

## Forschungsbericht

### Effekt bildlicher Warnhinweise auf die Einstellung Jugendlicher zum Zigarettenrauchen

PD Dr. Matthis Morgenstern  
Ramona Valenta, M.Sc.  
Prof. Dr. Reiner Hanewinkel  
Institut für Therapie- und  
Gesundheitsforschung  
gemeinnützige GmbH  
Harmsstraße 2  
24114 Kiel

Telefon: +49 (0)431 570 29 0  
Telefax: +49 (0)431 570 29 29  
Web: [www.ift-nord.de](http://www.ift-nord.de)

Mai 2018



gefördert durch:



# 1. Zusammenfassung

## Hintergrund:

Nach Inkrafttreten der europäischen Tabakproduktrichtlinie wurden in Deutschland im Jahr 2016 bildgestützte Warnhinweise, in Kombination mit textlichen Warnungen, implementiert. Damit schloss sich Deutschland vielen anderen Ländern weltweit an, die bereits bildliche Warnhinweise eingesetzt hatten. Erstmals eingeführt wurden bildliche Warnhinweise 2001 in Kanada und 2002 in Brasilien. Als erstes Land der EU führte Belgien 2006 bildliche Warnhinweise ein, als zweites folgte Rumänien im Jahr 2008. Deutschland reihte sich innerhalb der EU-Länder an sechzehnter Stelle ein. Obwohl mehr als 100 Länder bildliche Warnhinweise einsetzen, haben bisher nur wenige Studien deren Einfluss auf die Einstellung Jugendlicher zum Zigarettenrauchen untersucht.

## Methode:

Um den potentiellen Einfluss bildlicher Warnhinweise auf die Einstellungen Jugendlicher zu untersuchen, wurde innerhalb des Schulsurveys „Präventionsradar“ ein Experiment in 408 Klassen aus 44 Schulen durchgeführt. Insgesamt nahmen 6.902 Schüler und Schülerinnen an der Studie teil. 5.499 Schüler und Schülerinnen, mit einem mittleren Alter von 12,7 Jahren, gaben an, noch nie geraucht zu haben und wurden als Nieraucher klassifiziert (49,6% weiblich). Der Experimentalgruppe wurden drei verschiedene Warnhinweise präsentiert, bevor sie Fragen bezüglich ihrer Neugier Zigaretten zu rauchen und der Bewertung des Zigarettenrauchens beantworteten. Der Vergleichsgruppe wurden die drei Warnhinweise nach der Beantwortung dieser Fragen präsentiert.

## Ergebnisse:

Die Auswertungen ergaben einen signifikanten Effekt der Gruppenzugehörigkeit (Experimental- vs. Vergleichsgruppe) auf die Einstellung zum Zigarettenrauchen. Der signifikant höhere Durchschnittswert der Einstellung in der Experimentalgruppe ( $M = 21.75$ ), verglichen mit der Vergleichsgruppe ( $M = 21.4$ ), zeigt eine stärker negative Einstellung zum Zigarettenrauchen in der Experimentalgruppe an.

## Schlussfolgerung:

Die Studie zeigt, dass bildliche Warnhinweise einen präventiven Effekt bei Jugendlichen haben können, indem sie negative Einstellungen von Jugendlichen zum Zigarettenrauchen verstärken. Diese Ergebnisse beziehen sich auf Jugendliche, die noch nie in ihrem Leben geraucht haben.

## 2. Methode

Es nahmen 44 Schulen mit insgesamt 6.902 Schüler und Schülerinnen aus 408 Klassen der Sekundarstufe I (Klassenstufen 5 bis 10) an der Studie teil. Etwa 80% der Schülerinnen und Schüler gaben an, noch nie eine Zigarette geraucht zu haben. Davon waren 49,6 % weiblich und das mittlere Alter lag bei 12,7 Jahren. Die 30-Tages-Prävalenz des Rauchens lag in der Gesamtstichprobe bei 6%.

