

Danskernes holdning til 'tobak under disken' og neutrale tobakspakker

Der har i mange år været forbud mod reklamer for tobak. Alligevel er cigaretter og anden tobak blevet markedsført både gennem pakkernes design og synlig udstilling i butikkerne. I denne minianalyse præsenteres tal for danskernes holdning til at gemme tobakken væk i butikkerne og til at indføre standardiserede/neutrale tobakspakker. Resultaterne stammer fra undersøgelsen 'Danskernes holdning til tobak 2020', som er gennemført af Kantar Gallup for TrygFonden, Kræftens Bekæmpelse og Hjerteforeningen.

Baggrund

Cigaretpakker er nøje designet, så de skaber opmærksomhed og appellerer til forskellige segmenter af forbrugere eksempelvis kvinder¹, den 'moderne og kvalitetsbevidste'², men også nye, unge rygere³. Farverne på pakken bruges også til at påvirke opfattelsen af smag og styrke – eksempelvis bruges lyse farver til at give forbrugeren en opfattelse af milde og mindre skadelige cigaretter^{4,5}. Hvis pakkerne er placeret i øjenhøjde lige bag betalingskassen, virker det som en reklamesøjle for produkterne og øger risikoen for, at børn og unge prøver at ryge⁶.

I december 2019 indgik et bredt flertal i Folketinget en aftale om at sikre børn og unge et røgfrit liv⁷. Aftalen er udmøntet i en række lovændringer, der blandt andet indebærer et udstillingsforbud mod alt tobak fra den 1. april 2021 og standardiseret indpakning af cigaretter og anden tobak fra den 1. april 2022. Udstillingsforbuddet betyder, at tobakken ikke længere må stå synligt fremme på salgssteder. Standardiserede pakker indebærer, at pakkerne skal være i samme grønbrune farve, med samme standardskrifttype og uden logoer. Dermed bliver sundhedsadvarslerne mere tydelige, og farver kan ikke længere benyttes til at give indtryk af, at nogle varianter er mindre skadelige end andre. Derudover må der ikke længere være logoer og lignende reklame-elementer på pakken, der kan være forbundet med særlige værdier.

Hovedresultater

- 72 pct. af danskerne synes godt eller meget godt om at skjule tobakken i butikkerne, så den opbevares ude af syne. 8 pct. er imod.
- 55 pct. af danskerne synes godt eller meget godt om at indføre standardiserede/neutrale tobakspakker. 11 pct. er imod.

72%

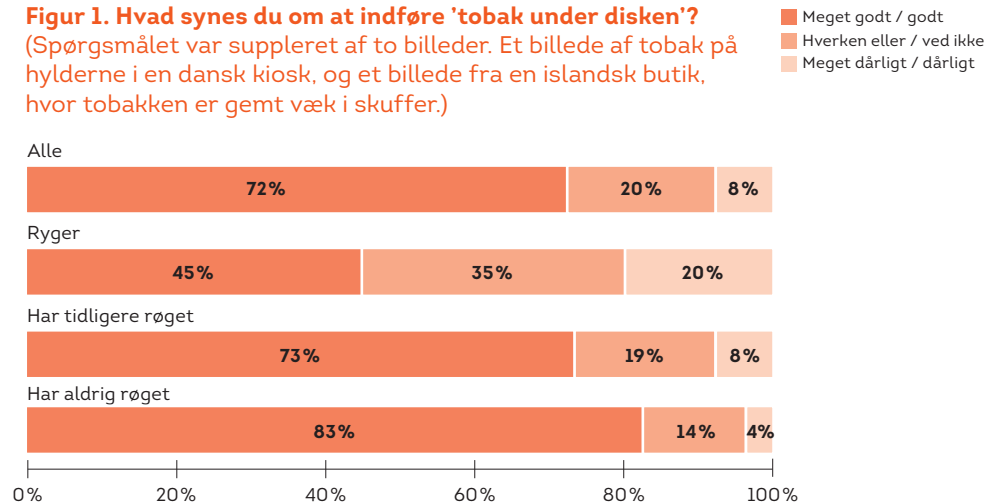
af danskerne synes godt om, at salgsstederne fremover skal skjule tobak bag låger, skuffer eller lignende.

Langt størstedelen af danskerne bakker op om at skjule tobakken i butikkerne

Siden 2018 har mange supermarkeds kæder på eget initiativ skjult tobakken bag låger eller forhæng, men frem til den 1. april 2021 har det været lovligt at have cigaretter og anden tobak stående synligt fremme, og det har blandt andet tankstationer og kiosker benyttet sig af.

Af figur 1 ses det, at størstedelen af danskerne (72 pct.) synes godt eller meget godt om, at der i Danmark indføres et udstillingsforbud mod tobaksprodukter – også kaldet 'tobak under disken'. 20 pct. ved ikke og 8 pct. er imod. Blandt dem, der ryger, er der færre (45 pct.), der synes godt om skjule tobakken på salgsstederne – 35 pct. er i tvivl og 20 pct. er imod.

