
Zusammenfassung des Schlussberichts: Rauchstoppkampagne im Tessin «Jede Zigarette schadet Ihnen!»

Ausgangslage

Zur Ergänzung der verschiedenen Projekte, die im Rahmen des Nationalen Rauchstopp-Programms seit 2001 durchgeführt werden, wurde dem Tabakpräventionsfonds anfangs Juni 2007 der Antrag gestellt, die in mehreren Ländern erfolgreiche, in Australien entwickelte massenmediale Kampagne „Every cigarette is doing you damage!“ als weiteres Element in das Programm aufzunehmen. Träger des Nationalen Rauchstopp-Programms sind die Krebsliga Schweiz, die Schweizerischen Herzstiftung und die Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention.

Dem Tabakpräventionsfonds wurde vorgeschlagen, die Kampagne in einer ersten Phase auf das Tessin zu begrenzen. Damit sollte getestet werden, ob die Kampagne auch in der Schweiz auf ein positives Echo stösst. Die Ausdehnung auf die ganze Schweiz während 2 ½ Jahren war damals ebenfalls Gegenstand des Antrags.

Der Tabakpräventionsfonds bewilligte mit Verfügung vom 15.2.08 die Tessinerphase der Kampagne, die im Spätsommer/Herbst 2008 durchgeführt wurde.

Grundlagen

Dem Konzept der australischen Kampagne liegt die Erfahrung zugrunde, dass es nebst einem einfach zugänglichen evidenzbasierten und auf einem hohen Qualitätsniveau angesiedelten Therapieangebot zur Behandlung der Nikotinsucht notwendig ist, den Raucherinnen und Rauchern die Notwendigkeit und Bedeutung des Rauchstopps immer wieder in Erinnerung zu rufen, das Unterstützungsangebot beim Rauchstopp bekannt zu machen und dessen Nutzung nahe zu legen.

Inhalt und Botschaft der Kampagne

Umfassende Arbeiten, im Bericht „Smoking Cessation Media Campaigns WHO Europe 2001“ zusammengefasst, lassen den Schluss zu, dass die Verwendung von Gesundheitsinformationen mit neuem bzw. weniger bekanntem Informationsgehalt, die nicht ignoriert werden können, die beste Aussicht auf Erfolg bietet.

In den Werbespots (Kernstück der Kampagne) werden schädliche Auswirkungen des Rauchens realitätsgetreu dargestellt. Gleichzeitig werden die Zuschauer am Schluss des Werbespots darauf aufmerksam gemacht, dass Hilfe beim Rauchstopp dank der zur Verfügung stehenden telefonischen Beratung vorhanden ist.

Kampagne im Tessin (Spätsommer/Herbst 08)

In der ersten Phase der Kampagne im Tessin ging es darum, die Akzeptanz, Resonanz sowie die Wirkung der Kampagne auf die Raucherinnen und Raucher zu überprüfen. Hauptzielgruppe war die rauchende Bevölkerung im Alter von 20 bis 55 Jahren. Zum Einsatz kamen in erster Linie Werbespots im Fernsehen und im Kino.

Die Kampagne wurde in der Öffentlichkeit, insbesondere bei der Zielgruppe der Raucherinnen und Raucher, sehr gut beachtet und fand auch eine hohe Akzeptanz. Sie hinterliess deutliche Erinnerungsspuren an die Themen der einzelnen Spots. Sie gab Anlass zu Diskussionen zum Rauchen im Familien- und Freundeskreis. Während der Kampagne hat die Nachfrage nach der Rauchstopplinie sehr stark zugenommen. Ebenfalls konnte eine Erhöhung des Verkaufs von Medikamenten zur Unterstützung beim Rauchstopp registriert werden. Kritik an der Kampagne, etwa im Sinne, sie brüskiere zu stark, wurde weder vom Publikum noch von den Medien geäussert. Raucherinnen und Raucher fühlten sich zwar von der Kampagne betroffen, in der Evaluation konnte aber nur eine geringfügige Erhöhung der

Bereitschaft zum Rauchstopp gemessen werden. Dies steht im Gegensatz zu den Kampagnenresultaten, insbesondere aus Australien.

Aus den erfolgreichen Ergebnissen der Kampagne, insb. die hohe Akzeptanz der Kampagne, die Zunahme der Inanspruchnahme von Hilfeleistungen beim Rauchstopp (telefonische Rauchstopp-Beratung, medikamentöse Unterstützung) ziehen die Verantwortlichen des Nationalen Rauchstopp-Programms den Schluss, dem Tabakpräventionsfonds den Antrag für eine Ausweitung der Kampagne auf die ganze Schweiz zu unterbreiten. Dank wesentlichen Änderungen im Evaluationsverfahren sollen die Auswirkungen der Kampagne auf die Raucherinnen und Raucher noch genauer überprüft werden können.