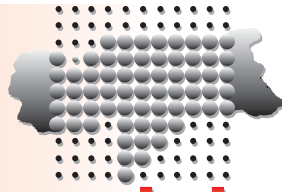


- Auszugsweiser oder vollständiger Nachdruck mit Quellenangabe (Herausgeber und Titel) gestattet
Riproduzione parziale o totale autorizzata con la citazione della fonte (titolo ed edizione)
- Sped. in a.p. - Art. 2, comma 20/c legge 662/96 (Bolzano)
- Halbmonatliche Druckschrift, eingetragen mit Nummer 10 vom 06.04.89 beim Landesgericht Bozen
Verantwortlicher Direktor: Dr. Alfred Aberer
Gedruckt auf Recyclingpapier - Druck: PRINTEAM, BZ
- Pubblicazione quindicinale iscritta al Tribunale di Bolzano al n. 10 del 06.04.89
Direttore responsabile: Dr. Alfred Aberer
Stampato su carta riciclata - Stampa: PRINTEAM, BZ



astat

info rmation
rmazioni

Präventionskampagnen im Gesundheitswesen - 2005

Campagne di prevenzione in campo sanitario - 2005

Die Präventionstätigkeit des Landesgesundheitswesens

96,0% der Bevölkerung begrüßen die Präventionskampagnen des Landesgesundheitsdienstes und mehr als 80% sind überzeugt, dass diese Initiativen dazu beitragen können, bestimmten Krankheiten vorzubeugen und einen gesunden Lebensstil zu fördern. 70,7% der Südtiroler wurden durch die Kampagnen veranlasst, sich über die verschiedenen Thematiken Gedanken zu machen, und bei immerhin mehr als einem Drittel der Bevölkerung lösten die Initiativen auch eine Veränderung in ihren Lebensgewohnheiten aus.

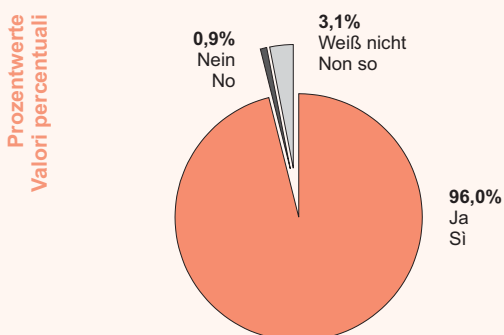
Le misure di prevenzione del servizio sanitario provinciale

Il 96,0% della popolazione approva le campagne di prevenzione del Servizio Sanitario Provinciale e più dell'80% è convinto che queste campagne aiutino a prevenire determinate malattie e a favorire uno stile di vita più sano. Il 70,7% degli altoatesini, a seguito delle campagne di prevenzione, è stato indotto a riflettere su diverse tematiche, e in ben un terzo della popolazione le iniziative di prevenzione hanno promosso un cambiamento delle proprie abitudini di vita.

Graf. 1

Finden Sie es in Ordnung, dass Initiativen zur Gesundheitsförderung seitens des Landesgesundheitswesens durchgeführt werden?

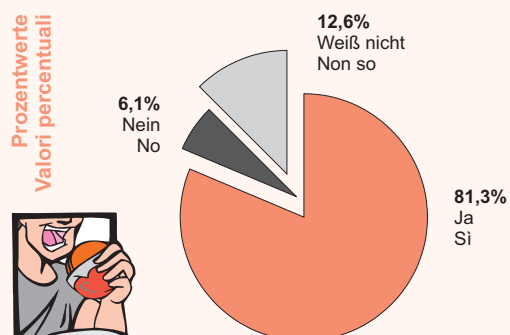
Ritene sia giusto che l'assessorato provinciale alla sanità promuova campagne di prevenzione?



Graf. 2

Glauben Sie, dass diese Initiativen dazu beitragen, diese Erkrankungen vorzubeugen oder einen gesunden Lebensstil zu fördern?

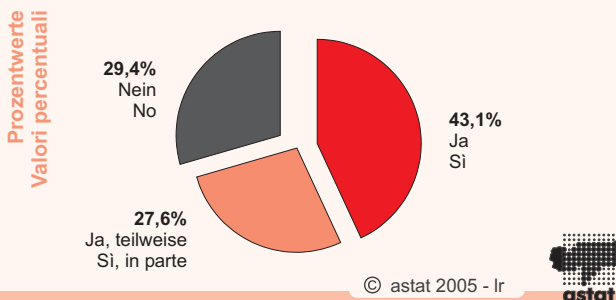
Crede che tali campagne aiutino a prevenire queste malattie e a favorire uno stile di vita più sano?



Graf. 3

Wurden Sie durch eine oder mehrere dieser Initiativen angeregt, sich über die Thematik Gedanken zu machen?

Le è successo che una o più campagne di prevenzione l'abbiano spinta a riflettere sulle varie tematiche?



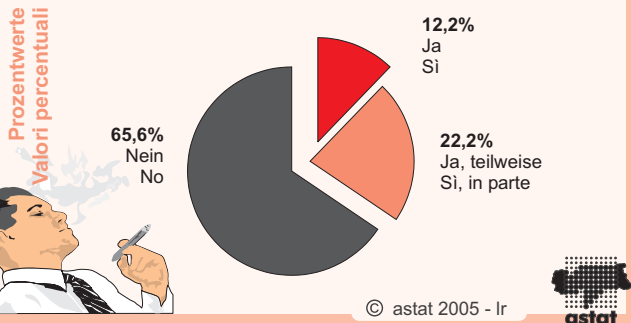
© astat 2005 - lr



Graf. 4

Wurden Sie durch eine oder mehrere der Initiativen dazu bewegt, Ihre Lebensgewohnheiten zu ändern?

In seguito a una o più campagne di prevenzione ha per caso cambiato le Sue abitudini quotidiane?



© astat 2005 - lr



Die in den Jahren 2002-2004 gestarteten Kampagnen betrafen verschiedene Bereiche. Slogans, Informationsbroschüren sowie Veranstaltungen befassten sich mit den Themen Tabakprävention, Alkohol, AIDS, Doping, Unfallprävention, Gesundheit und Umwelt, Bewegung, Infektionskrankheiten und Tumoren. Die einzelnen Themenbereiche blieben jedoch unterschiedlich stark im Gedächtnis der Bevölkerung haften.

Le campagne promosse negli anni 2002-2004 hanno riguardato diversi settori. Slogan, fascicoli informativi e manifestazioni si sono occupati di temi come il fumo, l'alcol, l'AIDS, il doping, la prevenzione di incidenti, la salute e l'ambiente, il movimento fisico, le malattie infettive e i tumori. I diversi settori sono rimasti impressi in misura diversa nella memoria della popolazione.

Slogans

Bekanntheitsgrad der Slogans

TABAK

„NICHT RAUCHEN LOHNT SICH“
 „NEIN ZUM TABAK! IN FILM, WERBUNG UND MODE“

„STILWECHSEL: EINE INITIATIVE FÜR EIN RAUCHFREIES LEBEN“

AIDS

„RISKIEREN LOHNT SICH NICHT“
 „1. DEZEMBER 2003 - WELTAIDSTAG“

ALKOHOL

„ALKOHOL AM STEUER NIE“

VORBEUGUNG VON TUMOREN

„ACHTUNG SONNE - VORBEUGUNG IST MÖGLICH“

UNFALLPRÄVENTION

„7. APRIL 2004 - WELTGESUNDHEITSTAG - KINDERSICHERHEIT IM STRASSENVERKEHR“

GESUNDHEIT UND UMWELT

„7. APRIL 2003 - WELTGESUNDHEITSTAG - GEBEN WIR DEM LEBEN DER ZUKUNFT EINEN SINN. GEBEN WIR DEN KINDERN EINE GESUNDE UMWELT“

DOPING

„DOPING KILLS SPORTS“

INFEKTIONSKRANKHEITEN

„IMPFFEN LOHNT SICH“

BEWEGUNG

„AKTIV SEIN LOHNT SICH“

Slogan

% Grado di conoscenza degli slogan

FUMO

73,8 "NON FUMARE CONVIENE"
 41,6 "NO AL TABACCO: NEI FILM, NELLA PUBBLICITÀ E NELLA MODA"
 38,0 "CAMBIARE STILE: UN'INIZIATIVA A SOSTEGNO DI UNA VITA SENZA FUMO"

