

Claudia Kahr, Waltraud Posch

VIVID – Fachstelle für Suchtprävention, Graz

ARGE Tagung, Klagenfurt, 5.11.2014

VIVID
suchtprävention



Marketingstrategien fürs Nichtrauchen:

Ein Tropfen auf dem heißen Stein?



Steirische
Tabakpräventionsstrategie



2007: VIVID = Tabakkoordinierungsstelle für
das Bundesland Steiermark

Tabakpräventionsstrategie Steiermark

Vision

**Das Umfeld
motiviert Kinder u.
Jugendliche,
auf das Rauchen
zu verzichten.**

Vision

**Nichtrauchen
ist die Norm**

Tabakpräventionsstrategie Steiermark

Weniger
Menschen,
die zu
rauchen
beginnen

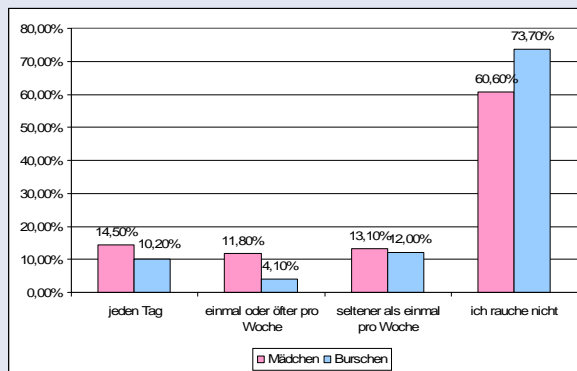
Mehr
Menschen,
die zu
rauchen
aufhören

Schutz der
Menschen
vor
Passivrauch

Bessere
Info zu
Folgen
des
(Passiv-)
Rauchens

Monitoring

- Bevölkerungsbefragungen 2006 und 2009 und Spezialerhebung „Passivrauch“



© VIVID



© Sven Bähren-Fotolia.com.jpg

- Medienbeobachtung



Prävention

V!VID
suchtprävention

www.rauchfrei-dabei.at
**RAUCHFREI
DABEI**
Ich zieh' mit!



V!VID
suchtprävention

Übers
Rauchen
reden!

