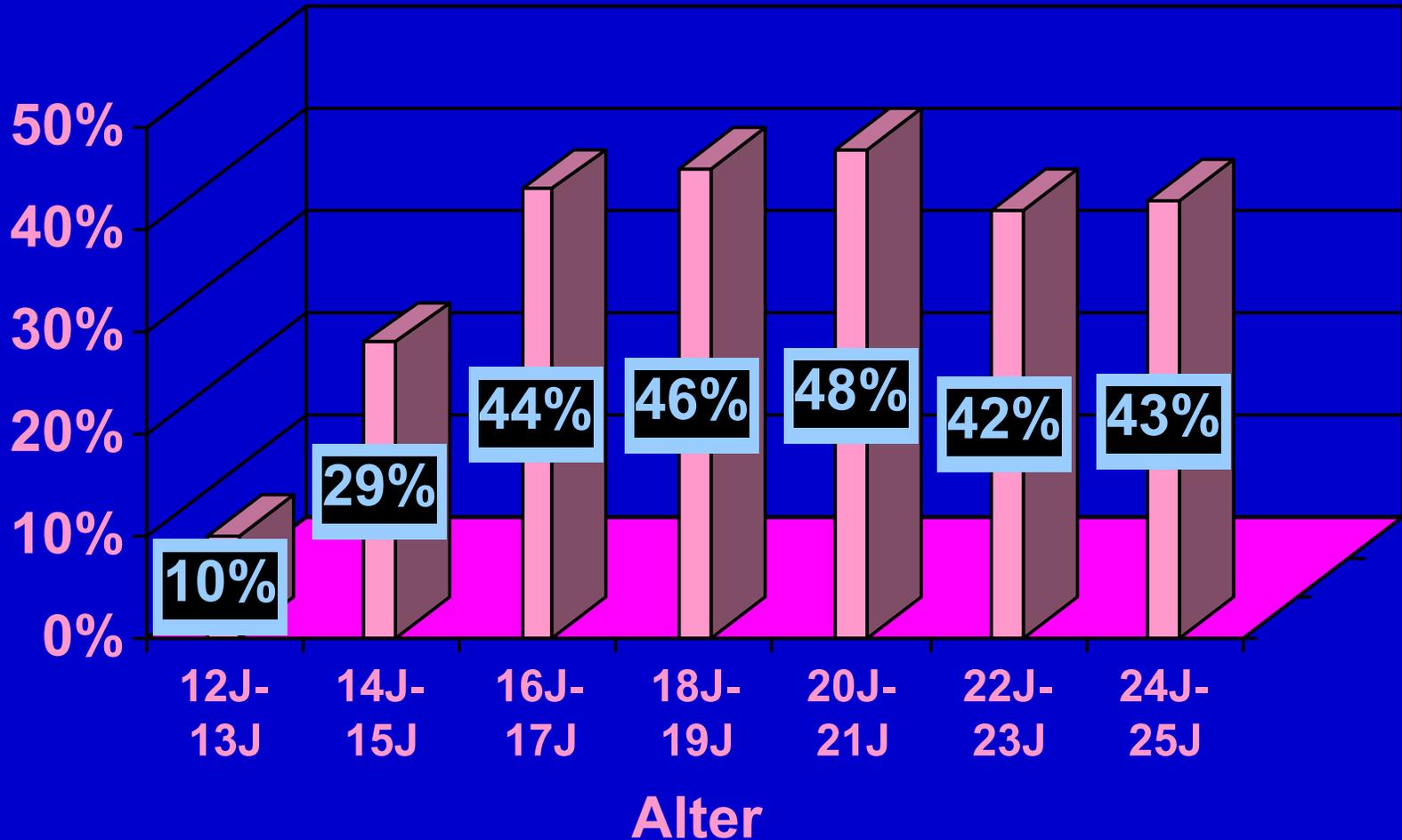
Raucher in Deutschland

- **5,9 Millionen Frauen (31 %), 9 Millionen Männer (39 %)** in Deutschland sind regelmäßige oder starke Raucher.
 - **Konsum:** durchschnittlich 15,4 Zigaretten täglich.
 - Mehr als **110.000** durch Rauchen verursachte **Todesfälle** jährlich in Deutschland.

Umfrage des Statistischen Bundesamtes 1999 (Mikrozensus)

(Alter der Befragten: 18-59 Jahre)

