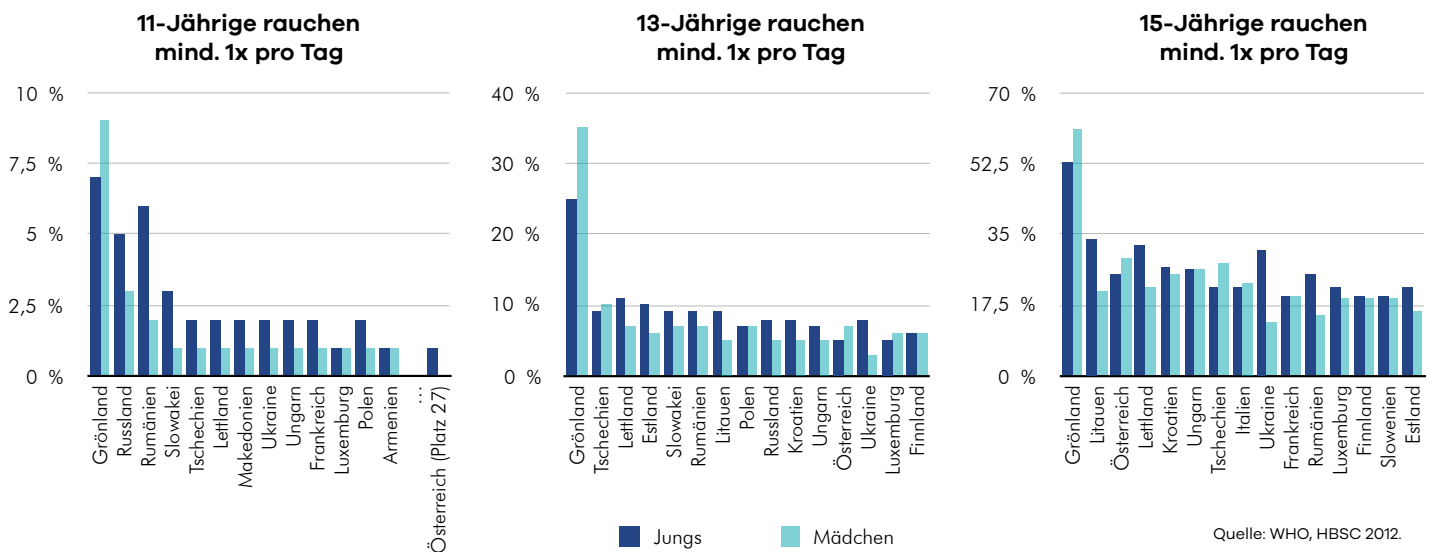




# Jugendliche RaucherInnen in Österreich & Europa

2009/10 wurden je 1.500 SchülerInnen im Alter von 11, 13 und 15 Jahren aus 33 Ländern Europas zu ihrem Rauchverhalten befragt. Die folgenden Diagramme zeigen, wie viele Jugendliche in welchem Alter mindestens einmal pro Woche rauchen.

**Entdecke Österreich in den Diagrammen und analysiere das Umfrageergebnis.**



1. Welcher Trend lässt sich in Sachen Anzahl jugendlicher RaucherInnen in Österreich mit 11, 13 bzw. 15 Jahren aus den Diagrammen ablesen? Was könnten die Gründe dafür sein?

.....

.....

.....

2. Vergleiche die Zahl rauchender Jungen und Mädchen. Welcher Trend lässt sich für Österreich ablesen? Entspricht dieser den anderen Ländern? Fallen dir mögliche Gründe dafür ein?

.....

.....

.....

3. Wie sieht es in eurem Umfeld aus? Könnt ihr die Umfrageergebnisse aus eurer Erfahrung heraus bestätigen?

.....

