

Evaluation einer nationalen Kampagne gegen den Tabakmissbrauch in Frankreich

M. Le Net
Antony, France

Zusammenfassung¹

Wenn eine Informationskampagne zu einem Thema wie dem Tabakmissbrauch wissenschaftlich geplant worden ist, muss sie zu positiven Resultaten führen.

Tatsächlich erlauben die Erfahrungen anlässlich einer im Jahre 1976 in Frankreich durchgeführten Sensibilisierungskampagne den Schluss, dass in der Bevölkerung sowohl die Kenntnisse als auch Einstellungen und Verhaltensweisen verändert werden konnten. Zu den Mitteln der zweimonatigen Kampagne gehörten 87 Ausstrahlungen 9 verschiedener Fernsehspots, 330 Ausstrahlungen 18 verschiedener Radiobotschaften und die Verbreitung von 400 000 Plakaten und 1 500 000 auf die verschiedenen sozioprofessionellen

Gruppen abgestimmten Informationsbroschüren. Die Kosten beliefen sich auf 2,9 Millionen französischer Franken.

Die Resultate lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. a) Die Zahl der Raucher nahm um 3 % ab und erreichte damit ein geringeres Niveau als im Jahre 1974.
b) Der Tabakkonsum nahm bei den Erwachsenen um 15 %, bei den Jugendlichen um 16 % ab.
c) Der Verkauf von Tabakprodukten nahm um 1,9 % ab, während er zuvor um jährlich 5 % zugenommen hatte.
2. Die Kampagne wurde beim Publikum ausgezeichnet angenommen und memorisiert.
3. Vor allem bei den Jungen wurde das Bild des Rauchers weitgehend entmystifiziert.

¹ Dieser Artikel ist im vollen Umfang erschienen in: Sozial- und Präventivmedizin 22, Nr. 5, 263-275 (1977).