

# smokeeffects - make up your mind!

---

smokeeffects

Zusammenfassung Ergebnisse  
Vorprojekt 09/2005-08/2007



23-jährig

55-jährig, Nichtraucherin

55-jährig, Raucherin

*Das Projekt wird durch den Tabakpräventionsfonds und die Krankenfürsorgestiftung der GGG, Basel, finanziell unterstützt. Die Projektergebnisse basieren auf der Schlussevaluation durch das Institut für Sozial- und Präventivmedizin Basel.*



smokeeffects - make up your mind!

---

# 1. Ergebnisse smokeeffects-Events



smokeeffects - make up your mind!

---

## 1.1 smokeeffects...

...sensibilisiert für den Zusammenhang Rauchen und Schönheit und informiert über geschlechtsspezifische Schönheits- und Gesundheitsrisiken.



smokeeffects - make up your mind!

---

- ❑ 14 Events an 30 Tagen in 12 Städten
- ❑ Verschiedene Settings: Gewerbemessen, Schulen, SBB-Bahnhöfe, Disco, Miss-Zentral-Schweiz-Wahl...



smokeeffects - make up your mind!

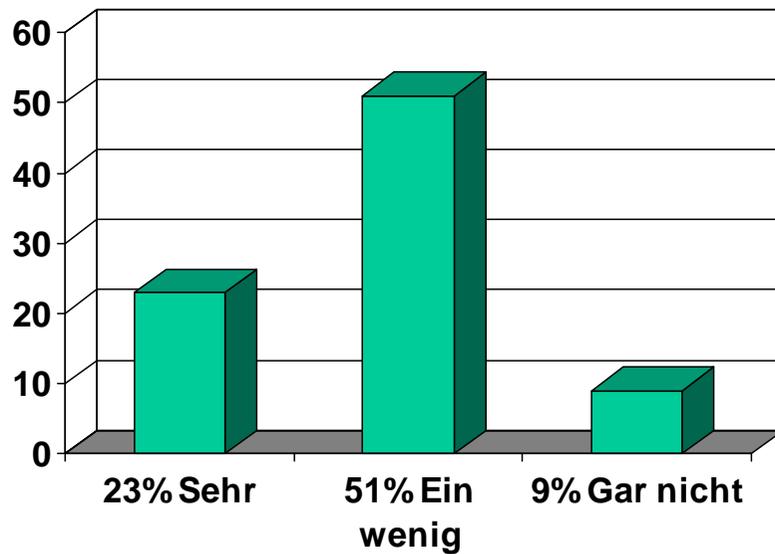
---

- 976 junge Frauen zwischen 15 und 25 Jahren liessen sich „agen“ und beraten – 42% rauchten



## 1.2 Die Aging-Bilder sind glaubwürdig und persönlich wichtig.

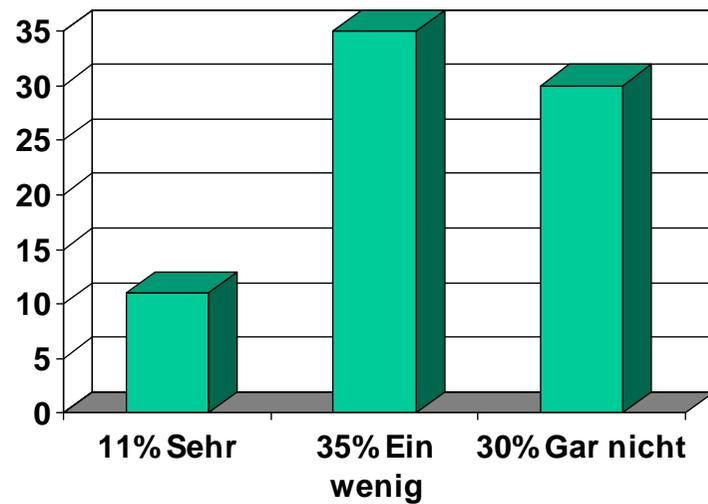
- „Ich fand die bildliche Darstellung realistisch“:



smokeeffects - make up your mind!

---

□ „Ich fand die bildliche Darstellung übertrieben“:



smokeeffects - make up your mind!

