



Schlussbericht für Tabakpräventionsprojekte und -programme

(bitte nicht handschriftlich ausfüllen)

Projektname	Arbeitsplatz.rauchfrei	
Projektstart	Projektverlängerung ab 1.1.2007	
Projektende	31.5.2009	
Beitragsempfängerin / Beitragsempfänger	Name Strasse / Nr. PLZ / Ort	Bundesamt für Gesundheit 3003 Bern
Kontaktperson	Karine Begey	
Verfügungsnummer	06.004874	
Verfügungssumme	935'000 CHF	

Ort / Datum

2.11.2009

Unterschrift

INHALTSVERZEICHNIS

1	Zusammenfassung des Schlussberichts	2
2	Kurzer Projektbeschrieb	3
3	Geplante Ziele	3
4	Erreichte Ziele	4
5	Leistungsergebnisse (Output).....	5
6	Erreichte Wirkungen (Impact).....	6
7	Projektrückblick und Erfahrungen	6
8	Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung)	7
9	Chancengleichheit.....	8
10	Auf den Punkt gebracht	8
11	Empfehlungen.....	8
12	Weitere Punkte.....	8

1 Zusammenfassung des Schlussberichts

*Stellen Sie kurz den Projektverlauf, wichtigste Erkenntnisse, Schlussfolgerungen und Empfehlungen dar.
Max. 1 Seite*

Mit der Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei.“ wollten das Bundesamt für Gesundheit (BAG), das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) und die Schweizer Krankenversicherer (santésuisse) (Trägerschaft) Unternehmen in der Schweiz motivieren, ihre Mitarbeitenden vor Passivrauch zu schützen. Die Aktion war Teil der Settingstrategie des BAG und ergänzte die Kampagne des BAG zur Tabakprävention „Bravo“ resp. „Weniger Rauch. Mehr Leben.“. Die Aktion war auf die drei Phasen Bronze, Silber und Gold angelegt. Die Phase Bronze startete im Oktober 2006. Mit der Phase Gold wurde die Aktion Ende Mai 2009 beendet. Teilnehmende Betriebe konnten sich für entsprechende Kategorien anmelden und innerhalb der Kategorien bis Gold aufsteigen (gänzlich rauchfreie Betriebe). In den Phasen Silber und Gold wurden je acht Gewinnerfirmen ausgelost, die auf die Erfüllung der Kriterien hin überprüft wurden. Die Überprüfung der Firmen wurde von der Arbeitsgemeinschaft Tabak zusammen mit den kantonalen Fachstellen koordiniert.

Als Setting-Massnahme hat „arbeitsplatz.rauchfrei.“ die Dachkampagne „Weniger Rauch. Mehr Leben.“ vormals „Bravo“-Kampagne unterstützt. Die in der Phase Bronze aufgebauten Strukturen bewährten sich auch für die zweite und dritte Phase des Projekts. Das Projektsekretariat wurde weitergeführt und die Trägerschaft hat sich bei jedem Meilenstein der Aktion getroffen um gemeinsam die nächsten Schritte zu bestimmen. Die Trägerschaft hat auch weiterhin mit der Arbeitsgemeinschaft Tabak gearbeitet, welche die Kontrolle der Gewinnerfirmen koordinierte. Die kantonalen Fachstellen haben diese Kontrollen durchgeführt. Die Zusammenarbeit funktionierte einwandfrei.

Die Website von „arbeitsplatz.rauchfrei.“ hat bei der Aktion eine wichtige Rolle gespielt. Sie war auf der Webseite von bravo.ch integriert und trug somit dazu bei, die Bravo-Website bekannt zu machen und eine Vielzahl an Zugriffen zu generieren. Die Website „arbeitsplatz.rauchfrei.“ bleibt über das Projektende hinaus bis Ende 2009 in Betrieb. Während der ganzen Dauer der Aktion hat die Website eine entscheidende Rolle gespielt: Betriebe haben sich mehrheitlich online angemeldet, und die Website wurde laufend mit Informationen aktuell gehalten. Porträts der Gewinnerfirmen, Informationen und Impressionen von der Preisverleihung, die Resultaten der Evaluation, usw. wurden aufgeschaltet. Für die Publikation der Evaluationsergebnisse der Module 1 und 2 von LINK wurde eine eigene Rubrik eingerichtet. 2008 wurde der grafische Auftritt der Website überarbeitet und neu wurde ein Shop mit Download-Möglichkeit von Plakaten, Bannern und Klebern im Design der Aktion eingerichtet.