AIDS

30,1 "RISCHIARE NON CONVIENE"
 69,4 "1° DICEMBRE 2003 - GIORNATA MONDIALE CONTRO L'AIDS"

ALCOL

68,4 "ALCOL AL VOLANTE MAI"

PREVENZIONE TUMORI

66,4 "PROTEGGITI DAL SOLE - PREVENIRE È POSSIBILE"

EDUCAZIONE STRADALE

62,2 "7 APRILE 2004 - GIORNATA MONDIALE DELLA SALUTE - SICUREZZA DEI BAMBINI NEL TRAFFICO STRADALE"

SALUTE E AMBIENTE

50,5 "7 APRILE 2003 - GIORNATA MONDIALE DELLA SALUTE - DIAMO UN SENSO ALLA VITA DEL FUTURO: DIAMO AI BAMBINI UN AMBIENTE SANO"

DOPING

48,8 "DOPING KILLS SPORTS"

MALATTIE INFETTIVE

47,2 "VACCINARE CONVIENE"

MOVIMENTO

45,4 "ESSERE ATTIVI CONVIENE"

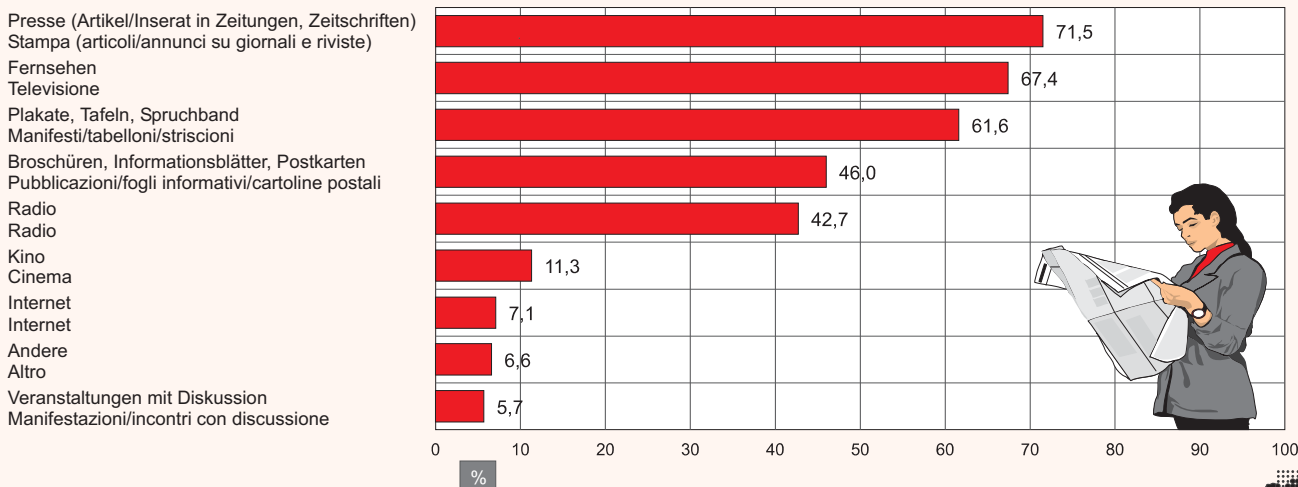
Graf. 5

Durch welches Informationsmittel haben Sie über die Themen erfahren?

Prozentwerte (Mehrfachnennungen möglich)

Attraverso quale mezzo di comunicazione è venuta/o a conoscenza delle tematiche?

Valori percentuali (possibili più risposte)



© astat 2005 - Ir



Die Slogans bezüglich Rauchen, AIDS und Alkohol erreichten die höchsten Bekanntheitswerte.

Von großer Bedeutung für die Wirksamkeit der Kampagnen ist auch die Auswahl des informationsvermittelnden Mediums. Wie bereits vor fünf Jahren erreichten die Initiatoren auch diesmal die Bevölkerung größtenteils über die Presse (71,5%) und das Fernsehen (67,4%). Plakate, Spruchbänder sowie Informationsbroschüren waren 61,6% bzw. 46,0% der Personen bekannt. Über Rundfunk konnten 42,7% der Bevölkerung angesprochen werden.

Innerhalb der verschiedenen Altersgruppen lassen sich aber erhebliche Unterschiede feststellen:

Gli slogan riguardo al fumo, all'AIDS e all'alcol riscuotono il più alto grado di conoscenza.

Per l'efficacia della campagna di prevenzione è di fondamentale importanza il mezzo di divulgazione dell'informazione. Come già 5 anni fa, i promotori hanno raggiunto maggiormente la popolazione attraverso la stampa (71,5%) e la televisione (67,4%). Manifesti, striscioni e fascicoli informativi erano noti rispettivamente al 61,6% e al 46,0% delle persone. Attraverso la radio è stato raggiunto il 42,7% della popolazione.

Per classi di età tuttavia si riscontrano notevoli differenze:

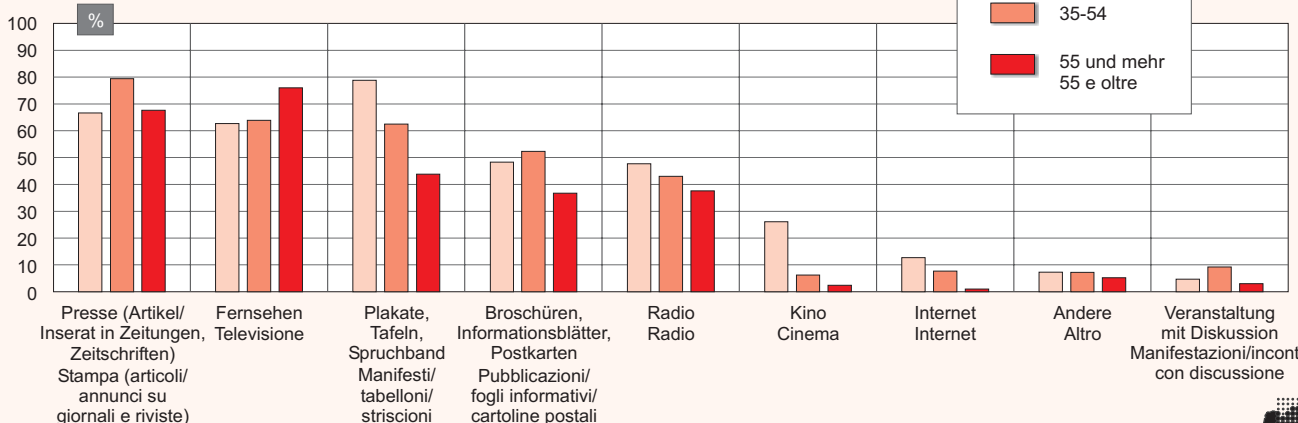
Graf. 6

Bekanntheitsgrad der Slogans nach Informationsmittel und Altersklassen

Prozentwerte (Mehrfachnennungen möglich)

Grado di conoscenza degli slogan per mezzo di informazione e classe di età

Valori percentuali (possibili più risposte)



© astat 2005 - Ir



Während der Anteil derjenigen, welche über das Fernsehen von den Kampagnen erfahren, mit zunehmendem Alter steigt, sinkt dieser Anteil bei den Medien Radio, Kino, Internet und Plakaten deutlich ab.

Im Rahmen der Umfrage wurden die Personen auch gefragt, wo sie die Broschüren bzw. Informationsblätter gesehen hätten. Hier liegen Krankenhäuser, Gesundheitsdienste, Arztpraxen und Sprengel im Spitzenfeld. Mehr als drei Viertel der Befragten, welche die Broschüren kennen, wurden durch diese Gesundheitseinrichtungen darauf aufmerksam. Es folgen öffentliche Verkehrsmittel und Anschlagflächen auf der Strasse, Gemeindeämter und andere Behörden.

