

Effektrapport 2023

1 Avgränsningar

1.1 Organisation

Stiftelsen En Rökfri Generation (ERG) har sedan 1979 verkat för att barn och ungdomar själva ska välja att inte börja använda tobak. Vårt publika namn är A Non Smoking Generation (NSG). Organisationen arbetar aktivt för att begränsa tobakens plats i samhället och skapa skyddande miljöer för barn och ungdomar i hela Sverige. Verksamheten drivs från vårt kansli i Stockholm men våra föreläsningar och övriga tobaksförebyggande aktiviteter erbjuds rikstäckande.

1.2 Avgränsningar

Rapporten omfattar hela vår verksamhet

1.3 Tidsperiod

Rapporten omfattar verksamhetsåret 2023

2 Förändringsteori – tobaksförebyggande arbete

2.1 Problem och målgrupper

Trots att vi arbetat sedan 1979 för att skydda barn och ungdomar från tobak, är vi tyvärr långt ifrån klara. Den bistra verkligheten är att så länge det finns en tobaksindustri som rekryterar våra ungdomar in i ett skadligt nikotinberoende kommer vårt arbete att behövas. I takt med att kunskapen om rökningens hälsorisker har ökat i samhället har bruket av cigaretter minskat. Eftersom fler än nio av tio tobaksbrukare börjar i tonåren eller tidigare är tobaksindustrins fortlevnad helt avhängig förmågan att rekrytera nästa generations lojala kunder bland våra barn och ungdomar.

Under de senaste åren har tobaksindustrins arbete intensifierats med nya produkter som de kallar tobaksfria för att kunna runda befintlig skyddslagstiftning och nå ut direkt till ungdomar med ogenerad reklam och gratis smakprover. Resultatet av detta är att bruket av dessa nya produkter ökat dramatiskt samtidigt som bruket av traditionella tobaksprodukter som snus och cigaretter är relativt oförändrat. Tyvärr är kunskapen om dessa nya tobaksprodukter låg, både i samhället i stort och bland våra beslutande politiker och vi ser därför ett stort behov av att sprida kunskap, både till unga direkt, men även till politiker och vuxna för att påverka dem att fatta rätt och tillräckliga beslut som kan skydda unga från tobak.

För att nå vår vision om en helt tobaksfri generation arbetar vi för att påverka ett antal olika målgrupper i samhället. Barn och ungdomar är vår främsta målgrupp men även föräldrar, skolpersonal, politiker, företagsledare och andra vuxna är viktiga för att vi tillsammans ska kunna nå vår vision. Påverkansarbetet sker utifrån ett antal kända riskfaktorer och vad vi idag vet om ungas attityder till tobak och varför man börjar röka eller snusa. Genom att skapa fler tobaksfria miljöer och minimera antalet riskfaktorer kan vi minska antalet tobaksdebuter och skapa en helt tobaksfri generation:

Exponering – barn som exponeras för tobak löper högre risk att själva börja. Genom att arbeta för en minskad exponering både i det offentliga rummet, skolan och hemmet kan vi minska antalet tobaksdebuter.

Förebilder – barn som har förebilder i föräldrar, syskon, kompisar eller andra betydelsefulla personer som röker eller snusar löper större risk att själva börja. Genom att informera föräldrar och andra vuxna om hur viktiga förebilder de är och ge dem rätt verktyg kan vi minska antalet tobaksdebuter.

Socialt tryck – barn som har rökande kompisar eller ett socialt umgänge man vill tillhöra, där rökning förekommer löper större risk att börja. Genom att informera om tobak som ett hinder för global hållbar utveckling kan vi skapa ett annat socialt tryck där det blir oacceptabelt att röka. Ingen vill medvetet bidra till en industri som utnyttjar fattiga barn och orsakar svåra miljöproblem.

Normer – Rökning är starkt normbildande. Det räcker med att en eller ett par personer i ett barns omgivning röker för att det ska anses som "normalt". Genom att sprida kunskap, lyfta fram tobaksfria förebilder och arbeta för fler tobaksfria miljöer kan vi både minska antalet tobaksdebuter och hjälpa fler som vill sluta att lyckas.

