

Was wirkt wirklich?

Tabakprävention für Jugendliche in Deutschland

Matthias Godehardt

Literatur zum Artikel:

1. Die Drogenbeauftragte der Bundesregierung (2015). Drogen- und Suchtbericht 2015. Berlin. http://www.drogenbeauftragte.de/fileadmin/dateien-dba/Service/Publikationen/2015_Drogenbericht_web_030615.pdf (27.06.2015).
2. DKFZ – Deutsches Krebsforschungszentrum (Hrsg.). (2005c). Passivrauchen – ein unterschätztes Gesundheitsrisiko. Heidelberg. https://www.dkfz.de/de/rauchertelefon/download/Passivrauchen_Band_5_2Auflage.pdf (03.07.2015).
3. Siehe 1.
4. Horn, W. R. (2004). Tabakprävention in der pädiatrischen Praxis. Rauchen ist doch cool “– Jugendliche und Tabak. *Kinder-und Jugendarzt*, 35 (4), S.267-275.
5. Siegel, M.; Nelson, D. E.; Peddicord, J. P.; Merritt, R. K.; Giovino, G. A.; Eriksen, M. P. (1996). The extent of cigarette brand and company switching: results from the Adult Use-of-Tobacco Survey. *American journal of preventive medicine*, 12 (1), S. 14-16.
6. Kendler, K.S.; Myers, J.; Damaj, M.I.; Chen, X. (2013). Early smoking onset and risk for subsequent nicotine dependence: a monozygotische Co-Zwillingen-Kontrollstudie. *Am J Psychiatry* 170 (4): S. 408-413.
7. DKFZ – Deutsches Krebsforschungszentrum (Hrsg.) (2003). Der Tabakepidemie Einhalt gebieten. Regierungen und wirtschaftliche Aspekte der Tabakkontrolle. Heidelberg. https://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/download/Publikationen/sonstVeroeffentlichungen/Tabakepedemie_Einhalt_gebieten.pdf (21.04.2015).
8. Chaloupka, F.J.; Grossmann, M. (1996). Price, tobacco control policies and youth smoking (No. w5740). hrsg. durch National Bureau of Economic Research. <http://www.nber.org/papers/w5740.pdf> (02.07.2015).
9. Guindon, G.E.; Tobin, S.; Yach, D. (2002). Trends and affordability of cigarette prices: ample room for tax increases and related health gains. *Tobacco Control* 11 (1), S. 35-43.
10. DKFZ – Deutsches Krebsforschungszentrum (Hrsg.) (2014b). Tabakprävention in Deutschland – was wirkt wirklich? Heidelberg. http://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/download/Publikationen/AdWfP/AdWfP_Tabakpraevention_in_Deutschland_was_wirkt_wirklich.pdf (09.07.2015).

Dr. med. Mabuse, Zeitschrift für alle Gesundheitsberufe
Der Artikel ist in der März/April-Ausgabe 2016
von Dr. med. Mabuse Nr. 220, S. 56–58 erschienen.
www.mabuse-verlag.de

11. Siehe 10.
12. Effertz, T. (2014). Tabaksteuern – ein wirksames Präventionsinstrument. ABNR-Positionen 8/2014. http://www.abnr.de/files/abnr_positionen_8_web.pdf (02.08.2015).
13. Siehe 10.
14. Siehe 10.
15. Hublet, A.; Schmid, H.; Clays, E.; Godeau, E.; Gabhainn, S.N.; Joossens, L.; Maes, L. (2009). Association between tobacco control policies and smoking behaviour among adolescents in 29 European countries. *Addiction*, 104(11), S. 1918-1926.
16. Cawley, J.; Markowitz, S.; Tauras, J. (2004). Body Weight, Cigarette Prices, Youth Access Laws and Adolescent Smoking Initiation. https://aea-net.org/annual_mtg_papers/2005/0107_0800_0101.pdf (02.07.2015).
17. Harris, J.E.; Chan, S.W. (1999). The continuum-of-addiction: cigarette smoking in relation to price among Americans aged 15-29. *Health Economics*, 8 (1), S. 81-86.
18. WHO – World Health Organization. (2013). WHO report on the global tobacco epidemic, 2013: Enforcing bans on tobacco advertising, promotion and sponsorship. http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/85380/1/9789241505871_eng.pdf?ua=1 (02.07.2015).
19. DKFZ – Deutsches Krebsforschungszentrum (Hrsg.) (2002). Gesundheit fördern – Tabakkonsum verringern: Handlungsempfehlungen für eine wirksame Tabakkontrollpolitik in Deutschland. Heidelberg. <https://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/download/Publikationen/RoteReihe/Handlungsempfehlungen.pdf> (21.04.2015).
20. Saffer, H.; Chaloupka, F. (2000). The effect of tobacco advertising bans on tobacco consumption. *Journal of health economics*, 19 (6), S. 1117-1137.
21. Jazbinsek, D. (2014). Die Be Marlboro-Kampagne von Philip Morris und ihre Wirkung auf Jugendliche. In: Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (Hrsg.): Jahrbuch Sucht 2014. Lengerich: Pabst, S. 269-279.
22. Lampert, T.; Kuntz, B. (2014). Tabak- und Alkoholkonsum bei 11- bis 17-jährigen Jugendlichen. Ergebnisse der KiGGS-Studie – Erste Folgebefragung (KiGGS Welle 1). *Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz* 57 (7), S. 830-839.
23. Hanewinkel, R. (2010). Wie wirkt Suchtmittelwerbung auf Jugendliche? *Kinder- und Jugendschutz in Wissenschaft und Praxis*, 55 (3), S. 89-92.

24. Pechmann, C.; Levine, L.; Loughlin, S.; Leslie, F. (2005). Impulsive and Self-Conscious: Adolescents' Vulnerability to Advertising and Promotion. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24 (2), S. 202-221.
25. Lovato, C.; Watts, A.; Stead, L.F. (2011). Impacts of tobacco advertising and promotion on increasing adolescent smoking behaviours.
<http://www.bibliotecacochrane.com/PDF/CD003439.pdf> (02.07.2015).
26. DKFZ – Deutsches Krebsforschungszentrum (Hrsg.) (2012). Zigarettenwerbung in Deutschland – Marketing für ein gesundheitsgefährdendes Produkt. Heidelberg.
https://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/download/Publikationen/RoteReihe/Band_18_Zigarettenwerbung_in_Deutschland.pdf (02.08.2015).
27. Siehe 20.
28. Siehe 21.
29. Siehe 22.
30. DiFranza, J.R.; Wellman, R.J.; Sargent, J.D.; Weitzman, M.; Hipple, B.J.; Winickoff, J.P. (2006). Tobacco promotion and the initiation of tobacco use: assessing the evidence for causality. *Pediatrics*, 117 (6), S. e1237-e1248.
31. Siehe 30.
32. Pötschke-Langer, M.; Schulze, A. (2005). Warnhinweise auf Zigaretenschachteln. *Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz*, 48 (4), S. 464-468.
33. Hammond, D.; Fong, G.T.; McDonald, P.W.; Brown, K.S.; Cameron, R. (2004). Graphic Canadian Cigarette Warning Labels and Adverse Outcomes: Evidence from Canadian Smokers. *American Journal of Public Health*, 94 (8), S. 1442-1445.