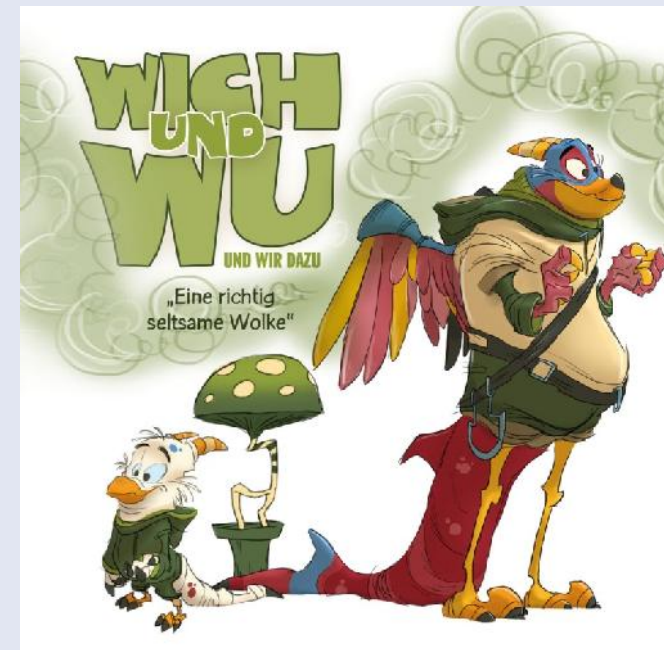
Was Eltern wissen sollten

© VIVID

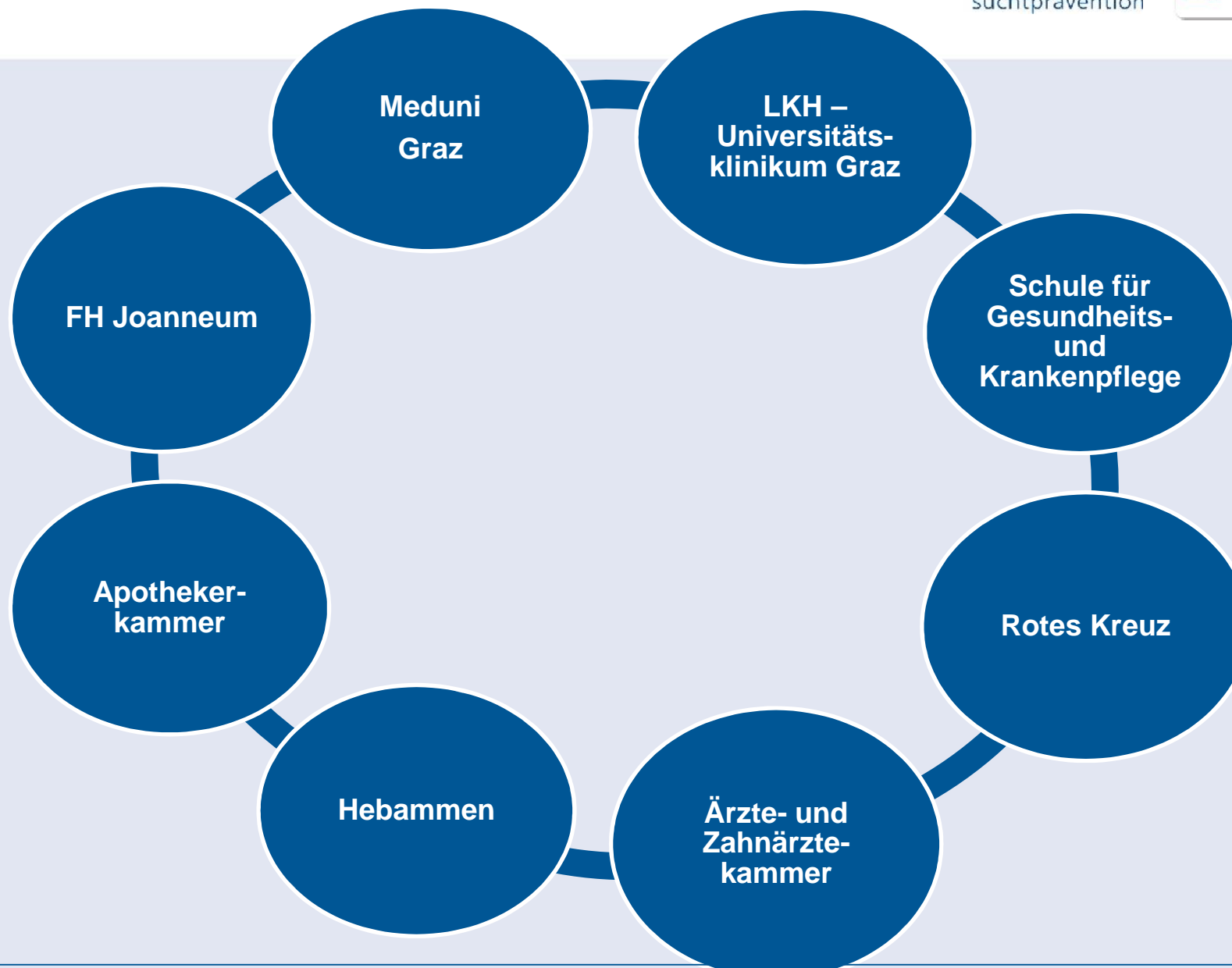
Prävention



© VIVID



© VIVID





Dieses Gelände ist
R A U C H F R E I

RAUCHFREI
ZONE

Entwöhnung



© VIVID



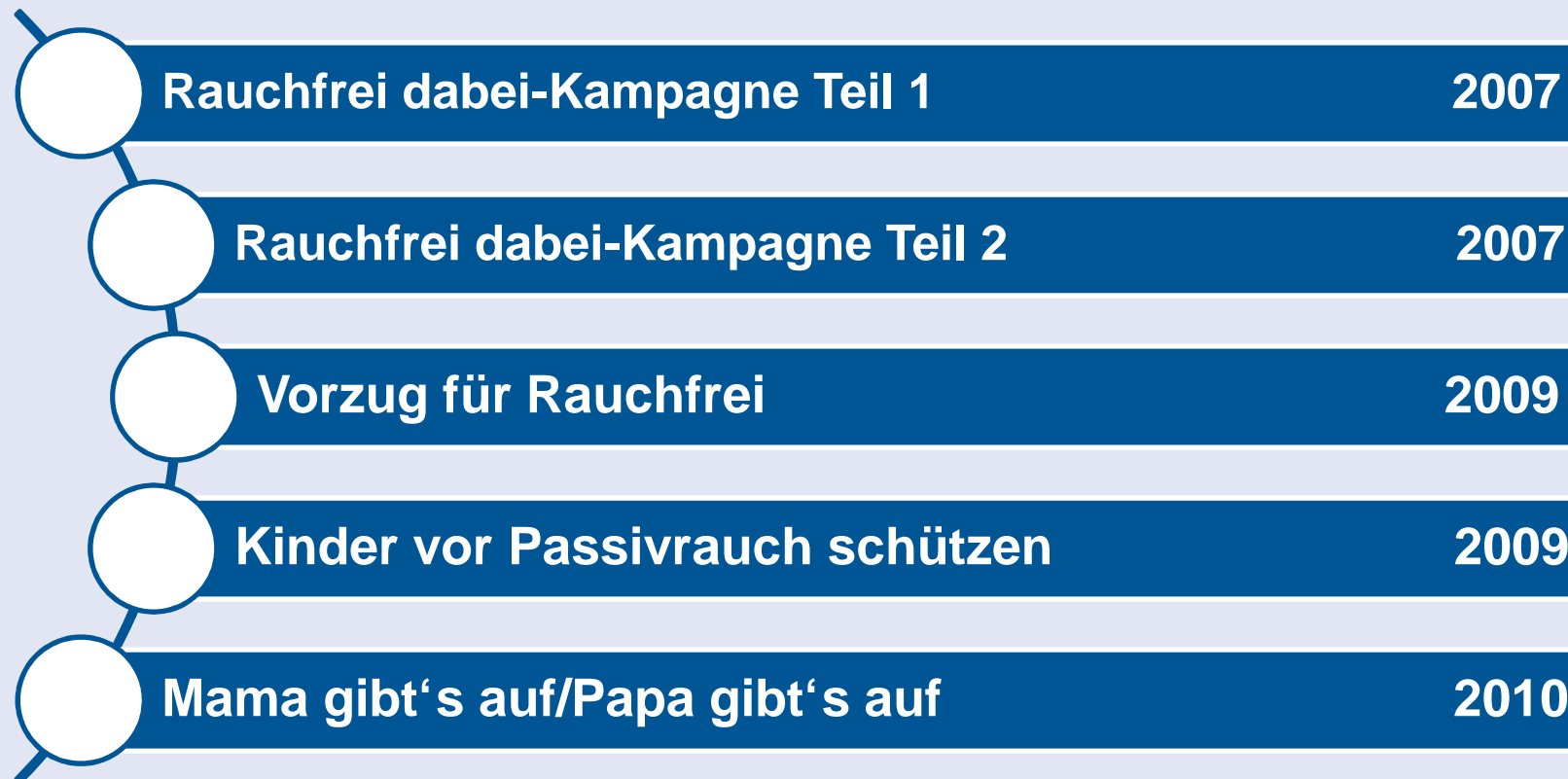
© VIVID



© Gina Sanders2-Fotolia.com.jpg



© VIVID



Weltnichtrauchertag 2007

VIVID
suchtprävention

www.rauchfrei-dabei.at
**RAUCHFREI
DABEI**
Teilzieh' mit!



© VIVID

Weltnichtrauchertag 2008



„Kinder vor Passivrauch schützen“ 2009

VIVID
suchtprävention

www.rauchfrei-dabei.at
**RAUCHFREI
DABEI**
Ich zieh' mit!



© VIVID



© VIVID

Kindermalwettbewerb 2009



Weltnichtrauchertag 2013



Marketingstrategien fürs Rauchen

„Das Problem ist: **Wie verkauft man Tod?** (...) Man macht es mit **weiten, offenen** Freiflächen in der **Natur** (...). Sie machen das mit **jungen, gesunden Menschen.**“

„Das Ziel der Tabakwerbung ist, die **Ängste** der Menschen zu **beruhigen**. Betrügerisch? Natürlich ist das betrügerisch. Aber soll ich sagen: ‘Kaufen Sie unser Produkt, es wird Sie **umbringen.**‘ ?“

