



## **EKSN fordert ein umfassendes Verbot von Tabakwerbung**

*Mit grosser Sorge verfolgt die Eidgenössische Kommission für Fragen zu Sucht und Prävention nichtübertragbarer Krankheiten (EKSN) die Debatten im Parlament zum Entwurf des Tabakproduktegesetzes. Der aktuelle Entwurf verunmöglicht einen wirksamen Jugendschutz und bringt keine bedeutende Verbesserung für die Tabakprävention. So wird es nicht gelingen, die Zahl der Kinder und Jugendlichen, die jedes Jahr mit dem Konsum der Produkte (z.B. Zigaretten, Shishas) beginnen, zu reduzieren. So verliert die Schweiz endgültig den Anschluss an eine moderne, ambitionöse und effiziente Tabakpräventionspolitik. Ebenso gerät die Ratifizierung des WHO-Rahmenabkommens ausser Reichweite, obschon dies seit zwanzig Jahren ein erklärtes Ziel von Bundesrat und Parlament ist.*

### **Der Jugendschutz ist zentral. Darum fordert die EKSN ein stärkeres Tabakproduktegesetz und befürwortet die Volksinitiative «Ja zu Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung».**

Jugendliche orientieren sich an der Welt der Erwachsenen. Deshalb reicht es nicht, nur Werbung zu verbieten, die sich direkt an Jugendliche richtet. Es braucht umfassende Werbeverbote. Von 36 europäischen Ländern hat die Tabakindustrie in der Schweiz am meisten Freiheiten, ihre Produkte zu bewerben. Mit erlaubter Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring für Tabakprodukte ist es unmöglich, den Tabakkonsum zu senken. Denn solche Werbemassnahmen ziehen neue, insbesondere junge Konsumentinnen und Konsumenten an und erschweren Rauchenden den Ausstieg. Zudem animieren die Werbemassnahmen Rauchende, den Konsum zu erhöhen und demotivieren diejenigen, die aufhören wollen. Weiter ermutigen sie ehemalige Rauchende, wieder anzufangen.

### **Eigenverantwortung ist wichtig, reicht aber nicht aus**

Ob eine Person mit Rauchen anfängt oder ihren Tabakkonsum beibehält, ist nicht alleine eine eigenverantwortlich getroffene Entscheidung. Das Umfeld und die Lebensumstände des Einzelnen tragen stark dazu bei. Dazu gehört auch, wie sichtbar und zugänglich Tabakprodukte sind. Ein/e Jugendliche/r wird während eines Wochenendtages mit üblichen Aktivitäten und einem Abendausgang mit durchschnittlich 68 tabakfreundlichen Reizen konfrontiert. Junge Leute sind für Werbebotschaften empfänglicher als ältere und erinnern sich am besten daran. Daher sind regulatorische und legislative Massnahmen, welche die Zugänglichkeit und Sichtbarkeit von Tabak verringern, dringend nötig (strukturelle Prävention). Information, Sensibilisierung und Unterstützung des Einzelnen (Verhaltensprävention) sind auch notwendig, aber alleine nicht ausreichend.

### **Gesundheit muss über kommerziellen Interessen stehen**

Ein vollständiges Verbot der Tabakwerbung ist ein wirksames und wissenschaftlich anerkanntes Mittel zur Reduzierung des Tabakkonsums. Es trägt insbesondere dazu bei, junge Menschen vor dem Rauchen zu schützen. Diese Massnahme ist in der WHO-Rahmenkonvention FCTC (Framework Convention on Tobacco Control) verankert und widerspricht in keiner Weise den schweizerischen Verfassungsgrundsätzen, auch nicht der Werbe- und Wirtschaftsfreiheit.

### **Tabakindustrie profitiert, Gesellschaft zahlt**

Der Verkauf von Tabakwaren ist für die Privatwirtschaft – und durch die Tabaksteuern in begrenztem Umfang auch für die Staatsfinanzen – hochprofitabel. Der Verkauf von Tabak- und alternativen Produkten sowie deren Bewerbung bedeuten allerdings hohe Kosten für die Gesamtgesellschaft: Tabakkonsum verursacht direkte medizinische Kosten von bis zu 3 Milliarden CHF pro Jahr. Zudem entstehen erhebliche wirtschaftliche Kosten in Höhe von 2 Milliarden CHF pro Jahr wegen verminderter

Produktivität durch krankheitsbedingte Absenzen bei der Arbeit und vorzeitigen Tod. Jede Stunde stirbt in der Schweiz ein Mensch an den Folgen des Tabakkonsums. Davon haben 65% dieser Rauchenden haben als Jugendliche vor dem 20. Altersjahr begonnen.

### **Jugendlichen wird die Chance auf ein gesundes Leben verwehrt**

Die gegenwärtige Situation in der Schweiz, in welcher mit der Tabakwerbung und -besteuerung lasch umgegangen wird, privatisiert die Gewinne und vergesellschaftet die Kosten. Dies schwächt langfristig die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit des Landes. Unter den Rauchenden sind benachteiligte Gruppen übervertreten, beispielsweise solche mit niedrigem soziökonomischem Status. Die Tabakwerbung richtet sich vor allem an Jugendliche und an solche benachteiligten Gruppen – dies mindert die Chancengleichheit auf ein gesundes Leben.

### **Es braucht ein vollständiges Verbot von Tabakwerbung**

Werbeverbote für Tabakprodukte sind wirksam, solange sie umfassend sind (Kino, Plakatwände, Presse, Verkaufsstellen, Internet, Sponsoring usw.). Teilverbote sind hingegen nicht effektiv. Denn der Budgetbetrag, der nicht mehr in einen bestimmten Sektor investiert werden kann, fliesst direkt dorthin, wo Werbung noch erlaubt ist. Nur eine Politik der allgemeinen, konsequenten und umfassenden Werbebeschränkungen ist wirksam. Zwei Drittel der Schweizer Bevölkerung befürworten ein allgemeines Tabakwerbeverbot.

### **Die EKS**

- fordert daher nachdrücklich ein umfassendes Verbot von Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring für Tabakprodukte. Ein solches vollständiges Werbeverbot muss für herkömmliche Tabakwaren, aber auch für alternative Produkte (Tabak zum Erhitzen, E-Zigaretten, Tabak zum oralen Gebrauch) gelten, dies insbesondere zum Schutz der Nichtkonsumierenden und vor allem der Jugendlichen unter ihnen;
- fordert eine gesetzliche Verankerung dieser Massnahme und weist darauf hin, dass zwei Drittel der Schweizer Bevölkerung ein allgemeines Tabakwerbeverbot befürworten;
- befürwortet die Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» und fordert eine bedeutende Verstärkung der strukturellen Tabakpräventionsmassnahmen in der Schweiz.