Jugendliche Raucher



... davon tabakabhängig

19 %

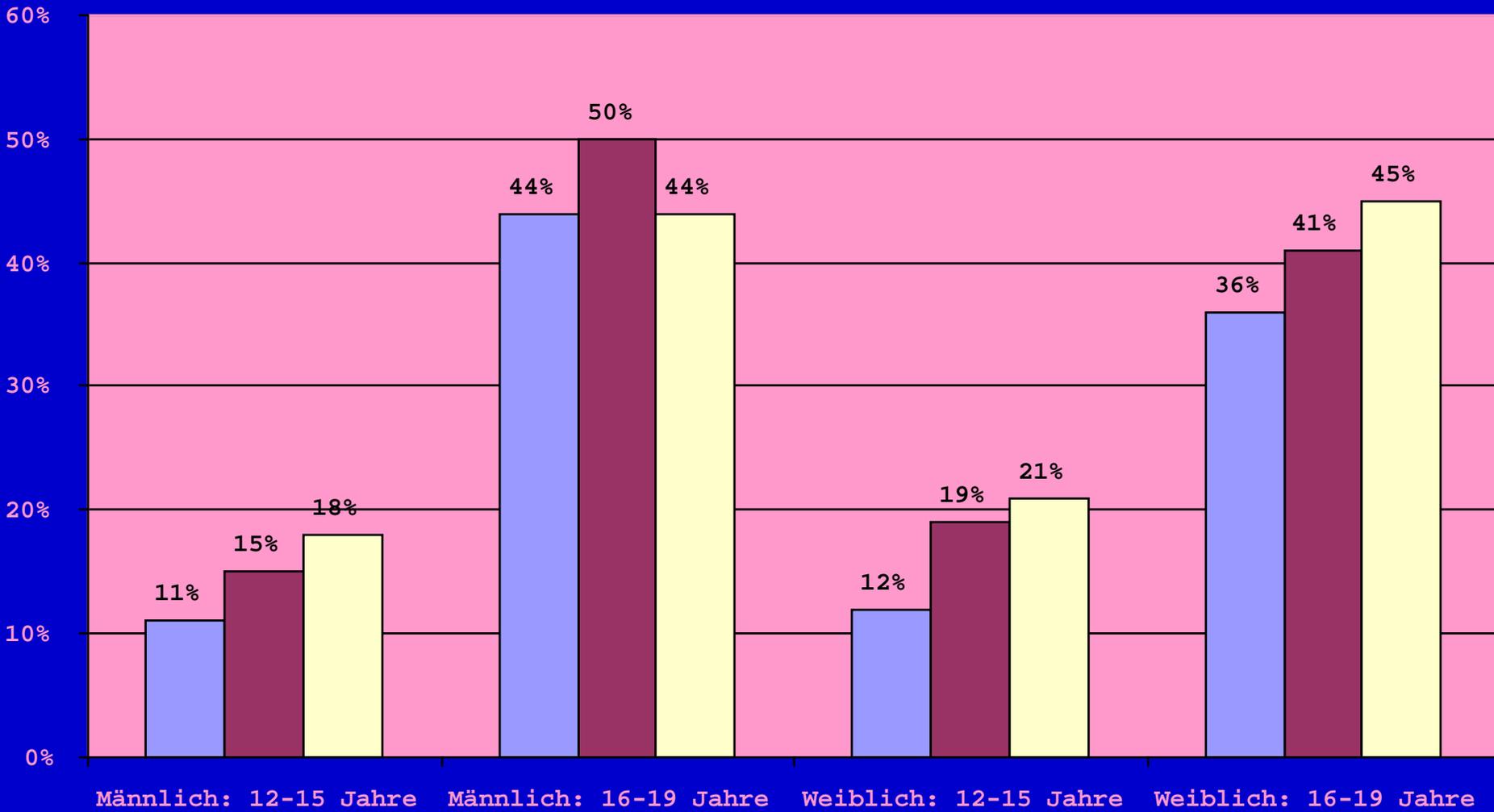
der rauchenden Jugendlichen (12-25 Jahre) können bereits als tabakabhängig bezeichnet werden (Konsum: mehr als 20 Zigaretten täglich).

- 5 % der 14- bis 15-jährigen Raucher
- 11 % der 16- bis 17-jährigen Raucher
- 15 % der 18- bis 19-jährigen Raucher
- 27 % der 20 bis 21-jährigen Raucher