Tillgång – Barn som har tillgång till tobak genom goda ekonomiska förutsättningar eller genom föräldrar som medvetet eller omedvetet förser dem med tobak löper större risk att börja röka. Genom att arbeta för höjda krav för tillstånd och tillsyn av tobaksförsäljning samt höjda tobakspriser, kan vi begränsa tillgången och minska antalet tobaksdebuter.

2.2 Resurser

Eftersom våra resurser är kraftigt begränsade arbetar vi löpande för att utvärdera och säkerställa maximal effekt av våra insatser. I dagsläget är våra viktigaste resurser våra medarbetare och den erfarenhet som finns upparbetad i mer än 40 års tobaksförebyggande arbete. Givetvis är våra samarbeten med företag och andra organisationer också avgörande för att vi ska lyckas, både i termer av finansiering, men även för att nå ut till större målgrupper.

2.3 Aktiviteter

Merparten av vårt tobaksförebyggande arbete riktat till barn och ungdomar sker i Sveriges skolor, inom ramen för våra projekt Tobaksfri skoltid och föreläsningsturnén Tobaksbarn möter vi fler än 10 000 elever varje höst. För att nå ut till ännu fler arbetar vi också via sociala medier, media och utvalda ambassadörer.

För att lyckas, krävs dock att vi når ut även till vuxna för att motverka kända riskfaktorer och skapa fler tobaksfria miljöer. Därför deltar vi aktivt i samhällsdebatten och arbetar i en mängd olika kanaler för att sprida kunskap, väcka engagemang och påverka politiker att stärka den lagstiftning som krävs för att barn och unga ska skyddas från tobak.

Avgörande för vårt arbete är även den Novusundersökning som vi gör årligen sedan 2016. Den bidrar med kunskap kring ungas attityder till tobak, ställt i relation till vuxna. Varför man börjar använda tobak och vad som kan bidra till att man väljer att avstå. De senaste årens undersökningar har även bidragit med viktig kunskap om bruket av nya nikotinprodukter – något som saknades i CAN:s årliga skolundersökning fram till 2021.

2.4 Effekter på kort och lång sikt

På kort sikt ser vi att vårt arbete leder till ökad kunskap och ökad motivation till att förbli eller bli helt tobaksfri. Vi ser också att vårt kunskapsspridande och opinionsbildande arbete är direkt avgörande för att förbättra den skyddslagstiftning som skall skydda barn och unga från tobak. På lång sikt vet vi att samtliga riskfaktorer är avgörande för om vi ska lyckas nå vår vision. Till exempel ser vi stora effekter som en halvering av antalet dagligrökande vuxna i samband med att vi införde rökfria serveringar i Sverige år 2005. Nu arbetar vi hårt för ett införande av en helt tobaksfri skoltid för att skydda unga från

det grupptryck som finns i skolmiljön.

3 Verksamhetskostnader

Verksamhetens kostnader uppgick till 4 512 869 kr för 2023.

4 Prestationer

4.1 Mål och resultat 2023

Våra övergripande mål är att:

- Att sprida kunskap och inspiration som motiverar barn och unga till ett tobaksfritt liv.
- Att förbättra ungas förutsättningar att förbli tobaksfria.
- Att ge unga en röst i tobaksfrågan och lyfta ungas rätt till en tobaksfri framtid

För att mäta effekten av vårt arbete har vi definierat ett antal delmål och KPI:er. Nedan följer en redovisning av 2023 års resultat.

Ökad kunskap om tobak – uppnått

Under höstterminen 2023 besökte våra föreläsare svenska högstadie- och gymnasieskolor för att öka ungas kunskap om tobaksindustrins effekter på hälsa och global hållbar utveckling. Under totalt 72 föreläsningar träffade de 11 762 elever som nu har fått nya starka argument för att avstå från tobak. På ett urval av skolorna som besöks under föreläsningsturnén genomförs varje år en enkätundersökning direkt efter föreläsningen för att mäta elevernas respons och lärdomar. I årets enkätundersökning uppgav hela 91 procent av de tillfrågade eleverna att de hade fått ökad kunskap och likt föregående år visar 2023 års resultat att vår föreläsning har stor effekt på elevernas kunskaper:

- 84 procent av tillfrågade elever uppgav att de hade lärt sig något nytt
- 91 procent uppgav att de hade fått ökad kunskap om hur tobaksindustrin påverkar global hållbar utveckling

Resultaten indikerar även att föreläsningen väcker elevernas engagemang och innehåller information som kan motivera unga till att förbli tobaksfria. 90 procent svarade att föreläsningen innehåller argument för att avstå från tobak.