Im Rahmen einer experimentellen (zufälligen) Anordnung wurde untersucht, welche Wirkung bildliche Zigaretten-Warnhinweise auf die Einstellung nierrauchender Jugendlicher zum Zigarettenrauchen haben. Einer Experimentalgruppe wurden dabei vor der Bearbeitung der Fragen zum Rauchen (aktueller Rauchstatus, Neugier, Bewertung des Rauchens) drei verschiedene Zigaretten-Warnhinweise präsentiert, eine Vergleichsgruppe hingegen sah die Warnhinweise erst nach der Bearbeitung der Rauchfragen. Die Zufallszuteilung erfolgte auf Klassenebene, um zu verhindern, dass sich teilnehmende Schülerinnen und Schülern während der Bearbeitung über die unterschiedlichen Reihenfolgen austauschen. Untersucht wurden Unterschiede zwischen Experimental- und Vergleichsgruppe im Hinblick auf Einstellungen zum Rauchen. Zusätzlich wurde in beiden Gruppen untersucht, welche Emotionen die Warnhinweise auslösen und wie oft die Schüler und Schülerinnen die Warnhinweise bisher gesehen haben.



Abbildung 1. Veranschaulichung des experimentellen Designs.

Die **Kontakthäufigkeit** wurde mittels folgender Frage erfasst (Antwortalternativen: Noch nie; 1 bis 4-mal; 5 bis 10-mal; öfter als 10-mal): „Wie oft hast du dieses Bild schon gesehen?“

Die **ausgelösten Emotionen** wurde mittels Zustimmung zu folgenden Aussagen erfasst (Antwortalternativen: Stimmt gar nicht (1); Stimmt ein wenig (2); stimmt ziemlich (3); stimmt genau (4)): „Dieses Bild macht mir Angst.“, „Dieses Bild finde ich eklig.“, „Dieses Bild macht mich traurig.“, „Dieses Bild macht mich wütend.“

Die **Neugier** Zigaretten zu rauchen wurde mittels folgender Frage erfasst (Antwortalternativen: Sicher nicht (4); eher nicht (3); eher ja (2); sicher ja (1)): „Warst du jemals neugierig Zigaretten zu rauchen?“

Die **Bewertung von Zigaretten** wurde anhand der Vergabe einer Schulnote [1 („sehr gut“) – 6 („sehr schlecht“)] ermittelt: „Wie findest du Zigaretten?“

### 3. Ergebnisse

#### 3.1. Kontakthäufigkeit

Die Schüler und Schülerinnen gaben für folgende drei bildliche Warnhinweise an, wie oft sie diese bisher gesehen haben.

Warnhinweis (WH) 1



Warnhinweis (WH) 2



Warnhinweis (WH) 3



Abbildung 2. Zigaretten-Warnhinweise, die den Schülerinnen und Schülern präsentiert wurden.

Es zeigte sich in Abbildung 3, dass die Mehrheit der Nierauchenden (61%) die Warnhinweise mindestens einmal gesehen hatten, etwa ein Fünftel (21%) gab an sie schon öfter als 10-mal gesehen zu haben. Erwarteter Weise lag der Kontakt bei denjenigen Schüler/innen, die in den letzten 30 Tagen geraucht hatten, deutlich höher. Auch hier gab es jedoch Schüler/innen (15%), die angaben, „noch nie“ mit den Warnhinweisen in Kontakt gekommen zu sein.