Im März 2006 wurden 6500 Betriebe in der Schweiz mit einem Mailing angeschrieben. Nach Anmeldeschluss für das erste Projektjahr (30.09.2006) hatten sich 782 Firmen angemeldet.

Im April 2007 wurden insgesamt 35'000 Firmen mit einem Mailing, bestehend aus einem Begleitschreiben und dem Flyer zur Aktion, bedient. 972 zusätzliche Betriebe haben sich angemeldet (Total seit Anfang der Aktion: 1754 Betriebe)

Im Mai 2008 wurde zum letzten Mal ein Mail verschickt. Insgesamt 26'000 Firmen in der ganzen Schweiz wurden zur Teilnahme an der letzten Phase der Aktion (Phase Gold) aufgerufen. Durch dieses Mailing konnten per 31. August 2008 insgesamt 612 Neuanmeldungen verzeichnet werden. Die Rücklaufquote auf das Mailing betrug per Anmeldeschluss 1.95 %.

Bei Anmeldeschluss hatten 2'366 Firmen an der Aktion «arbeitsplatz.rauchfrei.» teilgenommen (davon 1'587 aus der Deutschschweiz, 348 aus der Romandie und 431 aus dem Tessin). Die Aktion erreichte, hochgerechnet über alle Betriebe hinweg, 220'000 Mitarbeitende.

Im Mai 2009 wurde im Namen der Trägerschaft an alle 2'633 teilnehmenden Betriebe ein Dankesmailing verschickt. Dieses enthielt nebst dem Dank für das geleistete Engagement auch Aussagen von Mitarbeitenden der Gewinnerfirmen der Phase Gold und Zahlen und Fakten zum Thema Passivrauchen. Die Fachstellen und weitere für die Aktion wichtige Akteure erhielten im Mai 2009 einen persönlichen Dankesbrief für ihr Engagement und ihr Mitwirken im Rahmen der Aktion.

Die angemeldeten Betriebe wurden mit einem Newsmail über den Verlauf der Aktion informiert.

Verlosung und Preisverleihung

Im Verlauf der Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei.“ haben zwei Verlosungen unter notarieller Aufsicht stattgefunden. Für die erste Verlosung (12. Juli 2007) wurden aus allen damals angemeldeten Firmen acht Betriebe

ausgelost (4 aus der Kategorie Silber und 4 aus der Kategorie Gold). Die zweite Verlosung fand am 15.09.2008 statt. Alle Firmen wurden anschliessend von den kantonalen Fachstellen auf die Einhaltung der Wettbewerbskriterien hin überprüft. Die Kontrollen wurden durch die Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention koordiniert.

Um mit der Preisverleihung der letzten Phase einen feierlichen Akzent zu setzen, wurde eine zentrale Preisverleihung durchgeführt. Die Preisverleihung fand am 18. November 2008 im Politforum des Bundes im Käfigturm in Bern statt. Anwesend waren Vertreter/innen von sieben der acht Gewinnerfirmen sowie Vertreter der Trägerschaft und Mitarbeitende des BAG.