Höstens enkät undersökte även hur tobaks- och nikotinprodukter exponeras i ungdomars vardagsmiljö, samt kartlägger de vanligaste metoderna som minderåriga använder för att få tillgång till dessa produkter:

- 94 procent svarar att de ser vitt snus eller e-cigarett i sin vardag.
- 48 procent svarar att de tror att vanligaste sättet för minderåriga får tag på tobak-/nikotinprodukter är från äldre kompisar.

I slutet av enkäten ges eleverna möjlighet att förmedla övriga synpunkter kring föreläsningen, och nedan följer några exempel:

- *"Väldigt fascinerande, mycket bra gjort! Viktigt att ta vidare kunskapen om nikotin"*
- *"Ebba och Lina var jätteproffsiga när de pratade och man blev intresserad av ämnet"*
- *"Jag lärde mig mycket och det var en underbar föreläsning"*
- *"Superbra. Tycker verkligen att folk behöver veta mer om detta, eftersom man inte får veta grunderna. Alltså hur det tillverkas mm. Skitbra föreläsning, älskar!"*
- *"Sån föreläsning borde ingå i utbildningen, för att det är ett viktigt ämne!"*
- *"Jag visste inte att barn jobbade på fälten för nikotinproduktion och de inte kan gå till skolan pga det."*

Vi vill rikta ett särskilt tack till Cancerfonden och Hjärt-Lungfonden som möjliggjorde föreläsningsturnén 2023. Att nå ut till 12 000 elever är ett fantastiskt resultat givet våra finansiella förutsättningar men det är viktigt att tillägga att vi skulle behöva nå ut till minst 300 000 elever per år. Vi anser att det är varje barns rätt att få ta del av den livsviktiga information som kan motivera till ett tobaksfritt liv.










Betydande redaktionellt genomslag - uppnått

Under 2023 bytte vi leverantör för omvärldsbevakning, från Meltwater till Allears. Då Meltwater och Allears beräknar räckvidd helt olika är det i år svårt att jämföra årets räckvidd med tidigare mätningar. Eftersom vi bytte leverantör i månadsskiftet juli-augusti är mätningarna fram till augusti ofullständiga och vi kan utgå från att räckvidden sannolikt var ännu bättre.

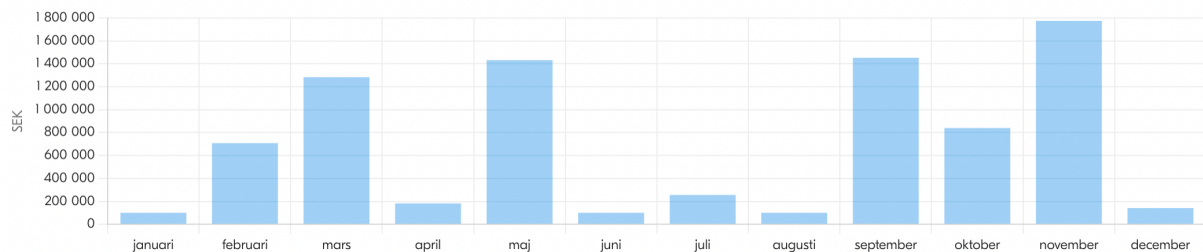
- Redaktionell räckvidd: 14 060 000 personer
- Totalt PR-värde: 8 270 000 kr

