

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



**Meinungen zur neuen
Verordnung zum
Schutz vor Passivrauchen**



Mai 2010

Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- _ **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- _ **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- _ **Respondenten:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- _ **Sample-Grösse:** n = 502 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- _ **Erhebungszeitraum:** 14.05.2010 – 20.05.2010
- _ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- _ **Umfang:** 8 geschlossene Fragen
- _ **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath
- _ **Kontakt:** d.karobath@marketagent.com



Zusammensetzung des Samples:

Basis	502	in %
Geschlecht		
Männlich	248	49,4%
Weiblich	254	50,6%
Alter		
14 - 19 Jahre	50	10,0%
20 - 29 Jahre	90	17,9%
30 - 39 Jahre	120	23,9%
40 - 49 Jahre	133	26,5%
50 - 59 Jahre	109	21,7%
Ausbildungsniveau		
Primarschule, Real-, Sekundar-, Bezirksschule	51	10,2%
Berufsschule, Gewerbeschule, KV	251	50,0%
Mittelschule, Gymnasium, Seminar	61	12,2%
Fachhochschule, HWV, Technikum	73	14,5%
Universität, Hochschule, ETH	66	13,1%
Region		
Deutschschweiz	373	74,3%
Westschweiz	129	25,7%

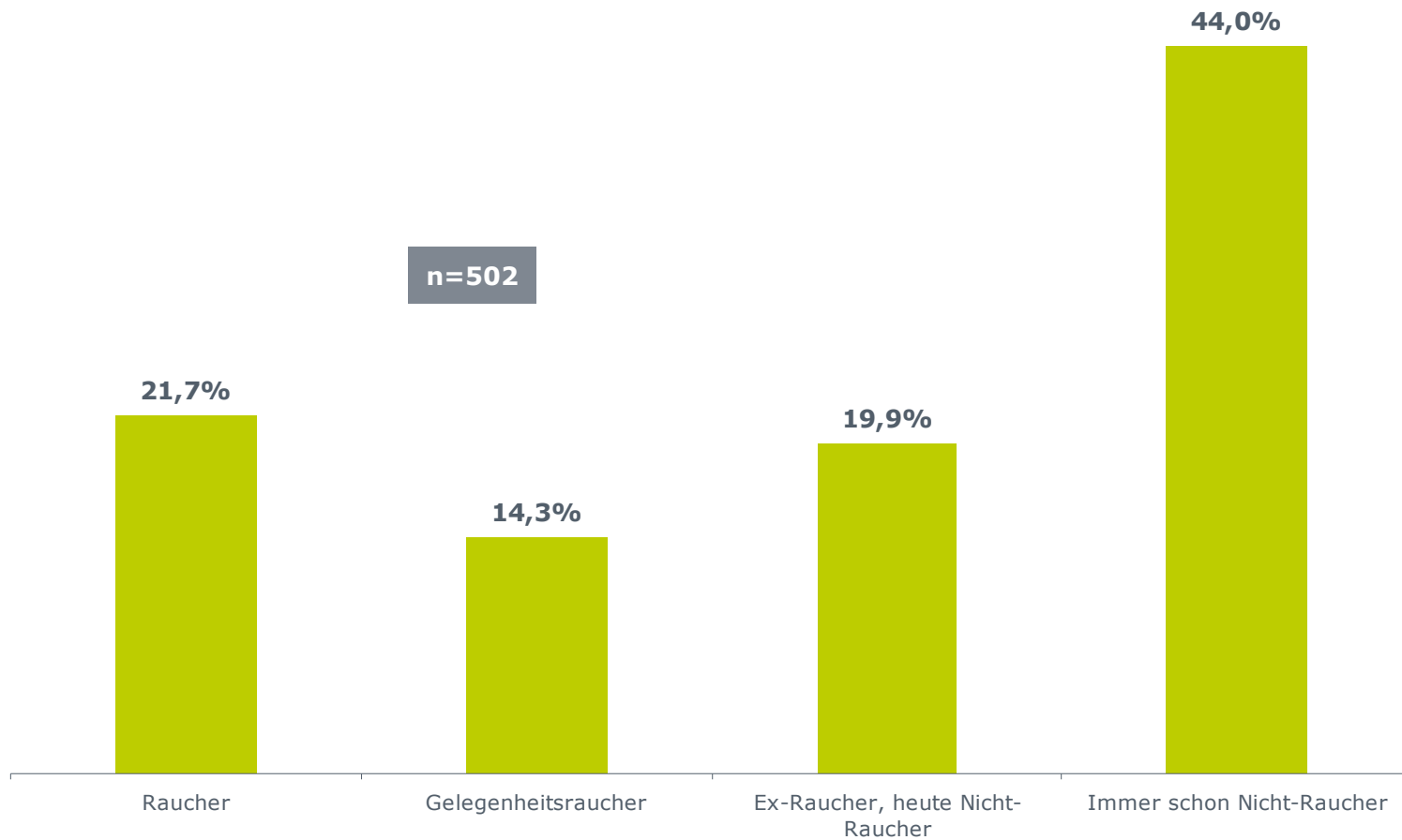


Die Ergebnisse:



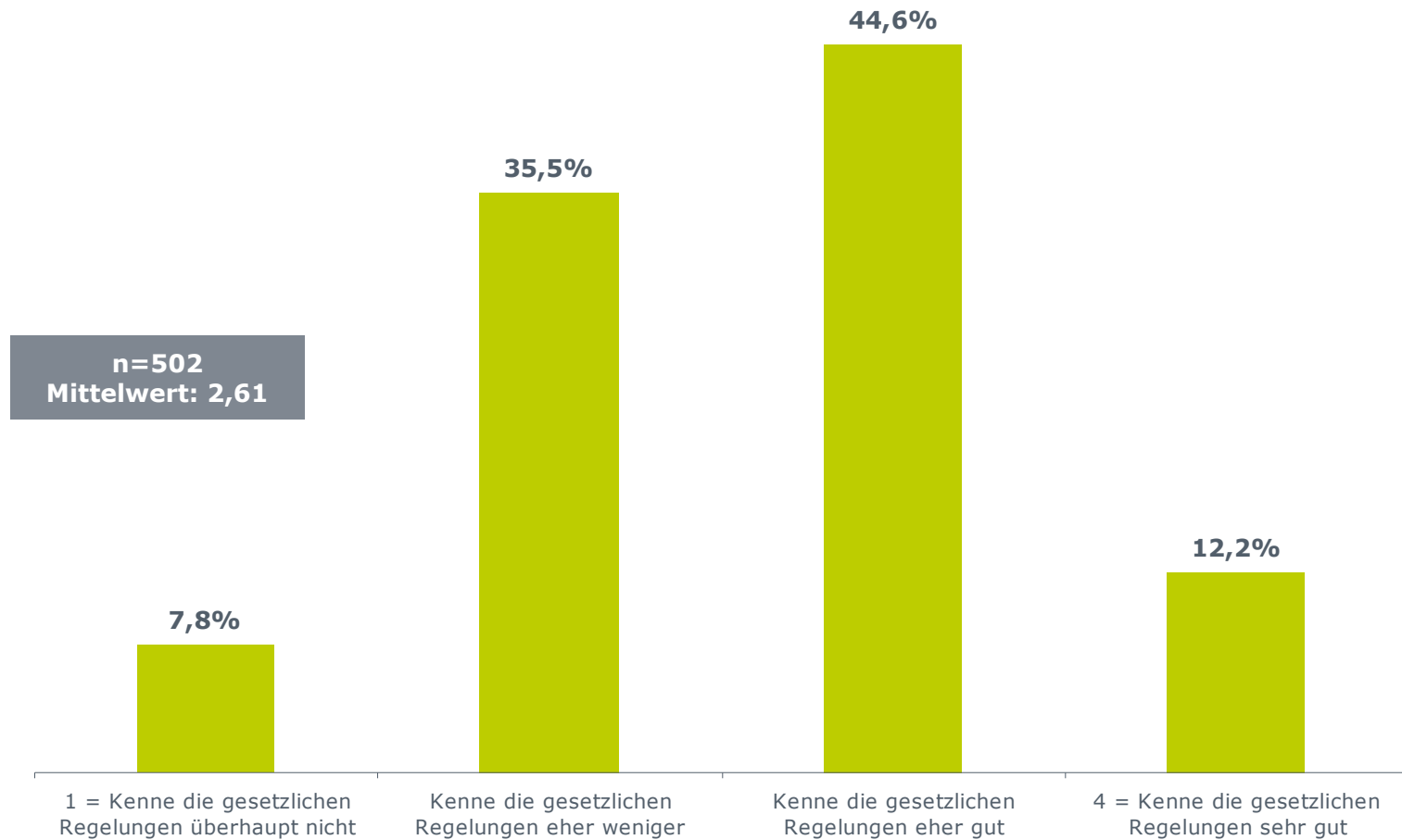
1. Welcher der folgenden Personengruppen würden Sie sich am ehesten zuordnen?

Rauchergruppe



2. Seit dem 1. Mai 2010 sind das Gesetz und die Verordnung zum Schutz vor Passivrauchen in Kraft. Wie gut sind Sie mit den neuen gesetzlichen Regelungen, die das Rauchen betreffen, vertraut?

Bekanntheit der gesetzlichen Regelungen bzgl. des Schutzes vor Passivrauchen



2. Seit dem 1. Mai 2010 sind das Gesetz und die Verordnung zum Schutz vor Passivrauchen in Kraft. Wie gut sind Sie mit den neuen gesetzlichen Regelungen, die das Rauchen betreffen, vertraut?