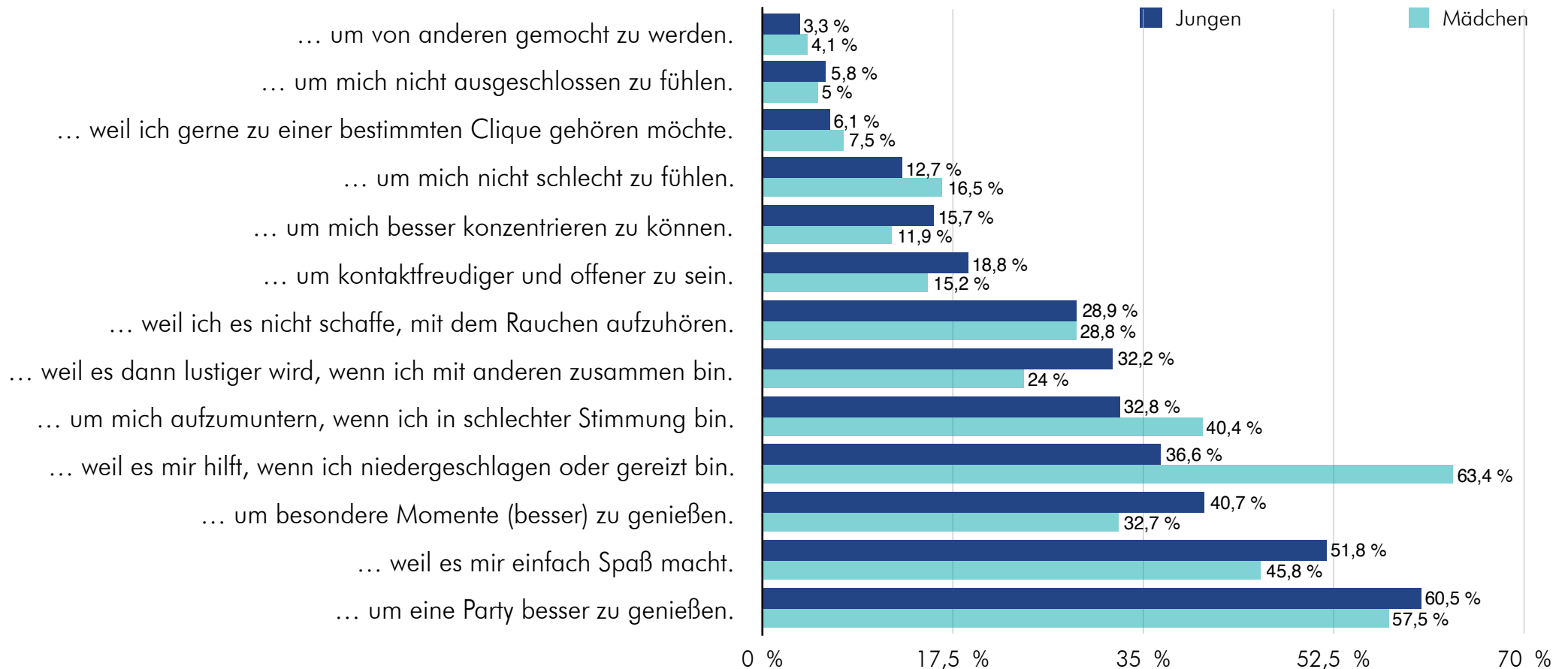
.....

.....