13,7 Jahren ist das durchschnittliche Einstiegsalter



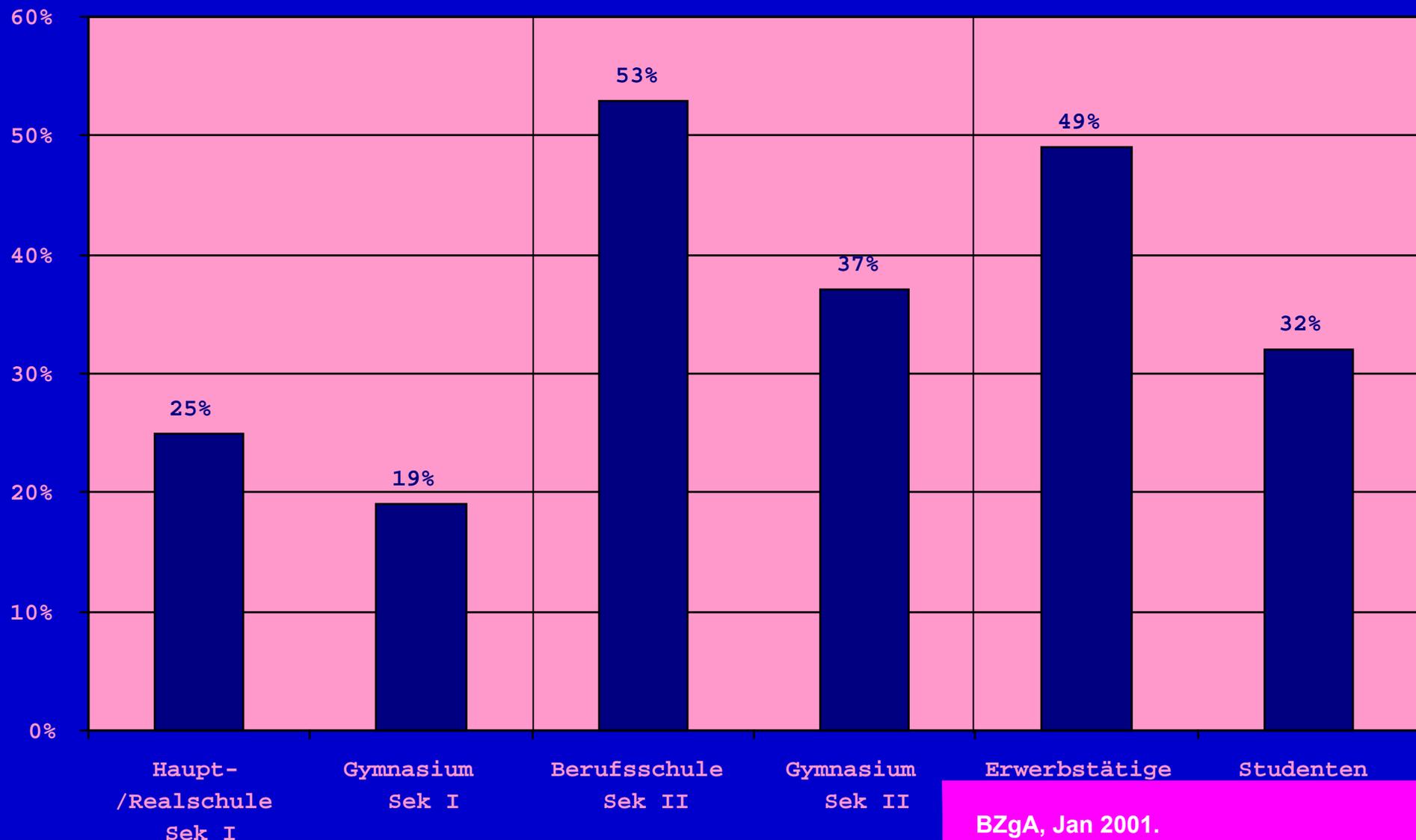
Trends: Raucherquoten



■ 1993 ■ 1997 ■ 2001

Drogenaffinitätsstudie 2000 der
Bundeszentrale für gesundheitliche
Aufklärung (BZgA)

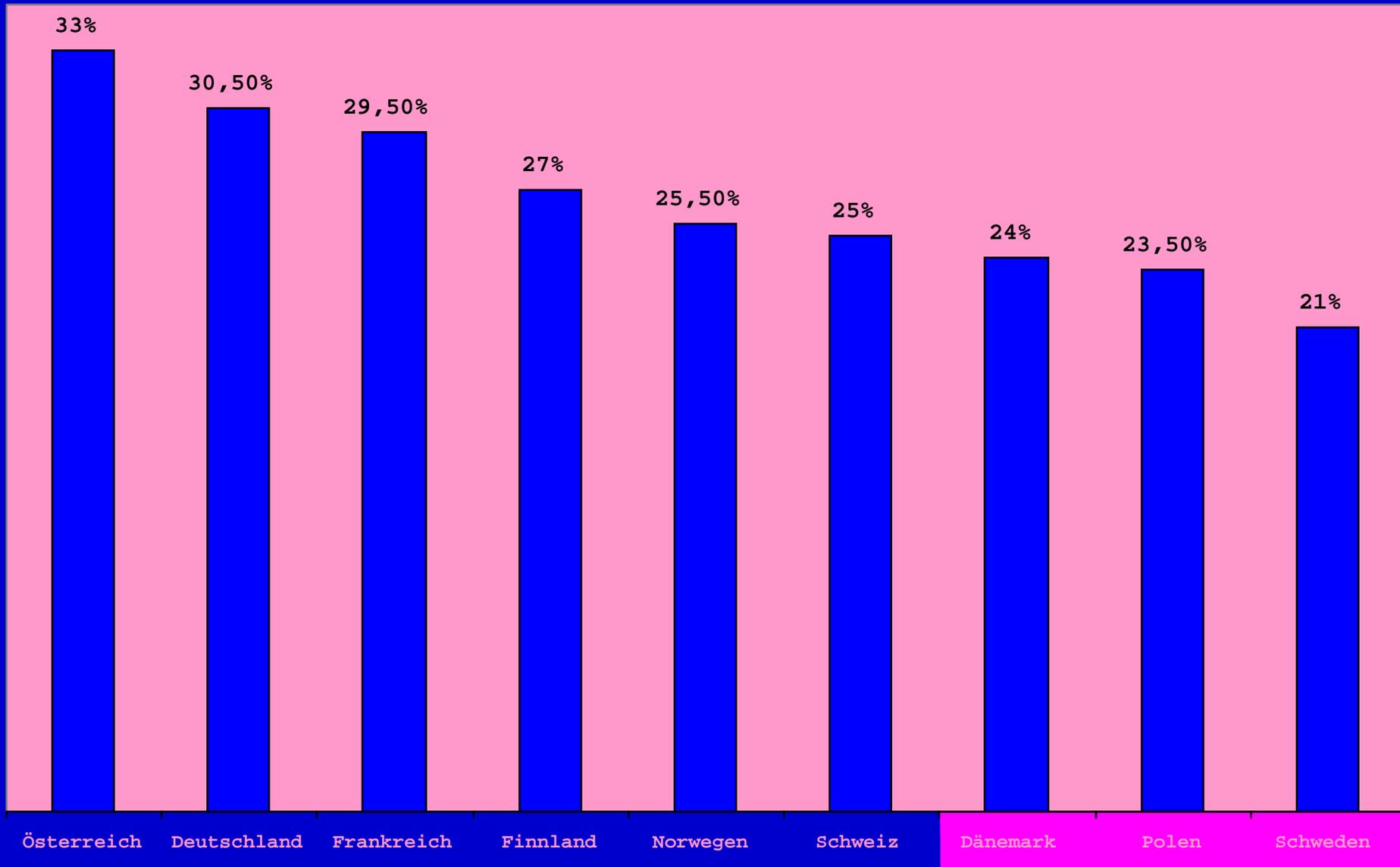
Ausbildungs- u. Berufsstatus und Rauchen