Fritz Gahagan, ehemaliger Berater & Marktforscher von fünf Tabakkonzernen,
1988

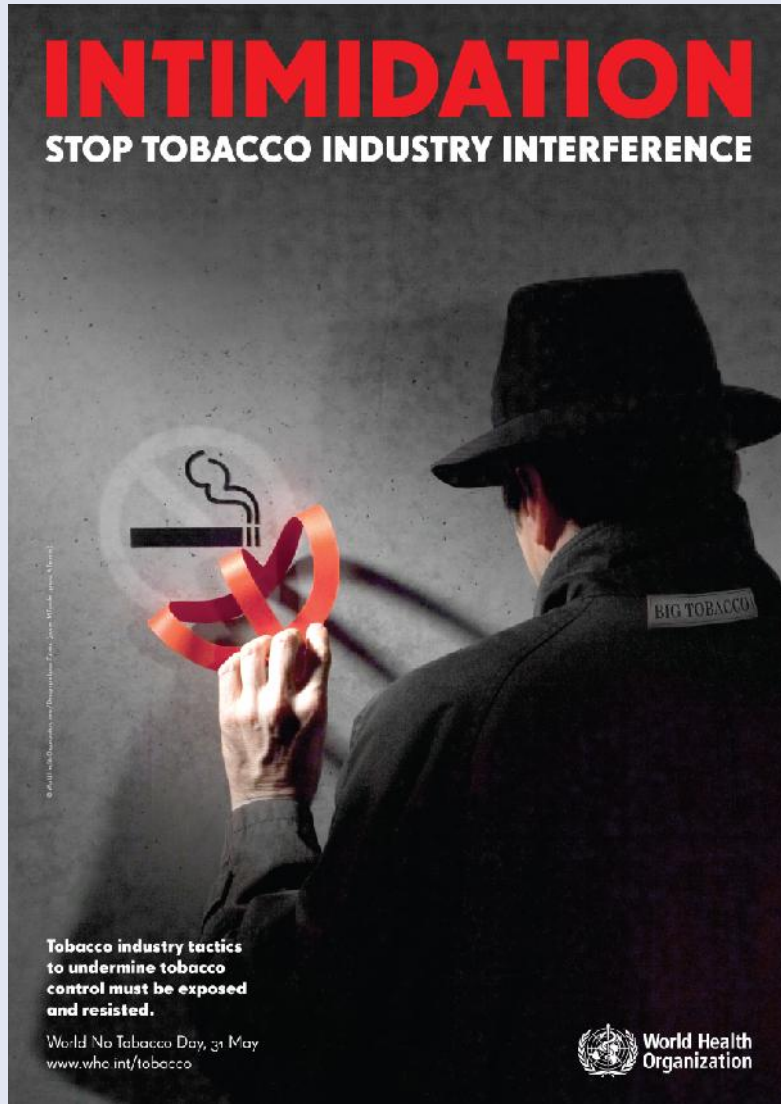
Werbebotschaften

- Gruppenzugehörigkeit und soziale Akzeptanz
- Spaß und Risiko
- Unabhängigkeit, Individualität, Rebellion und Freiheit
- Maskulinität/Femininität und Attraktivität
- Stressbewältigung und Entspannung
- Problemthema Gesundheit

Quelle: Deutsches Krebsforschungszentrum: Zigarettenwerbung in Deutschland. Marketing für ein gesundheitsgefährdendes Produkt. Rote Reihe Tabakprävention Bd. 18. Heidelberg 2012.

Marketingstrategien fürs Nichtrauchen

Widerstand gegen Manipulation



WHO 2012

Schutz vor Passivrauch



Ich darf schon rauchen.



In einem verrauchten Raum inhalieren Kinder in einer Stunde so viele Giftstoffe, als würden sie selbst eine Zigarette rauchen.

Denken Sie daran **vor** Ihrer nächsten Zigarette!



