



MEDIENMITTEILUNG

Bern, 02. Februar 2022

Ansteigender Tabakkonsum: Jetzt die Jugendlichen schützen

Eine 2021 durchgeführte Studie zeigt, dass der Anteil der jugendlichen Rauchenden in der Schweiz stark angestiegen ist. Dieser Anstieg hängt auch damit zusammen, dass die Tabakindustrie Kinder und Jugendliche in der Schweiz bewerben darf.

Verdoppelung des jugendlichen Raucheranteils

Eine im Jahre 2021 durchgeführte Studie der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW)¹ zeigt, dass sich seit 2016 der Anteil der 14-jährigen wöchentlich Rauchenden mehr als verdoppelte: von 2 auf 5 Prozent. In der Altersgruppe der 16- bis 17-Jährigen stieg der Anteil von 18 auf 22 Prozent.

„Zahlreiche wissenschaftliche Studien belegen, dass Tabakwerbung bei Kindern und Jugendlichen wirkt. Diejenigen, die der Tabakwerbung ausgesetzt sind, weisen eine höhere Wahrscheinlichkeit auf, dass sie mit dem Rauchen beginnen. Diese aktuellen Zahlen sind erschreckend“, so Kinderarzt Professor Dr. med. Alexander Möller.

Gezielte Werbeeinschränkungen

Die Werbung spricht bewusst psychologische Bedürfnisse von Jugendlichen an, wie Erfolg, Gruppenzugehörigkeit und positive Selbstwahrnehmung. Die Tabakwerbung hat vor allem zum Ziel, neue Rauchende zu gewinnen sowie den Markt für die stark abhängig machenden Nikotinprodukte zu erweitern. Jugendliche und junge Erwachsene werden gemäss einer [Datenerhebung zu Marketingstrategien für Tabakprodukte²](#), während einem Wochenendtag mit Ausgang am Abend insgesamt 68 Mal mit tabakfreundlichen Reizen konfrontiert: beispielsweise an Kiosken, durch Werbung auf Zigarettensautomaten oder auch auf Bildschirmen. In den [sozialen Medien](#) wird Tabakwerbung gezielt an Jugendliche gestreut.

Damit der Jugendschutz wirksam wird, benötigt es neben dem Verkaufsverbot auch ein Verbot, der Tabakwerbung, die Jugendliche erreicht. Wenn an Minderjährige keine Tabakprodukte verkauft werden dürfen, dann darf die Tabakwerbung Kinder und Jugendliche konsequenterweise auch nicht erreichen.

JA zu einem wirksamen Jugendschutz

Der Gegenvorschlag ist eine Alibiübung: Genau jene Werbearten, die besonders viele Jugendliche erreichen, wären weiterhin erlaubt: Werbung in Gratiszeitungen, an Kiosken, im Internet und damit in allen sozialen Medien sowie an Festivals – also genau dort, wo Jugendliche unterwegs sind. Auch das Verteilen von Werbegadgets (die oft Jugendliche erreichen) wäre weiterhin zugelassen. Mit dem aktuellen Gegenvorschlag könnten sich neben den herkömmlichen Tabakprodukten, zudem die für Minderjährige attraktiven elektronischen Zigarettens auf dem Markt weiter durchsetzen.

¹ Die 2021 durchgeführte Studie der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) wurde im Auftrag des Tabakpräventionsfonds durchgeführt. Es wurden 2'732 Kinder und Jugendliche im Alter von 14 bis 19 Jahren befragt.

² Studierhebung: Werbung und Verkaufsförderung auf im Alltag zurückgelegten Wegen: <https://observatoire-marketing-tabac.ch/de/im-alltag-zurueckgelegte-wege>



**Trägerschaft der Volksinitiative
«Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung»**

Hinter der Volksinitiative „Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung“ stehen die grossen Gesundheitsorganisationen der Schweiz. Dies sind insbesondere die Krebsliga, die Lungenliga, mfe Haus- und Kinderärzte Schweiz, die Stiftung Sucht Schweiz, die FMH, die Allianz Gesunde Schweiz, der Schweizerische Drogistenverband, der Schweizerische Apothekerverband pharmaSuisse, Pädiatrie Schweiz, die Lungenfachärzte sowie die Kardiologen. Hinzu kommen die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände und das Blaue Kreuz. Auch Swiss Olympic, der Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz resp. das Pendant in der französischsprachigen Schweiz SER, sowie das Kollegium für Hausarztmedizin haben sich der Initiative angeschlossen.

www.kinderohnetabak.ch