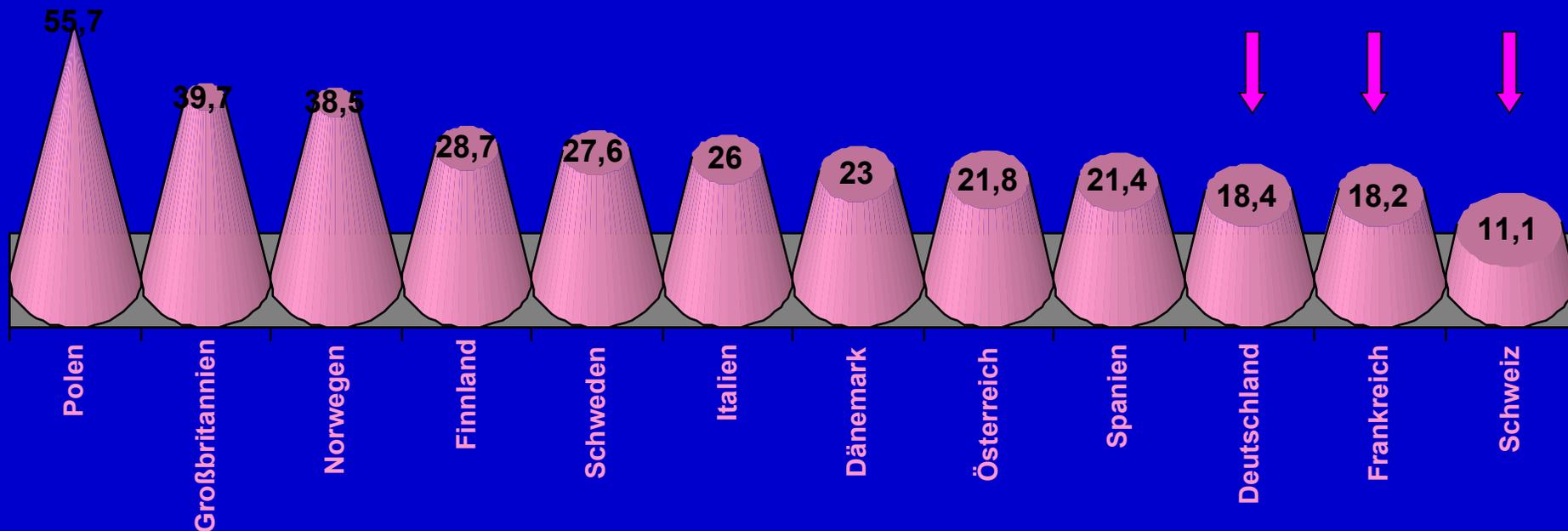
BZgA, Jan 2001.

Alter: 12-25-Jährige, n=3000.

