
Zusammenfassung des Schlussberichts – Partnerkampagne SmokeFree in der Übergangsphase zur NCD-/Sucht-Strategie

Als direktes Nachfolgeprojekt der Partnerkampagne NPT 2014–2017 mit dem Slogan «SmokeFree. Ich bin stärker» wurde die Kampagne im Übergang zu den neuen Strategien «Sucht» und «Prävention nichtübertragbarer Krankheiten» (NCD-Strategie) befristet um ein Jahr verlängert. Die Fortführung der Kampagne erfolgte in reduzierter Form. Die finanzielle Beteiligung durch den Tabakpräventionsfonds (TPF) betrug CHF 300 000.- im Verlängerungsjahr, was rund einem Zehntel des bisherigen Jahresbudgets entspricht. Eine neunköpfige Steuergruppe mit Vertreterinnen und Vertretern des Bundesamts für Gesundheit (BAG), von Kantonen und NGOs wirkte weiterhin als strategisches Steuerungsgremium der Kampagne.

Auch im Verlängerungsjahr 2018 sensibilisierte die Kampagne für die Gefahren des Tabakrauchens und nahm besonderen Bezug zu nichtübertragbaren Krankheiten. Die Kampagne informierte primär via Plakate an Bahnhöfen und via Social Media über Unterstützungsangebote beim Rauchstopp, insbesondere machte sie auf die Website www.smokefree.ch und die SmokeFree Buddy App aufmerksam. Die Kampagnenwebsite wurde mit Blick auf die NCD-Strategie aktualisiert und um eine zusätzliche Rubrik erweitert. Mit spezifischen Massnahmen in Medien der Migrationsbevölkerung wurden ausgewählte vulnerable Gruppen gezielt angesprochen.

Die SmokeFree-Kampagne baute im Verlängerungsjahr auf den bisherigen Sujets und Strukturen auf, um mit möglichst geringem Produktionsaufwand eine möglichst grosse Wirkung in der Zielgruppe zu erreichen.

Die Steuergruppe der Partnerkampagne SmokeFree ist der Auffassung, dass mit den umgesetzten Massnahmen innerhalb des gegebenen Budgetrahmens ein Optimum an Wirkung erzielt werden konnte. Die Kampagnentätigkeit war eine sinnvolle Ergänzung zu den anderen Aktivitäten der Tabakprävention.