

# BERICHT

Qualitative Evaluation  
der Anzeigenkampagne



50054

Köln, 14. Juli 1994

## INHALTSVERZEICHNIS

SEITE

<b>I. AUFGABE DER UNTERSUCHUNG</b> .....	<b>1</b>
<b>II. FELDARBEIT</b> .....	<b>3</b>
<b>III. KURZFASSUNG</b> .....	<b>4</b>
<b>IV. DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE DER STUDIE</b> .....	<b>8</b>
<b>0. Methodische und stichprobentheoretische Vorbemerkungen</b> .....	<b>8</b>
<b>1. Vorbemerkung zum Foldertest</b> .....	<b>9</b>
<b>2. Auffälligkeit, Erinnerung an die Testanzeige(n) &lt;Foldertest&gt;</b> .....	<b>10</b>
<b>3. Erinnerung an einzelne Anzeigenelemente</b> .....	<b>12</b>
<b>4. Gefallen der Anzeigen</b> .....	<b>14</b>
<b>5. Stärkere und schwächere Motive</b> .....	<b>15</b>
<b>6. Der Drache</b> .....	<b>18</b>
<b>7. Einstellungen zu Märchen und Märchenform - vermutete Zielgruppen -</b> ..	<b>20</b>
<b>8. Erkennbarkeit der Thematik auf Anhieb</b> .....	<b>22</b>

	SEITE
9. Verständnis der Botschaft .....	24
10. Bekanntheit und Gefallen des Mottos .....	27
11. Logo .....	28
12. Bekanntheit des Absenders .....	28
13. Akzeptanz der Kampagne .....	29
14. Einstellungen zum Umgang mit Rauchen und Rauchern .....	30
15. Vermutete Wirkung der Anzeigen .....	34
V. RESÜMÉ .....	36
VI. SOZIODEMOGRAPHISCHE MERKMALE .....	39

**ARCHIVEXEMPLAR**  
**Reg.-No. 50054**  
(13.2.91)

ANHANG

- Tabellen
- Erhebungsinstrumente (Fragebogentyp "Eier")
- Testvorlagen (Foldertyp "Eier")

## I. AUFGABE DER UNTERSUCHUNG

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) entwickelte eine Anzeigenkampagne, die das Thema "Rauchen" unter dem Gesichtspunkt des aktiven Nichtraucher-schutzes angeht: In sechs verschiedenen farbigen Textanzeigen wird Nichtrauchen als soziale Verhaltensweise positiv bewertet und auf die gesundheitsschädigenden Wirkungen des Rauchens in Anwesenheit von Nichtrauchern allgemein (besonders Kinder, Jugendliche, Kranke etc.) hingewiesen. **Auf ironisch-distanzierende Weise sollen Raucher auf ihr Verhalten aufmerksam gemacht, ehemalige Raucher und Nichtraucher in ihrer Entscheidung für das Nichtrauchen unterstützt werden, ohne mit dem erhobenen Zeigefinger zu operieren.**

Insgesamt soll die Kampagne dazu beitragen, Einstellungen und Verhaltensmuster von Rauchern speziell im Rahmen öffentlicher Lokalitäten positiv zu beeinflussen und Nicht-raucher zu unterstützen.

Gestalterisch und inhaltlich hat man die Märchenform gewählt. "Es war einmal ... Das Märchen von der Notwendigkeit des Rauchens" - so sind alle Motive betitelt. Ein rauchender Drache steht in jedem Bildmotiv für den Raucher. Mittig unter jeder Anzeige ist das Logo mit dem Motto "Ohne Rauch geht's auch" mit einem kleinen sitzenden Drachen - zwischen Bestell- und Absenderhinweis - zu sehen.

Die Anzeigen thematisieren verschiedene Aspekte des Nichtraucherschutzes in bestimmten sozialen bzw. biographischen Situationen.

- Rauchen in der Schwangerschaft (interne Anzeigenbezeichnung: "Eier")
- Rauchen in der Öffentlichkeit/in Anwesenheit von Nichtrauchern (interne Anzeigenbezeichnung: "Tisch")
- Rauchen als "Imponiergehabe" (interne Anzeigenbezeichnung: "Schatz")
- Rauchen im Wagen/Auto (interne Anzeigenbezeichnung: "Wagen")
- Rauchen in geschlossenen Räumen (interne Anzeigenbezeichnung: "Höhle")
- Rauchen als frühsozialisierter (vermeintlich dazugehöriger) Genußaspekt des täglichen Lebens (interne Anzeigenbezeichnung: "Schule").

Die empirische Evaluation der Kampagne und der einzelnen Anzeigen sollte generell ermitteln, inwieweit

- a) die Anzeigen überhaupt auffallen/wahrgenommen werden im werblichen Umfeld,
- b) in ihrer Botschaft verstanden und
- c) akzeptiert werden.

Im Einzelnen behandelten wir folgende Themenblöcke (vgl. hierzu auch den Fragebogen im Anhang):

- Wahrnehmung und Auffälligkeit der Anzeige(n) im Umfeld anderer werblicher Anzeigen
- Einstellungen und Bewertungen bezüglich inhaltlicher und formaler Aspekte der Anzeige(n)
- Verständnis der motivspezifischen Botschaften und der Generalbotschaft
- Einstellungen zu Märchenform/Ansprache; vermutete Zielgruppen
- Einstellungen zum Umgang mit Rauchern/Rauchen
- Vermutete Wirkung der Anzeigen
- Absender (Bekanntheit, Erinnerung an Maßnahmen usw.).
- Akzeptanz gegenüber der Kampagne

## II. FELDARBEIT

- **METHODE:** halbstandardisiertes, persönliches Interview im Studio

1. Teil: Foldertest (jeweils Xmal eine der sechs Testanzeigen im Umfeld von neun anderen medientypischen Anzeigen)

2. Teil: Ausführliche Besprechung der jeweils fünf anderen Anzeigen und der Kampagne als solcher; Ermittlung von Einstellungen zum Umgang mit Rauchern

● <b>STICHPROBE:</b>	<b>SOLL</b>	<b>IST</b>
<b>GESAMT</b>	120	126
Raucher mit Kindern	30	38
Raucher ohne Kinder	30	25
Nichtraucher mit Kindern	30	25
Nichtraucher ohne Kinder	30	38
Alter 20 - 30 Jahre	60	63
Alter 31 - 45 Jahre	60	63
männlich	60	63
weiblich	60	63

**FELDZEIT:** 10. Mai bis 13. Mai 1994

Eingesetzte Interviewer: 10

Dauer des Interviews: 30 - 45 Minuten

- **FELDLEITUNG:** Jürgen Bachmann

- **PROJEKTLEITUNG:** Dr. Helga Albersmeyer-Bingen

### III. KURZFASSUNG

#### 1. Wahrnehmung, Auffälligkeit, Erinnerung insgesamt

Nach Durchblättern eines Folders mit insgesamt zehn werblichen Anzeigen konnten sich 48,4% der 126 Befragten ungestützt an die Testanzeigen erinnern (sechs Foldertypen mit jeweils einer der sechs Anzeigen). Da unter den Umfeldanzeigen auch Anzeigen waren, die schon länger zu sehen sind und die werbliche Penetrierung entsprechend hoch ist (z.B. Stuyvesant "Come together": 71,4%), kann der Wahrnehmungswert für die bislang nicht bekannten Anzeigen der BZgA durchaus zufriedenstellen. Raucher haben die Anzeigen öfter wahrgenommen als Nichtraucher.

Unter den Anzeigen, die als besonders auffällig empfunden wurden, liegen die Testanzeigen nach "Obsession" (31,7%) - einer reinen Schwarz-Weiß-Anzeige - gemeinsam mit "Perrier" an zweiter Stelle (25,4%). Hier fallen die bekannteren Anzeigen wie z. B. Stuyvesant (7,9%) deutlich ab. Innerhalb der Motivreihe der Testanzeigen waren "Eier" (47,6%), danach "Schatz" (33,3%) und "Höhle" sowie "Schule" (jeweils 23,8%) die auffälligsten Motive.

Insgesamt erinnerten sich weitere 26,2% auf Nachfrage (Stimulus: "Es war einmal...") an die Testanzeigen. 25,4% konnten sich weder ungestützt noch gestützt erinnern.

Die Motive wurden unterschiedlich häufig wahrgenommen: "Höhle" (66,7%), "Schule" (61,9%) und "Eier" (57,1%) wurden öfter ungestützt erinnert als andere.

In methodisch vergleichbaren Untersuchungen aus den Jahren 1989 und 1990 (nicht-werbliche Anzeigen, Folder - allerdings Repräsentativ- und keine Quota-Stichprobe) haben wir für die "starken" Motive deutlich niedrigere (ungestützte) Wahrnehmungswerte ermittelt, obwohl die Motive bereits seit einigen Wochen über Anzeigen und Plakate bekannt waren. Insofern dürfen die ungestützten Wahrnehmungswerte auf Basis unserer Stichprobe sehr zufriedenstellen.

Insgesamt spontan häufiger erinnert an die Anzeigen haben sich Raucher (57,1%) als Nichtraucher, wobei Nichtraucher mit Kindern (48%) aufmerksamer waren als Nichtraucher ohne Kinder (34,2%).

#### 2. Gefallen der Anzeigen

Spontan (ungestützt aus der Erinnerung) gefielen vor allem die Anzeigen "Eier" (Mittelwert auf einer Fünferskala (M) = 2.3), "Höhle" (M = 2.5) und "Schatz" (M = 2.6) recht gut. Schlechter bewertet wurden "Tisch" (M = 2.8), "Schule" (M = 2.9) und "Wagen" (M = 3.4). Insgesamt urteilten die Raucher (M = 2.9) schlechter als die Nichtraucher (M = 2.5).

Nach erneuter Vorlage der Motive verschlechterten sich die Werte etwas, wobei das Gefälle zwischen Rauchern (M = 3.3) und Nichtrauchern (M = 2.8) auf die Frage, wie die Anzeigen angesprochen haben, erhalten blieb.

Alles in allem betrachtet, gefielen am besten die Anzeigen "Schule" und "Eier", am wenigsten "Wagen" und "Schatz".

Die Gestaltung der Anzeigen kam insgesamt recht gut an: Raucher (M = 2,5) und Nichtraucher (M = 2,4) waren sich hier im wesentlichen einig. Am besten fanden sie Raucher ohne Kinder (M = 2,2; mit Kindern : M = 2,6).

### 3. Erkennbarkeit der Thematik

**Auf den ersten Blick haben nur 17,5% erkannt, daß die Anzeigen das Thema "Rauchen" zum Gegenstand haben. Am häufigsten wurde die Thematik von Männern im Alter von 31 - 45 Jahren erkannt. Motivspezifisch wurde die Thematik bei "Wagen" deutlicher erkannt als bei anderen Motiven.**

Befragte mit Kindern (Raucher: 23,7%; Nichtraucher: 20%) meinten öfter als andere, daß man die Thematik "Rauchen" auf Anhieb erkennt <ältere Befragte (25,4%) häufiger als jüngere (9,5%), Männer häufiger als Frauen>. Die Erkennbarkeit war bei den Motiven "Wagen" (42,9%) und mit großem Abstand "Schatz" (19%) am höchsten, am niedrigsten bei "Eier" (4,8%).

Da die Anzeigen an sich ja auffallen, muß es gerade beim Thema "Rauchen" kein Nachteil sein, wenn man die Thematik erst auf den zweiten Blick erkennt. Das mag gerade Rauchern den Zugang erleichtern.

### 4. Der Drache

Das "dargestellte große Tier" wurde von 81,7% als "Drache" identifiziert. 11,9% sahen darin einen "Dinosaurier" und 4% eine Mischung aus Drache und Dinosaurier. Bei Vorlage des Motivs "Höhle" wurde der Drache von allen Befragten identifiziert.

Der "Drache" als Raucher profiliert sich in den meisten Eigenschaftsdimensionen (Polaritätenprofil) im Mittelfeld: Er ist eher sympathisch als unsympathisch und eher harmlos als bedrohlich, er wirkt eher witzig/amüsant als albern. Er ist weder richtig freundlich noch unfreundlich, weder zeitgemäß noch überholt, weder richtig böse noch richtig gut: Er ist als Konstruktion einer für Raucher und Nichtraucher akzeptablen Leitfigur im Sinne der intendierten Kommunikationsstrategie durchaus gelungen: Raucher müssen ihn nicht rundweg ablehnen und Nichtraucher können ihn als nicht unsympathische Verkörperung wohlwollend akzeptieren.

Interessanterweise finden insgesamt 60,3% der Raucher mit Kindern gegenüber 41,2% der Nichtraucher, daß Raucher dem dargestellten (Raucher-) Drachen etwas Positives abgewinnen werden. Raucher konnten sich offenkundig - zumindest in unserer Stichprobe - mit dem dargestellten Raucher-Drachen-Typus öfter anfreunden als Nichtraucher dies dachten.



## 5. Botschaften und Verständlichkeit der Texte

Die wichtigsten Botschaften zum Thema "Rauchen" waren nach Meinung der Befragten in "Eier" (61,9%) und "Schule (50%), für 21,4% auch in "Höhle" enthalten.

Für knapp 80% waren die Texte im großen und ganzen verständlich, obwohl etliche auf Anhieb nicht so recht wußten, was in dem Text ausgesagt werden sollte. Einige verstanden die Textbotschaften falsch.

## 6. Märchenmotiv

Für alle befragten Raucher und 92,1% aller Nichtraucher sind "Märchen" mit eher angenehmen Empfindungen verbunden. Raucher (89,5%) und Nichtraucher mit Kindern (92%) waren in hohem Maße der Meinung, daß Märchen auch Erwachsene ansprechen.

In der offenen Frage, was an den Anzeigen gut und was an ihnen weniger gut gefällt, wurde die Märchenform deutlich öfter positiv als kritisch erwähnt.

In einer anderen offenen Frage sollten bezogen auf die Märchenform (sowohl inhaltlich als auch gestalterisch) in Zusammenhang mit dem Thema "Rauchen" generelle Begründungen pro und contra zur Märchenform ausgesprochen werden. Die Aussagen beziehen sich auf formal-gestalterische Aspekte, auf Text und Inhalt. Knapp 74% der Begründungen heben positive Aspekte der Märchenform hervor, knapp 66% formulieren Einwände.

Für die Märchenform spricht, daß das Thema einmal anders als sonst angepackt wurde (21,4%). Viele sind die realistischen Darstellungen z.B. der Folgen des Rauchens (Röntgenaufnahme einer Raucherlunge) müde und finden deshalb die Märchenform ansprechend. Die Idee als solche sei gut (10,3%), stelle eine "subtile", nette Art der Botschaft dar, die Märchenform passe zur Aussage/die Verbindung sei gelungen: Märchen hätten eine belehrende <positive> Funktion (7,9%).

15,9% der Raucher und Nichtraucher hielten diese Form gerade für Kinder/Jugendliche gut und 7,1% meinten nochmals, das spreche alle Altersgruppen an. Darüber hinaus wurden positive Äußerungen zu gestalterischen Aspekten bezogen auf die Botschaft gemacht.

Wer sich kritisch äußerte, meinte öfter, daß die Märchenform die Zielgruppe der Erwachsenen nicht so anspreche (18,3%) - was indes durch andere Aussagen relativiert wird - oder, daß die Botschaft/Intention (auf den ersten Blick) nicht klar genug verdeutlicht werde/man nicht sofort wisse, worum es geht (13,5%). 6,3% hielten die Darstellung für zu harmlos/verniedlichend und 4,8% vermißten den Bezug zur Realität des Rauchens.

10,3% bemängelten die Verbindung von Rauchen und Märchen als unpassend/als Analogie nicht stimmig. 7,1% meinten, dies würde keinen Raucher überzeugen.

Einige kritisierten in diesem Zusammenhang gestalterische Aspekte der Motive.

## **7. Bekanntheit und Gefallen des Mottos**

Ein Drittel der Befragten hatte das Motto "Ohne Rauch geht's auch" schon vor der Befragung einmal gehört oder gelesen.

Das Motto stößt vor allem bei Nichtrauchern auf hohe Akzeptanz ( $M = 1.9$ ), bei Rauchern ist der Mittelwert etwas schlechter ( $M = 2.6$ ). Über beide Gruppen betrachtet, liegt er bei dem guten Wert von  $M = 2.2$ .

Am kritischsten waren die Raucher mit Kindern ( $M = 2.7$ ), die wahrscheinlich die größten persönlichen Legitimations- und Rationalisierungsprobleme für ihr Verhalten haben dürften, wie sich auch aus anderen Fragen ablesen läßt.

## **8. Logo**

Signet in Verbindung mit Motto werden insgesamt mit  $M = 2.7$  bewertet. Personen mit Kindern urteilen schlechter als andere. Häufiger wurde (in anderen Fragen) moniert, daß das Logo insgesamt zu klein sei auf der Anzeige.

## **9. Akzeptanz der Kampagne**

71,4% aller Befragten meinen, daß die gezeigte Anzeigenserie einen positiven Beitrag zum aktiven Nichtraucherschutz leistet - dies meinen vor allem jüngere Leute bis 30 Jahre. Nichtraucher meinten dies zu 76,2% öfter als Raucher (66,7%).

92,9% der Befragten befürworten es grundsätzlich, daß die BZgA die Öffentlichkeit auf die Problematik des Nichtraucherschutzes hinweist.

#### IV. DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE DER STUDIE

##### 0. Methodische und stichprobentheoretische Vorbemerkungen

Methodisch handelte es sich um halbstandardisierte persönliche Studiointerviews, die - je nach Befragungsperson - zwischen 30 und 45 Minuten dauerten.

Die Stichprobe ist eine Quota-Stichprobe nach den Merkmalen Alter, Geschlecht, Kinder im Alter bis zu 15 Jahren/keine Kinder, Raucher-, Nichtraucherstatus und Lesehäufigkeit bezogen auf die Medien, in denen die Anzeigen geschaltet werden sollten. In einem Kontaktinterview (siehe Anlage) wurde der Raucherstatus verdeckt, alle anderen Merkmale wurden offen ermittelt.

Befragt wurden 63 Raucher und 63 Nichtraucher. Innerhalb der Rauchergruppe hatten 38 Personen Kinder und 25 keine Kinder, während es in der Nichtrauchergruppe umgekehrt war: Hier hatten 38 keine Kinder und 25 Kinder, was einem prozentualen Verhältnis von 60% zu 40% entspricht. Das Verhältnis zwischen Rauchern respektive Nichtrauchern bezogen auf Kinder bzw. keine Kinder sollte ursprünglich in etwa gleich sein. Wie die Rekrutierung der Befragungspersonen zeigte, war es jedoch in der Praxis und im Rahmen der vorgegebenen Zeit schwieriger, Nichtraucher mit Kindern als Raucher mit Kindern zu finden. Eine plausible Hypothese könnte sein: "Echte" Nichtraucher - also Personen, die nie oder nur ganz wenig geraucht haben - gehören öfter der jüngeren Generation an. Wie die Verbraucheranalyse 1993 belegt, sind Raucher am stärksten in den Altersgruppen 20-29 (26%) und 30-39 Jahre (24%) vertreten, also gerade in dem Lebensalter, in dem man in der Regel "Kinder bis 15 Jahre" (Stichprobe) hat. Insofern dürfte auch die Chance, Raucher mit Kindern in diesem Alter zu finden, größer sein, als Nichtraucher mit Kindern in diesem Alter zu finden.

Unabhängig von diesen möglichen demographischen Hintergründen sollten die Populationen "mit Kindern" im Rahmen der Untersuchung vor allem Aufschluß geben über die Fragen nach Rücksicht von Rauchern gegenüber Nichtrauchern - besonders Kindern -, Argumentationshilfen der Anzeigen, Kommunikationsangebot für Erwachsene (Raucher/ Nichtraucher) und Kinder/Jugendliche usw. In dieser Hinsicht erscheint uns gerade eine leichte

Übergewichtung von Rauchern mit Kindern nicht problematisch zu sein, anders wäre es bei der umgekehrten Struktur (mehr Nichtraucher mit Kindern als Raucher mit Kindern).

## 1. Vorbemerkung zum Foldertest

Zu Beginn des Interviews sollten sich die Befragungspersonen in Ruhe einen Folder mit zehn Anzeigen durchblättern. An jeweils fünfter Stelle war eine der sechs Testanzeigen zu sehen < insgesamt existierten somit sechs Foldertypen mit jeweils einer der sechs BZgA-Anzeigen, das restliche Umfeld blieb konstant >. Bei der Auswahl der Anzeigen, die wir aus den jeweils aktuellen Ausgaben der Medien entnommen hatten, in denen die BZgA-Anzeigen geschaltet werden sollten, flossen prinzipiell folgende Kriterien ein:

- auffällige und weniger auffällige Anzeigen
- bekannte (bereits länger geschaltete) Anzeigen und weniger bekannte
- Farb- und eher Schwarz-Weiß-Anzeigen
- verschiedene Produktfelder
- Bild- und Textanzeigen.

Um mögliche spezielle Effekte hinsichtlich Absender (nicht-werbliche Anzeige) oder Form (Auffälligkeit durch Zeichnung, Rahmen etc.) zumindest auszugleichen, wählten wir eine zweite nicht-werbliche Anzeige aus und zwei, die eine zeichnerisch/cartoonähnliche Aufmachung haben, wenn auch völlig verschieden von der Testanzeige sind.

Da Zigaretten-Werbung häufig zu sehen ist und sozusagen "ex oppositione" das Thema aufgreift, nahmen wir hier ebenfalls eine Anzeige auf.

Auf Basis dieser Kriterien kam es in Abstimmung mit dem Auftraggeber zu folgender Auswahl und Folderzusammensetzung<sup>1</sup>:

- Arbeitsamt (Das Arbeitsamt. Einfach fragen.)
- Stuyvesant (Come Together. Share the taste.)
- Fernet Branca (Man sagt, er habe magische Kräfte.)
- Obsession/Calvin Klein
- BZgA (Es war einmal ... Ohne Rauch geht's auch.)
- Perrier (Culture. Nur Perrier ist Perrier.)
- IWO (Die Ölheizung. Wärme fürs Leben.)
- Apotheker-Werbung (Ihre Apotheke. Uns können Sie fragen.)
- Rover (Rover. You're welcome.)
- Idee Kaffee (Der richtige Kaffee.).

Im folgenden ermittelten wir zunächst ungestützt Wahrnehmung, Auffälligkeit und - falls BZgA genannt - Erinnerung an Einzelheiten der Anzeige. Wer sich nicht an die BZgA-Anzeige erinnerte, wurde nochmals gestützt (Stimulus "Es war einmal ...") gefragt. Auch hier sollten die Befragten - bei Erinnerung - Einzelheiten nennen, die ihnen im Gedächtnis geblieben waren. Anschließend wurde die Anzeige ausführlich besprochen und die restlichen fünf wurden als Linie - gemischt - vorgelegt.

## **2. Auffälligkeit, Erinnerung an die Testanzeige(n) <Foldertest>**

Nach Durchblättern des Folders konnten sich ungestützt 57,1% der Raucher und 39,7% der Nichtraucher an die BZgA-Anzeige erinnern: Nichtraucher mit Kindern tendenziell häufiger als Nichtraucher ohne Kinder<sup>2</sup>, jüngere Frauen (bis 30 Jahre) öfter als Männer.

---

<sup>1</sup> Vgl. Testfoldertyp A im Anhang zum Bericht

<sup>2</sup> Bei Subbasen, die kleiner als  $n = 30$  sind, können die Aussagen nur als Tendenzen verstanden werden.

Hinzu kommt, daß bestimmte Motive wie z.B. "Höhle", "Schule" und "Eier" deutlich häufiger erinnert wurden als z.B. Schatz, Tisch oder Wagen.

Im Rahmen der Umfeldanzeigen erinnerte man sich am häufigsten an Stuyvesant (71,4%), Rover (65,9%) und Obsession (63,5%). Es folgt ein "Mittelfeld" mit Anzeigen wie Perrier (56,3%), Arbeitsamt (54%), Fernet (51,6%) und Idee Kaffee (50%), an das sich die BZgA-Anzeige mit insgesamt 48,4% anschließt und durchaus "mithalten" kann.

In Anbetracht des Umfeldes bekannter und schon zeitlich länger penetrierter Werbung dürfen diese Recall-Werte sehr zufriedenstellen. Schließlich war die Testanzeige zuvor nie gezeigt worden.

In ähnlichen Untersuchungen aus den Jahren 1989 und 1990 (nicht-werbliche Anzeigen, Folde-Test, Repräsentativ- und Quota-Stichprobe) hatten wir für die "starken" Motive deutlich niedrigere (ungestützte) Wahrnehmungswerte ermittelt und dies obwohl die Motive beider Kampagnen bereits seit einigen Wochen über Anzeigen und Plakate zu sehen waren, die Chance erhöhter Aufmerksamkeit aufgrund von Wiedererkennung grundsätzlich gegeben war.

(Vgl. Tabellen 1)

Diese - für erstmaliges Wahrnehmen - sehr hohen Werte sind auch der Auffälligkeit der Gestaltung zuzuschreiben: Unter den Anzeigen, die die Befragungspersonen (ungestützt) **besonders auffällig** fanden, wurden die Testanzeigen nach der stark konturierten und ausdrucksstarken Schwarz-Weiß-Anzeige von "Obsession" (31,7%) gemeinsam mit "Perrier" an zweiter Stelle (25,4%) gleich häufig genannt. Hinsichtlich dieser Wahrnehmungsdimension fallen die bekannten Anzeigen wie z.B. Stuyvesant (7,9%) deutlich ab. Motivspezifisch betrachtet, empfand man vor allem "Eier" und "Schatz" als besonders auffällig.

(Vgl. Tabellen 2)

Dies zur ungestützten Erinnerung bzw. Auffälligkeit.

Auf Nachfrage (Stimulus Anzeige "Es war einmal...") erinnerten sich weitere 26,2% der Befragten - diesmal Nichtraucher etwas öfter als Raucher -, besonders bezüglich der Motive "Tisch" und "Schatz". Nur ein gutes Viertel konnte sich weder gestützt noch ungestützt an die Testanzeige erinnern.

(Vgl. Tabellen 3)

### **3. Erinnerung an einzelne Anzeigenelemente**

Hängengeblieben sind motivübergreifend vor allem allgemein die Gestaltung (Comic/Cartoon usw.) und die märchenhafte Form der Anzeige (mittelalterliche Figuren, Gebrüder Grimm), die sich vom restlichen werblichen Umfeld abhebt, weil solche Anzeigen ungewöhnlich oder neu seien. Das Bildmotiv und seine motivspezifisch unterschiedlichen Bildelemente wie Steinzeitfiguren/Höhlenmenschen, Höhle (Höhle), Schloß, Wald/Vorwald, Schatz (Schatz), Braten, Leute am Tisch/Kreis von Männern, Tiere (Tisch), Geier/Vögel, Drache/n auf Eiern, Turm/Berg, Adler/Raben (Eier) usw. werden beschrieben. Auffällig ist vor allem der Drache im Rahmen des jeweiligen Motivs, der von manchen beim flüchtigen Schauen und - ganz en vogue - als Dinosaurier wahrgenommen wurde.

Der Text als solcher spielt bei der ersten spontanen Wahrnehmung eine geringere Rolle, eher Headline, Slogan und Botschaft, die vereinzelt aber auch falsch erinnert wurde wie z.B. "Früher ging es auch ohne Rauch" (Höhle), oder "Ohne Rauch geht's nicht" (Schatz), "Von der Notwendigkeit des Rauchens" (Tisch) bzw. nicht falsch, aber verkürzt: "Gegen Rauchen". Negative Äußerungen waren selten.

(Vgl. Tabellen 5.1)

Als auffällig wurden vor allem der Drache und je nach Motiv - einzelne Bildelemente/-figuren bezeichnet. Auch hier wurden besonders "Es war einmal ..." und der Slogan genannt.

(Vgl. Tabellen 6)

Spontan und aus der ersten Erinnerung wurde die zentrale Aussage der Anzeigen motivübergreifend am häufigsten umschrieben mit "Gegen das Rauchen" oder "Ohne Rauch geht's auch". **Seltener benannt wurden die spezielle Motivbotschaft bzw. der zentrale Aspekt der Rücksichtnahme auf Nichtraucher und die allgemein schädigende Wirkung des Rauchens.** Je nach Motiv wurden einzelne Motivbotschaften öfter wahrgenommen als andere. "Ohne Rauch ..." wurde besonders bei "Schule", "Höhle" und "Wagen" als zentrale Aussage empfunden.

(Vgl. Tabellen 5.2)

Als Fazit auf Basis dieser ersten Wahrnehmungsebene kann man folgende Aspekte benennen:

- Die märchen-/comic-hafte Form fällt auf und gefällt vielen
- Beim flüchtigen Betrachten werden Headline ("Es war einmal") und Subline ("Das Märchen über die Notwendigkeit des Rauchens") bisweilen nur fragmentarisch wahrgenommen, was vereinzelt - über Verkürzungen - zur Umkehrung der intendierten Aussage führen kann wie bei "... von der Notwendigkeit des Rauchens" - hier wurde z.B. der Beginn "Das Märchen von ..." überlesen!
- Der Text spielte eine geringere Rolle, wurde aber bisweilen als zu lang empfunden: Auch hier wurden in - verkürzter - Wahrnehmung manchmal falsche Botschaften empfangen. Möglicherweise ist der Text im Rahmen der spontanen, ersten Wahrnehmung einer Anzeige zu anspruchsvoll für die Übermittlung der Botschaft.



#### 4. Gefallen der Anzeigen

Ungestützt aus der Erinnerung gefielen den Befragten spontan vor allem die Anzeigen "Eier" (Mittelwert  $\langle M \rangle$  auf einer Fünferskala = 2.3), "Höhle" ( $M = 2.5$ ) und "Schatz" ( $M = 2.6$ ). Schlechter bewertet wurden "Tisch" ( $M = 2.8$ ), "Schule" ( $M = 2.9$ ) und insbesondere "Wagen" ( $M = 3.4$ ). Nichtraucher ( $M = 2.5$ ) urteilten positiver als Raucher ( $M = 2.9$ ), wobei das Merkmal "Kinder" keine Rolle zu spielen scheint. Männliche Raucher im Alter von 31-45 Jahren waren kritischer als andere.

(Vgl. Tabellen 4)

Nach erneuter Vorlage des im Folder gezeigten Motivs mit der Frage, wie die Anzeige persönlich anspricht, verschlechterten sich die Werte etwas, wobei allerdings das Gefälle von Rauchern ( $M = 3.3$ ) zu Nichtrauchern ( $M = 2.8$ ) in Relation weitgehend erhalten blieb.

(Vgl. Tabellen 7)

Die **Gestaltung** der Anzeigen (Fünfer-Skala) gefällt überwiegend gut ( $M = 2.4$ ), ohne daß sich größere Unterschiede zwischen Rauchern und Nichtrauchern feststellen lassen. Jüngere Befragte urteilten tendenziell etwas positiver als ältere.

(Vgl. Tabellen 20)

Was gefällt nun im Einzelnen an den Anzeigen gut, was weniger gut?

**Gut gefallen** insbesondere die Märchenform (inkl. Slogan und Logo) bzw. die comic-hafte Aufmachung der Anzeigen. Sie wirken lustig, peppig, witzig. Das Ganze wirkt freundlich und ansprechend durch die bunten Farben, durch den Drachen und die Fabelwesen, die manche an ein Kinderbuch (Schule), an heile Welt erinnern. Erwähnt wurden auch inhaltliche

Aspekte, die Idee an sich und daß die Motive (via Bild) neugierig machen und zum Nachdenken anregen. Es werde nicht mit gesundheitlichen Risiken "gedroht und geschimpft", man operiere nicht "negativ mit Druck". Das Thema wird nicht aufdringlich vermittelt, ist öfter erst beim zweiten Hinsehen erkennbar.

Bezogen auf das, was **weniger gut gefallen hat**, wurden vor allem textliche Aspekte genannt: Es sei zu viel Text, der zu kompliziert sei und bisweilen als "dämmlich", "überheblich", "zu weit hergeholt" bezeichnet wurde. Auch sei die Schrift zu klein. Manche sagten dies auch für das Logo und "Das Märchen ...". Etlichen war nicht auf Anhieb klar, worum es eigentlich geht. Einige stießen sich an der Märchenform - schließlich sei das Dargestellte kein Märchen, sondern auch heute wahr ("Es war einmal ...", "Ist das nicht märchenhaft"). Einige fanden die Darstellung zu verharmlosend oder gar "kindisch".

Für einen Teil der Befragten paßten Text und Bild nicht zusammen. Darüber hinaus wurde inhaltliche und formale Einzelkritik geübt.

Wir sehen: Die Anzeigen stoßen alles in allem zwar häufig auf positive Reaktionen, lösen jedoch auch Detailkritik aus, worauf unten noch ausführlicher eingegangen wird.

(Vgl. Tabellen 8.1)

## 5. Stärkere und schwächere Motive

Auf die nach Vorlage aller sechs Motive gestellte Frage, welches der Anzeigenmotive am besten und welches am schlechtesten gefalle, zeigen sich "stärkere" und "schwächere" Motive. Allerdings sind die Unterschiede nicht so krass, daß man von echten "Ausreißern" sprechen könnte. Es ist wohl eher so, daß die je verschiedene Thematik und bildliche Darstellung die Befragten persönlich unterschiedlich stark angesprochen haben.

Anzeigen, die häufiger als andere als "beste" bezeichnet wurden, sind "Schule" (26,2%), "Eier" (23%), "Höhle" (19%), und mit Abstand "Tisch" (15,1%). "Schatz" (11,9%) und

"Wagen" (8,7%) fallen hier ab. Umgekehrt wurden sie auch am häufigsten als die Anzeigen genannt, die am schlechtesten gefallen haben.

(Vgl. Tabellen 14.1 und 15.1)

Welche Gründe stehen vor allem hinter diesen Entscheidungen?

"Schule" - so sagen gerade Raucher - gefällt ihnen deshalb am besten, weil das Thema am wichtigsten ist: Kinder und Jugendliche müssen geschützt werden, man muß ihnen ein Vorbild geben (9). Dieses Motiv spricht Jüngere an, von denen viele schon rauchen (7). Die Botschaft ist eindeutig (4) und das Bild schön (6).

Auch bei dem Motiv "Eier" werden Botschaft (10) und deren klar verständliche, eindeutige Formulierung (7) als besonders wichtig erachtet. Bild und Text passen zusammen (4), das Bild sticht durch seine Einfachheit ins Auge (3). Etliche finden das Bild auch besonders witzig/lustig (10).

Das Bildmotiv ist der häufigste Grund, sich für "Höhle" zu entscheiden (12). Es ist lustig und humorvoll - ein rauchender Drache vertreibt Menschen, der Drache sieht "lieb-fies" und ein "bißchen blöde" aus. Das Thema der Rücksichtnahme auf Nichtraucher (gerade in geschlossenen Räumen/während der Arbeit) ist wichtig (5) und wird auch bildlich durch den Qualm und den einfachen Bildaufbau vermittelt.

"Tisch" gefiel vor allem den Nichtrauchern deshalb am besten, weil das Rauchen beim Essen wirklich störe (8) - dies sagte nur ein Raucher! Ansonsten wurden das Bild und die auffällige Umsetzung der Thematik als wichtige Gründe genannt.

(Vgl. Tabellen 14.2)

Weshalb wurden "Wagen" und "Schatz" so häufig abgelehnt? Bei "Wagen" sagten viele, das Bild sei zu voll, kompliziert, einfach insgesamt nicht ansprechend (13). Auch hatten hier etliche Probleme mit dem Sinn bzw. mit den (als unverständlich empfundenen) textlichen Zusammenhängen (7), die "zu weit hergeholt", nicht aussagekräftig (5) seien: Das Thema "Rauchen" wird nicht deutlich (4). Der Text ist zu lang (6), Bild und Text passen nicht zusammen (3). Diese Anzeige sei langweilig (5), nicht witzig/ohne Pepp (4) usw.

**Auch bei "Schatz" reibt man sich öfter an Textaussage und Botschaft: Das Thema werde nicht klar (5), die Textaussage sei unverständlich (5), die Botschaft unrealistisch, zu abstrakt (4), zu allgemein, wenig wichtig, nicht überzeugend - Imponiergehabe sei kein Grund für das Rauchen (2).**

Betrachtet man die anderen Anzeigen hinsichtlich der Begründungen, warum man sie am schlechtesten findet, zeigte sich, daß Kritik sich vor allem an Text (unverständliche Zusammenhänge, nicht stimmig usw.), seltener am Bild entzündet.

(Vgl. Tabellen 15.2)

Als Motiv mit **besonders wichtigen Botschaften** zum Thema "Rauchen" wurde "Eier" (61,9%) genannt, vor allem von Nichtrauchern ohne Kinder (78,9%). Aber auch "Schule" (50%) fanden beide Gruppen sehr wichtig. Mit großem Abstand folgen "Höhle" (21,4%) und "Tisch" (17,5%). "Schatz" und "Wagen" wurden mit nur jeweils 13,5% der Stimmen bedacht.

(Vgl. Tabellen 17.1 und 17.2)

Diese und die bereits dargestellten Ergebnisse zeigen, daß im Rahmen der Kampagne offenkundig drei Motivbotschaften für besonders bedeutsam und einleuchtend empfunden wurden:

- Aktiver Schutz ungeborenen Lebens vor den Wirkungen des Rauchens ("Eier")
- Frühzeitige Aufklärung von Kindern und Jugendlichen über die Schädlichkeit des Rauchens

("Schule")

- Rücksichtnahme auf Nichtraucher, Rauchen in geschlossenen Räumen/bei der Arbeit etc. "Höhle", tendenziell auch "Tisch", obwohl letzteres eher ein Thema für Nichtraucher ist.

Weder das Thema "Imponiergehabe" ("Schatz") noch das Thema "Rauchen im "Wagen" wirkten überzeugend in der jeweiligen Umsetzung. Einerseits sieht man die thematische Relevanz nicht so ohne weiteres: Imponiergehabe ist nur ein - weniger bedeutsamer - Aspekt der gesamten Sucht-/Verhaltensstruktur von Rauchern. Rauchen im Wagen ist in der Regel kein Problem. Hier kann man sich einigen (Rauchpausen) bzw. eher Verbote aussprechen als in anderen Zusammenhängen. Auf kürzeren Strecken kann sich jeder Raucher auch "mal zusammennemen." Andererseits sind gerade diese Motive von Bild und Textaussage her problematischer bzw. schwerer verständlich als andere. Insofern kann auch die Art der Umsetzung Einfluß auf die eingeschätzte Bedeutung der Botschaft haben.

Auf die Gesamtproblematik gehen wir nochmals in Kapitel 8 und 9 ein.

## 6. Der Drache

Das "dargestellte große Tier" wurde von 81,7% als "Drache" identifiziert. 11,9% sahen darin einen "Dinosaurier" und 4% eine Mischung aus Drache und Dinosaurier. Bei Vorlage des Motivs "Höhle" wurde der Drache von allen Befragten identifiziert.

Auf die offene Frage, wofür der Drache aus Sicht der Befragten wohl steht, was er verkörpern soll, sagten 56,3% konkret, er stehe für "Raucher/das Rauchen". Andere - besonders Nichtraucher - äußerten sich wertend: Er stehe für den rücksichtslosen, egoistischen, aggressiven Raucher (7,9%) oder - halb ironisch - für den "bösen Raucher" (4%) bei "Höhle" und "Schatz".

Es wurden weitere Assoziationen auf bildlicher oder metaphorischer Ebene ausgedrückt: "Unheil/Gefahr/das Böse/Monster" (11,1%), "Fabel-/Feuerwesen" bzw. "Feuer/Rauch" (jeweils 4,6% bei: "Wagen") bzw. für "Macht/Kraft" ("Schatz"). Man dachte an "Störfaktor/Störendes",

"Vergangenes/Überholtes". Allerdings handelt es sich hierbei nur um kleinere Nennungshäufigkeiten.

(Vgl. Tabellen 12 und 13)

Der "Drache" als Verkörperung des Rauchers profiliert sich in den meisten - über ein Polaritätenprofil ermittelten - Eigenschaftsdimensionen als "Figur der Mitte". Er ist keine extreme Verkörperung, die polarisierend wirkt, sondern ein durchschnittlicher Charakter mit einem leichten Überhang von positiven Eigenschaften. Er ist eher sympathisch als unsympathisch, eher harmlos als bedrohlich, er wirkt eher witzig/amüsant als albern. Er ist weder richtig freundlich noch unfreundlich, weder zeitgemäß noch überholt, weder richtig böse noch richtig gut: Er ist als Konstruktion einer für Raucher und Nichtraucher akzeptablen Leitfigur im Sinne der intendierten Kommunikationsstrategie durchaus gelungen: Raucher müssen diesen "Rauchertypus" nicht rundweg als Karikatur ihrer selbst oder gar Popanz/Kinderschreck ablehnen und Nichtraucher können ihn als nicht unsympathische Verkörperung einer bekannten, täglich erleb- bzw. erleidbaren Verhaltensgewohnheit bestimmter Mitmenschen akzeptieren.

Die Werte der Raucher und Nichtraucher liegen in etlichen Dimensionen dicht beieinander. Nur in einigen Dimensionen antworteten die Nichtraucher tendenziell etwas kritischer (etwas weniger sympathisch, freundlich, gesellig, gut).

(Vgl. Tabellen 25)

Interessanterweise meinen insgesamt 60,3% der Raucher und 41,3% der Nichtraucher, daß Raucher dem dargestellten (Raucher-) Drachen etwas Positives abgewinnen werden. Raucher konnten sich offenkundig - zumindest in unserer Stichprobe - mit dem dargestellten Raucher-Drachen-Typus öfter anfreunden als Nichtraucher dies dachten.

(Vgl. Tabellen 26)

## 7. Einstellungen zu Märchen und Märchenform - vermutete Zielgruppen

96% aller Befragten verbinden mit "Märchen" eher angenehme Empfindungen. Dies sagten alle Raucher und 92,1% der Nichtraucher. Negative Empfindungen sind also insgesamt sehr selten und unterschiedlich motiviert bzw. begründet wie die entsprechende Tabelle 22.2 zeigt.

(Vgl. Tabellen 22.1 und 22.2)

Die Assoziationen, die mit "Märchen" verbunden sind, zeigen, daß hier offenkundig bei vielen Personen Tiefendimensionen angesprochen werden, die häufig positive Erinnerungen wachrufen. Märchen haben mit Kindheit, Eltern, Geschichtenerzählen zu tun, also mit sehr vielen persönlichen Erfahrungen und Erlebnissen. Öfters denkt man auch an bestimmte Märchen. Diese Welt ist bevölkert von guten und bösen Phantasiegestalten wie Feen, Hexen, Zauberern, Zwergen usw. Aber das Märchen hat eine Moral - letzten Endes siegt das Gute über das Böse. Märchen zeigen eine heile Welt, aber man kann dennoch etwas aus ihnen "lernen" bzw. in sein Erwachsenen-Dasein mitnehmen, auch wenn man weiß, daß Märchen unwahr sind und mit der Realität nicht viel gemein haben. Es ist erstaunlich, wie emotional und "basic" die befragten Erwachsenen sich hierzu geäußert haben. Trotz - und sicherlich auch wegen - der ungeheuren Anforderungen einer hochkomplexen Gesellschaft an das Individuum hinsichtlich Kalkül, Rationalität und Pragmatik werden traditionelle, emotionale Nischen bewahrt und - bei Ansprache - spontan wirksam.

(Vgl. Tabellen 21)

86,5% sind der Meinung, daß Märchen nicht nur Kinder und Jugendliche, sondern auch Erwachsene ansprechen. Raucher mit Kindern (89,5%) und Nichtraucher mit Kindern (92%) waren in hohem Maße der Meinung, daß Märchen auch Erwachsene ansprechen.

(Vgl. Tabellen 23)

Aber wie sehen die Befragungspersonen die Märchenform in Zusammenhang mit der vorliegenden Problematik und mit den Anzeigen?

In der offenen Frage, was an den Anzeigen gut und was an ihnen weniger gut gefällt (vgl. Kapitel 4), wurde die Märchenform spontan deutlich öfter positiv als kritisch erwähnt.

In einer (später gestellten) offenen Frage sollten bezogen auf die Märchenform (sowohl inhaltlich als auch gestalterisch) in Zusammenhang mit dem Thema "Rauchen" generelle Begründungen pro und contra zur Märchenform ausgesprochen werden. Die Aussagen beziehen sich auf formal-gestalterische Aspekte, auf Text und Inhalt der vorliegenden Anzeigomotive. Knapp 74% der Befragten heben positive Aspekte der Märchenform hervor, knapp 66% formulieren kritische Aspekte.