Figur 1. Hvad synes du om at indføre 'tobak under disken'? (Spørgsmålet var suppleret af to billeder. Et billede af tobak på hylderne i en dansk kiosk, og et billede fra en islandsk butik, hvor tobakken er gemt væk i skuffer.)



55%

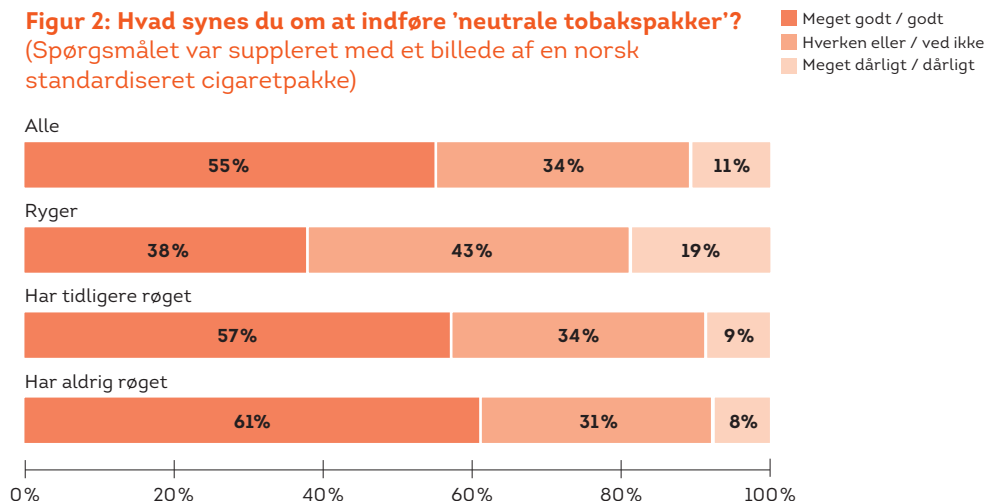
af danskerne synes godt om at indføre neutrale tobakspakker.

Det vil sige pakker med samme grønbrune farve og skrifttype, uden logo og lignende reklame.

Flertallet bakker op om at indføre standardiserede/neutrale tobakspakker

Fra den 1. april 2022 er det ikke længere muligt at markedsføre cigaretter og anden tobak ved hjælp af farver, logoer og metalliske effekter på pakken. Et flertal af danskerne bakker op om dette tiltag. I alt synes 55 pct. af danskerne godt eller meget godt om at indføre standardiserede / neutrale tobakspakker, 34 pct. ved ikke og 11 pct. er imod. Blandt dem, der ryger, synes 38 pct. godt om at indføre neutrale pakker, 43 pct. er i tvivl og 19 pct. er imod.

Figur 2: Hvad synes du om at indføre 'neutrale tobakspakker'? (Spørgsmålet var suppleret med et billede af en norsk standardiseret cigaretpakke)



Datagrundlag

Analysen er baseret på 5.119 besvarelser fra en spørgeskemaundersøgelse blandt personer i alderen 15 år og derover. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Undersøgelsen er gennemført som en webbaseret panelundersøgelse af TNS Gallup for TrygFonden, Kræftens Bekæmpelse og Hjerteforeningen i perioden 13. november til 11. december 2020.

Kilder

1. Carpenter CM et al. Designing cigarettes for women: new findings from the tobacco industry documents. *Addiction*, 2005 Jun;100(6):837-51.
2. Kotnowski K & Hammond D. The impact of cigarette pack shape, size and opening: evidence from tobacco company documents. *Addiction*, 2013 Sep;108(9):1658-68.
3. Cummings KM et al. Marketing to America's youth: evidence from corporate documents. *Tob Control*, 2002;11 Suppl 1(Suppl 1):I5-17.
4. Wakefield M et al. The cigarette pack as image: new evidence from tobacco industry documents. *Tobacco Control* 2002;11:i73-i80.
5. Lempert LK & Glantz S. Packaging colour research by tobacco companies: the pack as a product characteristic. *Tobacco Control* 2017 May;26(3):307-315.
6. Paynter J & Edwards R. The impact of tobacco promotion at the point of sale: a systematic review. *Nicotine Tob Res.* 2009 Jan;11(1):25-35.
7. Regeringen. Aftale: National handleplan mod børn og unges rygning. [https://www.regeringen.dk/nyheder/2019/handleplan-mod-boern-og-unges-rygning/Tilgaaet den 12. marts 2021](https://www.regeringen.dk/nyheder/2019/handleplan-mod-boern-og-unges-rygning/Tilgaaet%20den%2012.%20marts%202021).

Kontakt

Anne-Line Brink

Analyse- og dokumentationskonsulent
Kræftens Bekæmpelse

3525 7605
alb@cancer.dk

Presse

Niels Them Kjær

Projektchef for tobaksforebyggelse
Kræftens Bekæmpelse

3525 7534
ntk@cancer.dk