

SUNDHEDSSTYRELSEN
EN KVALITATIV UNDERSØGELSE AF 15-24 ÅRIGES FORBRUG
AF RØGFRIE TOBAKS- OG NIKOTINPRODUKTER

UNGES FORBRUG AF RØGFRI NIKOTIN



SUNDHEDSSTYRELSEN
EN KVALITATIV UNDERSØGELSE AF 15-24 ÅRIGES FORBRUG
AF RØGFRIE TOBAKS- OG NIKOTINPRODUKTER

UNGES FORBRUG AF RØGFRI NIKOTIN

INDHOLD

1	RESUME OG KONKLUSION	4
2	ABSTRACT	6
3	UNDERSØGELSENS BAGGRUND OG GRUNDLAG	8
	3.1 Datagrundlag	8
4	ITALESÆTTELSEN AF RØGFRIE NIKOTINPRODUKTER	10
5	UNGES NIKOTINFORBRUG	13
	5.1 Omfanget af forbrug	13
	5.2 Hvornår bruges røgfrie nikotinprodukter	15
	5.3 Røgfrie nikotinprodukter og rygning	16
	5.4 Årsager til brug af røgfrie nikotinprodukter	17
	5.5 Sundhed og omverden	19

1 RESUME OG KONKLUSION

COWI har på Sundhedsstyrelsens vegne undersøgt 15-24-åriges indtag af (røgfri) nikotin. Formålet var at få viden om 1) hvordan de unge italesætter røgfrie tobaks- og nikotinprodukter og 2) omfanget af brugen af røgfrie tobaks- og nikotinprodukter, herunder hvorfor, hvornår og hvordan de unge bruger produkterne. Desuden har vi undersøgt, hvorfor nogle unge fravælger produkterne.

Datagrundlaget udgøres af fem fokusgruppinterviews og 85 vox-pops¹ blandt unge fra 15 uddannelsesinstitutioner. I alt er 242 unge på tværs af landet interviewet i forbindelse med undersøgelsen. 37 unge er interviewet ved fokusgruppinterviews, mens 205 unge er interviewet ved vox-pops.

I det følgende præsenteres undersøgelsens hovedkonklusioner:

ITALESÆTTELSEN AF RØGFRIE TOBAKS- OG NIKOTINPRODUKTER

› Manglende kendskab til forskellen mellem røgfrie tobaks- og nikotinprodukter.

Undersøgelsen viser, at de unge ikke skelner eller ofte ikke kender forskellene mellem forskellige typer af røgfrie tobaks- og nikotinprodukter. Det skyldes hovedsageligt, at de unge i alt overvejende grad kun bruger nikotinposer, og derfor ikke nødvendigvis har viden om øvrige produkter.

› Mange forskellige navne for røgfrie tobaks- og nikotinprodukter. Snus er den overordnede betegnelse, som de unge anvender om røgfrie tobaks- og nikotinprodukter. Også "daus", "skive", og "snulle" er populære kælenavne. Generelt bruger de unge selvopfundne navne, da der eksisterer en indforståethed i aldersgruppen om, hvad der henvises til. De selvopfundne navne bruges både for at skjule de unges brug for lærere og forældre, og fordi de viser et vist tilhørsforhold til de grupperinger, de unge færdes i.

UNGES NIKOTINFORBRUG

› Røgfrie tobaks- og nikotinprodukter er udbredt blandt mange typer af unge.

Undersøgelsen indikerer, at mange unge bruger produkterne, og at det ikke er muligt at skitsere en "arketype" på en bruger; det er alt fra elitesportsudøvere til gamere og unge fra efterskoler, erhvervsskoler og gymnasier. Vi finder, at 41% af de i alt 205 unge, vi har interviewet gennem vox pops, bruger produkterne. Dette viser, at produkterne finder bred anvendelse blandt de 15-24-årige. Det er dog værd at bemærke, at der er tale om en kvalitativ undersøgelse, og at tallet derfor ikke kan sammenlignes med kvantitative undersøgelser, der afdækker, hvor mange unge der bruger røgfrie tobaks- og nikotinprodukter.

› Unges forbrug varierer, men er typisk højere ved festlige lejligheder. Igennem fokusgruppinterviews og vox-pops finder vi, at forbruget er lavest blandt de ældste unge i undersøgelsen (22-24 år), og at der er en højere andel af unge drenge end piger, der bruger produkterne. Det er i målgruppen muligt at skelne mellem to typer af forbrugere af røgfrie tobaks- og nikotinprodukter; de daglige brugere og unge, der bruger produkterne til fest. Vi finder, at de unge, der bruger produkterne dagligt, har et typisk forbrug på 4-6 poser om dagen, mens deres forbrug ofte er højere til fester eller andre sociale lejligheder.

¹ Vox-pops kan bedst kendetegnes som små korte interviews, på en eller flere lokationer, hvor de interviewede får stillet et afgrænset antal spørgsmål.

- › **Ingen grænser for, hvornår de unge bruger produkterne, men bestemte aktiviteter øger forbruget.** De unge bruger produkterne hjemme, i skolen, på arbejde, og i fritiden, f.eks. under sport, da produkterne gør brugen mulig alle steder. Der er ingen steder eller aktiviteter, hvor de unge ikke kan bruge produkterne. Samtidigt viser undersøgelsen, at de unges forbrug er større ved bestemte aktiviteter, særlig stillesiddende og indendørs aktiviteter samt i sociale sammenhænge. De røgfrie tobaks- og nikotinprodukter er sammenlignet med cigaretter attraktive at anvende til dette formål, hvilket særligt skyldes fraværet af lugt og muligheden for at anvende dem både ud og inde.
- › **Oftest starter de unges introduktion til tobaks- og nikotinprodukter med cigaretter.** De unge starter typisk med at ryge eller prøve at ryge i 8.-9. klasse, hvorefter de prøver røgfrie tobaks- og nikotinprodukter cirka et år efter. Undersøgelsen viser desuden, at det sociale fællesskab om produkterne er afgørende for de unges forbrug, og at der eksisterer en stærk dele-kultur blandt de unge, som ikke ønsker at være nærige. Vi vurderer, at fællesskabet om produkterne udgør et vigtigt punkt for ikke alene begyndelsen på, men også for den efterfølgende fastholdelse af de unges forbrug.
- › **De unge anvender produkterne, fordi de oplever, at de har en afslappende effekt og er nemme at benytte.** Undersøgelsen viser, at mange unge er afhængige af den afslappende effekt, de oplever, at produkterne giver dem. En effekt de unge særlig ønsker i perioder, når de føler sig stressede grundet f.eks. skoleopgaver, eller når de keder sig.
- › **Smag eller lugt er den væsentligste årsag til, at nogle unge ikke bruger røgfrie tobaks- og nikotinprodukter.** Undersøgelsen viser, at mange ikke-brugere synes, at røgfrie tobaks- og nikotinprodukter er ulækre, hvilket er den primære årsag til, at de ikke bruger dem. Derudover finder vi, at faktorer som sociale relationer, økonomi, sundhed, forældres reaktion og forholdet til rygning ligeledes er årsager til, at nogle unge ikke begynder at bruge produkterne.
- › **Forældre har manglende viden om røgfrie tobaks- og nikotinprodukter.** Undersøgelsen viser, at forældrene ifølge de unge har manglende viden om røgfrie tobaks- og nikotinprodukter. Forældrenes uvidenhed om konsekvenser af brug af produkterne understreges af, at flere unge har oplevet, at deres forældre har fundet én af deres nikotinposer og troet, at der var tale om illegale stoffer, men bliver lettede, når det viser sig "blot" at være et røgfrit nikotinprodukt. Vi finder desuden, at forældre advarer de unge om sanktioner, hvis de begynder at ryge, men at de unge oplever, at deres forældre i højere grad tolererer forbrug af røgfrie nikotinprodukter. Vi finder dog i vores undersøgelse af forældres perspektiver på røgfrie tobaks- og nikotinprodukter, at forældre i høj grad sidestiller brugen af cigaretter med brugen af røgfrie tobaks- og nikotinprodukter.
- › **De unge tillægger sundhedsrisiciene ved røgfrie tobaks- og nikotinprodukter mindre betydning.** Undersøgelsen viser, at de unge ofte sammenligner sundhedsrisiciene ved røgfrie tobaks- og nikotinprodukter med konsekvenserne af rygning, som de unge vurderer til at være værre. Vi finder, at mange af de unge ikke vil undvære den effekt, de får af de røgfrie tobaks- og nikotinprodukter, på trods af deres viden om sundhedsrisiciene forbundet med deres forbrug.