Rauchergruppe	Sample Total	Raucher	Gelegenheits- raucher	Ex-Raucher, heute Nicht- Raucher	Immer schon Nicht-Raucher
absolut	n=502	n=109	n=72	n=100	n=221
Mittelwert	2,6	2,8	2,6	2,5	2,6
1 = Kenne die gesetzlichen Regelungen überhaupt nicht	7,8%	2,8%	6,9%	7,0%	10,9%
Kenne die gesetzlichen Regelungen eher weniger	35,5%	27,5%	26,4%	52,0%	34,8%
Kenne die gesetzlichen Regelungen eher gut	44,6%	52,3%	62,5%	30,0%	41,6%
4 = Kenne die gesetzlichen Regelungen sehr gut	12,2%	17,4%	4,2%	11,0%	12,7%



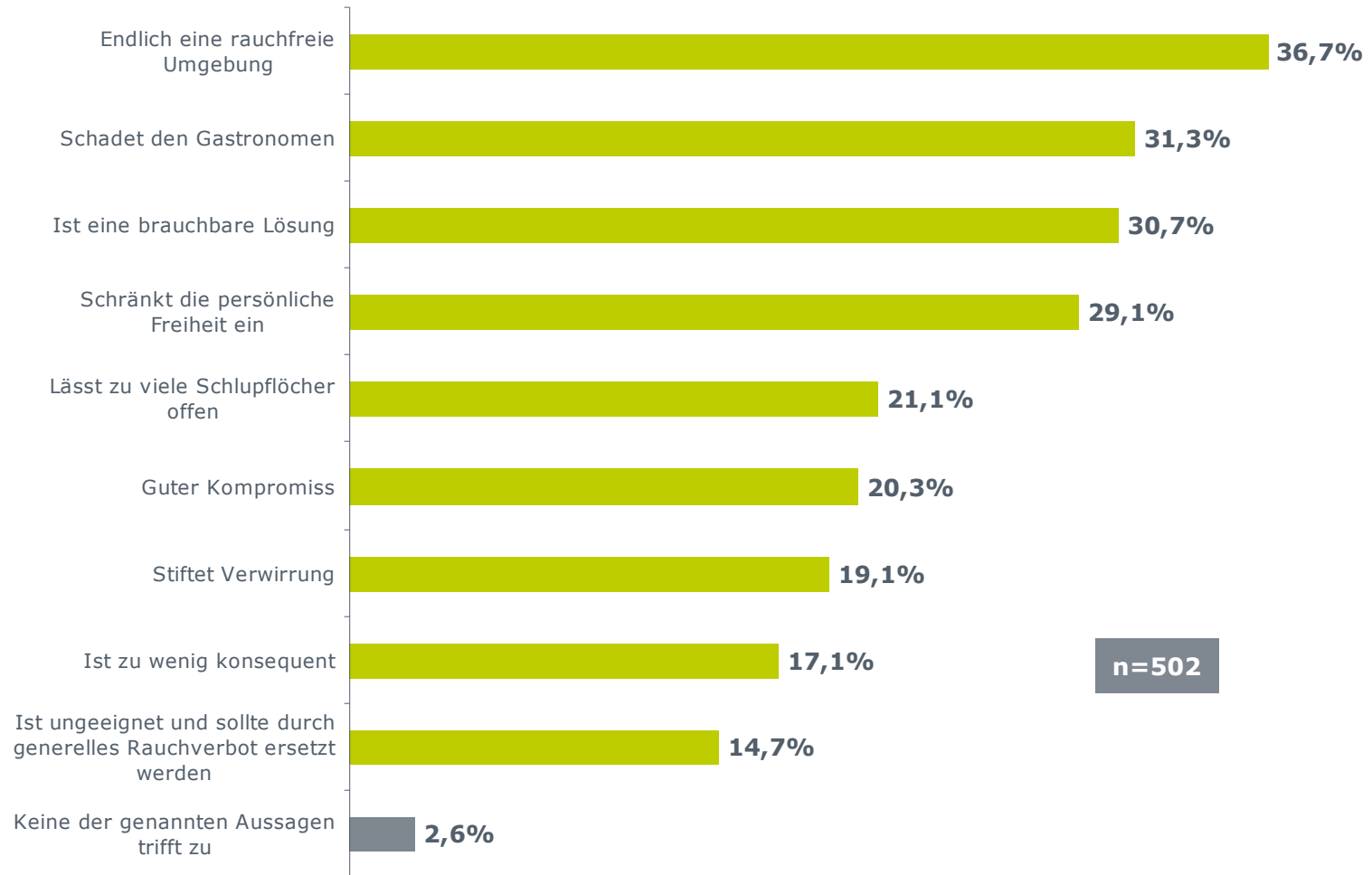
Das Rauchen ist in der ganzen Schweiz in den meisten Restaurants und Bars, aber auch in geschlossenen öffentlichen Räumen sowie in Arbeitsräumen verboten. Grössere Lokale können Fumoirs für RaucherInnen einrichten, wobei diese nun auch grösser als die ursprünglich geplanten 80 Quadratmeter sein dürfen.

Weniger als 80 Quadratmeter grosse Restaurationsbetriebe können als Raucherlokale zugelassen werden. Nicht mehr geraucht werden darf seit 1. Mai 2010 auch in Kinos, Einkaufszentren, Schulen und Sportanlagen.