Für die Märchenform spricht, daß das Thema einmal anders als sonst angepackt wurde (21,4%). Die Idee als solche sei gut (10,3%), stelle eine "subtile", nette Art der Botschaft der Anzeige dar (10,3%), die Märchenform passe zur Aussage/die Verbindung sei gelungen: Märchen hätten eine beherrschende <positive> Funktion (7,9%).

15,9% der Raucher und Nichtraucher hielten diese Form gerade für Kinder/Jugendliche geeignet und 7,1% meinten nochmals, das spreche alle Altersgruppen an. Darüber hinaus wurden positive Äußerungen zu gestalterischen Aspekten bezogen auf die Botschaft gemacht.

Wer sich kritisch äußerte, meinte öfter, daß die Märchenform die Zielgruppe der Erwachsenen nicht so anspreche (18,3%) - was indes durch andere Aussagen relativiert wird - oder, daß die Botschaft/Intention (auf den ersten Blick) nicht klar genug verdeutlicht werde/man nicht sofort wisse, worum es geht (13,5%). 6,3% hielten die Darstellung für zu harmlos/verniedlichend und 4,8% vermißten den Bezug zur Realität des Rauchens.

10,3% bemängelten auf Basis der vorliegenden Anzeigen die Verbindung von Rauchen und Märchen als unpassend/nicht stimmig in den Analogien. 7,1% meinten, dies würde keinen Raucher überzeugen. Einige kritisierten in diesem Zusammenhang gestalterische Aspekte der



Motive.

(Vgl. Tabellen 24.1 und 24.2)

Die Märchenform und die konzeptionelle Idee der Anzeigen kommen gut an. Andererseits haben etliche Befragte Einwände oder Kritikpunkte formuliert, die es noch etwas näher darzustellen gilt in den Kapiteln 8 und 9.

Je nach Motiv wurden unterschiedlich häufig bestimmte Personenkreise als hauptsächliche Adressaten der Anzeigen genannt. Es handelt sich hierbei vor allem um Raucher, aber auch um Nichtraucher: Je nach Motiv wurden einzelne Zielgruppen z.B. Kinder, Jugendliche, jüngere Leute, die noch nicht richtig rauchen oder zur Zeit stark rauchen, Eltern usw. öfter als andere angeführt. Einzelheiten zu den vermuteten Adressatengruppen mögen den entsprechenden Tabellen entnommen werden.

(Vgl. Tabellen 10)

## **8. Erkennbarkeit der Thematik auf Anhieb**

Auf den **ersten Blick** haben nur 17,5% erkannt, daß die Anzeigen das Thema "Rauchen" zum Gegenstand haben. Am häufigsten wurde die Thematik von Männern im Alter von 31 - 45 Jahren erkannt.

Befragte mit Kindern (Raucher: 23,7%; Nichtraucher: 20%) meinten öfter als andere, daß man die Thematik "Rauchen" auf Anhieb erkennt <ältere Befragte (25,4%) häufiger als jüngere (9,5%), Männer häufiger als Frauen>. Die spontane Themenwahrnehmung war bei "Wagen" (42,9%) am höchsten, am niedrigsten bei "Eier" (4,8%).

(Vgl. Tabellen 11.1)

Am häufigsten wurde bemängelt, daß das Bild keinen - auf den ersten Blick erkennbaren - konkreten Bezug zum Thema "Rauchen" hat, ohne Text unverständlich sei (32,7%). Das Märchenmotiv, das andererseits sehr anspricht, stehe stark im Vordergrund und würde zunächst an ganz andere Themen erinnern (20,2%). Außerdem fehlt eine Kennung, die ad hoc auf das Thema hinweist: Es sei keine Zigarette abgebildet (31,7%, überdurchschnittlich oft bei "Tisch") oder ein rauchender Mensch - der Rauch des Drachen sei als thematische Kennung zu unauffällig (9,6%). Überhaupt sei alles, was auf das Thema hinweist, zu klein - gerade auch Slogan und Logo, das Wort "Rauch" (15,4%) - in der Überschrift "Es war einmal ..." sei es auch nicht enthalten (5,8%). Der Text ist also notwendig, um das Thema zu erfassen (11,5%). Andererseits tauchten immer wieder textliche Verständnisschwierigkeiten bzw. Unklarheiten auf.

(Vgl. Tabellen 11.2)

Direkt unverständlich waren die Texte explizit nur für knapp 21% der Befragungspersonen. Unbehagen artikulierten aber mehr Personen, wie wir aus den Antworten zu den verschiedenen offenen Fragen sehen konnten.

Wer in dieser Frage explizit von Unverständlichkeit sprach, hatte vor allem Schwierigkeiten mit "Schatz": Die Botschaft sei nicht verständlich, es sei nicht klar, was die Vergleiche aussagen sollen - besonders "Schätze, die nicht nur aus Geld bestehen" (8). Man brauche aber auch bei "Tisch" und "Wagen" zu lange, um den Text zu begreifen (7). Formal betrachtet werden von einigen die Formulierungen als zu schwierig, wenig konkret, die Sätze zu lang, die Satzstellung als nicht optimal bezeichnet (8).

Insgesamt besteht für etliche eine gewisse Schwierigkeit, die Wortspiele und Aussagen in Zusammenhang mit der bildlichen Darstellung und der Märchen-/Vergangenheitsform "Es war einmal ...", und "Ist das nicht märchenhaft" zu übertragen auf die Gegenwartsproblematik.

Das schuf Irritationen oder führte vereinzelt dazu, daß die Botschaft komplett falsch verstanden wurde.

(Vgl. Tabellen 19.1 und 19.2)

## **9. Verständnis der Botschaft**

Unsere Befragungspersonen hatten verschiedene Möglichkeiten, die Botschaft der Anzeigen in einzelnen Stufen wahrzunehmen:

1. spontan und aus der Erinnerung nach Durchblättern des Folders,
2. in Beschäftigung mit der Folderanzeige nach erneuter Vorlage des Folders,
3. nach Vorlage aller Anzeigen als "Linie".

Theoretisch konnten Wahrnehmung und Verständnis in Abhängigkeit von Intensität der Beschäftigungsstufen 1, 2, 3 auf verschiedenen abstrakten bzw. konkreten Ebenen stattfinden:

- a) globaler thematischer Rahmen "Rauchen"
- b) Generalthema "Nichtraucherschutz/Rücksichtnahme auf Nichtraucher"
- c) motivspezifische Botschaften.

Die Chance, daß die Botschaft motivspezifisch verstanden wird, war vor allem beim ersten und zweiten Kontakt hoch. Nach Vorlage aller Motive müßte sich das Verständnis eigentlich auf die Ebenen a) und b) bzw. Aspekte dieser Ebenen konzentrieren, da erst hier möglich war, die Intention der Gesamtkampagne zu verstehen.

Auf die erste spontane Wahrnehmung/Erinnerung der Botschaft gehen wir an dieser Stelle nicht mehr ein, da sie bereits in Kapitel 3 dargestellt wurde.

Bei der **intensiveren Betrachtung der Anzeigen nach erneuter Vorlage** wurden im wesentlichen vier Botschaften wahrgenommen. In der Regel dominieren die drei ersten, jedoch motivspezifisch unterschiedlich stark:

- a) Rauchen stört andere/Raucher sollten auf Nichtraucher Rücksicht nehmen (öfters mit Bezügen auf die jeweils dargestellten Situationen)
- b) Gegen Rauchen/Man soll mit dem Rauchen aufhören**
- c) Rauchen ist ungesund/gefährlich
- d) Rauchen ist (motivspezifisch mal mehr oder weniger häufig) aus bestimmten Gründen nicht mehr zeitgemäß/"out".

Diese verschiedenen Textbotschaften wurden - je nach Motiv - unterschiedlich häufig als "zentrale Botschaft" der konkreten Anzeige verstanden.

- a) Die Aspekte Nichtraucherschutz/Störung von Nichtrauchern durch Raucher wurde vor allem in den Motiven "Höhle", "Tisch" und - offenkundig mit sehr konkretem Erfahrungshintergrund - bei "Wagen" genannt.
- b) Daß man mit dem Rauchen aufhören soll, wurde als zentrale Botschaft immer wieder artikuliert, vor allem aber bei "Schatz" und "Wagen".
- c) Der Gesundheits-/Schädlichkeitsaspekt wurde besonders bei den Motiven "Höhle" und "Eier" wahrgenommen.
- d) Rauchen als überholte, nicht mehr zeitgemäße Verhaltensweise vermittelten die Motive in unterschiedlichem Ausmaße, vor allem aber "Schatz", "Tisch" und "Schule".

(Vgl. Tabellen 9 und 16)

Auf die (offene) Frage nach der "**gemeinsamen Botschaft aller Anzeigen**" nach Vorlage aller Motive antworteten 52,4%, daß es um "nicht (mehr)/weniger Rauchen" ginge. Diese Botschaft lasen Raucher öfter als Nichtraucher aus den Anzeigen. 22,2% hoben den Gesundheitsaspekt hervor. 20,6% sagten, es ginge um Rücksichtnahme auf Nichtraucher und 13,5%, daß es auch ohne Rauchen ginge/Rauchen sei nicht nötig (Slogan). Rund 9% empfanden die Botschaft als "Rauchen ist out, nicht mehr zeitgemäß" - Nichtraucher öfter als Raucher. Knapp 5% meinten, man solle sich Gedanken über das Rauchen machen.

(Vgl. Tabellen 18)

Das Verständnis der Botschaft aller Anzeigen ist somit am häufigsten in Überlappung von globaler und generaler Ebene angesiedelt: Nicht mehr/weniger Rauchen kann/muß nicht den Aspekt des Nichtraucherschutzes implizieren. Ebenso kann der Gesundheitsaspekt bezogen auf Raucher und Nichtraucher gerichtet sein. Das Verständnis ist also eher vieldeutig und durch verschiedene Aspekte der Gesamthematik bestimmt, was andererseits in der Natur der Sache liegt: Ohne Rauchen bzw. Raucher gäbe es kein Problem. Soll die Botschaft nicht nur auf die für Raucher schädlichen Auswirkungen orientiert sein (Botschaft: Gesundheit des Rauchers), muß die "Zwangsdyade" Raucher - Nichtraucher ins Blickfeld gerückt werden. Dies ist in der Kampagne unternommen und verstanden worden, von seiten der Befragten allerdings nur teilweise in der klaren Formulierung der Intention "Nichtraucherschutz". Unter Umständen könnte dieser Aspekt in zukünftigen Maßnahmen noch stärker betont oder deutlicher ausgedrückt werden.

Andere Facetten der Dyade wurden ebenfalls hervorgehoben. Es hängt eben von der Perspektive ab. Da die intendierte Handlung letztlich vom Raucher eine Verhaltensänderung fordert und der Drache als Leitfigur ja auch diesen Teil der Dyade betont, werden Botschaft und Zielgruppen öfter auf die Perspektive des Rauchers hin verstanden, seltener auf Nichtraucher und aktives Handeln gegen Raucher/Rauchen.

Wie möchten an dieser Stelle nochmals darauf hinweisen, daß

- 1.) das Thema aufgrund der gewählten Form für etliche nicht auf Anhieb erkennbar ist, was aus unserer Sicht jedoch grundsätzlich keinen Nachteil bedeutet: Die Anzeige ist ungewöhnlich und auffällig im Spektrum anderer Anzeigen, was der Sache dient, indem sie Raucher und Nichtraucher aufmerksam macht.
- 2.) **Allerdings sind die Textbotschaften zum einen vielfältig und zum anderen durch die Verquickung mit der Märchenform und mit dem Medium Anzeige nicht immer auf Anhieb verständlich.** Die Texte sind in ihrer Aussagerichtung für etliche zu kompliziert - zu "sophisticated". Bei einigen Anzeigenmotiven haben bis zu fast 9% die Botschaft falsch verstanden wie das Einzelbeispiel "man sollte nur in geschlossenen Räumen rauchen" <"Höhle"> zeigt.
- 3.) Idee und formale Umsetzung halten wir grundsätzlich für gut. Sie werden von den Befragten weitgehend akzeptiert. Die Botschaften könnten jedoch noch eindeutiger und unmißverständlicher ausgedrückt werden, was mit dem Medium Anzeige wahrscheinlich schwieriger zu bewerkstelligen ist als mit anderen Medien.

## **10. Bekanntheit und Gefallen des Mottos**

Ein Drittel der Befragten hatte das Motto "Ohne Rauch geht's auch" schon vor der Befragung einmal gehört oder gelesen.

Das Motto stößt vor allem bei Nichtrauchern auf hohe Akzeptanz ( $M = 1.9$ ), bei Rauchern ist der Mittelwert schlechter ( $M = 2.6$ ). Über beide Gruppen betrachtet, liegt er bei dem guten Wert von  $M = 2.2$ .

Am kritischsten waren die Raucher mit Kindern ( $M = 2.7$ ), die wahrscheinlich die größten persönlichen Legitimations- und Rationalisierungsprobleme für ihr Verhalten haben dürften,

wie sich auch aus anderen Fragen ablesen läßt.

(Vgl. Tabellen 27 und 28)

## **11. Logo**

Signet in Verbindung mit Motto werden insgesamt mit  $M = 2.7$  bewertet. Personen mit Kindern urteilen schlechter als andere. Häufiger wurde (in anderen Fragen) moniert, daß das Logo insgesamt zu klein sei auf der Anzeige.

(Vgl. Tabellen 29)

## **12. Bekanntheit des Absenders**

38,1% aller Befragten war die "Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung" bekannt. Auf Nachfrage wurden vor allem themenorientierte Maßnahmen zu Aids (21), aber auch zu Rauchen und Drogen, seltener zu Alkohol, Schwangerschaft und anderen Themen genannt. Manche verwechseln die BZgA mit dem Bundesgesundheitsminister, der auf Zigarettenpackungen oder in Kinowerbung/auf Plakaten auf die gesundheitlichen Risiken des Rauchens hinweist (10).

Manche nannten einzelne Medien wie Fernsehen, Zeitung, Infostand, Broschüren, Werbung allgemein (9). Zehn Personen hatten persönlichen bzw. beruflichen Kontakt zur BZgA.

(Vgl. Tabellen 32.1 und 32.2)

### 13. Akzeptanz der Kampagne

92,9% der Befragten befürworteten es grundsätzlich, daß die BZgA die Öffentlichkeit auf die Problematik des Nichtraucher-schutzes hinweist.

(Vgl. Tabellen 33.1)

Die Befürworter weisen zu 47% auf die Notwendigkeit der Aufklärung über die gesundheitlichen Gefahren des Rauchens generell hin. Knapp 30% halten Maßnahmen speziell zum Nichtraucher-schutz für wichtig. Beides hoben etwas öfters jüngere Leute hervor. 25,6% betonten den Institutionenaspekt: Die Thematik gehörte in den Zuständigkeits-/Aufgabenbereich der BZgA; ein Teil (5,1%) bemerkte weiterhin, daß diese Behörde als offizielle Stelle glaubwürdig sei und Autorität habe.

(Vgl. Tabellen 33.2)

Die wenigen (9), die die Aktion der BZgA nicht befürworteten, meinten einerseits, sie sei nutzlos, erreiche niemanden (3), andererseits, das müsse jeder selber wissen als freier Bürger (3) bzw. es sei schließlich bekannt, daß das Rauchen schädlich sei und Leute, die rauchen wollten, ließen sich auch nicht davon abhalten (3).

(Vgl. Tabellen 33.3)

71,4% aller Befragten meinen, daß die gezeigte Anzeigenserie einen positiven Beitrag zum aktiven Nichtraucher-schutz leistet - dies sagten vor allem jüngere Leute bis 30 Jahre, Nichtraucher mit 76,2% öfter als Raucher (66,7%).

(Vgl. Tabellen 35.1)



Die Skeptiker - knapp 29% der Gesamtpopulation - warfen speziell den verhaltensändernden Aspekt bezogen auf Raucher und die Frage, inwieweit sich Raucher durch die Anzeigen angesprochen fühlen, als Problem auf. Manche finden sie zu harmlos, naiv, leicht, dem Thema nicht angemessen. Hier konzentrieren sich nochmals Kritikpunkte bezüglich Prägnanz, Deutlichkeit der Botschaft, Text/Sprache u.a. anderer anzeigenspezifischer Aspekte.

(Vgl. Tabellen 35.2)

#### 14. Einstellungen zum Umgang mit Rauchen und Rauchern

Wie sollte man aus Sicht der Befragungspersonen, die sich ja je zur Hälfte aus Rauchern und Nichtrauchern zusammensetzen, mit Rauchern und Rauchen im Alltag eigentlich umgehen? An dieser Stelle konnten also beide Pole der Dyade ihre Perspektive des Problems einbringen.

Zunächst fällt auf, daß - zumindest in unserer Stichprobe - der Anteil von militanten Nichtrauchern, die verschärfte Maßnahmen gesetzlicher oder sozialer Kontrolle fordern, in der Minderheit sind: Gut 11,1% fordern rigoros Maßnahmen in Form von Rauchverbot in Büros, Restaurants, öffentlichen Gebäuden usw. 6,3% plädieren für einen intoleranteren Umgang als bisher: Mit Druck wehren, stärkeren Widerstand leisten als bisher, Nichtraucher-Rechte öfter und vehementer gegen Raucher vertreten - Aussagen, die vor allem von Nichtrauchern (16), aber auch von Rauchern (6) gemacht wurden.

Eine weniger rigorose, aber dennoch dezidierte Haltung im Umgang mit Rauchen/Rauchern legen andere an den Tag: Man solle einen Raucher klar, aber ohne Aggression darauf aufmerksam machen, wenn er stört (11,1%) bzw. nett und höflich darum bitten, das Rauchen einzustellen (3,2%).

Eine große Gruppe hob in dieser oder jener Hinsicht den Toleranzaspekt hervor: Tolerieren, solange niemand geschädigt wird (14,3%) sagten hier öfter die Raucher; Toleranz von beiden Seiten war 8,7% der Raucher und Nichtraucher ein Anliegen. Überwiegend Nichtraucher plä-

dierten für Tolerieren des Rauchens, wünschten sich aber mehr getrennte Zonen (15,1%) bzw. gaben dem Wunsch Ausdruck, daß Raucher von sich aus mehr Rücksicht auf Nichtraucher nehmen sollten (11,9%). Fünf Nichtraucher meinten, man solle Raucher verstehen und versuchen, sie zur Einsicht zu bringen, daß Rauchen nicht alleine für sie schädlich ist.

12,7% aller befragten Raucher und Nichtraucher sahen das Problem sehr liberal: Jeder solle tun, was er möchte, so leben wie er meint. 14 Raucher wehrten sich gegen Diskriminierung: Raucher seien auch Menschen und sollten - wie Nichtraucher - in Ruhe gelassen werden.

(Vgl. Tabellen 30)

Ein ähnlich gemischtes Bild von Einstellungen hinsichtlich Sanktion/Restriktion, Toleranz bzw. Liberalität sehen wir auch in den Zustimmung- bzw. Ablehnungshaltungen (7er-Skala) gegenüber neun Statements<sup>3</sup>, die Einstellungen und Umgang mit Rauchen/Rauchern erheben sollten.

- 
- <sup>3</sup>
1. Früher war Rauchen "chic" und gehörte dazu. Heute findet man das Rauchen einfach nicht mehr gut.
  2. Es gibt Menschen, die das Rauchen brauchen. Das sollte man akzeptieren.
  3. Das Rauchen in öffentlichen Gebäuden sollte grundsätzlich verboten werden.
  4. Rauchen schadet der Gesundheit, aber wir sind so vielen schädlichen Umwelteinflüssen ausgesetzt, daß es darauf auch nicht mehr ankommt.
  5. Nichtraucher sollten unterstützt werden, sich gegen Raucher durchzusetzen.
  6. Raucher nehmen zu wenig Rücksicht auf Nichtraucher.
  7. Man sollte versuchen, Kinder möglichst frühzeitig dahingehend zu beeinflussen, daß sie mit dem Rauchen gar nicht erst anfangen.
  8. Je mehr Rauchen in der Öffentlichkeit verpönt ist, umso eher geben die Leute das Rauchen insgesamt auf.
  9. Die Gesundheit aller Bürger geht vor. Das müssen Raucher einsehen und sich in ihrem Rauchbedürfnis zurücknehmen.

Deutlich wird, daß Raucher und Nichtraucher einzelnen Statements unterschiedlich stark zustimmen oder sie ablehnen. Allerdings sind die Aussagen insgesamt eher im Mittelfeld, selten an den äußeren Rändern der Skala angesiedelt, bis auf eine Ausnahme, bei der sich Raucher und Nichtraucher einig sind und in hohem Maße zustimmen: Die frühzeitige Einflußnahme auf Kinder und Jugendliche, daß sie mit dem Rauchen gar nicht erst anfangen, wird von beiden stark befürwortet ( $M = 1.7$  bzw.  $1.8$ ).

Im folgenden sei kurz auf die einzelnen Statements eingegangen:

Daß Rauchen nicht mehr "chic"/out ist, stößt allgemein auf geteilte Meinungen (Raucher:  $M = 3.8$ ; Nichtraucher:  $M = 3.6$ ), was aus unserer Sicht gesellschaftliche Wirklichkeit relativ gut abbildet: Unsere Gesellschaft ist hinsichtlich Rauchkultur und Umgang mit Rauchen/ Rauchern im Umbruch. Bis in die 70er Jahre hinein haftete dem Rauchen ein gewisses gesellschaftliches Selbstverständnis an, das man noch heute in Wiederholungen alter Fernsehspiele oder Spielfilme aus dieser Zeit gut nachvollziehen kann. In den 80er und vor allem 90er Jahren hat sich dies schrittweise und nachhaltig verändert. Rauchen wird nicht mehr allgemein als Verhaltensweise in sozialen Situationen akzeptiert. Es wird von immer mehr Personenkreisen kritisch betrachtet oder abgelehnt, vor allem dann, wenn andere zwangsweise "mitrauchen" müssen. In manchen Gruppen ist Rauchen wirklich "out", "gehört nicht dazu", stigmatisiert den Raucher als schwachen, willenlosen Menschen. In vielen Gruppen wird Rauchen nur in Maßen bzw. in bestimmten sozialen Situationen akzeptiert. Andererseits wird nach wie vor viel geraucht.

"Rauchen ist out" ist sicherlich eine sinnvolle regulative Idee für zukünftige Verhaltensimages, die wohl von einem Großteil der Bevölkerung geteilt werden können. Heute ist diese Haltung als Einschätzung der Stimmungslage oder als echte Überzeugung erst bei einem Teil festzustellen - in unserer Stichprobe waren es aber immerhin 28,6% der befragten Raucher und 42,9% der Nichtraucher, die hier im harten Bereich (Skalenwerte 1 und 2) zustimmten.

Den Aspekt der Rücksichtnahme auf Nichtraucher erhoben wir aus verschiedenen Perspektiven über die Statements 5, 6 und 9: Die Forderung, Nichtraucher sollten in der Durchset-

zung ihrer Interessen gegenüber Rauchern unterstützt werden, bejahten Nichtraucher (M = 3.0) öfter als Raucher (M = 4.5). Die Meinung, daß Raucher zu wenig Rücksicht auf Nichtraucher nehmen, haben Raucher (M = 3.6) öfter abgelehnt als Nichtraucher (M = 2.7). Auch die Einsicht, daß eine Einschränkung des Rauchbedürfnisses im Sinne der Gesundheit aller Bürger notwendig ist, wurde von Nichtrauchern (M = 2.4) häufiger geteilt als von Rauchern (M = 3.4). Trotz dieser - nachvollziehbaren Meinungsunterschiede - bleibt festzuhalten, daß bezüglich aller drei Thesen Schnittmengen zwischen beiden Gruppen bestehen - **etliche Raucher teilen diese Einstellungen, auch wenn sie selbst (noch) rauchen.**

Eine grundsätzlich rigorosere Einschätzung des Umgangs mit Rauchern bzw. dem Rauchen sollten die Statements 3 und 8 messen: Rauchen sollte in öffentlichen Gebäuden grundsätzlich verboten werden - also der legalistische Zugriff auf die Problematik - trennte denn auch Raucher (M = 3.9) von Nichtrauchern (M = 2.6) in der Zustimmung. Auch die Vermutung, daß durch Verbote bzw. soziale Ächtung des Rauchens in der Öffentlichkeit das Rauchen insgesamt weniger werden wird, wurde öfter von Nichtrauchern (M = 3.4) als von Rauchern (M = 4.2) ausgesprochen: Wir möchten nochmals darauf hinweisen, daß Raucher und Nichtraucher zwar - je vor ihrem Interessenhintergrund - öfter zustimmen bzw. ablehnen, aber insgesamt durchaus auch die je andere Perspektive einbeziehen.

Allerdings ist noch eine dritte Gruppe von Grundorientierungen zum Thema "Rauchen" auszumachen, die sich durch Zustimmung bzw. Ablehnung der Statements 2 und 9 charakterisieren läßt: Akzeptanz gegenüber der vermeintlichen Notwendigkeit zum Rauchen einerseits und Relativierung der gesundheitlichen Schäden durch das Rauchen angesichts anderer schädigender Umwelteinflüsse andererseits.

Der These, daß manche Menschen das Rauchen brauchen und daß dies einfach akzeptiert werden sollte, stimmten vor allem die Raucher (M = 2.3) zu, was naheliegend ist, aber immerhin auch etliche Nichtraucher (M = 3.9).

Von beiden Gruppen eher abgelehnt wird jedoch die Aussage, wir seien so vielen, verschiedenen, schädigenden Umwelteinflüssen ausgesetzt, daß es auf das Rauchen auch nicht mehr ankomme - eine häufiger von Rauchern eingesetzte Rationalisierungsstrategie. Abgelehnt wur-

de sie vor allem von Nichtrauchern ( $M = 5.4$ ), aber auch von vielen Rauchern ( $M = 4.2$ ).

(Vgl. Tabellen 31 und 31.1 bis 31.9)

### 15. Vermutete Wirkung der Anzeigen

Gegen Ende des Interviews wollten wir nochmals explizit von den Befragungspersonen wissen, inwieweit und in welcher Hinsicht sie eine Wirkung der Anzeigen vermuten. Wir gaben zehn Aspekte einer möglichen Wirkung vor (Kärtchensatz) und baten um eine skalierte Beurteilung von 1 ("trifft voll und ganz zu") bis 7 ("trifft ganz und gar nicht zu").

Zwei Aspekte wurden von einem hohen Anteil der Befragten als mögliche Wirkungen vermutet:

- Die Anzeigen liefern Diskussionsstoff für Eltern und Kinder (Raucher:  $M = 3.0$ ; Nichtraucher:  $M = 2.6$ )
- Die Anzeigen helfen Kindern und Jugendlichen gegenüber rauchenden Eltern oder Erwachsenen, ihre Meinung besser auszudrücken (Raucher:  $M = 3.3$ ; Nichtraucher:  $M = 3.2$ ).

Etwas weniger, aber immer noch überwiegend Zustimmung erfuhren andere Wirkungsaspekte:

- Die Anzeigen stützen selbstkritische Überlegungen von Rauchern, die sich Gedanken über ihr Rauchverhalten machen (Raucher:  $M = 3.6$ ; Nichtraucher:  $M = 3.3$ )
- Die Anzeigen geben Rauchern Denkanstöße (Raucher:  $M = 3.7$ ; Nichtraucher:  $M = 3.5$ )
- Die Anzeigen rücken das Thema "Nichtraucherschutz" stärker als bisher ins öffentliche Bewußtsein (Raucher:  $M = 3.8$ ; Nichtraucher:  $M = 3.3$ )
- Hinsichtlich der Frage, inwieweit die Anzeigen Argumentationshilfen für Nichtraucher bieten, waren sich Raucher öfter unsicher (Raucher:  $M = 4.2$ ; Nichtraucher:  $M = 3.7$ ).

Nur ein kleinerer Teil geht davon aus, daß die Anzeigen die Anforderung von schriftlichen Informationen bei der BZgA anregen - sicher nicht zuletzt deshalb, weil die Bestelladresse wenig auffällig ist/eine Telefonnummer fehlt und die Anzeige in dieser Hinsicht auch wenig appellativen Charakter hat (Raucher: M = 5.8; Nichtraucher: M = 5.0).

Ambivalent bzw. skeptisch waren die Befragten hinsichtlich direkter und konkreter Wirkungen auf Raucher und deren Verhalten bzw. deren Auseinandersetzung mit dem Thema: **Sensibilisierung für mehr Rücksichtnahme auf Nichtraucher (M = 4.0 bzw. 4.1), weitere Beschäftigung der Raucher mit dem Thema (M = 4.5 bzw. 4.3).**

(Vgl. Tabellen 34 und 34.1 bis 34.10)

Bemerkt werden soll hierzu folgendes: Einerseits ist es schwer, aufgrund eines ersten Eindruckes bzw. einer ersten "Kontakterfahrung" (G.H. Mead) mit einem neuen Objekt/Produkt mögliche Wirkungen abzuschätzen. Sowohl die Befragten als auch wir als Forscher, die deren Aussagen betrachten und interpretieren, bewegen sich im Bereich der Vermutungen. Nichtsdestoweniger weisen die Antworten Tendenzen auf, von denen wir meinen, daß sie unabhängig von genauen Prozentwerten aussagekräftig sind für mögliche Wirkungen der Kampagne in ihrer Anfangsphase und nur auf Basis des Mediums Anzeige:

- Raucher und Nichtraucher sehen mögliche Wirkungen vor allem in der Auseinandersetzung mit dem Thema bzw. im anregenden, appellativen und diskursiv-kommunikativen Bereich, weniger im direkt verhaltenswirksamen Bereich im Sinne einer Verhaltensänderung.
- Nichtraucher schätzen die Wirkung der Kampagne hinsichtlich der Zielrichtung "Nichtraucherschutz" tendenziell positiver ein als Raucher.

## V. RESÜMÉ

- Die Anzeigen sind ungewöhnlich und durchaus auffallend. Märchenform und Bildmotiv machen aufmerksam und heben sich von anderen Anzeigen ab. Allerdings ist auf Anhieb nicht für jeden das Thema der Anzeige bzw. die Botschaft der Anzeige erkennbar, was jedoch dem Anliegen - möglichst viele Raucher und Nichtraucher zu erreichen - nicht grundsätzlich im Wege stehen muß.
- Dem Verständnis der Thematik bzw. der Botschaft stehen jedoch auch auf den "zweiten Blick" einige Widerstände entgegen:
  - Der Text ist für etliche zu kompliziert, vieldeutig, nicht klar in seinem Bezug auf Headline, Bild, Generalbotschaft der verschiedenen Motive und bisweilen auch Spezialbotschaft der einzelnen Motive.
  - Alle Anzeigenelemente, die auf das globale Rahmenthema "Rauchen" oder auf das Generalthema "Nichtraucherschutz/mehr Rücksichtnahme auf Nichtraucher" hinweisen, sind zu unauffällig: Der Rauch des Drachens ist nicht immer gut erkennbar; "Das Märchen über ..." ist zu klein; der Text ist typographisch zu klein geschrieben; vor allem das Logo "Ohne Rauch geht's auch" mit dem Drachen und dem Bestellhinweis auf Materialien zur Förderung des Nichtrauchens ist zu unauffällig.
- Märchenform als Rahmenform und die gesamte Kommunikationsstrategie des nicht zu moralisierenden Hinweisens auf eine ernsthafte Thematik kamen insgesamt recht gut an.
- Die Grundintention des Kommunikationskonzepts deckt sich weitgehend mit Grundorientierungen von Rauchern und Nichtrauchern zu der Frage, wie man mit Rauchen und Rauchern umgehen soll.
- Der Drache wird überwiegend als Drache erkannt und wird von Rauchern und Nichtrauchern wohlwollend als "Rauchertypus" akzeptiert.

- Die Ansprache von Rauchern und Nichtrauchern in einer Anzeige zum Rahmenthema "Rauchen" und dem Generalthema "Nichtraucherschutz/Rücksichtnahme von Rauchern auf Nichtraucher" halten wir auf Basis der Untersuchung für richtig und der Botschaft angemessen. In unserer Stichprobe rief dies keine nennenswerten Widerstände hervor.
- Die Kampagne wird von mehr als 71% der Befragten als positiven Beitrag zum aktiven Nichtraucherschutz gewertet und fast 93% befürworten, daß die BZgA die Öffentlichkeit auf diese Problematik aufmerksam macht.
- Hinsichtlich der möglichen Wirkung der Anzeigen stehen Argumentationshilfen und Kommunikationsansätze/Diskussionsstoff für Kinder/Jugendliche und Erwachsene (Raucher und Nichtraucher) im Vordergrund. Auch glauben viele, daß das Thema "Nichtraucherschutz" durch die Kampagne stärker ins öffentliche Bewußtsein gerückt wird und die Anzeigen die Auseinandersetzung mit der Thematik befördern. Direkte Wirkungen hinsichtlich des Rauchverhaltens erwartet man seltener.

Unter dem Gesichtspunkt zukünftiger Maßnahmen bzw. einer Optimierung der getesteten Anzeigen geben wir folgendes zu bedenken:

- Die Anzeigenelemente, die das Rahmenthema "Rauchen" bzw. die Generalbotschaft "Förderung des Nichtrauchens" inhaltlich oder formal tragen, sollten stärker hervorgehoben werden.
- Der Aspekt "Nichtraucherschutz" könnte inhaltlich stärker betont werden, soweit dies erforderlich erscheint. Der Transfer auf die Problematik hin findet statt, wie wir in Kapitel 9 dargelegt haben, allerdings mit verschiedenen Facetten und Perspektivhaltungen. Hier muß entschieden werden, was vor allem vermittelt werden soll und dies textlich und formal entsprechend umgesetzt werden.
- Die Texte sollten hinsichtlich der nicht der Sache dienlichen oder potentiell irritierenden Botschaften in Form von Wortspielen etc. entschlackt werden und insgesamt verständlicher und eindeutiger bezogen auf a) Motivbotschaft und b) Generalbotschaft werden. Sie



sollten auch für weniger gehobene Bildungsschichten gut verständlich sein.

Möglicherweise ist das Informationsmedium Anzeige hierfür zu statisch und eine mehr bewegte Form der Darstellung leichter verständlich. Hier könnte der Drache als thematischer Träger stärker agieren und auffallen. Die Märchenform böte sich geradezu an durch eine märchenhafte Handlung, die durch einen Erzähler unterbrochen bzw. kommentiert würde. Wortwitz und Ironie könnten in dieser Form wahrscheinlich direkter und eindeutiger die Botschaft vermitteln und eine adäquate Zielgruppenansprache leisten.

## VI. SOZIODEMOGRAPHISCHE MERKMALE

### 1. Bildung und Beruf

Die befragten Personen hatten überdurchschnittlich oft Abitur bzw. sogar einen Hochschulabschluß. Man muß also bei der Interpretation der Erkennungs-, Verständnis-, bzw. Textschwierigkeiten berücksichtigen, daß es sich nicht um überwiegend einfache, sondern um **tendenziell gehobene Bildungsschichten handelte, die dennoch Verständnisprobleme hatten.**

Berufsspezifisch waren Angestellte und Beamte auf der einen Seite und Studenten/Schüler/Auszubildende (quotenbedingt) auf der anderen Seite die quantitativ stärksten Gruppen innerhalb der Stichprobe. Arbeiter, Freiberufler/Selbständige und Hausfrauen/-männer waren seltener vertreten. Fast 10% waren zur Zeit ohne Arbeit.

(Vgl. Tabellen 36 und 37)

Knapp 12% der Befragten lebten allein und 13,5% lebten in Zwei-Personen-Haushalten. Fast drei Viertel wohnten in Drei-Personen Haushalten (43,7%) bzw. größeren Haushalten (31%). Bei Befragten mit Kindern unter 15 Jahren überwiegt die klassische Kleinfamilie mit einem Kind.

(Vgl. Tabellen 39 und 40)

### 2. Raucherverhalten

Innerhalb unseres Samples war zum Zeitpunkt der Befragung jeder Zweite ein aktiver Raucher (ebenfalls quotenbedingt). 42,1% der Befragten gaben an, nie geraucht zu haben und knapp 8% haben das Rauchen aufgegeben.

Bei jenen zehn Personen, die mit dem Rauchen aufgehört hatten, lag der Zeitpunkt des Aufhörens - bis auf eine Ausnahme (vor mehr als drei Monaten) - länger als ein Jahr zurück.

Schwache Raucher (bis zu 5 Zigaretten pro Tag) waren zu 20,6% vertreten. Insgesamt 34,9% rauchten 6-15 Zigaretten. 28,6% rauchten 16-20 Zigaretten. Ein kleinerer Teil kann als "starke Raucher" mit 21 bis 50 Zigaretten pro Tag beschrieben werden.

(Vgl. Tabellen 38.1, 38.2 und 38.3)

# TABELLEN

Tabelle 1      Erinnerte Anzeigen  
Frage 2.1  
Mehrfachnennungen

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER		NICHTRAUCHER			
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Arbeitsamt.....	68 54.0	29 46.0	18 47.4	11 44.0	39 61.9	16 64.0	2 60.0
Stuyvesant.....	90 71.4	47 74.6	27 71.1	20 80.0	43 68.3	17 68.0	2 68.0
Fernet Branca.....	65 51.6	38 60.3	23 60.5	15 60.0	27 42.9	10 40.0	1 44.0
Obsession.....	80 63.5	37 58.7	24 63.2	13 52.0	43 68.3	20 80.0	2 60.0
"Es war einmal ..."	61 48.4	36 57.1	22 57.9	14 56.0	25 39.7	12 48.0	1 34.0
Perrier.....	71 56.3	34 54.0	19 50.0	15 60.0	37 58.7	14 56.0	2 60.0
Ölheizung.....	42 33.3	20 31.7	13 34.2	7 28.0	22 34.9	6 24.0	1 42.0
Apotheke.....	56 44.4	30 47.6	19 50.0	11 44.0	26 41.3	9 36.0	1 44.0
Rover.....	83 65.9	41 65.1	25 65.8	16 64.0	42 66.7	16 64.0	2 68.0
Idee Kaffee.....	63 50.0	32 50.8	17 44.7	15 60.0	31 49.2	12 48.0	1 50.0
Andere.....	18 14.3	8 12.7	3 7.9	5 20.0	10 15.9	5 20.0	13.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 1      Erinnernte Anzeigen  
Frage 2.1  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Arbeitsamt.....	68 54.0	32 50.8	17 51.5	15 50.0	36 57.1	14 46.7	22 66.7
Stuyvesant.....	90 71.4	49 77.8	27 81.8	22 73.3	41 65.1	20 66.7	21 63.6
Fernet Branca.....	65 51.6	33 52.4	17 51.5	16 53.3	32 50.8	16 53.3	16 48.5
Obsession.....	80 63.5	42 66.7	21 63.6	21 70.0	38 60.3	16 53.3	22 66.7
"Es war einmal ..."	61 48.4	27 42.9	9 27.3	18 60.0	34 54.0	17 56.7	17 51.5
Perrier.....	71 56.3	33 52.4	17 51.5	16 53.3	38 60.3	20 66.7	18 54.5
Ölheizung.....	42 33.3	24 38.1	11 33.3	13 43.3	18 28.6	8 26.7	10 30.3
Apotheke.....	56 44.4	27 42.9	13 39.4	14 46.7	29 46.0	10 33.3	19 57.6
Rover.....	83 65.9	44 69.8	25 75.8	19 63.3	39 61.9	22 73.3	17 51.5
Idee Kaffee.....	63 50.0	30 47.6	17 51.5	13 43.3	33 52.4	13 43.3	20 60.6
Andere.....	18 14.3	12 19.0	5 15.2	7 23.3	6 9.5	4 13.3	2 6.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 1      Erinnerte Anzeigen  
Frage 2.1  
Mehrfachnennungen

BP - abso  
BP - prozent

	Gesamt	VORGELEGTE ANZEIGE					
		Höhle	Schatz	Tisch	Eier	Schule	Wage
Basis:	126	21	21	21	21	21	2
Arbeitsamt.....	68 54.0	14 66.7	11 52.4	9 42.9	9 42.9	15 71.4	1 47.
Stuyvesant.....	90 71.4	13 61.9	17 81.0	16 76.2	13 61.9	16 76.2	1 71.
Fernet Branca.....	65 51.6	10 47.6	10 47.6	11 52.4	12 57.1	11 52.4	1 52.
Obsession.....	80 63.5	13 61.9	12 57.1	15 71.4	11 52.4	15 71.4	1 66.
"Es war einmal ..."	61 48.4	14 66.7	9 42.9	7 33.3	12 57.1	13 61.9	
Perrier.....	71 56.3	14 66.7	12 57.1	14 66.7	8 38.1	9 42.9	1 66.
Ölheizung.....	42 33.3	8 38.1	12 57.1	6 28.6	5 23.8	7 33.3	19.
Apotheke.....	56 44.4	7 33.3	10 47.6	9 42.9	9 42.9	10 47.6	1 52.
Rover.....	83 65.9	11 52.4	13 61.9	16 76.2	15 71.4	11 52.4	1 81.
Idee Kaffee.....	63 50.0	10 47.6	11 52.4	11 52.4	9 42.9	11 52.4	1 52.
Andere.....	18 14.3	-	-	7 33.3	5 23.8	3 14.3	
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 2 Besonders auffällige Anzeigen  
Frage 2.2  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Arbeitsamt.....	16 12.7	6 9.5	1 2.6	5 20.0	10 15.9	5 20.0	5 13.2
Stuyvesant.....	10 7.9	5 7.9	3 7.9	2 8.0	5 7.9	1 4.0	4 10.5
Fernet Branca.....	17 13.5	8 12.7	4 10.5	4 16.0	9 14.3	3 12.0	6 15.8
Obsession.....	40 31.7	17 27.0	11 28.9	6 24.0	23 36.5	11 44.0	12 31.6
"Es war einmal ..."	32 25.4	18 28.6	9 23.7	9 36.0	14 22.2	8 32.0	6 15.8
Perrier.....	32 25.4	18 28.6	10 26.3	8 32.0	14 22.2	5 20.0	9 23.7
Ölheizung.....	5 4.0	2 3.2	2 5.3	- -	3 4.8	1 4.0	2 5.3
Apotheke.....	10 7.9	4 6.3	3 7.9	1 4.0	6 9.5	4 16.0	2 5.3
Rover.....	9 7.1	5 7.9	5 13.2	- -	4 6.3	- -	4 10.5
Idee Kaffee.....	3 2.4	1 1.6	1 2.6	- -	2 3.2	1 4.0	1 2.6
Andere.....	2 1.6	- -	- -	- -	2 3.2	2 8.0	- -
Keine Angaben.....	6 4.8	3 4.8	2 5.3	1 4.0	3 4.8	1 4.0	2 5.3



Tabelle 2 Besonders auffällige Anzeigen  
Frage 2.2  
Mehrfachnennungen

BP - abso  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	3
Arbeitsamt.....	16 12.7	9 14.3	5 15.2	4 13.3	7 11.1	1 3.3	18.
Stuyvesant.....	10 7.9	7 11.1	2 6.1	5 16.7	3 4.8	2 6.7	3.
Fernet Branca.....	17 13.5	10 15.9	7 21.2	3 10.0	7 11.1	5 16.7	6.
Obsession.....	40 31.7	22 34.9	12 36.4	10 33.3	18 28.6	8 26.7	10.
"Es war einmal ...."	32 25.4	14 22.2	5 15.2	9 30.0	18 28.6	10 33.3	24.
Perrier.....	32 25.4	18 28.6	7 21.2	11 36.7	14 22.2	6 20.0	24.
Ölheizung.....	5 4.0	2 3.2	2 6.1	- -	3 4.8	- -	9.
Apotheke.....	10 7.9	3 4.8	1 3.0	2 6.7	7 11.1	- -	21.2
Rover.....	9 7.1	3 4.8	3 9.1	- -	6 9.5	5 16.7	3.0
Idee Kaffee.....	3 2.4	1 1.6	1 3.0	- -	2 3.2	- -	6.
Andere.....	2 1.6	1 1.6	- -	1 3.3	1 1.6	1 3.3	-
Keine Angaben.....	6 4.8	2 3.2	1 3.0	1 3.3	4 6.3	3 10.0	3.0

Tabelle 2 Besonders auffällige Anzeigen  
Frage 2.2  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	VORGELEGTE ANZEIGE					
		Höhle	Schatz	Tisch	Eier	Schule	Wagen
Basis:	126	21	21	21	21	21	21
Arbeitsamt.....	16 12.7	2 9.5	5 23.8	4 19.0	2 9.5	3 14.3	- -
Stuyvesant.....	10 7.9	1 4.8	1 4.8	2 9.5	- -	2 9.5	4 19.0
Fernet Branca.....	17 13.5	3 14.3	2 9.5	6 28.6	2 9.5	2 9.5	2 9.5
Obsession.....	40 31.7	7 33.3	8 38.1	6 28.6	5 23.8	8 38.1	6 28.6
"Es war einmal ...."	32 25.4	5 23.8	7 33.3	3 14.3	10 47.6	5 23.8	2 9.5
Perrier.....	32 25.4	9 42.9	6 28.6	5 23.8	2 9.5	6 28.6	4 19.0
Ölheizung.....	5 4.0	- -	1 4.8	- -	1 4.8	3 14.3	- -
Apotheke.....	10 7.9	1 4.8	1 4.8	2 9.5	3 14.3	1 4.8	2 9.5
Rover.....	9 7.1	2 9.5	1 4.8	1 4.8	1 4.8	- -	4 19.0
Idee Kaffee.....	3 2.4	- -	- -	1 4.8	- -	- -	2 9.5
Andere.....	2 1.6	- -	- -	- -	1 4.8	1 4.8	- -
Keine Angaben.....	6 4.8	- -	1 4.8	2 9.5	2 9.5	1 4.8	- -

Tabelle 3 Erinnerung an Testanzeige  
Frage 3

BP - absolute  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	33
Spontan erinnert.....	61 48.4	36 57.1	22 57.9	14 56.0	25 39.7	12 48.0	17 51.5
Auf Nachfrage erinnert.....	33 26.2	14 22.2	6 15.8	8 32.0	19 30.2	8 32.0	7 21.2
Gar nicht erinnert.....	32 25.4	13 20.6	10 26.3	3 12.0	19 30.2	5 20.0	9 27.3
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 3 Erinnerung an Testanzeige  
Frage 3

BP - absolute  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Spontan erinnert.....	61 48.4	27 42.9	9 27.3	18 60.0	34 54.0	17 56.7	17 51.5
Auf Nachfrage erinnert.....	33 26.2	18 28.6	10 30.3	8 26.7	15 23.8	8 26.7	7 21.2
Gar nicht erinnert.....	32 25.4	18 28.6	14 42.4	4 13.3	14 22.2	5 16.7	9 27.3
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 3 Erinnerung an Testanzeige  
Frage 3

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	VORGELEGTE ANZEIGE					
		Höhle	Schatz	Tisch	Eier	Schule	Wagen
Basis:	126	21	21	21	21	21	21
Spontan erinnert.....	61 48.4	14 66.7	9 42.9	7 33.3	12 57.1	13 61.9	6 28.6
Auf Nachfrage erinnert.....	33 26.2	3 14.3	7 33.3	8 38.1	5 23.8	4 19.0	6 28.6
Gar nicht erinnert.....	32 25.4	4 19.0	5 23.8	6 28.6	4 19.0	4 19.0	9 42.9
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 4 Spontanes Gefallen der Testanzeige  
 Frage 4 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	94	50	28	22	44	20	
Mittelwert	2.7	2.9	2.9	2.8	2.5	2.5	2.
Sehr gut.....	13 13.8	5 10.0	1 3.6	4 18.2	8 18.2	4 20.0	16.
Gut.....	32 34.0	17 34.0	11 39.3	6 27.3	15 34.1	6 30.0	37.
Teils/teils.....	23 24.5	11 22.0	8 28.6	3 13.6	12 27.3	7 35.0	20.
Weniger gut.....	19 20.2	14 28.0	6 21.4	8 36.4	5 11.4	2 10.0	12.
Gar nicht gut.....	6 6.4	3 6.0	2 7.1	1 4.5	3 6.8	1 5.0	8.
Keine Angaben.....	1 1.1	-	-	-	1 2.3	-	4.