2 Kurzer Projektbeschrieb

(Der Projektbeschrieb ermöglicht es, den Bericht auch ohne Projektkennntnisse zu verstehen)

Die Aktion «arbeitsplatz.rauchfrei.» wurde von der Trägerschaft Bundesamt für Gesundheit (BAG), die Schweizer Krankenversicherer (santésuisse) und das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) im Februar 2006 lanciert. Sie hatte zum Ziel, Betriebe, Organisationen und Verwaltungen dazu anzuregen, die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden durch rauchfreie Arbeitsplätze zu schützen. Die Betriebe konnten sich in drei Kategorien – Gold, Silber oder Bronze – anmelden und ihren Status jedes Jahr um eine Kategorie verbessern. Firmen in der Kategorie «Gold» schützten ihre Arbeitnehmenden umfassend vor Passivrauchen. Alle Büros und gemeinsam genutzte Räume sind rauchfrei. In der Kategorie «Silber» war das Rauchen in der Cafeteria in dafür bezeichneten Bereichen erlaubt. Die Kategorie «Bronze» bedeutete, dass in der Cafeteria und in Einzelbüros das Rauchen möglich war. Für Rauchende konnte in allen Kategorien spezielle Raucherräume eingerichtet werden. Als Anreiz an der Aktion teilzunehmen, war diese mit einem Wettbewerb verbunden. In den Kategorien Silber und Gold wurden je acht Gewinnerfirmen ausgelost. Beworben wurde die Aktion mit Mailings an Firmen, einer Website sowie Plakaten, Bannern und Klebern zum Downloaden. Ergänzend dazu wurde auf nationaler und regionaler Ebene Medienarbeit geleistet.

3 Geplante Ziele

Stellen Sie das strategische Ziel (gemäss der Nationalen Strategie zur Tabakprävention) des Projekts dar, zu dessen Erreichung Sie mit dem Projekt beitragen wollten.

Stellen Sie die projektspezifischen Ziele gemäss Ihrem Finanzierungsgesuch dar.

Das Projekt beabsichtigte zur Erreichung der Zielsetzung 3 des Nationalen Programms zur Tabakprävention 2001-2008 (NPTP 2001-2008) beizutragen: „Nichtrauchende haben jederzeit und überall die Möglichkeit, rauchfreie Luft zu atmen“.

Die Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei.“ beruhte auf einer Settingstrategie und verfolgte folgende Ziele:

1. Die über das Setting gewonnenen Partnerschaften als Unterstützung für die politischen Interessen der Tabakprävention zu gewinnen und zu nutzen.
2. Den Tabakkonsum innerhalb eines konkreten Themas plausibel zu problematisieren und sichtbar zu machen.
3. Das Rauchen am Arbeitsplatz schrittweise einzuschränken.

Die Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei.“ orientierte sich im Speziellen an folgenden Zielsetzungen:

Öffentlichkeit/Information

- Unterstützung der Dachkampagne „Weniger Rauch. Mehr Leben.“ resp. „Bravo“.
- Thematisierung des Problems des Passivrauchens am Arbeitsplatz
- Erhöhte Akzeptanz zur Einführung rauchfreier Arbeitsplätze und Betriebe

Politik

- Das BAG weitet seine Allianzstrategie auf die Wirtschaft aus

Die departements- und amtsübergreifende Zusammenarbeit auf Verwaltungsstufe wird gefördert und ausgebaut.

Prävention

- Räumliche Einschränkung des Tabakkonsums
- Schutz vor Schäden des Passivrauchens
- Senkung des täglichen Zigarettenkonsums von Rauchenden

4 Erreichte Ziele

*Führen Sie einen Soll-Ist -Vergleich der projektspezifischen Ziele durch.
(Falls die Ziele nicht oder nur teilweise erreicht wurden, dann erläutern Sie die Gründe dazu unter Pt. 7)*