2 ABSTRACT

On behalf of the Danish Health Authority, COWI has studied the use of smoke-free nicotine by adolescents and young adults between the ages of 15 and 24 years. The aim of the study was to gain insights into 1) how young people talk about smoke-free tobacco and nicotine products and 2) the extent of their use of smoke-free tobacco and nicotine products, including why, when, and how young people use them. Furthermore, we have studied why some young people choose not to use the products.

Our data consist of five focus group interviews and 85 vox-pops² among young people from 15 educational institutions. A total of 242 young people from all parts of the country were interviewed. 37 young people were interviewed through focus group interviews while 205 young people were interviewed by vox-pops.

The findings of the study are presented below:

HOW YOUNG INDIVIDUALS TALK ABOUT SMOKE-FREE NICOTINE PRODUCTS

- › **Lack of knowledge of the difference between various smoke-free tobacco and nicotine products.** The study shows that young people in Denmark do not distinguish or do not know the differences between various types of smoke-free tobacco and nicotine products. This is mainly because young people predominantly use nicotine pouches, and do not necessarily know of other smoke-free tobacco or nicotine products.
- › **Many names for smoke-free tobacco and nicotine products.** Snus is the term most used by young people for smoke-free tobacco and nicotine products. Other popular nicknames are “dau”, “skive”, and “snulle”. In general, young people use self-invented names, as there is a common understanding in the age group of what is being referred to. Self-invented names are used both to hide the use of the products for teachers and parents but also because they show a certain connection to the groups the young people are a part of.

USE OF SMOKE-FREE NICOTINE BY ADOLESCENTS AND YOUNG ADULTS

- › **Smoke-free tobacco and nicotine products are widely used among many types of young people.** The study shows that a sizeable proportion of young Danes use the products and that it is not possible to describe an “archetype” user of the products. Users of the products are e.g., elite athletes, gamers and young people from both vocational schools and colleges. We find that 41% of the 205 young people we interviewed via vox pops use the products. This illustrates that the products are widely used among the 15–24-year-olds. However, it is worth noting that this is a qualitative study and therefore the figure cannot be compared with quantitative studies of the subject.
- › **Young people’s consumption varies, but typically increases on festive occasions.** Through focus group interviews and vox-pops, we find that consumption is lowest among the oldest in the study (22-24 years), and that there is a higher proportion of boys than girls who use the products. It is possible to distinguish between two types of consumers of smoke-free tobacco and nicotine products; daily users, and those who use the products at parties or other festive occasions. We find that the young people who use the products daily typically consume 4-6 pouches pr. day, while their consumption often increases when they attend parties or other social occasions.

² Vox-pops are short interviews, at one or more locations, in which the interviewees are asked a limited number of questions.

- › **There are no limits to when young people use the products, but consumption increases during certain activities.** The young people use the products at home as well as at school, at work, and during leisure activities, e.g., during sports, as the products make use possible everywhere. There are no places or activities where young people cannot use the products. At the same time, the study shows that young people's consumption is larger when carrying out certain activities, especially sedentary and indoor activities, and social activities in general. The use of smoke-free tobacco and nicotine products is attractive compared with cigarettes, particularly due to the absence of smell and the possibility of using them both indoors and outdoors.
- › **Young people are typically introduced to tobacco and nicotine products via cigarettes.** Young people typically start by smoking or trying out smoking in eighth or ninth grade after which, about a year later, they try smoke-free tobacco and nicotine products. The study also shows that the social community around the products is crucial for young people's consumption, and that there is a strong culture of sharing among young people who do not want to be seen as stingy. We find that the social community around the products is an important part of why some start using them and for continuing to use them.
- › **Young people use the products because they feel that they have a relaxing effect and are easy to use.** The study shows that many young people are addicted to the relaxing effect they experience when using smoke-free tobacco and nicotine products. An effect the young people especially want in stressful periods caused by e.g., school assignments, or when they are bored.
- › **Taste or smell is the main reason why some young people choose not to use smoke-free tobacco and nicotine products.** The study shows that many non-users find smoke-free tobacco and nicotine products disgusting, which is the reason they do not use the products. In addition, we find that factors such as social relationships, finances, health, parents' reaction and attitude towards cigarettes also constitute reasons not to use the products.
- › **Parents are generally ignorant of smoke-free tobacco and nicotine products.** Parental ignorance of the consequences of using the products is illustrated through episodes of parents having found their kids' nicotine pouches and thinking they were illegal drugs. Afterwards the parents became relieved to hear that it was "only" a smoke-free nicotine product. In addition, we find that parents threaten their kids with sanctions if they start smoking, but that young people think that their parents to a larger extent tolerate the use of smoke-free nicotine products. However, parents equate the use of cigarettes with smoke free nicotine products to a large extent.
- › **Young people attach less importance to the health risks of smoke-free tobacco and nicotine products.** The study shows that young people often compare the health risks of smoke-free tobacco and nicotine products with those of smoking, which are considerably worse. We find that many of the young people will not dispense with the effect they get from the smoke-free tobacco and nicotine products, despite their knowledge of the health risks associated with their consumption.

3 UNDERSØGELSENS BAGGRUND OG GRUNDLAG

Brugen af røgfrie tobaks- og nikotinprodukter er de seneste år steget blandt børn og unge og er blevet et sundhedsmæssigt opmærksomhedspunkt³. De specifikke sundhedsrisici ved at bruge de produkter, der er tilgængelige på det danske marked, er endnu ikke fuldt belyst, men der er mistanke om, at der kan være en sammenhæng mellem svensk snus og udviklingen af kræft i spiserør og bugspytkirtel⁴. Sammenligner man produkterne på det danske og svenske marked, er de på mange måder sammenlignelige, og det er derfor sandsynligt, at der er en sundhedsmæssig risiko ved at anvende produkterne.

De seneste år er røgfrie tobaks- og nikotinprodukter blevet mere udbredt, særligt blandt unge, og nærværende undersøgelse er derfor igangsat med henblik på at få viden om 1) hvordan de unge italesætter røgfrie nikotinprodukter og 2) omfanget af brugen af røgfrie nikotinprodukter herunder hvorfor, hvornår og hvordan de unge bruger produkterne. Viden om, hvordan målgruppen taler om produkterne, kan bidrage til en større forståelse af, hvordan man kommunikerer med målgruppen om produkterne. Dertil har vi undersøgt, hvorfor nogle unge fravælger produkterne for at få viden om, hvordan Sundhedsstyrelsen kan reducere antallet af unge, der starter med at bruge røgfrie tobaks- og nikotinprodukter.

Kategorien 'Røgfrie tobaks- og nikotinprodukter' dækker over en række produkter, herunder snus, tyggetobak og nikotinposer. Fælles for de tre produkter er, at de indeholder nikotin og derfor er afhængighedsskabende. I nærværende rapport bruges betegnelsen røgfrie nikotinprodukter for at øge læsevenligheden.