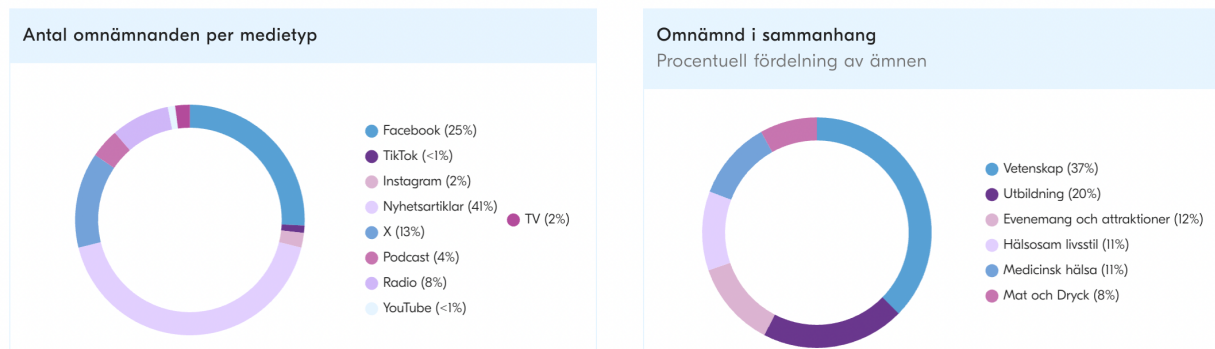
Mest inflytelserika

Källor med störst räckvidd

Källa	Räckvidd ⓘ	Medietyp
 Nyhetsmorgon Omnämmanden: 12	1 523 372	TV
 Lantzkampen Omnämmanden: 2	1 348 010	Podcast
 Plånboken Omnämmanden: 7	1 340 000	Radio
 Medierna Omnämmanden: 4	1 304 000	Radio
 Morgonpasset i P3 Omnämmanden: 1	713 000	Radio
 Dagens Nyheter Omnämmanden: 5	663 110	Nyhetsartikel
 Göteborgs-Posten Omnämmanden: 6	601 930	Nyhetsartikel
 Expressen Omnämmanden: 1	553 283	Nyhetsartikel
 Aftonbladet Omnämmanden: 1	508 589	Nyhetsartikel

PR-värde över tid ⓘ





Vårt genomslag i media är ett resultat av ett ständigt pågående arbete med att författa debattartiklar, samarbeten med influencers, vår årliga rapport, vår föreläsningsturné och den bearbetning av media som vi gör i samband med alla våra kunskapsspridande aktiviteter. Efter många års enträget arbete har vi äntligen fått stor uppmärksamhet i vår fråga och väldigt många oroliga föräldrar hör av sig och undrar vad de kan göra. Det är glädjande att vårt arbete ger resultat men vi ser alltjämt att kunskapen är låg, både om nikotinets hälsorisker och om tobakens effekter på global hållbar utveckling. För att nå ut till fler med livsviktig kunskap krävs rejält förbättrade finansiella resurser.

Förbättrade förutsättningar för unga – inte uppnått

Det är givetvis inte möjligt för oss som ensam aktör att förbättra ungas förutsättningar till tobaksfria liv, men under året har vi gjort vad vi kan för att lyfta alla de förutsättningar som krävs för att skydda barn och unga från alla former av tobaksbruk och ett skadligt nikotinberoende. I möten med socialministerns sakkunniga samt i vår årliga rapport, otaliga debattartiklar, konferenser och seminarier har vi konsekvent argumenterat för:

- Barns rätt till en helt tobaksfri skoltid
- Höjd tobaksskatt och tobaksskatt på tobaksindustrins alla nikotinprodukter
- Förbud mot lockande godissmaker
- Nolltolerans mot alla former av tobaksreklam – även i sociala medier

Under hösten träffade vi regeringens utredare för "En trygg uppväxt utan alkohol, tobak och nikotin". I mötet fick vi möjlighet att visa på resultaten från vår årliga attitydundersökning som tydligt visar hur alla former av tobaksbruk är socialt smittsamma och att 9 av 10 ungdomar svarar att kompisars påverkan är den främsta anledningen till att börja. Utredaren lämnade ett preliminärt besked om att föreslå någon form av nikotinfri skoltid i sitt förslag till ny lagstiftning. Om detta blir verklighet är det ett stort steg mot förbättrade förutsättningar. Viktigt att tillägga är dock att en ny lag behöver åtföljas av utbildningsinsatser och nödvändig informationsspridning för att uppnå önskat resultat. För att läsa mer om barns förutsättningar, deras attityder till tobak och vilka insatser som krävs, se 2023 års rapport, [När ska barns hälsa prioriteras](#)

Att ge unga en röst i tobaksfrågan – delvis uppnått

På grund av kraftigt neddragen budget under 2023 tvingades detta mål att strykas helt. Vi hade en målsättning om att skapa en digital plattform där ungas röster kunde samlas in och göras hörda men tyvärr var detta av resursskäl inte möjligt. Vi har givetvis ändå arbetat för att göra ungas röster hörda, både i samband med vår föreläsningsturné, där vi dagligen möter ungdomar och förmedlat deras åsikter i våra sociala medier. Vi har även fortsatt vårt viktiga arbete med att undersöka ungas attityder till tobak och sammanställt dessa i 2023 års rapport (se ovan).