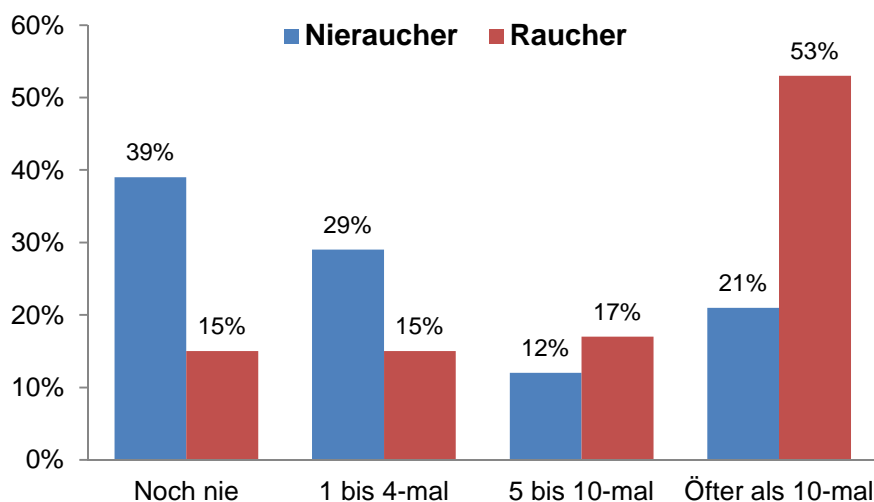


Abbildung 3. Kontakthäufigkeit über alle drei Warnhinweise hinweg, getrennt nach Nierauchern und Rauchern.

### 3.2 Ausgelöste Emotionen

Folgende Tabelle stellt dar, wie stark die Warnhinweise verschiedene negative Emotionen auslösen. Die Werte reichen von 1 („stimmt gar nicht“) bis 4 („stimmt genau“). Es zeigt sich dabei unter anderem, dass Nieraucher/innen über die verschiedenen Warnhinweise hinweg emotional signifikant stärker reagieren als Raucher/innen.

Tabelle 1

*Vergleich der Mittelwerte der Emotionen, die durch die Warnhinweise ausgelöst wurden*

		Nieraucher	Raucher	
		Mittelwert	Mittelwert	<i>p</i>
Angst	WH 1	2,7	1,8	< 0,001
	WH 2	2,2	1,8	< 0,001
	WH 3	2,3	1,7	< 0,001
Ekel	WH 1	3,4	2,7	< 0,001
	WH 2	2,2	1,6	< 0,001
	WH 3	2,1	1,6	< 0,001
Traurigkeit	WH 1	2,3	1,6	< 0,001
	WH 2	2,3	1,7	< 0,001
	WH 3	2,7	2	< 0,001
Wut	WH 1	1,9	1,4	< 0,001
	WH 2	1,9	1,4	< 0,001
	WH 3	2,3	1,8	< 0,001

*Anmerkung.* *p* = beobachtetes Signifikanzniveau

Abbildungen 4 bis 6 veranschaulichen die Anteile der Befragten, die den vier Emotionen in Bezug auf die drei Warnhinweise gar nicht bzw. genau zustimmen. Es zeigt sich, dass beim ersten Warnhinweis Ekel die dominante Emotion ist, gefolgt von Angst, Traurigkeit und Wut. Das gilt auf unterschiedlichem Absolutniveau sowohl für Nieraucher/innen als auch für Raucher/innen. Bei den anderen beiden Warnhinweisen sind die Unterschiede zwischen den Emotionen weniger deutlich, wobei das Bild mit dem Kleinkind in stärkerem Maße Traurigkeit und Wut auslöste.