3.1 DATAGRUNDLAG

Datagrundlaget for undersøgelsen består af fokusgruppeinterviews og vox-pops med unge på forskellige uddannelsesinstitutioner.

FOKUSGRUPPEINTERVIEWS

Der er gennemført fem fokusgruppeinterviews med i alt 37 unge i alderen 15-24 år. Interviewdeltagerne var på interviewtidspunktet alle brugere af røgfrie nikotinprodukter; dvs. de enten brugte røgfrie nikotinprodukter dagligt eller lejlighedsvist.

Fokusgruppeinterviewene er afholdt i fire ud af fem regioner, og de er fordelt mellem forskellige uddannelsesinstitutioner, således at besvarelserne repræsenterer et bredt udsnit af målgruppen. I hvert interview har der deltaget mellem seks og ti unge, og der har udover et enkelt interview været repræsentation af både drenge og piger. Interviewpersonerne til fokusgruppeinterviewene er blevet udvalgt af de enkelte uddannelsesinstitutioner, som vi har kontaktet med henblik på at rekruttere unge i målgruppen. I Bilag A fremgår yderligere oplysninger om fordelingen af de unge i de gennemførte interviews.

Fokusgruppeinterviewene blev påbegyndt med en bordrunde, hvor baggrundsoplysninger om interviewpersonerne og deres forbrug blev beskrevet. Herefter var interviewene semi-struktureret efter temaerne: Italesættelsen af røgfrie nikotinprodukter samt unges forbrug af produkterne. Se Tabel 1 for emner under hvert tema.

³ [Sundhedsstyrelsen \(2022\) Brug af røgfri nikotinprodukter blandt unge. SRØG – en undersøgelse af forbrug af snus, tyggetobak og nikotinposer.](#)

⁴ [Folkehelseinstituttet \(2019\) Helserisiko ved snusbrug.](#)

TABEL 1 Emner i interviewguiden

ITALESÆTTELSE AF RØGFRIE NIKOTINPRODUKTER	UNGES FORBRUG AF PRODUKTERNE
<ul style="list-style-type: none">› Kendskab til produkter› Navne/kælenavne til produkterne	<ul style="list-style-type: none">› Opstart af forbrug› Årsag til forbrug› Omfang af forbrug› Variation af forbrug› Konsekvenser ved brug› Relationers forbrug og holdning til brug af røgfri nikotin

VOX-POPS

Der er ligeledes gennemført 85 vox-pops på 10 forskellige uddannelsesinstitutioner med i alt 205 unge i alderen 15-24 år. Vox-pops kan bedst kendetegnes som små korte interviews, hvor de interviewede får stillet et afgrænset antal spørgsmål. Interviewene havde en varighed af ca. 3-5 minutter og blev oftest gennemført med 1-3 unge ad gangen i en kantine eller på et fællesareal på uddannelsesinstitutionen. Der er afholdt vox-pops i fire af Danmarks fem regioner og på tværs af forskellige uddannelsesinstitutioner. En oversigt over fordelingen af de unge i de afholdte vox-pops ses i Bilag B.

Formålet med de afholdte vox-pops har været at få et bredere billede af forbruget, og måden produkterne italesættes blandt unge. Ligeledes har vi haft et ønske om at afdække hvilke bevæggrunde unge, der *ikke* bruger røgfrie nikotinprodukter, har for *ikke* at bruge produkterne. Interviewene har været bygget op omkring fire overordnede tematikker, udover informationer om de unges baggrund (alder mv.), 1) brug af røgfri nikotin, 2) italesættelse af røgfri nikotin, 3) omfang af forbrug og 4) variation af forbrug. Såfremt den unge ikke brugte røgfrie nikotinprodukter, blev der spurgt ind til den unges venner og deres forbrug.

4 ITALESÆTTELSEN AF RØGFRIE NIKOTINPRODUKTER

For at kunne kommunikere med unge om brugen af røgfrie nikotinprodukter, er det vigtigt at have viden om, hvordan de unge opfatter og taler om produkterne. I de følgende afsnit stiller vi skarpt på de unges kendskab til produkterne, og hvordan de røgfrie nikotinprodukter italesættes blandt de unge.

MANGLENDE KENDSKAB TIL FORSKELLEN MELLEM PRODUKTER

Undersøgelsen viser, at de unge ikke skelner mellem de forskellige typer af røgfrie nikotinprodukter, og at mange af dem ikke er opmærksomme på, hvilket type produkt de bruger. Dette skyldes hovedsageligt, at de unge i altovervejende grad kun bruger og kender nikotinposer, og derfor ikke nødvendigvis tænker over øvrige produkter. Hertil kommer, at nogle af de unge rent faktisk ikke er klar over, hvad der differentierer de forskellige produkter. Ved hver fokusgruppe var der dog mindst en eller to af de unge, som havde bedre kendskab end andre.

Vi finder, at mange af de interviewede ikke ved, at der tobak i snus men ikke i nikotinposer. Nogle er dog bevidste om netop denne forskel, og om at snus ikke er lovligt at sælge i Danmark. Ikke desto mindre fortæller flere, at det er muligt at købe snus i diverse kiosker. Mange af de interviewede er ikke umiddelbart klar over, hvad tyggetobak er. Andre unge er dog klar over, hvad tyggetobak er, og hvordan tyggetobak adskiller sig fra snus og nikotinposer, og én af de unge betegner det som "dansk snus". Ved det ene fokusgruppeinterview blev manglen på viden om tyggetobak udfoldet på følgende vis:



Interviewer: Hvis jeg siger "tyggetobak" – ved I så, hvad jeg snakker om?

Interviewperson a: "Jeg tænker på gamle dage, da der ikke var snus."

Interviewperson b: "Det er sådan noget løst noget, der ikke ligger i poser. Så suger man på det."

Interviewperson c: "Det er i sådan nogle poser."

Interviewperson d: "Jeg har hørt, at det ikke er lovligt i Danmark?"

(Unge fra fokusgruppeinterview)

Nogle af de unge nævner, at de har smagt Siberia, men det kan skyldes, at de ikke ved, at Siberia er karakteriseret som tyggetobak i Danmark. Det vurderer vi på baggrund af, at flere af de unge fortæller, at man kan købe snus i f.eks. 7eleven, og fortæller at "snuset" er Siberia. De unges mangel på kendskab til bestemte produkter kan endvidere skyldes, at der er forskel på, hvordan produkterne kategoriseres i Danmark og hos udenlandske forhandlere. Eksempelvis kategoriseres Siberia, som tyggetobak i Danmark, mens det i Sverige kategoriseres som snus.

MANGE NAVNE FOR RØGFRIE NIKOTINPRODUKTER GØR BRUGEN HYGGELIG OG NEMMERE AT SKJULE

Vi kan endvidere konstatere, at de unge ligestiller produkterne i deres italesættelse. Det skyldes først og fremmest, at det er nemmest for de unge at betegne produkterne under én samlet betegnelse. Hertil kommer, at størstedelen af de unge hovedsageligt bruger ét produkt (nikotinposer), og derfor ikke har brug for at skelne mellem produkterne.



*Vi kalder jo bare det hele for snus – det man tager mest af, det kalder vi for snus.
Vi tager det hele under én kam.*
(Ung fra fokusgruppe)

Jeg har aldrig brugt ordet "nikotinpose" før. Det er bare ikke noget, man kalder det.
(Ung fra fokusgruppe)

Snus er den overordnede betegnelse, som de unge bruger, når de snakker om røgfrie nikotinprodukter, og samtidig er det ligeledes det ord, som vi, på baggrund af interviewene, vurderer, at også lærere, forældre med flere bruger om røgfrie nikotinprodukter.