Öffentlichkeit/Information

- „arbeitsplatz.rauchfrei.“ hat die Dachkampagne „Weniger Rauch. Mehr Leben.“ Resp. „Bravo“ unterstützt. Auf sämtlichen Kommunikationsmitteln der Aktion wurde auf die Webseite verwiesen. Dies hat die Bravo-Webseite weiter bekannt gemacht und zu einer Erhöhung der Zugriffe beigetragen.
- Das BAG hat im Rahmen der Tabakpräventionskampagne des Amtes das Projekt „arbeitsplatz.rauchfrei.“ immer konsequent mitkommuniziert. Bei jeder nationalen Medienmitteilung zur Tabakkampagne wurde über den Verlauf der Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei“ informiert.
- Die Website „arbeitsplatz.rauchfrei.“ als Unterseite von „bravo.ch“ wurde rund 2'000 Mal pro Monat besucht.
- Im Rahmen der Preisverleihungen sind Beiträge zum Thema Passivrauchen vorwiegend in den regionalen Medien erschienen.
- Den angemeldeten Betrieben wurden im Online-Shop Plakate, Banner und Kleber zum Downloaden angeboten. Dieser Service wurde benutzt.
- Es wurden Newsmails an teilnehmende Betriebe geschickt
- Die Gewinnerinnen und Gewinner wurden rechtzeitig informiert
- Es wurde regelmässig über den Verlauf des Projekts an den Teammeetings informiert
- Die Akzeptanz zur Einführung rauchfreier Arbeitsplätze und Betriebe hat sich seit 2006 erhöht. Das zeigen die Resultaten aus dem Tabakmonitoring. Für das Gesamtjahr 2008 wurde auch nach der Akzeptanz eines generellen Rauchverbots am Arbeitsort gefragt: 89% der Erwerbstätigen wünschen sich am Arbeitsort ein solches Rauchverbot. Bei den nichtrauchenden Erwerbstätigen sind dies 92% aber auch 81% der rauchenden Erwerbstätigen unterstützen dieses Anliegen. Damit ist die Akzeptanz gegenüber einem Rauchverbot am Arbeitsort gegenüber 2006 (78%) deutlich gestiegen. Es ist anzunehmen, dass die Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei.“ zu diesem Paradigmenwechsel beigetragen hat.

Politik

- Mit der Einbindung von SECO und santésuisse in die Trägerschaft der Aktion hat das BAG seine Allianzstrategie in die Wirtschaft ausgeweitet. SECO und santésuisse haben zur Verbreitung der Aktion über deren eigene Informationskanäle beigetragen.
- Eine verwaltungsinterne Zusammenarbeit zwischen SECO und BAG konnte zum Thema Passivrauchen parallel zur Aktion weitergeführt werden: Beider Ämter haben zusammen die Verordnung zum Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen erarbeitet.
- Die Arbeitsgemeinschaft Tabak und die kantonalen Fachstellen konnten in die Aktion eingebunden werden. Sie koordinierten die Kontrollen in den Gewinnerbetrieben resp. führten sie durch.

Prävention

Durch die Aktion wurde der Tabakkonsum weiter räumlich eingeschränkt und der Schutz vor Passivrauchen wurde ausgedehnt.

Passivrauchen wird in den Firmen thematisiert. Insgesamt 2'366 Betriebe hatten sich per Anmeldeschluss der Aktion vom 31. August 2008 angemeldet. Diese Betriebe beschäftigen hochgerechnet rund 220'000 Mitarbeitende, die durch die Aktion vor Passivrauch geschützt werden.

Testimonials von Angestellten von teilnehmenden Betrieben zeigen, dass ein Teil der Raucherinnen und der Raucher seit der Beteiligung ihrer Arbeitgeber an der Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei“ einen Rückgang ihres Konsums feststellen.

5 Leistungsergebnisse (Output)

Bitte nennen Sie die erbrachten Leistungen (z.B. Manual, Broschüre, Schulungsunterlagen u.ä.)

Wurden alle geplanten Leistungen erbracht?