## Gesellschaftsphänomen Rauchen Warum rauchen wir?

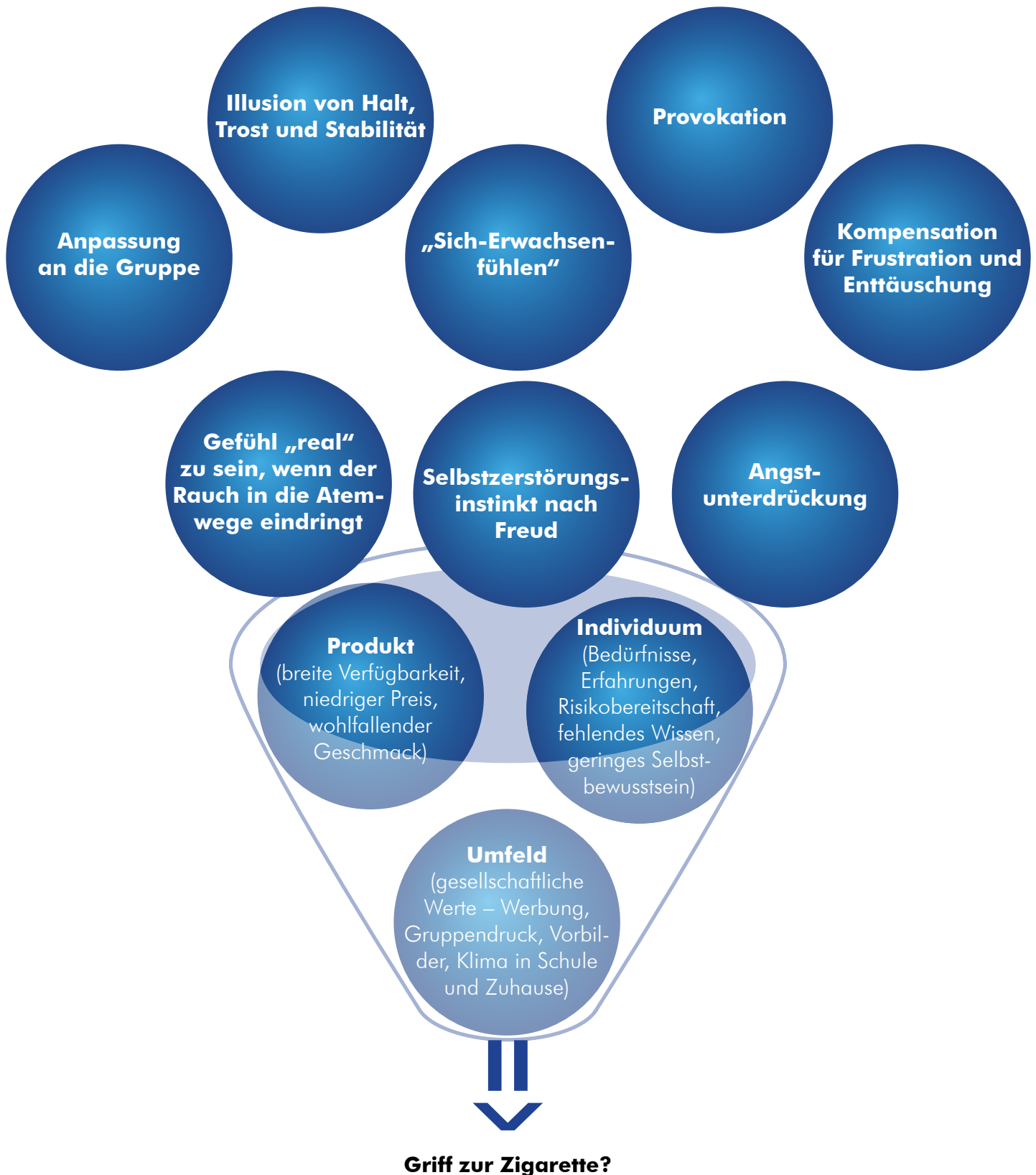
So antworten Jugendliche: Ich rauche,





# Warum wir rauchen.

So antworten ExpertInnen aus den Bereichen Gesundheit, Psychologie und Soziologie:





## Zigarettenwerbung?! Das ist doch verboten, oder?

### Werbung für Zigaretten

Seit 2006 ist Werbung für Tabakerzeugnisse in Österreich bis auf wenige Ausnahmen verboten. Weder im Kino noch auf Plakaten, im Radio, online oder mit Flyern darf heute für Zigaretten geworben werden. Auch österreichischen Zeitungen und Zeitschriften dürfen keine Werbung für Zigaretten schalten. Fernsehwerbung für Zigaretten ist hierzulande sogar schon seit den 1980ern nicht mehr erlaubt. Grundsätzlich darf Zigarettenwerbung keine Person zeigen, die jünger als 30 Jahre sein könnte, sie darf keine Comics beinhalten und auch für Prominente besteht Werbeverbot. In der Zigarettenwerbung darf außerdem nicht behauptet werden, dass eine bestimmte Marke oder Sorte weniger schädlich für die Gesundheit ist als eine andere.

Neben der klassischen Produktwerbung ist auch das Sponsoring von Veranstaltungen durch Tabakproduzenten verboten. Weiters gibt es ein Verkaufsverbot für Einzelzigaretten, unverpackte Zigaretten oder Zigarettenpackungen mit weniger als 20 Stück sowie ein Verbot für Preisreduktionen oder Gratisverteilung zu Werbezwecken.

### Aufgabenstellung: Wie werben?

Bildet 3 Teams. Jedes Team versucht, eine Antwort auf eine der drei Fragen zu finden:

1. Wo kann man heute in Österreich noch Zigarettenwerbung finden?
2. Wie erfährt man, dass eine neue Sorte am Markt ist?
3. Wofür brauchen Zigarettenhersteller ein Werbebudget, wenn die Bewerbung ihrer Produkte weitgehend gesetzlich verboten ist?

Haltet eure Ergebnisse stichwortartig fest.

### Aufgabenstellung: Präsentation & Diskussion & Zusammenführen der Ergebnisse

Jedes Team präsentiert seine Ergebnisse, die Mitglieder der beiden anderen Teams notieren sich dazu Stichwörter, die ihnen wichtig erscheinen.

Im Anschluss an die Präsentationen werden die gesammelten Ergebnisse eurer Gruppe auf einem Plakat dargestellt, um sie später der zweiten Hälfte der Klasse präsentieren zu können, die sich mit Warnhinweisen für Zigaretten auseinandergesetzt hat.



## Warnhinweise – muss das sein?!

In § 5 des Tabakgesetzes heißt es:

Packungen von Tabakerzeugnissen, die zum Rauchen bestimmt sind, müssen auf der am ehesten ins Auge fallenden Breitseite (Vorderseite) der Packung mit dem allgemeinen Warnhinweis 1. „Rauchen kann tödlich sein.“ oder 2. „Rauchen fügt Ihnen und den Menschen in Ihrer Umgebung erheblichen Schaden zu.“ versehen werden.

Zusätzlich dazu muss auch auf der Rückseite ein Warnhinweis angebracht sein.

Die gesetzlich vorgeschriebenen Warnhinweise müssen abwechselnd verwendet werden, sodass jeder Hinweis gleich oft vorkommt.

Für die Warnhinweise gelten Mindestgrößen: mindestens 30 % auf der Vorder- und 40 % auf der Rückseite. Selbst Art, Farbe und Größe der Schrift sind im Gesetz festgelegt.

### **Aufgabenstellung: Warnhinweise**

Bildet 3 Teams. Jedes Team findet eine Antwort auf eine der vier Fragen:

1. Sammelt mindestens 8 Warnhinweise für Zigarettenschachteln. Welche Warnhinweise findet ihr besonders sinnvoll? Welche weniger? Begründet eure Entscheidung.
2. Welche Warnhinweise würdet ihr auf Zigarettenschachteln drucken lassen, wenn ihr für das Gesundheitsministerium arbeiten würdet?
3. In Brasilien und Thailand sind sie schon verpflichtend, Australien hat sie in der Zwischenzeit gegen einheitliche Verpackungen für alle Marken ausgetauscht. Sollen Warnhinweise mit Bildern auch in Österreich verpflichtend werden?