Dertil finder vi, at de unge primært bruger ordene "daus", "skive" og "snulle" for røgfri nikotin. Nogle unge fra Region Sjælland og Region Hovedstaden giver dog udtryk for, at "daus" bruges i mindre grad end tidligere:



Daus kalder man det også, men ikke så meget mere, det er blevet oldschool at kalde det daus. Det er nye tider.
(Ung fra vox-pop)

Særligt på de videregående uddannelser i Region Hovedstaden fortæller flere, at "daus" ikke er et ord, de bruger. Én af de interviewede unge vurderer, at ordet måske i højere grad bruges på ungdomsuddannelser eller i folkeskolen. "Daus" og "skive" er også ord, som lærerne på uddannelsesinstitutionerne sandsynligvis kender til.

Udover ovennævnte ord bruger de unge et flæng af forskellige ord for røgfrie nikotinprodukter. Vi finder, at disse ord blandt andet har til formål at skjule de unges brug af røgfrie nikotinprodukter for lærere og forældre. De unge fortæller, at fordelen ved, at røgfrie nikotinprodukter kan have mange navne, er, at de så kan snakke om produkterne foran forældre og lærere, uden at de ved, hvad de snakker om.



*Interviewer: Hvad kalder du og dine venner det?
Interviewperson: Snus, daus, skive, men det kan være alt. Man kan lave en hentydning til det. F.eks. Skal du have en "smiley", men det kan være et hvilket som helst andet ord. Man gør det, hvis der er en ældre person i nærheden for ikke at bruge ordet "snus"*
(Ung fra vox-pop)

Selvom de unge ofte bruger visse udtryk og ord i bestemte grupperinger, vurderer vi, at de unge kan variere deres brug, også med nye ord og udtryk, efter behov. Mens det skjuler brugen af produkterne for lærere og forældre, er det tværtimod helt tydeligt for de unge, hvad de snakker om, også selvom det ord, de bruger, ikke nødvendigvis er det samme, som dagen før. Udover at de mange forskellige navne gør det nemt at skjule de unges brug, vurderer vi, at de skaber en form for samhørighed mellem de unge. Kælenavne kan således udgøre en form for tilhørsforhold til de grupperinger, de unge færdes i. Flere af de unge fortæller, at de bruger navne for produkterne, som opstod i forbindelse med deres tid på eksempelvis efterskole eller gymnasiet. Flere giver også udtryk for, at det er sjovt med mange forskellige navne for produkterne.



På [Gymnasiet] var der fucking mange navne for det. Det gør det til en familær ting med kælenavne for det.
(Ung fra vox-pop)

Eftersom de unge løbende finder på nye navne for de røgfrie nikotinprodukter, og navne opstår i forskellige grupperinger, vurderer vi, at der ikke er nogle rammer for, hvad de unge kalder røgfrie nikotinprodukter.

Herunder er der nogle eksempler på ord, som de interviewede unge bruger om røgfrie nikotinprodukter. Ordene i den øverste række finder vi på tværs af regioner men ikke alle - mens de øvrige ord/udtryk i højere grad vurderes at blive brugt i bestemte grupperinger.

ORD, DER GÅR IGEN	Klinger (Reg H, Midt og Nord)	Træstamme (ved tre på én gang) (Reg H, Midt og Nord)	Dus (Reg H og Nord)
	Hvad tid er det? [tid til snus]	Scooby	Tyggegummi
	Puka-posser	Diddy	Lars Larsen
	Hugga	Deddy	Snot
ORD, FRA BESTEMTE GRUPPERINGER	Inger	Pik	Afslapningsmidlet
	MT	Pepsi	Et stykke slik til overkøjen
	Rotteble	"D"	Mussa
	Himmelpude	Overlæbeguf	Slik
	Madpakker		

Udover ord og udtryk for deres brug, kommunikerer de unge også via deres kropssprog f.eks. i timerne i skolen, hvis de efterspørger en nikotinpose eller lignende fra deres klassekammerater.



Vi peger også nogle gange bare på overlæben. Det er for ikke at blive busted.
(Ung fra fokusgruppe)

At der ikke er et fast sprog for de forskellige produkter, vurderer vi, udgør et stort opmærksomhedspunkt for f.eks. skoler, forældre og rygestopkonsulenter i arbejdet med at mindske de unges brug. Eftersom de unge har deres eget sprog for produkterne, finder vi, at de i højere grad kan skjule deres brug. Hertil kommer ligeledes problematikken omkring, at produkterne i forvejen er nemme at skjule under overlæben.

Vi finder, at der er en tendens til, at de ældste af de interviewede unge (22-24 år) bruger færre ord om røgfrie nikotinprodukter. Disse unge fortæller, at de kun bruger ordet "snus", og kun få af dem kender andre ord for produkterne, herunder "daus", "skive" og "snulle". Årsagen hertil, vurderer vi, skyldes, at de ikke har samme behov for at skjule deres forbrug, samt at produkterne ikke i lige så høj grad som blandt de yngre udgør et socialt element.



Det [røgfri nikotin] er ikke identitetsfremmende, og der er ikke samme narrativ omkring det som med at ryge. Det er kikset i vores omgangskreds. Hvis man tager snus, så er man virkelig afhængig. Det er ikke socialt ligesom rygning.
(Ung fra vox pop)

5 UNGES NIKOTINFORBRUG

I det følgende stilles skarpt på de unges brug af røgfrie nikotinprodukter, herunder omfanget, typer af produkter samt hvornår og hvorfor de unge starter, sammenhængen mellem brug af cigaretter og røgfri nikotin samt hvornår og hvordan. Afslutningsvist fokuseres på, hvorfor nogle unge *ikke* bliver brugere.

5.1 OMFANGET AF FORBRUG

I dette afsnit beskriver vi, i hvilket omfang de unge bruger røgfrie nikotinprodukter og hvem der bruger det.

RØGFRIE NIKOTINPRODUKTER BENYTTES AF MANGE UNGE

Igennem fokusgruppeinterviews og vox-pops finder vi, at anvendelsen af røgfrie nikotinprodukter er et udbredt fænomen blandt unge mellem 15-24 år. Blandt de 205 unge, som blev interviewet gennem vox-pops, var der 84 unge (svarende til 41 %), der brugte eller havde prøvet røgfrie nikotinprodukter. Røgfrie nikotinprodukter og brugen heraf er noget, alle de unge kender til, og som er udbredt i de miljøer, de færdes. Vi finder, at produkterne anvendes på tværs af de forskellige alderstrin i målgruppen og blandt unge på forskellige uddannelsesinstitutioner.

Vi finder, at forbruget er lavest blandt de ældste unge i denne undersøgelse (22-24 år). Det er værd at bemærke, at nærværende undersøgelse er en kvalitativ undersøgelse, og at tallet derfor ikke kan sammenlignes med kvantitative undersøgelser, der afdækker, hvor mange unge der bruger røgfrie nikotinprodukter.

Vi kan endvidere fastslå, at unge på tværs af interesser benytter produkterne. Nogle benytter produkterne dagligt, mens andre alene bruger produkterne lejlighedsvist, typisk i forbindelse med fester. Produkterne opfattes af de unge som værende lettere at forene med sportslige interesser/ambitioner end rygning, da de ikke ser produkterne som noget, der påvirker deres fysiske ydeevne i samme omfang som f.eks. rygning. Vi finder, at produkterne anvendes blandt både drenge og piger, men at der sandsynligvis er en højere andel af unge drenge, der anvender produkterne end tilfældet er for unge piger.

De unge mener selv, at røgfrie nikotinprodukter anvendes bredt på tværs af baggrund og personlighedstyper, og at det derfor er svært at definere en idealtypisk bruger af produkterne.



Jeg var til en fødselsdag med 14 piger, og der var der 7 af dem, der havde en bøsse på sig. Altså med rygning er det en bestemt type, der gør det, men med snus er det ikke en bestemt type, der bruger det.