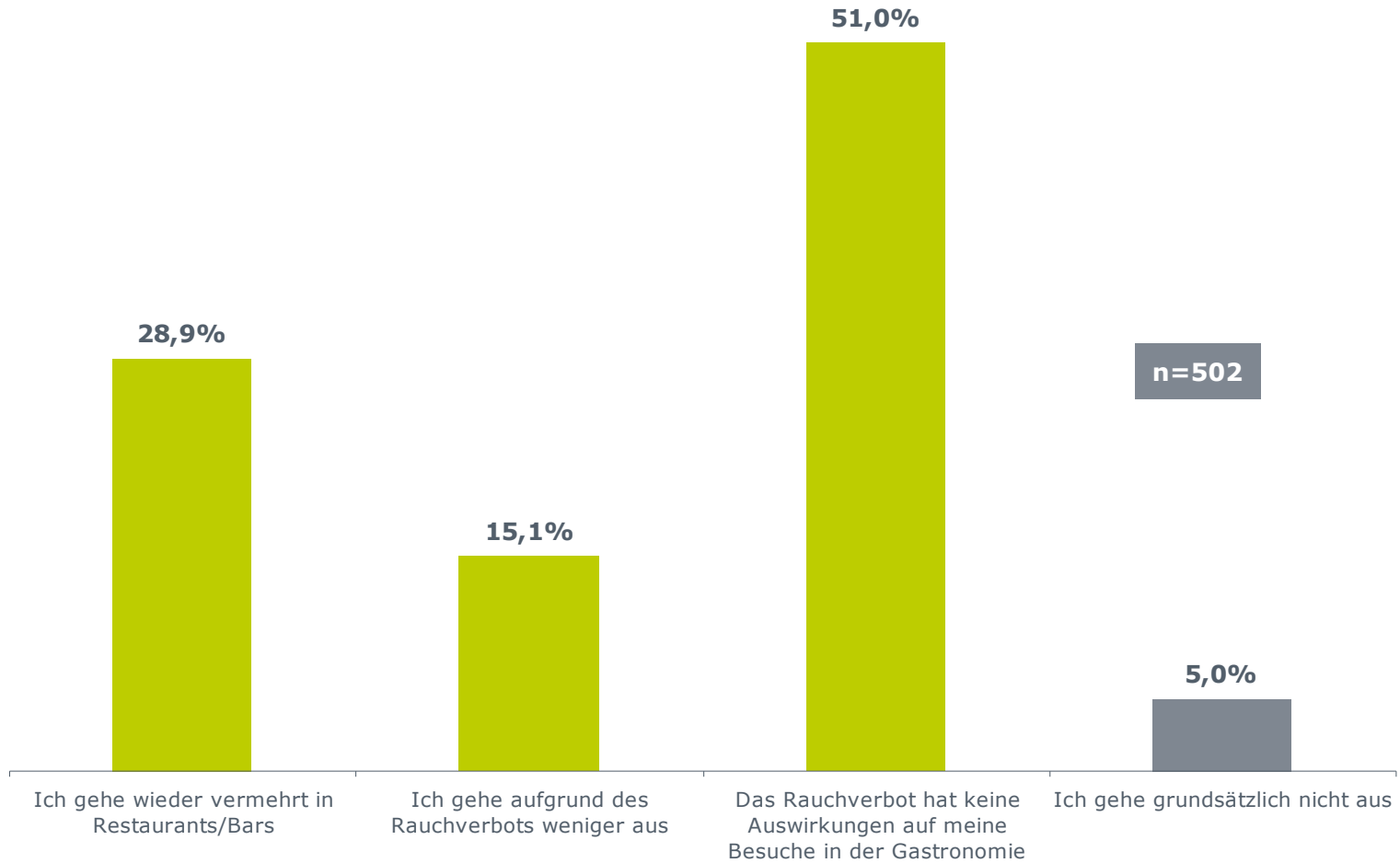
3. Wie ist Ihre Meinung zu dieser neuen Verordnung?

