



Maßnahmen zur Reduktion der Raucherprävalenz bei Jugendlichen – Was hilft?

Gunter Maier

I Hintergrund

• "It is important to know as much as possible about **teenage smoking patterns** and attitudes. Today's teenager is tomorrow's potential regular customer and the overwhelming majority of smokers first begin to smoke while in their teens"

31.10.1981, in einem Marktforschungsbericht über junge Raucher, verfasst für Philip Morris, (Johnston, 1981).

• "We have been asked by our client to come up with a package design[...] a design that is **attractive to kids**[...]. The package design should be geared to **attract the youthful eye**... not the ever-watchful eye of the **Federal Government**."

13.10.1970 in einem Brief einer von der Lorillard Tobacco Company beauftragten Werbeagentur (Gaberman, 1970).



• "Marlboro's phenomenal growth rate in the past has been attributable in large part to our high market penetration among **young smokers**...15 to 19 years old [...]"

21.05.1975 in einem Marktforschungsbericht verfasst für Philip Morris (Johnston, 1975).

• "No more than 5 percent of smokers start after age 24"

29.02.1984 in einem Bericht der R. J. Reynolds Tobacco Company (RJR, R.J.Reynolds, 1984).

II Mit wem hat man es zu tun?

• **9,2 Milliarden Dollar für Werbung & Promotion** (FTC, 2015)

Ausgaben der 5 größten Tabakkonzerne im Jahr 2012.

Staatsausgaben in Österreich für „Prävention und öffentlicher Gesundheitsdienst“ zwischen 1990 und 2013: 7,4 Milliarden Euro (Statistik Austria, 2015)



• **Lobbying**

Beginnend in den 1980ern in der Film- und Fernsehindustrie

(vgl.: Savell et al., 2014; Mekemson & Glantz, 2002)

• **Shareholder Value**

Maximierung des Profits als oberste Direktive (vgl. Fligstein, 2015).

• „Free-Basing“

Ammoniak transformiert Nikotin in Nikotinbase; diese wird schneller absorbiert und hat stärkeren Effekt. „Crack“ wird auf dieselbe Weise aus Kokain hergestellt

• **Optimierung des Suchtpotentials**

Kontinuierliche Erhöhung des Nikotinanteils pro Zigarette (jährlich ca. 1,6%) bei gleichzeitiger Verringerung der Brennrate (Connolly et al., 2007)

III Fragestellung, Daten & Vorgehen

Welche gesundheitspolitischen Maßnahmen im Bereich der Tabakprävention haben einen tatsächlichen Einfluss auf das Rauchverhalten von Jugendlichen im Alter von 15 Jahren?



Tobacco Control Scale Europe 2013 (Joossens & Raw, 2014)

• Quantifizierung von Art und Umfang nationaler Maßnahmen zur Tabakkontrolle anhand von 6 Hauptindikatoren durch Expert/inn/en

HBSC Erhebung 2013/2014

• 42 teilnehmende Länder und Regionen
• Gesamtstichprobe von ca. 220.000 Schöler/innen im Alter von 11, 13 und 15 Jahren (ca. 1.700/Altersgruppe/Land)

Vorgehen

• Einfluss der Indikatoren auf das Rauchverhalten von 15-Jährigen wird mit Hilfe von logistischen Regressionen und Berechnung der entsprechenden Odds-Ratios ermittelt.



V Ergebnisse Tobacco Control Scale

	Rauchen (Ja)		
	Wenn...	Odds Ratio	95% Konfidenzintervall
1. Zigarettenpreis Price of cigarettes	niedrig	2,002*	1,824 - 2,198
2. Nichtrauchererschutz Smokefree work and other public places	niedrig	1,809*	1,693 - 1,933
3. Budget Tabakkontrolle Spending on public information campaigns			
4. Werbeverbote Comprehensive bans on advertising and promotion			
5. Warnhinweise Large direct health warning label	keine	1,692*	1,618 - 1,770
6. Tabakentwöhnung Treatment to help smokers stop			
Gesamtscore	schlecht	2,440*	2,272 - 2,621

*p<0,001; nicht signifikante Ergebnisse sind grau

• **Erhöhung der Zigarettenpreise**

wirksamste Methode Raucherprävalenzen bei Jugendlichen zu reduzieren

a. **9,2 Milliarden US-Dollar für Werbung & Marketing** (siehe II)

etwa 85% davon (7,8 Milliarden Dollar) in Preisnachlässe an Einzel- und Großhändler um den Endpreis für Konsumenten zu senken (FTC, 2015)

b. **Evidenz** (Slater et al., 2007)

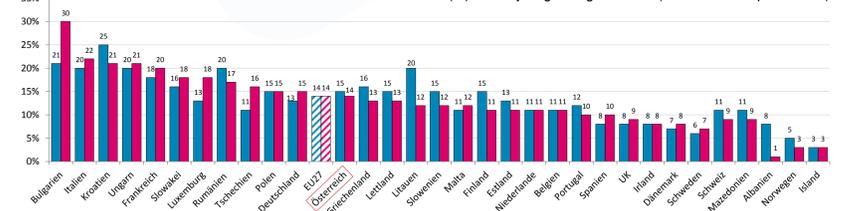
Studie zum Rauchverhalten von 26.301 Jugendlichen (14-18 Jahre) über viereinhalb Jahre

niedriger Zigarettenpreis erhöht Wahrscheinlichkeit, dass Jugendliche zu rauchen beginnen & Konsum erhöhen

mit jedem Dollar Preissteigerung pro Packung sinkt diese Wahrscheinlichkeit, um 24%