4.2 Aktiviteter 2023

Efter flera år av intensivt påverkansarbete för en reglering fick vi äntligen en ny lag som skulle skydda unga från tobaksindustrins alla nya produkter. Tyvärr lämnar lagen en hel del övrigt att önska. Till exempel ser vi att skrivelsen om måttfull reklam inte verkar fungera. Tobaksindustrin fortsätter oförtrutet att göra reklam för sina nikotinprodukter, direkt till ungdomar i sociala medier. Lagen innehåller heller inget förbud mot smaksättning och detta innebär att unga alltjämt lockas av godisliknande smaker. Sammantaget innebär detta att vi har fortsatt debattera för en skärpt lagstiftning. Utöver fokus på tobaksreklam och nya tobaksprodukter har vi även debatterat behovet av tobaksfri skoltid och en höjning av tobaksskatten. Här nedan redovisar vi ett axplock av alla de viktiga aktiviteter som genomfördes under 2023:

European Conference on Tobacco or Health

I slutet av april 2023 anordnades den nionde upplagan av konferensen ECToH med fokus på tobakskontroll och de åtgärder som krävs för att minska tobaksbruket samt förbättra folkhälsan i Europa. A Non Smoking Generation var på plats i Madrid för att delta i konferensen och dela våra erfarenheter från det tobaksförebyggande arbetet i Sverige.

På temat nya tobaksprodukter presenterade NSG:s generalsekreterare hur tobaksindustrins nya produkter orsakat en epidemi av nikotinberoende bland svenska barn och ungdomar. Presentationen redogjorde för tobaksindustrins strategier för att locka unga in i ett nikotinberoende och hur den svenska tobaksindustrin genom att kalla det vita snuset för "tobaksfritt" lyckades kringgå den svenska tobakslagen. Presentationen fick stort genomslag, både direkt till de cirka 300 närvarande i publiken, men även i det efterföljande digitala material som sedan spridits i till europaparlamentariker och i det tobaksförebyggande europeiska nätverket: Next Generation Nicotine Addicted Customers

NSG:s medarbetare deltog även i panelsamtal och presentationer där vi berättade om våra metoder och framgångar i hur vi genom både fysiska och digitala möten når ut till tiotusentals skolungdomar i Sverige varje år. Ett av konferensens panelsamtal syftade till att skapa en ny ungdomsrörelse i Spanien där unga aktivt avstår tobak och synar tobaksindustrins strategier. Publiken på cirka 350 personer bestod till en majoritet av spanska skolungdomar. NSG:s medarbetare berättade om varför de engagerar sig i frågan, och gav exempel på hur ungdomar själva kan ta ställning redan idag. Den tobaksfria dagen,

World No Tobacco Day

Den tobaksfria dagen, World No Tobacco Day är instiftad av Världshälsoorganisationen WHO och infaller den 31 maj varje år. Syftet med World No Tobacco Day är att uppmärksamma behovet av att förebygga alla former av tobak och nikotinberoende och 2023 års tema var "Vi behöver mat, inte tobak". För att uppmärksamma detta gjorde vi en kampanj som belyser det faktum att dödsmedel säljs i vanliga livsmedelsbutiker och marknadsförs med godisliknande smaker och lockande design.

Vitt snus och e-cigarett säljs bredvid godis och tuggummi och har dessutom både liknande smaker och förpackningar. Vad sänder det för signaler till våra barn? I 2023 års attitydundersökning uppgav 62 procent av de unga i åldrarna 14-18 år att en orsak till att testa nya nikotinprodukter kan vara att de verkar mindre farliga. 49 procent svarade även att tilltalande smaksättningar kan vara en orsak till att testa.