### **Aufgabenstellung: Präsentation & Diskussion & Zusammenführen der Ergebnisse**

Jedes Team präsentiert seine Ergebnisse, die Mitglieder der beiden anderen Teams notieren sich dazu Stichwörter, die ihnen wichtig erscheinen.

Im Anschluss an die Präsentationen werden die gesammelten Ergebnisse eurer Gruppe auf einem Plakat dargestellt, um sie später der zweiten Hälfte der Klasse präsentieren zu können, die sich mit Zigarettenwerbung auseinandergesetzt hat.



## Qualmende Ausschnitte

Eine spezielle Art der Werbung ist die sogenannte „Produktplatzierung“, auf Englisch „Productplacement“. Dabei werden Produkte in Filme, Videospiele, Serien etc. eingebunden. Nachdem das Publikum diese nur unbewusst als Bestandteil der jeweiligen Handlung bzw. Szenerie wahrnimmt, spricht man in diesem Fall von unterschwelliger Werbung.

Diese Werbeform ist auch in Sachen Zigaretten und andere Rauchartikel zu finden. So rauchen zum Beispiel Carry Bradshaw in „Sex and the City“, Butch Coolidge (Bruce Willis) in „Pulp Fiction“ oder auch eine Frau in Robbie Williams Musikvideo „Come Undone“.

1. Welche Produkte sind dir im Zusammenhang mit Produktplatzierung bereits begegnet? Notiere die einzelnen Produkte und das Medium, in dem das Produkt platziert wurde.

.....

.....

.....

2. Hältst du Productplacement in Sachen Zigaretten und andere Rauchartikel für zielführend? Begründe deine Entscheidung.

.....

.....

.....

3. Das „Rezept“, nach dem Tabakwerbung schon in den 1970ern gestaltet wurde, um Jugendliche anzusprechen, lautet:

„Stelle die Zigarette als eines der wenigen Mittel dar, durch die man Zugang zur Welt der Erwachsenen gewinnt. Stelle die Zigarette als verbotenes Vergnügen dar. Stelle Situationen aus dem täglichen Leben junger RaucherInnen dar, aber berühre dabei elegant die wichtigsten Symbole des Erwachsen- und Reif-Werdens. Versuche alles – im Rahmen des Erlaubten – um Zigaretten mit Wein, Bier, Sex, usw. in Verbindung zu bringen. Vermeide das Thema Gesundheit.“

(Dokument A901268 – May 26, 1975 „What Have We Learned From People?“)

Denkst du, dass dieses Rezept tatsächlich auch heute noch gilt? Begründe deine Entscheidung.

.....

.....

.....



## Qualmende Ausschnitte

Online     TV     Kino     Sonstiges, nämlich .....

Medium (Name der Sendung, des Musikvideos, der Internetseite etc.)

.....

Zielgruppe des Mediums

.....

Uhrzeit

.....

Wer hat geraucht?

.....

Wird die Person negativ oder positiv dargestellt?

negativ                       positiv

Nenne drei Adjektive, wie die rauchende Person insgesamt dargestellt wird.

.....

In welchem inhaltlichen Zusammenhang bzw. welcher Szene wird geraucht?

.....

.....

Kann man eine bestimmte Marke erkennen?

.....

