

## **Zusammenfassung des Schlussberichts – Zweckmässigkeit der Präventionsbotschaften und Tabakkonsum bei den Jugendlichen im Alter von 14 bis 18 Jahren**

Im Jahr 2009 haben 24% der Schweizer Jugendlichen im Alter von 14 bis 19 Jahren geraucht (Radtke, Keller, Krebs, & Hornung, 2009). In der Pubertät, die den Übergang ins Erwachsenenalter markiert und in der grosse körperliche und biologische Veränderungen, aber auch Veränderungen der Identität und des Verhaltens stattfinden, kommt es nicht selten zu Risikoverhalten wie Tabakkonsum. Obwohl dies bekannt ist, richtet sich nur ein relativ kleiner Teil der Gesundheitspräventionsprogramme an die jüngeren Jugendlichen und nur wenige Studien haben sich mit den Präventionsbotschaften auf den Zigarettenpäckchen auseinandergesetzt.

Das Ziel dieser Studie war es, die Auswirkungen der Tabakpräventionsbotschaften auf den Zigarettenpäckchen auf das Rauchverhalten der Jugendlichen zu optimieren. Dazu wurden die Einstellungen und die individuellen Unterschiede der Raucherinnen und Raucher und der Nichtraucherinnen und Nichtraucher in einer Stichprobe von Jugendlichen unterschiedlichen Alters aus der Romandie untersucht. Diese Forschungsarbeit, die drei Phasen umfasste, war auf die Auswirkungen der verschiedenen psycholinguistischen Variablen, die in den Tabakpräventionsbotschaften enthalten sind, auf den Umgang mit Informationen, auf gewisse psychologische Faktoren und auf das Gesundheitsverhalten der Jugendlichen im Alter von 14, 16 und 18 Jahren ausgerichtet. In der ersten Phase, die den Titel "Erarbeitung von Botschaften und mentale Auswirkungen" trägt, wurden die Variablen definiert, die sich auf den Umgang mit Präventionsbotschaften durch die Jugendlichen auswirken. Die zweite Phase "Allgemeine Einstellungen der Zielgruppen" beinhaltete ein Monitoring der Einstellungen, der Absichten und des Verhaltes der Jugendlichen in Bezug auf Tabak und Alkohol. In der Phase "Veränderung der Einstellungen" schliesslich wurden aussagekräftige Botschaften (die in der ersten Phase identifiziert wurden) vorgeschlagen und ihre Auswirkungen auf die Einstellungen (die in der zweiten Phase identifiziert wurden) und das Tabakverhalten nach dem Lesen der Botschaften gemessen. In einer letzten Phase wurden die Auswirkungen auf die Einstellungen und das Verhalten drei Monate nach der Verbreitung der Präventionsbotschaften gemessen. Das Endziel bestand darin festzustellen, welcher Botschaftsinhalt zweckmässig ist, um die Jugendlichen davon abzuhalten, mit Rauchen zu beginnen, oder sie dazu zu bringen, den Tabakkonsum zu senken oder gar dieses Risikoverhalten aufzugeben.

Unsere Ergebnisse zeigen, dass grosse Unterschiede zwischen den Altersgruppen (14, 16 und 18 Jahre) und zwischen den Personen, die rauchen, und denjenigen, die nie es nie ausprobiert haben, bestehen. Grundsätzlich nimmt der Tabakkonsum mit steigendem Alter zu, auch wenn die Mehrheit der Jugendlichen angibt, nicht zu rauchen (85%, n=238). Der Alkoholkonsum, unabhängig davon ob regelmässig oder sporadisch getrunken wird, spielt ebenfalls eine wichtige Rolle, denn die Wahrscheinlichkeit, dass ein Jugendlicher egal welchen Alters raucht, wird dadurch erhöht. Es scheint ausserdem, dass ein einziges Trunkenheitserlebnis bereits zu Unterschieden beim Umgang mit tabakbezogenen Informationen führen kann. Zudem wird das Risiko zu rauchen durch ein hohes Bewusstsein für die Gefahren des Tabaks deutlich gesenkt. Hingegen haben wir nur wenige Auswirkungen auf das Verhalten, die Einstellungen und die Überzeugungen nach dem Lesen der Präventionsbotschaften des BAG und denjenigen, die im Rahmen dieser Forschungsarbeit erarbeitet wurden, beobachtet. Schliesslich scheinen die experimentellen Botschaften einen grösseren Einfluss auf die Nichtraucherinnen und Nichtraucher sowie die jüngeren Jugendlichen zu haben.