Raucherquoten bei 15-Jährigen

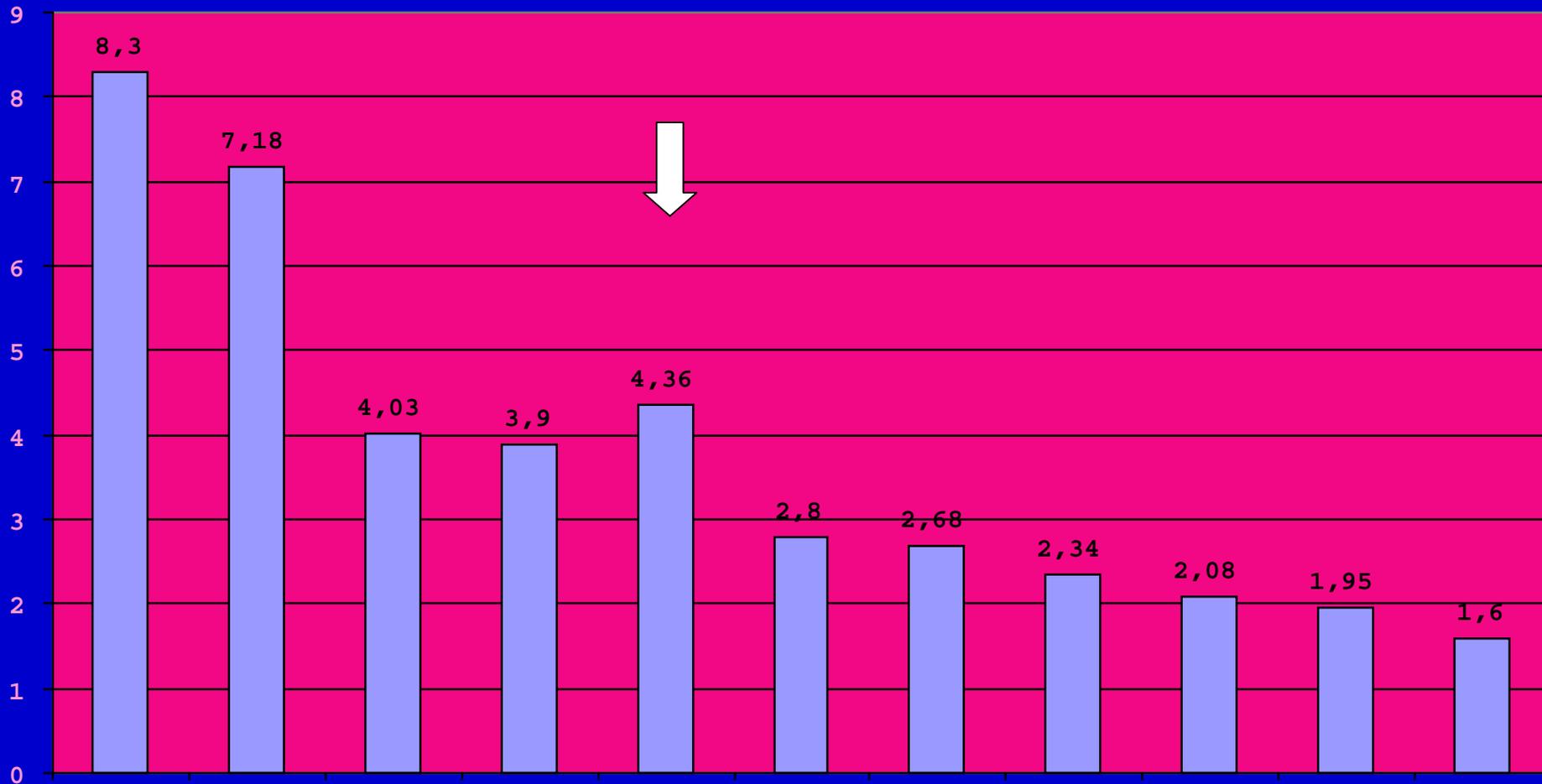


Arbeitszeit in Minuten für eine Schachtel Marlboro



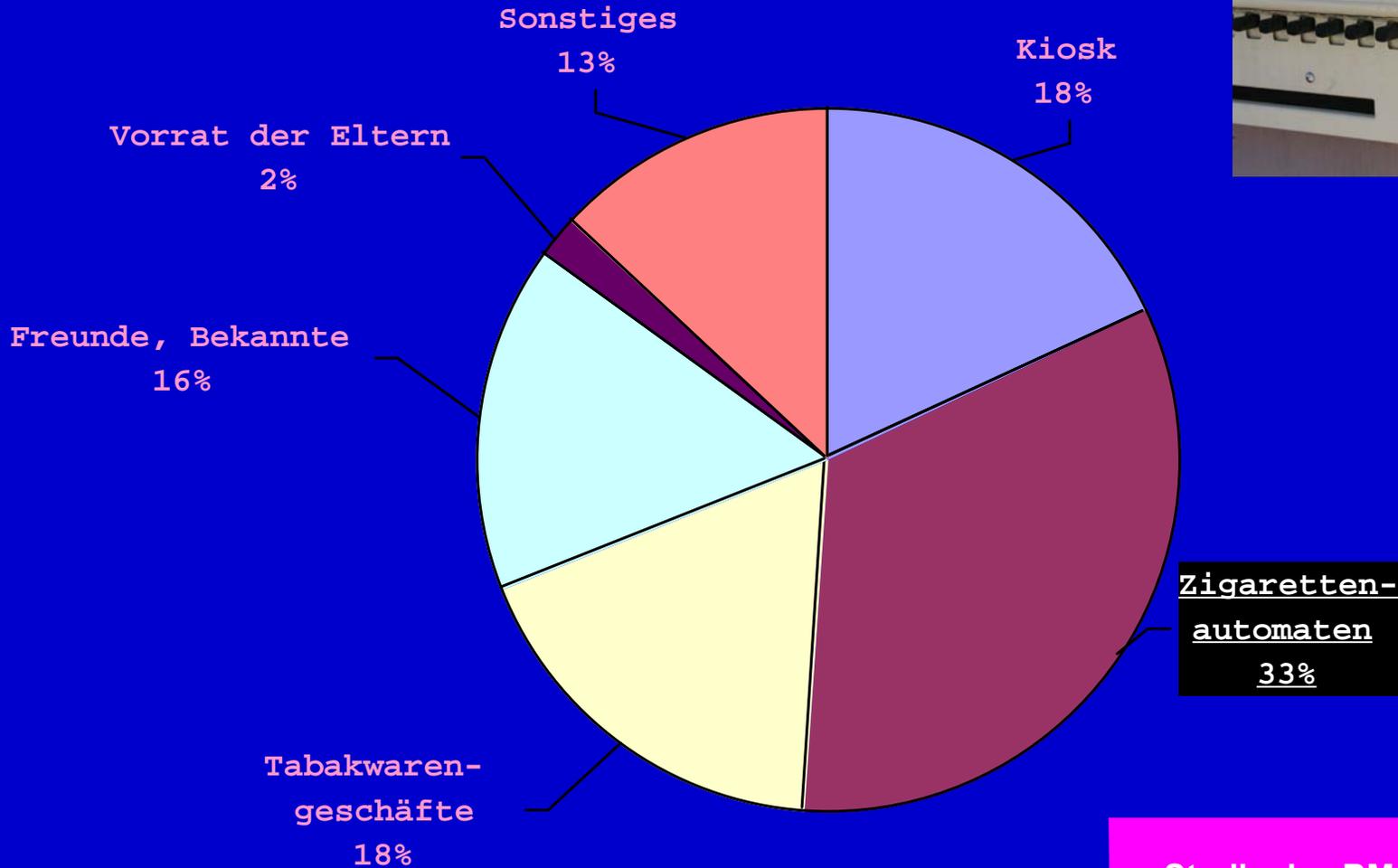
European Status Report,
2002 (Stand: 9/2000)

Preis für 20 Zigaretten in ¤ (D ab 2004)



Wie Kinder (12-14 Jahre) sich Zigaretten besorgen ...

besorgen ...



Studie des BMG, 1983

Den Zugang zu Tabakwaren erschweren

	Altersgrenze für Abgabe	Zigarettenautomaten
Schweiz	keine	vorhanden
Dänemark	keine	vorhanden
Schweden	keine	mit Einschränkung
Frankreich (1.03.2003)	16 Jahre	verboten
Deutschland (1.04.2003)	16 Jahre	vorhanden
Österreich	16 Jahre	vorhanden
Spanien	16 Jahre	vorhanden
Italien	16 Jahre	vorhanden
Großbritannien	16 Jahre	mit Einschränkung
Finnland	18 Jahre	mit Einschränkung
Polen	18 Jahre	verboten
Norwegen	18 Jahre	verboten

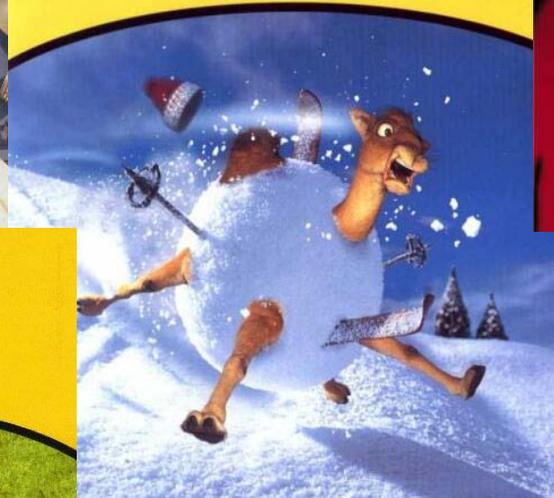
Kinder- bzw. jugendspezifische Tabakwerbung

Heute schon 'ne Camel vernascht?