Nichtrauchen als Norm

← → http://www.kinderbuero.at/de/2014/05/30/kinde... VIVID - Rauchen passt nicht m... Freibäder graz rauchfrei - Goo... Kinderparlament: Kinder for... x

Kinder Eltern & PädagogInnen Städte & Regionen Organisationen & Institutionen Unternehmen

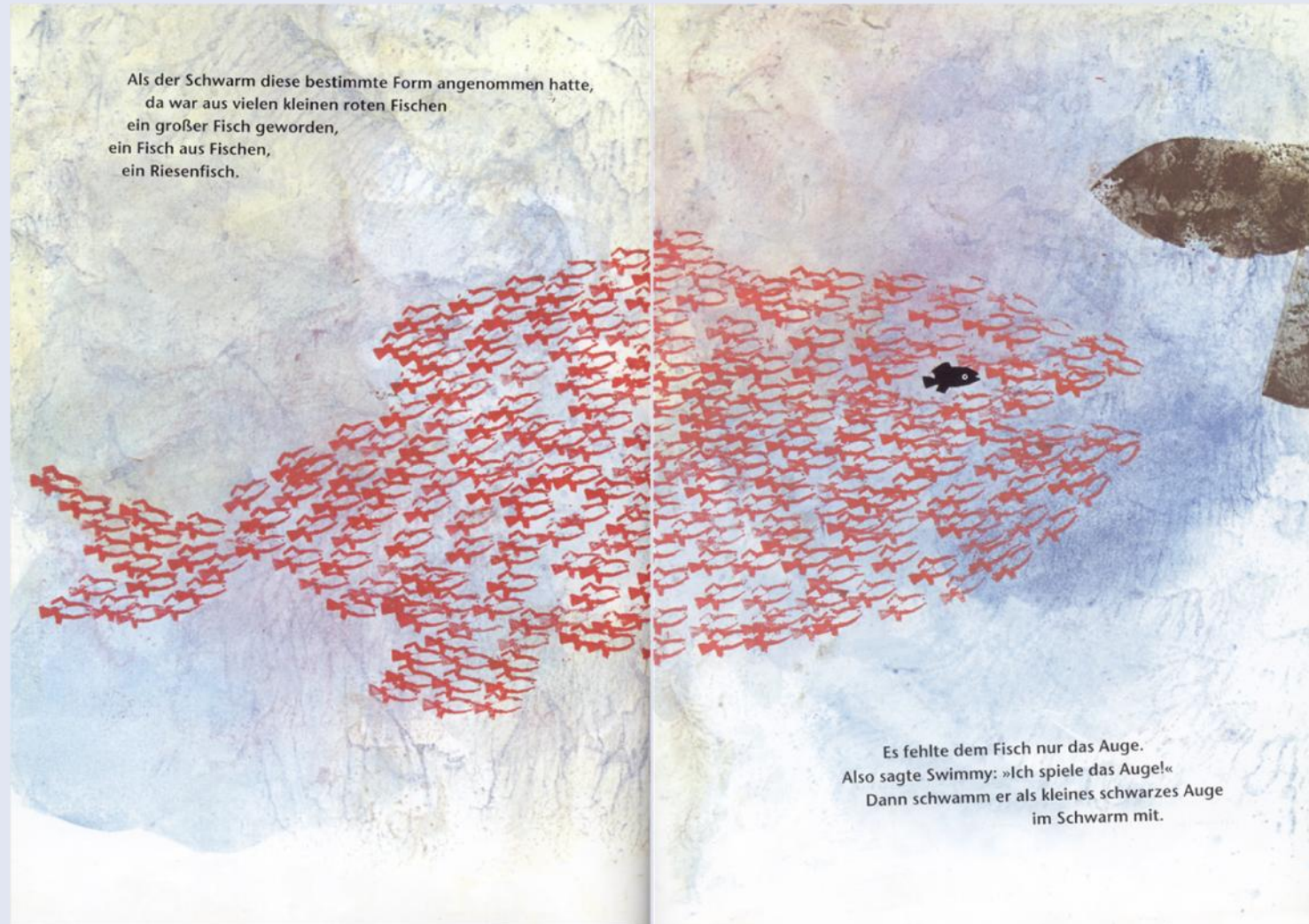
News
News

**30
Mai** **Kinderparlament: Kinder fordern rauchfreie Spielplätze!**

Graz 2014

Dieses große und für die Kinder sehr wichtige Thema wurde heuer beim *Runden Tisch* des KinderParlaments am 20. Mai 2014 im Grazer Rathaus bearbeitet.

100% 20:53 23.06.2014



Botschaften & Forderungen

VIVID
suchtprävention

www.rauchfrei-dabei.at
**RAUCHFREI
DABEI**
Teilzieh' mit!



**WELT
NICHTRAUCHER
TAG 31. MAI**

www.dontsmoke.at