(Falls die Leistungen nur teilweise erbracht wurden, dann erläutern Sie die Gründe dazu unter Pt. 7)

Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei.“:	<ul style="list-style-type: none">-April 2007: 2. Mailing wurde an 35'000 Betriebe in der Schweiz verschickt. 716 Betriebe haben sich angemeldet.- Zwischen November 2007 und Januar 2008 fanden insgesamt 6 regionale Preisverleihungen direkt in den Gewinnerbetrieben statt.- Die Preisverleihungen wurden durch regionale Medienarbeit begleitet.- Der graphische Auftritt (Mailing, Website) wurde überarbeitet und frischer gestaltet. Die Website wurde inhaltlich angepasst und die Navigation bedienerfreundlicher gemacht. <p>Die Aktion verfügte neu über verschiedene Werbemittel im neuen Design: Kleber zum Bestellen, sowie Banner und Plakate zum Herunterladen. Ein Online Shop, wo diese Werbemittel zum Herunterladen angeboten wurden, wurde auf der Website eingerichtet.</p> <ul style="list-style-type: none">- Mai 2008: 3. Mailing (Begleitschreiben, Flyer zur Aktion und, je nach Kanton, einem Flyer zum Angebot der kantonalen Präventionsorganisationen) wurde an 26'000 Betriebe in der Schweiz verschickt. Dadurch konnten 506 Neuanmeldungen verzeichnet werden.-Dankesmailing an teilnehmende Betriebe und Unterstützende Partnerorganisationen wurde verschickt.-Zentrale Preisverleihung mit den 8 Gewinnerfirmen fand in Bern statt.-Webstatistiken wurden durchgeführt. Nach dem Versand der Mailings konnten jeweils deutlich mehr Zugriffe auf der Website verzeichnet werden.-Webseite „arbeitsplatz.rauchfrei.“ bleibt bis Ende 2009 in Betrieb als Subseite von bravo.ch- Zahlreiche Medienberichterstattungen haben stattgefunden. <p>Bei Anmeldeschluss haben 2366 Firmen an der Ak-</p>
-----------------------------------	---

	tion „arbeitsplatz.rauchfrei.“ teilgenommen. Sie erreichte somit hochgerechnet über alle Betriebe hinweg 220'000 Mitarbeitende
Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei“ wurde begleitet und betreut	Das Sekretariat der Aktion wurde von einer externen Agentur geführt. Koordinationssitzungen zwischen Projektleitung und der Agentur haben regelmässig stattgefunden. Sitzungen mit der Trägerschaft haben bei wichtigen Meilensteinen stattgefunden.
Preisverleihungen	Die Verlosung für die erste Preisverleihung fand unter notarieller Aufsicht am 12. Juli 2007 statt. Aus allen angemeldeten Firmen, welche die Kriterien der Ausschreibung erfüllten, wurden 8 Firmen ausgelost (4 aus der Kategorie Silber, 4 aus der Kategorie Gold). Zwischen November 2007 und Januar 2008 fanden insgesamt 6 regionale Preisverleihungen direkt in den Gewinnerbetrieben statt. Am 15. September 2008 fand die Verlosung der 8 Gewinnerfirmen (nur Kategorie Gold) unter notarieller Aufsicht statt. Zentrale Preisverleihung mit den 8 Gewinnerfirmen fand in Bern statt.

6 Erreichte Wirkungen (Impact)

(Diese Angaben stellen eine qualitative und subjektive Sichtweise der Projektleitenden dar..)

Wurde eine externe Wirkungsevaluation durchgeführt? Ja (bitte Bericht beilegen) / Nein

Wenn nein:

Welche Wirkungen haben Sie mit Ihrem Projekt erreicht? Worauf stützen sich Ihre Aussagen?

Das Evaluationskonzept wurde vom Tabakpräventionsfonds verabschiedet. Vorgesehen war eine 3 Module umfassende Umfrage bei über 1000 Betrieben aus den Adressen des Mailings zur Erfassung ihrer Motivation, an der Aktion «arbeitsplatz.rauchfrei.» teilzunehmen oder nicht teilzunehmen. Das Modul 1 beinhaltete eine Repräsentative Arbeitnehmerbefragung, die vom 15.04 bis 14. Juli 2008 durchgeführt wurde. 1554 Arbeitnehmer/-innen wurden befragt. Ziel der Umfrage war die Wahrnehmung, die Einstellung und die Akzeptanz von Rauchregelungen aus der Sicht der Arbeitnehmer. Modul 2 beinhaltete eine repräsentative Betriebsbefragung und wurde vom 17.09. bis 16.10 2008 durchgeführt: 880 Betriebe mit mind. 10 Angestellten (1'952 angeschriebenen Betrieben) wurden befragt. Ziel war, die Treiber und Barrieren für oder gegen Rauch-Regelungen und deren Einfluss aufzuzeigen. Das letzte und dritte Modul war die Evaluation der Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei“ selbst. Das BAG hat eine externe Firma mit der Durchführung der Evaluation betraut. Die Resultate aus der Evaluation (Bericht) liegen bei.