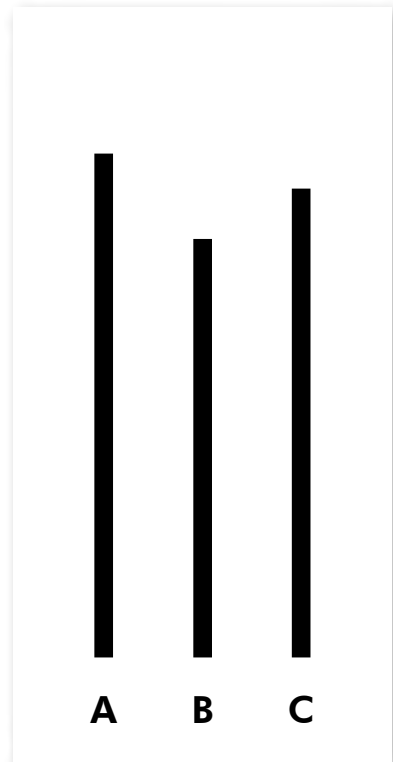
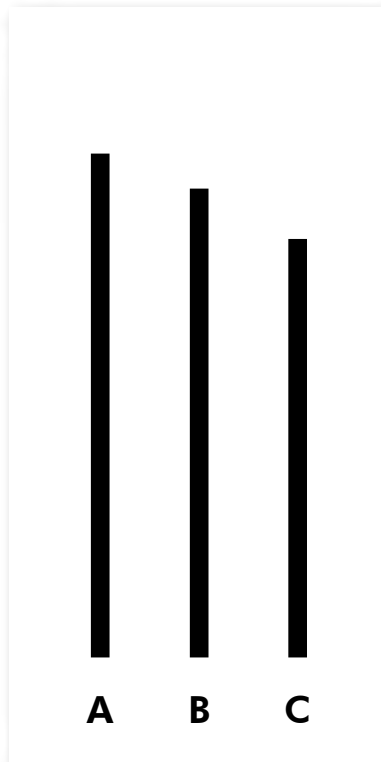
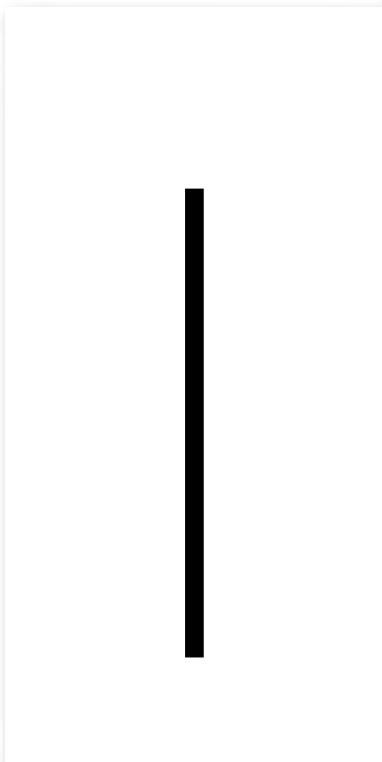
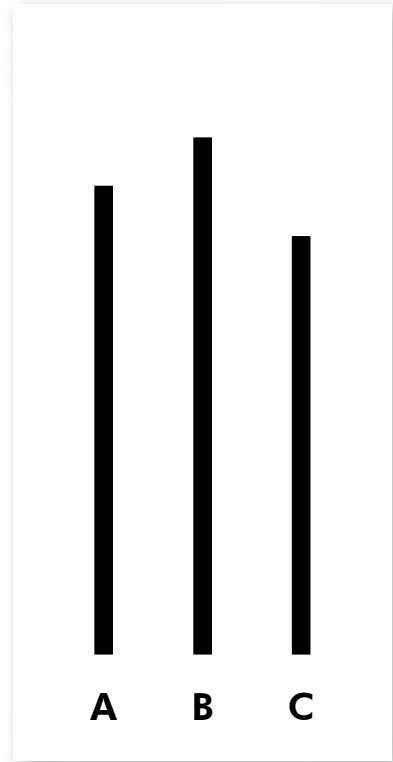
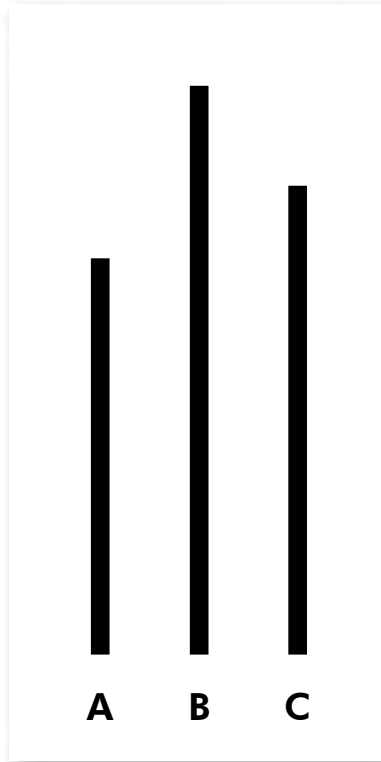
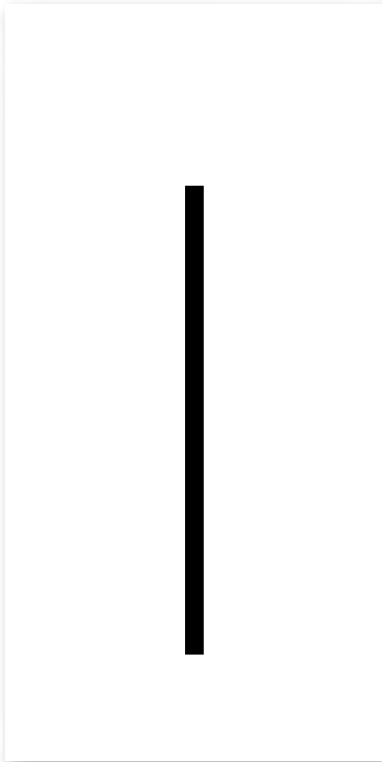
Gibt es Überschneidungspunkte mit dem „Rezept“ der Tabakwerbung? Wenn ja, welche?

.....