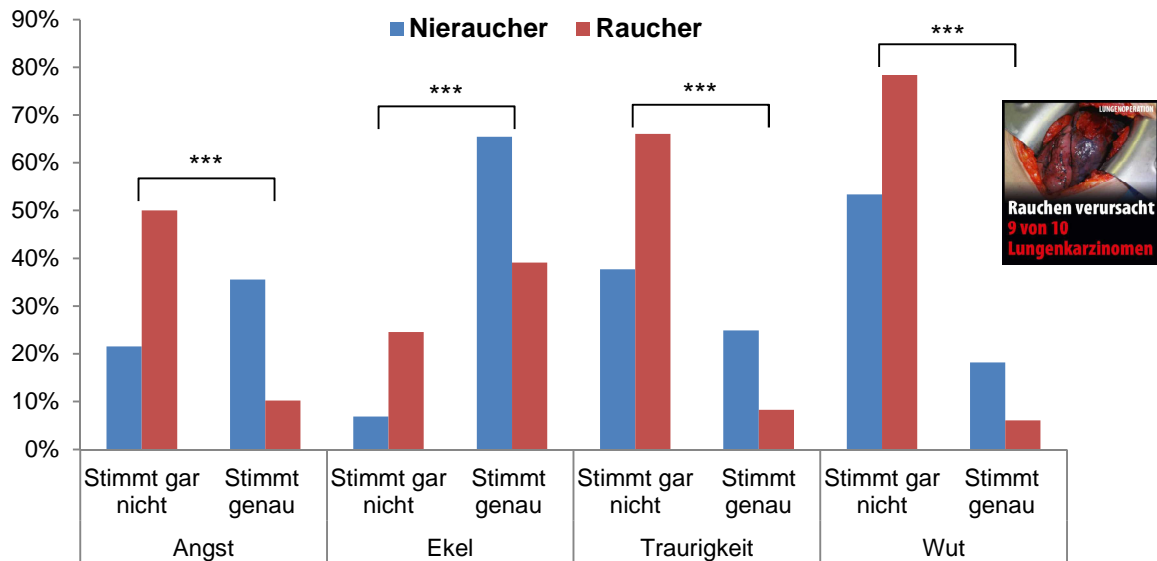


Abbildung 4. Anteile der Nieraucher/innen und Raucher/innen, die den vier Emotionen in Bezug auf den ersten Warnhinweis gar nicht bzw. genau zustimmen.

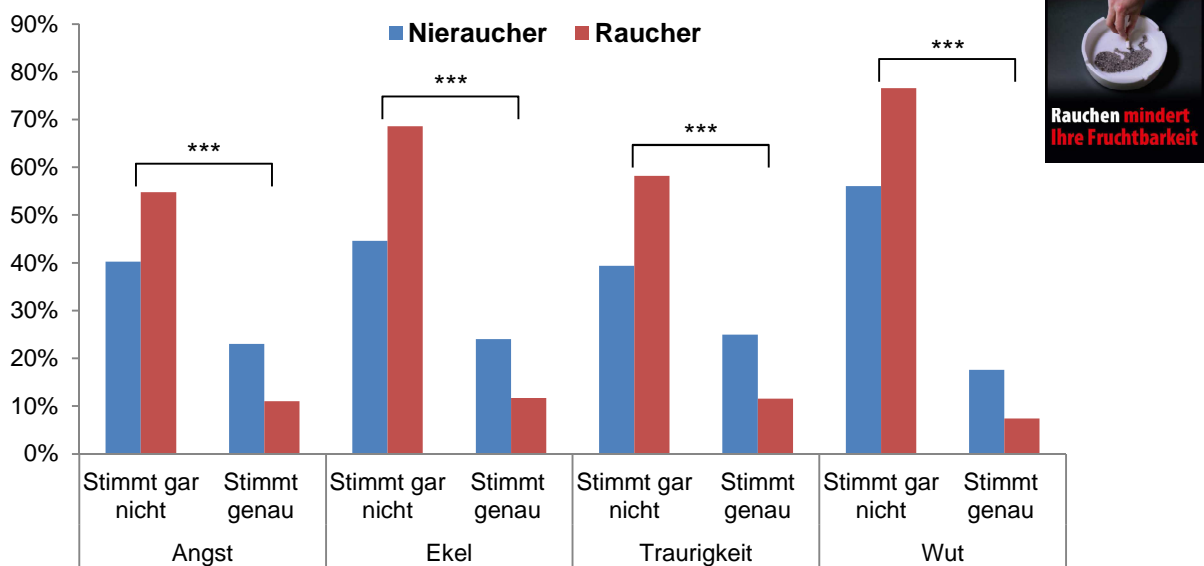


Abbildung 5. Anteile der Nieraucher und Raucher, die den vier Emotionen in Bezug auf den zweiten Warnhinweis gar nicht bzw. genau zustimmen