7 Projektrückblick und Erfahrungen

Bitte beantworten Sie alle Fragen:

1) Wie erklären Sie sich die tatsächliche Zielerreichung und die Leistungsergebnisse?

2) Welche Massnahmen zur Zielerreichung haben sich bewährt, welche nicht? Welches waren förderliche und hinderliche Faktoren (Erfolgs- resp. Misserfolgskriterien)?

3) Wie schätzen Sie den Aufwand und die Kosten im Vergleich zum Nutzen ein?

4) Welche allgemeinen Erfahrungen haben Sie mit dem Projekt gemacht?

5) Weitere Aspekte?

- 1) Das Projekt hat sich programmgemäss entwickelt. Es wurden von Anfang an Strukturen geschaffen, die den Herausforderungen der Projektanlage entsprachen. Wichtig war die Einbindung der Trägerschaft und der Beizug der AT und der kantonalen Fachstellen. Diese übernahmen wichtige Multiplikatorenrollen.
- 2) Förderlich: Förderlich war die Kopplung der Aktion an einen Wettbewerb. Dieser bildete einen Anreiz für die Firmen, an der Aktion teilzunehmen. Die Dreistufigkeit des Projekts mit den Phasen Bronze, Silber und Gold ermöglichte es den Firmen, eine ihren Bedürfnissen angepasste Kategorie zu wählen und führte diese schrittweise an die Rauchfreiheit heran. Ebenfalls wichtig war es, dass auf den Informationsmitteln BAG, SECO und santésuisse gemeinsam als Trägerschaft in Erscheinung traten. Dies gab der Aktion zusätzlich Gewicht und Kreditibilität. Positiv zu werten ist auch der regelmäßige Austausch zwischen BAG und Agentur zur Projektplanung und –umsetzung.

Hinderlich: Die Aktion „arbeitsplatz.rauchfrei.“ war zum Teil abhängig von der aktuellen politischen Entwicklung in den Kantonen und auf Bundesebene. Gleichzeitig mit der Aktion liefen in verschiedenen Kantonen Initiativen zum Schutz vor Passivrauchen. Ständerat Felix Gutzwiller lancierte ebenfalls zum Thema Schutz vor Passivrauchen eine parlamentarische Initiative. Die Kommunikation des BAG musste sich diese Gegebenheiten anpassen und die Medienarbeit zum Projekt konnte nicht wie geplant geführt werden.

- 3) Es bestand ein vernünftiges Kosten-/Nutzenverhältnis. Es wurden nur diejenigen Massnahmen umgesetzt, die sich im Verlauf des Projekts als sinnvoll abzeichneten und einen Mehrwert generierten.
- 4) Die Erfahrungen waren gut. Die Aktion schaffte einen Anreiz für Firmen und Verwaltungen auf Rauchfreiheit umzusteigen und leistete damit einen wichtigen Beitrag zur Settingstrategie des BAG und ergänzte die Kampagne „Weniger Rauch. Mehr Leben.“ auf sinnvolle Weise. Der rege Austausch mit sich anmeldenden Firmen ermöglichte die Schaffung von Sympathie auf breiter Ebene bis hin zur Wirtschaft. Die Zusammenarbeit innerhalb der Trägerschaft war konstruktiv.
- 5) Die aufgebauten Beziehungen zur Trägerschaft sind weiter zu pflegen.