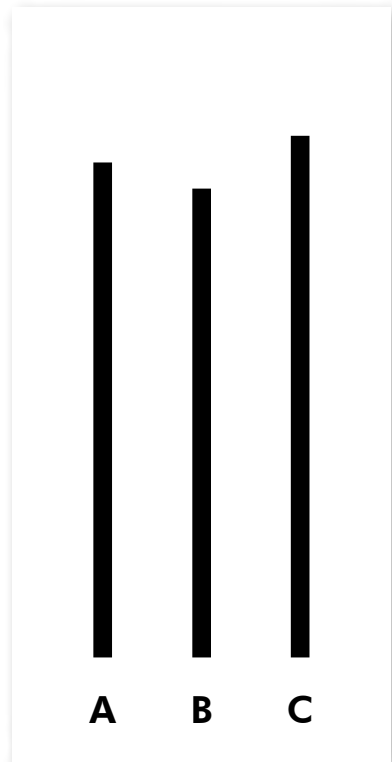
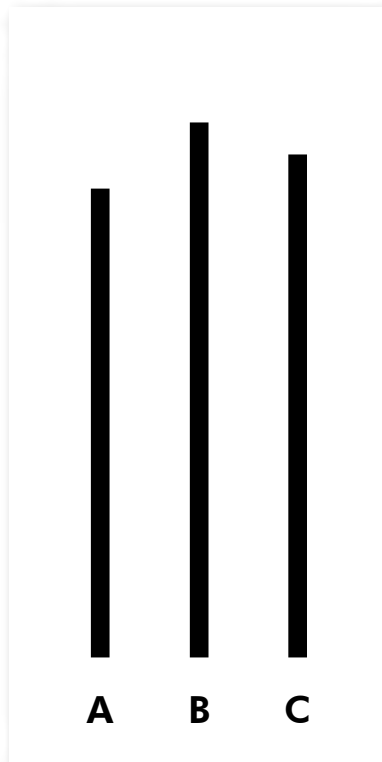
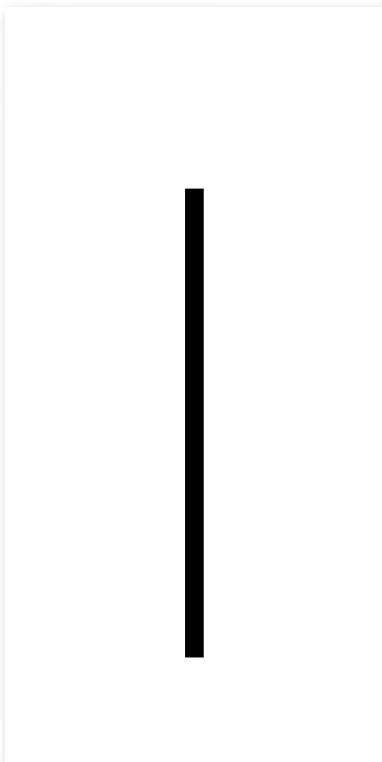
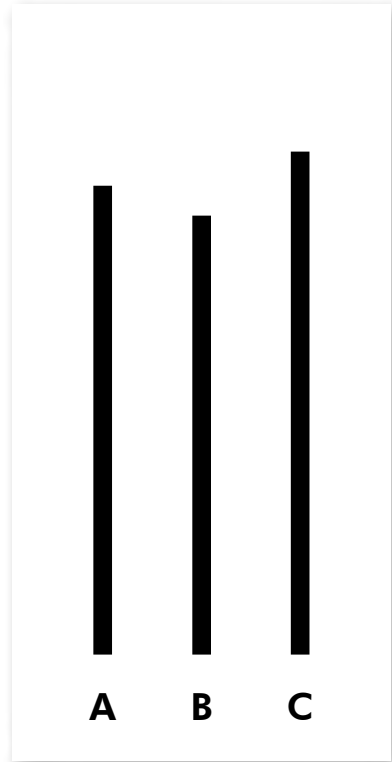
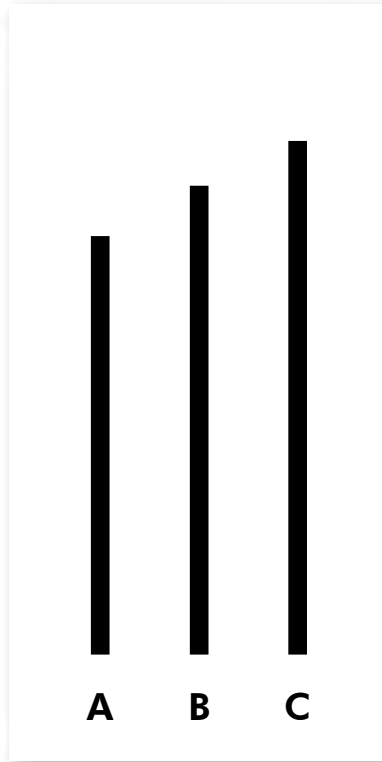
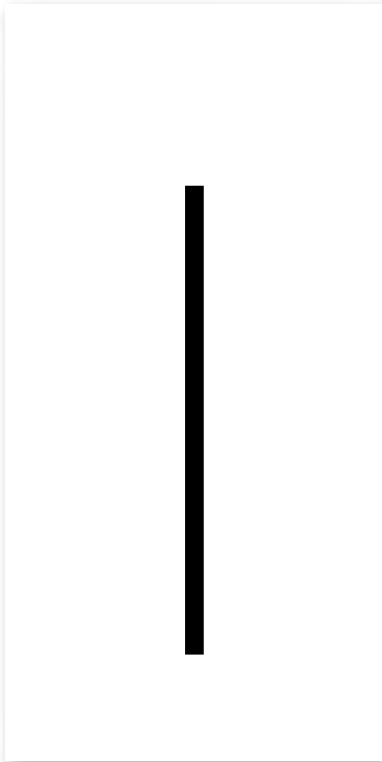
.....