Kampanjen förmedlade behovet av att skärpa den nya lagstiftningen och stoppa tobaksindustrins aggressiva marknadsföring genom att införa ett totalförbud mot all reklam och smaktillsatser i samtliga tobaks- och nikotinprodukter. Kampanjen efterlyste även höjda tobaksskatter och att även vitt snus och e-cigarett måste beskattas som tobak. Höjd tobaksskatt skyddar främst unga men kan också hjälpa den som vill men har svårt att sluta.



Novus-undersökning och rapport: När ska barns hälsa prioriteras

För åttonde året i rad har vi låtit Novus undersöka ungas och allmänhetens attityder till tobak. Resultaten har sammanställts i rapporten Den nya Generationen Nikotinster, som bland annat visar varför unga börjar använda tobak och nikotin, samt vad som krävs för att förebygga tobaksbruk bland unga.

2023 års rapport visade att andelen unga som anser att det är lätt för minderåriga att få tag på vitt snus och e-cigarett fortsätter att öka samtidigt som unga exponeras för tobaksreklam med oförminskad kraft. Kunskapen om nikotinetns hälsorisker och hur tobak motverkar miljö och mänskliga rättigheter är fortsatt låg och nu krävs en mängd olika insatser för att vända den negativa utvecklingen.

Nytt i årets undersökning var bland annat debutålder för vitt snus. Tidigare undersökningar har visat på debutålder för vanligt snus, cigaretter och e-cigarett. Resultaten i årets undersökning visar tydligt att majoriteten av samtliga tobaksdebuter sker mellan 14-16 år – även för vitt snus och e-cigarett. Undersökningen visar också att 96 procent av de vuxna rökarna och snusarna hade börjat i tonåren eller ännu tidigare.

Fler än sex av tio unga anser att en anledning till att prova nya nikotinprodukter är att de framstår som mindre farliga och varannan uppger att man testat på grund av tilltalande smaker. Varannan ungdom uppger även att psykisk ohälsa är en anledning att börja röka. Samtidigt är det bara 19 procent av de unga och 11 procent av de vuxna som svarar att de vet att nikotin tvärtom ökar risken för psykisk ohälsa. Något som är oroväckande, inte minst med hänsyn till Folkhälsomyndighetens skolundersökning 2023 som visar att ungas psykiska hälsa blir allt sämre.

Resultaten i årets undersökning visar tydligt att lagen för nya nikotinprodukter är otillräcklig för att skydda barn och unga. Var fjärde ungdom ser fortfarande ofta reklam för nya nikotinprodukter, och inte sällan på videoplattformar eller i samband med beskrivningar av lockande smaker- något som är förbjudet enligt den nya lagen. Undersökningen visar även på ett starkt stöd för en hållbarhetsskatt på alla former av tobak. Tvärtom vad nuvarande regering verkar tro efterlyser en majoritet av svenskarna en utökad beskattning av tobak.

Årets rapport visar hur samhället, på punkt efter punkt sviker ungas rätt till hälsa enligt både barnkonventionen och tobakskonventionen, men även hur vi med relativt sett små medel kan vända utvecklingen. Rapporten avslutas med en sexpunktslista över de insatser som krävs för att skydda alla minderåriga från ett skadligt nikotinberoende.

På plats i almedalen

NSG:s generalsekreterare var inbjuden till stora PR-dagens panelsamtal om "Jakten på sanningen". Där hade vi möjlighet att berätta om tobaksindustrins taktik för att sprida vilseledande information i svenska medier.

Till exempel att nya tobaksprodukter skulle vara bevisat mindre farliga eller att de hjälper rökare sluta. Under samtalet fick vi även möjlighet att belysa det faktum att svensk dagligvaruhandel, influencers, reklam- och PR-byråer gör stora vinster på att marknadsföra tobak.

Det var länge sedan NSG hade finansiella möjligheter att prioritera ett eget kunskapsspridande seminarium under almedalsveckan och i stället har vår strategi under de senaste åren varit att försöka sprida kunskap i andras seminarier och nå ut till nya nätverk. Dessvärre är det en tydlig trend, att det inte bara är vi som saknar finansiella resurser. Andelen civilsamhällesaktörer var lätträknade under almedalsveckan 2023 och av de som hade möjlighet att vara där, var det än färre som hade ett tobaksförebyggande fokus.