Meinung zur neuen Raucher-Verordnung



4. Welche Auswirkung hat das neue Rauchverbot für Sie persönlich in Bezug auf Ihre Besuche in der Gastronomie?

Auswirkungen des neuen Rauchverbots bzgl. der Besuche in der Gastronomie



4. Welche Auswirkung hat das neue Rauchverbot für Sie persönlich in Bezug auf Ihre Besuche in der Gastronomie?

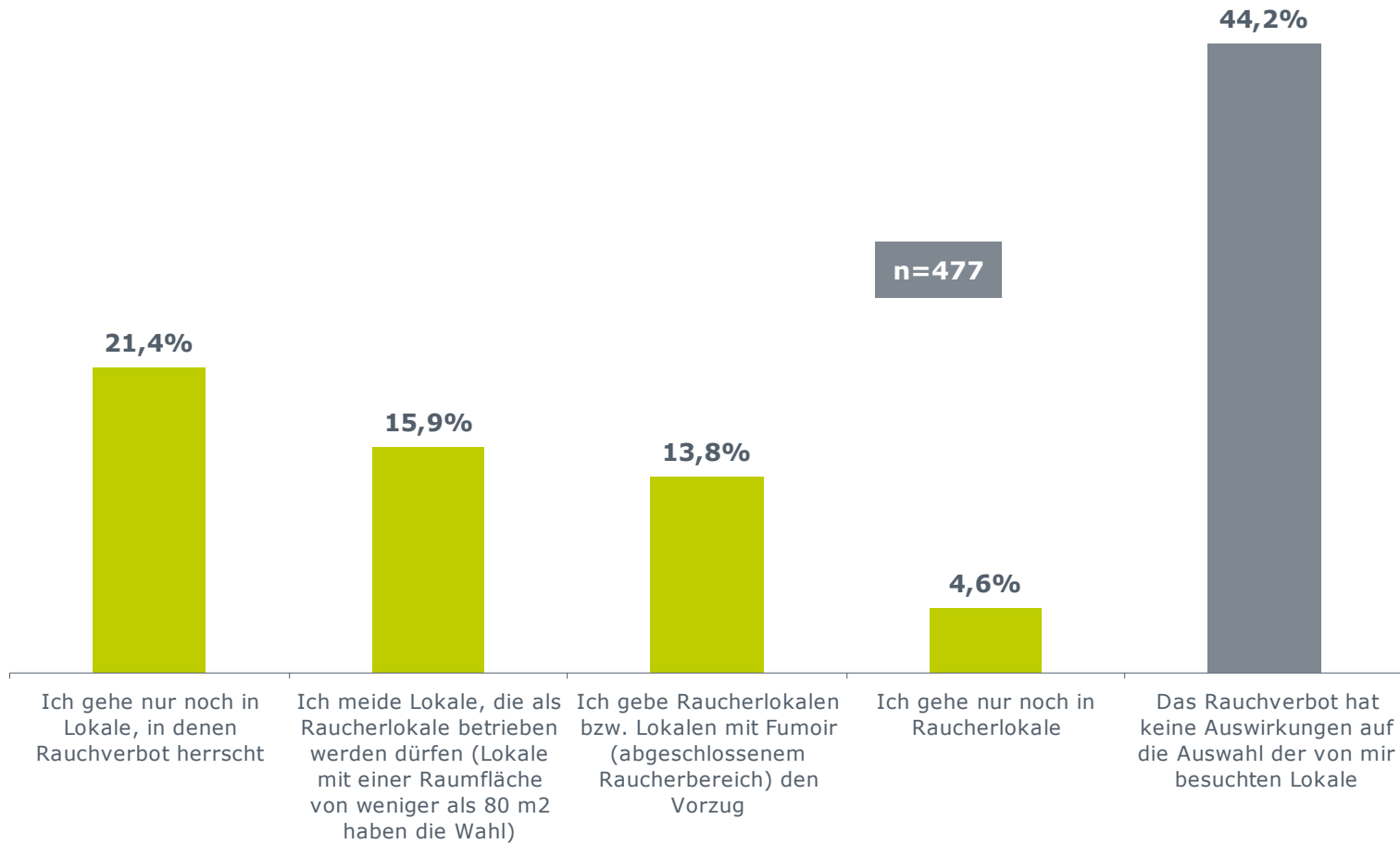
Rauchergruppe	Sample Total	Raucher	Gelegenheits- raucher	Ex-Raucher, heute Nicht- Raucher	Immer schon Nicht-Raucher
absolut	n=502	n=109	n=72	n=100	n=221
Ich gehe wieder vermehrt in Restaurants/Bars	28,9%	0,0%	11,1%	36,0%	45,7%
Ich gehe aufgrund des Rauchverbots weniger aus	15,1%	54,1%	15,3%	4,0%	0,9%
Das Rauchverbot hat keine Auswirkungen auf meine Besuche in der Gastronomie	51,0%	41,3%	69,4%	55,0%	48,0%
Ich gehe grundsätzlich nicht aus	5,0%	4,6%	4,2%	5,0%	5,4%



5. Wie gehen Sie in Zukunft bei der Auswahl der Lokale vor die Sie besuchen?

Auswirkungen des neuen Rauchverbots bzgl. der Auswahl der Lokale

(Basis: Respondenten gehen grundsätzlich aus)



5. Wie gehen Sie in Zukunft bei der Auswahl der Lokale vor die Sie besuchen?

Rauchergruppe	Sample Total	Raucher	Gelegenheits- raucher	Ex-Raucher, heute Nicht- Raucher	Immer schon Nicht-Raucher
absolut	n=477	n=104	n=69	n=95	n=209
Ich gehe nur noch in Lokale, in denen Rauchverbot herrscht	21,4%	1,9%	8,7%	17,9%	36,8%
Ich meide Lokale, die als Raucherlokale betrieben werden dürfen (Lokale mit einer Raumfläche von weniger als 80 m2 haben die Wahl)	15,9%	1,0%	10,1%	24,2%	21,5%
Ich gebe Raucherlokalen bzw. Lokalen mit Fumoir (abgeschlossenem Raucherbereich) den Vorzug	13,8%	38,5%	21,7%	5,3%	2,9%
Ich gehe nur noch in Raucherlokale	4,6%	14,4%	2,9%	1,1%	1,9%
Das Rauchverbot hat keine Auswirkungen auf die Auswahl der von mir besuchten Lokale	44,2%	44,2%	56,5%	51,6%	36,8%

