

## Was steckt wirklich hinter den Aussagen der Tabakindustrie? Auf der Rückseite zeigt sich Ihnen ein anderes Bild!

Die Tabakindustrie setzt auf Nachhaltigkeit.  
Fakt oder Beschönigung?

1

Die Tabakindustrie arbeitet mit anerkannten Wissenschaftlern zusammen. Unabhängige Wissenschaft oder Einflussnahme?

2

«For adults only». Die Tabakindustrie behauptet, sich ausschliesslich an Erwachsene zu wenden. Wirklich?

3

Die Tabakindustrie ist im Parlament eine Lobby wie jede andere.  
Wie weit reicht ihre Macht?

4

Auf weniger schädliche Produkte sollten weniger Steuern erhoben werden. Und wie steht es mit der Gesundheit?

5

Die Tabakindustrie unterstützt wohltätige Zwecke.  
Welche Absicht verbirgt sich dahinter?

6

Die Tabakindustrie ist eine wichtige Säule der Schweizer Wirtschaft.  
Ist das wirklich wahr?

7

Die Industrie setzt auf Innovationen, um die Gesundheitsrisiken zu verringern. Oder um ihren Markt zu vergrössern?

8

Die Industrie fördert die Kultur in der Schweiz.  
Oder sorgt dafür, dass sie auf bei jungen Menschen beliebten Events präsent ist?

9

Der Flyer wurde von der Lungenliga Waadt in Zusammenarbeit mit Unisanté erstellt und basiert auf den Informationen des Projekts Transparency and Truth (TnT), das von Oxysuisse im Auftrag des Tabakpräventionsfonds durchgeführt wurde.

Alle Quellen zu diesen Informationen finden Sie auf der Website [www.lpvd.ch](http://www.lpvd.ch) (in französischer Sprache)

# Beweisen wir Urteilsfähigkeit! **Hinter** den **Aussagen** der **Tabakindustrie** verbirgt sich **eine andere Realität.**

Im Zuge der Kampagne Lara Green hat Swiss Cigarette 30'000 Taschenaschenbecher verteilt. **So schiebt die Industrie ihre Verantwortung auf die Raucher ab und verschleiern die Tatsache, dass die gesamte Branche – von der Produktion bis zum Konsum – die Umwelt verschmutzt und der Umwelt schadet:**

- 5% der weltweiten Abholzung
  - CO2 Ausstoss: 84 Millionen Tonnen/Jahr
  - Wasserverbrauch: 4 Liter pro Zigarette
  - Zigarettenstummel: Hauptursache für Mikroplastik in den Meeren
- plastiques dans les océans



Die Tabakindustrie setzt auf mächtige Einflussmöglichkeiten wie:

- die Einstellung von Vertretern, die auch gewählte Volksvertreter sind (wie bei Swiss Tobacco)
- die Stützung auf branchennahe Parlamentarier, die Dachverbände vertreten (beispielsweise den Schweizerischen Gewerbeverband)
- die Beschäftigung zahlreicher akkreditierter Lobbyisten
- die Finanzierung politischer Parteien

Die Schweiz landete beim **Global Tobacco Industry Interference Index (2023)** auf dem vorletzten Platz.



Die Tabakindustrie übertreibt ihre Bedeutung für die Schweizer Wirtschaft. Es könnte sogar sein, dass ihre Wertschöpfung negativ ist, wie eine in Grossbritannien durchgeführte Studie zeigt. Ein Rückgang des Tabakkonsums würde unter dem Strich Arbeitsplätze schaffen. Denn das für Zigaretten ausgegebene Geld schafft im Vergleich zu anderen Konsumarten wenig Arbeitsplätze. **Die Gesundheitskosten infolge des Rauchens sind doppelt so hoch wie die Gewinne aus der Tabaksteuer** (Behandlungskosten und Produktivitätsverluste).



2013 hat **Philip Morris eine Forschungsarbeit an der Universität Zürich in Auftrag gegeben und finanziert**. Sie sollte beweisen, dass die neutrale Zigarettenpackung in Australien keine wirkungsvolle Massnahme zur Tabakprävention ist. Die veröffentlichten Ergebnisse fielen im Sinne der Industrie aus. Die Studiendaten wurden 2015 von **zwei unabhängigen Wissenschaftlern überprüft**. Sie zeigen, dass die **neutrale Zigarettenpackung sehr wohl wirkungsvoll ist**. Grosse wissenschaftliche Fachzeitschriften wie das British Medical Journal lehnen es ab, von der Tabakindustrie finanzierte Arbeiten zu veröffentlichen.



2013 wurde die Tabaksteuer eingefroren. Alle danach erfolgten Preiserhöhungen gehen auf das Konto der Industrie. Diese tritt für eine differenzierte Besteuerung der Produkte ein, die auf den jeweiligen Gesundheitsrisiken basiert.

**Eine niedrige Besteuerung von erhitzten Tabakprodukten (HTP) oder von Snus ermöglicht viel höhere Gewinne** als bei Zigaretten, obwohl überhaupt nicht bewiesen ist, dass diese Produkte für die Volksgesundheit weniger schädlich sind!



Das Ziel der Tabakindustrie hat nichts mit der Volksgesundheit zu tun. Sie zielt einzig darauf ab, unablässig ihren Profit zu steigern, indem sie ihren Markt, insbesondere bei jungen Menschen, erweitert. Die Industrie setzt stetig auf Innovationen, um mit neuen Produkten ihren Marktanteil zu sichern. 2017 erklärte die Generalversammlung der Vereinten Nationen, dass **«es einen grundlegenden und unlösbaren Konflikt zwischen den Interessen der Tabakindustrie und denen der Volksgesundheit gibt»**.



Die Tabakindustrie setzt seit den 1990er-Jahren ausgeklügelte Marketingstrategien ein, die in internen Dokumenten festgehalten sind. Dazu gehören beispielsweise die Verwendung einer jugendlichen Sprache und die Verknüpfung der Produkte mit einem attraktiven Lebensstil, um Jugendliche anzusprechen und sie zum Rauchen zu animieren. **Die Betonung der Tatsache, dass Tabakprodukte Erwachsenen vorbehalten sind, macht diese für Minderjährige nur noch attraktiver und trägt dazu bei, ihr Bedürfnis nach Grenzüberschreitungen und dem Austesten von Risiken zu befriedigen.**



Mit der Finanzierung wohlthätiger Organisationen will die Industrie ein positives Image pflegen und versucht davon abzulenken, dass ihre Produkte giftig und tödlich sind. **Während ihre Tätigkeit die Volksgesundheit gefährdet, knüpft sie wertvolle Verbindungen in der Gesellschaft und erhöht ihren politischen Einfluss.**

Beispiele für jüngste Finanzierungen:

- Caritas
- Centre social protestant
- Fondation Partage



Mit dem Sponsoring von Festivals kann die Tabakindustrie ihre Produkte in einem Rahmen bewerben, der Rauchen mit Feiern verbindet. Die Stände sind sehr ansprechend und das Markenuniversum ist sichtbar, auch ohne die für Erwachsene vorbehaltenen Bereiche zu betreten. **Die Industrie pflegt bei Eventveranstaltern ein positives Image und bewirbt ihre Produkte an strategischen Orten.** Ausser in der Schweiz und in Belarus ist dieses Sponsoring europaweit verboten.