IV Ergebnisse

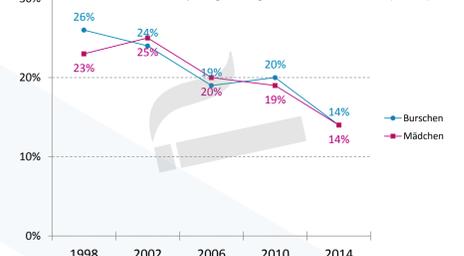
Raucherraten (%) bei 15-jährigen Jugendlichen (mindestens 1x pro Woche)



• Österreich im europäischen Mittelfeld bei jugendlichen Raucher/innen

• Generell rückläufiger Trend bei jugendlichen Raucherraten (vgl. OECD, 2016)

Raucherraten bei 15-jährigen Jugendlichen im Trend (EU27)



Raucherprävalenzen bei 15-jährigen Schöler/innen in den Ländern mit den höchsten und den niedrigsten Zigarettenpreisen

	Raucher/in	Nichtraucher/in	PLI 2014 Tabak*
Norwegen	8,9%	91,1%	235,5
Irland	10,8%	89,2%	189,5
Island	5,4%	94,6%	145,4
Durchschnitt	8,4%	91,6%	190,1
Bulgarien	29,3%	70,7%	52,2
Litauen	23,3%	76,7%	56,0
Kroatien	28,7%	71,3%	57,5
Durchschnitt	27,1%	72,9%	55,2

*Der Price Level Index (PLI) basiert auf Kaufkraftparitäten und gibt den Preis von Tabakwaren für jedes europäische Land im Verhältnis zu den anderen Mitgliedsstaaten der EU an. Liegt der Wert in einem Land über 100, dann ist das Preisniveau dort relativ höher im Vergleich zu den übrigen Ländern der EU, liegt der Wert unter 100 ist das Preisniveau im Vergleich niedriger

VI Fazit

1. **Konsequente Umsetzung einer Kombination aus Maßnahmen** Zigarettenpreis, Nichtrauchererschutz, hohe Ausgaben für Tabakprävention, verpflichtende Warnhinweise.

2. **Vorbild Island**

wissenschaftliche gestützter nationaler Aktionsplan „Youth in Iceland“ (Vollerhebung bei 14- bis 16-jährigen Schöler/innen)

Geförderte Angebote von „natural-highs“ (Musik, Sport, Kunst etc.), Förderungen von Vereinen (Sport, Musik etc.), Verschärfung der Alkohol- und Tabakgesetze, Verpflichtende Etablierung von Elternorganisationen an jeder Schule, (Ausgangssperre für 13- bis 16-Jährige), jährliches Monitoring (Sigfusdóttir et al., 2009)



Connolly, G. N., Apter, M. R., Wayne, G. F., & King, M. (2007). Trends in nicotine yield in smoke and its relationship with design characteristics among popular US cigarette brands, 1997-2005. *Tobacco Control*, 16(5), 40.
Federal Trade Commission. (2015). *Cigarette Report for 2012*. Washington, D.C.: Federal Trade Commission.
Fletcher, N. (2010). The Attribution of Market, in R. A. Sosa & S. M. Kassin (Eds.), *Emerging trends in the social and behavioral sciences: an interdisciplinary, searchable, and citable resource* (pp. 1-16). *JAIW/FA & Sons*.
Gaberman, P. (1970). Letter from Robert B. Gaberman to Cooper Union on behalf of Lorillard Tobacco Company.
Johnston, M. E. (1981). *Young Smokers: Prevalence, Trends, Implications, and Related Demographic*. Friends.
Johnston, M. E. (1975). *The Decline in the Rate of Growth of Marlboro Red*.
Joossens, L., & Raw, M. (2014). *The tobacco control scale 2013 in Europe*. Brussels: Association of European Cancer Leagues.
Mekemson, C., & Glantz, S. A. (2002). How the tobacco industry built its relationship with Hollywood. *Tobacco Control*, 11(Suppl 1), S11-S15.
OECD. (2016). *Health at a Glance 2016*. Europe. OECD Publishing.
Savell, E., Gilmore, A. B., & Fooks, G. (2014). How Does the Tobacco Industry Attempt to Influence Marketing Regulations? *Spaetial Review*, 1(1), 1-10.
Slater, S. J., Chikvuta, F. J., Wakefield, M., Johnson, L. D., & O'Malley, P. M. (2007). The Impact of Retail Cigarette Marketing Practices on Youth Smoking Initiation. *Journal of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 10(10), 440.
Stattler, Austria. (2015). *Gesundheitslagen in Österreich nach Regionen*.
Stevenson, J., & Proctor, R. N. (2008). The SECRET and SODA of Marlboro: Philip Morris and the Origins, Spread, and Control of Nicotine Dependence. *American Journal of Public Health*, 98(7), 1184-1186.
Sigfusdóttir, L. D., et al. (2009). Substance use prevention for adolescents: the Icelandic Model. *Health Promotion in Europe*, 24(1), 16-20. doi: 10.1007/s12562-008-0010-0