Tabelle 4 Spontanes Gefallen der Testanzeige  
Frage 4 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	94	45	19	26	49	25	24
Mittelwert	2.7	2.7	2.6	2.7	2.8	3.0	2.5
Sehr gut.....	13 13.8	7 15.6	2 10.5	5 19.2	6 12.2	3 12.0	3 12.5
Gut.....	32 34.0	15 33.3	8 42.1	7 26.9	17 34.7	6 24.0	11 45.8
Teils/teils.....	23 24.5	11 24.4	5 26.3	6 23.1	12 24.5	6 24.0	6 25.0
Weniger gut.....	19 20.2	10 22.2	3 15.8	7 26.9	9 18.4	6 24.0	3 12.5
Gar nicht gut.....	6 6.4	2 4.4	1 5.3	1 3.8	4 8.2	3 12.0	1 4.2
Keine Angaben.....	1 1.1	- -	- -	- -	1 2.0	1 4.0	- -

Tabelle 4

Spontanes Gefallen der Testanzeige

Frage 4 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	VORGELEGTE ANZEIGE					
		Höhle	Schatz	Tisch	Eier	Schule	Wage
Basis:	94	17	16	15	17	17	1
Mittelwert	2.7	2.5	2.6	2.8	2.3	2.9	3.
Sehr gut.....	13 13.8	2 11.8	2 12.5	3 20.0	4 23.5	1 5.9	8.
Gut.....	32 34.0	7 41.2	7 43.8	4 26.7	5 29.4	6 35.3	25.
Teils/teils.....	23 24.5	6 35.3	3 18.8	2 13.3	5 29.4	5 29.4	16.
Weniger gut.....	19 20.2	2 11.8	4 25.0	5 33.3	2 11.8	4 23.5	16.
Gar nicht gut.....	6 6.4	-	-	1 6.7	-	1 5.9	33.
Keine Angaben.....	1 1.1	-	-	-	1 5.9	-	-

Tabelle 5.1 Erinnerungen an Anzeige  
 - Höhle -  
 Frage 5.1 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	17	9	8
Nennungen:	41	17	24
-----			
Comic, Cartoon, Zeichentrick.....	8	3	5
Steinzeitfiguren, Höhlenmenschen..	7	4	3
Viel Text, (zu) langer Text.....	4	-	4
Drache.....	4	2	2
Dinosaurier.....	3	2	1
Tal mit Höhle, "höhlenmäßig".....	2	-	2
Märchenhafte Form.....	2	1	1
Ein Mann/zwei Männer.....	2	2	-
Bild mit Bären und Menschen.....	1	1	-
Rauch, der aus der Höhle kommt....	1	1	-
Rauchender Drache in der Höhle....	1	1	-
Zwei Menschen kommen aus einer Höhle gerannt.....	1	-	1
Man kann ohne Rauch auskommen und trotzdem seinen Spaß haben.....	1	-	1
Bunte Zeichnung.....	1	-	1
"Früher ging es auch ohne Rauch"..	1	-	1
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	-	1
Aufforderung, den Text darunter zu lesen.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			



Tabelle 5.1 Erinnerungen an Anzeige  
 - Schatz -  
 Frage 5.1 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	16	8	8
Nennungen:	38	17	21
-----			
Märchenhafte Form.....	7	4	3
(Feuerspuckender) Drache.....	4	1	3
Schloß.....	3	3	-
Drache, der einen Schatz hält.....	3	1	2
Dinosaurier.....	3	1	2
Wald, Urwald, Landschaft.....	3	1	2
"Ohne Rauch geht's auch".....	2	1	1
Bunt, Farbenfroh.....	2	1	1
Tiere.....	1	1	-
Längerer Text.....	1	1	-
"Ohne Rauch geht's nicht".....	1	1	-
Erinnert an Kinderbuch.....	1	1	-
"Es war einmal...".....	1	-	1
Paßt nicht ins Bild, weil mit Mär- chen noch nie geworben wurde.....	1	-	1
Männer.....	1	-	1
Rauchwolken.....	1	-	1
Comic.....	1	-	1
Gnom.....	1	-	1
Es ist schon lange her, daß man Leute mit Rauchen beeinflussen konnte.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 5.1 Erinnerungen an Anzeige

- Tisch -

Frage 5.1 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)  
Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	15	7	8
Nennungen:	35	14	21
-----			
Braten, Schwein.....	3	2	1
Text.....	3	2	1
Zeichnung, Comic.....	3	1	2
Märchenhafte Form.....	2	-	2
Leute am Tisch.....	2	2	-
Buntes Bild.....	2	1	1
"Es war einmal...".....	2	1	1
Tiere an einem Tisch.....	2	-	2
Etwas mit Tieren.....	1	-	1
Drache.....	1	1	-
Dinosaurier.....	1	1	-
Drache über einem Tisch, der eine Rauchwolke verbreitet.....	1	-	1
Früher mußten die Leute rauchen, heute kann man es sich sparen....	1	1	-
Klein geschriebener, schwer ver- ständlicher Text.....	1	1	-
Qualm.....	1	1	-
Kleine, lustige Geschichte.....	1	-	1
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	-	1
"Von der Notwendigkeit des Rau- chens".....	1	-	1
Farben wie im Comic.....	1	-	1
Man versucht, sich durch Rauchen Geltung zu verschaffen.....	1	-	1
Emblem rechts unten.....	1	-	1
Großer Kreis von Männern.....	1	-	1
Hund mit einem Knochen im Maul....	1	-	1
Dicke Menschen.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 5.1 Erinnerungen an Anzeige  
 - Eier -  
 Frage 5.1 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	17	11	6
Nennungen:	26	18	8
-----			
Drache.....	6	6	-
Qualm (verjagt Geier).....	3	3	-
Drache/Dinosaurier auf Eiern.....	3	2	1
(Viel) Text.....	2	1	1
Märchenhafte Form.....	2	1	1
(Zwei) Drache(n) auf einem Turm...	2	1	1
Drache auf einem Berg.....	1	1	-
Dinosaurier auf einer Burg.....	1	-	1
<b>Die Eltern sollten sich anstrengen, die Kinder vor dem Rauchen zu schützen.....</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
Adler, der etwas im Maul hat.....	1	1	-
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	1	-
Photo mit Text, darunter irgendein Slogan gegen Rauchen.....	1	-	1
Auffällig, weil es "eine andere Art von Werbung" war.....	1	-	1
2 Raben, die wegfliegen.....	1	-	1
Keine Angaben.....	2	1	1
=====			

Tabelle 5.1 Erinnerungen an Anzeige

- Schule -

Frage 5.1 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)  
Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	17	10	7
Nennungen:	45	28	17
<hr/>			
(Schöne) Zeichnung, Comic.....	8	5	3
Märchenhafte Form.....	3	1	2
"Ohne Rauch geht's auch".....	3	1	2
"Gegen Rauchen".....	3	3	-
Man erkennt auf den ersten Blick, worum es geht.....	2	2	-
(Zu) viel Text.....	2	1	1
Kindliche Aufmachung.....	2	2	-
Kinder sollen (von den Eltern) lernen, nicht zu rauchen.....	2	1	1
Wald, Natur.....	2	1	1
Drachenlehrer.....	2	2	-
Drachenkinder.....	1	1	-
Drachen, dem Rauch aus der Nase kommt.....	1	-	1
Dinosaurier.....	1	-	1
Dinosaurierschule.....	1	1	-
Lehrer an der Tafel.....	1	-	1
Tiere.....	1	1	-
Wurm.....	1	1	-
Blasse Farben.....	1	1	-
Viel Grün.....	1	-	1
Auf dem Bild ist viel drauf.....	1	1	-
Unauffällig.....	1	1	-
Heinzelmannchen.....	1	-	1
Photo.....	1	-	1
Mann mit Kind.....	1	-	1
Kitschig.....	1	1	-
Erinnert an Bilder aus der "Häs- chenschule".....	1	1	-
Keine Angaben.....	-	-	-
<hr/>			

Tabelle 5.1 Erinnerungen an Anzeige  
 - Wagen -  
 Frage 5.1 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	12	5	7
Nennungen:	33	14	19
-----			
Planwagen, Kutsche.....	7	3	4
Märchenhafte Form (Gebrüder Grimm)	4	1	3
"Ohne Rauch geht's auch".....	3	3	-
Langer Text.....	2	2	-
Wenig Text.....	1	-	1
Gemaltes Bild.....	2	1	1
Sehr bunt.....	2	-	2
Klapperiges Pferd mit Wagen.....	1	1	-
Drache schaut aus einem Wagen.....	1	-	1
Zigeunerwagen mit Pferd.....	1	-	1
Leute auf einem Wagen.....	1	-	1
Rauchen ist heute nicht mehr sinn- voll.....	1	1	-
Räuber.....	1	1	-
Viel Natur.....	1	1	-
"Das Märchen vom Rauchen".....	1	-	1
Mittelalterliches Szenario.....	1	-	1
Im Text wird humorvoll zusammen- gefaßt, daß man nicht mehr rauchen soll.....	1	-	1
Zeichen unten und Slogan.....	1	-	1
Paßte nicht zu den Anzeigen.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 5.2 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Höhle -  
 Frage 5.2 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	17	9	8
Nennungen:	17	7	10
-----	-----	-----	-----
Anti-Rauch-Kampagne, gegen Rauchen	6	2	4
"Ohne Rauch geht's auch".....	4	3	1
Heute raucht man nicht mehr.....	1	-	1
Rauchen ist überflüssig.....	1	-	1
Man soll nicht in geschlossenen Räumen rauchen.....	1	1	-
Man soll zugunsten der Nichtraucher verzichten.....	1	-	1
Rücksichtnahme.....	1	-	1
Rauchen hat negative Folgen für Raucher und Nichtraucher.....	1	-	1
Ohne Rauchen geht es nicht.....	1	1	-
Keine Angaben.....	3	2	1
=====	=====	=====	=====

Tabelle 5.2 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Schatz -  
 Frage 5.2 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	16	8	8
Nennungen:	15	6	9
-----	-----	-----	-----
Anti-Rauch-Kampagne, gegen Rauchen	9	4	5
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	-	1
Rauchen beeindruckt niemanden.....	1	-	1
Rauchen schadet der Gesundheit....	1	-	1
Rauchen ist nicht mehr "in".....	1	-	1
Früher hatten Feuer und Qualm noch eine Wirkung, heute ist das Rau- chen nicht mehr nötig.....	1	1	-
Werbung für ein Kinderbuch.....	1	1	-
Keine Angaben.....	3	2	1
=====	=====	=====	=====

Tabelle 5.2 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Tisch -  
 Frage 5.2 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	15	7	8
Nennungen:	12	5	7
-----			
Anti-Rauch-Kampagne, gegen Rauchen Man soll in der Öffentlichkeit nicht rauchen.....	3	2	1
"Ohne Rauch geht's auch".....	3	2	1
Heute haben wir feinere Formen und deswegen ist Rauchen "out".....	2	-	2
Soll Raucher anregen nachzudenken. "Geschichte des Rauchens (Ziga- rettenwerbung)".....	1	1	-
Umwelt.....	1	-	1
Keine Angaben.....	1	-	1
Keine Angaben.....	3	2	1
=====			

Tabelle 5.2 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Eier -  
 Frage 5.2 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	17	11	6
Nennungen:	13	8	5
-----			
Anti-Rauch-Kampagne, gegen Rauchen Man braucht heutzutage nicht mehr rauchen.....	7	3	4
Man soll während der Schwanger- schaft nicht rauchen.....	2	2	-
Eltern sollen zum Schutz ihrer Kinder weniger rauchen.....	1	1	-
Drachen haben ihre Kinder mit Qualm und Feuer beschützt, heute ist es nur noch schädlich.....	1	1	-
Rauchen ist ungesund.....	1	-	1
Keine Angaben.....	4	3	1
=====			

Tabelle 5.2 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Schule -  
 Frage 5.2 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	17	10	7
Nennungen:	18	12	6
-----			
"Ohne Rauch geht's auch".....	9	5	4
Kinder sollen nicht rauchen, nicht zum Rauchen verführt werden.....	5	3	2
Anti-Rauch-Kampagne, gegen Rauchen Erwachsene sind Vorbilder und sollen nicht rauchen.....	1	1	-
Rauchen ist ungesund.....	1	1	-
Problematik des Rauchens.....	1	1	-
Keine Angaben.....	1	-	1
=====			

Tabelle 5.2 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Wagen -  
 Frage 5.2 (Frage 3: Testanzeige spontan bzw. auf Nachfrage erinnert)  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	12	5	7
Nennungen:	9	5	4
-----			
Anti-Rauch-Kampagne, gegen Rauchen	3	-	3
"Ohne Rauch geht's auch".....	3	3	-
Man sollte das Rauchen am Steuer vermeiden.....	1	1	-
Jeder muß wissen, ob er raucht....	1	1	-
Aufklärung.....	1	-	1
Keine Angaben.....	4	1	3
=====			



Tabelle 6 Auffälliges der Anzeige  
 - Höhle -  
 Frage 7  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	11	10
Nennungen:	42	20	22
-----			
Drache.....	11	5	6
Zwei Männer, die wegrennen.....	11	5	6
"Es war einmal...".....	6	3	3
Comic-hafte Aufmachung.....	4	3	1
Zeichnung, (großes) Bild.....	3	1	2
Farbigkeit.....	2	1	1
Fledermäuse.....	1	-	1
Steinzeitmäßig.....	1	-	1
Waffen.....	1	-	1
"Ohne Rauch geht's auch" (blau)...	1	1	-
Rauch.....	1	1	-
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 6 Auffälliges der Anzeige  
 - Schatz -  
 Frage 7  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	9	12
Nennungen:	36	18	18
-----			
Drache.....	12	3	9
Schloß.....	5	2	3
Dinosaurier.....	5	3	2
Schatz.....	4	3	1
Farben.....	2	2	-
"Ohne Rauch geht's auch" (blau)...	2	1	1
"Es war einmal...".....	2	1	1
Große Kreatur.....	1	1	-
Fluß.....	1	1	-
Vier Menschen.....	1	-	1
Märchenhafte Form.....	1	1	-
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 6 Auffälliges der Anzeige  
- Tisch -  
Frage 7  
Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	9	12
Nennungen:	33	11	22
-----			
Rauch.....	5	1	4
Schwein (auf dem Tisch).....	4	2	2
Bild.....	4	1	3
"Es war einmal...".....	4	1	3
Drache.....	2	2	-
Comic-haftige Aufmachung.....	2	-	2
Farbigkeit.....	2	-	2
Wie Glückwunsch/Speisekarte.....	2	1	1
Das wilde Gelage.....	1	1	-
Mann mit dem Taschentuch.....	1	-	1
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	-	1
Freundliches, kindliches Bild wie aus dem Märchenbuch.....	1	-	1
Früher war Rauchen gut, heute kann man es sich sparen.....	1	-	1
"Märchen von der Notwendigkeit..."	1	-	1
Auf dem Bild hat keiner Appetit, weil der Drache raucht.....	1	1	-
Keiner freut sich, daß es qualmt..	1	1	-
Keine Angaben.....	1	1	-
=====			

Tabelle 6 Auffälliges der Anzeige  
- Eier -  
Frage 7  
Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	12	9
Nennungen:	32	17	15
-----			
Drache (auf Eiern/Nest, mit Rauch)	13	8	5
"Es war einmal...".....	5	2	3
Comic-haftige Aufmachung.....	3	1	2
Dinosaurier.....	2	1	1
Eier.....	2	1	1
Witzige Gestaltung.....	2	2	-
Märchenhafte Form.....	2	-	2
Berg.....	1	-	1
Bild.....	1	1	-
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	1	-
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 6 Auffälliges der Anzeige  
- Schule -  
Frage 7  
Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	12	9
Nennungen:	33	17	16
-----			
Drache.....	6	3	3
Dinosaurier.....	5	3	2
Bild, Illustration.....	4	3	1
"Es war einmal...".....	4	1	3
Zwerge, Klabauter.....	3	1	2
Natur, Tiere.....	2	1	1
Anzeige gegen das Rauchen.....	2	2	-
Tafel.....	1	-	1
Märchenhafte Form.....	1	-	1
Kindliche Darstellung.....	1	1	-
Farben.....	1	-	1
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	1	-
Kleine Schrift.....	1	1	-
Widerspruch "Notwendigkeit...".....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 6 Auffälliges der Anzeige  
- Wagen -  
Frage 7  
Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	10	11
Nennungen:	40	18	22
-----			
Drache.....	7	1	6
Dinosaurier.....	3	-	3
Tier/Ungeheuer (schaut aus Wagen).....	3	3	-
Viel Text, Text ist zu lang.....	4	3	1
"Es war einmal...".....	4	1	3
Buntes, lustiges Bild.....	3	3	-
Natur, Umwelt.....	2	1	1
Räuber.....	2	-	2
Familie.....	2	-	2
Klapperiges Pferd.....	1	1	-
Gesichter.....	1	-	1
Planwagen.....	1	1	-
Auffällige Zeichnung.....	1	1	-
Märchenhafte Form.....	1	1	-
"Ohne Rauch geht's auch...".....	1	1	-
"Märchen von der Notwendigkeit...".....	1	-	1
Altmodisch.....	1	-	1
Es wird eine Geschichte erzählt... Anzeige ist etwas Neues.....	1	-	1
	1	1	-

Tabelle 7 Wie spricht die Anzeige Sie persönlich an?  
Frage 8.1

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Mittelwert	3.0	3.3	3.3	3.3	2.8	2.7	2.8
Spricht sehr an.....	14 11.1	3 4.8	3 7.9	- -	11 17.5	4 16.0	7 18.4
Spricht an.....	37 29.4	18 28.6	10 26.3	8 32.0	19 30.2	9 36.0	10 26.3
Teils/teils.....	27 21.4	15 23.8	9 23.7	6 24.0	12 19.0	5 20.0	7 18.4
Spricht weniger an.....	27 21.4	12 19.0	5 13.2	7 28.0	15 23.8	5 20.0	10 26.3
Spricht gar nicht an.....	21 16.7	15 23.8	11 28.9	4 16.0	6 9.5	2 8.0	4 10.5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 7 Wie spricht die Anzeige Sie persönlich an?  
Frage 8.1

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	we li
Basis:	126	63	33	30	63	30	
Mittelwert	3.0	3.1	3.2	2.9	3.0	3.1	2
Spricht sehr an.....	14 11.1	6 9.5	3 9.1	3 10.0	8 12.7	4 13.3	12
Spricht an.....	37 29.4	18 28.6	8 24.2	10 33.3	19 30.2	9 30.0	30
Teils/teils.....	27 21.4	14 22.2	6 18.2	8 26.7	13 20.6	3 10.0	30
Spricht weniger an.....	27 21.4	15 23.8	10 30.3	5 16.7	12 19.0	7 23.3	15
Spricht gar nicht an.....	21 16.7	10 15.9	6 18.2	4 13.3	11 17.5	7 23.3	12
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	



Tabelle 8.1 Gut gefällt an der Anzeige  
 - Höhle -  
 Frage 8.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	11	10
Nennungen:	27	10	17
-----			
Comic-hafte Aufmachung.....	7	3	4
Lustig, witzig, peppig.....	7	3	4
Farben.....	2	1	1
2 Männer.....	2	-	2
Daß es überhaupt gemacht wird....	2	1	1
Drache.....	1	-	1
Anordnung von Bild und Text.....	1	-	1
Bild macht neugierig, weil es nicht nach Werbung aussieht.....	1	-	1
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	-	1
Mischung von Komik und Infos.....	1	-	1
Das Thema Rücksichtnahme.....	1	1	-
Zeichnung regt zum Lesen an.....	1	1	-
Keine Angaben.....	5	4	1
=====			

Tabelle 8.2 Weniger gut gefällt an der Anzeige  
 - Höhle -  
 Frage 8.3  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	11	10
Nennungen:	25	13	12
-----			
Zu viel Text.....	5	2	3
Nicht sofort klar, worum es geht..	4	2	2
Text u. Bild passen nicht zusammen	2	2	-
Text zu moralisch und ernsthaft...	2	2	-
Verharmlosende Darstellung (besser Röntgenbild mit Raucherlunge).....	2	1	1
Märchenhafte Form (eher f. Kinder)	2	1	1
Collage wäre besser und plakativer	1	1	-
Bild zu groß.....	1	1	-
Farben zu düster.....	1	-	1
Umrandung erinnert an Speisekarte.	1	-	1
Zusammenhang zu weit hergeholt....	1	-	1
Text zu kompliziert.....	1	-	1
"Ohne Rauch geht's auch" zu klein.	1	-	1
Drachen sollte grüner sein.....	1	1	-
Keine Angaben.....	5	2	3
=====			

Tabelle 8.1 Gut gefällt an der Anzeige  
 - Schatz -  
 Frage 8.2  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	9	12
Nennungen:	31	8	23
-----			
Märchenhafte Form.....	7	2	5
"Es war einmal...".....	4	1	3
Daß man nicht sofort sieht, worum es geht.....	4	2	2
Drache.....	3	-	3
Lustig, witzig.....	3	-	3
Comic-hafte Aufmachung.....	2	-	2
Ironischer Text.....	2	1	1
Text ist gut zu lesen.....	2	-	2
Farben.....	1	-	1
Größenverhältnisse auf dem Bild...	1	-	1
Originell.....	1	1	-
Nicht mit erhobenem Zeigefinger...	1	1	-
Keine Angaben.....	4	4	-
=====			

Tabelle 8.2 Weniger gut gefällt an der Anzeige  
 - Schatz -  
 Frage 8.3  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	9	12
Nennungen:	24	10	14
-----			
Nicht sofort klar, worum es geht..	6	3	3
Zu viel Text.....	4	-	4
Rahmen (ist altmodisch).....	2	-	2
Bild zu vollgestopft, überladen...	2	-	2
Drache ist häßlich und dominiert..	1	1	-
Märchenhafte Form.....	1	1	-
Thema wird verharmlost.....	1	1	-
Kindische Darstellung.....	1	1	-
Inhalt.....	1	1	-
Himmel sollte heller sein.....	1	1	-
Slogan zu klein.....	1	-	1
Zu unauffällig.....	1	-	1
"Das Märchen..." (zu klein).....	1	-	1
Es wird nicht klar, daß Rauchen gesundheitsschädlich ist.....	1	1	-
Keine Angaben.....	4	1	3
=====			



Tabelle 8.1 Gut gefällt an der Anzeige  
 - Tisch -  
 Frage 8.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	9	12
Nennungen:	27	9	18
-----			
Lustig, witzig.....	6	3	3
Märchenhafte Form.....	5	1	4
Text (kurz, paßt zum Bild), Inhalt	3	1	2
Freundliche Aufmachung.....	2	-	2
Schlichtheit (fällt dadurch auf)..	1	1	-
Gegen Rauchen in d. Öffentlichkeit	1	-	1
Verschnörkelte Schrift.....	1	-	1
Rahmen.....	1	-	1
Farben.....	1	-	1
Rauchen wird negativ dargestellt..	1	-	1
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	1	-
Macht Jüngere neugierig.....	1	-	1
Es wird nicht mit gesundheitlichen			
Risiken gedroht und geschimpft....	1	1	-
Ist "was anderes", macht neugierig	1	1	-
Thema erst beim 2. Hinsehen klar..	1	-	1
Keine Angaben.....	3	1	2
=====			

Tabelle 8.2 Weniger gut gefällt an der Anzeige  
 - Tisch -  
 Frage 8.3  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	9	12
Nennungen:	17	5	12
-----			
Nicht sofort klar, worum es geht..	5	1	4
Text (überheblich, dummlich, zu lang).....	3	1	2
Nicht auffällig.....	1	-	1
"Das Märchen.." (zu klein).....	1	-	1
Rahmen wirkt wie eine Speisekarte.	1	-	1
Schrifttyp von "Es war einmal...".	1	-	1
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	1	-
Glaubt nicht, daß das Nichtrauchen zu den feineren Sitten gehört....	1	1	-
"Früher war Rauchen nötig, um sich Respekt zu verschaffen".....	1	1	-
Text u. Bild passen nicht zusammen	1	-	1
Rauchen wird positiv dargestellt..	1	-	1
Keine Angaben.....	11	4	7
=====			

Tabelle 8.1 Gut gefällt an der Anzeige  
 - Eier -  
 Frage 8.2  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	12	9
Nennungen:	26	14	12
-----			
Drache.....	5	3	2
Lustig, witzig, locker.....	6	3	3
Text, Inhalt.....	5	3	2
Märchenhafte Form.....	4	2	2
Bild.....	3	2	1
Verbindung Drache - Rauchen.....	1	1	-
Übermacht der Raucher wird durch den Kampf des Drachens dargestellt	1	-	1
Ist ungewöhnlich.....	1	-	1
Keine Angaben.....	1	1	-
=====			

Tabelle 8.2 Weniger gut gefällt an der Anzeige  
 - Eier -  
 Frage 8.3  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	12	9
Nennungen:	17	10	7
-----			
Text (zu klein, unauffällig).....	3	2	1
Nicht sofort klar, worum es geht..	2	1	1
Zusammenhang zu weit hergeholt....	2	-	2
Wirkt unglaubwürdig und unwahr....	1	1	-
Nicht farbenfroh genug.....	1	1	-
Es fehlen Bäume und Hintergrundab- bildungen.....	1	1	-
Wirkt verspielt, infantil.....	1	1	-
Sieht wie eine Speisekarte aus....	1	1	-
"Es war einmal...".....	1	1	-
Drache sieht ungefährlich aus und hat zu kurze Arme.....	1	-	1
Bild hat nichts mit Märchen zu tun	1	-	1
Text u. Bild passen nicht zusammen	1	-	1
Vergleich zw. schützendem Qualm und heutiger Zeit ist verfehlt....	1	1	-
Keine Angaben.....	9	5	4
=====			

Tabelle 8.1 Gut gefällt an der Anzeige  
 - Schule -  
 Frage 8.2  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	12	9
Nennungen:	28	13	15
-----			
Lustig, witzig.....	4	2	2
Kindliche Art, wie Kinderbuch.....	4	2	2
Märchenhafte Form.....	3	2	1
Bunte Farben.....	3	1	2
Sieht harmlos, heil aus.....	3	1	2
Idee an sich, etwas Neues.....	2	2	-
Drache.....	1	1	-
Geschwungene Schrift.....	1	-	1
Rahmen.....	1	-	1
Waldatmosphäre.....	1	-	1
Pos. Darstellung von Nichtrauchen.	1	1	-
Kinder sollen nicht rauchen.....	1	1	-
Auch Kinder sehen, worum es geht...	1	-	1
Besser Kopf qualmt als Zigarette...	1	-	1
Regt zum Nachdenken an.....	1	-	1
Keine Angaben.....	2	1	1
=====			

Tabelle 8.2 Weniger gut gefällt an der Anzeige  
 - Schule -  
 Frage 8.3  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	12	9
Nennungen:	26	15	11
-----			
Nicht sofort klar, worum es geht..	8	5	3
Schrift (zu klein).....	5	1	4
Text ist zu lang.....	5	2	3
Text weckt kein Interesse, ist zu kompliziert, Schlagwörter fehlen..	3	3	-
"Es war einmal..." (passt nicht, heute ist es immer noch so).....	2	1	1
Märchenhafte Form.....	1	1	-
"Ohne Rauch geht's auch" zu klein.	1	1	-
"Ist das nicht märchenhaft" stellt die Aussage in Frage, weil es keine Märchen gibt.....	1	1	-
Keine Angaben.....	4	2	2
=====			

Tabelle 8.1 Gut gefällt an der Anzeige  
 - Wagen -  
 Frage 8.2  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	10	11
Nennungen:	29	9	20
-----			
Das Bild ist gut gezeichnet.....	4	1	3
Lustig, witzig.....	4	3	1
Drache/Fabelwesen.....	3	-	3
Märchenhafte Form.....	2	1	1
Natur.....	2	1	1
Bunte Farben.....	2	-	2
Bild strahlt Ruhe/Heimeligkeit aus	2	1	1
Comic-hafte Aufmachung.....	2	-	2
Rahmen (dadurch Einheitlichkeit)..	2	1	1
Ist nicht so negativ, ohne Druck..	2	1	1
Familie.....	1	-	1
"Ohne Rauch geht's auch".....	1	-	1
"Es war einmal...".....	1	-	1
Gute Umsetzung.....	1	-	1
Keine Angaben.....	6	3	3
=====			

Tabelle 8.2 Weniger gut gefällt an der Anzeige  
 - Wagen -  
 Frage 8.3  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	10	11
Nennungen:	31	16	15
-----			
Text (zu lang, uninteressant).....	8	5	3
Text u. Bild passen nicht zusammen	4	2	2
Zu unauffällig, bieder, langweilig	3	1	2
Bild spricht nur Kinder an.....	2	1	1
Drache.....	1	1	-
Pferd.....	1	1	-
Märchenhafte Form.....	1	-	1
Bild ist überladen.....	1	-	1
Farben.....	1	-	1
Zu harmonisch.....	1	1	-
Zu altmodisch und ohne Pepp.....	1	1	-
Nicht sofort klar, worum es geht..	1	1	-
Rahmen wirkt wie eine Speisekarte.	1	-	1
Räuber.....	1	-	1
Keine Telefonnummer/Adresse drauf.	1	1	-
"Ohne Rauch geht's auch" zu klein.	1	-	1
Langweilige Schrift.....	1	-	1
Anzeige insgesamt.....	1	1	-
Keine Angaben.....	4	1	3
=====			

Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Höhle -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - abso  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	21	11	9	2	10	5	
-----							
Rauchen stört andere/Raucher sollten auf Nichtraucher Rücksicht nehmen.....	8 38.1	3 27.3	2 22.2	1 50.0	5 50.0	3 60.0	40.0
Rauchen ist ungesund/gefährlich...	8 38.1	6 54.5	4 44.4	2 100.0	2 20.0	-	40.0
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	6 28.6	4 36.4	2 22.2	2 100.0	2 20.0	-	40.0
Rauchen ist in Gesprächsrunden störend, stört Kommunikation/Gesprächsatmosphäre.....	3 14.3	1 9.1	1 11.1	-	2 20.0	2 40.0	
Rauchen zum Imponieren nicht mehr nötig.....	3 14.3	-	-	-	3 30.0	2 40.0	20.0
In geschlossenen Räumen sollte man nicht rauchen.....	1 4.8	1 9.1	1 11.1	-	-	-	
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	
=====							

Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Höhle -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	21	4	3	1	17	7	10
-----							
Rauchen stört andere/Raucher sollten auf Nichtraucher Rücksicht nehmen.....	8 38.1	2 50.0	2 66.7	- -	6 35.3	2 28.6	4 40.0
Rauchen ist ungesund/gefährlich...	8 38.1	2 50.0	2 66.7	- -	6 35.3	2 28.6	4 40.0
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	6 28.6	2 50.0	2 66.7	- -	4 23.5	2 28.6	2 20.0
Rauchen ist in Gesprächsrunden störend, stört Kommunikation/Gesprächsatmosphäre.....	3 14.3	- -	- -	- -	3 17.6	2 28.6	1 10.0
Rauchen zum Imponieren nicht mehr nötig.....	3 14.3	1 25.0	- -	1 100.0	2 11.8	1 14.3	1 10.0
In geschlossenen Räumen sollte man nicht rauchen.....	1 4.8	- -	- -	- -	1 5.9	1 14.3	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-
=====							

Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Schatz -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolute  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	21	9	1	8	12	1	11
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	14 66.7	7 77.8	- -	7 87.5	7 58.3	1 100.0	0 54.5
Rauchen ist heute unnütz/über- flüssig/nicht mehr nötig.....	4 19.0	1 11.1	1 100.0	- -	3 25.0	- -	0 27.3
Rauchen ist gesundheitsschädlich..	3 14.3	1 11.1	- -	1 12.5	2 16.7	- -	0 18.2
Rauchen ist nicht mehr "in".....	2 9.5	- -	- -	- -	2 16.7	- -	0 18.2
Rauchen ist nur Imponiergehabe/ Angeberei.....	1 4.8	- -	- -	- -	1 8.3	- -	0 9.1
Sonstiges.....	1 4.8	1 11.1	- -	1 12.5	- -	- -	0 -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 9      Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Schatz -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	21	16	9	7	5	2	3
-----							
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	14 66.7	11 68.8	6 66.7	5 71.4	3 60.0	2 100.0	1 33.3
Rauchen ist heute unnütz/über- flüssig/nicht mehr nötig.....	4 19.0	2 12.5	2 22.2	- -	2 40.0	- -	2 66.7
Rauchen ist gesundheitsschädlich..	3 14.3	1 6.3	- -	1 14.3	2 40.0	1 50.0	1 33.3
Rauchen ist nicht mehr "in".....	2 9.5	2 12.5	1 11.1	1 14.3	- -	- -	- -
Rauchen ist nur Imponiergehabe/ Angeberei.....	1 4.8	1 6.3	- -	1 14.3	- -	- -	- -
Sonstiges.....	1 4.8	1 6.3	- -	1 14.3	- -	- -	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-
=====							



Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Tisch -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	21	9	3	6	12	1	1
Man soll in Gesellschaft/Restaurants/beim Essen nicht rauchen....	5 23.8	2 22.2	2 66.7	- -	3 25.0	- -	27. -
Man sollte in Öffentlichkeit nicht rauchen aus Rücksicht/Anstand/gutem Benehmen.....	5 23.8	2 22.2	- -	2 33.3	3 25.0	- -	27. -
Rauchen ist heute unnütz/überflüssig/nicht mehr nötig.....	4 19.0	2 22.2	- -	2 33.3	2 16.7	- -	18. -
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	4 19.0	2 22.2	1 33.3	1 16.7	2 16.7	- -	18. -
Rauchen in Gesellschaft stört Atmosphäre und Nichtraucher.....	1 4.8	- -	- -	- -	1 8.3	- -	9. -
Rauchen wurde früher als "chic" empfunden, man verschafft sich Respekt, fühlt sich sicher.....	1 4.8	1 11.1	- -	1 16.7	- -	- -	- -
Rauchen imponiert niemandem mehr/durch Rauchen verschafft man sich keinen Respekt.....	1 4.8	1 11.1	- -	1 16.7	- -	- -	- -
Falsch verstandene Botschaften....	1 4.8	- -	- -	- -	1 8.3	- -	9. -
Sonstiges.....	2 9.5	- -	- -	- -	2 16.7	1 100.0	9. -
Keine Angaben.....	1 4.8	- -	- -	- -	1 8.3	- -	9. -

Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Tisch -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	21	18	9	9	3	2	1
Man soll in Gesellschaft/Restau- rants/beim Essen nicht rauchen....	5 23.8	4 22.2	3 33.3	1 11.1	1 33.3	1 50.0	- -
Man sollte in Öffentlichkeit nicht rauchen aus Rücksicht/Anstand/ gutem Benehmen.....	5 23.8	5 27.8	2 22.2	3 33.3	- -	- -	- -
Rauchen ist heute unnütz/über- flüssig/nicht mehr nötig.....	4 19.0	4 22.2	3 33.3	1 11.1	- -	- -	- -
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	4 19.0	4 22.2	- -	4 44.4	- -	- -	- -
Rauchen in Gesellschaft stört At- mosphäre und Nichtraucher.....	1 4.8	1 5.6	1 11.1	- -	- -	- -	- -
Rauchen wurde früher als "chic" empfunden, man verschafft sich Respekt, fühlt sich sicher.....	1 4.8	1 5.6	1 11.1	- -	- -	- -	- -
Rauchen imponiert niemandem mehr/ durch Rauchen verschafft man sich keinen Respekt.....	1 4.8	1 5.6	- -	1 11.1	- -	- -	- -
Falsch verstandene Botschaften....	1 4.8	- -	- -	- -	1 33.3	- -	1 100.0
Sonstiges.....	2 9.5	2 11.1	1 11.1	1 11.1	- -	- -	- -
Keine Angaben.....	1 4.8	- -	- -	- -	1 33.3	1 50.0	- -

Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Eier -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentuell

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	21	12	7	5	9	7	2
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	8 38.1	5 41.7	2 28.6	3 60.0	3 33.3	2 28.6	1 50.0
Rauchen ist ungesund/gefährlich/ schadet allen.....	4 19.0	2 16.7	1 14.3	1 20.0	2 22.2	2 28.6	-
Rauchen ist heute unnütz/über- flüssig/nicht mehr nötig.....	3 14.3	1 8.3	1 14.3	-	2 22.2	2 28.6	-
Während der Schwangerschaft soll man nicht rauchen.....	2 9.5	2 16.7	1 14.3	1 20.0	-	-	-
Rauchen schädigt die Kinder.....	2 9.5	1 8.3	1 14.3	-	1 11.1	1 14.3	-
Falsch verstandene Botschaft.....	2 9.5	-	-	-	2 22.2	1 14.3	1 50.0
Man soll nicht in Gegenwart von Kindern rauchen, Eltern sollen kein schlechtes Vorbild sein.....	1 4.8	1 8.3	1 14.3	-	-	-	-
Sonstiges.....	1 4.8	1 8.3	-	1 20.0	-	-	-
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Eier -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	21	9	4	5	12	8	4
-----							
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	8 38.1	4 44.4	2 50.0	2 40.0	4 33.3	3 37.5	1 25.0
Rauchen ist ungesund/gefährlich/schadet allen.....	4 19.0	2 22.2	2 50.0	- -	2 16.7	2 25.0	- -
Rauchen ist heute unnütz/überflüssig/nicht mehr nötig.....	3 14.3	- -	- -	- -	3 25.0	1 12.5	2 50.0
Während der Schwangerschaft soll man nicht rauchen.....	2 9.5	2 22.2	- -	2 40.0	- -	- -	- -
Rauchen schädigt die Kinder.....	2 9.5	- -	- -	- -	2 16.7	1 12.5	1 25.0
Falsch verstandene Botschaft.....	2 9.5	1 11.1	- -	1 20.0	1 8.3	1 12.5	- -
Man soll nicht in Gegenwart von Kindern rauchen, Eltern sollen kein schlechtes Vorbild sein.....	1 4.8	- -	- -	- -	1 8.3	1 12.5	- -
Sonstiges.....	1 4.8	1 11.1	- -	1 20.0	- -	- -	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-
=====							

Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Schule -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohn Kind
Basis:	21	12	9	3	9	7	
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	9 42.9	5 41.7	3 33.3	2 66.7	4 44.4	3 42.9	50.
Rauchen ist heute unnütz/überflüssig/nicht mehr nötig.....	6 28.6	2 16.7	2 22.2	-	4 44.4	4 57.1	
Man soll nicht vor Kindern rauchen, kein schlechtes Vorbild/gutes Beispiel sein.....	3 14.3	2 16.7	1 11.1	1 33.3	1 11.1	-	50.
Falsch verstandene Botschaft.....	3 14.3	2 16.7	2 22.2	-	1 11.1	1 14.3	
Schon Kinder wissen heute, daß Rauchen schädlich ist.....	1 4.8	1 8.3	1 11.1	-	-	-	
Kinder/Jugendliche sollen nicht rauchen/mit Rauchen anfangen.....	1 4.8	1 8.3	-	1 33.3	-	-	
Sonstiges.....	1 4.8	1 8.3	1 11.1	-	-	-	
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Schule -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	21	6	2	4	15	5	10
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	9 42.9	3 50.0	-	3 75.0	6 40.0	2 40.0	4 40.0
Rauchen ist heute unnütz/über- flüssig/nicht mehr nötig.....	6 28.6	-	-	-	6 40.0	2 40.0	4 40.0
Man soll nicht vor Kindern rau- chen, kein schlechtes Vorbild/ gutes Beispiel sein.....	3 14.3	1 16.7	1 50.0	-	2 13.3	1 20.0	1 10.0
Falsch verstandene Botschaft.....	3 14.3	2 33.3	-	2 50.0	1 6.7	-	1 10.0
Schon Kinder wissen heute, daß Rauchen schädlich ist.....	1 4.8	-	-	-	1 6.7	1 20.0	-
Kinder/Jugendliche sollen nicht rauchen/mit Rauchen anfangen.....	1 4.8	1 16.7	1 50.0	-	-	-	-
Sonstiges.....	1 4.8	-	-	-	1 6.7	-	1 10.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Wagen -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - abs  
 BP - prozen