Con l'aumentare dell'età cresce il numero di persone che vengono in contatto con le campagne attraverso la tv; diminuisce invece l'informazione attraverso radio, cinema, internet e manifesti.

Nel corso dell'indagine, agli intervistati è stato anche chiesto dove abbiano visto i fascicoli o i fogli informativi. In questo caso sono ai primi posti ospedali, servizi sanitari, distretti sanitari e studi medici. Più di tre quarti degli intervistati che conoscono fascicoli informativi li hanno visti in queste strutture sanitarie. Seguono mezzi pubblici e spazi pubblicitari lungo le strade, uffici comunali o altri enti.

Graf. 7

Wo haben Sie die Plakate, Tafeln, Spruchbänder usw. mit diesen Slogans gesehen?

Prozentwerte (Mehrfachnennungen möglich)

Dove ha visto manifesti, tabelloni oppure striscioni con questi slogan?

Valori percentuali (possibili più risposte)

Arztpraxen, Gesundheitsdienste, Krankenhäuser, Sprengel
Studi medici, servizi sanitari, ospedali, distretti sanitari

Anderswo (z.B. auf Autobussen)
Altrove (p.e. sugli autobus)

Gemeindeämter oder andere Behörden
Uffici comunali o altri enti

Schulen
Scuole

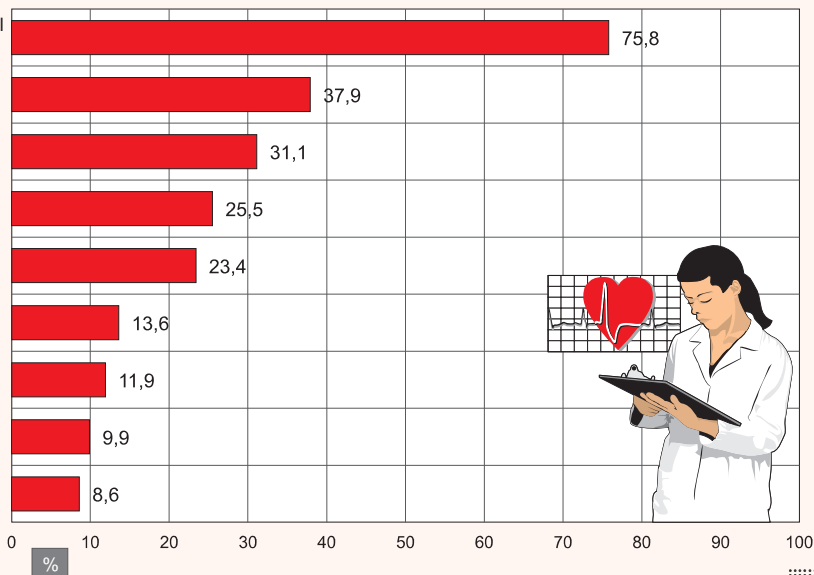
Messen
Fiere

Arbeitsplatz
Posto di lavoro

Vereine
Associazioni

Schwimmbad
Piscina

Veranstaltungen
Manifestazioni/incontri



© astat 2005 - Ir



Rundfunk-, Fernsehsendungen und Veranstaltungen

Über Fernsehen und Rundfunk lassen sich die meisten Personen erreichen. So erklärten beispielsweise fast drei Viertel der deutschsprachigen Südtiroler, das „GESUNDHEITSMAGAZIN“ (zehn Fernsehinformationssendungen in deutscher Sprache im RAI-Sender Bozen) zu kennen. Jeder vierte italienischsprachige Südtiroler kennt die Informationsserie „PUNTO E A CAPO“ (13 Rundfunksendungen in italienischer Sprache).

Das MINI MED STUDIUM, bestehend aus Informationsabenden zu verschiedenen Themen, kennen 18,6% der Bürger. Schränkt man die Analyse auf

Trasmissioni radiotelevisive e manifestazioni

Attraverso la televisione e la radio, si raggiunge la maggior parte della popolazione. Così, quasi tre quarti degli altoatesini di madrelingua tedesca, dichiarano di conoscere la trasmissione "GESUNDHEITSMAGAZIN" (10 serate informative in lingua tedesca su RAI-Sender Bozen). Un altoatesino di madrelingua italiana su quattro conosce la trasmissione "PUNTO E A CAPO" (13 trasmissioni radiofoniche in lingua italiana).

Il MINI MED STUDIUM, serate informative su diverse tematiche, è noto al 18,6% della popolazione. Se si limita l'analisi al gruppo linguistico tedesco, si ottiene

Sprachgruppen ein, so ergibt sich ein Anteilswert von 25,7% unter der deutschsprachigen Bevölkerung. Weiters lässt sich feststellen, dass das Interesse mit steigendem Bildungsgrad zunimmt.

una quota del 25,7%. Inoltre si può notare che l'interesse cresce all'aumentare del titolo di studio.

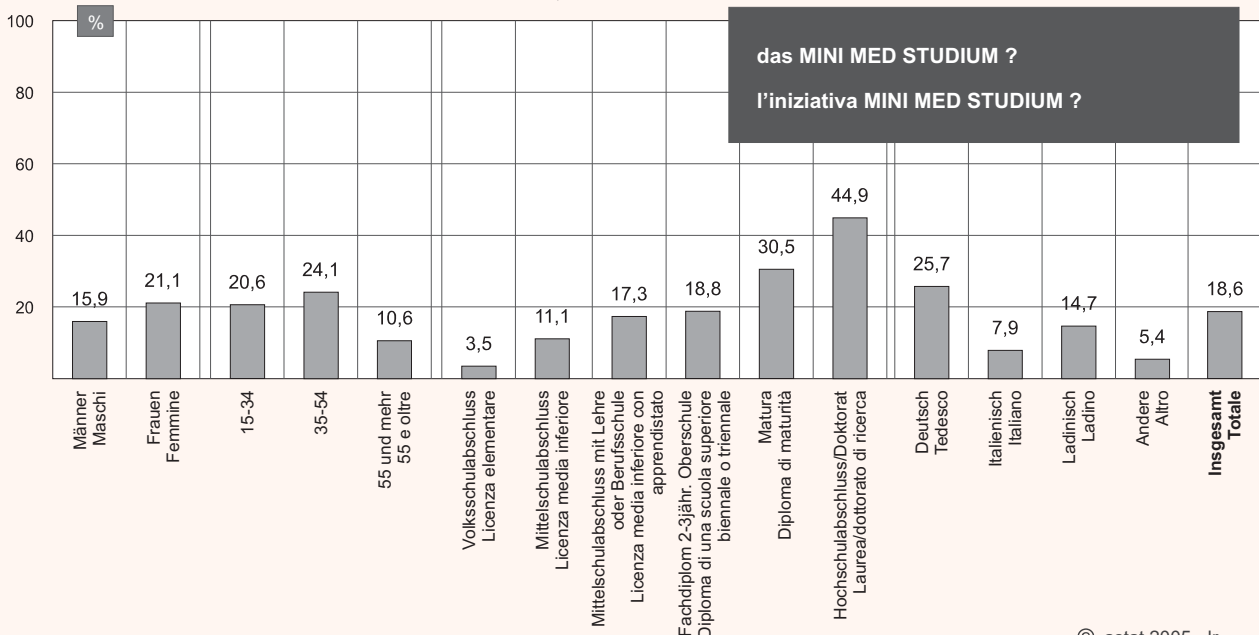
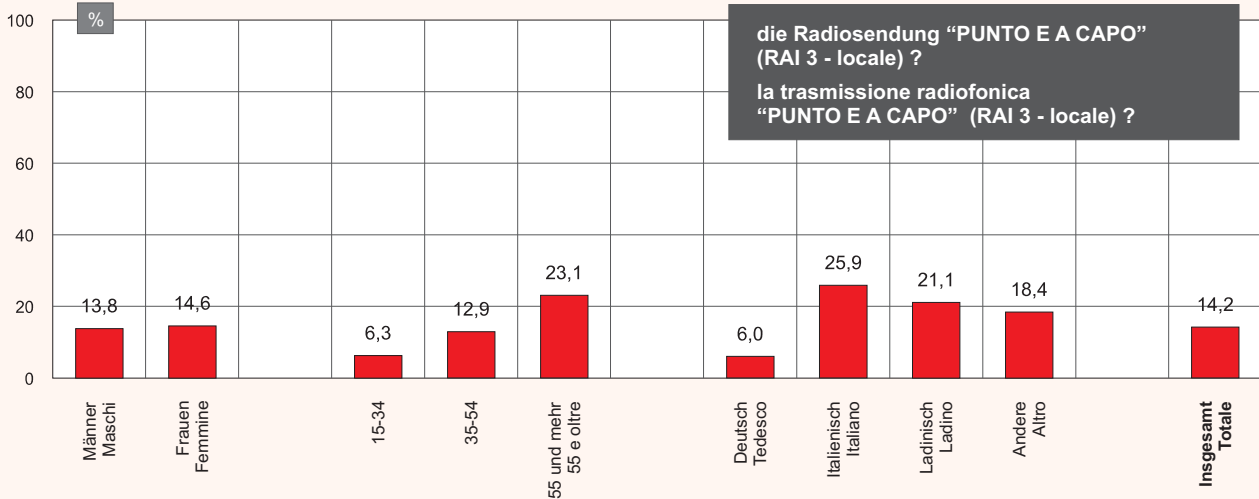
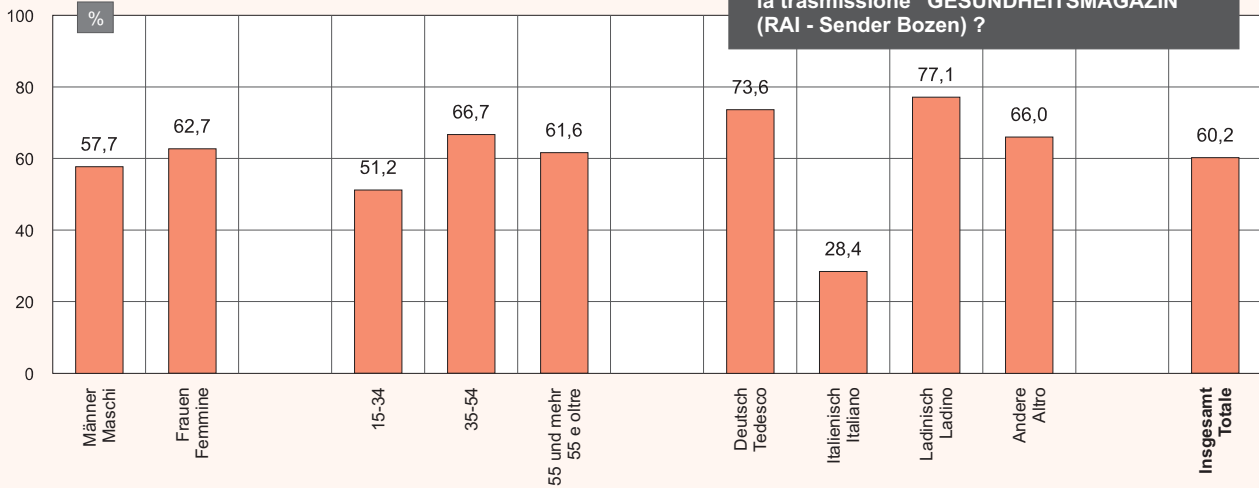
Graf. 8