Närvarande var dock tobaksindustrin i en mängd olika former. Tobaksindustrin anlitar läkare för att påstå att snus räddar rökarens liv och att nikotin inte är farligare än kaffe. Under Ephi:s (Environment and public health institute) seminarium "Den Svenska Nikotinmodellen" gjorde moderatorn Marie Söderqvist, läkarna Fredrik Nyström (Professor internmedicin) och David Eberhard (Psykiater) sitt bästa för att framställa nikotin som något ofarligt och att det svenska snuset skulle vara anledningen till att vi har få vuxna rökare bland högutbildade svenskar.

Vid ett flertal seminarier som handlade om ungas förutsättningar till hälsa är både arrangerande organisationer och deltagande politiker rörande överens om att det förebyggande arbetet måste få ett större fokus. Nu önskar vi bara att det ska bli lite verkstad också.

European Network for Smoking and Tobacco Prevention i Florens

I början av oktober var vi inbjudna att delta på ENSPs åttonde konferens inom tobaksprevention i Florens, Italien. NSG:s medarbetare deltog i flera workshops och seminarier och presenterade hur vi tillsammans kan stärka vårt engagemang inom tobaksprevention och samtidigt undvika att splittras av tobaksindustrins försök att skapa förvirring. En långsiktig strategi och proaktiva lagar som utesluter tobaksindustrin från marknadsföring och politiskt inflytande kan hjälpa oss att nå målet om en helt tobaksfri generation. Målet måste vara att driva ett "tobacco end-game" snarare än att enbart kontrollera tobaksbruket eller enstaka produkter.

Konferensen erbjöd inblickar i hur olika länder arbetar med tobaksfrågan, vilka utmaningar de och vi i Europa står inför idag, och hur samarbetet länder emellan kan ha en större påverkan. Konferensen samlade experter, forskare, organisationer, jurister, doktorander och andra som aktivt arbetar med tobaksprevention. Diskussioner och teman omfattade miljö och klimat, utformning av tobakspolicy, kommunikation, forskning samt hur vi tillsammans kan arbeta mot en helt tobaksfri värld.

Tobaksbarn 2013-2023

Mellan åren 2013 och 2023 har vi drivit projektet och föreläsningsturnén Tobaksbarn. På grund av bristande finansiering hade vi ingen möjlighet att fira vårt jubileum men desto viktigare var det att vi trots allt kunde genomföra 2023 års turné. Ett av våra starkaste argument för att motivera ungdomar till ett tobaksfritt liv är att tobak hindrar global hållbar utveckling. Dagens ungdomar, är ofta starkt värderingsstyrda och många är betydligt mer miljömedvetna än vuxna. De ser sig själva som globala världsmedborgare och har god insikt om sin konsumentmakt. För mer information och projektresultat se avsnittet för mål och resultat, ökad kunskap om tobak.

5 Utvärdering

Samtliga kortsiktiga mål har uppnåtts helt eller delvis och givet våra begränsade resurser är den uppnådda effekten över förväntan. Det får oss att fundera över vad vi skulle kunna åstadkomma med bättre finansiella resurser. I dagsläget når vi ut till ca en tiondel av landets alla 14-18-åringar. Vår långsiktiga målbild är att vi ska nå ut till samtliga ungdomar. Det kommer dock inte vara möjligt utan förbättrade finansiella förutsättningar.

6 Lärdomar

För att kunna växla upp vårt viktiga arbete krävs att vi först klarar av att växla upp vårt insamlingsarbete – något som är svårt då många finansiärer ogärna ser att deras medel går till insamlingsarbete.

7 Vad vi mäter

- Räckvidd (Meltwater)
- Ungas attityder till Tobak (Novus)
- Ungas tobaksbruk (CAN)
- Kunskap om tobakens olika hälsorisker (Novus + egen enkät)
- Kunskap om tobakens inverkan på hållbar utveckling (Novus + egen enkät)
- Insamlade medel
- Följare och engagemang
- Lagstiftning och dess effekter på ungas tobaksbruk
- Tobaksreklam och dess effekter på ungas tobaksbruk