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	21	10	9	1	11	4	
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	8 38.1	4 40.0	4 44.4	-	4 36.4	1 25.0	42
Im Auto soll nicht geraucht werden	2 9.5	1 10.0	1 11.1	-	1 9.1	-	14
Während der Fahrt soll nicht geraucht werden.....	2 9.5	1 10.0	-	1 100.0	1 9.1	1 25.0	
Rauchen im Auto ist unangenehm für Mitfahrer.....	2 9.5	2 20.0	2 22.2	-	-	-	
Rauchen ist heute unnütz/überflüssig/nicht mehr nötig.....	2 9.5	-	-	-	2 18.2	2 50.0	
Botschaft ist unverständlich.....	2 9.5	1 10.0	1 11.1	-	1 9.1	-	14
Falsch verstandene Botschaft.....	2 9.5	-	-	-	2 18.2	-	28
Sonstiges.....	2 9.5	1 10.0	1 11.1	-	1 9.1	-	14
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 9 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Wagen -  
 Frage 9.1 (Vorlage Anzeige)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	21	10	6	4	11	6	5
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	8 38.1	5 50.0	3 50.0	2 50.0	3 27.3	1 16.7	2 40.0
Im Auto soll nicht geraucht werden	2 9.5	1 10.0	1 16.7	- -	1 9.1	1 16.7	- -
Während der Fahrt soll nicht ge- raucht werden.....	2 9.5	1 10.0	- -	1 25.0	1 9.1	1 16.7	- -
Rauchen im Auto ist unangenehm für Mitfahrer.....	2 9.5	- -	- -	- -	2 18.2	1 16.7	1 20.0
Rauchen ist heute unnütz/über- flüssig/nicht mehr nötig.....	2 9.5	1 10.0	1 16.7	- -	1 9.1	- -	1 20.0
Botschaft ist unverständlich.....	2 9.5	1 10.0	1 16.7	- -	1 9.1	- -	1 20.0
Falsch verstandene Botschaft.....	2 9.5	1 10.0	1 16.7	- -	1 9.1	1 16.7	- -
Sonstiges.....	2 9.5	1 10.0	- -	1 25.0	1 9.1	1 16.7	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 10 Zielgruppe der Anzeige  
- Höhle -  
Frage 9.2  
Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	11	10
Nennungen:	22	11	11
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>			
(Starke) Raucher.....	14	9	5
Jugendliche.....	2	-	2
Jüngere Raucher.....	1	1	-
Ältere Raucher, die schon lange Rauchen.....	1	1	-
Erwachsene, die sich viel in Grup- pen aufhalten.....	1	-	1
Raucher, die mit mehreren Menschen in einem Raum arbeiten.....	1	-	1
Militante und rücksichtslose Raucher.....	1	-	1
Nichtraucher, um sie vom Rauchen abzuhalten.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
<hr style="border-top: 3px dashed black;"/>			

Tabelle 10 Zielgruppe der Anzeige  
- Schatz -  
Frage 9.2  
Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	9	12
Nennungen:	27	11	16
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>			
Raucher.....	15	7	8
Nichtraucher, um Raucher vom Rauchen abzuhalten.....	4	2	2
Jüngere Leute.....	3	1	2
Alle.....	2	1	1
Kinder, die vielleicht mal rauchen werden.....	1	-	1
Alle, die anfangen möchten zu rauchen.....	1	-	1
Raucher, die aufhören wollen.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
<hr style="border-top: 3px dashed black;"/>			

Tabelle 10 Zielgruppe der Anzeige  
 - Tisch -  
 Frage 9.2  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	9	12
Nennungen:	23	9	14
-----			
Raucher.....	13	5	8
Jugendliche.....	2	1	1
Nichtraucher, um Raucher vom Rauchen abzuhalten.....	2	-	2
Kinder und Jugendliche.....	1	1	-
Ältere ab 30 - 40 Jahren.....	1	1	-
Raucher in einem Nichtraucherkreis	1	1	-
Raucher, die nicht wissen, warum sie rauchen.....	1	-	1
Leute, die in Großraumbüros und öffentl. Einrichtungen arbeiten...	1	-	1
Alle.....	1	-	1
Keine Angaben.....	1	-	1
=====			

Tabelle 10 Zielgruppe der Anzeige  
 - Eier -  
 Frage 9.2  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	12	9
Nennungen:	28	18	10
-----			
(Rauchende) Eltern.....	9	5	4
Raucher.....	8	4	4
Werdende Mütter (und Väter).....	6	5	1
Jugendliche.....	1	1	-
Erwachsene (sollten darauf achten, ein gutes Vorbild zu sein).....	1	1	-
Kinder zwischen 5 und 8.....	1	1	-
Geschwister.....	1	1	-
Raucher, die aufhören wollen.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 10 Zielgruppe der Anzeige  
 - Schule -  
 Frage 9.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	12	9
Nennungen:	33	17	16
-----			
Raucher.....	8	5	3
Kinder.....	8	3	5
Jugendliche.....	7	2	5
Erwachsene.....	4	3	1
Rauchende Eltern.....	1	1	-
Ältere.....	1	-	1
Gelegenheitsraucher.....	1	1	-
Alle.....	1	1	-
Nichtraucher.....	1	1	-
Familien.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 10 Zielgruppe der Anzeige  
 - Wagen -  
 Frage 9.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	21	10	11
Nennungen:	24	12	12
-----			
Raucher.....	5	3	2
Jüngere Raucher.....	5	3	2
Raucher, die Autofahren.....	3	1	2
Jüngere Nichtraucher.....	3	2	1
Raucher von 18 - 48 Jahre.....	1	-	1
Nichtraucher.....	1	1	-
Ältere.....	1	1	-
Bildungsbürger, Intellektuelle....	1	1	-
Jugendliche.....	1	-	1
Alle.....	1	-	1
Potentielle Raucher.....	1	-	1
Eltern mit Kindern.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 11.1 Erkennbarkeit des Themas "Rauchen" auf Anhieb  
Frage 9.3

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Ja.....	22 17.5	13 20.6	9 23.7	4 16.0	9 14.3	5 20.0	4 10.5
Nein.....	104 82.5	50 79.4	29 76.3	21 84.0	54 85.7	20 80.0	34 89.5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 11.1 Erkennbarkeit des Themas "Rauchen" auf Anhieb  
Frage 9.3

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Ja.....	22 17.5	6 9.5	4 12.1	2 6.7	16 25.4	12 40.0	4 12.1
Nein.....	104 82.5	57 90.5	29 87.9	28 93.3	47 74.6	18 60.0	29 87.9
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 11.1 Erkennbarkeit des Themas "Rauchen" auf Anhieb  
Frage 9.3

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	VORGELEGTE ANZEIGE					
		Höhle	Schatz	Tisch	Eier	Schule	Wage
Basis:	126	21	21	21	21	21	2
Ja.....	22 17.5	3 14.3	3 14.3	4 19.0	1 4.8	2 9.5	42.
Nein.....	104 82.5	18 85.7	18 85.7	17 81.0	20 95.2	19 90.5	11 57.
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 11.2 Erkennbarkeit des Themas "Rauchen" auf Anhieb  
 - Begründung für "nein" -  
 Frage 9.4  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	104	50	29	21	54	20	34
-----							
Bild hat keinen konkreten Bezug zum Thema Rauchen, ist ohne Text unverständlich.....	34 32.7	19 38.0	14 48.3	5 23.8	15 27.8	9 45.0	6 17.6
Es ist keine Zigarette abgebildet.	33 31.7	14 28.0	6 20.7	8 38.1	19 35.2	6 30.0	13 38.2
Märchenmotiv steht zu stark im Vordergrund/erinnert an ganz andere Themen.....	21 20.2	9 18.0	6 20.7	3 14.3	12 22.2	6 30.0	6 17.6
Alles zu klein geschrieben (Slogan/Wort "Rauchen"/alles, was auf das Thema Rauchen hinweist).....	16 15.4	8 16.0	5 17.2	3 14.3	8 14.8	2 10.0	6 17.6
Text muß erst gelesen werden, damit man weiß, worum es geht.....	12 11.5	6 12.0	3 10.3	3 14.3	6 11.1	1 5.0	5 14.7
Es ist kein (rauchender) Mensch abgebildet, das Alltägliche fehlt, Rauch des Drachens zu unauffällig.	10 9.6	4 8.0	1 3.4	3 14.3	6 11.1	1 5.0	5 14.7
Es steht nicht drüber/nicht in Überschrift.....	6 5.8	2 4.0	1 3.4	1 4.8	4 7.4	1 5.0	3 8.8
Text ist nicht direkt zu erfassen, zu kompliziert.....	4 3.8	4 8.0	3 10.3	1 4.8	- -	- -	- -
Sonstiges.....	2 1.9	2 4.0	1 3.4	1 4.8	- -	- -	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-
=====							

Tabelle 11.2 Erkennbarkeit des Themas "Rauchen" auf Anhieb  
 - Begründung für "nein" -  
 Frage 9.4  
 Mehrfachnennungen

BP - abso  
 BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	wei- lic
Basis:	104	57	29	28	47	18	2
-----							
Bild hat keinen konkreten Bezug zum Thema Rauchen, ist ohne Text unverständlich.....	34 32.7	15 26.3	6 20.7	9 32.1	19 40.4	4 22.2	1 51.
Es ist keine Zigarette abgebildet.	33 31.7	24 42.1	15 51.7	9 32.1	9 19.1	6 33.3	10.
Märchenmotiv steht zu stark im Vordergrund/erinnert an ganz andere Themen.....	21 20.2	9 15.8	3 10.3	6 21.4	12 25.5	4 22.2	27.
Alles zu klein geschrieben (Slogan/Wort "Rauchen"/alles, was auf das Thema Rauchen hinweist).....	16 15.4	9 15.8	3 10.3	6 21.4	7 14.9	3 16.7	13.
Text muß erst gelesen werden, damit man weiß, worum es geht.....	12 11.5	3 5.3	3 10.3	- -	9 19.1	5 27.8	13.
Es ist kein (rauchender) Mensch abgebildet, das Alltägliche fehlt, Rauch des Drachens zu unauffällig.	10 9.6	8 14.0	4 13.8	4 14.3	2 4.3	2 11.1	
Es steht nicht drüber/nicht in Überschrift.....	6 5.8	4 7.0	3 10.3	1 3.6	2 4.3	- -	6.
Text ist nicht direkt zu erfassen, zu kompliziert.....	4 3.8	1 1.8	- -	1 3.6	3 6.4	- -	10.
Sonstiges.....	2 1.9	1 1.8	1 3.4	- -	1 2.1	1 5.6	
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	
=====							

Tabelle 11.2 Erkennbarkeit des Themas "Rauchen" auf Anhieb  
 - Begründung für "nein" -  
 Frage 9.4  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	VORGELEGTE ANZEIGE					
		Höhle	Schatz	Tisch	Eier	Schule	Wagen
Basis:	104	18	18	17	20	19	12
-----							
Bild hat keinen konkreten Bezug zum Thema Rauchen, ist ohne Text unverständlich.....	34 32.7	6 33.3	4 22.2	2 11.8	9 45.0	8 42.1	5 41.7
Es ist keine Zigarette abgebildet.	33 31.7	6 33.3	6 33.3	11 64.7	5 25.0	2 10.5	3 25.0
Märchenmotiv steht zu stark im Vordergrund/erinnert an ganz andere Themen.....	21 20.2	3 16.7	7 38.9	1 5.9	4 20.0	5 26.3	1 8.3
Alles zu klein geschrieben (Slogan/Wort "Rauchen"/alles, was auf das Thema Rauchen hinweist).....	16 15.4	3 16.7	1 5.6	4 23.5	5 25.0	1 5.3	2 16.7
Text muß erst gelesen werden, damit man weiß, worum es geht.....	12 11.5	4 22.2	2 11.1	1 5.9	2 10.0	2 10.5	1 8.3
Es ist kein (rauchender) Mensch abgebildet, das Alltägliche fehlt, Rauch des Drachens zu unauffällig.	10 9.6	2 11.1	2 11.1	2 11.8	1 5.0	2 10.5	1 8.3
Es steht nicht drüber/nicht in Überschrift.....	6 5.8	1 5.6	1 5.6	2 11.8	- -	2 10.5	- -
Text ist nicht direkt zu erfassen, zu kompliziert.....	4 3.8	- -	- -	- -	1 5.0	2 10.5	1 8.3
Sonstiges.....	2 1.9	- -	- -	- -	1 5.0	1 5.3	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-
=====							



Tabelle 12 Dargestelltes Tier  
Frage 10.1

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Drache.....	103 81.7	47 74.6	28 73.7	19 76.0	56 88.9	24 96.0	3 84.0
Dinosaurier.....	15 11.9	12 19.0	7 18.4	5 20.0	3 4.8	1 4.0	5 15.0
Drache oder Dinosaurier/Mischung..	5 4.0	2 3.2	1 2.6	1 4.0	3 4.8	-	7 21.0
Sonstige.....	3 2.4	2 3.2	2 5.3	-	1 1.6	-	2 6.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 12 Dargestelltes Tier  
Frage 10.1

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	3
Drache.....	103 81.7	55 87.3	29 87.9	26 86.7	48 76.2	22 73.3	2 60.0
Dinosaurier.....	15 11.9	5 7.9	2 6.1	3 10.0	10 15.9	5 16.7	15 45.0
Drache oder Dinosaurier/Mischung..	5 4.0	2 3.2	1 3.0	1 3.3	3 4.8	2 6.7	3 9.0
Sonstige.....	3 2.4	1 1.6	1 3.0	-	2 3.2	1 3.3	3 9.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 12 Dargestelltes Tier  
Frage 10.1

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	VORGELEGTE ANZEIGE					
		Höhle	Schatz	Tisch	Eier	Schule	Wagen
Basis:	126	21	21	21	21	21	21
Drache.....	103 81.7	21 100.0	17 81.0	18 85.7	18 85.7	14 66.7	15 71.4
Dinosaurier.....	15 11.9	- -	3 14.3	2 9.5	3 14.3	5 23.8	2 9.5
Drache oder Dinosaurier/Mischung..	5 4.0	- -	- -	1 4.8	- -	1 4.8	3 14.3
Sonstige.....	3 2.4	- -	1 4.8	- -	- -	1 4.8	1 4.8
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 13 Der Drache steht für/verkörpert...  
Frage 10.2  
Mehrfachnennungen

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Raucher/das Rauchen.....	71 56.3	42 66.7	23 60.5	19 76.0	29 46.0	10 40.0	1 50.0
Unheil/Gefahr/das Böse/Monster....	14 11.1	4 6.3	1 2.6	3 12.0	10 15.9	3 12.0	1 18.0
Erwachsene (Eltern/Lehrer).....	12 9.5	6 9.5	3 7.9	3 12.0	6 9.5	5 20.0	2 2.0
Rücksichtsloser/egoistischer/ aggressiver Raucher.....	10 7.9	3 4.8	3 7.9	- -	7 11.1	5 20.0	5 5.0
"Böser" Raucher.....	5 4.0	1 1.6	1 2.6	- -	4 6.3	2 8.0	5 5.0
Feuer/Rauch.....	4 3.2	1 1.6	1 2.6	- -	3 4.8	- -	7 7.0
Macht/Kraft.....	4 3.2	1 1.6	1 2.6	- -	3 4.8	- -	7 7.0
Vergangenes/Überholtes.....	3 2.4	- -	- -	- -	3 4.8	1 4.0	5 5.0
Fabel-/Feuerwesen.....	2 1.6	1 1.6	- -	1 4.0	1 1.6	1 4.0	- -
Störfaktor/etwas Störendes.....	2 1.6	1 1.6	1 2.6	- -	1 1.6	- -	2 2.0
Sonstiges.....	5 4.0	4 6.3	4 10.5	- -	1 1.6	- -	2 2.0
Keine Angaben.....	2 1.6	1 1.6	1 2.6	- -	1 1.6	- -	2 2.0

Tabelle 13 Der Drache steht für/verkörpert...  
Frage 10.2  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Raucher/das Rauchen.....	71 56.3	35 55.6	20 60.6	15 50.0	36 57.1	16 53.3	20 60.6
Unheil/Gefahr/das Böse/Monster....	14 11.1	7 11.1	3 9.1	4 13.3	7 11.1	3 10.0	4 12.1
Erwachsene (Eltern/Lehrer).....	12 9.5	6 9.5	3 9.1	3 10.0	6 9.5	4 13.3	2 6.1
Rücksichtsloser/egoistischer/ aggressiver Raucher.....	10 7.9	6 9.5	2 6.1	4 13.3	4 6.3	2 6.7	2 6.1
"Böser" Raucher.....	5 4.0	1 1.6	1 3.0	- -	4 6.3	3 10.0	1 3.0
Feuer/Rauch.....	4 3.2	3 4.8	2 6.1	1 3.3	1 1.6	1 3.3	- -
Macht/Kraft.....	4 3.2	2 3.2	2 6.1	- -	2 3.2	- -	2 6.1
Vergangenes/Überholtes.....	3 2.4	2 3.2	1 3.0	1 3.3	1 1.6	- -	1 3.0
Fabel-/Feuerwesen.....	2 1.6	1 1.6	- -	1 3.3	1 1.6	- -	1 3.0
Störfaktor/etwas Störendes.....	2 1.6	2 3.2	2 6.1	- -	- -	- -	- -
Sonstiges.....	5 4.0	1 1.6	1 3.0	- -	4 6.3	2 6.7	2 6.1
Keine Angaben.....	2 1.6	1 1.6	- -	1 3.3	1 1.6	- -	1 3.0

Tabelle 13 Der Drache steht für/verkörpert...  
Frage 10.2  
Mehrfachnennungen

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	VORGELEGTE ANZEIGE					
		Höhle	Schatz	Tisch	Eier	Schule	Wage
Basis:	126	21	21	21	21	21	21
Raucher/das Rauchen.....	71 56.3	12 57.1	10 47.6	15 71.4	11 52.4	14 66.7	14 42.9
Unheil/Gefahr/das Böse/Monster....	14 11.1	2 9.5	7 33.3	1 4.8	1 4.8	2 9.5	2 4.8
Erwachsene (Eltern/Lehrer).....	12 9.5	-	-	-	7 33.3	5 23.8	-
Rücksichtsloser/egoistischer/ aggressiver Raucher.....	10 7.9	4 19.0	1 4.8	4 19.0	-	-	4 19.0
"Böser" Raucher.....	5 4.0	3 14.3	2 9.5	-	-	-	-
Feuer/Rauch.....	4 3.2	-	-	-	-	-	4 19.0
Macht/Kraft.....	4 3.2	-	4 19.0	-	-	-	-
Vergangenes/Überholtes.....	3 2.4	-	1 4.8	1 4.8	1 4.8	-	-
Fabel-/Feuerwesen.....	2 1.6	-	-	-	-	-	2 9.5
Störfaktor/etwas Störendes.....	2 1.6	-	-	-	-	-	2 9.5
Sonstiges.....	5 4.0	2 9.5	-	1 4.8	1 4.8	-	2 4.8
Keine Angaben.....	2 1.6	-	-	-	-	1 4.8	1 4.8

Tabelle 14.1 Anzeige, die am besten gefällt  
Frage 11.1  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
"Höhle".....	24 19.0	14 22.2	6 15.8	8 32.0	10 15.9	4 16.0	6 15.8
"Schatz".....	15 11.9	6 9.5	4 10.5	2 8.0	9 14.3	2 8.0	7 18.4
"Tisch".....	19 15.1	8 12.7	6 15.8	2 8.0	11 17.5	3 12.0	8 21.1
"Eier".....	29 23.0	14 22.2	9 23.7	5 20.0	15 23.8	8 32.0	7 18.4
"Schule".....	33 26.2	21 33.3	12 31.6	9 36.0	12 19.0	5 20.0	7 18.4
"Wagen".....	11 8.7	6 9.5	3 7.9	3 12.0	5 7.9	3 12.0	2 5.3
Keine Angaben.....	5 4.0	2 3.2	1 2.6	1 4.0	3 4.8	2 8.0	1 2.6

Tabelle 14.1 Anzeige, die am besten gefällt  
Frage 11.1  
Mehrfachnennungen

BP - abs  
BP - prozen

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	
"Höhle".....	24 19.0	10 15.9	6 18.2	4 13.3	14 22.2	6 20.0	24.0
"Schatz".....	15 11.9	7 11.1	5 15.2	2 6.7	8 12.7	4 13.3	12.0
"Tisch".....	19 15.1	10 15.9	6 18.2	4 13.3	9 14.3	6 20.0	9.0
"Eier".....	29 23.0	13 20.6	5 15.2	8 26.7	16 25.4	6 20.0	30.0
"Schule".....	33 26.2	19 30.2	9 27.3	10 33.3	14 22.2	6 20.0	24.0
"Wagen".....	11 8.7	6 9.5	5 15.2	1 3.3	5 7.9	4 13.3	3.0
Keine Angaben.....	5 4.0	3 4.8	2 6.1	1 3.3	2 3.2	-	6.0

Tabelle 14.2 Anzeige, die am besten gefällt  
 - Begründung -  
 - Höhle -  
 Frage 11.1  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	24	14	10
Nennungen:	29	16	13
-----			
Bild/Szene ist lustig/humorvoll (Drache vertreibt Menschen).....	10	6	4
Thema: Rauchen in geschlossenen Räumen/während der Arbeit (ist un- angenehm für Nichtraucher, man muß Rücksicht nehmen).....	5	4	1
Verbindung zu Rauchen gegeben, Thema wird klar durch Qualm/Rauch. Drache guckt schön blöd/sieht lieb-fies aus.....	4	2	2
Text (kurz/einfach/leicht lesbar)	2	2	-
Bild nicht vollgepackt/eindeutig..	2	-	2
Raucher wird nicht angegriffen, eher auf den Arm genommen.....	2	1	1
Es wird an Vernunft und Verstand appelliert.....	1	1	-
Bild und Text passen zusammen.....	1	-	1
Bild und Text sind interessant....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			



Tabelle 14.2 Anzeige, die am besten gefällt  
 - Begründung -  
 - Schatz -  
 Frage 11.1  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	15	6	9
Nennungen:	20	7	13
-----			
Text am witzigsten/humorvollsten..	6	2	4
Zeichnung/Bild besonders gut (Farben, Hintergrund, Schloß).....	6	4	2
Bild ist lustig.....	2	-	2
Motto trifft Leute am ehesten: Heute braucht keiner mehr zu rauchen.....	1	-	1
Am ehesten Bezug zum Rauchen: Raucher Drache fällt auf.....	1	-	1
Es wird direkt gesagt, daß Rauchen schadet.....	1	-	1
Andere Texte spielen auf Themen an, die man nicht mehr hören kann.	1	-	1
Bild wenig, man wird nicht mit zuviel Dingen bombardiert.....	1	1	-
Kombination Geld und Imponiergehabe ist witzig.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 14.2 Anzeige, die am besten gefällt  
 - Begründung -  
 - Tisch -  
 Frage 11.1  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	19	8	11
Nennungen:	19	8	11
-----			
Thema: Rauchen beim Essen (stört wirklich).....	9	1	8
Bild (Action, witzige Details, Drache guckt lustig).....	3	2	1
Sagt mehr aus als die Anderen, am extremsten dargestellt/umgesetzt..	2	2	-
Bezug zum Thema (Rauch sichtbar)..	1	1	-
Spricht alle an.....	1	1	-
Zeigt eher, wie es wirklich ist...	1	-	1
Hat gesellschaftliche Intention...	1	1	-
Weil man auch heute noch cooler ist, wenn man raucht.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 14.2 Anzeige, die am besten gefällt  
 - Begründung -  
 - Eier -  
 Frage 11.1  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	29	14	15
Nennungen:	39	19	20
-----			
Anzeige/Bild am lustigsten/witzigsten (verbrannte Raben).....	10	5	5
Thema/Aussage am wichtigsten (Schutz ungeborenen Lebens).....	10	3	7
Klar verständlich, Botschaft eindeutig (Text/Bild nicht überladen, kurz und prägnant).....	7	3	4
Bild und Text passen zusammen.....	4	4	-
<b>Bild sticht ins Auge, einprägsam durch Einfachheit</b> .....	3	2	1
Text sagt klar, daß Rauchen schädlich ist.....	3	2	1
Kann am ehesten beeinflussen, spricht Emotionen stark an.....	1	-	1
Drache ist Sinnbild für aggressives Rauchverhalten.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 14.2 Anzeige, die am besten gefällt  
 - Begründung -  
 - Schule -  
 Frage 11.1  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	33	21	12
Nennungen:	37	23	14
-----			
Thema/Aussage am wichtigsten (Schutz der Kinder, Vorbild- charakter).....	9	7	2
Spricht Jüngere an (viele rauchen schon).....	7	4	3
Bild (schöne/lustige Motive, Far- ben, Zwerg, Drache, Schule).....	6	4	2
Botschaft/Thema eindeutig.....	4	1	3
Gut, weil gesagt wird, daß schon Kinder wissen/Kindern gezeigt wird, daß Rauchen schädlich ist...	3	2	1
Bild und Text passen gut zusammen.	2	1	1
Lerneffekt durch Darstellung der Lernsituation.....	2	1	1
Man wird zum Nachdenken angeregt..	1	1	-
Athmosphäre ist sehr geborgen.....	1	1	-
Am wenigsten plump.....	1	1	-
Entwicklung der Aufklärung gut zu sehen, früher wußten Kinder nichts von Schädlichkeit, heute ja.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 14.2 Anzeige, die am besten gefällt  
 - Begründung -  
 - Wagen -  
 Frage 11.1  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	11	6	5
Nennungen:	11	6	5
-----			
Thema: Rauchen im Auto (stört wirklich).....	2	1	1
Problematik wird beiläufig ver- mittelt, Bild und Text lenken nicht so stark ab.....	1	-	1
Aussage ist nicht mit Zeigefinger- Mentalität (nicht mit Kindern)....	1	1	-
<b>Bild und Text sind witzig (beson- ders in der Verbindung).....</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
<b>Bezug zum Rauchen ist am ehesten nachzuvollziehen.....</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
Zeichnung springt ins Auge.....	1	1	-
Wirkt familiär.....	1	1	-
Klare Aussage.....	1	1	-
Text stimmt einfach.....	1	1	-
Weil es sich gegen Qualm der vie- len Autos richtet.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 15.1 Anzeige, die am schlechtesten gefällt  
Frage 11.2  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
"Höhle".....	11 8.7	4 6.3	3 7.9	1 4.0	7 11.1	3 12.0	4 10.5
"Schatz".....	23 18.3	11 17.5	7 18.4	4 16.0	12 19.0	4 16.0	8 21.1
"Tisch".....	17 13.5	10 15.9	9 23.7	1 4.0	7 11.1	2 8.0	5 13.2
"Eier".....	18 14.3	11 17.5	8 21.1	3 12.0	7 11.1	3 12.0	4 10.5
"Schule".....	14 11.1	5 7.9	2 5.3	3 12.0	9 14.3	4 16.0	5 13.2
"Wagen".....	33 26.2	16 25.4	9 23.7	7 28.0	17 27.0	9 36.0	8 21.1
Keine Angaben.....	14 11.1	9 14.3	3 7.9	6 24.0	5 7.9	1 4.0	4 10.5

Tabelle 15.1 Anzeige, die am schlechtesten gefällt  
Frage 11.2  
Mehrfachnennungen

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	3
"Höhle".....	11 8.7	6 9.5	2 6.1	4 13.3	5 7.9	4 13.3	3
"Schatz".....	23 18.3	12 19.0	6 18.2	6 20.0	11 17.5	3 10.0	24
"Tisch".....	17 13.5	5 7.9	2 6.1	3 10.0	12 19.0	4 13.3	24
"Eier".....	18 14.3	8 12.7	4 12.1	4 13.3	10 15.9	5 16.7	15
"Schule".....	14 11.1	5 7.9	3 9.1	2 6.7	9 14.3	4 13.3	15
"Wagen".....	33 26.2	17 27.0	9 27.3	8 26.7	16 25.4	8 26.7	24
Keine Angaben.....	14 11.1	10 15.9	7 21.2	3 10.0	4 6.3	3 10.0	3

Tabelle 15.2 Anzeige, die am schlechtesten gefällt  
 - Begründung -  
 - Schatz -  
 Frage 11.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	23	11	12
Nennungen:	28	12	16
-----			
Thema wird nicht klar, Rauchen steht nicht im Mittelpunkt.....	5	2	3
Text (unverständlich, keine Bedeutung, Aussage unverständlich, nicht so gut wie die anderen).....	5	2	3
Zu unrealistisch, nicht zeitgemäß, zu abstrakt.....	4	1	3
Bild (Farbe, Motiv, nicht witzig, karg).....	3	1	2
Aussage am wenigsten wichtig (Nichtraucher können sich selber schützen).....	2	1	1
Imponiergehabe ist kein Grund zu rauchen.....	2	2	-
Wirkt kommerziell (Geld/Schätze)..	1	-	1
Adressat nicht erkennbar.....	1	-	1
Aussage (zu allgemein).....	1	-	1
Wirkt wie Hetzkampagne.....	1	1	-
Am schlechtesten umgesetzt.....	1	-	1
Satz "und wir können endlich damit aufhören" stört.....	1	1	-
Zeigt, daß Rauchen früher Angst erzeugen sollte.....	1	1	-
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			



Tabelle 15.2 Anzeige, die am schlechtesten gefällt  
 - Begründung -  
 - Höhle -  
 Frage 11.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	11	4	7
Nennungen:	13	4	9
-----			
Bild (brutal, unfreundlich, triste Farben).....	4	1	3
Aussage/Botschaft (kommt nicht rüber).....	2	1	1
Bild ohne Text mißverständlich (Auslöser für Furcht muß nicht Rauch sein).....	2	1	1
Bild u. Text passen nicht zusammen	1	-	1
Text (spricht nicht an).....	1	-	1
Zu einfach/einfallslos gemacht....	1	1	-
Märchen und Steinzeitmenschen passen nicht zusammen.....	1	-	1
In geschlossenen Räumen sollte man jedem selbst überlassen, ob er raucht.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 15.2 Anzeige, die am schlechtesten gefällt  
 - Begründung -  
 - Tisch -  
 Frage 11.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	17	10	7
Nennungen:	24	15	9
-----			
Bild (überladen, schrill, schlecht gegliedert, Farben zu dunkel).....	8	4	4
Man sieht nicht direkt worum es geht/was das soll, Aussage ist nicht offensichtlich.....	4	3	1
Text (nicht überzeugend, sagt nicht viel aus, eher pro Rauchen). Kein Witz/Esprit, Text nicht witzig geschrieben.....	3	1	2
Rauchen bei Tisch unangenehm, aber kein gravierendes Problem (Nicht-raucher kann sich selber schützen)	2	1	1
Zu moralisch.....	2	2	-
Macht nicht neugierig.....	1	-	1
Erinnert an "Das große Fressen"...	1	1	-
Imponiergehabe ist kein Grund zu rauchen.....	1	1	-
Rauchen beim Essen ist abstoßend, so etwas macht man nicht.....	1	1	-
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 15.2 Anzeige, die am schlechtesten gefällt

- Begründung-  
 - Eier -  
 Frage 11.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	18	11	7
Nennungen:	24	14	10
-----			
Text (unsinnig, nichtssagend, Zusammenhang absurd).....	9	5	4
Bild (häßlich, Drache nicht gut dargestellt/wirkt zu aggressiv)...	4	2	2
Verjagen der Raben macht keinen Sinn (müssen nicht vertrieben werden, können den Drachen(-eiern) nichts anhaben).....	3	1	2
<b>Bild u. Text passen nicht zusammen</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Zu moralisch.....</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
<b>Thema Rauchen springt am wenigsten ins Auge.....</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
Zieht alles ins Lächerliche, man lacht, anstatt sich Gedanken zu machen.....	1	1	-
Wirkt unrealistisch und aus der Luft gegriffen.....	1	1	-
Sehr negative Aussage.....	1	1	-
Bild sagt zu wenig aus.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 15.2 Anzeige, die am schlechtesten gefällt  
 - Begründung -  
 - Schule -  
 Frage 11.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	14	5	9
Nennungen:	17	7	10
-----			
Text (Aussagen stimmen nicht, abgedroschen, überzogen).....	4	1	3
Bild (langweilig, blasse/matte Farben).....	3	2	1
Thema Rauchen wird nicht deutlich. Wirkt am harmlosesten, erinnert an Kinderbuch.....	2	1	1
Sagt nichts aus, ohne Inhalt.....	2	-	2
Demonstration wie man raucht, führt in die Irre.....	1	-	1
Witz fehlt, ist zu banal.....	1	-	1
Unsympathisch/Fällt nicht ins Auge Schuleffekt: Man merkt direkt, daß einem etwas beigebracht werden soll.....	1	1	-
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 15.2 Anzeige, die am schlechtesten gefällt  
 - Begründung -  
 - Wagen -  
 Frage 11.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	33	16	17
Nennungen:	53	24	29
-----			
Bild (zu voll/kompliziert, Asterix-Abklatsch, Pferd schlecht gezeichnet, nicht lustig, weinende Leute, Räuber).....	13	7	6
Unverständlich, man weiß nicht worum es geht, man fragt sich nach dem Sinn, unverständliche Zusammenhänge.....	7	4	3
Text ist zu lang.....	6	4	2
Langweilig.....	5	1	4
Rauchen im Wagen ist kein großes Problem (man kann sich einigen), Anzeige ist überflüssig.....	4	2	2
Zu weit hergeholt, unrealistisch, kein Sachbezug, nicht zeitgemäß...	4	1	3
Thema Rauchen wird nicht deutlich.	4	2	2
Nicht witzig, passiert nichts, ohne Pepp.....	4	1	3
Bild u. Text passen nicht zusammen	3	1	2
Text nicht aussagekräftig.....	1	1	-
Es wird nur gesagt, daß Rauchen in engen Räumen schädlich ist und nicht überall.....	1	-	1
Falsche Aussage: Technisierung ändert Menschen nicht zum Positiven, er ist derselbe geblieben.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Höhle -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Höhle" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	105	52	29	23	53	20	33
In geschlossenen Räumen sollte man nicht rauchen.....	43 41.0	23 44.2	11 37.9	12 52.2	20 37.7	8 40.0	12 36.4
Rauchen ist in Gesprächsrunden störend, stört Kommunikation/ Gesprächsatmosphäre.....	17 16.2	9 17.3	5 17.2	4 17.4	8 15.1	2 10.0	6 18.2
Rauchen stört andere/Raucher sollten auf Nichtraucher Rücksicht nehmen.....	13 12.4	5 9.6	3 10.3	2 8.7	8 15.1	4 20.0	4 12.1
Rauchen isoliert den Raucher/ Rauchen verjagt Mitmenschen.....	7 6.7	3 5.8	1 3.4	2 8.7	4 7.5	2 10.0	2 6.1
Falsch verstandene Botschaft.....	7 6.7	5 9.6	3 10.3	2 8.7	2 3.8	2 10.0	- -
Vernünftiges Miteinanderumgehen...	6 5.7	2 3.8	2 6.9	- -	4 7.5	2 10.0	2 6.1
Rauchen in geschlossenen Räumen ist verboten/soll verboten werden.	3 2.9	2 3.8	1 3.4	1 4.3	1 1.9	- -	1 3.0
Rauchen ist rücksichtslos/egoistisch.....	3 2.9	2 3.8	2 6.9	- -	1 1.9	- -	1 3.0
Rauchen zum Imponieren nicht mehr nötig.....	3 2.9	1 1.9	- -	1 4.3	2 3.8	1 5.0	1 3.0
Rauchen auf Kosten der Energie/ Sportlichkeit.....	3 2.9	2 3.8	2 6.9	- -	1 1.9	- -	1 3.0
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	3 2.9	1 1.9	1 3.4	- -	2 3.8	- -	2 6.1
Botschaft ist unverständlich.....	2 1.9	- -	- -	- -	2 3.8	- -	2 6.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Höhle -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Höhle" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

BP - abso  
 BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	105	59	30	29	46	23	23
In geschlossenen Räumen sollte man nicht rauchen.....	43 41.0	24 40.7	13 43.3	11 37.9	19 41.3	13 56.5	2 26.1
Rauchen ist in Gesprächsrunden störend, stört Kommunikation/ Gesprächsatmosphäre.....	17 16.2	12 20.3	7 23.3	5 17.2	5 10.9	2 8.7	1 13.0
Rauchen stört andere/Raucher soll- ten auf Nichtraucher Rücksicht nehmen.....	13 12.4	7 11.9	2 6.7	5 17.2	6 13.0	2 8.7	1 17.4
Rauchen isoliert den Raucher/ Rauchen verjagt Mitmenschen.....	7 6.7	5 8.5	4 13.3	1 3.4	2 4.3	1 4.3	1 4.3
Falsch verstandene Botschaft.....	7 6.7	3 5.1	2 6.7	1 3.4	4 8.7	1 4.3	1 13.0
Vernünftiges Miteinanderumgehen...	6 5.7	2 3.4	1 3.3	1 3.4	4 8.7	1 4.3	1 13.0
Rauchen in geschlossenen Räumen ist verboten/soll verboten werden.	3 2.9	1 1.7	- -	1 3.4	2 4.3	- -	1 8.7
Rauchen ist rücksichtslos/ego- istisch.....	3 2.9	1 1.7	- -	1 3.4	2 4.3	1 4.3	1 4.3
Rauchen zum Imponieren nicht mehr nötig.....	3 2.9	2 3.4	1 3.3	1 3.4	1 2.2	1 4.3	- -
Rauchen auf Kosten der Energie/ Sportlichkeit.....	3 2.9	2 3.4	- -	2 6.9	1 2.2	- -	1 4.3
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	3 2.9	1 1.7	1 3.3	- -	2 4.3	- -	2 8.7
Botschaft ist unverständlich.....	2 1.9	1 1.7	1 3.3	- -	1 2.2	1 4.3	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 16

## Zentrale Aussage der Anzeige

- Schatz -

Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)

(Nicht Befragten mit Folder "Schatz" gestellt)

Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	105	54	37	17	51	24	27
Rauchen ist nur Imponiergehabe/ Angeberei.....	24 22.9	16 29.6	13 35.1	3 17.6	8 15.7	3 12.5	5 18.5
Rauchen ist heute unnütz/über- flüssig/nicht mehr nötig.....	18 17.1	8 14.8	4 10.8	4 23.5	10 19.6	5 20.8	5 18.5
Man kann mit Rauchen anderen impo- nieren/fühlt sich größer (Status/ Prestige).....	15 14.3	6 11.1	3 8.1	3 17.6	9 17.6	6 25.0	3 11.1
Rauchen ist nicht mehr "in".....	11 10.5	5 9.3	4 10.8	1 5.9	6 11.8	2 8.3	4 14.8
Rauchen als Schutz/Verteidigung...	9 8.6	4 7.4	3 8.1	1 5.9	5 9.8	3 12.5	2 7.4
Man kann mit Rauchen niemandem imponieren/Rauchen hat nichts mit Imponieren zu tun.....	8 7.6	6 11.1	6 16.2	- -	2 3.9	1 4.2	1 3.7
Falsch verstandene Botschaft.....	8 7.6	3 5.6	1 2.7	2 11.8	5 9.8	2 8.3	3 11.1
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	5 4.8	- -	- -	- -	5 9.8	2 8.3	3 11.1
Botschaft ist unverständlich.....	5 4.8	2 3.7	1 2.7	1 5.9	3 5.9	1 4.2	2 7.4
Rauchen ist gesundheitsschädlich..	5 4.8	3 5.6	3 8.1	- -	2 3.9	1 4.2	1 3.7
Sonstiges.....	2 1.9	2 3.7	- -	2 11.8	- -	- -	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Schatz -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Schatz" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

BP - abso  
 BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	105	47	24	23	58	28	30
Rauchen ist nur Imponiergehabe/ Angeberei.....	24 22.9	7 14.9	2 8.3	5 21.7	17 29.3	9 32.1	26.1
Rauchen ist heute unnütz/über- flüssig/nicht mehr nötig.....	18 17.1	8 17.0	4 16.7	4 17.4	10 17.2	5 17.9	16.1
Man kann mit Rauchen anderen impo- nieren/fühlt sich größer (Status/ Prestige).....	15 14.3	9 19.1	6 25.0	3 13.0	6 10.3	2 7.1	13.1
Rauchen ist nicht mehr "in".....	11 10.5	6 12.8	4 16.7	2 8.7	5 8.6	3 10.7	6.1
Rauchen als Schutz/Verteidigung...	9 8.6	4 8.5	2 8.3	2 8.7	5 8.6	3 10.7	6.1
Man kann mit Rauchen niemandem imponieren/Rauchen hat nichts mit Imponieren zu tun.....	8 7.6	2 4.3	1 4.2	1 4.3	6 10.3	2 7.1	13.1
Falsch verstandene Botschaft.....	8 7.6	6 12.8	3 12.5	3 13.0	2 3.4	2 7.1	-
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	5 4.8	3 6.4	1 4.2	2 8.7	2 3.4	-	6.1
Botschaft ist unverständlich.....	5 4.8	2 4.3	1 4.2	1 4.3	3 5.2	2 7.1	3.1
Rauchen ist gesundheitsschädlich..	5 4.8	1 2.1	-	1 4.3	4 6.9	1 3.6	10.0
Sonstiges.....	2 1.9	2 4.3	1 4.2	1 4.3	-	-	-
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Tisch -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Tisch" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	105	54	35	19	51	24	27
Man soll in Gesellschaft/Restaurants/beim Essen nicht rauchen....	24 22.9	14 25.9	9 25.7	5 26.3	10 19.6	6 25.0	4 14.8
Rauchen in Gesellschaft stört Atmosphäre und Nichtraucher.....	20 19.0	10 18.5	6 17.1	4 21.1	10 19.6	3 12.5	7 25.9
Man sollte in Öffentlichkeit nicht rauchen aus Rücksicht/Anstand/gutem Benehmen.....	20 19.0	8 14.8	8 22.9	- -	12 23.5	6 25.0	6 22.2
Rauchen wurde früher als "chic" empfunden, man verschafft sich Respekt, fühlt sich sicher.....	11 10.5	7 13.0	4 11.4	3 15.8	4 7.8	2 8.3	2 7.4
Rauchen in Gesellschaft ist nicht mehr "in"/veraltet.....	10 9.5	5 9.3	3 8.6	2 10.5	5 9.8	2 8.3	3 11.1
Rauchen ist heute unnütz/überflüssig/nicht mehr nötig.....	9 8.6	4 7.4	2 5.7	2 10.5	5 9.8	3 12.5	2 7.4
Rauchen imponiert niemandem mehr/durch Rauchen verschafft man sich keinen Respekt.....	4 3.8	- -	- -	- -	4 7.8	2 8.3	2 7.4
Falsch verstandene Botschaften....	3 2.9	3 5.6	1 2.9	2 10.5	- -	- -	- -
Rauchen aus gesellschaftlichem Zwang/man muß rauchen, weil andere auch rauchen.....	2 1.9	2 3.7	1 2.9	1 5.3	- -	- -	- -
Sonstiges.....	2 1.9	1 1.9	1 2.9	- -	1 2.0	- -	1 3.7
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Tisch -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Tisch" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