Kennen Sie ...

Prozentwerte (Antwort "Ja")

Conosce ...

Valori percentuali (risposta "Sì")

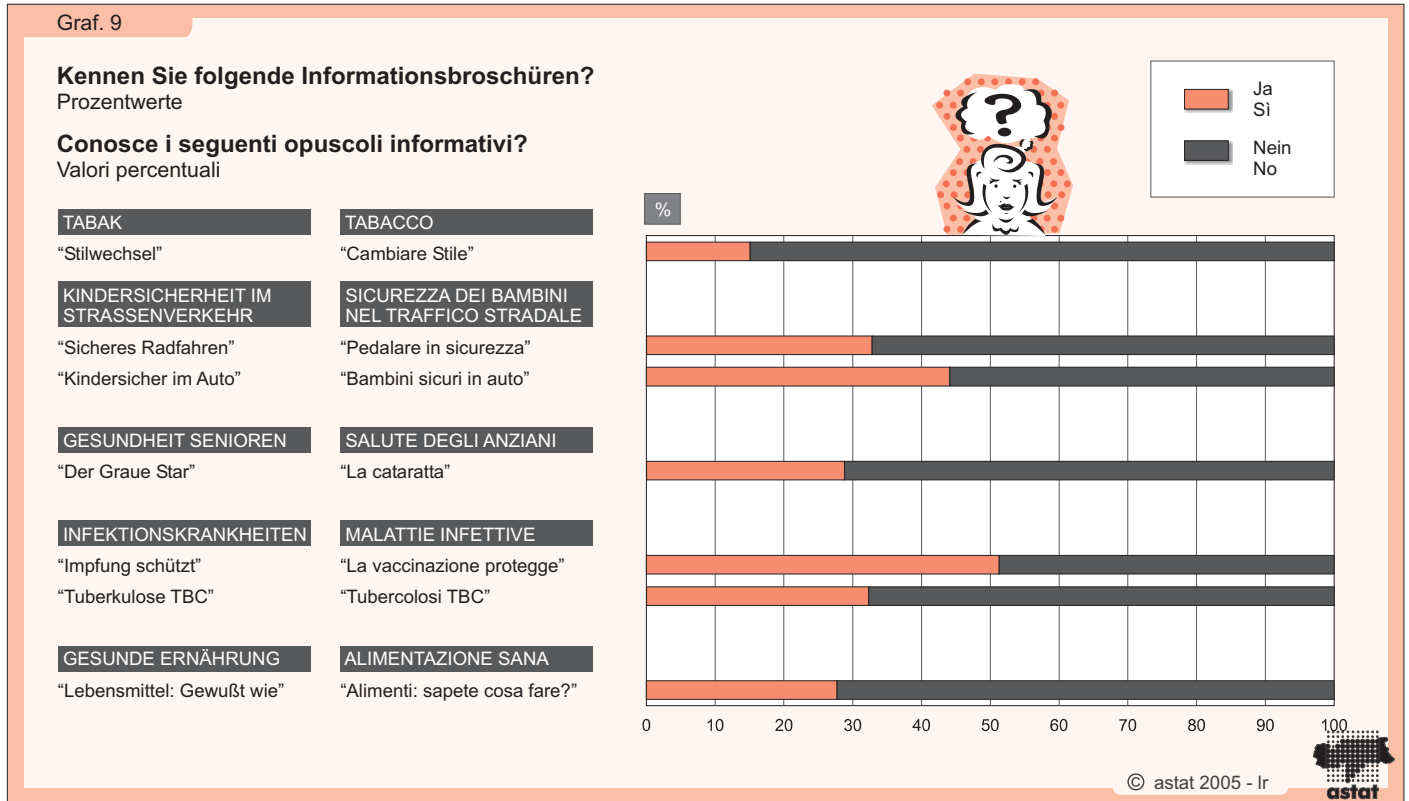


Informationsbroschüren

Auch über Informationsbroschüren versucht das Landesassessorat für Gesundheitswesen, die Bürger aufzuklären. Die Schriften betreffen ein großes Spektrum von Themenbereichen, welche unterschiedlich stark wahrgenommen werden.

Fascicoli informativi

Un altro mezzo utilizzato dall'assessorato alla sanità per "raggiungere" i cittadini sono i fascicoli informativi. Questi trattano un ampio spettro di argomenti, che vengono percepiti in modo più o meno forte.

