



Bern, 20. März 2018

Medienmitteilung

Gesundheitsorganisationen lancieren eidgenössische Volksinitiative

«Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung»

Bundesrat und Parlament unternehmen zu wenig im Bereich Tabakprävention. Durch eine lasche Gesetzgebung ist es Tabakfirmen erlaubt, gezielt Jugendliche als neue Kundinnen und Kunden anzusprechen. Um dies zu ändern, lancieren führende Schweizer Gesundheitsorganisationen die eidgenössische Initiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung». Das Volksbegehren strebt eine stärkere Einschränkung von Werbung, Sponsoring und Promotionen für Tabakprodukte an, so dass Kinder und Jugendliche damit nicht mehr erreicht werden können. Die Unterschriftensammlung beginnt am 20. März 2018.

Tabakindustrie lobbyiert erfolgreich im Bundeshaus

Im November 2015 veröffentlichte der Bundesrat die Botschaft und den Entwurf für das neue Bundesgesetz über Tabakprodukte. Der Entwurf wurde von Gesundheits- und Präventionsspezialisten kritisiert, enthielt er doch keine wirksamen Massnahmen zur Reduktion des Tabakkonsums. Der Tabakindustrie jedoch ging selbst dieser zahnlose Entwurf zu weit – sie lobbyierte erfolgreich dagegen. Im Juni bzw. Dezember 2016 wiesen Ständerat und Nationalrat den Entwurf an den Bundesrat zurück, ohne überhaupt inhaltlich darauf einzutreten. Die Hintergründe des Tauziehens wurden u.a. im NZZ-Artikel «Rauch im Bundeshaus: So funktioniert die Tabak-Lobby» vom 28.11.2016 ausführlich beleuchtet. Die Vorgänge rund um den Entwurf für das neue Bundesgesetz über Tabakprodukte zeigen, dass das Parlament nicht gewillt ist, griffige Massnahmen zur Tabakprävention und für den Jugendschutz zu ergreifen. Die führenden Gesundheitsorganisationen der Schweiz lancieren deshalb die eidgenössische Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung». Hans Stöckli, Präsident des Vereins, hält dazu fest: „Für alle Personen und Organisationen, die sich im Gesundheitswesen engagieren, hat der Schutz von und die Prävention bei Jugendlichen oberste Priorität. Wir akzeptieren das Lavieren der Politik nicht und werden deshalb selber aktiv. Und wir sind überzeugt, dass die Schweizer Bevölkerung unsere Argumente nachvollziehen kann und uns unterstützen wird.“

Ziel: Kinder und Jugendliche vor Tabakwerbung schützen

Die Initiative will, dass Kinder und Jugendliche umfassend vor Tabakwerbung geschützt werden. Dies soll durch ein Verbot von Werbe-, Sponsoring- und Verkaufsförderungs-Massnahmen erreicht werden, die Kinder und Jugendliche erreicht. «Die grosse Mehrheit der Raucherinnen und Raucher beginnt im Teenageralter. Als Kinderärztin ist es deshalb für mich unverständlich, dass gezielte Werbung für Jugendliche zwar verboten ist, faktisch aber doch stattfindet», fasst Heidi Zinggeler Führer, Kinderärztin aus Chur, zusammen.



Nur umfassende Regeln sind wirksam

Bereits im Jahr 2011 hat die Eidgenössische Kommission für Tabakprävention in der Studie «Neue Erkenntnisse zu Marketing und Werbung bei Tabakerzeugnissen» nachgewiesen, dass ein Verbot aller Formen von Werbung, Promotion und Sponsoring eine signifikante Senkung des Tabakkonsums bewirkt. Hingegen sind Teilverbote – etwa von Inseraten in Printmedien, die sich mehrheitlich an Minderjährige richten – höchstens beschränkt wirksam. Werbeverbote in bestimmten Bereichen führen einfach dazu, dass die Tabakkonzerne die Werbemittel in Bereiche verschieben, in denen Werbung, Sponsoring, Promotion weiterhin erlaubt sind. Die Initiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» fordert deshalb einen konsequenten Jugendschutz vor Tabakwerbung.

- Keine Tabakwerbung in Printmedien, im Internet einschliesslich der sozialen Medien, auf Plakaten, in Kinos und an den Verkaufsstellen.
- Keine direkte Verkaufsförderung durch Gratisabgabe von Tabakwaren, etwa durch Hostessen in Clubs.
- Keine indirekte Verkaufsförderung durch Produkte wie Kleider oder Schuhe, die das Logo oder den Namen einer Zigarettenmarke tragen.
- Keine Verkaufsförderung durch Rabatte auf Tabakwaren.
- Keine Promotion durch Wettbewerbe oder Werbespiele rund um Tabakwaren.
- Kein Sponsoring öffentlicher sowie privater Anlässe durch Tabakfirmen.