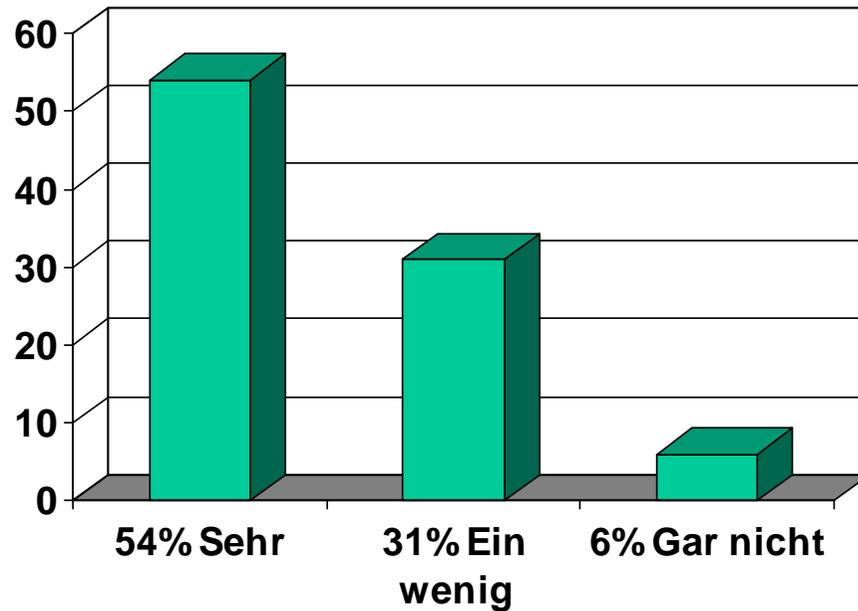
## 1.3 Die Aging-Bilder sprechen die Teilnehmerinnen emotional an



smokeeffects - make up your mind!

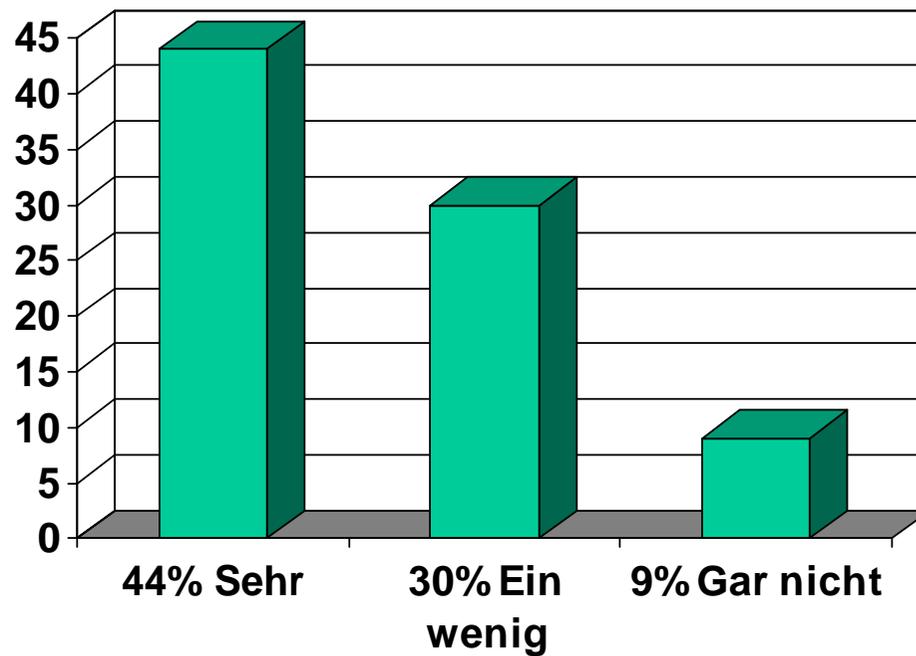
---

□ „Die bildliche Darstellung hat mich angesprochen“:



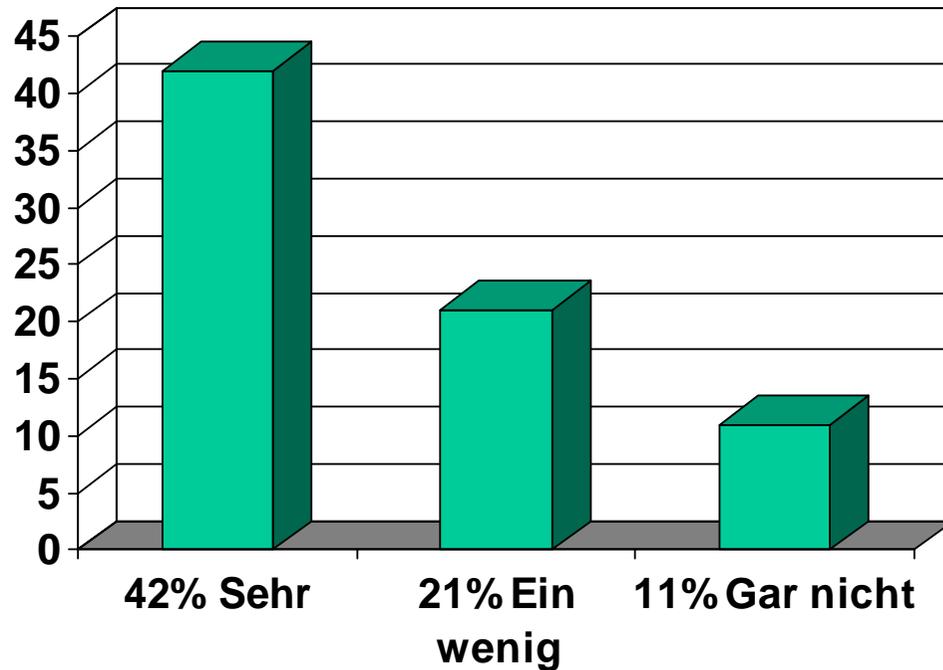
smokeeffects - make up your mind!

■ „Ich fand die bildliche Darstellungen schockierend“:



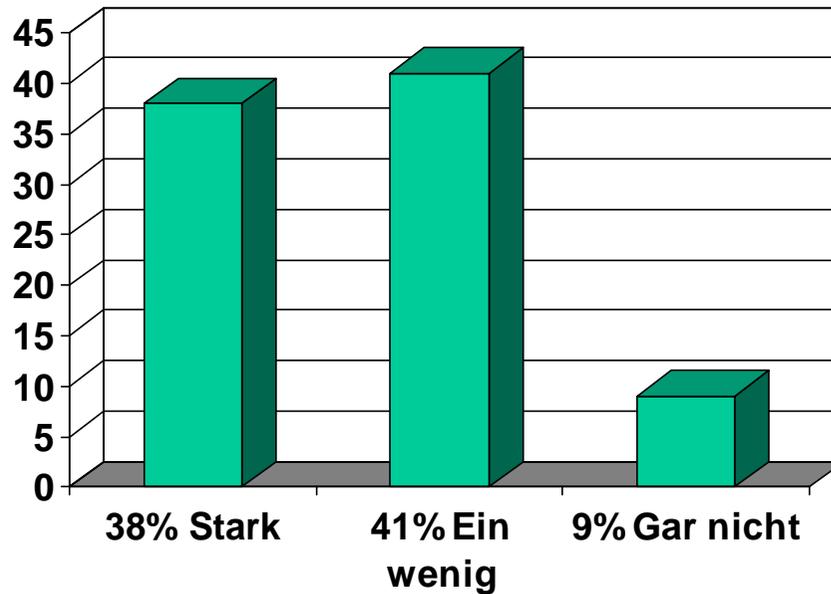
smokeeffects - make up your mind!

□ „Die bildliche Darstellung hat auf mich abstossend gewirkt“:



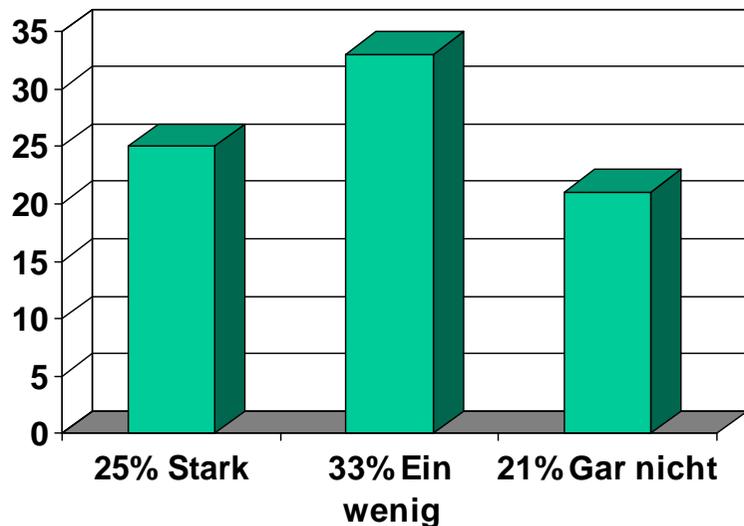
## 1.4 Die Einstellung junger Frauen zum Rauchen ändert sich.