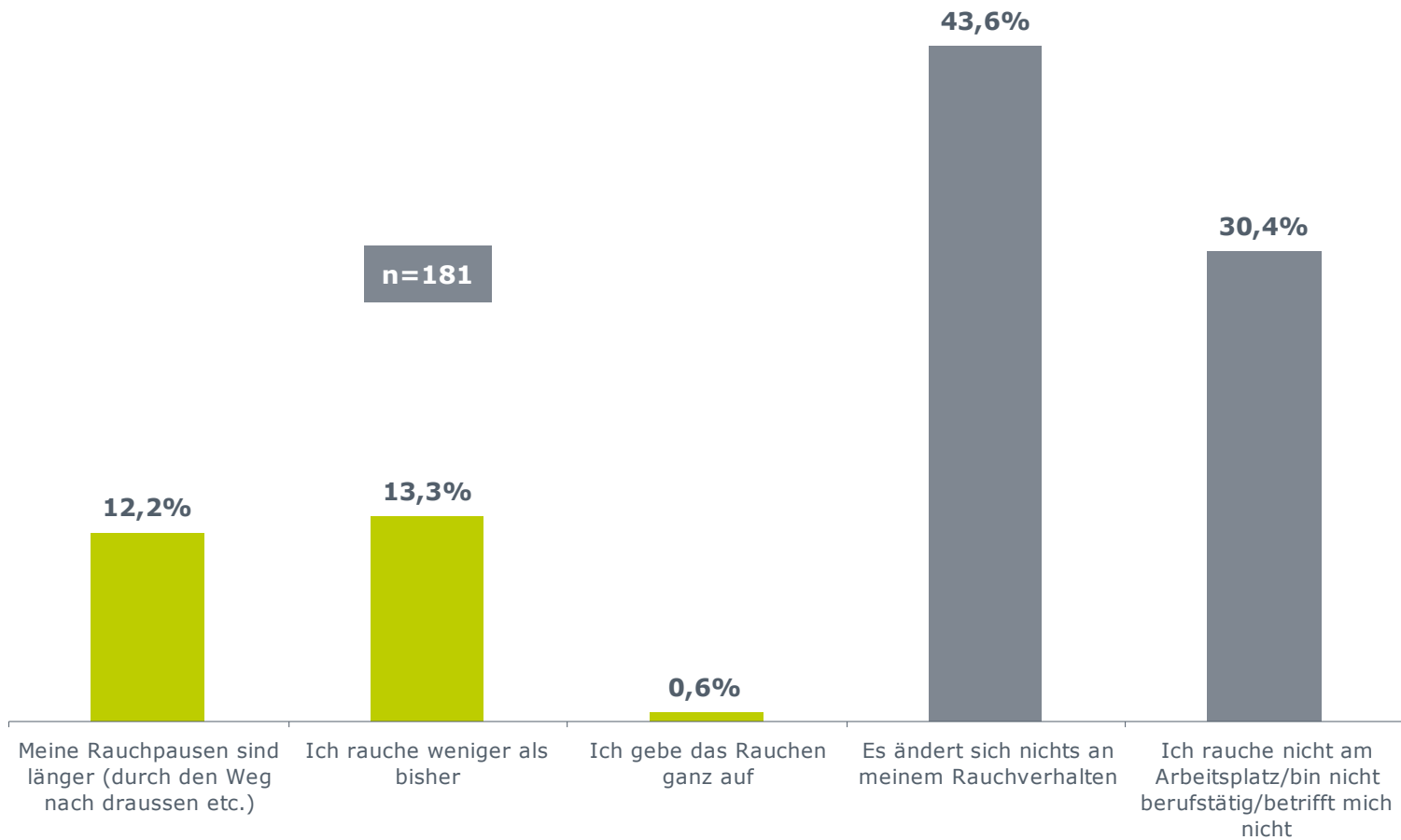
(Basis: Respondenten gehen grundsätzlich aus)