(Ung fra fokusgruppe)

Vores undersøgelse viser desuden, at det er muligt at skelne mellem unge, der benytter produkterne i deres dagligdag, og unge der i overvejende grad udelukkende anvender produkterne i forbindelse med fester. På baggrund af interviewene finder vi, at størstedelen af de unge, vi har snakket med, som er daglige brugere, bruger 4-6 poser om dagen. Enkelte bruger 1-2 poser dagligt. Der er ligeledes få, der bruger over 10 poser dagligt. Størstedelen af de interviewede giver udtryk for, at deres forbrug er højere, når de er til fester, hvor de bruger op mod dobbelt så mange poser som til hverdag. Enkelte bruger færre, fordi de i stedet danser, drikker eller fokuserer på andet. Til fester benyttes produkterne typisk som supplement til eller erstatning for alkohol. Nogle unge fortæller, at de får det dårligt, hvis de anvender produkterne sammen med alkohol, mens andre beskriver, hvordan produkterne er med til at forstærke effekten af alkoholen, hvilket gør, at de anvender nikotinposer i større omfang til fester.



Det forstærker effekten af alkohol, så man ikke behøver at drikke lige så meget, og så får man mindre tømmermænd.

(Ung fra vox-pop)

Endvidere finder vi, at nogle af de interviewede unge bruger færre poser end normalt i weekender, hvor de ikke er til fest, fordi de, når de er hjemme i en tryk base, ikke har samme behov for den effekt, de røgfrie nikotinprodukter giver dem. Andre bruger flere, når de er hjemme i weekender, fordi de keder sig.



Jeg bruger det mindre i weekenderne, for der er det lettere at få pusten, når man ikke skal tænke så meget på hverdagen og stress.

(Ung fra vox-pop)

DE UNGE BRUGER TYPISK PRODUKTER MED HØJT NIKOTININDHOLD

De unge bruger i altovervejende grad nikotinposer (jf. kapitel 4). Størstedelen af de unge bruger mærket Lyft, mens enkelte også har prøvet eller anvender tyggetobak af mærket Siberia. Lyft fås i forskellige styrker, men de unge bruger generelt produkter med den største mængde nikotin, fordi de dermed får mest nikotin for pengene.



Man går efter det stærkeste, fordi det er den største virkning til samme pris.

(Ung fra fokusgruppe)

Brugen af de stærkeste produkter gør, at de mindre stærke produkter reelt ikke bliver noget som de unge, der bruger produkterne, er interesserede i, da disse ikke giver nogen mærkbar effekt, når først de er begyndt at bruge de stærkere produkter. Enkelte unge, som vi har talt med, har anvendt de mindre stærke produkter første gang eller til at forsøge at bryde deres afhængighed.



Altså, hvis man har taget det i længere tid, så kan man næsten ikke mærke dem med mindre styrke. Men jeg kender nogen, der køber nogle med mindre styrke og kalder det "afvænnings-snus".

(Ung fra fokusgruppe)

Vi finder, at nogle af de unge desuden bruger nikotinposer frem for tyggetobak eller snus grundet nikotinposernes udseende og lugt. Flere af de interviewede unge synes, at de brune poser lugter og ser ulækre ud. Lugten skyldes indholdet af tobak, og adskiller sig derved fra nikotinposer, som har en mindre skarp lugt. Indholdet af tobak er også årsagen til farven på tyggetobak og snus og er medvirkende til, at de unge synes, de er ulækre, da tobakken farver de unges spyt.

DE UNGE BRUGER LEJLIGHEDSVIST FLERE POSER PÅ ÉN GANG

Gennem interviewene finder vi, at de unge oftest benytter én pose ad gangen. Vi kan dog konstatere, at der er flere unge, der har eksperimenteret med eller lejlighedsvist anvender mere end én pose ad gangen. Når de unge i dagligdagen bruger flere poser på én gang, kan det skyldes, at effekten af én pose ikke er tilstrækkelig for de unge, der dagligt bruger røgfrie nikotinprodukter. Flere unge fortæller om, hvordan de næsten ikke længere kan mærke effekten af poserne. Derfor bruger de nogle gange to poser på én gang f.eks. om morgenen, når de lige er stået op. Andre fortæller, at de bruger to poser, hvis de genbruger gamle poser. Det er vores indtryk, at genbrug af poser typisk sker, hvis behovet opstår, og der ikke er flere poser tilbage.



Hvis der er lavere styrke i, så kan man godt tage to eller flere, eller hvis man har nogle gennere [genbrug af en tidligere brugt nikotinpose], eller hvis man er rigtig fuld eller situationen er speciel.

(Ung fra fokusgruppe)

Når der anvendes flere nikotinposer end én til festlige lejligheder, kan det som tidligere nævnt skyldes ønsket om en højere effekt. Hertil kommer, at de unge af og til udfordrer hinanden i brug af flere poser på én gang. Mange kan i den forbindelse berette om, at de kender én, der har prøvet mellem fire og seks poser på én gang. Vi finder dog, at de unge typisk bruger to poser på én gang ved ønsket om højere virkning.

5.2 HVORNÅR BRUGES RØGFRIE NIKOTINPRODUKTER

I dette afsnit beskriver vi, hvornår og i hvilke situationer, de unge bruger røgfrie nikotinprodukter.

DER ER INGEN GRÆNSER FOR, HVORNÅR DE UNGE BRUGER PRODUKTERNE

Særlig karakteristisk for de unges brug er, at der ikke er nogle grænser for, hvornår de unge bruger produkterne. De unge bruger både produkterne derhjemme, i skolen, på arbejde, og i fritiden. Der er ikke en eneste af de interviewede unge, der har givet udtryk for, at der er tidspunkter, det vil være uhørt at bruge produkterne. Én har sågar nævnt, at det bliver brugt under toiletbesøg.



Der er mange, der bruger det [nikotinposer]. Der er ikke så mange, der ryger mere. Fordelen [ved nikotinposer] er, at man ikke skal ud, det er billigere, og man kan bruge det under en film og i timen.

(Ung fra vox-pop)

Analysen viser, at de unges forbrug af røgfrie nikotinprodukter afhænger meget af, hvad de laver. De unge fortæller, at deres forbrug stiger ved bestemte aktiviteter, herunder særlig i forbindelse med mere stillesiddende og indendørs aktiviteter. Eksempelvis nævner mange, at de bruger produkterne, når de spiller computer (gamer), ser film, i undervisningen eller når de generelt slapper af.

Vi finder, at der for mange af de daglige brugere er bestemte tidspunkter på dagen, hvor brugen af produkterne er særlig vigtige for dem: om morgenen og efter måltider – særligt aftensmad. Endvidere er produkterne for mange af de unge særlig vigtige ved festlige lejligheder.



Det er nogen tidspunkter, der er obligatoriske: Når man vågner om morgenen og efter mad.

(Ung fra fokusgruppe)

Eftersom mange af de unges venner og bekendte ofte går rundt med en pakke, vurderes det at være nemt for de unge at få en nikotinpose i skoletiden, til fritidsaktiviteter eller i forbindelse med andre former for socialt samvær. Produkternes tilgængelighed er således en faktor, der, ligesom de manglende grænser for, hvor produkterne kan bruges, øger muligheden for brug af produkterne. Hertil kommer, at der eksisterer en stærk dele-kultur blandt de unge, der hyppigt både modtager og giver røgfrie nikotinprodukter til hinanden. Det fremstår i vid udstrækning socialt uacceptabelt ikke at ville dele, hvis man har produkterne på sig, og der er etableret en norm om, at man ikke skal betale for at få en nikotinpose af en ven eller en anden, man møder til eksempelvis en fest.