A cartoon camel is lying in a bed with white pillows and a blanket, looking towards the camera. A small pack of Camel Lights cigarettes is visible on a bedside table.

LasS DeJNE
CaMels nJE alleJN
aUF dJe PJsTe.



'Ne Camel
koMmt beSser ohne
KaUGuMMi.



A cartoon camel is sitting on a paved area, looking frustrated. It has several pieces of pink chewing gum stuck to its mouth and body, making it difficult to move.

TEST IT.



Two women are standing in a nightclub setting. One woman is wearing a dark jacket and jeans, the other is wearing a white dress with a pink feather boa. They are both holding and smoking cigarettes. A pack of West Full Flavor cigarettes is shown in the bottom right corner.

TEST IT.



A woman in a shiny red and blue futuristic suit is standing next to a man in a dark shirt and pants. They are in a modern, brightly lit interior. A pack of West Medium cigarettes is shown in the bottom right corner, with the text 'new' and 'The Wild Medium.' below it.

Werbung für Zigaretten beschränken

Tabakwerbung verboten

	... in Printmedien	... auf Plakatwänden	... in Kinos
Norwegen	ja	ja	ja
Schweden	ja	ja	ja
Finnland	ja	ja	ja
Dänemark	ja	ja	ja
Frankreich	ja	ja	ja
Polen	ja	ja	ja
Italien	ja	ja	ja
Österreich	nein	nein	ja
Schweiz	zum Teil	zum Teil	zum Teil
Deutschland	nein	nein, freiwillig	zum Teil
Großbritannien	nein, freiwillig	nein, freiwillig	nein, freiwillig
Spanien	nein	nein	nein

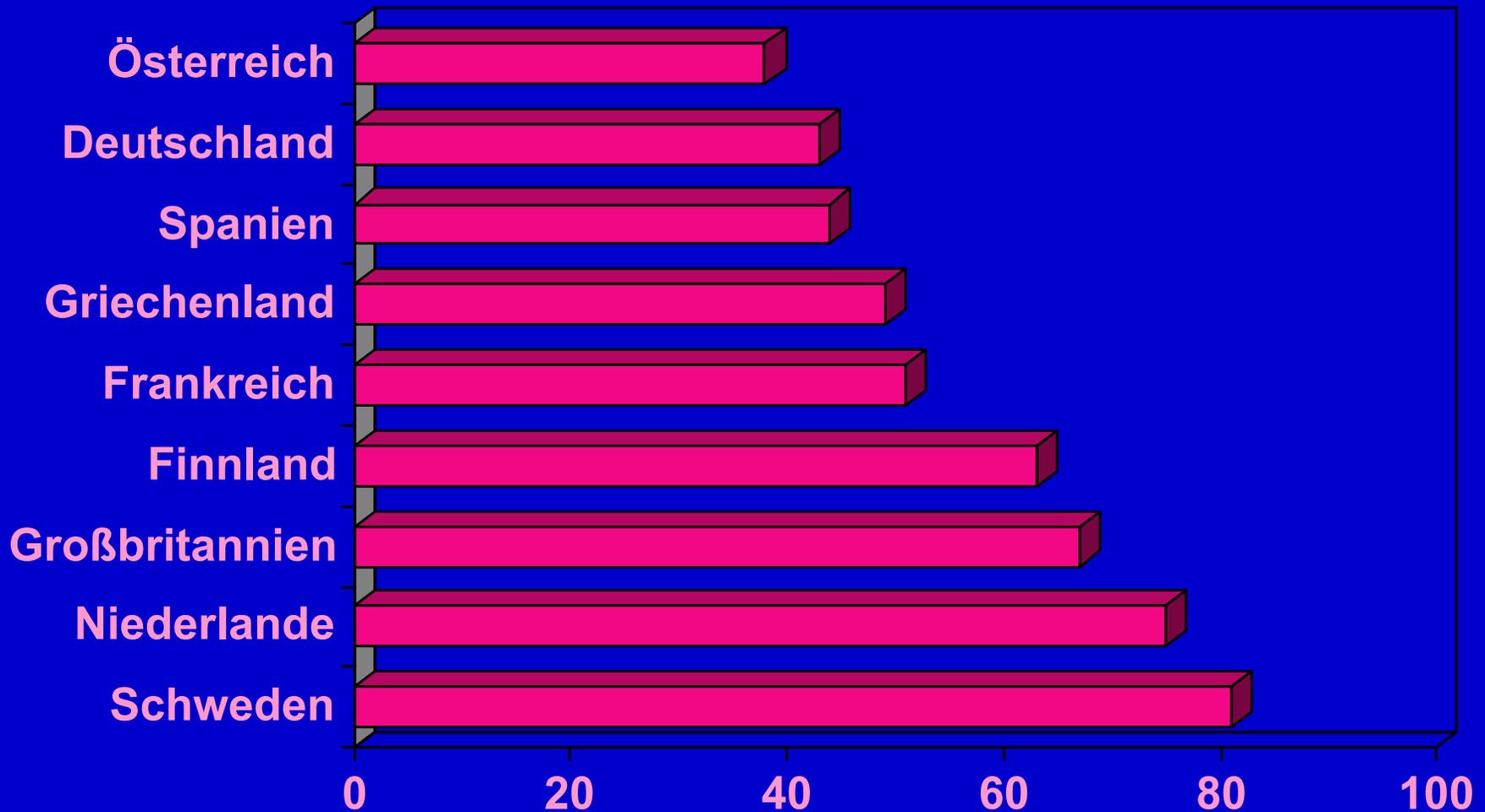
Rauchen in der Öffentlichkeit zurückdrängen