BP - abso  
 BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	105	45	24	21	60	28	32
Man soll in Gesellschaft/Restaurants/beim Essen nicht rauchen....	24 22.9	7 15.6	5 20.8	2 9.5	17 28.3	10 35.7	7 21.9
Rauchen in Gesellschaft stört Atmosphäre und Nichtraucher.....	20 19.0	12 26.7	7 29.2	5 23.8	8 13.3	6 21.4	6 6.1
Man sollte in Öffentlichkeit nicht rauchen aus Rücksicht/Anstand/gutem Benehmen.....	20 19.0	7 15.6	3 12.5	4 19.0	13 21.7	3 10.7	10 31.3
Rauchen wurde früher als "chic" empfunden, man verschafft sich Respekt, fühlt sich sicher.....	11 10.5	5 11.1	4 16.7	1 4.8	6 10.0	2 7.1	4 12.5
Rauchen in Gesellschaft ist nicht mehr "in"/veraltet.....	10 9.5	6 13.3	2 8.3	4 19.0	4 6.7	- -	4 12.5
Rauchen ist heute unnütz/überflüssig/nicht mehr nötig.....	9 8.6	3 6.7	1 4.2	2 9.5	6 10.0	2 7.1	4 12.5
Rauchen imponiert niemandem mehr/durch Rauchen verschafft man sich keinen Respekt.....	4 3.8	1 2.2	1 4.2	- -	3 5.0	3 10.7	- -
Falsch verstandene Botschaften....	3 2.9	2 4.4	- -	2 9.5	1 1.7	- -	1 3.1
Rauchen aus gesellschaftlichem Zwang/man muß rauchen, weil andere auch rauchen.....	2 1.9	1 2.2	- -	1 4.8	1 1.7	1 3.6	- -
Sonstiges.....	2 1.9	1 2.2	1 4.2	- -	1 1.7	1 3.6	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Eier -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Eier" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	105	51	31	20	54	18	36
Während der Schwangerschaft soll man nicht rauchen.....	60 57.1	28 54.9	20 64.5	8 40.0	32 59.3	11 61.1	21 58.3
Rauchen schädigt die Kinder.....	15 14.3	8 15.7	5 16.1	3 15.0	7 13.0	1 5.6	6 16.7
Man soll nicht in Gegenwart von Kindern rauchen, Eltern sollen kein schlechtes Vorbild sein.....	10 9.5	7 13.7	2 6.5	5 25.0	3 5.6	- -	3 8.3
Man konnte die Kinder früher durch Rauchen beschützen, Rauchen zur Verteidigung.....	7 6.7	2 3.9	2 6.5	- -	5 9.3	3 16.7	2 5.6
Kinder sollen vor Rauch/Rauchern geschützt werden.....	5 4.8	1 2.0	- -	1 5.0	4 7.4	1 5.6	3 8.3
Rauchen ist ungesund/gefährlich/ schadet allen.....	4 3.8	2 3.9	1 3.2	1 5.0	2 3.7	2 11.1	- -
Botschaft ist unverständlich.....	2 1.9	2 3.9	1 3.2	1 5.0	- -	- -	- -
Sonstiges.....	3 2.9	1 2.0	- -	1 5.0	2 3.7	- -	2 5.6
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Eier -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Eier" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut BP - prozentuell						
	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	105	54	29	25	51	22	29
Während der Schwangerschaft soll man nicht rauchen.....	60 57.1	28 51.9	14 48.3	14 56.0	32 62.7	12 54.5	20 69.0
Rauchen schädigt die Kinder.....	15 14.3	9 16.7	6 20.7	3 12.0	6 11.8	4 18.2	2 6.9
Man soll nicht in Gegenwart von Kindern rauchen, Eltern sollen kein schlechtes Vorbild sein.....	10 9.5	8 14.8	3 10.3	5 20.0	2 3.9	1 4.5	1 3.4
Man konnte die Kinder früher durch Rauchen beschützen, Rauchen zur Verteidigung.....	7 6.7	2 3.7	1 3.4	1 4.0	5 9.8	1 4.5	4 13.8
Kinder sollen vor Rauch/Rauchern geschützt werden.....	5 4.8	4 7.4	3 10.3	1 4.0	1 2.0	1 4.5	- -
Rauchen ist ungesund/gefährlich/schadet allen.....	4 3.8	1 1.9	1 3.4	- -	3 5.9	2 9.1	1 3.4
Botschaft ist unverständlich.....	2 1.9	1 1.9	- -	1 4.0	1 2.0	- -	1 3.4
Sonstiges.....	3 2.9	2 3.7	1 3.4	1 4.0	1 2.0	1 4.5	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Schule -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Schule" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	105	51	29	22	54	18	36
-----							
Man soll nicht vor Kindern rauchen, kein schlechtes Vorbild/ gutes Beispiel sein.....	25 23.8	12 23.5	6 20.7	6 27.3	13 24.1	3 16.7	10 27.8
Kinder sollen aufgeklärt werden über Gefahren/gesundheitliche Schäden.....	18 17.1	9 17.6	8 27.6	1 4.5	9 16.7	4 22.2	5 13.9
Erziehung zum Nichtrauchen/Kinder vom Rauchen abhalten.....	17 16.2	8 15.7	4 13.8	4 18.2	9 16.7	5 27.8	4 11.1
Kinder/Jugendliche sollen nicht rauchen/mit Rauchen anfangen.....	14 13.3	8 15.7	4 13.8	4 18.2	6 11.1	2 11.1	4 11.1
Schon Kinder wissen heute, daß Rauchen schädlich ist.....	10 9.5	4 7.8	3 10.3	1 4.5	6 11.1	1 5.6	5 13.9
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	7 6.7	2 3.9	1 3.4	1 4.5	5 9.3	1 5.6	4 11.1
Falsch verstandene Botschaft.....	5 4.8	3 5.9	2 6.9	1 4.5	2 3.7	1 5.6	1 2.8
Rauchen ist kein Genuß (wird nur vorgegaukelt).....	4 3.8	1 2.0	- -	1 4.5	3 5.6	1 5.6	2 5.6
Rauchen war früher eine ganz nor- male Sache, heute nicht mehr.....	4 3.8	1 2.0	- -	1 4.5	3 5.6	1 5.6	2 5.6
Rauchen in der Schule ist verboten	2 1.9	1 2.0	- -	1 4.5	1 1.9	- -	1 2.8
Sonstiges.....	4 3.8	3 5.9	2 6.9	1 4.5	1 1.9	- -	1 2.8
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Schule -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Schule" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

BP - abso  
 BP - prozentl

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	105	57	31	26	48	25	23
Man soll nicht vor Kindern rau- chen, kein schlechtes Vorbild/ gutes Beispiel sein.....	25 23.8	17 29.8	10 32.3	7 26.9	8 16.7	4 16.0	4 17.4
Kinder sollen aufgeklärt werden über Gefahren/gesundheitliche Schäden.....	18 17.1	7 12.3	5 16.1	2 7.7	11 22.9	6 24.0	1 4.3
Erziehung zum Nichtrauchen/Kinder vom Rauchen abhalten.....	17 16.2	9 15.8	3 9.7	6 23.1	8 16.7	4 16.0	4 17.4
Kinder/Jugendliche sollen nicht rauchen/mit Rauchen anfangen.....	14 13.3	9 15.8	4 12.9	5 19.2	5 10.4	3 12.0	2 8.7
Schon Kinder wissen heute, daß Rauchen schädlich ist.....	10 9.5	4 7.0	2 6.5	2 7.7	6 12.5	3 12.0	3 13.0
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	7 6.7	5 8.8	4 12.9	1 3.8	2 4.2	-	2 8.7
Falsch verstandene Botschaft.....	5 4.8	2 3.5	-	2 7.7	3 6.3	1 4.0	2 8.7
Rauchen ist kein Genuß (wird nur vorgegaukelt).....	4 3.8	1 1.8	1 3.2	-	3 6.3	2 8.0	1 4.3
Rauchen war früher eine ganz nor- male Sache, heute nicht mehr.....	4 3.8	3 5.3	2 6.5	1 3.8	1 2.1	-	1 4.3
Rauchen in der Schule ist verboten	2 1.9	2 3.5	1 3.2	1 3.8	-	-	-
Sonstiges.....	4 3.8	1 1.8	-	1 3.8	3 6.3	2 8.0	1 4.3
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Wagen -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Wagen" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	105	53	29	24	52	21	31
-----							
Im Auto soll nicht geraucht werden	45 42.9	23 43.4	13 44.8	10 41.7	22 42.3	9 42.9	13 41.9
Rauchen im Auto ist unangenehm für Mitfahrer.....	16 15.2	8 15.1	5 17.2	3 12.5	8 15.4	4 19.0	4 12.9
Durch Rauchen kann man Vorteile haben (Schutz vor Ungeziefer/Dieben/Gefahren).....	13 12.4	9 17.0	7 24.1	2 8.3	4 7.7	2 9.5	2 6.5
Während der Fahrt soll nicht geraucht werden.....	9 8.6	3 5.7	- -	3 12.5	6 11.5	3 14.3	3 9.7
Falsch verstandene Botschaft.....	8 7.6	3 5.7	- -	3 12.5	5 9.6	2 9.5	3 9.7
Rauchen ist heute unnütz/überflüssig/nicht mehr nötig.....	7 6.7	3 5.7	1 3.4	2 8.3	4 7.7	- -	4 12.9
In öffentlichen Verkehrsmitteln soll nicht geraucht werden.....	6 5.7	3 5.7	3 10.3	- -	3 5.8	2 9.5	1 3.2
Botschaft ist unverständlich.....	3 2.9	2 3.8	1 3.4	1 4.2	1 1.9	1 4.8	- -
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	2 1.9	- -	- -	- -	2 3.8	1 4.8	1 3.2
Sonstiges.....	2 1.9	- -	- -	- -	2 3.8	- -	2 6.5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-
=====							



Tabelle 16 Zentrale Aussage der Anzeige  
 - Wagen -  
 Frage 12.1 (Vorlage aller Anzeigen)  
 (Nicht Befragten mit Folder "Wagen" gestellt)  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentu

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	105	53	27	26	52	24	28
Im Auto soll nicht geraucht werden	45 42.9	20 37.7	10 37.0	10 38.5	25 48.1	11 45.8	14 50.0
Rauchen im Auto ist unangenehm für Mitfahrer.....	16 15.2	7 13.2	2 7.4	5 19.2	9 17.3	3 12.5	6 21.4
Durch Rauchen kann man Vorteile haben (Schutz vor Ungeziefer/Die- ben/Gefahren).....	13 12.4	4 7.5	3 11.1	1 3.8	9 17.3	4 16.7	5 17.9
Während der Fahrt soll nicht ge- raucht werden.....	9 8.6	8 15.1	4 14.8	4 15.4	1 1.9	1 4.2	- -
Falsch verstandene Botschaft.....	8 7.6	6 11.3	3 11.1	3 11.5	2 3.8	- -	2 7.1
Rauchen ist heute unnütz/über- flüssig/nicht mehr nötig.....	7 6.7	7 13.2	5 18.5	2 7.7	- -	- -	- -
In öffentlichen Verkehrsmitteln soll nicht geraucht werden.....	6 5.7	1 1.9	- -	1 3.8	5 9.6	1 4.2	4 14.3
Botschaft ist unverständlich.....	3 2.9	2 3.8	1 3.7	1 3.8	1 1.9	1 4.2	- -
Allgemein gegen Rauchen/man soll mit dem Rauchen aufhören.....	2 1.9	1 1.9	- -	1 3.8	1 1.9	1 4.2	- -
Sonstiges.....	2 1.9	- -	- -	- -	2 3.8	2 8.3	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 17.1 Besonders wichtige Botschaften zum Thema "Rauchen"  
Frage 12.2  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
"Höhle".....	27 21.4	11 17.5	5 13.2	6 24.0	16 25.4	6 24.0	10 26.3
"Schatz".....	17 13.5	7 11.1	3 7.9	4 16.0	10 15.9	5 20.0	5 13.2
"Tisch".....	22 17.5	6 9.5	3 7.9	3 12.0	16 25.4	4 16.0	12 31.6
"Eier".....	78 61.9	36 57.1	26 68.4	10 40.0	42 66.7	12 48.0	30 78.9
"Schule".....	63 50.0	33 52.4	19 50.0	14 56.0	30 47.6	14 56.0	16 42.1
"Wagen".....	17 13.5	7 11.1	4 10.5	3 12.0	10 15.9	1 4.0	9 23.7
Keine Angaben.....	2 1.6	- -	- -	- -	2 3.2	1 4.0	1 2.6

Tabelle 17.1 Besonders wichtige Botschaften zum Thema "Rauchen"  
Frage 12.2  
Mehrfachnennungen

BP - abs  
BP - prozen

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	we lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	
"Höhle".....	27 21.4	14 22.2	7 21.2	7 23.3	13 20.6	5 16.7	24
"Schatz".....	17 13.5	12 19.0	5 15.2	7 23.3	5 7.9	3 10.0	6
"Tisch".....	22 17.5	14 22.2	6 18.2	8 26.7	8 12.7	5 16.7	9
"Eier".....	78 61.9	41 65.1	21 63.6	20 66.7	37 58.7	13 43.3	72
"Schule".....	63 50.0	31 49.2	15 45.5	16 53.3	32 50.8	12 40.0	60
"Wagen".....	17 13.5	11 17.5	8 24.2	3 10.0	6 9.5	4 13.3	6
Keine Angaben.....	2 1.6	1 1.6	- -	1 3.3	1 1.6	1 3.3	

Tabelle 17.2 Weniger wichtige Botschaften zum Thema "Rauchen"  
Frage 12.3  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
"Höhle".....	20 15.9	11 17.5	7 18.4	4 16.0	9 14.3	2 8.0	7 18.4
"Schatz".....	42 33.3	17 27.0	12 31.6	5 20.0	25 39.7	14 56.0	11 28.9
"Tisch".....	28 22.2	17 27.0	8 21.1	9 36.0	11 17.5	2 8.0	9 23.7
"Eier".....	6 4.8	4 6.3	2 5.3	2 8.0	2 3.2	1 4.0	1 2.6
"Schule".....	8 6.3	3 4.8	1 2.6	2 8.0	5 7.9	2 8.0	3 7.9
"Wagen".....	47 37.3	25 39.7	17 44.7	8 32.0	22 34.9	8 32.0	14 36.8
Keine Angaben.....	7 5.6	2 3.2	- -	2 8.0	5 7.9	1 4.0	4 10.5

Tabelle 17.2 Weniger wichtige Botschaften zum Thema "Rauchen"  
Frage 12.3  
Mehrfachnennungen

BP - absolt  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	3
"Höhle".....	20 15.9	14 22.2	7 21.2	7 23.3	6 9.5	5 16.7	3 3.0
"Schatz".....	42 33.3	11 17.5	7 21.2	4 13.3	31 49.2	13 43.3	1 54.0
"Tisch".....	28 22.2	14 22.2	7 21.2	7 23.3	14 22.2	4 13.3	1 30.0
"Eier".....	6 4.8	3 4.8	2 6.1	1 3.3	3 4.8	3 10.0	
"Schule".....	8 6.3	4 6.3	2 6.1	2 6.7	4 6.3	2 6.7	6.0
"Wagen".....	47 37.3	23 36.5	11 33.3	12 40.0	24 38.1	15 50.0	27.0
Keine Angaben.....	7 5.6	7 11.1	2 6.1	5 16.7	-	-	

Tabelle 18 Gemeinsame Botschaft aller Anzeigen  
Frage 12.4  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Nicht (mehr)/weniger Rauchen.....	66 52.4	37 58.7	19 50.0	18 72.0	29 46.0	11 44.0	18 47.4
Rauchen ist schädlich/Raucher schädigen Nichtraucher.....	28 22.2	13 20.6	9 23.7	4 16.0	15 23.8	7 28.0	8 21.1
Rücksichtnahme auf Nichtraucher...	26 20.6	14 22.2	11 28.9	3 12.0	12 19.0	6 24.0	6 15.8
Geht auch ohne Rauchen/nicht nötig	17 13.5	9 14.3	7 18.4	2 8.0	8 12.7	5 20.0	3 7.9
Rauchen ist "out"/nicht mehr zeit- gemäß.....	11 8.7	3 4.8	3 7.9	- -	8 12.7	4 16.0	4 10.5
Über Rauchen Gedanken machen/nach- denken.....	6 4.8	4 6.3	3 7.9	1 4.0	2 3.2	- -	2 5.3
Sonstiges.....	1 0.8	- -	- -	- -	1 1.6	1 4.0	- -
Keine Angaben.....	1 0.8	- -	- -	- -	1 1.6	- -	1 2.6

Tabelle 18 Gemeinsame Botschaft aller Anzeigen  
Frage 12.4  
Mehrfachnennungen

BP - abs  
BP - prozen

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	we li
Basis:	126	63	33	30	63	30	
Nicht (mehr)/weniger Rauchen.....	66 52.4	37 58.7	22 66.7	15 50.0	29 46.0	15 50.0	42
Rauchen ist schädlich/Raucher schädigen Nichtraucher.....	28 22.2	12 19.0	8 24.2	4 13.3	16 25.4	4 13.3	36
Rücksichtnahme auf Nichtraucher...	26 20.6	8 12.7	4 12.1	4 13.3	18 28.6	8 26.7	36
Geht auch ohne Rauchen/nicht nötig	17 13.5	8 12.7	3 9.1	5 16.7	9 14.3	4 13.3	15
Rauchen ist "out"/nicht mehr zeit- gemäß.....	11 8.7	3 4.8	2 6.1	1 3.3	8 12.7	3 10.0	15
Über Rauchen Gedanken machen/nach- denken.....	6 4.8	2 3.2	- -	2 6.7	4 6.3	2 6.7	6
Sonstiges.....	1 0.8	- -	- -	- -	1 1.6	- -	3
Keine Angaben.....	1 0.8	- -	- -	- -	1 1.6	1 3.3	

Tabelle 19.1 Verständlichkeit der Texte  
Frage 13.1

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Verständlich.....	100 79.4	50 79.4	32 84.2	18 72.0	50 79.4	18 72.0	32 84.2
Unverständlich.....	26 20.6	13 20.6	6 15.8	7 28.0	13 20.6	7 28.0	6 15.8
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 19.1 Verständlichkeit der Texte  
Frage 13.1

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Verständlich.....	100 79.4	51 81.0	28 84.8	23 76.7	49 77.8	22 73.3	27 81.8
Unverständlich.....	26 20.6	12 19.0	5 15.2	7 23.3	14 22.2	8 26.7	6 18.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 19.2 Was ist für Sie unverständlich an den Texten?  
Frage 13.2  
Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	26	13	13
Nennungen:	32	17	15
-----			
("Schatz":) Anzeige/Botschaft allgemein nicht verständlich, es ist nicht klar, was die Vergleiche aussagen sollen (bes. Schätze, die nicht nur aus Geld bestehen).....	8	2	6
Nicht sofort verständlich, man braucht zu lange, um zu begreifen (z.B. "Tisch", "Wagen").....	7	5	2
Texte/Formulierungen schwierig/zu lang, könnte einfacher/kürzer/konkreter gesagt werden.....	7	5	2
Ironie ist schwer zu verstehen....	2	2	-
Aussage/Botschaft ("Höhle", "Wagen", "Tisch", "Eier").....	2	1	1
Zusammenhang mit Rauchen ("Wagen")	1	-	1
Zusammenhang Wirklichkeit - dargestellte Situation.....	1	-	1
Bezug zum Bild.....	1	-	1
Bezug zur Gegenwart unklar.....	1	1	-
Widersprüche.....	1	-	1
Satzstellung nicht optimal (Eingleitungssätze sind unklar).....	1	1	-
Keine Angaben.....	3	2	1
=====			

Tabelle 20

## Gefallen der Gestaltung der Anzeigen insgesamt

Frage 14

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Mittelwert	2.4	2.5	2.6	2.2	2.4	2.4	2.3
Sehr gut.....	17 13.5	8 12.7	5 13.2	3 12.0	9 14.3	2 8.0	7 18.4
Gut.....	65 51.6	33 52.4	18 47.4	15 60.0	32 50.8	13 52.0	19 50.0
Teils/teils.....	24 19.0	10 15.9	5 13.2	5 20.0	14 22.2	8 32.0	6 15.8
Weniger gut.....	14 11.1	9 14.3	7 18.4	2 8.0	5 7.9	1 4.0	4 10.5
Gar nicht gut.....	6 4.8	3 4.8	3 7.9	- -	3 4.8	1 4.0	2 5.3
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 20

Gefallen der Gestaltung der Anzeigen insgesamt  
Frage 14

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	2.4	2.3	2.4	2.2	2.5	2.6	2.3
Sehr gut.....	17 13.5	9 14.3	4 12.1	5 16.7	8 12.7	4 13.3	5 15.2
Gut.....	65 51.6	36 57.1	19 57.6	17 56.7	29 46.0	13 43.3	14 48.5
Teils/teils.....	24 19.0	10 15.9	5 15.2	5 16.7	14 22.2	6 20.0	6 24.2
Weniger gut.....	14 11.1	6 9.5	3 9.1	3 10.0	8 12.7	5 16.7	4 9.1
Gar nicht gut.....	6 4.8	2 3.2	2 6.1	- -	4 6.3	2 6.7	2 6.7
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 21 Assoziationen zu/Erinnerungen an "Märchen"  
Frage 15.1  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Kindheit.....	43 34.1	25 39.7	16 42.1	9 36.0	18 28.6	10 40.0	8 21.1
Bestimmte Märchen (Schneeweißchen und Rosenrot, Hänsel und Gretel, Aschenputtel).....	22 17.5	13 20.6	8 21.1	5 20.0	9 14.3	3 12.0	6 15.8
Märchengestalten (Fee, Hexe, Zauberer, Frosch, König, Prinz, Zwerge).....	17 13.5	8 12.7	4 10.5	4 16.0	9 14.3	5 20.0	4 10.5
Phantasie, Träumerei, Unwahres, das nicht in Erfüllung geht, könn- te in der Realität nicht passieren	17 13.5	10 15.9	4 10.5	6 24.0	7 11.1	3 12.0	4 10.5
Moral, die (versteckt) vorkommt, Aussage/Botschaft, Lebensweishei- ten, man kann etwas lernen.....	14 11.1	7 11.1	4 10.5	3 12.0	7 11.1	2 8.0	5 13.2
Früher/Vergangenheit/Vergangenes..	12 9.5	7 11.1	1 2.6	6 24.0	5 7.9	2 8.0	3 7.9
Heile Welt (glückliches Zusammen- leben, in Gerechtigkeit/Harmonie).	11 8.7	6 9.5	4 10.5	2 8.0	5 7.9	2 8.0	3 7.9
Gutes Ende.....	11 8.7	6 9.5	3 7.9	3 12.0	5 7.9	1 4.0	4 10.5
Kinder.....	10 7.9	9 14.3	4 10.5	5 20.0	1 1.6	1 4.0	- -
Kinder-/Märchenbücher.....	8 6.3	4 6.3	2 5.3	2 8.0	4 6.3	2 8.0	2 5.3
Comics/Zeichentrickfilme.....	8 6.3	5 7.9	3 7.9	2 8.0	3 4.8	1 4.0	2 5.3
Etwas Schönes/Angenehmes.....	7 5.6	3 4.8	1 2.6	2 8.0	4 6.3	1 4.0	3 7.9
Für Kinder/spricht v.a. Kinder an.	7 5.6	3 4.8	2 5.3	1 4.0	4 6.3	2 8.0	2 5.3

- Fortsetzung -

Tabelle 21 Assoziationen zu/Erinnerungen an "Märchen"  
Frage 15.1

Mehrfachnennungen

BP - abs.  
BP - prozen

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Gebrüder Grimm/H.Chr. Andersson...	7 5.6	-	-	-	7 11.1	1 4.0	15
Geschichten (lustige/spannende)...	6 4.8	3 4.8	2 5.3	1 4.0	3 4.8	2 8.0	2
"Es war einmal..."	6 4.8	5 7.9	3 7.9	2 8.0	1 1.6	1 4.0	
Vorgelesen/erzählt bekommen, sel- ber vorlesen...	6 4.8	2 3.2	1 2.6	1 4.0	4 6.3	3 12.0	2
Gut und Böse...	5 4.0	3 4.8	2 5.3	1 4.0	2 3.2	1 4.0	2
Mutter/Eltern...	5 4.0	1 1.6	1 2.6	-	4 6.3	1 4.0	7
Persönl. Erinnerungen/Erlebnisse..	3 2.4	-	-	-	3 4.8	3 12.0	
Tradition/Volksmärchen...	3 2.4	3 4.8	2 5.3	1 4.0	-	-	
Grauselig/Grausam...	2 1.6	-	-	-	2 3.2	-	5
Sonstiges...	6 4.8	1 1.6	-	1 4.0	5 7.9	3 12.0	5
Keine Angaben...	6 4.8	2 3.2	2 5.3	-	4 6.3	-	10

Tabelle 21 Assoziationen zu/Erinnerungen an "Märchen"  
Frage 15.1  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Kindheit.....	43 34.1	16 25.4	8 24.2	8 26.7	27 42.9	13 43.3	14 42.4
Bestimmte Märchen (Schneeweißchen und Rosenrot, Hänsel und Gretel, Aschenputtel).....	22 17.5	13 20.6	6 18.2	7 23.3	9 14.3	4 13.3	5 15.2
Märchengestalten (Fee, Hexe, Zauberer, Frosch, König, Prinz, Zwerge).....	17 13.5	11 17.5	5 15.2	6 20.0	6 9.5	3 10.0	3 9.1
Phantasie, Träumerei, Unwahres, das nicht in Erfüllung geht, könnte in der Realität nicht passieren	17 13.5	9 14.3	4 12.1	5 16.7	8 12.7	2 6.7	6 18.2
Moral, die (versteckt) vorkommt, Aussage/Botschaft, Lebensweisheiten, man kann etwas lernen.....	14 11.1	7 11.1	3 9.1	4 13.3	7 11.1	5 16.7	2 6.1
Früher/Vergangenheit/Vergangenes..	12 9.5	5 7.9	4 12.1	1 3.3	7 11.1	4 13.3	3 9.1
Heile Welt (glückliches Zusammenleben, in Gerechtigkeit/Harmonie).	11 8.7	3 4.8	3 9.1	- -	8 12.7	4 13.3	4 12.1
Gutes Ende.....	11 8.7	6 9.5	4 12.1	2 6.7	5 7.9	2 6.7	3 9.1
Kinder.....	10 7.9	8 12.7	2 6.1	6 20.0	2 3.2	- -	2 6.1
Kinder-/Märchenbücher.....	8 6.3	3 4.8	- -	3 10.0	5 7.9	4 13.3	1 3.0
Comics/Zeichentrickfilme.....	8 6.3	4 6.3	3 9.1	1 3.3	4 6.3	2 6.7	2 6.1
Für Kinder/spricht v.a. Kinder an.	7 5.6	5 7.9	3 9.1	2 6.7	2 3.2	1 3.3	1 3.0
Etwas Schönes/Angenehmes.....	7 5.6	3 4.8	1 3.0	2 6.7	4 6.3	2 6.7	2 6.1

- Fortsetzung -

Tabelle 21 Assoziationen zu/Erinnerungen an "Märchen"  
Frage 15.1  
Mehrfachnennungen

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	
-----							
Gebrüder Grimm/H. Chr. Andersson...	7 5.6	4 6.3	2 6.1	2 6.7	3 4.8	2 6.7	3
Geschichten (lustige/spannende)...	6 4.8	1 1.6	- -	1 3.3	5 7.9	3 10.0	6
"Es war einmal..."	6 4.8	4 6.3	3 9.1	1 3.3	2 3.2	- -	6
Vorgelesen/erzählt bekommen, sel- ber vorlesen.....	6 4.8	3 4.8	2 6.1	1 3.3	3 4.8	1 3.3	6
Gut und Böse.....	5 4.0	3 4.8	2 6.1	1 3.3	2 3.2	- -	6
Mutter/Eltern.....	5 4.0	2 3.2	1 3.0	1 3.3	3 4.8	2 6.7	3
Persönl. Erinnerungen/Erlebnisse..	3 2.4	- -	- -	- -	3 4.8	2 6.7	3
Tradition/Volksmärchen.....	3 2.4	1 1.6	- -	1 3.3	2 3.2	2 6.7	
Grauselig/Grausam.....	2 1.6	1 1.6	- -	1 3.3	1 1.6	- -	3
Sonstiges.....	6 4.8	4 6.3	2 6.1	2 6.7	2 3.2	- -	6
Keine Angaben.....	6 4.8	3 4.8	2 6.1	1 3.3	3 4.8	1 3.3	6
=====							

Tabelle 22.1 Empfindungen bei der Erinnerung an "Märchen"  
Frage 15.2

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Eher angenehme.....	121 96.0	63 100.0	38 100.0	25 100.0	58 92.1	23 92.0	35 92.1
Eher weniger angenehme.....	4 3.2	- -	- -	- -	4 6.3	2 8.0	2 5.3
Keine Angaben.....	1 0.8	- -	- -	- -	1 1.6	- -	1 2.6

Tabelle 22.1 Empfindungen bei der Erinnerung an "Märchen"  
Frage 15.2

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Eher angenehme.....	121 96.0	61 96.8	33 100.0	28 93.3	60 95.2	30 100.0	30 90.9
Eher weniger angenehme.....	4 3.2	1 1.6	- -	1 3.3	3 4.8	- -	3 9.1
Keine Angaben.....	1 0.8	1 1.6	- -	1 3.3	- -	- -	- -



Tabelle 22.2 Inwiefern sind Erinnerungen eher mit unangenehmen  
Empfindungen verbunden?  
Frage 15.3  
Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	4	-	4
Nennungen:	4	-	4
-----			
Weil Märchen oft etwas mit Ver- lassenwerden zu tun haben (z.B. Hänsel und Gretel).....	1	-	1
Weil dieses Mystische auch oft et- was Bedrohliches hat und oft bru- tal ist, trotz Happy-End.....	1	-	1
Märchen sind grausam und zum größ- ten Teil moralisch, es gibt wenig "gute" Märchen.....	1	-	1
Drache ist Bösewicht.....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 23

Wen sprechen Märchen bzw. Märchenformen an?  
Frage 15.4

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Nur Kinder/Jugendliche.....	17 13.5	8 12.7	4 10.5	4 16.0	9 14.3	2 8.0	7 18.4
Auch Erwachsene.....	109 86.5	55 87.3	34 89.5	21 84.0	54 85.7	23 92.0	31 81.6
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 23

Wen sprechen Märchen bzw. Märchenformen an?  
Frage 15.4

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Nur Kinder/Jugendliche.....	17 13.5	11 17.5	7 21.2	4 13.3	6 9.5	4 13.3	2 6.1
Auch Erwachsene.....	109 86.5	52 82.5	26 78.8	26 86.7	57 90.5	26 86.7	31 93.9
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 24.1 Äußerungen zur gewählten Märchenform für die Anzeigen  
 - Pro -  
 Frage 16  
 Mehrfachnennungen

BP - abso  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Thema wird mal anders als sonst angesprochen/erregt Aufmerksamkeit	27 21.4	14 22.2	9 23.7	5 20.0	13 20.6	4 16.0	3 23.0
Gerade für Kinder/Jugendliche gut (ansprechend, verständlich).....	20 15.9	10 15.9	5 13.2	5 20.0	10 15.9	5 20.0	3 13.0
Idee gut, gute Art.....	13 10.3	7 11.1	6 15.8	1 4.0	6 9.5	4 16.0	3 5.0
Subtile/nette Art, die Botschaft zu verpacken (ohne drohenden Zeigefinger, nicht Raucher-diskriminierend, kein Moralapostel).....	13 10.3	7 11.1	6 15.8	1 4.0	6 9.5	2 8.0	3 10.0
Paßt zu gewünschter Aussage/Verbindung gut (moralische/belehrende Funktion, positive Aussage).....	10 7.9	6 9.5	3 7.9	3 12.0	4 6.3	3 12.0	2 2.0
Spricht alle Altersgruppen an.....	9 7.1	4 6.3	- -	4 16.0	5 7.9	- -	3 13.0
Bilder und Farben ziehen Aufmerksamkeit auf sich, ansprechend (regt zum Durchlesen an).....	8 6.3	4 6.3	1 2.6	3 12.0	4 6.3	2 8.0	3 5.0
Regt eher zum Nachdenken an, Leute gehen eher darauf ein, erreicht eher das Ziel.....	5 4.0	1 1.6	1 2.6	- -	4 6.3	1 4.0	3 7.0
Vergangenheitsform ("Es war einmal...") ist passend.....	3 2.4	1 1.6	1 2.6	- -	2 3.2	- -	3 5.0
Leicht verständlich, Bilder ergänzen Text.....	3 2.4	1 1.6	- -	1 4.0	2 3.2	- -	3 5.0
Sonstiges.....	4 3.2	1 1.6	1 2.6	- -	3 4.8	2 8.0	3 2.0
Keine Angaben.....	33 26.2	18 28.6	12 31.6	6 24.0	15 23.8	5 20.0	3 26.0

Tabelle 24.1 Äußerungen zur gewählten Märchenform für die Anzeigen  
 - Pro -  
 Frage 16  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
-----							
Thema wird mal anders als sonst angesprochen/erregt Aufmerksamkeit	27 21.4	14 22.2	6 18.2	8 26.7	13 20.6	4 13.3	9 27.3
Gerade für Kinder/Jugendliche gut (ansprechend, verständlich).....	20 15.9	15 23.8	11 33.3	4 13.3	5 7.9	4 13.3	1 3.0
Idee gut, gute Art.....	13 10.3	3 4.8	2 6.1	1 3.3	10 15.9	4 13.3	6 18.2
Subtile/nette Art, die Botschaft zu verpacken (ohne drohenden Zei- gefingern, nicht Raucher-diskrimi- nierend, kein Moralapostel).....	13 10.3	4 6.3	2 6.1	2 6.7	9 14.3	4 13.3	5 15.2
Paßt zu gewünschter Aussage/Ver- bindung gut (moralische/belehrende Funktion, positive Aussage).....	10 7.9	4 6.3	2 6.1	2 6.7	6 9.5	4 13.3	2 6.1
Spricht alle Altersgruppen an.....	9 7.1	7 11.1	4 12.1	3 10.0	2 3.2	1 3.3	1 3.0
Bilder und Farben ziehen Aufmerk- samkeit auf sich, ansprechend (regt zum Durchlesen an).....	8 6.3	5 7.9	2 6.1	3 10.0	3 4.8	1 3.3	2 6.1
Regt eher zum Nachdenken an, Leute gehen eher darauf ein, erreicht eher das Ziel.....	5 4.0	2 3.2	1 3.0	1 3.3	3 4.8	2 6.7	1 3.0
Vergangenheitsform ("Es war ein- mal...") ist passend.....	3 2.4	2 3.2	- -	2 6.7	1 1.6	- -	1 3.0
Leicht verständlich, Bilder ergän- zen Text.....	3 2.4	3 4.8	2 6.1	1 3.3	- -	- -	- -
Sonstiges.....	4 3.2	2 3.2	1 3.0	1 3.3	2 3.2	1 3.3	1 3.0
Keine Angaben.....	33 26.2	12 19.0	6 18.2	6 20.0	21 33.3	13 43.3	8 24.2

=====

Tabelle 24.2 Äußerungen zur gewählten Märchenform für die Anzeigen  
 - Contra -  
 Frage 16  
 Mehrfachnennungen

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
-----							
Spricht Zielgruppe (Erwachsene) nicht an, lächerlich, zu kindlich umgesetzt.....	23 18.3	12 19.0	8 21.1	4 16.0	11 17.5	4 16.0	18.3
Botschaft/Intention wird nicht auf den ersten Blick klar, ohne Text nicht zu verstehen.....	17 13.5	6 9.5	6 15.8	7 -	11 17.5	3 12.0	21.1
Verbindung Rauchen - Märchen unpassend, zu holperig, Analogien stimmen nicht.....	13 10.3	6 9.5	4 10.5	2 8.0	7 11.1	1 4.0	15.8
Nicht auffällig/gut genug gestaltet, wird in Zeitung übersehen....	11 8.7	4 6.3	3 7.9	1 4.0	7 11.1	5 20.0	5.0
Wird keinen Raucher überzeugen/keine Wirkung, müßte massiver/aggressiver sein.....	9 7.1	4 6.3	3 7.9	1 4.0	5 7.9	3 12.0	5.0
Darstellung zu harmlos/verniedlichend, Gefährlichkeit wird verharmlost.....	8 6.3	5 7.9	4 10.5	1 4.0	3 4.8	2 8.0	2.4
Bezug zur Realität fehlt.....	6 4.8	5 7.9	3 7.9	2 8.0	1 1.6	- -	2.4
Für Kinder nicht verständlich/zukompliziert.....	3 2.4	- -	- -	- -	3 4.8	2 8.0	2.4
Zu weit hergeholt, bringt nichts, keine Notwendigkeit für Märchen...	3 2.4	2 3.2	1 2.6	1 4.0	1 1.6	- -	2.4
Sonstiges.....	4 3.2	1 1.6	1 2.6	- -	3 4.8	1 4.0	5.0
Keine Angaben.....	43 34.1	23 36.5	10 26.3	13 52.0	20 31.7	9 36.0	28.3
=====							

Tabelle 24.2 Äußerungen zur gewählten Märchenform für die Anzeigen  
 - Contra -  
 Frage 16  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
-----							
Spricht Zielgruppe (Erwachsene) nicht an, lächerlich, zu kindlich umgesetzt.....	23 18.3	11 17.5	6 18.2	5 16.7	12 19.0	6 20.0	6 18.2
Botschaft/Intention wird nicht auf den ersten Blick klar, ohne Text nicht zu verstehen.....	17 13.5	8 12.7	2 6.1	6 20.0	9 14.3	3 10.0	6 18.2
Verbindung Rauchen - Märchen un- passend, zu holperig, Analogien stimmen nicht.....	13 10.3	6 9.5	2 6.1	4 13.3	7 11.1	4 13.3	3 9.1
Nicht auffällig/gut genug gestal- tet, wird in Zeitung übersehen....	11 8.7	6 9.5	4 12.1	2 6.7	5 7.9	1 3.3	4 12.1
Wird keinen Raucher überzeugen/ keine Wirkung, müßte massiver/ aggressiver sein.....	9 7.1	1 1.6	1 3.0	- -	8 12.7	2 6.7	6 18.2
Darstellung zu harmlos/vernied- lichend, Gefährlichkeit wird ver- harmlost.....	8 6.3	2 3.2	1 3.0	1 3.3	6 9.5	2 6.7	4 12.1
Bezug zur Realität fehlt.....	6 4.8	2 3.2	1 3.0	1 3.3	4 6.3	3 10.0	1 3.0
Für Kinder nicht verständlich/zu kompliziert.....	3 2.4	2 3.2	- -	2 6.7	1 1.6	1 3.3	- -
Zu weit hergeholt, bringt nichts, keine Notwendigkeit für Märchen...	3 2.4	3 4.8	3 9.1	- -	- -	- -	- -
Sonstiges.....	4 3.2	1 1.6	- -	1 3.3	3 4.8	2 6.7	1 3.0
Keine Angaben.....	43 34.1	24 38.1	13 39.4	11 36.7	19 30.2	9 30.0	10 30.3
=====							

Tabelle 25      Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
 Frage 17  
 (Skalenwerte zwischen 1 und 5)

Mittelwe

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER			
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	
Basis:	126	63	38	25	63	25	38	
Sympathisch ./.	unsympathisch.....	2.8	2.6	2.3	3.0	2.9	2.6	3.0
Unpassend ./.	passend.....	3.5	3.4	3.4	3.6	3.5	3.5	3.5
Gesellig ./.	ungesellig.....	3.3	3.2	2.9	3.5	3.5	3.8	3.0
Krank ./.	gesund.....	3.2	3.2	3.4	3.0	3.1	3.1	3.0
Harmlos ./.	bedrohlich.....	2.7	2.6	2.5	2.9	2.8	2.7	2.9
Albern ./.	witzig/amüsant.....	3.4	3.3	3.4	3.2	3.5	3.6	3.0
Freundlich ./.	unfreundlich.....	2.9	2.8	2.5	3.2	3.1	3.2	3.0
Ernst ./.	lustig.....	3.3	3.3	3.5	3.0	3.2	3.3	3.0
Zeitgemäß ./.	überholt.....	3.0	3.2	3.3	3.0	2.8	2.7	2.9
Böse ./.	gut.....	3.0	3.2	3.3	3.1	2.8	2.9	2.9

Tabelle 25      Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
 Frage 17  
 (Skalenwerte zwischen 1 und 5)

Mittelwerte

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Sympathisch ./.. unsympathisch.....	2.8	3.2	3.2	3.1	2.4	2.6	2.2
Unpassend ./.. passend.....	3.5	3.6	3.4	3.7	3.4	3.2	3.6
Gesellig ./.. ungesellig.....	3.3	3.6	3.5	3.8	3.0	2.9	3.2
Krank ./.. gesund.....	3.2	2.9	2.9	2.9	3.4	3.5	3.4
Harmlos ./.. bedrohlich.....	2.7	2.9	3.0	2.7	2.6	2.8	2.4
Albern ./.. witzig/amüsan.....	3.4	3.3	3.2	3.5	3.5	3.2	3.8
Freundlich ./.. unfreundlich.....	2.9	3.2	3.4	2.9	2.7	2.9	2.5
Ernst ./.. lustig.....	3.3	3.0	2.5	3.5	3.5	3.5	3.5
Zeitgemäß ./.. überholt.....	3.0	3.1	3.4	2.9	2.9	3.4	2.4
Böse ./.. gut.....	3.0	2.8	2.8	2.9	3.2	3.1	3.3



Tabelle 25.1 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Mittelwert	2.8	2.6	2.3	3.0	2.9	2.6	3.0
1 Sympathisch.....	26 20.6	15 23.8	10 26.3	5 20.0	11 17.5	8 32.0	7 18.4
2 .....	31 24.6	17 27.0	12 31.6	5 20.0	14 22.2	4 16.0	1 2.6
3 .....	31 24.6	17 27.0	11 28.9	6 24.0	14 22.2	4 16.0	2 5.1
4 .....	21 16.7	5 7.9	3 7.9	2 8.0	16 25.4	8 32.0	2 5.1
5 Unsympathisch.....	17 13.5	9 14.3	2 5.3	7 28.0	8 12.7	1 4.0	18 45.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.1 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	2.8	3.2	3.2	3.1	2.4	2.6	2.2
1 Sympathisch.....	26 20.6	7 11.1	4 12.1	3 10.0	19 30.2	6 20.0	13 39.4
2 .....	31 24.6	16 25.4	8 24.2	8 26.7	15 23.8	9 30.0	6 18.2
3 .....	31 24.6	14 22.2	7 21.2	7 23.3	17 27.0	9 30.0	8 24.2
4 .....	21 16.7	12 19.0	5 15.2	7 23.3	9 14.3	4 13.3	5 15.2
5 Unsympathisch.....	17 13.5	14 22.2	9 27.3	5 16.7	3 4.8	2 6.7	1 3.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.2 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - abs  
BP - prozen

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Mittelwert	3.5	3.4	3.4	3.6	3.5	3.5	3.5
1 Unpassend.....	18 14.3	10 15.9	6 15.8	4 16.0	8 12.7	4 16.0	10.0
2 .....	14 11.1	8 12.7	5 13.2	3 12.0	6 9.5	3 12.0	17.0
3 .....	23 18.3	10 15.9	7 18.4	3 12.0	13 20.6	3 12.0	26.0
4 .....	33 26.2	14 22.2	9 23.7	5 20.0	19 30.2	7 28.0	31.0
5 Passend.....	38 30.2	21 33.3	11 28.9	10 40.0	17 27.0	8 32.0	23.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.2 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.5	3.6	3.4	3.7	3.4	3.2	3.6
1 Unpassend.....	18 14.3	7 11.1	4 12.1	3 10.0	11 17.5	7 23.3	4 12.1
2 .....	14 11.1	6 9.5	2 6.1	4 13.3	8 12.7	4 13.3	4 12.1
3 .....	23 18.3	14 22.2	10 30.3	4 13.3	9 14.3	3 10.0	6 18.2
4 .....	33 26.2	17 27.0	10 30.3	7 23.3	16 25.4	9 30.0	7 21.2
5 Passend.....	38 30.2	19 30.2	7 21.2	12 40.0	19 30.2	7 23.3	12 36.4
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.3 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.3	3.2	2.9	3.5	3.5	3.8	3.
1 Gesellig.....	16 12.7	11 17.5	7 18.4	4 16.0	5 7.9	2 8.0	7.
2 .....	23 18.3	11 17.5	10 26.3	1 4.0	12 19.0	3 12.0	23.
3 .....	26 20.6	14 22.2	6 15.8	8 32.0	12 19.0	4 16.0	21.
4 .....	23 18.3	9 14.3	7 18.4	2 8.0	14 22.2	6 24.0	21.
5 Ungesellig.....	37 29.4	17 27.0	7 18.4	10 40.0	20 31.7	10 40.0	1 26.
Keine Angaben.....	1 0.8	1 1.6	1 2.6	- -	- -	- -	-

Tabelle 25.3 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.3	3.6	3.5	3.8	3.0	2.9	3.2
1 Gesellig.....	16 12.7	5 7.9	3 9.1	2 6.7	11 17.5	7 23.3	4 12.1
2 .....	23 18.3	8 12.7	2 6.1	6 20.0	15 23.8	6 20.0	9 27.3
3 .....	26 20.6	16 25.4	13 39.4	3 10.0	10 15.9	6 20.0	4 12.1
4 .....	23 18.3	10 15.9	7 21.2	3 10.0	13 20.6	4 13.3	9 27.3
5 Ungesellig.....	37 29.4	24 38.1	8 24.2	16 53.3	13 20.6	6 20.0	7 21.2
Keine Angaben.....	1 0.8	- -	- -	- -	1 1.6	1 3.3	- -

Tabelle 25.4 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - abs  
BP - prozen