5.3 RØGFRIE NIKOTINPRODUKTER OG RYGNING

I dette afsnit beskrives sammenhængen mellem brugen af røgfrie nikotinprodukter og rygning.

RYGNING SOM INDGANG OG SUPPLEMENT TIL RØGFRI PRODUKTER

Analysen viser, at de unges introduktion til nikotinprodukter som oftest starter med cigaretter. Der er dog også et mindre antal unge, der starter med at bruge røgfrie nikotinprodukter. Mange af de unge fortæller i fokusgruppeinterviewene, at de har røget eller har prøvet at ryge, inden de prøver røgfrie nikotinprodukter første gang. Typisk er de unge startet med at ryge eller har prøvet at ryge i 8.-9. klasse, hvorefter de har prøvet røgfrie nikotinprodukter cirka et år efter. Flere af de er unge er derefter gået over til primært eller udelukkende at anvende røgfrie nikotinprodukter i hverdagen, mens deres forbrug af cigaretter er reduceret og primært finder sted i forbindelse med fester. Skiftet fra at ryge til at bruge røgfrie nikotinprodukter skyldes, at de unge ikke opfatter røgfrie nikotinprodukter som lige så sundhedsskadelige som rygning.



Altså når det [nikotinposer] ikke lugter eller noget, så kan man ikke se det. Man er vokset op med at rygning er det slemme – snus har man ikke hørt noget om.
(Ung fra fokusgruppe)

Røgfrie nikotinprodukter opfattes således i højere grad end rygning som socialt acceptabelt blandt de unge. Dog påpegede unge fra en videregående uddannelse i vox-pops, at brugen af røgfrie nikotinprodukter, ifølge dem, er kikset, hvorimod brugen af cigaretter i deres årgange er mere "sejt" trods rygnings negative sociale omdømme. Det er dog værd at bemærke, at det er en enkel uddannelsesinstitution, hvor vi finder denne holdning, hvorimod den gængse holdning er, at brug af røgfrie nikotinprodukter er mere accepteret end rygning.



Man bliver ikke set ned på, når man bruger snus, ligesom man gør med smøger.
(Ung fra fokusgruppe)

Vi finder, at unge, der har et dobbeltforbrug af både røgfrie nikotinprodukter og cigaretter, varierer deres brug, alt efter lyst men også lokation. Nogle af de unge benytter røgfrie nikotinprodukter som et supplement til cigaretter, når rygning ikke er en mulighed. Modsat er der også unge, der ryger cigaretter, når de ikke har flere røgfrie nikotinprodukter tilbage.



Da jeg skulle i praktik i børnehaven, så kunne jeg ikke ryge, men så kunne jeg klare mig på den uge med at bruge snus. Jeg bruger kun snus, når der er brug for det.
(Ung fra fokusgruppe)

Andre unge har et mere bevidst dobbeltforbrug, hvor de dagligt varierer deres forbrug. Nogle af de unge fortæller, hvordan de, når de er udenfor typisk ryger, mens de indenfor typisk bruger røgfrie nikotinprodukter. Variationen kan også skyldes grupperinger og lyst. Grundet det betydelige overlap, vi kan identificere mellem unge, der bruger røgfrie nikotinprodukter, og unge der i varierende omfang ryger eller har røget, gør, at indsatser rettet mod at reducere forbruget af det ene produkt reelt risikerer blot at flytte forbruget over på det andet produkt.

5.4 ÅRSAGER TIL BRUG AF RØGFRIE NIKOTINPRODUKTER

I dette afsnit beskriver vi, hvilke årsager der er til, at unge bruger røgfrie nikotinprodukter, og hvorfor de starter med at bruge det.

DE UNGES FORBRUG STARTER OG DYRKES I SOCIALE FÆLLESSKABER

De unge starter ofte deres forbrug i et socialt fællesskab f.eks. i folkeskolen, på efterskolen eller i gymnasiet. Typisk prøver de unge produkterne første gang til en fest eller i forbindelse med socialt samvær med personer i samme aldersgruppe som dem selv. Mange af de unge, vi har interviewet, fortæller, at de fik det dårligt den første gang eller de første gange, de prøvede produkterne. Efter at de unge har prøvet produkterne nogle gange, forsvinder ubehaget, hvorefter de begynder at nyde brugen af produkterne.



Jeg startede, fordi mange af mine venner tog det. Jeg fik det så dårligt, at jeg svor, jeg aldrig ville tage det igen. Det oplevede jeg tre gange, og så begyndte det at være fedt.

(Ung fra fokusgruppe)

Vi kan konstatere, at fællesskabet om produkterne udgør et vigtigt punkt for opstart af forbrug, men også for efterfølgende fastholdelse af de unges forbrug. Af interviewene fremgår det, at der er en "kultur" for brugen af nikotinprodukter på uddannelsesinstitutioner eller blandt grupperinger. Samtidig finder vi, at de unge deler hyppigt ud af røgfrie nikotinprodukter i sociale sammenhænge så som filmaftener, til fester og spilleaftener, samtidig deler de unge også ud blandt venner på uddannelsesinstitutioner. De unge bruger således både produkterne i skolen, til fritidsaktiviteter og derhjemme. I et vox-pop-interview fortalte to piger om, at det i deres klasse særligt var drengene, som de ikke havde så meget kontakt med, der brugte røgfrie nikotinprodukter. I den forbindelse påpegede pigerne, at hvis det havde været nogle fra deres pige-gruppe, der brugte det, så ville de med stor sandsynlighed være blevet påvirket af dem. Analysens viser således, at sociale relationer er en af de afgørende faktorer for, hvorvidt de unge starter og bliver fastholdt i et forbrug af nikotinprodukter.

PRODUKTERNE BRUGES AF LYST, OG FORDI DET ER NEMT OG OPLEVES SOM AFSLAPPENDE

Vi kan desuden konstatere, at de unge først og fremmest bruger røgfrie nikotinprodukter, fordi de har lyst og/eller er afhængige. Der er flere faktorer ved anvendelsen af røgfrie nikotinprodukter, som, ifølge de unge, gør dem attraktive og lette at anvende.

For mange er det en væsentlig faktor, at røgfrie nikotinprodukter ikke lugter på samme måde som cigaretter. Fraværet af lugte vurderes af mange af de unge som en grund til, at de vælger røgfrie nikotinprodukter frem for cigaretter. En anden faktor er, at de røgfrie nikotinprodukter er mere bekvemmelige at bruge, hvilket blandt andet skyldes, at produkterne både kan bruges ude og indenfor. Denne faktor er tæt forbundet med muligheden for at skjule forbruget, hvilket gør det nemmere for de unge at bruge produkterne f.eks. i skoletiden på trods af, at skolerne har "røgfri skoletid"⁵.



Snus, du kan tage det hvor som helst, i bil, hjemme, i bussen, selvom dine forældre er der. Det kan man ikke med smøger.

(Ung fra fokusgruppe)

Vi erfarer, at de unge primært bruger produkterne i hverdagen til at få den afslappende effekt, de oplever, produkterne giver, særlig i perioder, hvor de oplever at være stressede f.eks. grundet skoleopgaver. Nogle nævner også, at de bruger det til samme formål ved angst, eller hvis de ikke føler sig tilpas på anden vis.

⁵ Røgfri skoletid omfatter alle tobaksrelaterede produkter. Med tobaksrelaterede produkter menes alle produkter med tobak og nikotin, der ikke er godkendt som lægemidler. Det omfatter også øvrige relaterede produkter som f.eks. e-cigaretter uden nikotin. Kilde: [Hvad er røgfri skoletid? - Kræftens Bekæmpelse \(cancer.dk\)](#)

IKKE-BRUGERE SYNES RØGFRIE NIKOTINPRODUKTER ER ULÆKRE

Vi finder følgende årsager til, at unge fravælger røgfrie nikotinprodukter:

- › Ikke bryder sig om smag, lugt mm.
- › Sociale relationer
- › Økonomi
- › Sundhed
- › Forældres reaktion
- › Rygning.