## Alarm – Gruppenzwang!









## Alarm – Gruppenzwang!

### Aufgabenstellung für Gruppenmitglieder

Du warst soeben Teil des sogenannten Asch-Experiments. Das ist ein Experiment, mit dem der Psychologe Salomon Asch 1951 untersuchte, wie sehr sich einzelne Menschen von Gruppen beeinflussen lassen. Es zeigt, wie viel Macht Gruppen selbst dann haben können, wenn niemand in der Gruppe versucht, absichtlich Druck auszuüben oder zu drohen.

1. Wie hast du dich als Teil der Gruppe gefühlt, als falsche Antworten von euch gegeben wurden?

.....

2. Wie, glaubst du, hat sich die nicht ins Experiment eingeweihte Testperson gefühlt, als alle Gruppenmitglieder eine falsche Antwort gegeben haben?

.....

3. Welche Reaktion auf die falschen Antworten hast du von der Testperson erwartet?

.....

4. Wie hat die Testperson auf die falschen Antworten der Gruppe reagiert?

.....

5. Glaubst du, dass es für die Testperson schwierig war, die eigene Meinung gegen jene der Gruppe zu verteidigen?

.....

.....

6. Denkst du, dass du deine Meinung vertreten hättest? Wenn ja, wie hättest du das angestellt?

.....

.....

7. Welche Faktoren erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass die Testperson ihre Antwort an die Gruppenmeinung anpasst?

.....

8. Welche Faktoren könn(t)en die Testperson in der Beibehaltung der eigenen Meinung bestärken?

.....



## Alarm – Gruppenzwang!

### Aufgabenstellung für Testpersonen

Du warst soeben Teil des sogenannten Asch-Experiments. Das ist ein Experiment, mit dem der Psychologe Salomon Asch 1951 untersuchte, wie sehr sich einzelne Menschen von Gruppen beeinflussen lassen. Es zeigt, wie viel Macht Gruppen selbst dann haben können, wenn niemand in der Gruppe versucht, absichtlich Druck auszuüben oder zu drohen.

1. Was hast du dir als gedacht, als alle anderen plötzlich eine falsche Antwort gegeben haben?

.....

2. Wie, glaubst du, haben sich die ins Experiment eingeweihten Gruppenmitglieder dabei gefühlt?

.....

3. Was denkst du, welche Reaktion haben wohl die Gruppenmitglieder von dir erwartet, als falsch geantwortet wurde?

.....

4. Wie hast du auf die falschen Antworten der Gruppe reagiert?

.....

5. Wie hat die Gruppe deine Antwort reagiert?

.....

6. War es schwierig für dich, dich gegen die (falschen) Antworten der Gruppe zu entscheiden?

.....

7. Wie, glaubst du, hätten die anderen an deiner Stelle reagiert?

.....

8. Würdest du bei einem weiteren Versuch genauso reagieren, wie du es getan hast, oder würdest du etwas ändern? Wenn ja, was würdest du anders machen?

.....

9. Welche Faktoren erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass die Testperson ihre Antwort an die Gruppenmeinung anpasst?

.....

10. Welche Faktoren könn(t)en die Testperson in der Beibehaltung der eigenen Meinung bestärken?

.....



## Alarm – Gruppenzwang!

Ihr habt einen Ausschnitt aus dem sogenannten Asch-Experiment gesehen. Das ist ein Experiment, mit dem der Psychologe Salomon Asch 1951 untersuchte, wie sehr sich einzelne Menschen von Gruppen beeinflussen lassen. Es zeigt, wie viel Macht Gruppen selbst dann haben können, wenn niemand in der Gruppe versucht, absichtlich Druck auszuüben oder zu drohen.

1. Was, glaubt ihr, denkt sich die Testperson, wenn alle anderen plötzlich eine falsche Antwort geben? Wie fühlt sie sich?

.....

.....

2. Welche Möglichkeiten hat die Testperson, um auf die Gruppe zu reagieren?

.....

.....

3. Ist es für die Testperson schwierig, gegen die Meinung der Gruppe anzukommen?

.....

.....

4. Glaubt ihr, dass ihr eure Meinung vertreten hättet? Wenn ja, wie hättet ihr das angestellt?

.....

.....

5. Welche Faktoren erhöhen die Anpassung der Testperson an die Gruppenmeinung?

.....

.....

6. Welche Faktoren könn(t)en die Testperson in der Beibehaltung ihrer eigenen Meinung bestärken?

.....

.....



## SOS gegen Gruppenzwang

### Marlon will eigentlich nicht rauchen ...

Marlons Eltern sind übers Wochenende zu Verwandten gefahren und haben ihm erlaubt, seine SchulfreundInnen einzuladen.

Diese Gelegenheit lässt sich Marlon nicht entgehen und organisiert eine kleine Party in der Wohnung. Sein bester Freund Tim hat eine Packung Zigaretten dabei. Begeistert werden diese herumgereicht. Marlon soll natürlich auch mitmachen.



### Sabine will eigentlich nicht klauen ...

Sabine will mit ihren FreundInnen gemeinsam am Bahnhof Süßigkeiten und eine Zeitschrift kaufen. Allerdings hat niemand Geld dabei. Die FreundInnen meinen, sie solle die Sachen einfach einstecken, es würde schon niemand merken. Und Alarmsystem gäbe es soundso keines.