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Mittelwert	3.2	3.2	3.4	3.0	3.1	3.1	3
1 Krank.....	20 15.9	12 19.0	5 13.2	7 28.0	8 12.7	4 16.0	10
2 .....	17 13.5	5 7.9	3 7.9	2 8.0	12 19.0	4 16.0	21
3 .....	38 30.2	17 27.0	11 28.9	6 24.0	21 33.3	8 32.0	34
4 .....	24 19.0	14 22.2	11 28.9	3 12.0	10 15.9	4 16.0	15
5 Gesund.....	27 21.4	15 23.8	8 21.1	7 28.0	12 19.0	5 20.0	18
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.4 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.2	2.9	2.9	2.9	3.4	3.5	3.4
1 Krank.....	20 15.9	13 20.6	7 21.2	6 20.0	7 11.1	2 6.7	5 15.2
2 .....	17 13.5	9 14.3	6 18.2	3 10.0	8 12.7	6 20.0	2 6.1
3 .....	38 30.2	23 36.5	9 27.3	14 46.7	15 23.8	6 20.0	9 27.3
4 .....	24 19.0	8 12.7	6 18.2	2 6.7	16 25.4	7 23.3	9 27.3
5 Gesund.....	27 21.4	10 15.9	5 15.2	5 16.7	17 27.0	9 30.0	8 24.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 25.5 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolute  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Mittelwert	2.7	2.6	2.5	2.9	2.8	2.7	2.7
1 Harmlos.....	29 23.0	17 27.0	11 28.9	6 24.0	12 19.0	5 20.0	12 18.0
2 .....	26 20.6	13 20.6	9 23.7	4 16.0	13 20.6	7 28.0	15 15.0
3 .....	35 27.8	17 27.0	11 28.9	6 24.0	18 28.6	6 24.0	31 31.0
4 .....	21 16.7	8 12.7	3 7.9	5 20.0	13 20.6	5 20.0	21 21.0
5 Bedrohlich.....	15 11.9	8 12.7	4 10.5	4 16.0	7 11.1	2 8.0	13 13.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.5 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	2.7	2.9	3.0	2.7	2.6	2.8	2.4
1 Harmlos.....	29 23.0	15 23.8	7 21.2	8 26.7	14 22.2	5 16.7	9 27.3
2 .....	26 20.6	10 15.9	6 18.2	4 13.3	16 25.4	7 23.3	9 27.3
3 .....	35 27.8	16 25.4	6 18.2	10 33.3	19 30.2	9 30.0	10 30.3
4 .....	21 16.7	12 19.0	7 21.2	5 16.7	9 14.3	6 20.0	3 9.1
5 Bedrohlich.....	15 11.9	10 15.9	7 21.2	3 10.0	5 7.9	3 10.0	2 6.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.6 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.4	3.3	3.4	3.2	3.5	3.6	3.0
1 Albern.....	13 10.3	8 12.7	5 13.2	3 12.0	5 7.9	1 4.0	10.0
2 .....	19 15.1	10 15.9	4 10.5	6 24.0	9 14.3	3 12.0	15.0
3 .....	30 23.8	16 25.4	11 28.9	5 20.0	14 22.2	6 24.0	21.0
4 .....	33 26.2	12 19.0	6 15.8	6 24.0	21 33.3	9 36.0	31.0
5 Witzig/amüsant.....	31 24.6	17 27.0	12 31.6	5 20.0	14 22.2	6 24.0	21.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.6 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.4	3.3	3.2	3.5	3.5	3.2	3.8
1 Albern.....	13 10.3	6 9.5	4 12.1	2 6.7	7 11.1	4 13.3	3 9.1
2 .....	19 15.1	12 19.0	6 18.2	6 20.0	7 11.1	5 16.7	2 6.1
3 .....	30 23.8	17 27.0	10 30.3	7 23.3	13 20.6	7 23.3	6 18.2
4 .....	33 26.2	13 20.6	7 21.2	6 20.0	20 31.7	10 33.3	10 30.3
5 Witzig/amüsant.....	31 24.6	15 23.8	6 18.2	9 30.0	16 25.4	4 13.3	12 36.4
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.7 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - abs  
BP - prozen

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Mittelwert	2.9	2.8	2.5	3.2	3.1	3.2	3
1 Freundlich.....	21 16.7	14 22.2	11 28.9	3 12.0	7 11.1	2 8.0	13
2 .....	29 23.0	19 30.2	13 34.2	6 24.0	10 15.9	4 16.0	15
3 .....	35 27.8	9 14.3	4 10.5	5 20.0	26 41.3	12 48.0	36
4 .....	18 14.3	8 12.7	4 10.5	4 16.0	10 15.9	2 8.0	21
5 Unfreundlich.....	23 18.3	13 20.6	6 15.8	7 28.0	10 15.9	5 20.0	13
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 25.7 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	2.9	3.2	3.4	2.9	2.7	2.9	2.5
1 Freundlich.....	21 16.7	7 11.1	2 6.1	5 16.7	14 22.2	5 16.7	9 27.3
2 .....	29 23.0	12 19.0	4 12.1	8 26.7	17 27.0	9 30.0	8 24.2
3 .....	35 27.8	20 31.7	12 36.4	8 26.7	15 23.8	5 16.7	10 30.3
4 .....	18 14.3	11 17.5	8 24.2	3 10.0	7 11.1	6 20.0	1 3.0
5 Unfreundlich.....	23 18.3	13 20.6	7 21.2	6 20.0	10 15.9	5 16.7	5 15.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.8 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER		NICHTRAUCHER			
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohn Kind
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.3	3.3	3.5	3.0	3.2	3.3	3.
1 Ernst.....	19 15.1	9 14.3	4 10.5	5 20.0	10 15.9	4 16.0	15.
2 .....	15 11.9	8 12.7	4 10.5	4 16.0	7 11.1	2 8.0	13.
3 .....	31 24.6	14 22.2	9 23.7	5 20.0	17 27.0	5 20.0	31.
4 .....	37 29.4	19 30.2	11 28.9	8 32.0	18 28.6	10 40.0	21.
5 Lustig.....	24 19.0	13 20.6	10 26.3	3 12.0	11 17.5	4 16.0	18.
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.8 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.3	3.0	2.5	3.5	3.5	3.5	3.5
1 Ernst.....	19 15.1	14 22.2	11 33.3	3 10.0	5 7.9	2 6.7	3 9.1
2 .....	15 11.9	5 7.9	5 15.2	- -	10 15.9	5 16.7	5 15.2
3 .....	31 24.6	19 30.2	9 27.3	10 33.3	12 19.0	5 16.7	7 21.2
4 .....	37 29.4	16 25.4	4 12.1	12 40.0	21 33.3	11 36.7	10 30.3
5 Lustig.....	24 19.0	9 14.3	4 12.1	5 16.7	15 23.8	7 23.3	8 24.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 25.9 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - abs  
BP - prozen

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Mittelwert	3.0	3.2	3.3	3.0	2.8	2.7	2
1 Zeitgemäß.....	24 19.0	8 12.7	5 13.2	3 12.0	16 25.4	8 32.0	21.0
2 .....	16 12.7	8 12.7	4 10.5	4 16.0	8 12.7	4 16.0	10.0
3 .....	43 34.1	23 36.5	14 36.8	9 36.0	20 31.7	6 24.0	36.0
4 .....	19 15.1	11 17.5	4 10.5	7 28.0	8 12.7	2 8.0	15.0
5 Überholt.....	24 19.0	13 20.6	11 28.9	2 8.0	11 17.5	5 20.0	15.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.9 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.0	3.1	3.4	2.9	2.9	3.4	2.4
1 Zeitgemäß.....	24 19.0	9 14.3	3 9.1	6 20.0	15 23.8	4 13.3	11 33.3
2 .....	16 12.7	7 11.1	3 9.1	4 13.3	9 14.3	3 10.0	6 18.2
3 .....	43 34.1	24 38.1	13 39.4	11 36.7	19 30.2	9 30.0	10 30.3
4 .....	19 15.1	12 19.0	7 21.2	5 16.7	7 11.1	4 13.3	3 9.1
5 Überholt.....	24 19.0	11 17.5	7 21.2	4 13.3	13 20.6	10 33.3	3 9.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.10 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.0	3.2	3.3	3.1	2.8	2.9	2.
1 Böse.....	16 12.7	9 14.3	4 10.5	5 20.0	7 11.1	2 8.0	13.
2 .....	18 14.3	5 7.9	2 5.3	3 12.0	13 20.6	6 24.0	18.
3 .....	54 42.9	24 38.1	16 42.1	8 32.0	30 47.6	11 44.0	1 50.
4 .....	23 18.3	14 22.2	12 31.6	2 8.0	9 14.3	5 20.0	10.
5 Gut.....	15 11.9	11 17.5	4 10.5	7 28.0	4 6.3	1 4.0	7.
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 25.10 Eigenschaften des Drachens, der den "Raucher" verkörpern soll  
Frage 17

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.0	2.8	2.8	2.9	3.2	3.1	3.3
1 Böse.....	16 12.7	10 15.9	7 21.2	3 10.0	6 9.5	2 6.7	4 12.1
2 .....	18 14.3	13 20.6	5 15.2	8 26.7	5 7.9	4 13.3	1 3.0
3 .....	54 42.9	25 39.7	13 39.4	12 40.0	29 46.0	15 50.0	14 42.4
4 .....	23 18.3	7 11.1	5 15.2	2 6.7	16 25.4	6 20.0	10 30.3
5 Gut.....	15 11.9	8 12.7	3 9.1	5 16.7	7 11.1	3 10.0	4 12.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 26 Meinen Sie, daß Raucher diesem Drachen etwas Positives  
abgewinnen?  
Frage 17.3

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Ja.....	64 50.8	38 60.3	22 57.9	16 64.0	26 41.3	11 44.0	1 39.
Nein.....	62 49.2	25 39.7	16 42.1	9 36.0	37 58.7	14 56.0	2 60.
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 26 Meinen Sie, daß Raucher diesem Drachen etwas Positives  
abgewinnen?  
Frage 17.3

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	3
Ja.....	64 50.8	28 44.4	14 42.4	14 46.7	36 57.1	15 50.0	2 63.
Nein.....	62 49.2	35 55.6	19 57.6	16 53.3	27 42.9	15 50.0	1 36.
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 27

Bekanntheit des Slogans "Ohne Rauch geht's auch"  
Frage 18.1BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Schon einmal gehört/gesehen.....	42 33.3	21 33.3	11 28.9	10 40.0	21 33.3	6 24.0	15 39.5
Noch nicht gehört/gesehen.....	84 66.7	42 66.7	27 71.1	15 60.0	42 66.7	19 76.0	23 60.5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 27

Bekanntheit des Slogans "Ohne Rauch geht's auch"  
Frage 18.1BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Schon einmal gehört/gesehen.....	42 33.3	25 39.7	12 36.4	13 43.3	17 27.0	8 26.7	9 27.3
Noch nicht gehört/gesehen.....	84 66.7	38 60.3	21 63.6	17 56.7	46 73.0	22 73.3	24 72.7
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 28

Gefallen des Mottos "Ohne Rauch geht's auch"  
Frage 18.2

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	3
Mittelwert	2.2	2.2	2.2	2.1	2.3	2.4	2
Sehr gut.....	28 22.2	14 22.2	7 21.2	7 23.3	14 22.2	6 20.0	24.
Gut.....	59 46.8	31 49.2	16 48.5	15 50.0	28 44.4	14 46.7	11 42.
Teils/teils.....	26 20.6	12 19.0	6 18.2	6 20.0	14 22.2	5 16.7	27
Weniger gut.....	8 6.3	5 7.9	3 9.1	2 6.7	3 4.8	2 6.7	3.
Gar nicht gut.....	5 4.0	1 1.6	1 3.0	- -	4 6.3	3 10.0	3
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 28

Gefallen des Mottos "Ohne Rauch geht's auch"  
Frage 18.2

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Mittelwert	2.2	2.6	2.7	2.4	1.9	1.9	1.8
Sehr gut.....	28 22.2	4 6.3	2 5.3	2 8.0	24 38.1	8 32.0	16 42.1
Gut.....	59 46.8	31 49.2	17 44.7	14 56.0	28 44.4	12 48.0	16 42.1
Teils/teils.....	26 20.6	18 28.6	12 31.6	6 24.0	8 12.7	5 20.0	3 7.9
Weniger gut.....	8 6.3	6 9.5	4 10.5	2 8.0	2 3.2	-	2 5.3
Gar nicht gut.....	5 4.0	4 6.3	3 7.9	1 4.0	1 1.6	-	1 2.6
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 29

Gefallen des kleinen Drachen in Verbindung mit dem Motto  
 "Ohne Rauch geht's auch"  
 Frage 18.3

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	0
Mittelwert	2.7	2.9	3.1	2.5	2.5	2.7	2.0
Sehr gut.....	11 8.7	2 3.2	1 2.6	1 4.0	9 14.3	2 8.0	0 18.0
Gut.....	54 42.9	28 44.4	13 34.2	15 60.0	26 41.3	10 40.0	0 42.0
Teils/teils.....	34 27.0	14 22.2	9 23.7	5 20.0	20 31.7	7 28.0	0 34.0
Weniger gut.....	21 16.7	15 23.8	12 31.6	3 12.0	6 9.5	5 20.0	0 2.0
Gar nicht gut.....	6 4.8	4 6.3	3 7.9	1 4.0	2 3.2	1 4.0	0 2.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 29

Gefallen des kleinen Drachen in Verbindung mit dem Motto  
 "Ohne Rauch geht's auch"  
 Frage 18.3

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	2.7	2.4	2.4	2.4	2.9	2.9	2.9
Sehr gut.....	11 8.7	5 7.9	1 3.0	4 13.3	6 9.5	3 10.0	3 9.1
Gut.....	54 42.9	34 54.0	19 57.6	15 50.0	20 31.7	9 30.0	11 33.3
Teils/teils.....	34 27.0	17 27.0	11 33.3	6 20.0	17 27.0	8 26.7	9 27.3
Weniger gut.....	21 16.7	6 9.5	2 6.1	4 13.3	15 23.8	8 26.7	7 21.2
Gar nicht gut.....	6 4.8	1 1.6	- -	1 3.3	5 7.9	2 6.7	3 9.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 30 Umgang mit Rauchern im Alltag  
Frage 19.1  
Mehrfachnennungen

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Mehr Zonen für Raucher und Nicht- raucher (insges. aber tolerieren).	19 15.1	6 9.5	4 10.5	2 8.0	13 20.6	6 24.0	18.
Tolerieren (solange niemand ge- schädigt wird).....	18 14.3	15 23.8	11 28.9	4 16.0	3 4.8	2 8.0	2.
Akzeptieren: Jeder soll tun, was er möchte/so leben, wie er meint..	16 12.7	8 12.7	4 10.5	4 16.0	8 12.7	3 12.0	13.
Raucher sollten von sich aus mehr Rücksicht nehmen.....	15 11.9	5 7.9	3 7.9	2 8.0	10 15.9	5 20.0	13.
Rigorese/restriktive Maßnahmen: Rauchverbot in Büros/Restaurants/ öffentlichen Gebäuden.....	14 11.1	4 6.3	2 5.3	2 8.0	10 15.9	2 8.0	21.
Raucher klar darauf aufmerksam machen, wenn er stört (ohne Aggression).....	14 11.1	6 9.5	4 10.5	2 8.0	8 12.7	1 4.0	18.
Raucher sind auch Menschen/sollen wie Nichtraucher behandelt werden/ in Ruhe gelassen werden.....	14 11.1	14 22.2	6 15.8	8 32.0	- -	- -	
Toleranz von beiden Seiten.....	11 8.7	6 9.5	4 10.5	2 8.0	5 7.9	4 16.0	2.
Intoleranter, mit Druck gegen Stö- rung wehren, stärkerer Widerstand der Nichtraucher, seine Rechte mehr vertreten.....	8 6.3	2 3.2	2 5.3	- -	6 9.5	4 16.0	5.
Man sollte Raucher zur Einsicht bringen, daß es schädlich ist/ sie Rücksicht nehmen.....	5 4.0	- -	- -	- -	5 7.9	2 8.0	7.
Nett/freundlich/höflich bitten, das Rauchen einzustellen.....	4 3.2	2 3.2	1 2.6	1 4.0	2 3.2	1 4.0	2.
Sonstiges.....	3 2.4	3 4.8	2 5.3	1 4.0	- -	- -	
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 30 Umgang mit Rauchern im Alltag  
Frage 19.1  
Mehrfachnennungen

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mehr Zonen für Raucher und Nicht- raucher (insges. aber tolerieren).	19 15.1	7 11.1	5 15.2	2 6.7	12 19.0	6 20.0	6 18.2
Tolerieren (solange niemand ge- schädigt wird).....	18 14.3	4 6.3	- -	4 13.3	14 22.2	10 33.3	4 12.1
Akzeptieren: Jeder soll tun, was er möchte/so leben, wie er meint..	16 12.7	12 19.0	7 21.2	5 16.7	4 6.3	3 10.0	1 3.0
Raucher sollten von sich aus mehr Rücksicht nehmen.....	15 11.9	8 12.7	3 9.1	5 16.7	7 11.1	3 10.0	4 12.1
Rigorese/restriktive Maßnahmen: Rauchverbot in Büros/Restaurants/ öffentlichen Gebäuden.....	14 11.1	7 11.1	5 15.2	2 6.7	7 11.1	4 13.3	3 9.1
Raucher klar darauf aufmerksam machen, wenn er stört (ohne Aggression).....	14 11.1	7 11.1	1 3.0	6 20.0	7 11.1	2 6.7	5 15.2
Raucher sind auch Menschen/sollen wie Nichtraucher behandelt werden/ in Ruhe gelassen werden.....	14 11.1	10 15.9	8 24.2	2 6.7	4 6.3	- -	4 12.1
Toleranz von beiden Seiten.....	11 8.7	4 6.3	2 6.1	2 6.7	7 11.1	3 10.0	4 12.1
Intoleranter, mit Druck gegen Stö- rung wehren, stärkerer Widerstand der Nichtraucher, seine Rechte mehr vertreten.....	8 6.3	2 3.2	1 3.0	1 3.3	6 9.5	1 3.3	5 15.2
Man sollte Raucher zur Einsicht bringen, daß es schädlich ist/ sie Rücksicht nehmen.....	5 4.0	3 4.8	2 6.1	1 3.3	2 3.2	1 3.3	1 3.0
Nett/freundlich/höflich bitten, das Rauchen einzustellen.....	4 3.2	1 1.6	- -	1 3.3	3 4.8	1 3.3	2 6.1
Sonstiges.....	3 2.4	1 1.6	1 3.0	- -	2 3.2	1 3.3	1 3.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31 Beurteilung der Aussagen (1 - 9)  
 Frage 19.2  
 (Skala: 1 = stimme der Aussage voll und ganz zu,  
 7 = lehne die Aussage voll und ganz ab)

	Mittelwe						
	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Aussage 1.....	3.7	3.8	4.0	3.6	3.6	3.3	3.
Aussage 2.....	3.1	2.3	2.3	2.2	3.9	3.9	4.
Aussage 3.....	3.2	3.9	3.8	4.0	2.6	2.9	2.
Aussage 4.....	4.8	4.2	4.2	4.2	5.4	5.8	5.
Aussage 5.....	3.7	4.5	4.4	4.5	3.0	3.2	2.
Aussage 6.....	3.2	3.6	3.3	4.2	2.7	2.9	2.
Aussage 7.....	1.7	1.7	2.0	1.3	1.8	1.6	1.
Aussage 8.....	3.8	4.2	4.2	4.3	3.4	3.8	3.
Aussage 9.....	2.9	3.4	3.2	3.8	2.4	2.3	2.

Tabelle 31

## Beurteilung der Aussagen (1 - 9)

Frage 19.2

(Skala: 1 = stimme der Aussage voll und ganz zu,  
7 = lehne die Aussage voll und ganz ab)

Mittelwerte

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Aussage 1.....	3.7	3.7	3.5	3.9	3.8	4.1	3.5
Aussage 2.....	3.1	3.0	2.9	3.2	3.2	2.9	3.5
Aussage 3.....	3.2	3.4	2.9	3.8	3.1	3.3	2.9
Aussage 4.....	4.8	4.6	4.2	5.0	5.1	4.9	5.3
Aussage 5.....	3.7	3.9	3.8	4.1	3.5	3.8	3.2
Aussage 6.....	3.2	3.4	3.2	3.7	2.9	3.1	2.8
Aussage 7.....	1.7	1.6	1.6	1.5	1.9	2.0	1.9
Aussage 8.....	3.8	4.0	3.9	4.0	3.7	3.9	3.5
Aussage 9.....	2.9	2.9	3.1	2.7	2.9	3.4	2.5

Tabelle 31.1 Beurteilung der Aussage (1)  
 - Früher war Rauchen "chic" und gehörte dazu. Heute findet man das Rauchen einfach nicht mehr gut. -  
 Frage 19.2

BP - absolute  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Mittelwert	3.7	3.8	4.0	3.6	3.6	3.3	3.8
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	18 14.3	7 11.1	6 15.8	1 4.0	11 17.5	8 32.0	3 7.9
2 .....	27 21.4	11 17.5	3 7.9	8 32.0	16 25.4	5 20.0	11 28.8
3 .....	20 15.9	13 20.6	8 21.1	5 20.0	7 11.1	1 4.0	13 15.8
4 .....	13 10.3	7 11.1	5 13.2	2 8.0	6 9.5	2 8.0	4 10.5
5 .....	18 14.3	12 19.0	7 18.4	5 20.0	6 9.5	3 12.0	3 7.9
6 .....	14 11.1	6 9.5	3 7.9	3 12.0	8 12.7	3 12.0	5 13.2
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	16 12.7	7 11.1	6 15.8	1 4.0	9 14.3	3 12.0	6 15.8
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.1 Beurteilung der Aussage (1)  
 - Früher war Rauchen "chic" und gehörte dazu. Heute findet  
 man das Rauchen einfach nicht mehr gut. -  
 Frage 19.2

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.7	3.7	3.5	3.9	3.8	4.1	3.5
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	18 14.3	6 9.5	4 12.1	2 6.7	12 19.0	4 13.3	8 24.2
2 .....	27 21.4	17 27.0	8 24.2	9 30.0	10 15.9	4 13.3	6 18.2
3 .....	20 15.9	11 17.5	9 27.3	2 6.7	9 14.3	6 20.0	3 9.1
4 .....	13 10.3	6 9.5	3 9.1	3 10.0	7 11.1	2 6.7	5 15.2
5 .....	18 14.3	11 17.5	3 9.1	8 26.7	7 11.1	3 10.0	4 12.1
6 .....	14 11.1	4 6.3	1 3.0	3 10.0	10 15.9	7 23.3	3 9.1
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	16 12.7	8 12.7	5 15.2	3 10.0	8 12.7	4 13.3	4 12.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 31.2 Beurteilung der Aussage (2)  
 - Es gibt Menschen, die das Rauchen brauchen. Das sollte man  
 akzeptieren. -  
 Frage 19.2

BP - absce  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.1	2.3	2.3	2.2	3.9	3.9	4.
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	43 34.1	30 47.6	15 39.5	15 60.0	13 20.6	5 20.0	21.
2 .....	24 19.0	16 25.4	13 34.2	3 12.0	8 12.7	3 12.0	13.
3 .....	16 12.7	7 11.1	5 13.2	2 8.0	9 14.3	5 20.0	10.
4 .....	5 4.0	- -	- -	- -	5 7.9	1 4.0	10.
5 .....	11 8.7	4 6.3	1 2.6	3 12.0	7 11.1	3 12.0	10.
6 .....	12 9.5	2 3.2	2 5.3	- -	10 15.9	4 16.0	15.
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	15 11.9	4 6.3	2 5.3	2 8.0	11 17.5	4 16.0	18.
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.2 Beurteilung der Aussage (2)  
 - Es gibt Menschen, die das Rauchen brauchen. Das sollte man  
 akzeptieren. -  
 Frage 19.2

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.1	3.0	2.9	3.2	3.2	2.9	3.5
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	43 34.1	24 38.1	13 39.4	11 36.7	19 30.2	11 36.7	8 24.2
2 .....	24 19.0	12 19.0	7 21.2	5 16.7	12 19.0	7 23.3	5 15.2
3 .....	16 12.7	7 11.1	3 9.1	4 13.3	9 14.3	3 10.0	6 18.2
4 .....	5 4.0	1 1.6	1 3.0	- -	4 6.3	1 3.3	3 9.1
5 .....	11 8.7	5 7.9	3 9.1	2 6.7	6 9.5	2 6.7	4 12.1
6 .....	12 9.5	6 9.5	2 6.1	4 13.3	6 9.5	4 13.3	2 6.1
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	15 11.9	8 12.7	4 12.1	4 13.3	7 11.1	2 6.7	5 15.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.3 Beurteilung der Aussage (3)

- Das Rauchen in öffentlichen Gebäuden sollte grundsätzlich  
verboten werden. -  
Frage 19.2

BP - abso  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohn Kind
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Mittelwert	3.2	3.9	3.8	4.0	2.6	2.9	2.7
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	48 38.1	17 27.0	12 31.6	5 20.0	31 49.2	13 52.0	18 47.4
2 .....	14 11.1	4 6.3	2 5.3	2 8.0	10 15.9	1 4.0	2 23.2
3 .....	14 11.1	9 14.3	4 10.5	5 20.0	5 7.9	2 8.0	7 7.9
4 .....	12 9.5	7 11.1	4 10.5	3 12.0	5 7.9	2 8.0	7 7.9
5 .....	9 7.1	7 11.1	4 10.5	3 12.0	2 3.2	2 8.0	2 5.3
6 .....	9 7.1	5 7.9	4 10.5	1 4.0	4 6.3	2 8.0	2 5.3
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	20 15.9	14 22.2	8 21.1	6 24.0	6 9.5	3 12.0	7 7.9
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.3 Beurteilung der Aussage (3)  
 - Das Rauchen in öffentlichen Gebäuden sollte grundsätzlich  
 verboten werden. -  
 Frage 19.2

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.2	3.4	2.9	3.8	3.1	3.3	2.9
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	48 38.1	20 31.7	12 36.4	8 26.7	28 44.4	13 43.3	15 45.5
2 .....	14 11.1	9 14.3	4 12.1	5 16.7	5 7.9	3 10.0	2 6.1
3 .....	14 11.1	9 14.3	7 21.2	2 6.7	5 7.9	- -	5 15.2
4 .....	12 9.5	5 7.9	3 9.1	2 6.7	7 11.1	4 13.3	3 9.1
5 .....	9 7.1	3 4.8	1 3.0	2 6.7	6 9.5	3 10.0	3 9.1
6 .....	9 7.1	7 11.1	3 9.1	4 13.3	2 3.2	1 3.3	1 3.0
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	20 15.9	10 15.9	3 9.1	7 23.3	10 15.9	6 20.0	4 12.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.4 Beurteilung der Aussage (4)

- Rauchen schadet der Gesundheit, aber wir sind so vielen schädlichen Umwelteinflüssen ausgesetzt, daß es darauf auch nicht mehr ankommt. -

Frage 19.2

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	1
Mittelwert	4.8	4.2	4.2	4.2	5.4	5.8	5.0
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	15 11.9	10 15.9	5 13.2	5 20.0	5 7.9	1 4.0	10.0
2 .....	6 4.8	6 9.5	5 13.2	1 4.0	-	-	10.0
3 .....	18 14.3	11 17.5	6 15.8	5 20.0	7 11.1	2 8.0	13.0
4 .....	15 11.9	6 9.5	4 10.5	2 8.0	9 14.3	3 12.0	15.0
5 .....	13 10.3	10 15.9	6 15.8	4 16.0	3 4.8	2 8.0	2.0
6 .....	10 7.9	3 4.8	2 5.3	1 4.0	7 11.1	3 12.0	10.0
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	49 38.9	17 27.0	10 26.3	7 28.0	32 50.8	14 56.0	10.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.4 Beurteilung der Aussage (4)  
 - Rauchen schadet der Gesundheit, aber wir sind so vielen  
 schädlichen Umwelteinflüssen ausgesetzt, daß es darauf auch  
 nicht mehr ankommt. -  
 Frage 19.2

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	4.8	4.6	4.2	5.0	5.1	4.9	5.3
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	15 11.9	9 14.3	7 21.2	2 6.7	6 9.5	3 10.0	3 9.1
2 .....	6 4.8	3 4.8	2 6.1	1 3.3	3 4.8	2 6.7	1 3.0
3 .....	18 14.3	11 17.5	6 18.2	5 16.7	7 11.1	4 13.3	3 9.1
4 .....	15 11.9	9 14.3	3 9.1	6 20.0	6 9.5	3 10.0	3 9.1
5 .....	13 10.3	5 7.9	2 6.1	3 10.0	8 12.7	3 10.0	5 15.2
6 .....	10 7.9	3 4.8	3 9.1	- -	7 11.1	4 13.3	3 9.1
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	49 38.9	23 36.5	10 30.3	13 43.3	26 41.3	11 36.7	15 45.5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.5 Beurteilung der Aussage (5)  
 - Nichtraucher sollten unterstützt werden, sich gegen Raucher  
 durchzusetzen. -  
 Frage 19.2

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.7	4.5	4.4	4.5	3.0	3.2	2.0
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	28 22.2	5 7.9	2 5.3	3 12.0	23 36.5	8 32.0	1 39.0
2 .....	16 12.7	7 11.1	5 13.2	2 8.0	9 14.3	5 20.0	10.0
3 .....	19 15.1	9 14.3	5 13.2	4 16.0	10 15.9	2 8.0	21.0
4 .....	18 14.3	10 15.9	8 21.1	2 8.0	8 12.7	3 12.0	13.0
5 .....	13 10.3	11 17.5	6 15.8	5 20.0	2 3.2	2 8.0	
6 .....	11 8.7	7 11.1	4 10.5	3 12.0	4 6.3	1 4.0	7.0
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	21 16.7	14 22.2	8 21.1	6 24.0	7 11.1	4 16.0	7.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.5 Beurteilung der Aussage (5)  
 - Nichtraucher sollten unterstützt werden, sich gegen Raucher  
 durchzusetzen. -  
 Frage 19.2

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.7	3.9	3.8	4.1	3.5	3.8	3.2
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	28 22.2	14 22.2	7 21.2	7 23.3	14 22.2	7 23.3	7 21.2
2 .....	16 12.7	5 7.9	2 6.1	3 10.0	11 17.5	1 3.3	10 30.3
3 .....	19 15.1	11 17.5	7 21.2	4 13.3	8 12.7	5 16.7	3 9.1
4 .....	18 14.3	7 11.1	5 15.2	2 6.7	11 17.5	6 20.0	5 15.2
5 .....	13 10.3	7 11.1	4 12.1	3 10.0	6 9.5	3 10.0	3 9.1
6 .....	11 8.7	7 11.1	4 12.1	3 10.0	4 6.3	4 13.3	- -
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	21 16.7	12 19.0	4 12.1	8 26.7	9 14.3	4 13.3	5 15.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 31.6 Beurteilung der Aussage (6)  
 - Raucher nehmen zuwenig Rücksicht auf Nichtraucher. -  
 Frage 19.2

BP - abs  
 BP - prozen

	Gesamt	RAUCHER		NICHTRAUCHER			
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Mittelwert	3.2	3.6	3.3	4.2	2.7	2.9	2
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	35 27.8	11 17.5	10 26.3	1 4.0	24 38.1	11 44.0	34
2 .....	21 16.7	12 19.0	7 18.4	5 20.0	9 14.3	- -	23
3 .....	22 17.5	12 19.0	6 15.8	6 24.0	10 15.9	3 12.0	18
4 .....	16 12.7	6 9.5	3 7.9	3 12.0	10 15.9	7 28.0	7
5 .....	10 7.9	7 11.1	6 15.8	1 4.0	3 4.8	1 4.0	5
6 .....	9 7.1	6 9.5	2 5.3	4 16.0	3 4.8	1 4.0	5
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	13 10.3	9 14.3	4 10.5	5 20.0	4 6.3	2 8.0	5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 31.6 Beurteilung der Aussage (6)  
 - Raucher nehmen zuwenig Rücksicht auf Nichtraucher. -  
 Frage 19.2

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.2	3.4	3.2	3.7	2.9	3.1	2.8
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	35 27.8	12 19.0	7 21.2	5 16.7	23 36.5	9 30.0	14 42.4
2 .....	21 16.7	12 19.0	7 21.2	5 16.7	9 14.3	6 20.0	3 9.1
3 .....	22 17.5	15 23.8	8 24.2	7 23.3	7 11.1	3 10.0	4 12.1
4 .....	16 12.7	6 9.5	4 12.1	2 6.7	10 15.9	4 13.3	6 18.2
5 .....	10 7.9	4 6.3	1 3.0	3 10.0	6 9.5	4 13.3	2 6.1
6 .....	9 7.1	6 9.5	2 6.1	4 13.3	3 4.8	1 3.3	2 6.1
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	13 10.3	8 12.7	4 12.1	4 13.3	5 7.9	3 10.0	2 6.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.7 Beurteilung der Aussage (7)

- Man sollte versuchen, Kinder möglichst frühzeitig dahingehend zu beeinflussen, daß sie mit dem Rauchen gar nicht erst anfangen. -

Frage 19.2

BP - abso  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Mittelwert	1.7	1.7	2.0	1.3	1.8	1.6	1.9
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	91 72.2	45 71.4	27 71.1	18 72.0	46 73.0	20 80.0	25 68.4
2 .....	16 12.7	8 12.7	2 5.3	6 24.0	8 12.7	2 8.0	16 42.1
3 .....	4 3.2	3 4.8	2 5.3	1 4.0	1 1.6	-	2 5.3
4 .....	4 3.2	2 3.2	2 5.3	-	2 3.2	1 4.0	2 5.3
5 .....	3 2.4	2 3.2	2 5.3	-	1 1.6	1 4.0	2 5.3
6 .....	2 1.6	1 1.6	1 2.6	-	1 1.6	-	2 5.3
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	6 4.8	2 3.2	2 5.3	-	4 6.3	1 4.0	1 2.6
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.7 Beurteilung der Aussage (7)

- Man sollte versuchen, Kinder möglichst frühzeitig dahingehend zu beeinflussen, daß sie mit dem Rauchen gar nicht erst anfangen. -

Frage 19.2

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	1.7	1.6	1.6	1.5	1.9	2.0	1.9
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	91 72.2	47 74.6	23 69.7	24 80.0	44 69.8	21 70.0	23 69.7
2 .....	16 12.7	10 15.9	7 21.2	3 10.0	6 9.5	3 10.0	3 9.1
3 .....	4 3.2	2 3.2	1 3.0	1 3.3	2 3.2	1 3.3	1 3.0
4 .....	4 3.2	1 1.6	- -	1 3.3	3 4.8	- -	3 9.1
5 .....	3 2.4	- -	- -	- -	3 4.8	2 6.7	1 3.0
6 .....	2 1.6	- -	- -	- -	2 3.2	2 6.7	- -
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	6 4.8	3 4.8	2 6.1	1 3.3	3 4.8	1 3.3	2 6.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.8 Beurteilung der Aussage (8)  
 - Je mehr Rauchen in der Öffentlichkeit verpönt ist, umso  
 eher geben die Leute das Rauchen insgesamt auf. -  
 Frage 19.2

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.8	4.2	4.2	4.3	3.4	3.8	3.0
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	21 16.7	7 11.1	4 10.5	3 12.0	14 22.2	5 20.0	23.0
2 .....	24 19.0	12 19.0	9 23.7	3 12.0	12 19.0	4 16.0	21.0
3 .....	20 15.9	12 19.0	7 18.4	5 20.0	8 12.7	3 12.0	13.0
4 .....	18 14.3	6 9.5	2 5.3	4 16.0	12 19.0	3 12.0	23.0
5 .....	5 4.0	2 3.2	1 2.6	1 4.0	3 4.8	2 8.0	2.0
6 .....	10 7.9	4 6.3	3 7.9	1 4.0	6 9.5	4 16.0	5.0
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	28 22.2	20 31.7	12 31.6	8 32.0	8 12.7	4 16.0	10.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.8 Beurteilung der Aussage (8)  
 - Je mehr Rauchen in der Öffentlichkeit verpönt ist, umso  
 eher geben die Leute das Rauchen insgesamt auf. -  
 Frage 19.2

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.8	4.0	3.9	4.0	3.7	3.9	3.5
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	21 16.7	8 12.7	4 12.1	4 13.3	13 20.6	7 23.3	6 18.2
2 .....	24 19.0	11 17.5	7 21.2	4 13.3	13 20.6	5 16.7	8 24.2
3 .....	20 15.9	9 14.3	4 12.1	5 16.7	11 17.5	5 16.7	6 18.2
4 .....	18 14.3	14 22.2	7 21.2	7 23.3	4 6.3	1 3.3	3 9.1
5 .....	5 4.0	4 6.3	2 6.1	2 6.7	1 1.6	- -	1 3.0
6 .....	10 7.9	3 4.8	2 6.1	1 3.3	7 11.1	4 13.3	3 9.1
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	28 22.2	14 22.2	7 21.2	7 23.3	14 22.2	8 26.7	6 18.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.9 Beurteilung der Aussage (9)  
 - Die Gesundheit aller Bürger geht vor. Das müssen Raucher  
 einsehen und sich in ihrem Rauchbedürfnis zurücknehmen. -  
 Frage 19.2

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	2.9	3.4	3.2	3.8	2.4	2.3	2.
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	33 26.2	13 20.6	9 23.7	4 16.0	20 31.7	9 36.0	1 28.
2 .....	35 27.8	14 22.2	10 26.3	4 16.0	21 33.3	7 28.0	1 36.
3 .....	17 13.5	7 11.1	3 7.9	4 16.0	10 15.9	4 16.0	1 15.
4 .....	16 12.7	10 15.9	8 21.1	2 8.0	6 9.5	4 16.0	5.
5 .....	10 7.9	8 12.7	2 5.3	6 24.0	2 3.2	-	5.
6 .....	5 4.0	3 4.8	2 5.3	1 4.0	2 3.2	1 4.0	2
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	10 7.9	8 12.7	4 10.5	4 16.0	2 3.2	-	5.
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 31.9 Beurteilung der Aussage (9)  
 - Die Gesundheit aller Bürger geht vor. Das müssen Raucher  
 einsehen und sich in ihrem Rauchbedürfnis zurücknehmen. -  
 Frage 19.2

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	2.9	2.9	3.1	2.7	2.9	3.4	2.5
1 Stimme Aussage voll und ganz zu	33 26.2	16 25.4	6 18.2	10 33.3	17 27.0	7 23.3	10 30.3
2 .....	35 27.8	17 27.0	10 30.3	7 23.3	18 28.6	7 23.3	11 33.3
3 .....	17 13.5	10 15.9	5 15.2	5 16.7	7 11.1	3 10.0	4 12.1
4 .....	16 12.7	8 12.7	5 15.2	3 10.0	8 12.7	3 10.0	5 15.2
5 .....	10 7.9	5 7.9	3 9.1	2 6.7	5 7.9	3 10.0	2 6.1
6 .....	5 4.0	2 3.2	1 3.0	1 3.3	3 4.8	3 10.0	- -
7 Lehne Aussage voll und ganz ab.	10 7.9	5 7.9	3 9.1	2 6.7	5 7.9	4 13.3	1 3.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 32.1 Bekanntheit des Absenders "Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) Frage 20.1

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Ja.....	48 38.1	24 38.1	19 50.0	5 20.0	24 38.1	9 36.0	39 61.9
Nein.....	78 61.9	39 61.9	19 50.0	20 80.0	39 61.9	16 64.0	20 60.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 32.1 Bekanntheit des Absenders "Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) Frage 20.1

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Ja.....	48 38.1	14 22.2	9 27.3	5 16.7	34 54.0	16 53.3	18 54.5
Nein.....	78 61.9	49 77.8	24 72.7	25 83.3	29 46.0	14 46.7	15 45.5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 32.2 In welchem Zusammenhang haben Sie schon einmal von der BZgA gehört?  
Frage 20.2  
Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	48	24	24
Nennungen:	67	37	30
-----			
AIDS.....	21	11	10
Rauchen.....	5	1	4
Drogen.....	5	4	1
Alkohol.....	2	1	1
Schwangerschaft.....	2	2	-
Gesundheit.....	1	-	1
Kondome.....	1	1	-
Gesundheitsschädliche Produkte....	1	1	-
Steht unter Zigarettenwerbung (Kino/Plakate).....	5	2	3
Steht auf Zigarettenpackungen.....	5	2	3
Werbung.....	2	2	-
Fernsehen.....	2	2	-
Zeitung.....	2	1	1
Litfaß-Säulen.....	1	1	-
Infostand.....	1	-	1
Broschüren.....	1	1	-
Persönlich/beruflich.....	10	5	5
Keine Angaben.....	3	2	1
=====			

Tabelle 33.1 Befürworten Sie es grundsätzlich, daß die BZgA die Öffentlichkeit auf die Problematik des Nichtraucher-schutzes hinweist?  
Frage 21.1

BP - abs  
BP - prozen

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Ja.....	117 92.9	56 88.9	35 92.1	21 84.0	61 96.8	24 96.0	97.1
Nein.....	9 7.1	7 11.1	3 7.9	4 16.0	2 3.2	1 4.0	2.9
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 33.1 Befürworten Sie es grundsätzlich, daß die BZgA die Öffentlichkeit auf die Problematik des Nichtraucher-schutzes hinweist?  
Frage 21.1

BP - abs  
BP - prozen

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	
Ja.....	117 92.9	59 93.7	29 87.9	30 100.0	58 92.1	27 90.0	93.1
Nein.....	9 7.1	4 6.3	4 12.1	-	5 7.9	3 10.0	6.9
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 33.2 Befürworten Sie es grundsätzlich, daß die BZgA die Öffentlichkeit auf die Problematik des Nichtraucher-schutzes hinweist?  
 - Begründung für "ja" -  
 Frage 21.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	117	56	35	21	61	24	37
Aufklärung allgemein wichtig (Gesundheitsgefahr).....	55 47.0	30 53.6	16 45.7	14 66.7	25 41.0	13 54.2	12 32.4
Aufklärung speziell zum Nichtraucherschutz wichtig.....	35 29.9	15 26.8	11 31.4	4 19.0	20 32.8	8 33.3	12 32.4
Zuständigkeit/Aufgabenbereich von Behörde/staatlicher Stelle.....	30 25.6	14 25.0	10 28.6	4 19.0	16 26.2	6 25.0	10 27.0
Behörde/offizielle/staatliche Organisation ist glaubwürdig/hat Autorität.....	6 5.1	2 3.6	- -	2 9.5	4 6.6	- -	4 10.8
Werbung gegen Rauchen, nicht immer nur dafür.....	5 4.3	1 1.8	- -	1 4.8	4 6.6	- -	4 10.8
Sonstiges.....	3 2.6	1 1.8	1 2.9	- -	2 3.3	- -	2 5.4
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 33.2 Befürworten Sie es grundsätzlich, daß die BZgA die Öffentlichkeit auf die Problematik des Nichtraucherschutzes hinweist?  
 - Begründung für "ja" -  
 Frage 21.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut  
 BP - prozentuell

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	117	59	29	30	58	27	31
Aufklärung allgemein wichtig (Gesundheitsgefahr).....	55 47.0	31 52.5	14 48.3	17 56.7	24 41.4	7 25.9	17 54.8
Aufklärung speziell zum Nichtraucherschutz wichtig.....	35 29.9	19 32.2	9 31.0	10 33.3	16 27.6	8 29.6	25.9
Zuständigkeit/Aufgabenbereich von Behörde/staatlicher Stelle.....	30 25.6	11 18.6	6 20.7	5 16.7	19 32.8	10 37.0	9 29.0
Behörde/offizielle/staatliche Organisation ist glaubwürdig/hat Autorität.....	6 5.1	3 5.1	2 6.9	1 3.3	3 5.2	1 3.7	2 6.5
Werbung gegen Rauchen, nicht immer nur dafür.....	5 4.3	5 8.5	2 6.9	3 10.0	-	-	-
Sonstiges.....	3 2.6	1 1.7	1 3.4	-	2 3.4	1 3.7	1 3.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 33.3 Befürworten Sie es grundsätzlich, daß die BZgA die Öffentlichkeit auf die Problematik des Nichtraucher-schutzes hinweist?  
 - Begründung für "nein" -  
 Frage 21.2  
 Mehrfachnennungen

BP - absolut

	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	9	7	2
Nennungen:	13	11	2
-----			
Ist nutzlos/erreicht nichts.....	3	3	-
Privatsache von jedem einzelnen (freie Bürger, freies Rauchen)....	3	3	-
Es weiß jeder selbst, daß Rauchen schädlich ist (aber allen ist es egal).....	2	1	1
Leute, die rauchen wollen, lassen sich davon auch nicht abhalten....	1	1	-
Wichtiger, auf die Problematik der Raucher einzugehen, als auf die der Nichtraucher, z.B. wie es in den USA dargestellt wird.....	1	1	-
Aufgabe der Krankenkassen/Ärzte... Kampagne gegen AIDS wäre sinnvoller, gegen das Rauchen sieht man überall etwas.....	1	1	-
Zu staatlich verordnet (Staat verdient daran mit).....	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 34 Beurteilung der Aussagen (1 - 10)  
 Frage 22  
 (Skala: 1 = Aussage trifft voll und ganz zu,  
 7 = Aussage trifft ganz und gar nicht zu)