«Während sich alle Diskussionen um Gesundheitsreformen, übergewichtige Kinder und explodierende Gesundheitskosten drehen, bleibt das Rauchen von Zigaretten die häufigste Ursache von vermeidbaren Todesfällen und Behinderungen. Das wollen wir ändern und engagieren uns deshalb mit dieser Initiative“, so Philippe Luchsinger, Präsident von mfe Haus- und Kinderärzte Schweiz und Dr. Marcel Mesnil, Generalsekretär des Schweizerischen Apothekerverbands pharmaSuisse. Auch Jürg Schlup, Präsident FMH unterstützt die Initiative: «Die Einstiegshürden zum Tabakkonsum für Kinder und Jugendliche müssen erhöht werden.».

Unterschriftensammlung gestartet

Für die Initiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» engagieren sich die wichtigsten Gesundheitsorganisationen der Schweiz. Neben der Allianz «Gesunde Schweiz» sind dies die Krebsliga Schweiz, der Schweizerische Apothekerverband PharmaSuisse, kantonale Lungenligen, der Schweizerische Drogistenverband, die FMH, die Lungenfachärzte und mfe - Haus- und Kinderärzte Schweiz sowie die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände. Die Unterschriftensammlung startet heute am 20. März 2018.

Weitere Infos unter www.kinderohnetabak.ch



Weitere Informationen:

Reto Wiesli

Sekretär Initiativkomitee „Ja zum Schutz von Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung“
031 508 36 10, reto.wiesli@hausarztenschweiz.ch

Sandra Hügli-Jost

Kommunikationsbeauftragte mfe Haus- und Kinderärzte Schweiz
078 920 24 05, sandra.huegli@hausarztenschweiz.ch
www.hausarztenschweiz.ch

Die Schweiz schneidet im europäischen Vergleich am schlechtesten ab

Von der Öffentlichkeit kaum beachtet, erreichen die Tabak-Konzerne in der Schweiz nach wie vor zielsicher die Zielgruppe der Jugendlichen. 2014 veröffentlichte das CIPRET (Centre d'information pour la prévention du tabagisme) Waadt in Zusammenarbeit mit den Ligues de la santé, Sucht Schweiz und dem CIPRET Fribourg-Freiburg die Forschungsergebnisse eines Projektes zur Beobachtung der Marketingstrategien für Tabakprodukte in der Romandie.

Das Fazit der Studie ist eindeutig: Die Jugendlichen sind die wichtigste Zielgruppe der Tabakkonzerne und werden aggressiv umworben. Da die meisten Raucherinnen und Raucher vor dem 21. Lebensjahr mit dem Rauchen anfangen, versuchen die Tabakkonzerne, vor allem Jugendliche mit Werbung, Promotionen und Sponsoring als neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen. Die Firmen gehen dabei sehr raffiniert vor. In der Werbung wird gezielt mit Bildwelten operiert, die junge Menschen zeigen und ansprechen.

«Im europäischen Vergleich ist die Schweiz das schwarze Schaf im Hinblick auf Tabakwerbung – beinahe alles ist erlaubt, in Print, Kino, auf Plakaten. Die Mehrheit der europäischen Länder hingegen ist gutem Weg zu tabakfreier Werbung, wir haben dringenden Nachholbedarf!» hält Gilbert Züli, Präsident Krebsliga Schweiz fest. In 39 Prozent der von CIPRET untersuchten Verkaufsstellen waren Tabakwaren und/oder Werbung dafür neben Süßigkeiten oder Kaugummis platziert. Ausserdem befand sich die Werbung in 35 Prozent der Fälle auf Augenhöhe der Kinder (1,2 Meter) oder darunter. Die Tabakindustrie setzt zudem immer stärker auf Sponsoring. Dabei werden gezielt Veranstaltungen wie Konzerte und Partys unterstützt, die von Jugendlichen aufgesucht werden. Die Tabakmarken sind mit Plattformen (Tabakwarenverkauf, Wettbewerbsspiele, Bar usw.) vor Ort präsent. Zigaretten können häufig zum Vorzugspreis bezogen werden und es werden Geschenke abgegeben. Ein dritter Schwerpunkt im jugendfokussierten Marketing der Tabakkonzerne bilden Promotionen: Durch Aktionen wie «Drei Päckchen Zigaretten zum Preis von zwei» werden gezielt die budgetbewussten Jungen angesprochen.