- „Die bildliche Darstellung hat mich zum Nachdenken angeregt“:



## 1.5 Die Handlungsbereitschaft zugunsten des Nichtrauchens wird erhöht.

- „Die bildliche Darstellung hat mich motiviert, mit dem Rauchen aufzuhören/nicht mit Rauchen anzufangen“:

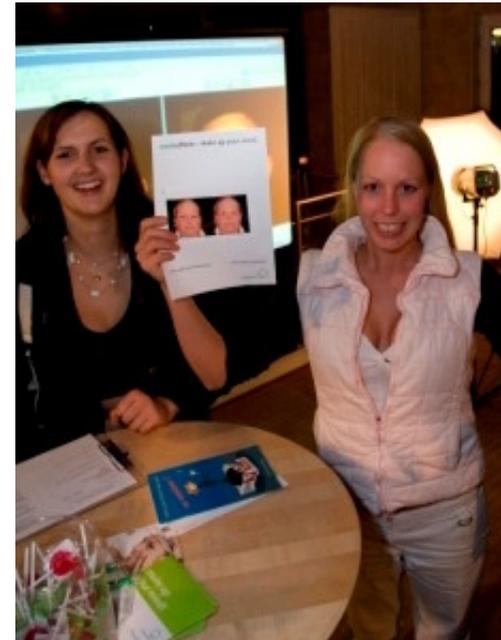


→ Grösste Resonanz bei Raucherinnen mit höchster Rauchstopp-Motivation.

→ smokeeffects als möglicher zusätzlicher Motivationsschub in Richtung Rauchstopp.

## 1.6 Weiterempfehlung

- 82% der Teilnehmerinnen würde einer Freundin empfehlen, sich agen zu lassen.



## 1.7 Verbesserungen am smokeeffects- Stand

- Optimierung Aging-Software auf weibliche Zielgruppe
- Steigerung Durchlauf Teilnehmerinnen durch zunehmende Erfahrung und bessere Organisation der Betreuung am Stand
- Erhöhung der Erkennbarkeit des Standes durch einheitliche T-Shirts des Personals und smokeeffects-Werbe-Banner

## 1.8 Statements Teilnehmerinnen

- „Ich finde die Aktion sehr gut. Es bringt jemanden zum Nachdenken.“ (Schülerin, 16)
- „Ich fand die Veranstaltung toll, es hat mir Spass gemacht.“ (Frau in Ausbildung, 17)
- „Die Idee ist gut, eindrücklich, anschaulich. Gespräche dazu sind wichtig.“ (Schülerin, 21)
- „Die bildliche Darstellung hat mich ein wenig geschockt.“ (Schülerin, 21)
- „Die Bilder haben mir gezeigt, dass es nicht gesund ist, zu rauchen.“ (Schülerin, 16)
- „Es sollte mehr solche Stände in der Stadt haben.“ (Schülerin, 17)
- **„Am smokeeffects-Anlass bei uns in der Schule habe ich mir wegen der Aging-Bilder zum ersten Mal überhaupt ernsthaft überlegt, mit dem Rauchen aufzuhören.“ (Schülerin, 17)**

## 1.9 Statements Veranstalter

- „Junge Frauen fühlen sich von **smokeeffects** sehr angesprochen und haben in der Regel noch wenig Informationen zum Thema Hautalterung und Rauchen.“
- „**smokeeffects** ist frisch und jung. Man geht spielerisch mit einem ernstem Thema um und gewinnt so das Vertrauen von jungen Menschen.“  
(Sachbearbeiterin)
- „**smokeeffects** sensibilisiert junge Frauen und viele Leute werden an Veranstaltungen auf die Aging-Bilder aufmerksam.“  
(Gesundheitsschwester)
- „Ich empfehle **smokeeffects** weiter, denn ist eine sehr gute Möglichkeit, um junge Frauen zu sensibilisieren, zu informieren, zum Nachdenken und zum Aussteigen zu bewegen.“ (Geschäftsleiter)

smokeeffects - make up your mind!

---

## 2. Ergebnisse Rauchstopptraining

## 2.1 Das Projektziel „Das geschlechtsspezifische Rauchstoppangebot ist erfolgreich“ konnte nicht erreicht werden.

- Das Rauchstopptraining wurde zweimal angeboten. Obwohl es interessierte Frauen gab, nahmen beide Male keine von ihnen daran teil.
- Dementsprechend konnte das Training auch nicht wie geplant von anderen Tabakpräventionsstellen adaptiert werden.

smokeeffects - make up your mind!