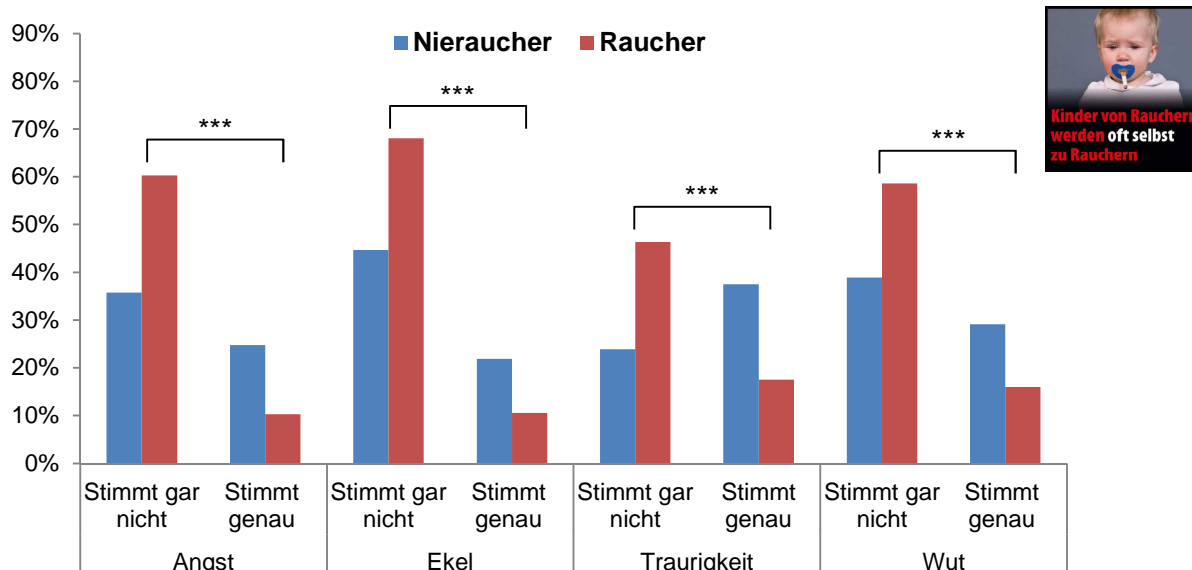


Abbildung 6. Anteile der Nieraucher und Raucher, die den vier Emotionen in Bezug auf den dritten Warnhinweis gar nicht bzw. genau zustimmen.

### 3.3. Wirkung graphischer Warnhinweise auf die Einstellung zum Zigarettenrauchen

Zur Untersuchung der Wirkung der Zigaretten-Warnhinweise auf die Einstellung zum Zigarettenrauchen bei nierauchenden Jugendlichen, wurden die Neugier Zigaretten zu rauchen und die Bewertung von Zigaretten mittels Multiplikation kombiniert. Ein Wert von 1 zeigt somit an, dass im Fragebogen die Antwortalternative „sicher neugierig Zigaretten zu rauchen“ und die Schulnote „1 (sehr gut)“ angegeben wurden. Ein Wert von 24 lässt darauf schließen, dass die Antwortalternative „sicher nicht neugierig Zigaretten zu rauchen“ und die Schulnote „6 (sehr schlecht)“ ausgewählt wurden.

Während 74% der Schülerinnen und Schüler der Experimentalgruppe eine stark negativ ausgeprägte Einstellung dem Zigarettenrauchen gegenüber aufwiesen, waren dies mit 71% in der Vergleichsgruppe bedeutsam weniger Schülerinnen und Schüler ( $p < 0,05$ ).

## 4. Fazit

Die Ergebnisse der Studie weisen darauf hin, dass bildliche Warnhinweise in beträchtlichem Maße negative Emotionen auslösen können, wobei nierauchende Jugendliche stärker emotional zu reagieren scheinen als rauchende Jugendliche.