

# Tabakwerbung **NEIN**

## Medienmitteilung

Bern, 14. Juni 2021

### Tabakproduktegesetz: Ständerat knickt ein

**Der Ständerat lässt seinen letztjährigen Entscheid fallen: Werbung für Tabak- und Nikotinprodukte in Printpublikationen und im Internet soll weiterhin grosszügig erlaubt bleiben. Die Allianz für ein starkes Tabakproduktegesetz stellt fest, dass der Rat dem Druck der Tabaklobby nachgegeben hat.**

Der Ständerat hat seine Meinung geändert: Neu ist für ihn Tabakwerbung in Zeitungen, Zeitschriften und im Internet in Ordnung. Mit diesem Entscheid verliert die Schweiz den Anschluss an eine moderne Tabakpräventionspolitik endgültig. Mit einem solchen Gesetz bleibt der Wunsch die Zahl der Kinder und Jugendlichen, die jedes Jahr mit dem Konsum der Produkte beginnen, zu reduzieren, illusorisch.

#### Heimtückische Zusatzstoffe bleiben erlaubt

Die Allianz ist enttäuscht, dass der Ständerat den bekannten, gefährlichen suchtvorstärkenden Zusatzstoffen weiterhin keinen Riegel schieben will. Trotz wissenschaftlicher Beweise ignoriert die kleine Kammer die Gefahr, welche von diesen «Lock»-Stoffen für Kinder und Jugendliche ausgeht.

Bereits 2014 (!) beschloss die EU für Rauchtabak ein «Verbot für Zusatzstoffe, die das Inhalieren oder die Nikotinaufnahme erleichtern» bzw. «die toxische oder suchterzeugende Wirkung» messbar erhöhen. Im Unterschied zur Schweiz hat die EU auch die Gefahr der aromatisierten «neuen» Tabak- und Nikotinprodukte für Kinder und Jugendliche erkannt: Die EU-Kommission will das Verbot bis 2025 auf alle Tabakprodukte und E-Zigaretten ausweiten.

#### Ratifizierung des WHO-Rahmenabkommens ausser Reichweite

Leider hat der Ständerat den Artikel, dass Tabakkonzerne inskünftig ihre Ausgaben für Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring dem BAG melden müssen, gestrichen. Dieser Passus ist jedoch die nichtverhandelbare Minimalvoraussetzung zur Ratifizierung der internationalen Rahmenkonvention über die Tabakkontrolle (FCTC). Die Ratifizierung der Konvention ist seit zwanzig Jahren ein erklärtes Ziel von Bundesrat und Parlament.

Im Namen der unterzeichnenden Organisationen  
**Allianz für ein starkes Tabakproduktegesetz**

#### Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention:  
Wolfgang Kweitel, Public Affairs, 031 599 10 20, [wolfgang.kweitel@at-schweiz.ch](mailto:wolfgang.kweitel@at-schweiz.ch)

Krebsliga Schweiz:  
Stefanie de Borja, Leiterin Medienstelle, 031 389 93 31, [media@krebssliga.ch](mailto:media@krebssliga.ch)

Lungenliga Schweiz:  
Andrea Adam, Mediensprecherin, 031 378 20 53, [media@lung.ch](mailto:media@lung.ch)

Sucht Schweiz:  
Monique Portner-Helfer, Mediensprecherin, 021 321 29 74, [mportner-helfer@suchtschweiz.ch](mailto:mportner-helfer@suchtschweiz.ch)

# Tabakwerbung **NEIN**

## **SGGP Schriftenreihe**

«Die Tabakkonzerne richten ihr Marketing in erster Linie auf Jugendliche aus. Denn die meisten erwachsenen Raucherinnen und Raucher haben als Jugendliche zu rauchen begonnen. Also versuchen die Tabakkonzerne, Jugendliche für das Rauchen zu gewinnen. Das zeigen sowohl die internen Dokumente der Tabakindustrie als auch wissenschaftliche Analysen.»

Martin Bienlein, Vorstandsmitglied der Schweizerischen Gesellschaft für Gesundheitspolitik (SGGP) hat sich das Tabakmarketing von Big Tobacco genau angeschaut und ist erstaunt, was sich Tabakfirmen und -händler so alles beim Marketing erlauben dürfen – insbesondere in der Schweiz.

### ***Frauen und Jugendliche zuerst. Marketing der Tabakindustrie und des Tabakhandels – Werbung, Sponsoring und Verkaufsförderung in der Schweiz (Band 141)***

Martin Bienlein

Bern 2021, 538 Seiten, mit viel Bildmaterial

ISBN 978-3-85707-141-6