Vi kan konstatere, at smagen eller lugten er den væsentligste årsag til, at unge ikke bruger røgfri nikotin. De unge, der har fravalgt røgfrie nikotinprodukter oplever, at produkterne er ulækre og henviser til enten smagen, lugten eller det faktum, at produkterne genererer savl. Flere nævner også, at de har fået det dårligt de gange, de har prøvet produkterne, samt at de har oplevet ubehag og dunken i tandkødet.



Det er ulækkert, lugter og er meget ucharmerende at gå rundt med i overlæben.

(Ung fra vox-pop)

Dertil finder vi, at flere fravælger produkterne, fordi de ikke oplever et behov for at bruge dem. Dette vurderer vi hænger tæt sammen med, om de er en del af nogle sociale relationer, hvor produkterne bruges. Hertil vurderer vi, at det sociale aspekt har en særlig stor betydning for, hvem der bliver (daglige) brugere.



Jeg tror aldrig, jeg vil prøve snus. Det har noget at gøre med, hvem man går med.

(Ung fra vox-pop)

De økonomiske omkostninger ved at bruge produkterne nævnes også som en faktor hos flere af de unge, der ikke anvender produkterne. Derudover nævner nogle af de adspurgte unge, der ikke har et forbrug, at sundhedsmæssige faktorer spiller en rolle i deres fravalg af produkterne. Også myter som f.eks. indholdet af glasfibre, har betydning for nogle af de unges fravalg af produkterne. Nogle nævner også, at de er bange for, hvad deres forældres reaktion vil være, hvis de fandt ud af, at de brugte produkterne.

Endvidere vurderes de unges brug af cigaretter også at udgøre en faktor. Hvis de unge ikke har prøvet at ryge, vurderes der ligeledes at være mindre sandsynlighed for, at de prøver røgfrie nikotinprodukter.

Det er svært at konkludere, hvad de altoverskyggende grunde til fravalg af produkterne er, men det er vores vurdering, at hvis en ikke-bruger kan identificere sig med flere af overstående grunde, så er sandsynligheden for at starte mindre.

Derudover vurderer vi, at mange af de unge, der i dag anvender produkterne, er startet med en betydelig mangel på viden om produkterne. Nogle af de unge, der tidligere anvendte produkterne, men i dag er stoppet, har gjort det, fordi de har læst om produkterne og fået et dækkende kendskab til produkternes indhold og sundhedsskadelige konsekvenser. Vores vurdering er således, at desto højere vidensniveau om produkterne, jo mindre er sandsynligheden for, at (nogle) unge påbegynder og efterfølgende fastholder et forbrug af produkterne.



Jo mere man ved, jo mere mister man lysten.

(Ung fra vox-pop)

5.5 SUNDHED OG OMVERDEN

I de følgende afsnit stiller vi skarpt på, hvordan de unge navigerer i brugen af røgfrie nikotinprodukter blandt forældre og i forhold til de sundhedsskadelige konsekvenser af brugen.

FORÆLDRE HAR MANGLENDE VIDEN OM RØGFRIE NIKOTINPRODUKTER

Analysen viser, at røgfrie nikotinprodukter er noget, de unge nemt kan snakke med hinanden om, og deres brug af produkterne er ikke noget, de skjuler, når de er sammen med andre unge. Anderledes befinder det sig, når det kommer til deres forældres kendskab til deres forbrug (og i en vis grad også i forhold til lærerne efter indførslen af røgfri skoletid). Vi kan konstatere, at størstedelen af de unge ikke fortæller deres forældre om deres forbrug. De ønsker ikke at skuffe deres forældre, eller også frygter de at få reprimander, hvis forældrene får kendskab til brugen. Unge med muslimsk baggrund ønsker ligeledes ikke at fortælle det til forældrene af respekt for forældrene. Desuden er der nogle unge med muslimsk baggrund, der ikke snakker med søskende om brugen og ikke bruger produkterne sammen med søskende af samme grund, også selvom de ved, at deres søskende ligeledes har et forbrug.

De gennemførte fokusgruppeinterviews og vox-pops viser, at det i en vis grad lykkes for de unge at skjule deres forbrug for deres forældre. Dette skyldes først og fremmest, at produkterne er nemme at skjule. Hertil kommer, at forældrene generelt mangler viden om produkterne. Det kan være svært for forældrene at få kendskab til de unges forbrug, hvis de ikke kender produkterne, og hvad de skal være opmærksomme på. Som en af de unge fortalte, så var produkterne ikke opfundet, da forældrene var unge. Forældrenes uvidenhed om produkterne understreges af, at flere unge har oplevet, at deres forældre har fundet én af deres nikotinposer og troede, at der var tale om illegale stoffer.



Min mor kom ind efter en fest, og spurgte til en pose [nikotinpose]: 'Er det her stoffer?'

(Ung fra fokusgruppe)

I starten gik jeg bare rundt med pakken derhjemme, men nu ved hun godt, hvad det er. I starten troede hun, det var coke.

(Ung fra fokusgruppe)

Ovenstående citat viser både, at forældrene tror, at der er tale om illegale stoffer, men også, at de ikke kender produkterne nok til at genkende pakkerne. At forældrene ingen eller kun begrænset viden har om røgfrie nikotinprodukter blev bekræftet i undersøgelsen af forældres perspektiver på røgfrie nikotinprodukter. I undersøgelsen fandt vi, at forældre i høj grad mangler viden om røgfrie nikotinprodukter.

Flere af de unge giver udtryk for, at deres forældre ikke vil tolerere, hvis de begyndte at ryge, men at de ikke opfatter røgfrie nikotinprodukter som et problem eller er villige til at sanktionere de unge for deres forbrug.



Min forældre er lidt ligeglade med snus, men med cigaretter er det noget andet. De ville ikke give mig mit kørekort, hvis jeg røg.

(Ung fra fokusgruppe)

Jeg ville hellere sige til min mor, at jeg bruger snus, end at jeg ryger. Der er mere had på cigaretter.

(Ung fra vox-pop)

Denne holdning er der kun få af de forældre, som er med i undersøgelsen af forældres perspektiver på røgfrie nikotinprodukter, der har. De fleste forældre i undersøgelsen sidestiller røgfrie nikotinprodukter med cigaretter. Det, at forældrene sidestiller produkterne, vurderer vi, kan betyde, at forældrene "glemmer" at skabe dialog om røgfrie nikotinprodukter mere specifikt, når de taler med deres børn om rygning generelt. Vi vurderer, at det kan være årsagen til, at de unge tror, at deres forældre er venligere stemt overfor røgfrie nikotinprodukter. Forældrenes manglende

viden om produkterne og kulturen om røgfrie nikotinprodukter tydeliggøres af, at de unge relativt uproblematisk kan tale om produkterne med hinanden foran forældre og lærere ved at benytte de forskellige navne, som de har givet dem (se kapitel 4).

Der eksisterer således et væsentligt oplysningsarbejde for Sundhedsstyrelsen og andre interessenter på området for at informere forældre til børn og unge om røgfrie nikotinprodukter. Skal forbruget af produkterne reduceres, er det vores vurdering, at både forældre og undervisere på uddannelsesinstitutionernes vidensniveau skal løftes for blandt andet at kunne sikre, at de unges kendskab til konsekvenserne ved at bruge produkterne øges.