	Mittelw						
	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Aussage 1.....	3.9	4.2	4.2	4.1	3.6	3.4	3.8
Aussage 2.....	4.1	4.0	4.2	3.8	4.1	4.4	3.8
Aussage 3.....	5.4	5.8	6.1	5.4	5.0	5.5	4.9
Aussage 4.....	4.0	4.2	4.3	4.0	3.7	4.1	3.9
Aussage 5.....	3.6	3.7	3.9	3.4	3.5	4.0	3.1
Aussage 6.....	3.4	3.6	3.9	3.0	3.3	3.6	3.1
Aussage 7.....	4.4	4.5	4.7	4.2	4.3	5.0	3.6
Aussage 8.....	3.6	3.8	3.9	3.7	3.3	3.7	3.1
Aussage 9.....	2.8	3.0	3.3	2.6	2.6	2.6	2.8
Aussage 10.....	3.3	3.3	3.4	3.1	3.2	3.2	3.3

Tabelle 34

Beurteilung der Aussagen (1 - 10)

Frage 22

(Skala: 1 = Aussage trifft voll und ganz zu,  
7 = Aussage trifft ganz und gar nicht zu)

Mittelwerte

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Aussage 1.....	3.9	4.2	4.1	4.3	3.6	4.2	3.1
Aussage 2.....	4.1	3.9	3.8	3.9	4.3	4.0	4.5
Aussage 3.....	5.4	5.1	5.2	5.1	5.7	5.7	5.8
Aussage 4.....	4.0	3.8	3.8	3.7	4.2	4.0	4.4
Aussage 5.....	3.6	3.3	3.4	3.3	3.9	3.5	4.2
Aussage 6.....	3.4	3.0	3.2	2.9	3.8	3.4	4.2
Aussage 7.....	4.4	4.1	4.2	4.0	4.7	4.7	4.6
Aussage 8.....	3.6	3.6	3.2	4.0	3.6	3.7	3.5
Aussage 9.....	2.8	2.6	2.9	2.2	3.0	2.8	3.2
Aussage 10.....	3.3	3.0	3.3	2.6	3.5	3.5	3.6



Tabelle 34.1 Beurteilung der Aussage (1)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." wecken persönliches  
 Interesse am Thema. -  
 Frage 22

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER		NICHTRAUCHER			
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.9	4.2	4.2	4.1	3.6	3.4	3.9
1 Trifft voll und ganz zu.....	27 21.4	7 11.1	3 7.9	4 16.0	20 31.7	9 36.0	1 28.6
2 .....	14 11.1	9 14.3	5 13.2	4 16.0	5 7.9	2 8.0	7 21.4
3 .....	18 14.3	12 19.0	8 21.1	4 16.0	6 9.5	3 12.0	7 21.4
4 .....	18 14.3	8 12.7	6 15.8	2 8.0	10 15.9	2 8.0	21 64.3
5 .....	10 7.9	6 9.5	4 10.5	2 8.0	4 6.3	2 8.0	5 15.2
6 .....	14 11.1	7 11.1	4 10.5	3 12.0	7 11.1	3 12.0	10 30.3
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	25 19.8	14 22.2	8 21.1	6 24.0	11 17.5	4 16.0	18 54.5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.1 Beurteilung der Aussage (1)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." wecken persönliches  
 Interesse am Thema. -  
 Frage 22

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.9	4.2	4.1	4.3	3.6	4.2	3.1
1 Trifft voll und ganz zu.....	27 21.4	11 17.5	4 12.1	7 23.3	16 25.4	6 20.0	10 30.3
2 .....	14 11.1	6 9.5	4 12.1	2 6.7	8 12.7	3 10.0	5 15.2
3 .....	18 14.3	9 14.3	6 18.2	3 10.0	9 14.3	4 13.3	5 15.2
4 .....	18 14.3	9 14.3	5 15.2	4 13.3	9 14.3	4 13.3	5 15.2
5 .....	10 7.9	6 9.5	5 15.2	1 3.3	4 6.3	1 3.3	3 9.1
6 .....	14 11.1	8 12.7	4 12.1	4 13.3	6 9.5	4 13.3	2 6.1
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	25 19.8	14 22.2	5 15.2	9 30.0	11 17.5	8 26.7	3 9.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.2 Beurteilung der Aussage (2)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." sensibilisieren Raucher  
 für mehr Rücksichtnahme auf Nichtraucher. -  
 Frage 22

BP - abs  
 BP - prozer

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	oh Kin
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Mittelwert	4.1	4.0	4.2	3.8	4.1	4.4	3
1 Trifft voll und ganz zu.....	11 8.7	7 11.1	2 5.3	5 20.0	4 6.3	1 4.0	7
2 .....	15 11.9	6 9.5	4 10.5	2 8.0	9 14.3	4 16.0	12
3 .....	31 24.6	16 25.4	10 26.3	6 24.0	15 23.8	6 24.0	23
4 .....	22 17.5	11 17.5	7 18.4	4 16.0	11 17.5	1 4.0	26
5 .....	11 8.7	5 7.9	4 10.5	1 4.0	6 9.5	4 16.0	5
6 .....	16 12.7	8 12.7	5 13.2	3 12.0	8 12.7	3 12.0	13
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	20 15.9	10 15.9	6 15.8	4 16.0	10 15.9	6 24.0	10
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 34.2 Beurteilung der Aussage (2)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." sensibilisieren Raucher  
 für mehr Rücksichtnahme auf Nichtraucher. -  
 Frage 22

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	4.1	3.9	3.8	3.9	4.3	4.0	4.5
1 Trifft voll und ganz zu.....	11 8.7	6 9.5	3 9.1	3 10.0	5 7.9	2 6.7	3 9.1
2 .....	15 11.9	8 12.7	4 12.1	4 13.3	7 11.1	3 10.0	4 12.1
3 .....	31 24.6	17 27.0	11 33.3	6 20.0	14 22.2	11 36.7	3 9.1
4 .....	22 17.5	15 23.8	5 15.2	10 33.3	7 11.1	2 6.7	5 15.2
5 .....	11 8.7	2 3.2	2 6.1	- -	9 14.3	3 10.0	6 18.2
6 .....	16 12.7	4 6.3	3 9.1	1 3.3	12 19.0	6 20.0	6 18.2
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	20 15.9	11 17.5	5 15.2	6 20.0	9 14.3	3 10.0	6 18.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.3 Beurteilung der Aussage (3)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." regen an, sich nähere schriftliche Informationen bei der BZgA anzufordern. -  
 Frage 22

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Mittelwert	5.4	5.8	6.1	5.4	5.0	5.5	4
1 Trifft voll und ganz zu.....	6 4.8	1 1.6	1 2.6	- -	5 7.9	2 8.0	7
2 .....	9 7.1	4 6.3	2 5.3	2 8.0	5 7.9	2 8.0	7
3 .....	8 6.3	3 4.8	- -	3 12.0	5 7.9	1 4.0	10
4 .....	16 12.7	7 11.1	3 7.9	4 16.0	9 14.3	2 8.0	18
5 .....	9 7.1	2 3.2	- -	2 8.0	7 11.1	1 4.0	15
6 .....	21 16.7	12 19.0	9 23.7	3 12.0	9 14.3	4 16.0	13
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	57 45.2	34 54.0	23 60.5	11 44.0	23 36.5	13 52.0	26
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

**Tabelle 34.3** Beurteilung der Aussage (3)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." regen an, sich nähere schriftliche Informationen bei der BZgA anzufordern. -  
 Frage 22

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE		31 BIS 45 JAHRE			
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
<b>Basis:</b>	126	63	33	30	63	30	33
<b>Mittelwert</b>	5.4	5.1	5.2	5.1	5.7	5.7	5.8
1 Trifft voll und ganz zu.....	6 4.8	3 4.8	1 3.0	2 6.7	3 4.8	2 6.7	1 3.0
2 .....	9 7.1	6 9.5	4 12.1	2 6.7	3 4.8	2 6.7	1 3.0
3 .....	8 6.3	5 7.9	1 3.0	4 13.3	3 4.8	1 3.3	2 6.1
4 .....	16 12.7	9 14.3	7 21.2	2 6.7	7 11.1	3 10.0	4 12.1
5 .....	9 7.1	7 11.1	2 6.1	5 16.7	2 3.2	1 3.3	1 3.0
6 .....	21 16.7	10 15.9	6 18.2	4 13.3	11 17.5	3 10.0	8 24.2
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	57 45.2	23 36.5	12 36.4	11 36.7	34 54.0	18 60.0	16 48.5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.4 Beurteilung der Aussage (4)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." bieten Argumentationshilfen für Nichtraucher gegenüber Rauchern. -  
 Frage 22

BP - abso  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	4.0	4.2	4.3	4.0	3.7	4.1	3.0
1 Trifft voll und ganz zu.....	13 10.3	7 11.1	5 13.2	2 8.0	6 9.5	2 8.0	3 10.0
2 .....	24 19.0	10 15.9	5 13.2	5 20.0	14 22.2	5 20.0	23 23.0
3 .....	25 19.8	11 17.5	5 13.2	6 24.0	14 22.2	7 28.0	18 18.0
4 .....	15 11.9	8 12.7	5 13.2	3 12.0	7 11.1	-	18 18.0
5 .....	14 11.1	5 7.9	4 10.5	1 4.0	9 14.3	3 12.0	15 15.0
6 .....	11 8.7	6 9.5	4 10.5	2 8.0	5 7.9	2 8.0	7 7.0
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	24 19.0	16 25.4	10 26.3	6 24.0	8 12.7	6 24.0	5 5.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.4 Beurteilung der Aussage (4)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." bieten Argumentationshilfen für Nichtraucher gegenüber Rauchern. -  
 Frage 22

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	4.0	3.8	3.8	3.7	4.2	4.0	4.4
1 Trifft voll und ganz zu.....	13 10.3	6 9.5	2 6.1	4 13.3	7 11.1	3 10.0	4 12.1
2 .....	24 19.0	12 19.0	5 15.2	7 23.3	12 19.0	8 26.7	4 12.1
3 .....	25 19.8	14 22.2	8 24.2	6 20.0	11 17.5	4 13.3	7 21.2
4 .....	15 11.9	10 15.9	7 21.2	3 10.0	5 7.9	4 13.3	1 3.0
5 .....	14 11.1	8 12.7	6 18.2	2 6.7	6 9.5	1 3.3	5 15.2
6 .....	11 8.7	6 9.5	2 6.1	4 13.3	5 7.9	3 10.0	2 6.1
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	24 19.0	7 11.1	3 9.1	4 13.3	17 27.0	7 23.3	10 30.3
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 34.5 Beurteilung der Aussage (5)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." geben Rauchern  
 Denkanstöße. -  
 Frage 22

BP - absce  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.6	3.7	3.9	3.4	3.5	4.0	3.0
1 Trifft voll und ganz zu.....	18 14.3	9 14.3	4 10.5	5 20.0	9 14.3	2 8.0	3 18.0
2 .....	26 20.6	12 19.0	5 13.2	7 28.0	14 22.2	5 20.0	3 23.0
3 .....	24 19.0	10 15.9	7 18.4	3 12.0	14 22.2	6 24.0	4 21.0
4 .....	18 14.3	10 15.9	8 21.1	2 8.0	8 12.7	3 12.0	7 13.0
5 .....	14 11.1	8 12.7	5 13.2	3 12.0	6 9.5	2 8.0	6 10.0
6 .....	12 9.5	8 12.7	6 15.8	2 8.0	4 6.3	1 4.0	7 7.0
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	14 11.1	6 9.5	3 7.9	3 12.0	8 12.7	6 24.0	5 5.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.5 Beurteilung der Aussage (5)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." geben Rauchern  
 Denkanstöße. -  
 Frage 22

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.6	3.3	3.4	3.3	3.9	3.5	4.2
1 Trifft voll und ganz zu.....	18 14.3	11 17.5	5 15.2	6 20.0	7 11.1	3 10.0	4 12.1
2 .....	26 20.6	17 27.0	9 27.3	8 26.7	9 14.3	6 20.0	3 9.1
3 .....	24 19.0	11 17.5	6 18.2	5 16.7	13 20.6	7 23.3	6 18.2
4 .....	18 14.3	7 11.1	4 12.1	3 10.0	11 17.5	6 20.0	5 15.2
5 .....	14 11.1	5 7.9	3 9.1	2 6.7	9 14.3	5 16.7	4 12.1
6 .....	12 9.5	5 7.9	3 9.1	2 6.7	7 11.1	2 6.7	5 15.2
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	14 11.1	7 11.1	3 9.1	4 13.3	7 11.1	1 3.3	6 18.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.6 Beurteilung der Aussage (6)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." stützen selbstkritische Überlegungen von Rauchern, die sich Gedanken über ihr Rauchverhalten machen. -  
 Frage 22

BP - abso  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohn Kind
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.4	3.6	3.9	3.0	3.3	3.6	3.
1 Trifft voll und ganz zu.....	18 14.3	8 12.7	4 10.5	4 16.0	10 15.9	5 20.0	13.
2 .....	34 27.0	15 23.8	7 18.4	8 32.0	19 30.2	6 24.0	34.
3 .....	22 17.5	11 17.5	6 15.8	5 20.0	11 17.5	3 12.0	21.
4 .....	18 14.3	11 17.5	7 18.4	4 16.0	7 11.1	2 8.0	13.
5 .....	9 7.1	3 4.8	3 7.9	- -	6 9.5	3 12.0	7.
6 .....	13 10.3	10 15.9	6 15.8	4 16.0	3 4.8	2 8.0	2.
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	12 9.5	5 7.9	5 13.2	- -	7 11.1	4 16.0	7.
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.6 Beurteilung der Aussage (6)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." stützen selbstkritische Überlegungen von Rauchern, die sich Gedanken über ihr Rauchverhalten machen. -  
 Frage 22

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.4	3.0	3.2	2.9	3.8	3.4	4.2
1 Trifft voll und ganz zu.....	18 14.3	11 17.5	2 6.1	9 30.0	7 11.1	5 16.7	2 6.1
2 .....	34 27.0	20 31.7	11 33.3	9 30.0	14 22.2	6 20.0	8 24.2
3 .....	22 17.5	12 19.0	9 27.3	3 10.0	10 15.9	6 20.0	4 12.1
4 .....	18 14.3	8 12.7	4 12.1	4 13.3	10 15.9	5 16.7	5 15.2
5 .....	9 7.1	3 4.8	3 9.1	- -	6 9.5	3 10.0	3 9.1
6 .....	13 10.3	5 7.9	4 12.1	1 3.3	8 12.7	3 10.0	5 15.2
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	12 9.5	4 6.3	- -	4 13.3	8 12.7	2 6.7	6 18.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.7 Beurteilung der Aussage (7)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." regen Raucher zur  
 weiteren Beschäftigung mit dem Thema an. -  
 Frage 22

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Mittelwert	4.4	4.5	4.7	4.2	4.3	5.0	3.9
1 Trifft voll und ganz zu.....	8 6.3	5 7.9	2 5.3	3 12.0	3 4.8	1 4.0	5 13.2
2 .....	16 12.7	5 7.9	3 7.9	2 8.0	11 17.5	2 8.0	23 29.3
3 .....	23 18.3	11 17.5	5 13.2	6 24.0	12 19.0	4 16.0	21 26.6
4 .....	22 17.5	13 20.6	9 23.7	4 16.0	9 14.3	1 4.0	21 26.6
5 .....	10 7.9	3 4.8	3 7.9	- -	7 11.1	4 16.0	7 8.9
6 .....	24 19.0	15 23.8	8 21.1	7 28.0	9 14.3	6 24.0	7 8.9
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	23 18.3	11 17.5	8 21.1	3 12.0	12 19.0	7 28.0	13 16.6
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.7 Beurteilung der Aussage (7)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." regen Raucher zur  
 weiteren Beschäftigung mit dem Thema an. -  
 Frage 22

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	4.4	4.1	4.2	4.0	4.7	4.7	4.6
1 Trifft voll und ganz zu.....	8 6.3	4 6.3	2 6.1	2 6.7	4 6.3	2 6.7	2 6.1
2 .....	16 12.7	12 19.0	6 18.2	6 20.0	4 6.3	2 6.7	2 6.1
3 .....	23 18.3	11 17.5	6 18.2	5 16.7	12 19.0	4 13.3	8 24.2
4 .....	22 17.5	13 20.6	5 15.2	8 26.7	9 14.3	6 20.0	3 9.1
5 .....	10 7.9	3 4.8	2 6.1	1 3.3	7 11.1	2 6.7	5 15.2
6 .....	24 19.0	10 15.9	8 24.2	2 6.7	14 22.2	9 30.0	5 15.2
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	23 18.3	10 15.9	4 12.1	6 20.0	13 20.6	5 16.7	8 24.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.8 Beurteilung der Aussage (8)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." rücken das Thema  
 "Nichtraucherschutz" stärker als bisher ins öffentliche  
 Bewußtsein. -  
 Frage 22

BP - abs.  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Mittelwert	3.6	3.8	3.9	3.7	3.3	3.7	3
1 Trifft voll und ganz zu.....	14 11.1	8 12.7	4 10.5	4 16.0	6 9.5	2 8.0	10
2 .....	35 27.8	12 19.0	7 18.4	5 20.0	23 36.5	7 28.0	42
3 .....	21 16.7	10 15.9	7 18.4	3 12.0	11 17.5	5 20.0	15
4 .....	17 13.5	10 15.9	6 15.8	4 16.0	7 11.1	2 8.0	13
5 .....	12 9.5	7 11.1	4 10.5	3 12.0	5 7.9	3 12.0	5
6 .....	12 9.5	7 11.1	4 10.5	3 12.0	5 7.9	3 12.0	5
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	15 11.9	9 14.3	6 15.8	3 12.0	6 9.5	3 12.0	7
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 34.8 Beurteilung der Aussage (8)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." rücken das Thema  
 "Nichtraucherschutz" stärker als bisher ins öffentliche  
 Bewußtsein. -  
 Frage 22

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.6	3.6	3.2	4.0	3.6	3.7	3.5
1 Trifft voll und ganz zu.....	14 11.1	5 7.9	5 15.2	- -	9 14.3	5 16.7	4 12.1
2 .....	35 27.8	18 28.6	9 27.3	9 30.0	17 27.0	7 23.3	10 30.3
3 .....	21 16.7	12 19.0	6 18.2	6 20.0	9 14.3	3 10.0	6 18.2
4 .....	17 13.5	10 15.9	6 18.2	4 13.3	7 11.1	4 13.3	3 9.1
5 .....	12 9.5	5 7.9	3 9.1	2 6.7	7 11.1	3 10.0	4 12.1
6 .....	12 9.5	7 11.1	1 3.0	6 20.0	5 7.9	4 13.3	1 3.0
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	15 11.9	6 9.5	3 9.1	3 10.0	9 14.3	4 13.3	5 15.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 34.9 Beurteilung der Aussage (9)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." liefern Diskussionsstoff  
 für Eltern und Kinder. -  
 Frage 22

BP - abs  
 BP - prozen

	Gesamt	RAUCHER		NICHTRAUCHER			
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	oh Kin
Basis:	126	63	38	25	63	25	
Mittelwert	2.8	3.0	3.3	2.6	2.6	2.6	2
1 Trifft voll und ganz zu.....	31 24.6	10 15.9	5 13.2	5 20.0	21 33.3	8 32.0	34
2 .....	45 35.7	24 38.1	14 36.8	10 40.0	21 33.3	8 32.0	34
3 .....	14 11.1	8 12.7	4 10.5	4 16.0	6 9.5	3 12.0	7
4 .....	13 10.3	10 15.9	7 18.4	3 12.0	3 4.8	1 4.0	5
5 .....	9 7.1	3 4.8	1 2.6	2 8.0	6 9.5	3 12.0	7
6 .....	6 4.8	2 3.2	2 5.3	- -	4 6.3	2 8.0	5
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	8 6.3	6 9.5	5 13.2	1 4.0	2 3.2	- -	5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.9 Beurteilung der Aussage (9)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." liefern Diskussionsstoff  
 für Eltern und Kinder. -  
 Frage 22

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	2.8	2.6	2.9	2.2	3.0	2.8	3.2
1 Trifft voll und ganz zu.....	31 24.6	18 28.6	8 24.2	10 33.3	13 20.6	9 30.0	4 12.1
2 .....	45 35.7	24 38.1	10 30.3	14 46.7	21 33.3	8 26.7	13 39.4
3 .....	14 11.1	6 9.5	5 15.2	1 3.3	8 12.7	3 10.0	5 15.2
4 .....	13 10.3	6 9.5	4 12.1	2 6.7	7 11.1	4 13.3	3 9.1
5 .....	9 7.1	4 6.3	2 6.1	2 6.7	5 7.9	3 10.0	2 6.1
6 .....	6 4.8	2 3.2	2 6.1	- -	4 6.3	1 3.3	3 9.1
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	8 6.3	3 4.8	2 6.1	1 3.3	5 7.9	2 6.7	3 9.1
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.10 Beurteilung der Aussage (10)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." helfen Kindern und Jugendlichen gegenüber rauchenden Eltern oder Erwachsenen ihre Meinung besser auszudrücken. -  
 Frage 22

BP - abs  
 BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Mittelwert	3.3	3.3	3.4	3.1	3.2	3.2	3.1
1 Trifft voll und ganz zu.....	21 16.7	11 17.5	6 15.8	5 20.0	10 15.9	3 12.0	3 18.8
2 .....	38 30.2	15 23.8	10 26.3	5 20.0	23 36.5	11 44.0	3 31.1
3 .....	25 19.8	18 28.6	10 26.3	8 32.0	7 11.1	2 8.0	13 13.0
4 .....	8 6.3	3 4.8	1 2.6	2 8.0	5 7.9	1 4.0	10 10.0
5 .....	11 8.7	5 7.9	3 7.9	2 8.0	6 9.5	4 16.0	5 5.0
6 .....	9 7.1	2 3.2	1 2.6	1 4.0	7 11.1	4 16.0	7 7.0
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	14 11.1	9 14.3	7 18.4	2 8.0	5 7.9	-	13 13.0
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 34.10 Beurteilung der Aussage (10)  
 - Die Anzeigen "Es war einmal ..." helfen Kindern und Jugendlichen gegenüber rauchenden Eltern oder Erwachsenen ihre Meinung besser auszudrücken. -  
 Frage 22

BP - absolut  
 BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Mittelwert	3.3	3.0	3.3	2.6	3.5	3.5	3.6
1 Trifft voll und ganz zu.....	21 16.7	12 19.0	4 12.1	8 26.7	9 14.3	5 16.7	4 12.1
2 .....	38 30.2	18 28.6	7 21.2	11 36.7	20 31.7	9 30.0	11 33.3
3 .....	25 19.8	15 23.8	9 27.3	6 20.0	10 15.9	6 20.0	4 12.1
4 .....	8 6.3	6 9.5	6 18.2	- -	2 3.2	- -	2 6.1
5 .....	11 8.7	5 7.9	3 9.1	2 6.7	6 9.5	2 6.7	4 12.1
6 .....	9 7.1	3 4.8	2 6.1	1 3.3	6 9.5	3 10.0	3 9.1
7 Trifft ganz und gar nicht zu...	14 11.1	4 6.3	2 6.1	2 6.7	10 15.9	5 16.7	5 15.2
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 35.1 Glauben Sie, daß die gezeigte Anzeigenserie einen positiven Beitrag zum aktiven Nichtraucherschutz leistet?  
Frage 23.1

BP - abso  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Ja.....	90 71.4	42 66.7	26 68.4	16 64.0	48 76.2	16 64.0	38 84.2
Nein.....	36 28.6	21 33.3	12 31.6	9 36.0	15 23.8	9 36.0	12 15.8
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 35.1 Glauben Sie, daß die gezeigte Anzeigenserie einen positiven Beitrag zum aktiven Nichtraucherschutz leistet?  
Frage 23.1

BP - abso  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Ja.....	90 71.4	50 79.4	26 78.8	24 80.0	40 63.5	19 63.3	21 63.6
Nein.....	36 28.6	13 20.6	7 21.2	6 20.0	23 36.5	11 36.7	12 36.4
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 35.2 Anzeige trägt nicht zum Nichtraucherchutz bei  
 - Begründung -  
 Frage 23.2  
 Mehrfachnennungen

	BP - absolut		
	Gesamt	RAUCHER	NICHTRAUCHER
Basis:	36	21	15
Nennungen:	42	24	18
-----			
Raucher fühlen sich nicht angesprochen.....	6	4	2
Raucher ändern durch Anzeige ihr Verhalten nicht/sind unbelehrbar..	6	3	3
Zu harmlos, naiv, leicht.....	5	4	1
Nicht aussagekräftig genug.....	3	3	-
Problematik wird nicht deutlich...	2	1	1
Nicht auffällig/prägnant genug....	2	-	2
Nicht ansprechend genug.....	2	2	-
Kampagne wird sich keiner anschauen, unwirksam.....	2	1	1
Zusammenhänge unklar/falsch (z.B. Märchen - Nichtraucher).....	2	1	1
Dem Thema nicht angemessen.....	1	1	-
Nichtraucher brauchen keine zusätzlichen Argumente.....	1	1	-
Es gibt abschreckendere Beispiele (z.B. Raucherkrankheiten).....	1	1	-
Bilder zu sehr im Vordergrund.....	1	1	-
Untergründige Moral stört (jeder soll selber entscheiden, was er macht).....	1	-	1
Man sieht nicht sofort, worum es geht.....	1	-	1
Sprache zu kompliziert.....	1	-	1
Wird eventuell falsch verstanden, weil Werbung sonst eher anspricht als abschreckt.....	1	-	1
Der Staat nimmt Steuern durch Raucher ein und finanziert damit eine Anti-Rauch-Kampagne.....	1	1	-
Falsches Medium.....	1	-	1
Text zu lang.....	1	-	1
Drache ist kein gutes Symbol (er ist kraftvoll, das sollten sich Raucher gar nicht erst einreden)..	1	-	1
Keine Angaben.....	-	-	-
=====			

Tabelle 36 Letzter Schul-/Bildungsabschluß  
Frage 24.1

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	3
Hauptschulabschluß.....	15 11.9	12 19.0	7 18.4	5 20.0	3 4.8	1 4.0	5
Mittlere Reife.....	28 22.2	11 17.5	6 15.8	5 20.0	17 27.0	6 24.0	28
Abitur.....	58 46.0	27 42.9	17 44.7	10 40.0	31 49.2	12 48.0	50
Hochschulabschluß.....	15 11.9	8 12.7	7 18.4	1 4.0	7 11.1	4 16.0	7
Sonstiges.....	10 7.9	5 7.9	1 2.6	4 16.0	5 7.9	2 8.0	7
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 36 Letzter Schul-/Bildungsabschluß  
Frage 24.1

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männlich	weiblich	Gesamt	männlich	weiblich
Basis:	126	63	33	30	63	30	3
Hauptschulabschluß.....	15 11.9	7 11.1	6 18.2	1 3.3	8 12.7	4 13.3	12
Mittlere Reife.....	28 22.2	14 22.2	9 27.3	5 16.7	14 22.2	8 26.7	18
Abitur.....	58 46.0	30 47.6	13 39.4	17 56.7	28 44.4	13 43.3	45
Hochschulabschluß.....	15 11.9	3 4.8	-	3 10.0	12 19.0	5 16.7	21
Sonstiges.....	10 7.9	9 14.3	5 15.2	4 13.3	1 1.6	-	3
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 37 Ausgeübter Beruf  
Frage 19.2

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Arbeiter(in).....	3 2.4	3 4.8	- -	3 12.0	- -	- -	- -
Facharbeiter(in).....	5 4.0	4 6.3	4 10.5	- -	1 1.6	- -	1 2.6
Ltd. Angest./höhere(r) Beamte(r)...	14 11.1	8 12.7	5 13.2	3 12.0	6 9.5	2 8.0	4 10.5
Sonst. Angestellte(r)/Beamte(r)...	31 24.6	13 20.6	6 15.8	7 28.0	18 28.6	8 32.0	10 26.3
Landwirt(in).....	-	-	-	-	-	-	-
Freiberuflich tätig.....	6 4.8	3 4.8	3 7.9	- -	3 4.8	3 12.0	- -
Selbst. Unternehmer(in) <-10 Ang.>	6 4.8	6 9.5	6 15.8	- -	- -	- -	- -
Selbst. Untern. <mehr als 10 Ang.>	-	-	-	-	-	-	-
Rentner(in)/Vorruhestand.....	-	-	-	-	-	-	-
Hausfrau/Hausmann.....	9 7.1	5 7.9	5 13.2	- -	4 6.3	3 12.0	1 2.6
Schüler(in)/Student(in)/Azubi.....	39 31.0	12 19.0	5 13.2	7 28.0	27 42.9	8 32.0	19 50.0
Sonstiges.....	1 0.8	1 1.6	1 2.6	- -	- -	- -	- -
Z. Zt. nicht berufstätig.....	12 9.5	8 12.7	3 7.9	5 20.0	4 6.3	1 4.0	3 7.9
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-



Tabelle 37 Ausgeübter Beruf  
Frage 19.2

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	3
Arbeiter(in).....	3 2.4	3 4.8	2 6.1	1 3.3	- -	- -	- -
Facharbeiter(in).....	5 4.0	2 3.2	2 6.1	- -	3 4.8	3 10.0	- -
Ltd. Angest./höhere(r) Beamte(r)...	14 11.1	3 4.8	1 3.0	2 6.7	11 17.5	9 30.0	6. -
Sonst. Angestellte(r)/Beamte(r)...	31 24.6	11 17.5	11 33.3	- -	20 31.7	7 23.3	39. -
Landwirt(in).....	-	-	-	-	-	-	-
Freiberuflich tätig.....	6 4.8	- -	- -	- -	6 9.5	3 10.0	9. -
Selbst. Unternehmer(in) <-10 Ang.>	6 4.8	- -	- -	- -	6 9.5	4 13.3	6. -
Selbst. Untern. <mehr als 10 Ang.>	-	-	-	-	-	-	-
Rentner(in)/Vorruhestand.....	-	-	-	-	-	-	-
Hausfrau/Hausmann.....	9 7.1	- -	- -	- -	9 14.3	- -	27. -
Schüler(in)/Student(in)/Azubi.....	39 31.0	34 54.0	13 39.4	21 70.0	5 7.9	2 6.7	9. -
Sonstiges.....	1 0.8	- -	- -	- -	1 1.6	1 3.3	- -
Z. Zt. nicht berufstätig.....	12 9.5	10 15.9	4 12.1	6 20.0	2 3.2	1 3.3	3. -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 38.1 Rauchverhalten  
Frage 24.3

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
Habe nie geraucht.....	53 42.1	-	-	-	53 84.1	22 88.0	31 81.6
Habe geraucht.....	10 7.9	-	-	-	10 15.9	3 12.0	7 18.4
Rauche zur Zeit.....	63 50.0	63 100.0	38 100.0	25 100.0	-	-	-
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 38.1 Rauchverhalten  
Frage 24.3

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
Habe nie geraucht.....	53 42.1	29 46.0	15 45.5	14 46.7	24 38.1	11 36.7	13 39.4
Habe geraucht.....	10 7.9	5 7.9	3 9.1	2 6.7	5 7.9	2 6.7	3 9.1
Rauche zur Zeit.....	63 50.0	29 46.0	15 45.5	14 46.7	34 54.0	17 56.7	17 51.5
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 38.2 Zeitpunkt des Aufhörens mit dem Rauchen  
Frage 24.3

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	10	-	-	-	10	3	
Vor mehr als drei Monaten.....	1 10.0	-	-	-	1 10.0	1 33.3	
Vor mehr als einem halben Jahr....	-	-	-	-	-	-	
Vor mehr als einem Jahr.....	5 50.0	-	-	-	5 50.0	1 33.3	57.
Vor mehr als zwei Jahren.....	1 10.0	-	-	-	1 10.0	-	14.
Vor mehr als fünf Jahren.....	3 30.0	-	-	-	3 30.0	1 33.3	28.
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 38.2 Zeitpunkt des Aufhörens mit dem Rauchen  
Frage 24.3

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	10	5	3	2	5	2	
Vor mehr als drei Monaten.....	1 10.0	-	-	-	1 20.0	1 50.0	
Vor mehr als einem halben Jahr....	-	-	-	-	-	-	
Vor mehr als einem Jahr.....	5 50.0	4 80.0	3 100.0	1 50.0	1 20.0	1 50.0	
Vor mehr als zwei Jahren.....	1 10.0	-	-	-	1 20.0	-	33.
Vor mehr als fünf Jahren.....	3 30.0	1 20.0	-	1 50.0	2 40.0	-	66.
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 38.3 Anzahl der Zigaretten pro Tag  
Frage 24.3

BP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	63	63	38	25	-	-	-
Bis zu 5.....	13 20.6	13 20.6	10 26.3	3 12.0	-	-	-
6 bis 10.....	14 22.2	14 22.2	5 13.2	9 36.0	-	-	-
11 bis 15.....	8 12.7	8 12.7	6 15.8	2 8.0	-	-	-
16 bis 20.....	18 28.6	18 28.6	10 26.3	8 32.0	-	-	-
21 bis 30.....	8 12.7	8 12.7	5 13.2	3 12.0	-	-	-
30 bis 50.....	2 3.2	2 3.2	2 5.3	-	-	-	-
Mehr als 50.....	-	-	-	-	-	-	-
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 38.3 Anzahl der Zigaretten pro Tag  
Frage 24.3

BP - abso  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	wei- lic
Basis:	63	29	15	14	34	17	1
Bis zu 5.....	13 20.6	4 13.8	2 13.3	2 14.3	9 26.5	3 17.6	35.
6 bis 10.....	14 22.2	9 31.0	4 26.7	5 35.7	5 14.7	3 17.6	11.
11 bis 15.....	8 12.7	3 10.3	1 6.7	2 14.3	5 14.7	2 11.8	17.
<b>16 bis 20.....</b>	<b>18</b> <b>28.6</b>	<b>8</b> <b>27.6</b>	<b>7</b> <b>46.7</b>	<b>1</b> <b>7.1</b>	<b>10</b> <b>29.4</b>	<b>4</b> <b>23.5</b>	<b>35.</b>
21 bis 30.....	8 12.7	5 17.2	1 6.7	4 28.6	3 8.8	3 17.6	
30 bis 50.....	2 3.2	- -	- -	- -	2 5.9	2 11.8	
Mehr als 50.....	-	-	-	-	-	-	
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 39

Anzahl der Personen im Haushalt einschl. Befragungsperson  
Frage CBP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
Basis:	126	63	38	25	63	25	38
1 Person.....	15 11.9	5 7.9	- -	5 20.0	10 15.9	- -	10 26.3
2 Personen.....	17 13.5	7 11.1	2 5.3	5 20.0	10 15.9	1 4.0	9 23.7
3 Personen.....	55 43.7	30 47.6	24 63.2	6 24.0	25 39.7	14 56.0	11 28.9
4 bis 5 Personen.....	38 30.2	20 31.7	12 31.6	8 32.0	18 28.6	10 40.0	8 21.1
6 Personen und mehr.....	1 0.8	1 1.6	- -	1 4.0	- -	- -	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 39

Anzahl der Personen im Haushalt einschl. Befragungsperson  
Frage CBP - absolut  
BP - prozentual

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
Basis:	126	63	33	30	63	30	33
1 Person.....	15 11.9	7 11.1	4 12.1	3 10.0	8 12.7	7 23.3	1 3.0
2 Personen.....	17 13.5	11 17.5	6 18.2	5 16.7	6 9.5	2 6.7	4 12.1
3 Personen.....	55 43.7	19 30.2	8 24.2	11 36.7	36 57.1	19 63.3	17 51.5
4 bis 5 Personen.....	38 30.2	25 39.7	14 42.4	11 36.7	13 20.6	2 6.7	11 33.3
6 Personen und mehr.....	1 0.8	1 1.6	1 3.0	- -	- -	- -	- -
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	-

Tabelle 40 Anzahl der Kinder unter 15 Jahren im Haushalt  
Frage D

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	RAUCHER			NICHTRAUCHER		
		Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder	Gesamt	mit Kinder	ohne Kinder
<b>Basis:</b>	126	63	38	25	63	25	
Keine Kinder.....	63 50.0	25 39.7	- -	25 100.0	38 60.3	- -	100
1 Kind.....	50 39.7	32 50.8	32 84.2	- -	18 28.6	18 72.0	
2 Kinder.....	10 7.9	4 6.3	4 10.5	- -	6 9.5	6 24.0	
3 Kinder und mehr.....	3 2.4	2 3.2	2 5.3	- -	1 1.6	1 4.0	
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

Tabelle 40 Anzahl der Kinder unter 15 Jahren im Haushalt  
Frage D

BP - abs  
BP - prozent

	Gesamt	20 BIS 30 JAHRE			31 BIS 45 JAHRE		
		Gesamt	männ- lich	weib- lich	Gesamt	männ- lich	weib- lich
<b>Basis:</b>	126	63	33	30	63	30	33
Keine Kinder.....	63 50.0	50 79.4	28 84.8	22 73.3	13 20.6	8 26.7	15
1 Kind.....	50 39.7	9 14.3	4 12.1	5 16.7	41 65.1	22 73.3	10
2 Kinder.....	10 7.9	4 6.3	1 3.0	3 10.0	6 9.5	- -	18
3 Kinder und mehr.....	3 2.4	- -	- -	- -	3 4.8	- -	9
Keine Angaben.....	-	-	-	-	-	-	

## I. KURZFASSUNG

### 1. Wahrnehmung, Auffälligkeit, Erinnerung insgesamt

Nach Durchblättern eines Folders mit insgesamt zehn werblichen Anzeigen konnten sich 48,4% der 126 Befragten ungestützt an die Testanzeigen erinnern (sechs Foldertypen mit jeweils einer der sechs Anzeigen). Da unter den Umfeldanzeigen auch Anzeigen waren, die schon länger zu sehen sind und die werbliche Penetration entsprechend hoch ist (z.B. Stuyvesant "Come together": 71,4%), kann der Wahrnehmungswert für die bislang nicht bekannten Anzeigen der BZgA durchaus zufriedenstellen. Raucher haben die Anzeigen öfter wahrgenommen als Nichtraucher.

Unter den Anzeigen, die als besonders auffällig empfunden wurden, liegen die Testanzeigen nach "Obsession" (31,7%) - einer reinen Schwarz-Weiß-Anzeige - gemeinsam mit "Perrier" an zweiter Stelle (25,4%). Hier fallen die bekannteren Anzeigen wie z. B. Stuyvesant (7,9%) deutlich ab. Innerhalb der Motivreihe der Testanzeigen waren "Eier" (47,6%), danach "Schatz" (33,3%) und "Höhle" sowie "Schule" (jeweils 23,8%) die auffälligsten Motive.

Insgesamt erinnerten sich weitere 26,2% auf Nachfrage (Stimulus: "Es war einmal...") an die Testanzeigen. 25,4% konnten sich weder ungestützt noch gestützt erinnern.

Die Motive wurden unterschiedlich häufig wahrgenommen: "Höhle" (66,7%), "Schule" (61,9%) und "Eier" (57,1%) wurden öfter ungestützt erinnert als andere.

In methodisch vergleichbaren Untersuchungen aus den Jahren 1989 und 1990 (nicht-werbliche Anzeigen, Folder - allerdings Repräsentativ- und keine Quota-Stichprobe) haben wir für die "starken" Motive deutlich niedrigere (ungestützte) Wahrnehmungswerte ermittelt, obwohl die Motive bereits seit einigen Wochen über Anzeigen und Plakate bekannt waren. Insofern dürfen die ungestützten Wahrnehmungswerte auf Basis unserer Stichprobe sehr zufriedenstellen.

Insgesamt spontan häufiger erinnert an die Anzeigen haben sich Raucher (57,1%) als Nichtraucher, wobei Nichtraucher mit Kindern (48%) aufmerksamer waren als Nichtraucher ohne Kinder (34,2%).

### 2. Gefallen der Anzeigen

Spontan (ungestützt aus der Erinnerung) gefielen vor allem die Anzeigen "Eier" (Mittelwert auf einer Fünferskala (M) = 2.3), "Höhle" (M = 2.5) und "Schatz" (M = 2.6) recht gut. Schlechter bewertet wurden "Tisch" (M = 2.8), "Schule" (M = 2.9) und "Wagen" (M = 3.4). Insgesamt urteilten die Raucher (M = 2.9) schlechter als die Nichtraucher (M = 2.5).

Nach erneuter Vorlage der Motive verschlechterten sich die Werte etwas, wobei das Gefälle zwischen Rauchern (M = 3.3) und Nichtrauchern (M = 2.8) auf die Frage, wie die Anzeigen angesprochen haben, erhalten blieb.



Alles in allem betrachtet, gefielen am besten die Anzeigen "Schule" und "Eier", am wenigsten "Wagen" und "Schatz".

Die Gestaltung der Anzeigen kam insgesamt recht gut an: Raucher (M = 2,5) und Nichtraucher (M = 2,4) waren sich hier im wesentlichen einig. Am besten fanden sie Raucher ohne Kinder (M = 2,2; mit Kindern : M = 2,6).

### 3. Erkennbarkeit der Thematik

Auf den ersten Blick haben nur 17,5% erkannt, daß die Anzeigen das Thema "Rauchen" zum Gegenstand haben. Am häufigsten wurde die Thematik von Männern im Alter von 31 - 45 Jahren erkannt. Motivspezifisch wurde die Thematik bei "Wagen" deutlicher erkannt als bei anderen Motiven.

Befragte mit Kindern (Raucher: 23,7%; Nichtraucher: 20%) meinten öfter als andere, daß man die Thematik "Rauchen" auf Anhieb erkennt <ältere Befragte (25,4%) häufiger als jüngere (9,5%), Männer häufiger als Frauen>. Die Erkennbarkeit war bei den Motiven "Wagen" (42,9%) und mit großem Abstand "Schatz" (19%) am höchsten, am niedrigsten bei "Eier" (4,8%).

Da die Anzeigen an sich ja auffallen, muß es gerade beim Thema "Rauchen" kein Nachteil sein, wenn man die Thematik erst auf den zweiten Blick erkennt. Das mag gerade Rauchern den Zugang erleichtern.

### 4. Der Drache

Das "dargestellte große Tier" wurde von 81,7% als "Drache" identifiziert. 11,9% sahen darin einen "Dinosaurier" und 4% eine Mischung aus Drache und Dinosaurier. Bei Vorlage des Motivs "Höhle" wurde der Drache von allen Befragten identifiziert.

Der "Drache" als Raucher profiliert sich in den meisten Eigenschaftsdimensionen (Polaritätenprofil) im Mittelfeld: Er ist eher sympathisch als unsympathisch und eher harmlos als bedrohlich, er wirkt eher witzig/amüsant als albern. Er ist weder richtig freundlich noch unfreundlich, weder zeitgemäß noch überholt, weder richtig böse noch richtig gut: Er ist als Konstruktion einer für Raucher und Nichtraucher akzeptablen Leitfigur im Sinne der intendierten Kommunikationsstrategie durchaus gelungen: Raucher müssen ihn nicht rundweg ablehnen und Nichtraucher können ihn als nicht unsympathische Verkörperung wohlwollend akzeptieren.

Interessanterweise finden insgesamt 60,3% der Raucher mit Kindern gegenüber 41,2% der Nichtraucher, daß Raucher dem dargestellten (Raucher-) Drachen etwas Positives abgewinnen werden. Raucher konnten sich offenkundig - zumindest in unserer Stichprobe - mit dem dargestellten Raucher-Drachen-Typus öfter anfreunden als Nichtraucher dies dachten.

## 5. Botschaften und Verständlichkeit der Texte

Die wichtigsten Botschaften zum Thema "Rauchen" waren nach Meinung der Befragten in "Eier" (61,9%) und "Schule (50%), für 21,4% auch in "Höhle" enthalten.

Für knapp 80% waren die Texte im großen und ganzen verständlich, obwohl etliche auf Anhieb nicht so recht wußten, was in dem Text ausgesagt werden sollte. Einige verstanden die Textbotschaften falsch.