Durch Rauchverbote ...

	am Arbeitsplatz	in Ausbidungs- einrichtungen	in Kranken- häusern	in Restaurants
Polen	Verbot	Verbot	Verbot	teils verboten
Schweden	Verbot	Verbot	Verbot	teils verboten
Finnland	Verbot	Verbot	Verbot	teils verboten
Norwegen	teils verboten	teils verboten	teils verboten	teils verboten
Frankreich	teils verboten	teils verboten	teils verboten	teils verboten
Spanien	teils verboten	Verbot	Verbot	teils verboten
Italien	teils verboten	Verbot	Verbot	nein
Dänemark	teils verboten	teils verboten	teils verboten	nein
Deutschland	Verbot	teils verboten	nein	nein
Österreich	teils verboten	teils verboten	teils verboten	nein
Schweiz	freiwillig	freiwillig	freiwillig	nein
Groß- britannien	nein	nein	nein	freiwillig

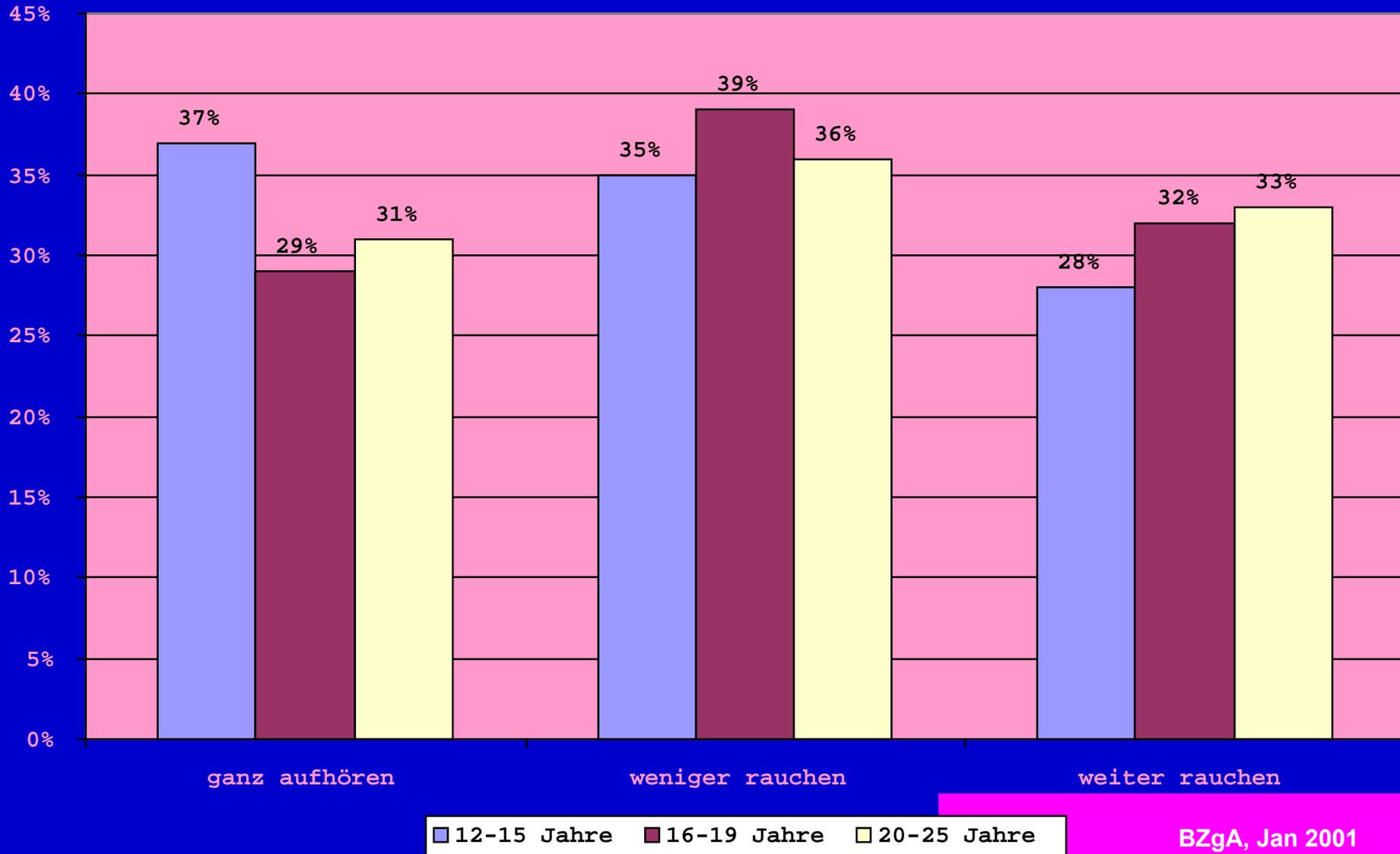
Aufhörbereitschaft im

internationalen Vergleich



INRA, 1999

Mit dem Rauchen aufhören?



BZgA, Jan 2001

Aufhörversuche Jugendliche



- Etwa 66 % der 18-jährigen Raucherinnen und Raucher, bedauern, mit dem Rauchen angefangen zu haben. 50% haben bereits erfolglose Aufhörversuche hinter sich.
- **Selbstinitiierte Versuche ohne externe Unterstützung sind am häufigsten.**
- **Aufhörraten:**
 - 13,6 % - ein Monat
 - 10 % - vier Monate
 - 7,8 % - sechs Monate