### Hamid will eigentlich nicht beim Schummeln unterstützen ...

Hamid und seine MitschülerInnen haben in der nächsten Stunde Englischtest. Hamid hat viel gelernt und fühlt sich gut vorbereitet. Einige der MitschülerInnen hatten offensichtlich keine Lust zum Lernen und reden jetzt auf ihn ein, ihnen beim Schummeln zu helfen.

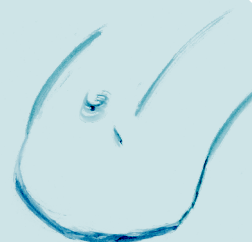


### Lena will eigentlich kein Bier trinken ...

Lena ist nachmittags mit ihren Freundinnen unterwegs, als sie plötzlich von ein paar Jungs angesprochen werden. Auch Andy, der Lena schon seit längerem sehr gefällt, ist dabei. Sie bleiben stehen und reden miteinander. Schnell zaubern die Jungs ein paar Dosen Bier aus ihren Rucksäcken und Andy bietet Lena eine Dose an.

### Fatma will eigentlich kein Zungenpiercing ...

Fatma und ihre Freundinnen sind totale Fans der neuen Popband. Sie wollen genauso cool sein wie ihre Vorbilder und haben sich deshalb letzte Woche alle ein Zungenpiercing stechen lassen. Nur Fatma nicht, weil sie mit den Eltern im Urlaub war. Jetzt ist eigentlich sie an der Reihe, aber Fatma hat Angst vor Nadeln ...





## SOS gegen Gruppenzwang

Jeder Mensch hat das Bedürfnis, von seinen Mitmenschen anerkannt, akzeptiert und geliebt zu werden. Dieser Wunsch kann so stark sein, dass man dafür vieles in Kauf nimmt bzw. sein Verhalten jenem der Gruppe, zu der man gehören möchte, unterordnet. Da wird dann etwas getan oder eben nicht getan, um dazuzugehören bzw. um als „cool“ zu gelten. Und das unabhängig davon, ob man das selbst eigentlich wirklich gut findet bzw. überhaupt möchte.

Im Widerspruch dazu steht, dass wir Menschen, die ihre eigene Meinung vertreten, meistens viel cooler finden als jene, die immer nur anderen nach dem Mund reden bzw. immer tun, was andere wollen, um diesen zu gefallen.

1. Wie siehst du das – wo fällt es am schwersten, die eigene Meinung zu vertreten und sich nicht dem Willen der Gruppe unterzuordnen? Ordne die verschiedenen Gruppen nach Schwierigkeitsgrad: „1“ steht für „am schwersten“, „5“ für „am einfachsten“.

- angesagteste Clique an der Schule
- Familie
- Freundeskreis
- Klasse
- Sportclub, Jugendclub bzw. sonstige Freizeitgruppe

Wähle jene Gruppe, bei der es am schwersten, und jene, bei der es am einfachsten fällt: Was unterscheidet diese beiden Gruppen voneinander? Was sind die Gründe dafür, dass es bei der einen Gruppe viel leichter fällt als bei der anderen, sich dieser nicht unterzuordnen, sondern die Meinung auch lautstark zu vertreten?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



2. Warum fällt es manchmal so schwer, die eigene Meinung zu vertreten? Was gibt es dabei zu verlieren?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Warum fällt es manchmal so schwer, etwas nicht zu tun, was alle anderen tun? Notiere dazu einige Stichwörter.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Was spricht dagegen, sich der Mehrheit unterzuordnen/anzupassen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....



5. Manche Menschen ordnen ihre Meinung der Mehrheit unter, andere nicht. Ordne die verschiedenen Eigenschaften jener Gruppe zu, mit der du sie eher verbindest. Du kannst die Liste noch durch weitere Eigenschaften ergänzen, die dir für eine Gruppe passend erscheinen.

	<b>Ja sagen wegen der Gruppe</b>	<b>Nein sagen trotz der Gruppe</b>
ängstlich		
konfliktscheu		
langweilig		
mutig		
selbstbewusst		
streitlustig		
tough		
unsicher		

6. Wir alle leben in Gemeinschaften: in der Familie, in der Schule, in der Gesellschaft. Damit dieses Zusammenleben möglichst ohne Konflikte funktioniert, müssen wir Kompromisse eingehen. Das heißt wir müssen so agieren, dass andere durch unser Verhalten nicht belästigt oder eingeschränkt werden. Ganz nach dem Motto „Was du nicht willst, das man dir tu, das füg auch keinem anderen zu.“ Um das sicherzustellen, gibt es Regeln: von der Hausordnung im Wohnhaus oder in der Schule bis hin zu gesetzlichen Regelungen. Erkläre, wo für dich der Unterschied zwischen Kompromissbereitschaft bzw. Rücksichtnahme auf andere und der Unterwerfung unter Gruppenzwang liegt.

.....

.....

.....

7. Last but not least: Wer beeindruckt dich mehr – jemand, der tut, was er für richtig hält, oder jemand, der etwas nur tut, um dazuzugehören?

.....

.....

.....