## 6. Märchenmotiv

96% aller Befragten verbinden mit "Märchen" eher angenehme Empfindungen. 86,5% sind der Meinung, daß Märchen nicht nur Kinder und Jugendliche, sondern auch Erwachsene ansprechen. Aufgrund der bisherigen Auswertungen scheint das Märchenmotiv auch für die Thematik des "Nichtraucherschutzes" eher akzeptiert als abgelehnt zu werden, wobei man allerdings zwei verschiedene Einstellungstypen feststellen kann: Eine größere Gruppe fand die Märchenform gut, weil sie auf interessante Weise das Thema einmal anders anpackt als sonst und die verschiedensten Gruppen anspricht. Viele sind die realistischen Darstellungen z.B. der Folgen des Rauchens (Röntgenaufnahme einer Raucherlunge) müde und finden deshalb die Märchenform ansprechend. Anderen (wenigeren) ist indes die Darstellung aus umgekehrter Perspektive zu verharmlosend oder sie finden die Verbindung von Märchen und Rauchen unpassend, in den Texten nicht stimmige Analogien, für Erwachsene (Raucher) zu kindlich umgesetzt.

Für 100% aller befragten Raucher und 92,1% aller Nichtraucher sind "Märchen" mit eher angenehmen Empfindungen verbunden. Raucher (89,5%) und Nichtraucher mit Kindern (92%) waren in hohem Maße der Meinung, daß Märchen auch Erwachsene ansprechen.

In der offenen Frage, was an den Anzeigen gut und was an ihnen weniger gut gefällt, wurde die Märchenform deutlich öfter positiv als kritisch erwähnt.

In einer anderen offenen Frage sollten bezogen auf die Märchenform (sowohl inhaltlich als auch gestalterisch) in Zusammenhang mit dem Thema "Rauchen" generelle Begründungen pro und contra zur Märchenform ausgesprochen werden. Die Aussagen beziehen sich auf formal-gestalterische Aspekte, auf Text und Inhalt. Knapp 74% der Begründungen heben positive Aspekte der Märchenform hervor, knapp 66% formulieren Einwände.

Für die Märchenform spricht, daß das Thema einmal anders als sonst angepackt wurde (21,4%). Die Idee als solche sei gut (10,3%), stelle eine "subtile", nette Art der Botschaft der Anzeige dar, die Märchenform passe zur Aussage/die Verbindung sei gelungen: Märchen hätten eine belehrende <positive> Funktion (7,9%).

15,9% der Raucher und Nichtraucher hielten diese Form gerade für Kinder/Jugendliche gut und 7,1% meinten nochmals, das spreche alle Altersgruppen an. Darüber hinaus wurden positive Äußerungen zu gestalterischen Aspekten bezogen auf die Botschaft gemacht.

Wer sich kritisch äußerte, meinte öfter, daß die Märchenform die Zielgruppe der Erwachsenen nicht so anspreche (18,3%) - was indes durch andere Aussagen relativiert wird - oder, daß die Botschaft/Intention (auf den ersten Blick) nicht klar genug verdeutlicht werde/man nicht sofort wisse, worum es geht (13,5%). 6,3% hielten die Darstellung für zu harmlos/verniedlichend und 4,8% vermißten den Bezug zur Realität des Rauchens.

10,3% bemängelten die Verbindung von Rauchen und Märchen als unpassend/nicht stimmig als Analogie, 7,1% meinten, dies würde keinen Raucher überzeugen.

Einige kritisierten in diesem Zusammenhang gestalterische Aspekte der Motive.

## **7. Bekanntheit und Gefallen des Mottos**

Ein Drittel der Befragten hatte das Motto "Ohne Rauch geht's auch" schon vor der Befragung einmal gehört oder gelesen.

Das Motto stößt vor allem bei Nichtrauchern auf hohe Akzeptanz ( $M = 1.9$ ), bei Rauchern ist der Mittelwert etwas schlechter ( $M = 2.6$ ). Über beide Gruppen betrachtet, liegt er bei dem guten Wert von  $M = 2.2$ .

Am kritischsten waren die Raucher mit Kindern ( $M = 2.7$ ), die wahrscheinlich die größten persönlichen Legitimations- und Rationalisierungsprobleme für ihr Verhalten haben dürften, wie sich auch aus anderen Fragen ablesen läßt.

## **8. Logo**

Signet in Verbindung mit Motto werden insgesamt mit  $M = 2.7$  bewertet. Personen mit Kindern urteilen schlechter als andere. Häufiger wurde (in anderen Fragen) moniert, daß das Logo insgesamt zu klein sei auf der Anzeige.

## **9. Akzeptanz der Kampagne**

71,4% aller Befragten meinen, daß die gezeigte Anzeigenserie einen positiven Beitrag zum aktiven Nichtraucherschutz leistet - dies meinen vor allem jüngere Leute bis 30 Jahre. Nichtraucher meinten dies zu 76,2% öfter als Raucher (66,7%).

92,9% der Befragten befürworten es grundsätzlich, daß die BZgA die Öffentlichkeit auf die Problematik des Nichtraucherschutzes hinweist.

## II. VERTIEFUNG EINZELNER ASPEKTE

### 1. Elemente spontaner Erinnerung

Unsere Befragungspersonen hatten verschiedene Möglichkeiten, die Botschaft der Anzeigen wahrzunehmen:

1. spontan und aus der Erinnerung nach Durchblättern des Folders,
2. in Beschäftigung mit der Folderanzeige nach erneuter Vorlage des Folders,
3. nach Vorlage aller Anzeigen als "Linie".

Interessant sind hier besonders die Stufen 1 und 2 - Stufen also, in denen die Befragungspersonen noch einen relativ neuen und frischen Kontakt zu einer bis dato nicht gesehenen Anzeige hatten. An was erinnerten sich die Befragten spontan, nachdem sie die Anzeigen im Folder gesehen und erinnert hatten?

Hängengeblieben sind motivübergreifend vor allem allgemein die Gestaltung (Comic/Cartoon usw.), die märchenhafte Form der Anzeige (mittelalterliche Figuren, Gebrüder Grimm), die sich vom restlichen werblichen Umfeld abhebt, weil solche Anzeigen ungewöhnlich oder neu seien. Das Bildmotiv und seine motivspezifisch unterschiedlichen Bildelemente wie Steinzeitfiguren/Höhlenmenschen, Höhle (Höhle), Schloß, Wald/Vorwald, Schatz (Schatz), Braten, Leute am Tisch/Kreis von Männern, Tiere (Tisch), geierverjagender Qualm, Drache/n auf Eiern, Turm/Berg, Adler/Raben (Eier) usw. werden beschrieben. Auffällig ist vor allem der Drache im Rahmen des jeweiligen Motivs, der von manchen beim flüchtigen Schauen und - ganz en vogue - als Dinosaurier wahrgenommen wird.

Der Text als solcher spielt bei der ersten spontanen Wahrnehmung eine geringere Rolle, eher Headline, Slogan und Botschaft, die vereinzelt aber auch falsch erinnert wurde wie z.B. "Früher ging es auch ohne Rauch" (Höhle), oder "Ohne Rauch geht's nicht" (Schatz), "Von

der Notwendigkeit des Rauchens" (Tisch) bzw. nicht falsch, aber verkürzt: "Gegen Rauchen". Negative Äußerungen waren selten.

(Vgl. Tabellen 5.1)

Als auffällig wurden vor allem der Drache und je nach Motiv - einzelne Bildelemente/-figuren bezeichnet. Auch hier wurden besonders "Es war einmal ..." und der Slogan genannt.

(Vgl. Tabellen 6)

Spontan und aus der ersten Erinnerung wurde die zentrale Aussage der Anzeigen motivübergreifend am häufigsten umschrieben mit "Gegen das Rauchen" oder "Ohne Rauch geht's auch". Seltener benannt wurden die spezielle Motivbotschaft bzw. der explizite Aspekt der Rücksichtnahme auf Nichtraucher und die allgemein schädigende Wirkung des Rauchens. Je nach Motiv wurden einzelne Motivbotschaften öfter wahrgenommen als andere "Ohne Rauch ..." wurde besonders bei "Schule", "Höhle" und "Wagen" als zentrale Aussage empfunden.

(Vgl. Tabellen 5.2)

Als Fazit auf Basis dieser ersten Wahrnehmungsebene kann man folgende Aspekte benennen:

- Die märchen-/comic-hafte Form fällt auf und gefällt vielen
- Beim flüchtigen Betrachten werden Headline ("Es war einmal") und Subline ("Das Märchen über die Notwendigkeit des Rauchens") bisweilen nur fragmentarisch wahrgenommen, was - über Verkürzungen - zur Umkehrung der intendierten Aussage führen kann wie bei "... von der Notwendigkeit des Rauchens" - hier wurde z.B. der Beginn "Das Märchen von ..." überlesen!
- Der Text spielte eine geringere Rolle, wurde aber bisweilen als zu lang empfunden: Auch hier wurden in - verkürzter - Wahrnehmung manchmal falsche Botschaften empfangen.

Möglicherweise ist der Text im Rahmen der spontanen, ersten Wahrnehmung einer Anzeige zu anspruchsvoll für die Übermittlung der Botschaft.

## 2. Verständnis der Botschaft

Bei der intensiveren Betrachtung der Anzeigen nach erneuter Vorlage wurden im wesentlichen vier Botschaften wahrgenommen, die nachfolgend dargestellt sind. In der Regel dominieren die drei ersten, jedoch motivspezifisch unterschiedlich stark:

- a) Rauchen stört andere/Raucher sollten auf Nichtraucher Rücksicht nehmen (öfters mit Bezügen auf die jeweils dargestellten Situationen)
- b) Gegen Rauchen/Man soll mit dem Rauchen aufhören
- c) Rauchen ist ungesund/gefährlich
- d) Rauchen ist (motivspezifisch mal mehr oder weniger häufig) aus bestimmten Gründen nicht mehr zeitgemäß/"out".

Diese verschiedenen Textbotschaften wurden - je nach Motiv - unterschiedlich häufig als "zentrale Botschaft" der konkreten Anzeige verstanden.

- a) Die Aspekte Nichtraucherschutz/Störung von Nichtrauchern durch Raucher wurde vor allem in den Motiven "Höhle", "Tisch" und - offenkundig mit sehr konkretem Erfahrungshintergrund - bei "Wagen" genannt.
- b) Daß man mit dem Rauchen aufhören soll, wurde als zentrale Botschaft immer wieder artikuliert, vor allem aber bei "Schatz" und "Wagen".
- c) Der Gesundheits-/Schädlichkeitsaspekt wurde besonders bei den Motiven "Höhle" und "Eier" wahrgenommen.

d) Rauchen als überholte, nicht mehr zeitgemäße Verhaltensweise vermittelten die Motive in unterschiedlichem Ausmaße, vor allem aber "Schatz", "Tisch" und "Schule".

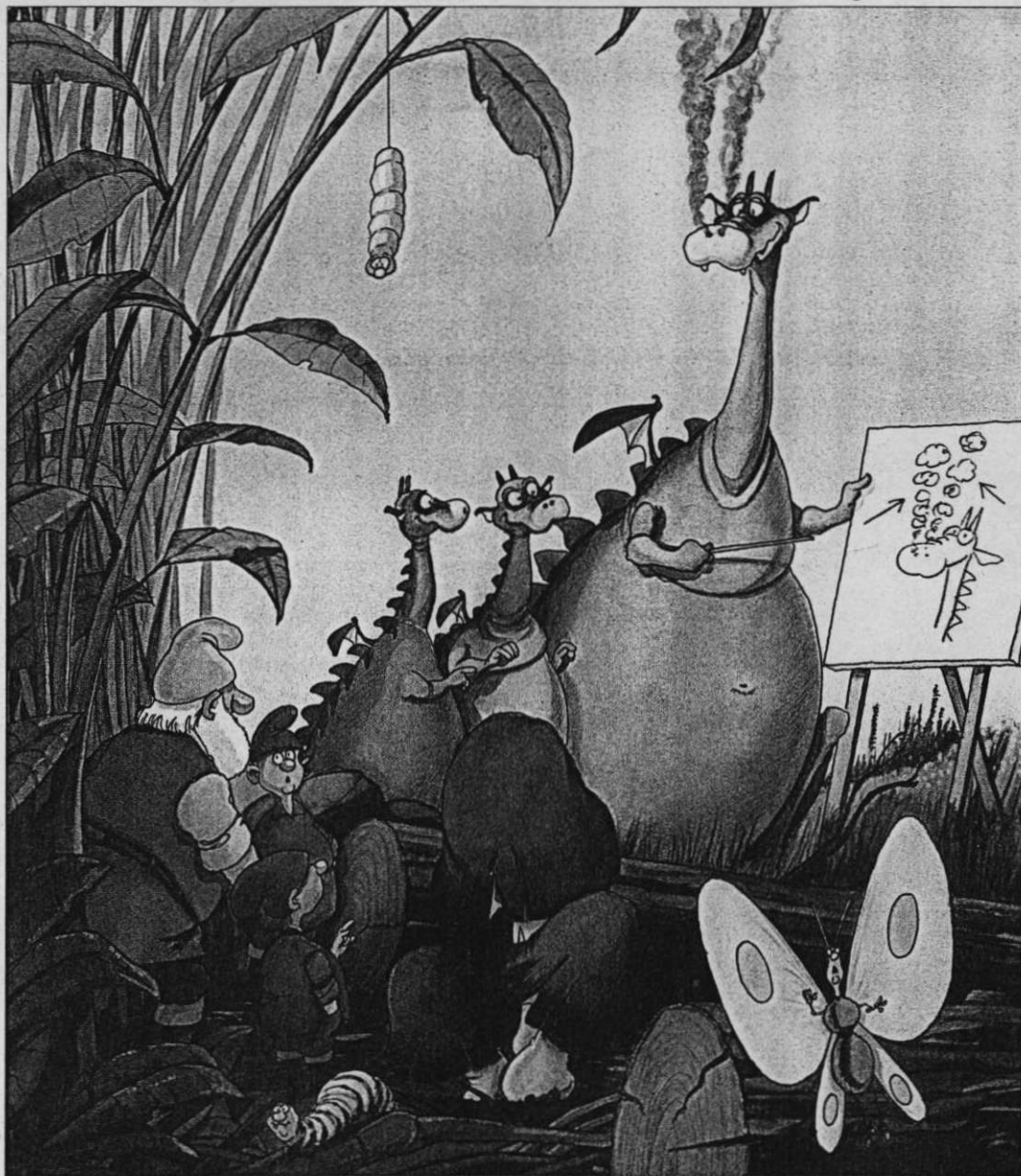
Auf die Frage nach der "gemeinsamen Botschaft aller Anzeigen" nach Vorlage aller Motive antworteten 52,4%, daß es um "nicht (mehr)/weniger Rauchen" ginge. 22,2% hoben den Gesundheitsaspekt hervor. 20,6% sagten, es ginge um Rücksichtnahme auf Nichtraucher und 13,5%, daß es auch ohne Rauchen ginge/Rauchen sei nicht nötig (Slogan). Rund 9% empfanden die Botschaft als "Rauchen ist out, nicht mehr zeitgemäß". Knapp 5% meinten, man solle sich Gedanken über das Rauchen machen.

Wie möchten an dieser Stelle nochmals darauf hinweisen, daß

- 1.) das Thema aufgrund der gewählten Form für etliche nicht auf Anhieb erkennbar ist, was aus unserer Sicht jedoch grundsätzlich keinen Nachteil bedeutet: Die Anzeige ist ungewöhnlich und auffällig im Spektrum anderer Anzeigen, was der Sache dient, indem sie Raucher und Nichtraucher aufmerksam macht.
- 2.) Allerdings sind die Textbotschaften zum einen vielfältig und zum anderen durch die Verquickung mit der Märchenform und mit dem Medium Anzeige nicht immer auf Anhieb verständlich. Die Texte sind in ihrer Aussagerichtung für etliche zu kompliziert - zu "sophisticated". Fast 9% haben bei einigen Anzeigenmotiven die Botschaft falsch verstanden wie das Einzelbeispiel "man sollte nur in geschlossenen Räumen rauchen" <"Höhle"> zeigt.
- 3.) Idee und formale Umsetzung halten wir grundsätzlich für gut. Sie werden von den Befragten weitgehend akzeptiert. Die Botschaften sollten jedoch eindeutiger und unmißverständlicher ausgedrückt werden, was mit dem Medium Anzeige wahrscheinlich schwieriger zu bewerkstelligen ist als mit anderen Medien.

# Es war einmal ...

Das Märchen von der Notwendigkeit des Rauchens



*... vor langer, langer Zeit, daß Erwachsene nichts dabei fanden, wenn schon Kinder rauchten. Schien es doch genussvoller Bestandteil des täglichen Lebens zu sein, wie Essen und Trinken. Lustvoll machten sie es ihnen immer wieder vor. Von Lust kann man heute nicht mehr sprechen, denn schon die Kleinsten wissen, daß sie sich mit dem Rauchen nur schaden. Ohne Rauch könnten alle befreit aufatmen!*

*Ist das nicht märchenhaft?*

Kostenloses Informationsmaterial  
zur Förderung des Nichtraucherens erhalten  
Sie bei der BZgA, 51101 Köln

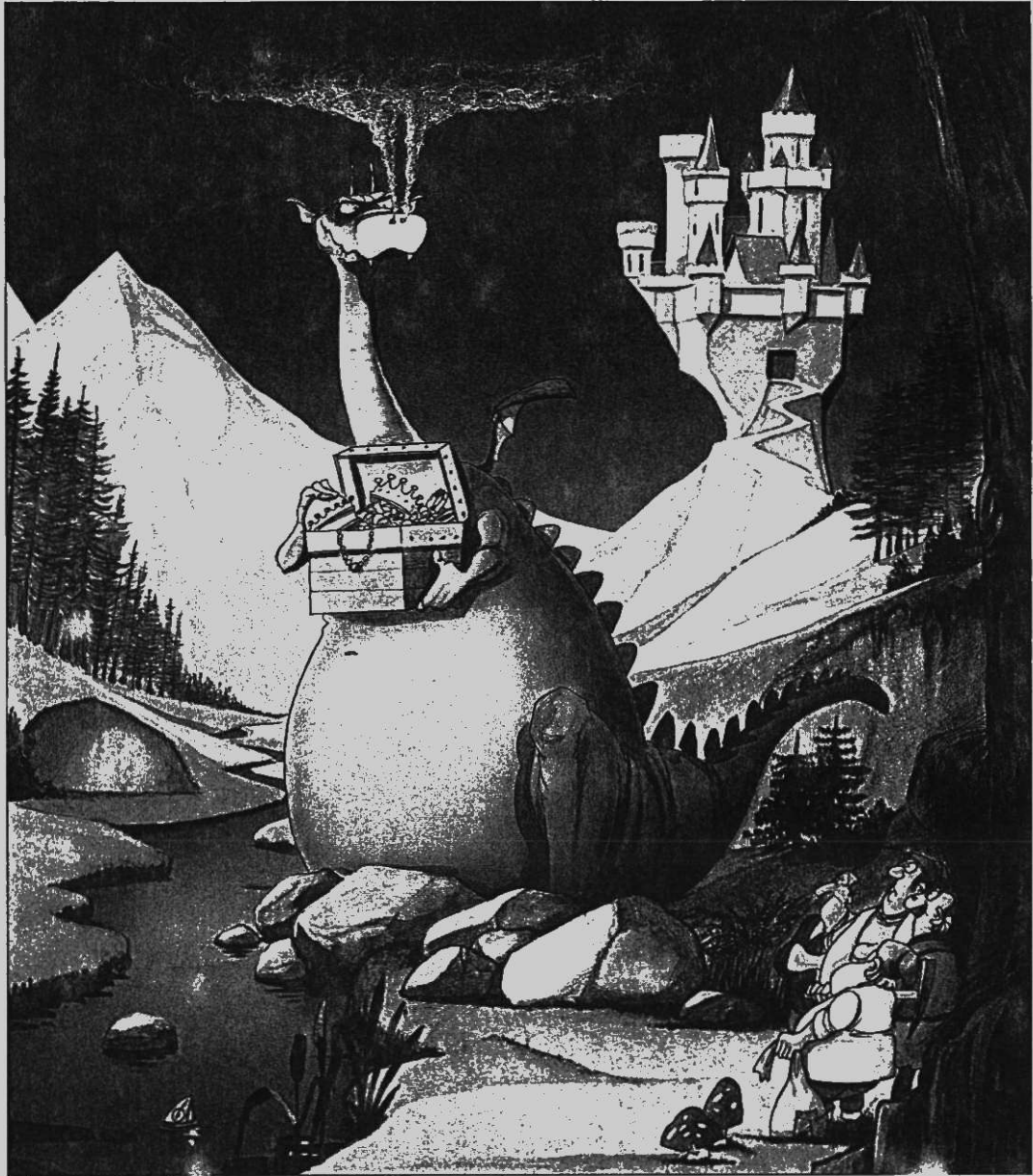
Ohne  
Rauch geht's auch

Eine Anzeige der Bundeszentrale für  
gesundheitliche Aufklärung



# Es war einmal ...

Das Märchen von der Notwendigkeit des Rauchens



*... vor lange, langer Zeit, daß man mit dem Rauchen noch so manchen nicht imponieren konnte. Auch zur Verteidigung von Schätzen konnten bedrohliche Rauchwolken nützlich sein. Heute, da die Zwerge und Gnome ausgestorben sind und Schätze nicht nur aus Geld bestehen, nützt uns das Rauchen sowieso nichts mehr - und wir können endlich damit aufhören.*

*Ist das nicht märchenhaft?*

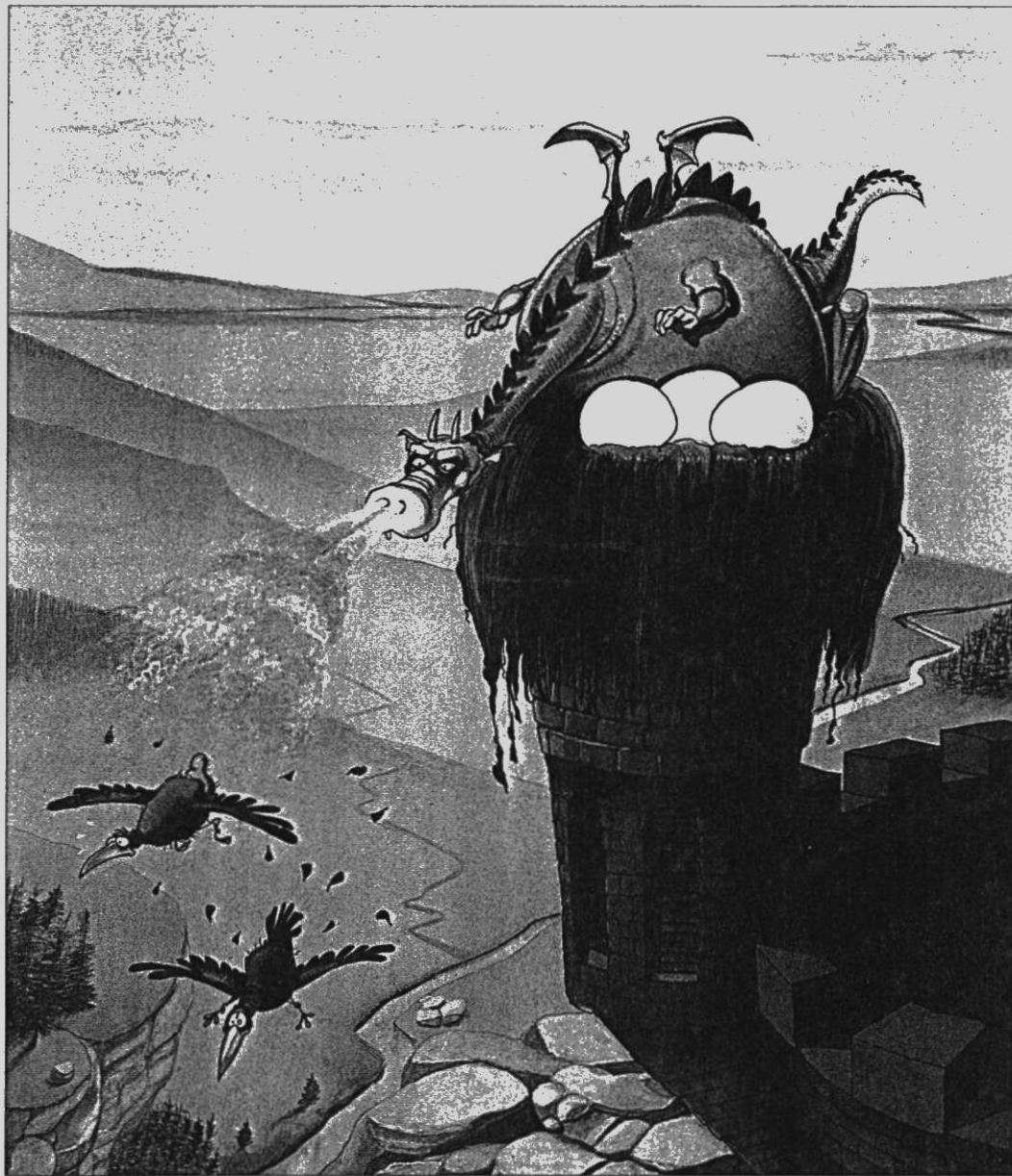
Kostenloses Informationsmaterial  
zur Förderung des Nichtrauchens erhalten  
Sie bei der BZgA, 51101 Köln

Ohne  
Rauch  
geht's auch

Eine Anzeige der Bundeszentrale für  
gesundheitliche Aufklärung

# Es war einmal ...

Das Märchen von der Notwendigkeit des Rauchens



*... vor langer, langer Zeit, daß werdende Mütter und Väter glaubten, ihren Nachwuchs durch kräftiges Rauchen schützen zu müssen. Heute wissen sie, daß sie ihm damit nur Schaden zufügen und können sich die anstrengende Raucherei ersparen.*

*Ist das nicht märchenhaft?*

Kostenloses Informationsmaterial  
zur Förderung des Nichtrauchens erhalten  
Sie bei der BZgA, 51101 Köln

Ohne  
Rauch  
geht's auch

Eine Anzeige der Bundeszentrale für  
gesundheitliche Aufklärung

# Es war einmal ...

Das Märchen von der Notwendigkeit des Rauchens



*... vor langer, langer Zeit, daß das Rauchen im Wagen erwünscht war. Schließlich war es die beste Möglichkeit, lästige Schmeißfliegen und Bremsen von den Pferden fernzuhalten. Zudem wurde manch' räuberisches Volk durch das bedrohliche Ausstoßen von Rauchwolken eingeschüchtert und hütete sich, dem Wagen zu nahe zu kommen. Heute, da die Pferde sich unter der Haube befinden und das räuberische Volk ohnehin mehr auf geparkte Fahrzeuge spekuliert, kann man sich und seinen Lieben den schädigenden Qualm während der Fahrt ersparen.*

*Ist das nicht märchenhaft?*

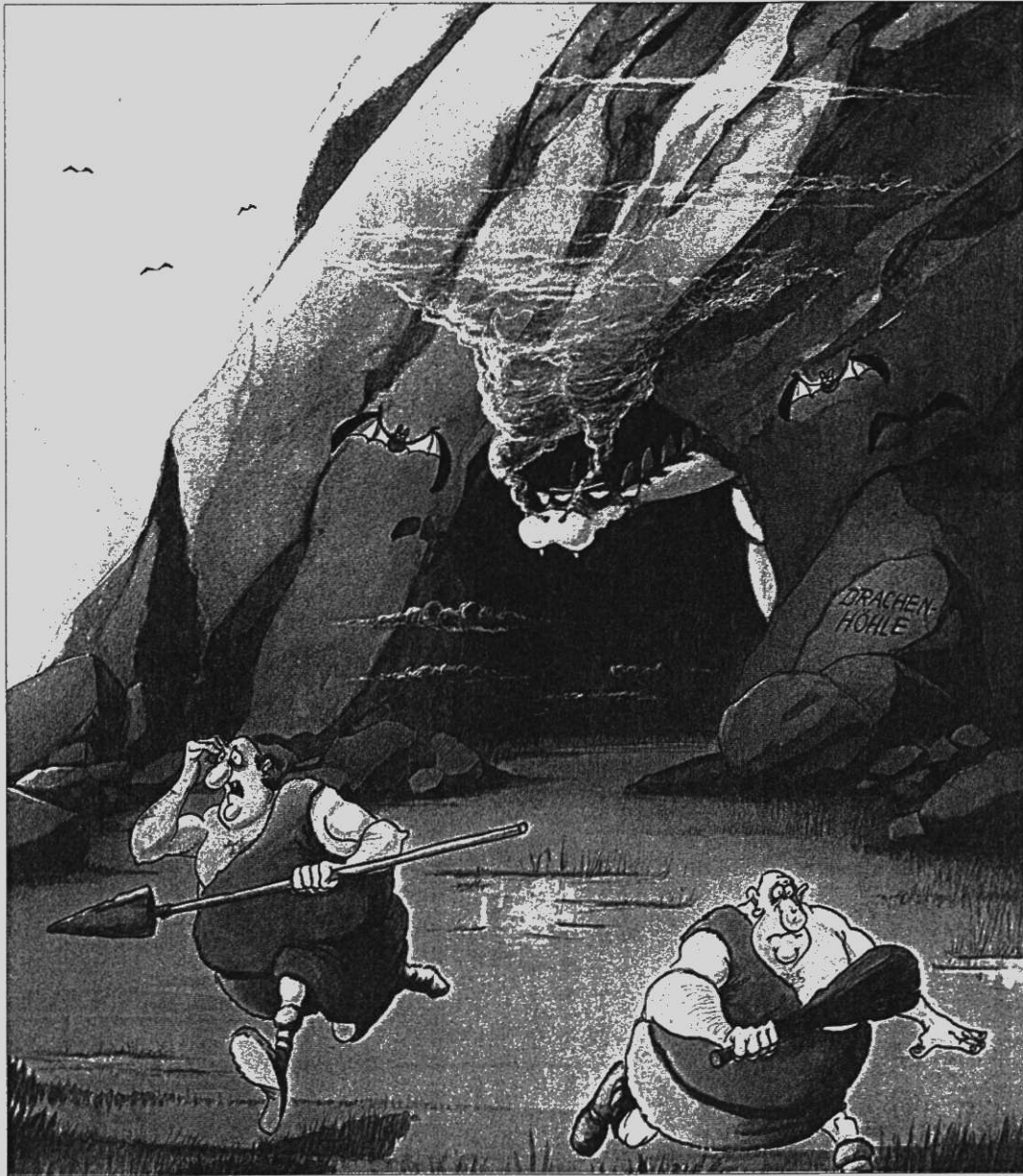
Kostenloses Informationsmaterial  
zur Förderung des Nichtrauchens erhalten  
Sie bei der BZgA, 51101 Köln

Ohne  
Rauch  
geht's auch

Eine Anzeige der Bundeszentrale für  
gesundheitliche Aufklärung

# Es war einmal ...

Das Märchen von der Notwendigkeit des Rauchens



*... vor langer, langer Zeit, daß kräftiges Rauchen in geschlossenen Räumen dazu benötigt wurde, die eigenen Interessen gegen andere massiv durchzusetzen. Heute, da man gelernt hat, miteinander vernünftig und sachbezogen zu verhandeln, stört intensives Rauchen nicht nur die Gesprächsatmosphäre. Man kann getrost darauf verzichten, kommt nicht mehr so schnell aus der Puste und behält einen längeren Atem.*

*Ist das nicht märchenhaft?*

Kostenloses Informationsmaterial  
zur Förderung des Nichtrauchens erhalten  
Sie bei der BZgA, 51101 Köln

Ohne  
Rauch  
geht's auch

Eine Anzeige der Bundeszentrale für  
gesundheitliche Aufklärung



# Es war einmal ...

Das Märchen von der Notwendigkeit des Rauchens



*... vor langer, langer Zeit, daß grobes Benehmen in Gesellschaft als besonders schicklich galt. Damals mußte man sich schon durch lautes Auftreten und kräftiges Rauchen Respekt verschaffen. Das konnte ganz schön anstrengend sein. Heute, da feinere Sitten gelten und gegenseitige Rücksichtnahme zum guten Ton gehört, kann man sich die Qualmerei in der Öffentlichkeit sparen.*

*Ist das nicht märchenhaft?*

Kostenloses Informationsmaterial  
zur Förderung des Nichtrauchens erhalten  
Sie bei der BZgA, 51101 Köln

Ohne  
Rauch  
geht's auch

Eine Anzeige der Bundeszentrale für  
gesundheitliche Aufklärung

- 1 -

## KURZBERICHT ZUR STUDIE "OHNE RAUCH GEHT'S AUCH"

### 1. Wahrnehmung, Auffälligkeit, Erinnerung insgesamt

Nach Durchblättern eines Folders mit insgesamt zehn werblichen Anzeigen konnten sich 48,4% der 126 Befragten ungestützt an die Testanzeigen erinnern (sechs Foldertypen mit jeweils einer der sechs Anzeigen). Da unter den Umfeldanzeigen auch Anzeigen waren, die schon länger zu sehen sind und die werbliche Penetration entsprechend hoch ist (z.B. Stuyvesant "Come together": 71,4%), kann der Wahrnehmungswert für die bislang nicht bekannten Anzeigen der BZgA durchaus zufriedenstellen. Raucher haben die Anzeigen öfter wahrgenommen als Nichtraucher.

Unter den Anzeigen, die als besonders auffällig empfunden wurden, liegen die Testanzeigen nach "Obsession" (31,7%) - einer reinen Schwarz-Weiß-Anzeige - gemeinsam mit "Penlier" an zweiter Stelle (25,4%). Hier fallen die bekannteren Anzeigen wie z. B. Stuyvesant (7,9%) deutlich ab. Innerhalb der Motivreihe der Testanzeigen waren "Eier" (47,6%), danach "Schatz" (33,3%) und "Höhle" sowie "Schule" (jeweils 23,8%) die auffälligsten Motive.

Insgesamt erinnerten sich weitere 26,2% auf Nachfrage (Stimulus: "Es war einmal...") an die Testanzeigen. 25,4% konnten sich weder ungestützt noch gestützt erinnern.

### 2. Gefallen der Anzeigen

Spontan (ungestützt aus der Erinnerung) gefielen vor allem die Anzeigen "Eier" (Mittelwert auf einer Fünferskala (M) = 2,3), "Höhle" (M = 2,5) und "Schatz" (M = 2,6) recht gut. Schlechter bewertet wurden "Tisch" (M = 2,8), "Schule" (M = 2,9) und "Wagen" (M = 3,4). Insgesamt urteilten die Raucher (M = 2,9) schlechter als die Nichtraucher (M = 2,5).

Nach erneuter Vorlage der Motive verschlechterten sich die Werte etwas, wobei das Gefälle zwischen Rauchern (M = 3,3) und Nichtrauchern (M = 2,8) auf die Frage, wie die Anzeigen angesprochen haben, erhalten blieb.

Alles in allem betrachtet, gefielen am besten die Anzeigen "Schule" und "Eier", am wenigsten "Wagen" und "Schatz".

Die Gestaltung der Anzeigen kam insgesamt recht gut an: Raucher (M = 2,5) und Nichtraucher (M = 2,4) waren sich hier im wesentlichen einig. Am besten fanden sie Raucher ohne Kinder (M = 2,2; mit Kindern: M = 2,6).

- 2 -

### 3. Erkennbarkeit der Thematik

Auf den ersten Blick haben nur 17,5% erkannt, daß die Anzeigen das Thema "Rauchen" zum Gegenstand hat. Am häufigsten wurde die Thematik von Männern im Alter von 31 - 45 Jahren erkannt. Motivspezifisch wurde die Thematik bei "Wagen" deutlicher erkannt als bei anderen Motiven.

### 4. Der Drache

Das "dargestellte große Tier" wurde von 81,7% als "Drache" identifiziert. 11,9% sahen darin einen "Dinosaurier" und 4% eine Mischung aus Drache und Dinosaurier. Bei Vorlage des Motivs "Höhle" wurde der Drache von allen Befragten identifiziert.

Der "Drache" als Raucher profiliert sich in den meisten Eigenschaftsdimensionen (Polaritätenprofil) im Mittelfeld: Er ist eher sympathisch als unsympathisch und eher harmlos als bedrohlich, er wirkt eher witzig/amüsant als albern. Er ist weder richtig freundlich noch unfreundlich, weder zeitgemäß noch überholt, weder richtig böse noch richtig gut. Er ist als Konstruktion einer für Raucher und Nichtraucher akzeptablen Leitfigur im Sinne der intendierten Kommunikationsstrategie durchaus gelungen: Raucher müssen ihn nicht rundweg ablehnen und Nichtraucher können ihn als nicht unsympathische Verkörperung wohlwollend akzeptieren.

### 5. Botschaften und Verständlichkeit der Texte

Die wichtigsten Botschaften zum Thema "Rauchen" waren nach Meinung der Befragten in "Eier" (61,9%) und "Schule" (50%), für 21,4% auch in "Höhle" enthalten.

Für knapp 80% waren die Texte im großen und ganzen verständlich, obwohl etliche auf Anhieb nicht so recht wußten, was in dem Text ausgesagt werden sollte.

### 6. Märchenmotiv

96% aller Befragten verbinden mit "Märchen" eher angenehme Empfindungen. 86,5% sind der Meinung, daß Märchen nicht nur Kinder und Jugendliche, sondern auch Erwachsene ansprechen. Aufgrund der bisherigen Auswertungen scheint das Märchenmotiv auch für die Thematik des "Nichtraucherschutzes" eher akzeptiert als abgelehnt zu werden, wobei man allerdings zwei verschiedene Einstellungstypen feststellen kann: Die einen fanden die Märchenform gut, weil sie auf interessante Weise das Thema einmal anders anpackt als sonst

- 2 -

## 6. Märchenmotiv

Für 100% aller befragten Raucher und 92,1% aller Nichtraucher sind "Märchen" mit eher angenehmen Empfindungen verbunden. Raucher (89,5%) und Nichtraucher mit Kindern (92%) waren in hohem Maße der Meinung, daß Märchen auch Erwachsene ansprechen.

Bei der offenen Frage, was an den Anzeigen gut und was an ihnen weniger gut gefällt, wurde die Märchenform deutlich öfter positiv als kritisch erwähnt.

In einer anderen offenen Frage sollten bezogen auf die Märchenform (sowohl inhaltlich als auch gestalterisch) in Zusammenhang mit dem Thema "Rauchen" generelle Begründungen pro und contra zur Märchenform ausgesprochen werden. Die Aussagen beziehen sich auf formal-gestalterische Aspekte, auf Text und Inhalt. Knapp 74% der Begründungen heben positive Aspekte der Märchenform hervor, knapp 66% formulieren Einwände.

Für die Märchenform spricht, daß das Thema einmal anders als sonst angepackt wurde (21,4%). Die Idee als solche sei gut (10,3%), stelle eine "subtile", nette Art der Botschaft der Anzeige dar, die Märchenform passe zur Aussage/die Verbindung sei gelungen: Märchen hätten eine belehrende <positive> Funktion (7,9%).

15,9% der Raucher und Nichtraucher hielten diese Form gerade für Kinder/Jugendliche gut und 7,1% meinten nochmals, das spreche alle Altersgruppen an. Darüber hinaus wurden positive Äußerungen zu gestalterischen Aspekten bezogen auf die Botschaft gemacht.

Wer sich kritisch äußerte, meinte öfter, daß die Märchenform die Zielgruppe der Erwachsenen nicht so anspreche (18,3%) - was indes durch andere Aussagen relativiert wird - oder, daß die Botschaft/Intention (auf den ersten Blick) nicht klar genug verdeutlicht werde/man nicht sofort wisse, worum es geht (13,5%). 6,3% hielten die Darstellung für zu harmlos/verniedlichend und 4,8% vermißten den Bezug zur Realität des Rauchens.

10,3% bemängelten die Verbindung von Rauchen und Märchen als unpassend/nicht stimmig als Analogie, 7,1% meinten, dies würde keinen Raucher überzeugen.

Einige kritisierten in diesem Zusammenhang gestalterische Aspekte der Motive.



- 3 -

und die verschiedensten Gruppen anspricht. Viele sind die realistischen Darstellungen z.B. der Folgen des Rauchens (Röntgenaufnahme einer Raucherlunge) müde und finden deshalb die Märchenform ansprechend. Anderen ist indes die Darstellung aus umgekehrter Perspektive zu verharmlosend oder sie finden die Verbindung von Märchen und Rauchen unpassend, in den Texten nicht stimmige Analogien, für Erwachsene (Raucher) zu kindlich umgesetzt.

< Herr Töppich: Diese offene Frage "pro" und "contra" Märchenmotiv für Thematik Rauchen ist noch nicht völlig ausgewertet; Tendenz geht aber auch auf Basis anderer Fragen eher zu "pro" >.

## 7. Bekanntheit und Gefallen des Mottos

Ein Drittel der Befragten hatten das Motto "Ohne Rauch geht's auch" schon vor der Befragung einmal gehört oder gelesen.

Das Motto stößt vor allem bei Nichtrauchern auf hohe Akzeptanz ( $M = 1.9$ ), bei Rauchern liegt der Mittelwert niedriger ( $M = 2.6$ ). Über beide Gruppen liegt er bei dem guten Wert von  $M = 2.2$ .

Am kritischsten waren die Raucher mit Kindern ( $M = 2.7$ ), die wahrscheinlich die größten persönlichen Legitimations- und Rationalisierungsprobleme für ihr Verhalten haben dürften, wie sich auch aus anderen Fragen ablesen läßt.

## 8. Logo

Signet in Verbindung mit Motto werden insgesamt mit  $M = 2.7$  bewertet. Personen mit Kindern urteilen schlechter als andere. Häufiger wurde (in anderen Fragen) moniert, daß das Logo insgesamt zu klein sei auf der Anzeig.

## 9. Akzeptanz der Kampagne

71,4% aller Befragten meinen, daß die gezeigte Anzeigenserie einen positiven Beitrag zum aktiven Nichtraucherschutz leistet - dies meinen vor allem jüngere Leute bis 30 Jahre. Nichtraucher meinten dies zu 76,2% öfter als Raucher (66,7%).

92,9% der Befragten befürworten es grundsätzlich, daß die BZgA die Öffentlichkeit auf die Problematik des Nichtraucherschutzes hinweist.

**Ergänzung zu den ersten Ergebnissen vom 20.5.1994  
(Studie "Ohne Rauch geht's auch")**

**1. Wahrnehmung**

Die Motive wurden unterschiedlich häufig wahrgenommen: "Höhle" (66,7%), "Schule" (61,9%) und "Eier" (57,1%) wurden öfter ungestützt erinnert als andere.

In methodisch vergleichbaren Untersuchungen aus den Jahren 1989 und 1990 (nicht-werbliche Anzeigen, Folder - allerdings Repräsentativ- und keine Quota-Stichprobe) haben wir für die "starken" Motive deutlich niedrigere (ungestützte) Wahrnehmungswerte ermittelt, obwohl die Motive bereits seit einigen Wochen über Anzeigen und Plakate bekannt waren. Insofern dürfen die ungestützten Wahrnehmungswerte auf Basis unserer Stichprobe sehr zufriedenstellen.

Insgesamt spontan häufiger erinnert an die Anzeigen haben sich Raucher (57,1%) als Nichtraucher, wobei Nichtraucher mit Kindern (48%) aufmerksamer waren als Nichtraucher ohne Kinder (34,2%).

**3. Erkennbarkeit der Thematik**

Befragte mit Kindern (Raucher: 23,7%; Nichtraucher: 20%) meinten öfter als andere, daß man die Thematik "Rauchen" auf Anhieb erkennt <ältere Befragte (25,4%) häufiger als jüngere (9,5%), Männer häufiger als Frauen>. Die Erkennbarkeit war bei den Motiven "Wagen" (42,9%) und mit großem Abstand "Schatz" (19%) am höchsten, am niedrigsten bei "Eier" (4,8%).

Da die Anzeigen an sich ja auffallen, muß es gerade beim Thema "Rauchen" kein Nachteil sein, wenn man die Thematik erst auf den zweiten Blick erkennt. Das mag gerade Rauchern den Zugang erleichtern.

**4. Drache**

Interessanterweise finden insgesamt 60,3% der Raucher mit Kindern gegenüber 41,2% der Nichtraucher, daß Raucher dem dargestellten (Raucher-) Drachen etwas Positives abgewinnen werden. Raucher konnten sich offenkundig - zumindest in unserer Stichprobe - mit dem dargestellten Raucher-Drachen-Typus öfter anfreunden als Nichtraucher dies dachten.