6. Und welche Auswirkung hat das Rauchverbot für Sie an Ihrer Arbeitsstelle?

Auswirkungen des Rauchverbots auf der Arbeitsstelle

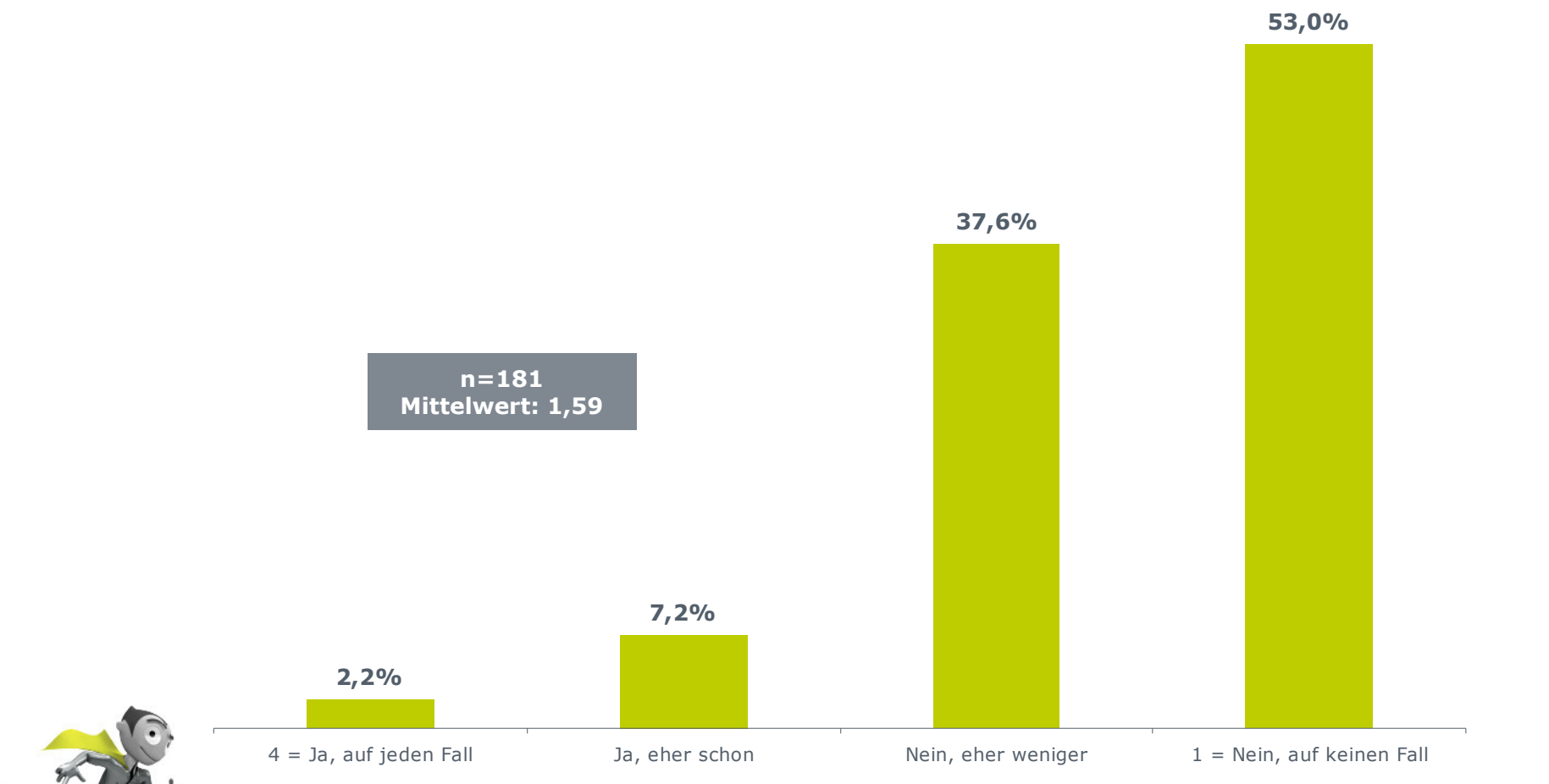
(Basis: Respondenten sind (Gelegenheits-) Raucher)



7. Hat Tabakwerbung einen Einfluss auf die Wahl Ihrer Zigarettenmarke? Damit meinen wir, nehmen Sie Tabakwerbung zum Anlass, sich über für Sie in Frage kommende Zigarettenmarken zu informieren?