NOGLE SUNDHEDSRISICI ER KENDTE MEN AF MINDRE BETYDNING

Vi kan konstatere, at de unge i vid udstrækning er bekendte med, at der er sundhedsskadelige konsekvenser forbundet med brugen af røgfrie nikotinprodukter. Der er ikke nogen af de unge, der tror, at et forbrug af røgfri nikotinprodukter er sundt eller ingen påvirkning har på sundheden.

En af de konsekvenser, der særligt fylder hos de unge, er påvirkningen af tandkødet. Dette skyldes, at det er en konsekvens, som i høj grad kan ses og mærkes. Nogle unge fortæller, at de allerede efter første gang, de prøvede et røgfrit nikotinprodukt, kunne se, at tandkødet var blevet irriteret, og produktet havde efterladt et mærke på tandkødet.



[Jeg] kender konsekvenser, tandkødskræft og mundhulekræft. Dårligt tandkød, alle kender til det.

(Ung fra fokusgruppe)

Flere nævner også, at de er blevet gjort opmærksomme på konsekvenserne ved tandlægebesøg, eller ved, at de eller deres venner har fået mærker i tandkødet eller kan stikke fingeren længere op mod næsen i den side, de bruger posen.



Man kunne se tænder gennem tandkødet hos en af mine venner, fordi det [nikotinposer] ætser det væk. [flere af de unge får sidemanden til at tjekke deres tandkød]. En siger: Puh, så galt er det ikke endnu. [flere griner].

(Ung fra fokusgruppe)

Flere af de unge har imidlertid en tendens til at relativisere de sundhedsskadelige konsekvenser ved røgfrie nikotinprodukter ved at sammenligne dem med konsekvenserne ved rygning. Her fremhæver de unge rygningens skadelige virkninger på lungerne, og fortæller, at de er bange for at få Kronisk Obstruktiv Lungesygdom (KOL). Vi kan konstatere, at mange unge vurderer, at rygning har en langt større negativ social effekt, end de oplever ved brugen af røgfrie nikotinprodukter. Flere af de unge påpeger desuden, at en af fordelene ved snus frem for cigaretter er, at de ikke mærker nogen effekt på lungerne. Vi finder, at dette udgør en væsentlig faktor for, at nogle vælger snus frem for cigaretter. I forlængelse heraf, finder vi også, at nogle unge er stoppet med at ryge ved hjælp af røgfrie nikotinprodukter, da de anser røgfrie nikotinprodukter som et sundere valg, fordi det ikke går på lungerne.

Vi finder, at nogle af de unge, som bruger røgfrie nikotinprodukter på daglig basis, ønsker at stoppe med deres forbrug grundet de sundhedsskadelige konsekvenser. Samtidig finder vi dog også, at mange unge ikke vil undvære effekterne af røgfrie nikotinprodukter, selvom de kender til de sundhedsskadelige konsekvenser af deres brug.



Jeg tænker ikke over konsekvenserne. Eller [siges med et grin] om morgenen tænker jeg: "Jeg kan bruge en klinge", men så tænker jeg "nå nej, jeg kan få cancer" og så gør jeg det ikke... Eller [griner] Jo, det gør jeg.. [griner].

(Ung fra fokusgruppe)

BILAG A

Beskrivelse af sammensætningen af interviewpersoner på hver af de 5 gennemførte fokusgrupeinterviews.

	THY-MORS HF & VUC	SILKEBORG GYMNASIUM	SLAGELSE GYMNASIUM	GLADSAXE GXU	TEC, FREDERIKSBERG
Region	Nordjylland	Midtjylland	Sjælland	Hovedstaden	Hovedstaden
Uddannelses-type	HF & VUC	STX	STX	10. Klasse og Ungdomsskole	EUD / EUX
Antal interviewpersoner	6	8	10	7	6
Køn	5 drenge og 1 pige	4 drenge og 4 piger	2 drenge og 8 piger	3 drenge og 4 piger	6 drenge
Aldersinterval	18-23 år	18-19 år	17-19 år	15-17 år	15-17 år
Antal med dobbeltforbrug	4	3	7	5	5 (heraf 1 med forbrug af 1-cigaretter)
Fordeling land/by	Bor alle i Thy	Bor primært i mindre byer omkring Silkeborg	Bor primært i Slagelse, enkelte bor i omkringliggende byer	Bor primært i byer omkring Gladsaxe	Blandet fordeling mellem København og omkringliggende byer

BILAG A

Beskrivelsen af sammensætningen på hver af de 10 uddannelsessteder, hvor de 85 vox-pops er gennemført med i alt 205 unge.

	AALBORGHUS GYMNASIUM	AALBORG HANDELSSKOLE	TEKNISK GYMNASIUM SILKEBORG	HANDELSGYMNASIET SILKEBORG	ZBC SLAGELSE
Region	Nordjylland	Nordjylland	Midtjylland	Midtjylland	Sjælland
Uddannelses- type	STX	HHX	HTX	HHX	EUD / EUX
Antal interviewe- wede (dreng/ pige)	17 (6 drenge og 11 piger)	24 (13 drenge og 11 piger)	13 (11 drenge og 2 piger)	23 (10 drenge og 13 piger)	46 (29 drenge og 17 piger)
Alder	16-21 år	17-19 år	15-24 år	16-18 år	16-22 år
Bruger eller har prøvet/har aldrig prøvet røgfrie nikotin-produkter	Bruger eller har prøvet produkterne: 7 Har aldrig prøvet produkterne: 10	Bruger eller har prøvet produkterne: 12 Har aldrig prøvet produkterne: 12	Bruger eller har prøvet produkterne: 5 Har aldrig prøvet produkterne: 8	Bruger eller har prøvet produkterne: 4 Har aldrig prøvet produkterne: 19	Bruger eller har prøvet produkterne: 11 Har aldrig prøvet produkterne: 35
	PROFESSIONSHØJ- SKOLEN ABSALON I SLAGELSE	DANMARKS TEKNISKE UNIVERSITET	LYNGBY GYMNASIUM	CENTER FOR SUNDHED OG SAMFUND (KØBENHAVNS UNIVERSITET)	MASKINMESTER- SKOLEN KØBENHAVN
Region	Sjælland	Hovedstaden	Hovedstaden	Hovedstaden	Hovedstaden
Uddannelses- type	Videregående uddannelse	Videregående uddannelse	STX / HHX	Videregående uddannelse	Videregående uddannelse
Antal interviewe- wede (dreng/ pige)	10 (5 drenge og 5 piger)	13 (12 drenge og 1 pige)	30 (11 drenge og 19 piger)	21 (9 drenge og 12 piger)	8 (8 drenge og 0 piger)
Alder	16-22 år	19-24 år	16-19 år	18-24 år	18-24 år
Bruger eller har prøvet/har aldrig prøvet røgfrie nikotin-produkter	Bruger eller har prøvet produkterne: 7 Har aldrig prøvet produkterne: 3	Bruger eller har prøvet produkterne: 4 Har aldrig prøvet produkterne: 9	Bruger eller har prøvet produkterne: 15 Har aldrig prøvet produkterne: 15	Bruger eller har prøvet produkterne: 13 Har aldrig prøvet produkterne: 8	Bruger eller har prøvet produkterne: 6 Har aldrig prøvet produkterne: 2



ADRESSE COWI A/S
Parallevej 2
2800 Kongens Lyngby
TLF +45 56 40 00 00
FAX +45 56 40 99 99
WWW cowi.dk

POWERING YOUR 360° SOLUTIONS

COWI er en førende rådgivningsvirksomhed, der skaber værdi for kunder, borgere og samfund gennem vores unikke 360°-løsninger. Med eksperter i verdensklasse inden for ingeniørkunst, miljø og samfundsøkonomi angriber vi udfordringerne fra mange forskellige vinkler, så vi skaber mere sammenhængende løsninger for vores kunder - og derved en mere bæredygtig og sammenhængende verden.