---

### 3. Ergebnisse smokeeffects als Modul der Tabakprävention

### **3.1 Fachpersonen sind für die geschlechtsspezifische Tabakprävention sensibilisiert. Sie kennen smokeeffects und finden das Projekt sinnvoll.**

- Rund 20 Fachpersonen wurden durch gemeinsame Events, zusätzliche durch Informations- und Vernetzungsarbeiten über smokeeffects informiert.
- Die Mehrheit von 65 befragten Fachpersonen der Tabakprävention kennt smokeeffects gut bis sehr gut und erachtet es als sinnvoll in der Arbeit mit jungen Frauen.
- Die Mehrheit der bisherigen Veranstalter empfiehlt den Einsatz weiter.

smokeeffects - make up your mind!

**3.2 Die Botschafterin Jennifer Ann Gerber ist bekannt. Postkarten und Plakate mit ihr als Motiv wurden verwendet.**



**3.3 Die Broschüren „make up your mind!“ und „Frau und Tabak“ werden angefordert und verwendet.**



smokeeffects



smokeeffects - make up your mind!

---

### 3.4 Der Kinospot smokeeffects wird ausgestrahlt und erreicht in Basel ca. 110'000 Kontakte.



smokeeffects - make up your mind!

---

**3.5 Das Projekt smokeeffects und die jeweiligen Events erzeugen rund 60 Berichte und Erwähnungen in verschiedenen regionalen und überregionalen Printmedien, Fernsehsendern, Radioprogrammen und Internet-News-Seiten.**



smokeeffects - make up your mind!

---

- ▣ Aargauer Zeitung
- ▣ Basler Zeitung
- ▣ Berner Zeitung
- ▣ 20 Minuten
- ▣ Der Bund
- ▣ Neue Luzerner Zeitung ONLINE
- ▣ Medical Tribune public
- ▣ Blick Gesundheitsratgeber
- ▣ Gesundheit Sprechstunde
- ▣ Radio DRS Virus
- ▣ Radio Pilatus
- ▣ Telebasel
- ▣ Schweizer Fernsehen SF1: Tagesschau Hauptausgabe



## 3.6 Projektmaterialien und Werbemittel:

- Projekt-Flyer für Zielgruppe und für interessierte Fachleute



- Handbuch für Veranstalter
- Projektmappe
- Baggis



smokeeffects - make up your mind!

---

## 4. Ergebnisse Nutzung [www.smokeeffects.ch](http://www.smokeeffects.ch)

smokeeffects - make up your mind!

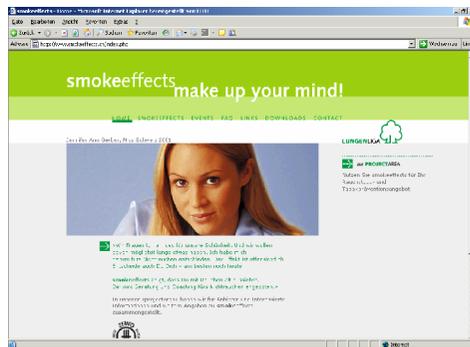
## 4.1 Anzahl Besucher/innen www.smokeeffects.ch

82	Juli 2006
223	August 2006
433	September 2006
747	Oktober 2006
547	November 2006
533	Dezember 2006
579	Januar 2007
527	Februar 2007
807	März 2007
994	April 2007
25'906	Mai 2007
1'571	Juni 2007
1'442	Juli 2007
<b>34'391</b>	<b>Total</b>



## smokeeffects - make up your mind!

- Total 5024 Hits auf den Aging-Beispielen und total 2428 Hits auf den Informationsseiten (FAQ).



- Es werden Flyer und andere Projektunterlagen über das Internet bestellt.
- Kontaktaufnahmen oder Anmeldungen zum Rauchstopptraining über die Homepage gibt es keine.

## 5. Kurzer Ausblick: smokeeffects ab September 2007

- smokeeffects-Events in Basel, Chur, Schaffhausen, Zürich, St. Gallen, Bern...
- Überprüfung Rauchstoppangebot anhand Befragungen und Zusammenarbeit mit der Zielgruppe und Experten
- Konzept neues modifiziertes Rauchstoppangebot
- Neues Unterstützungsgesuch an Tabakpräventionsfonds