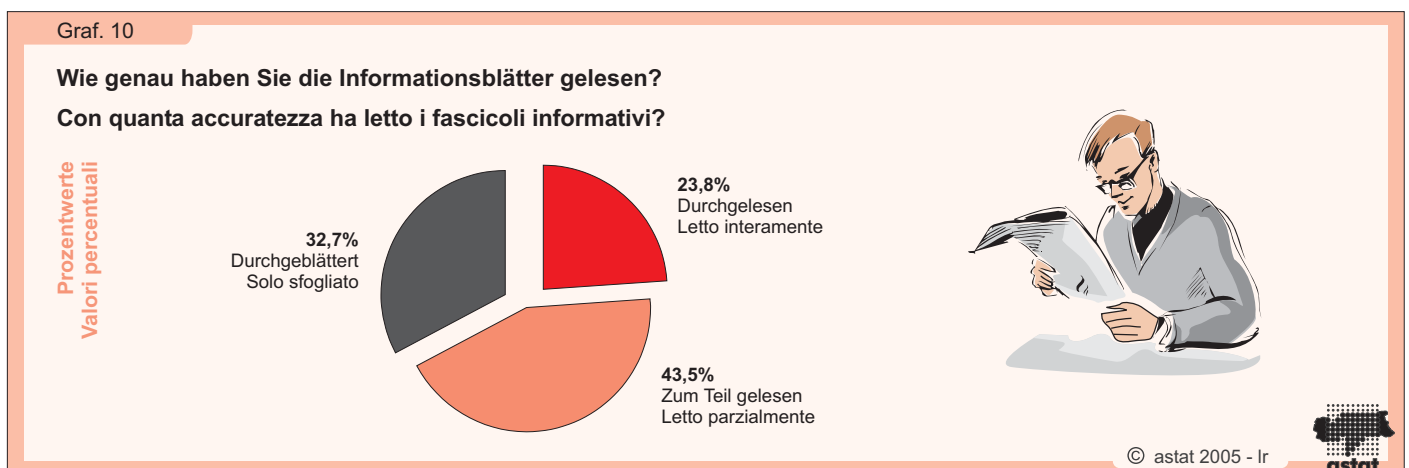


Mehr als die Hälfte der Südtiroler kennen die Informationsbroschüre „IMPFUNG SCHÜTZT“ und fast jeder zweite den Infolder „KINDERSICHER IM AUTO“. Alle anderen bleiben unter der Schwelle von einem Drittel der Bevölkerung.

Die Informationsblätter werden v.a. in Arztpraxen, Krankenhäusern, Gesundheitsdiensten u.ä. wahrgenommen. Meistens werden sie jedoch nur teilweise gelesen bzw. nur durchgeblättert.

Più della metà degli altoatesini conosce l'opuscolo informativo "LA VACCINAZIONE PROTEGGE" e uno su due conosce il folder informativo "BAMBINI SICURI IN AUTO". Tutti gli altri opuscoli non raggiungono la soglia di un terzo della popolazione.

I fascicoli informativi vengono notati soprattutto in studi medici, ospedali, servizi sanitari e simili. Questi tuttavia vengono per lo più solo sfogliati o letti parzialmente.



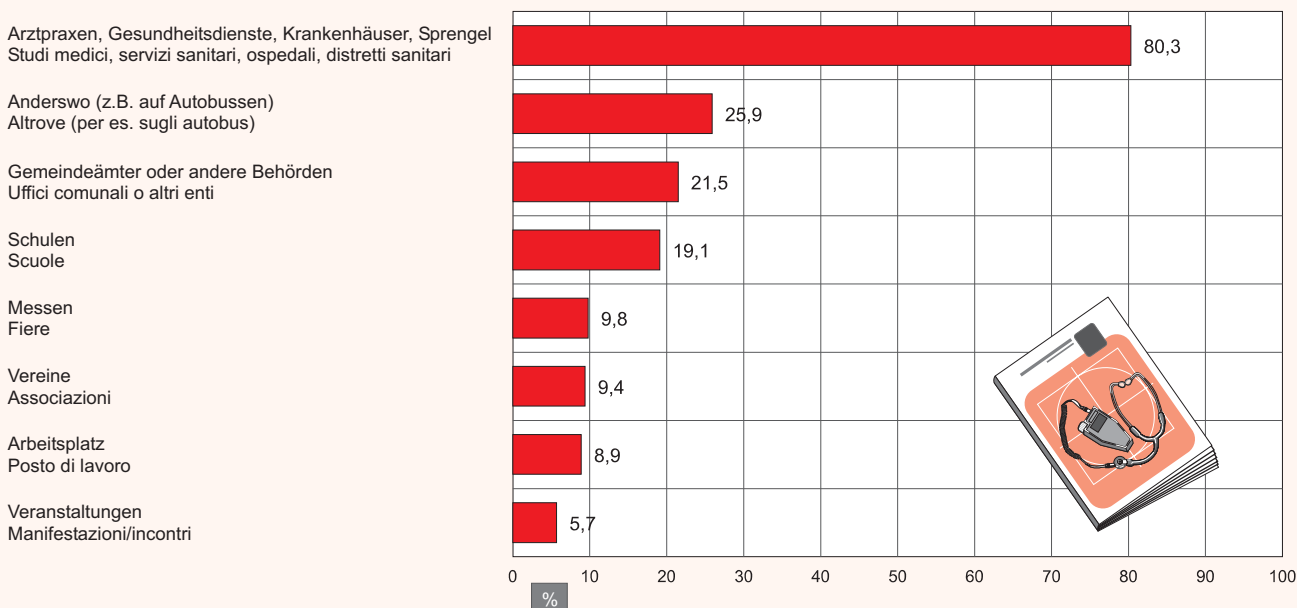
Graf. 11

Wo haben Sie diese Informationsbroschüren gesehen?

Prozentwerte (Mehrfachnennungen möglich)

Dove ha visto questi volantini e/o pubblicazioni?

Valori percentuali (possibili più risposte)



© astat 2005 - Ir



Hauptmotive für das Lesen der Broschüren sind Interesse am Thema und die Tatsache, dass die Befragten selbst bzw. Angehörige/Freunde direkt betroffen sind.

Le motivazioni principali per chi ha letto i fascicoli sono l'interesse per l'argomento e il diretto coinvolgimento degli intervistati stessi o di loro parenti/amici, nella tematica trattata.

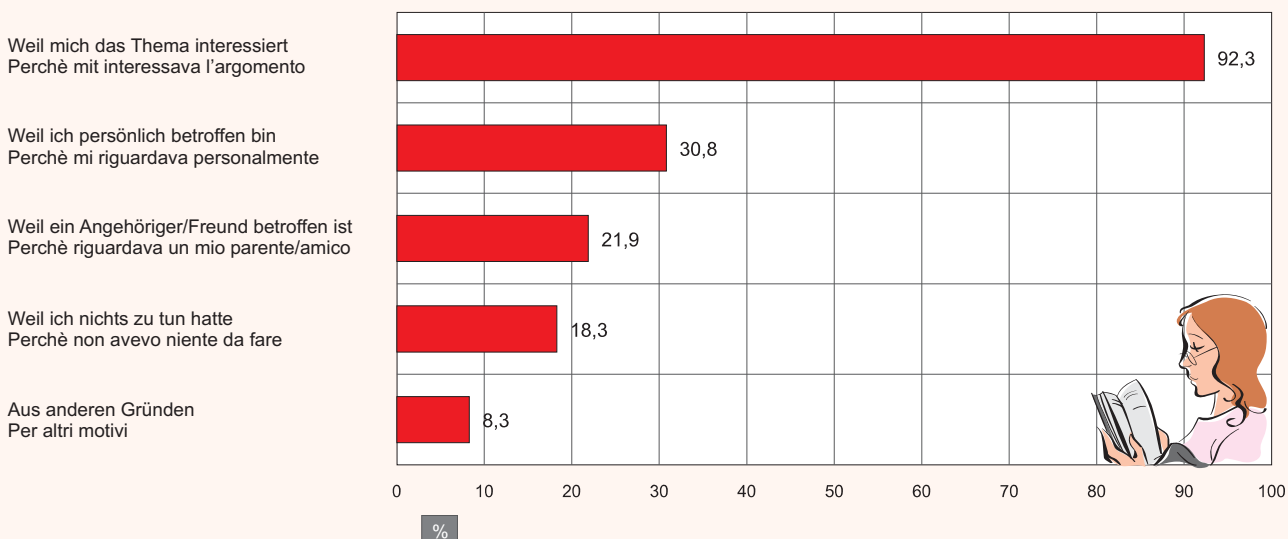
Graf. 12

Aus welchem Grund haben Sie diese Informationsbroschüren gelesen?