8 Nachhaltigkeit und Valorisierung (Nutzung)

Wie beurteilen Sie die Nachhaltigkeit Ihres Projekts? z.B.

- bleibt die Wirkung des Projekts auch nach Projektende bestehen?

- zieht das Projekt weitere Wirkungen nach sich (Nachahmung, Schneeballeffekt)?

- gehen die durch das Projekt entstandenen Prozesse weiter und wirken sie über die Zielgruppe hinaus?

Haben Sie die Möglichkeiten der Multiplikation des Projekts geprüft? Welche Möglichkeiten haben Sie ausgemacht?

Wie werden Sie das erarbeitete Know-how sowie die gemachten Erfahrungen für andere Projekte und Anliegen nutzbar machen?

Die Nachhaltigkeit des Projekts ist gegeben, da sich viele der Firmen in der Kategorie Gold angemeldet hatten und dadurch auf komplett rauchfreie Betriebe umstellten. Die Aktion löste in den Betrieben Diskussionen zum Thema Rauchen aus. Sie förderte dadurch ein gutes Arbeitsklima, was Feedbacks von Mitarbeitenden der Gewinnerfirmen bestätigten. Da in Firmen der Kategorie Gold die Raucher/innen nach Draussen (oder wenn vorhanden in einem Fumoir) müssen, um Zigaretten zu konsumieren, rauchen sie weniger, was Rückmeldungen aus den Firmen bestätigten. Viele der Raucher/innen überdachten ihr Rauchverhalten nach eigenen Aussagen generell, wie aus Feedbacks der Mitarbeitenden der Gewinnerfirmen zu entnehmen ist. Zudem übernahmen in den Firmen Vorgesetzte eine Vorbildfunktion, in dem sie ihren Betrieb zur Aktion anmeldeten.

Die Multiplikation des Projekts wurde via Trägerschaft und Einbezug der AT und der kantonalen Fachstellen gewährleistet. Auch meldeten Firmen mit Filialen nicht nur ihren Hauptsitz, sondern auch ihre Niederlassungen an.

Das erarbeitete Know-how fliesst in die Kampagnenarbeit von „Weniger Rauch. Mehr Leben.“ ein. Die Ergebnisse der Evaluation werden BAG-intern nutzbar gemacht.

9 Chancengleichheit

Haben Sie spezifische Massnahmen zur Förderung der Chancengleichheit unternommen (Gender, soziale Schicht und ethnische Zugehörigkeit)? Ja / Nein?

Wenn ja, welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Wenn nein, hätten dank solcher Massnahmen Ihrer Meinung nach bessere Ergebnisse erzielt werden können?

Für die Aktion konnten sich Firmen aus der ganzen Schweiz und aus allen Branchen gleichberechtigt anmelden. Den teilnehmenden Firmen wurden Unterstützungsangebote der kantonalen Fachstelle gemacht.

10 Auf den Punkt gebracht

Welches sind die Stärken und die Schwächen des Projekts?

Stärken: Breit abgestützte Trägerschaft und Einbezug von Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention und kantonalen Fachstellen. Kopplung an einen attraktiven Wettbewerb, Mehrstufigkeit der Aktion, Möglichkeit zur sukzessiven Schaffung von rauchfreien Arbeitsplätzen, nationale Aktion, gut organisierte Projektstruktur. Teilnahme beruhte auf Freiwilligkeit.

Schwächen: Abhängigkeit von politischen Entwicklungen in der Kommunikationsarbeit. Zum Teil aufwändige Betreuung der angemeldeten Firmen.

11 Empfehlungen

Welche Empfehlungen geben Sie anderen Akteuren ab, die ein ähnliches Projekt planen?

- Allianzen schaffen, Trägerschaften gründen und deren Multiplikatorenrolle nutzen.
- Projektdesign von Anfang an so festlegen, dass es über mehrere Jahre Bestand hat und damit Kontinuität gewährleistet ist.
- Niederschwelliger Einstieg und Kopplung an einen Wettbewerb resp. an ein Anreizsystem.

12 Weitere Punkte