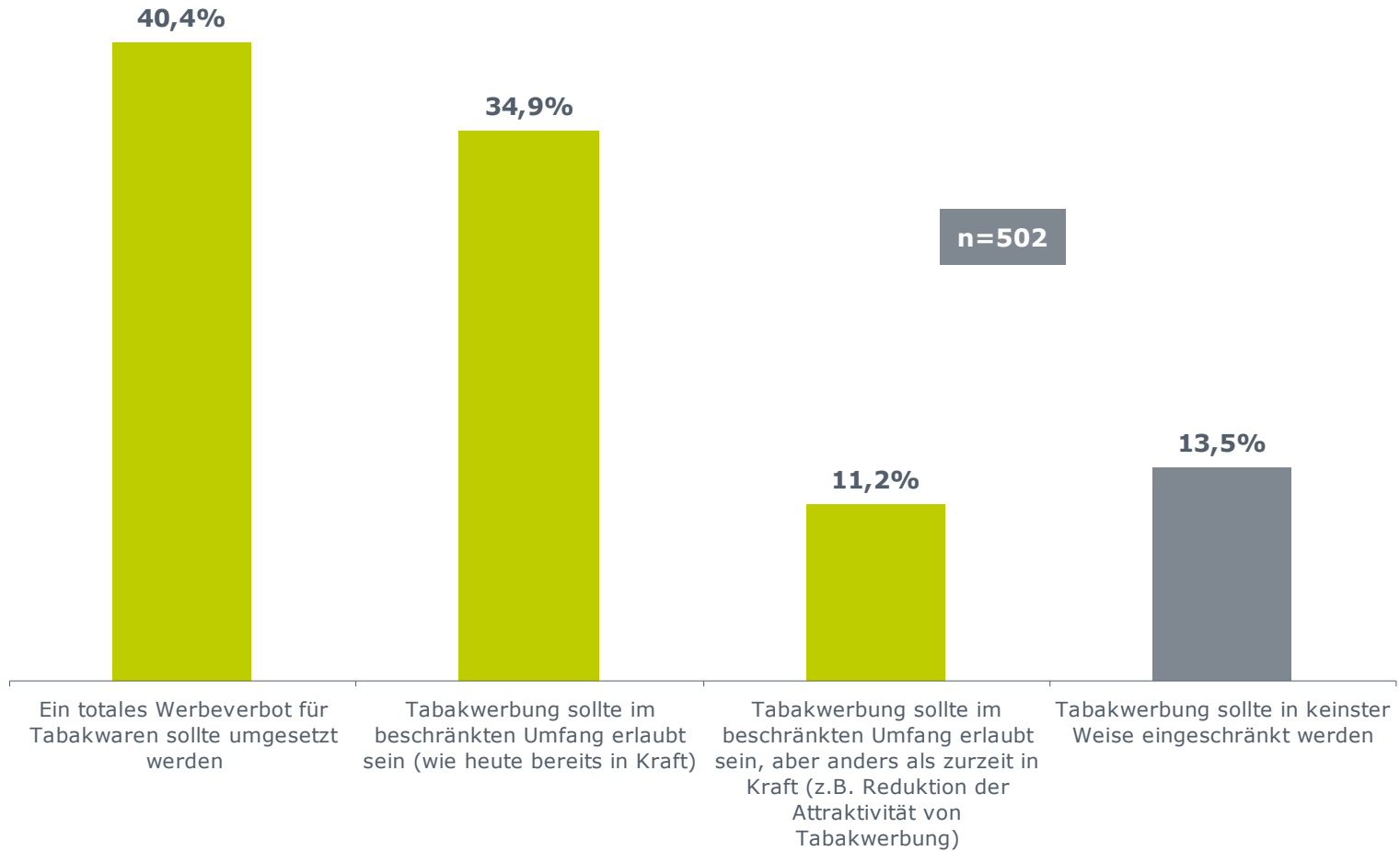
Einfluss der Tabakwerbung auf die Wahl der Zigarettenmarke

(Basis: Respondenten sind (Gelegenheits-) Raucher)



8. Tabakwerbung im Radio oder TV ist in der Schweiz verboten. Auf Plakaten, Zeitschriften, im Kino oder als Event-/Veranstaltungssponsor ist die Werbung jedoch erlaubt, sofern das Medium nicht hauptsächlich Jugendliche unter 18 Jahren anspricht. Welche Aussage passt am besten zu Ihrer Meinung über Tabakwerbung?

Meinung zu gesetzlichen Richtlinien bzgl. Tabakwerbung



about Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com Schweiz AG ist eine Beteiligung der Marketagent.com online reSearch GmbH, Österreichs führendem Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte, derzeit rund 18'000 Schweizer Panelisten umfassende Online-Access-Panel (plus 151'000 in Deutschland und Österreich) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Basis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Zu den Schweizer Referenzen gehören u. a. Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé, Parship.ch und Advico Young & Rubicam.



Das Online Access-Panel von Marketagent.com ...

Ein Online Access Panel ist ein Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Da im Internet bislang kein zentrales Register von eMail-Adressaten zur Ziehung von Online-Samples existiert, bietet sich der Aufbau eines Pools an befragungswilligen Internet Anwendern, ein Online Access-Panel, als Lösung an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen dem Institut die registrierten Mitglieder sowohl für ad hoc-Befragungen als auch für Längsschnittbefragungen zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online Access-Panel besteht aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über Aktivitäten im Internet (z.B. Werbebanner und Links auf andere Websites) als auch klassische offline-Methoden (z.B. Call-Center) rekrutiert. Durch die Vielzahl an verschiedenen Massnahmen (Eintrag in Suchmaschinen und Internet-Angeboten zu entsprechenden Themen, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring und Website-Tests auf verschiedensten Portalen des www) wird ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen.



Kontakt / Feedback / Rückfragen ...

**Ursula Kaspar
Marketagent.com Schweiz AG
Seefeldstrasse 281
8008 Zürich**

**+41 (0) 43 466 88 44
u.kaspar@marketagent.com
www.marketagent.com**