Prozentwerte

Per quale motivo ha letto questi volantini e/o pubblicazioni?

Valori percentuali



© astat 2005 - Ir

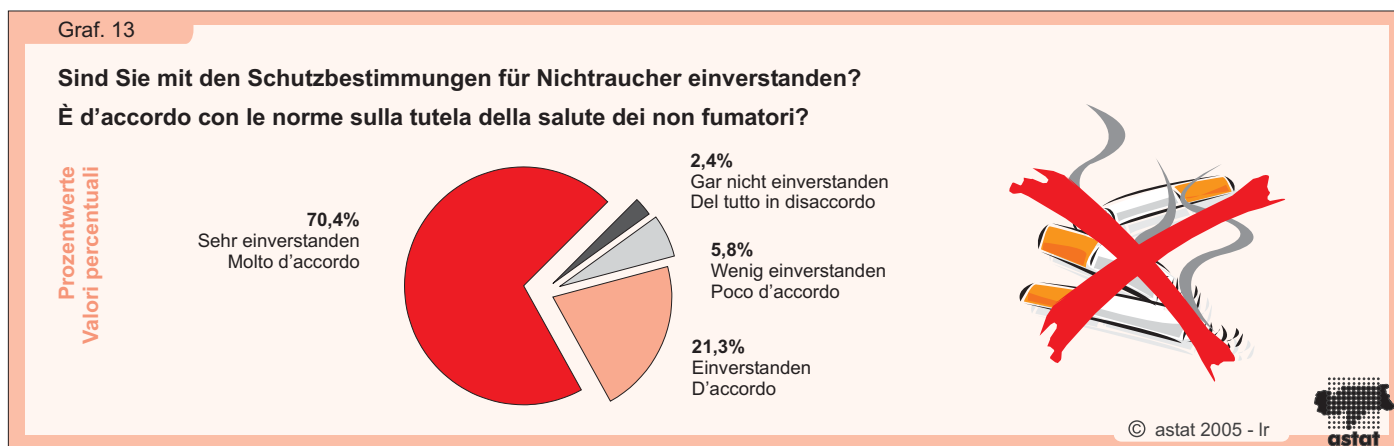


Bestimmungen zum Schutz der Gesundheit der Nichtraucher

Im Rahmen der Umfrage wurden auch den erst 2005 eingeführten Bestimmungen zum Schutze der Gesundheit der Nichtraucher einige Fragen gewidmet. Ein überwältigender Anteil der Bevölkerung (91,7%) erklärt sich mit dieser Regelung einverstanden bzw. sehr einverstanden. Insbesondere Frauen und ältere Personen erteilen hier die höchste Zustimmung. Italienisch- und ladinischsprachige Personen beurteilen die Schutzbestimmungen für Nichtraucher positiver als ihre deutschsprachigen Mitbürger. Die Zustimmungsrate steigt außerdem mit dem Bildungsgrad an.

Norme sulla tutela dei non fumatori

Nel corso dell'indagine sono state poste alcune domande anche riguardo alla legge antifumo per la tutela della salute dei non fumatori introdotta nel 2005. La stragrande maggioranza della popolazione (91,7%) dichiara di essere "d'accordo" o "molto d'accordo" con le norme di questa legge. Soprattutto le donne e le persone più anziane hanno dato più consensi alla legge. Gli altoatesini di lingua italiana e ladina giudicano le nuove norme in modo più positivo rispetto ai concittadini di lingua tedesca; inoltre il grado di approvazione cresce con il titolo di studio.



Tab. 1

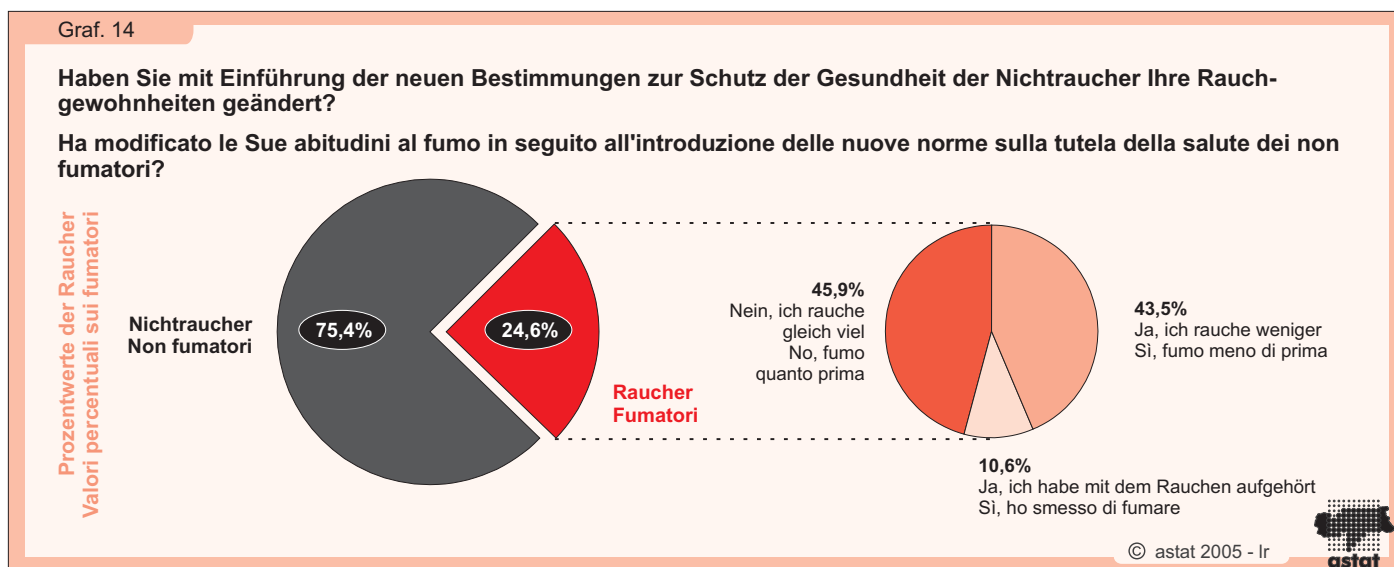
Sind Sie mit den Schutzbestimmungen für Nichtraucher und mit dem damit verbundenen Rauchverbot in allen der Öffentlichkeit zugänglichen geschlossenen Lokalen sowie in den offenen Bereichen der Kindergärten, Schulen und Jugendeinrichtungen einverstanden? Prozentwerte

È d'accordo con le norme sulla tutela della salute dei non fumatori ed in particolare sul divieto di fumo in tutti i locali chiusi, aperti al pubblico, nonché nei luoghi aperti di pertinenza delle scuole per l'infanzia, di tutte le altre scuole e delle strutture per giovani? Valori percentuali

	Gar nicht einverstanden Del tutto in disaccordo	Wenig einverstanden Poco d'accordo	Einverstanden D'accordo	Sehr einverstanden Molto d'accordo	
Männer	1,5	8,2	23,6	66,7	Maschi
Frauen	3,2	3,5	19,2	74,0	Femmene
15-34	4,5	10,1	24,2	61,2	15-34
35-54	2,1	4,0	19,4	74,5	35-54
55 und mehr	0,8	3,8	20,7	74,7	55 e oltre
Deutsch	3,6	8,2	22,5	65,7	Tedesco
Italienisch	0,6	2,8	20,0	76,7	Italiano
Ladinisch	0,6	2,3	18,7	78,5	Ladino
Andere	5,4	7,9	26,0	60,7	Altro
Volksschulabschluss	0,0	2,3	24,5	73,2	Licenza elementare
Mittelschulabschluss	3,1	9,9	19,7	67,3	Licenza media inferiore Licenza media inferiore con apprendistato o qualifica professionale
Mittelschulabschluss mit Lehre oder Berufsschule	4,4	7,5	23,5	64,6	Diploma di una scuola superiore biennale o triennale
Fachdiplom einer 2-3 - jährigen Oberschule	2,0	7,1	20,7	70,1	Diploma di maturità (5 anni)
Matura	2,0	3,9	20,8	73,2	Laurea breve/Laurea e/o dottorato di ricerca
Hochschulabschluss/Doktorat	1,5	1,5	19,8	77,1	
Insgesamt	2,4	5,8	21,3	70,4	Totale

Die neuen Bestimmungen scheinen das Rauchverhalten der Südtiroler beeinflusst zu haben. 45,9% der Raucher rauchen zwar gleich viel wie vorher, aber 43,5% haben das Rauchen eingeschränkt und 10,6% sogar ganz damit aufgehört.