Förderung der Raucherentwöhnung

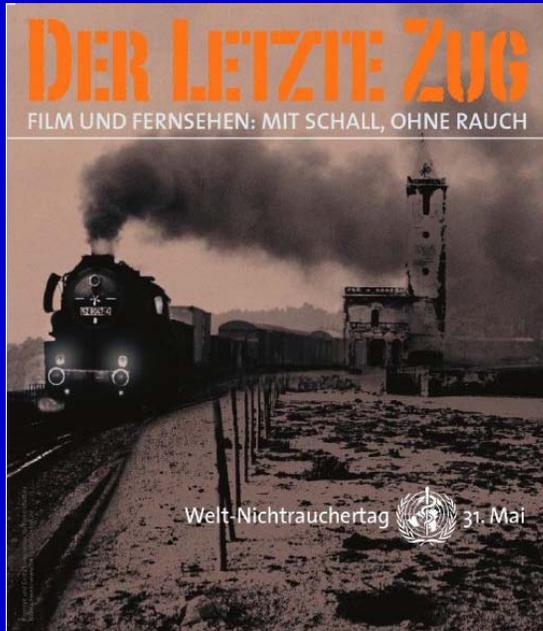
Maßnahmen ...

wie z.B. **Fortbildungen von Ärzten und Gesundheitsberufen** in der Raucherentwöhnung, Kliniken zur Behandlung der Tabakabhängigkeit, **Quitlines** (Raucherberatungstelefone) und finanzielle Unterstützung für die Verwendung von **medikamentösen Raucherentwöhnungstherapien** (Nikotinkaugummis, - pflaster etc.) gibt es in u.a.

Frankreich, Polen, Großbritannien und Dänemark.

Nichtrauchen fördern

Klasse 2000
Grundschulen



FEEL FREE TO SAY NO

Zur Anzeige wird der QuickTime Dekompressor "Foto - JPEG" benötigt.

Rauchende Schauspieler sind falsche Vorbilder für junge Menschen. 5 Dlux mit der Schleichwerbung für Tabakprodukte in Film und Fernsehen. Das AKTIONSBÜNDNIS NICHTRAUCHEN und die DEUTSCHE KREBSHILFE rufen die Unterhaltungsindustrie und insbesondere die Welt des Films auf, aktiv für eine rauchfreie Gesellschaft einzutreten.



Die richtige Ansprache

Die Klage, dass immer mehr Jugendliche rauchen, könnte ein kommunikativer Kardinalfehler sein.

Denn diese Botschaft sagt im Grunde: „Es ist cool zu rauchen, alle tun es, und die Alten mögen das nicht. Lasst es uns auch probieren!“

Wirkungsvoller wäre dagegen, darüber aufzuklären: „Rauchen ist Sache einer Minderheit - und von Willensschwachen“ - so der Psychologe Robert Cialdini.

(Psychologie heute, Januar 2003, Seite 13)



Kommunikationsstrategien zur Raucherentwöhnung

Publikationen

**Kommunikationsstrategien zur
Raucherentwöhnung, BZgA, Köln 2002**

**Smoking Cessation Media Campaigns from
around the World - Recommendations from
Lessons Learned - , WHO-Partnership Project,
Copenhagen 2001**

Erkenntnisse zur Diskussion

- Review, UK (1992)
Allein auf Teenager fokussierte Interventionen von Anti-Rauchen-Kampagnen sind wenig effektiv, da sich Jugendliche sehr stark am Verhalten der Elterngeneration orientieren.
- Review, USA (1998)
Effektive Botschaften wirken bei Jugendlichen und Erwachsenen:
 - Manipulation durch die Tabakindustrie
 - Passivrauchen
 - Nikotin als abhängig machende Droge
 - (eingeschränkt) Aufhören: Gründe/Informationen

These 1: Das Schockelement bringt's

Australische Kampagne 1997-1999

„Every cigarette is doing you damage“

Zielgruppe: Raucher 18-40 Jahre

Methode: drastische Darstellung der Gesundheitsgefahren des Rauchens (neue Information), Quitline

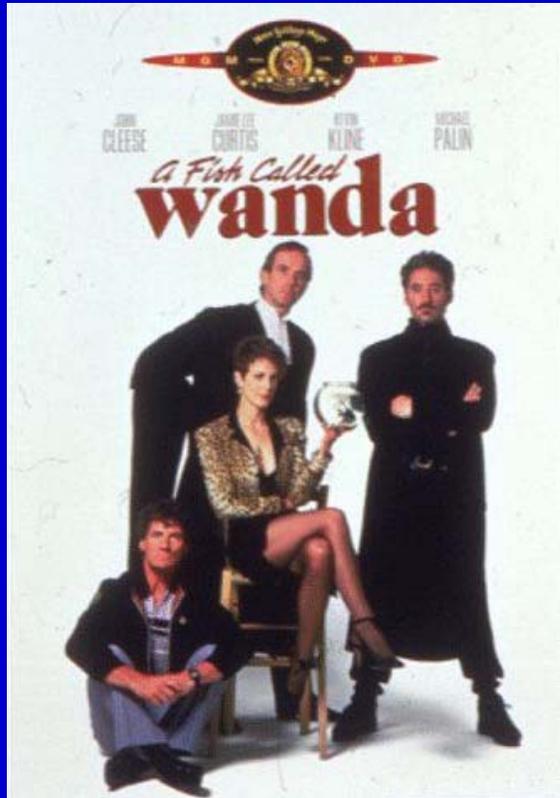
Effekt: hoher Wiedererkennungswert, Aufhörbereitschaft gefördert

Every cigarette
is doing you damage

Quit
131 848

THE NATIONAL TERTIARY EDUCATION
IN SYDNEY, 1997-1999. NATIONAL TERTIARY EDUCATION

These 2: Mit Humor geht es besser



- **John Cleese -TV- Kampagne** in UK von 1992-1994 (regional) und 1994-95 (national)
- **Zielgruppe:** Raucher, Ex-Raucher (25-44 Jahre), Familien.
- 6 Fernsehspots mit diversen spezifischen Botschaften, immer mit Humor und Hinweis auf Quitline
- **Kosten:** ca. 12.5 Mio £
- **Wirkung:** gut - nach 18 Monaten Laufzeit!