Le nuove norme sembrano aver influenzato le abitudini al fumo degli altoatesini. Mentre il 45,9% dei fumatori ha mantenuto le stesse abitudini di prima, il 43,5% ha limitato il fumo e il 10,6% ha addirittura smesso di fumare.



Bei einer genauen Betrachtung der Daten nach soziodemografischen Merkmalen fällt der hohe Anteil der Personen der jüngsten Altersklasse auf, die ihr Rauchverhalten nach Einführung der neuen Bestimmungen geändert haben.

Osservando più attentamente i dati e incrociandoli con le variabili sociodemografiche, si nota un'alta incidenza di persone giovani, che hanno modificato le proprie abitudini dopo l'introduzione delle nuove norme.

Tab. 2

Haben Sie mit Einführung der neuen Bestimmungen zum Schutz der Gesundheit der Nichtraucher Ihre Rauchgewohnheiten geändert? Prozentwerte der Raucher

Ha modificato le Sue abitudini al fumo in seguito all'introduzione delle nuove norme sulla tutela della salute dei non fumatori? Percentuale sui fumatori

	Ja, ich rauche weniger Sì, fumo meno di prima	Ja, ich habe mit dem Rauchen aufgehört Sì, ho smesso di fumare	Insgesamt Totale	
Männer	41,0	13,5	54,5	Maschi
Frauen	46,4	6,8	53,2	Femmine
15-34	49,0	7,7	56,7	15-34
35-54	38,6	11,9	50,5	35-54
55 und mehr	39,4	13,1	52,6	55 e oltre
Deutsch	49,8	8,7	58,5	Tedesco
Italienisch	28,1	14,3	42,4	Italiano
Ladinisch	44,7	15,6	60,3	Ladino
Andere	43,2	0,0	43,2	Altro
Insgesamt	43,5	10,6	54,1	Totale

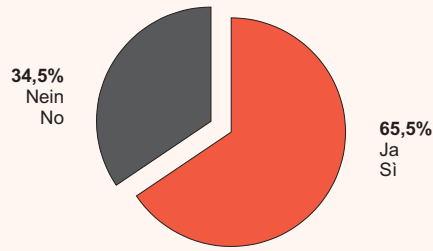
Um mit dem Rauchen aufzuhören, bedürfen viele Personen auch externer Hilfe. Um zu erfahren, ob die derzeit bestehenden Angebote zum Raucherausstieg ausreichend sind oder nicht, wurde eine explizite Frage gestellt.

Per smettere di fumare, molte persone hanno bisogno di aiuto esterno. Per sapere se le offerte di aiuto attualmente esistenti sono sufficienti o meno, è stata posta un'esplicita domanda.

Graf. 15

Sind Sie der Meinung, dass die derzeit bestehenden Angebote, um mit dem Rauchen aufzuhören, ausreichend sind?
Secondo la Sua opinione, le attuali iniziative di sostegno allo smettere di fumare sono sufficienti?

Prozentwerte
Valori percentuali



© astat 2005 - Ir



Von allen Altersklassen erklären die 15- bis 34-Jährigen am häufigsten, dass die derzeitigen Raucherausstiegshilfen nicht ausreichen. Hier scheint es notwendig, mehr Informationen anzubieten, auch unter Berücksichtigung der Tatsache, dass diese Altersgruppe auch diejenige ist, welche aufgrund der neuen Bestimmungen das eigene Rauchverhalten am stärksten geändert hat.

Gli intervistati della classe di età dai 15 ai 34 anni hanno dichiarato più degli altri, che le attuali iniziative di sostegno per smettere di fumare, non sono sufficienti. È dunque auspicabile dare più informazioni, considerando anche che questa classe di età è quella che, grazie alla nuova normativa, ha cambiato maggiormente i propri comportamenti riguardo al fumo.

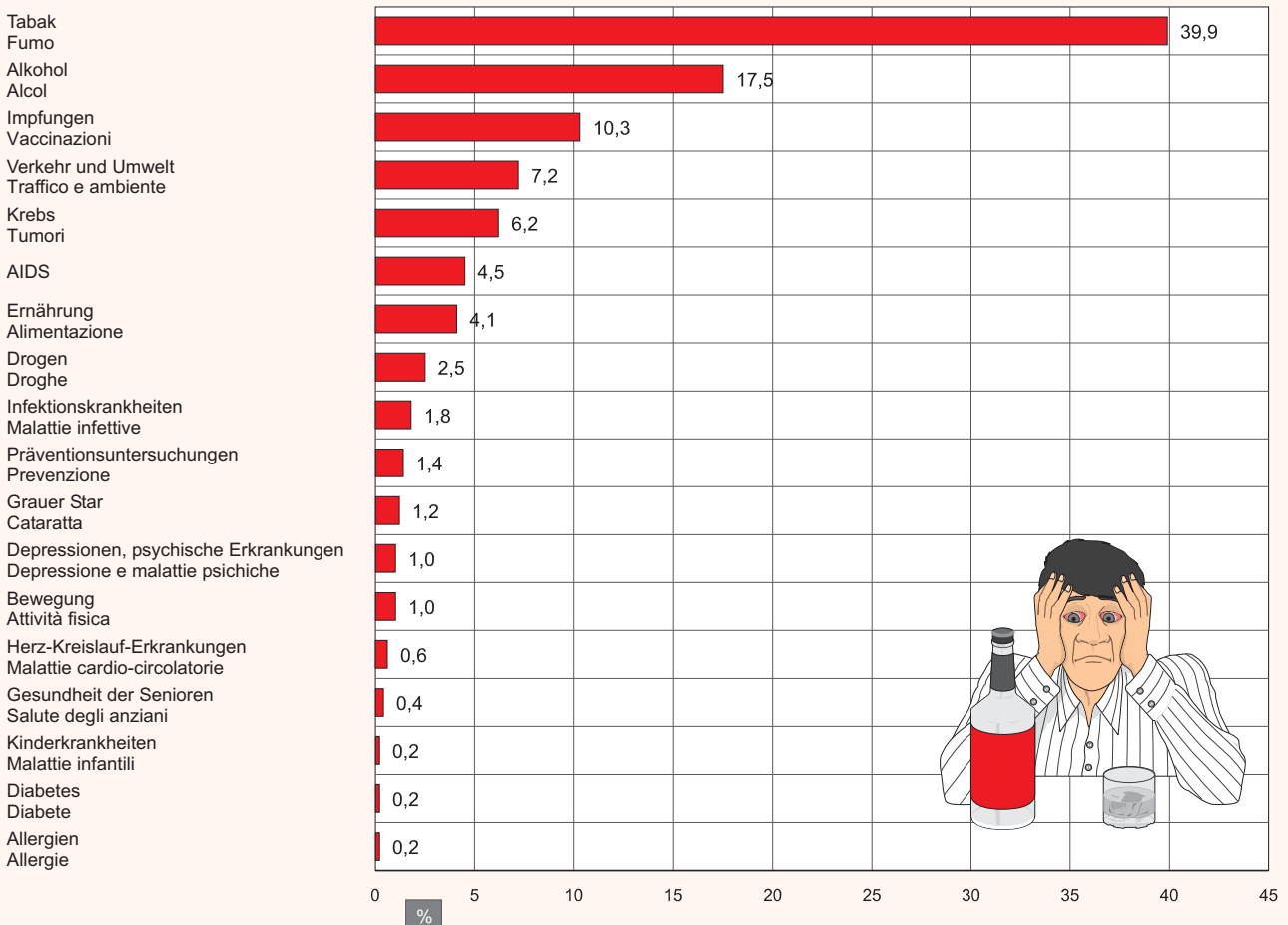
Graf. 16

Am wirksamsten präsentiert waren die Kampagnen zu ...:

Prozentwerte

Le campagne esposte in modo più efficace erano ...:

Valori percentuali



© astat 2005 - Ir



Informationsbedarf und Verbesserungsvorschläge

Am Ende des Interviews wurden die Südtiroler noch gefragt, welche Themen am besten präsentiert worden seien und in welchen Bereichen hingegen noch Informationsbedarf besteht. Am wirksamsten schienen die Kampagnen zu Tabak, Alkohol und Impfungen.

Die Bereiche, für die am häufigsten Informationsbedarf angemeldet wurde, sind: Alkohol, Ernährung, Krebs und psychische Erkrankungen. Außerdem sollten die Informationen verstärkt über Fernsehen, Rundfunk und Post verbreitet werden.

Richiesta di informazione e spunti per il miglioramento

Alla fine dell'intervista è stato chiesto agli altoatesini, quali argomenti siano stati esposti in modo più efficace e in quali ambiti ritengano vi sia bisogno di ulteriori informazioni. Le campagne su fumo, alcol e vaccinazioni sono state quelle presentate meglio.

Ambiti, nei quali viene espresso un ulteriore bisogno di informazioni, sono invece: alcol, alimentazione, tumori e malattie psichiche. Inoltre è stato proposto di divulgare più informazioni mediante la televisione, la radio e i servizi postali.

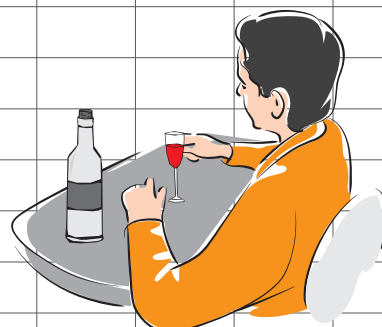
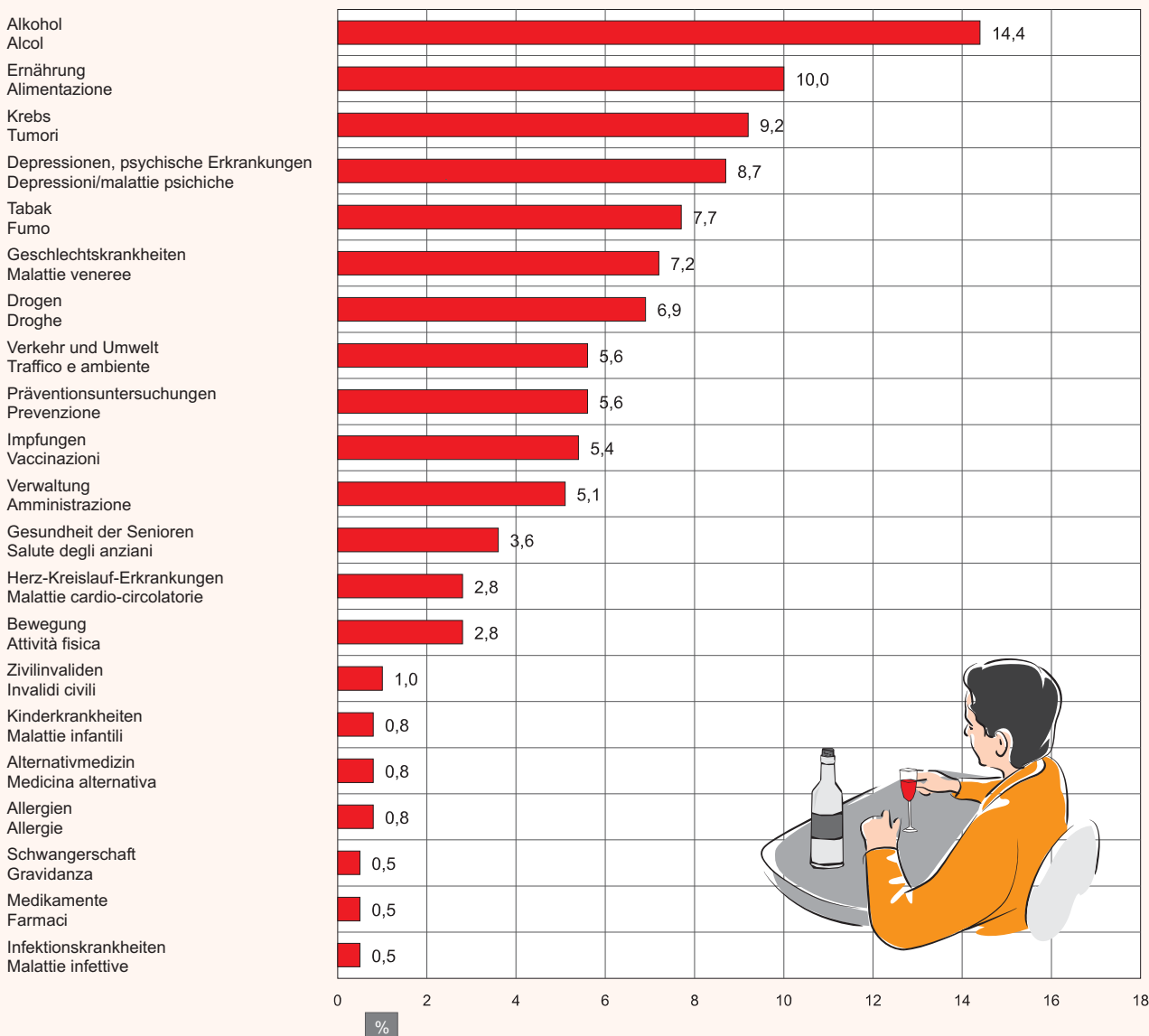
Graf. 17

Informationsbedarf besteht noch bezüglich der Themen ...:

Prozentwerte

In quali settori mancano informazioni e aiuti?

Valori percentuali



Anmerkungen zur Erhebung

Die Befragung zur Präventionstätigkeit des Landesassessorates für Gesundheit wurde vom 6. bis 11. Juni 2005 vom Landesinstitut für Statistik durchgeführt. 816 Personen im Alter von 15 Jahren und mehr wurden telefonisch interviewt. Ziel der Befragung war die Erhebung über den Bekanntheitsgrad der verschiedenen Initiativen, um diese eventuell besser ausrichten zu können bzw. die besten Informationsträger bzw. Multiplikatoren ausmachen zu können.

Mit Hilfe eines eigenen Gewichtungsverfahrens wurden die Daten auf die Südtiroler Bevölkerung hochgerechnet. Die Genauigkeit der Ergebnisse können dabei mit Hilfe von Konfidenzintervallen geschätzt werden, beispielsweise kann für Fragen mit einer Ja/Nein-Antwortmöglichkeit und einer Verteilung von 50% mit einer Genauigkeit von +/- 3,4% gerechnet werden.

Der Lesbarkeit halber wird in dieser Publikation auf eine getrennte Schreibform für beide Geschlechter verzichtet (z.B. Raucher anstatt statt Raucher/Raucherinnen).

Irene Ausserbrunner

Annotazioni relative all'indagine

L'indagine sulle iniziative di prevenzione promossa dall'Assessorato Provinciale alla Sanità, è stata condotta dal 6 all'11 giugno dall'Istituto Provinciale di Statistica. Sono state intervistate telefonicamente 816 persone dai 15 anni in poi. Scopo dell'indagine è stato di rilevare la conoscenza delle campagne di prevenzione per poterle eventualmente rendere più efficaci e trovare il miglior mezzo di diffusione o moltiplicatore.

Le stime sono state effettuate riportando all'universo della popolazione altoatesina i dati relativi al campione tramite uno specifico calcolo di ponderazione. La precisione dei risultati può essere stimata con l'ausilio degli intervalli di confidenza. Per le domande a risposta dicotomica con distribuzione del 50%, si calcola un'approssimazione del 3,4%.

Per migliorare la leggibilità, in questo notiziario si sono evitate le due forme distinte maschile e femminile (ad esempio fumatori anziché fumatori/fumatrici).

Irene Ausserbrunner