

## Positionspapier

### Eidgenössische Abstimmung über die Volksinitiative «Kinder ohne Tabak»

#### Kernbotschaften

- Um Kinder und Jugendliche vor den Schäden des Tabakkonsums zu schützen, braucht es in erster Linie ein Verbot von Werbung, die auf diese Zielgruppe ausgerichtet ist.
- Die Auswirkung der Werbung für Tabakprodukte auf Kinder und Jugendliche sind so stark, dass es sämtliche Fachkräfte im Gesundheitswesen braucht, um ihr entgegenzuwirken.
- Je früher Jugendliche mit dem Tabakkonsum beginnen, desto stärker ist die Abhängigkeit und desto schwieriger ist es, damit aufzuhören.
- Die Plattform Interprofessionalität sagt JA zur Initiative "Kinder ohne Tabak".

#### Hintergrund

In der Schweiz ist der Konsum von Tabakprodukten der Staatsfeind Nummer Eins. Tabakkonsum ist der Hauptrisikofaktor für chronische, nicht übertragbare Krankheiten. Es sterben jedes Jahr mehr Menschen an Tabakkonsum als an Covid-19 in den letzten 18 Monaten. Die Schweiz beklagt jährlich 9'500 tabakbedingte Todesfälle, was beinahe 15 Prozent sämtlicher Todesfälle entspricht. Die medizinische und chirurgische, kurative oder palliative Behandlung von Menschen mit Krankheiten, die mit dem Tabakkonsum zusammenhängen, ist oft schmerzhaft. Die Kosten für die Gesellschaft sind aber auch wirtschaftlicher Natur: jährlich werden 3 Milliarden Franken benötigt, um die medizinische Behandlung von tabakbedingten Krankheiten zu finanzieren<sup>1</sup>.

Die eidgenössische Volksinitiative "Ja zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Tabakwerbung" wird der Stimmbevölkerung am 13. Februar 2022 zur Abstimmung vorgelegt. Die Initiative wurde von einer Vielzahl grosser Gesundheitsorganisationen, Jugend- und Sportverbänden lanciert und zielt auf ein Verbot von Tabakwerbung, die sich an Jugendliche richtet. Ein solches Verbot betrifft insbesondere die Werbung im Internet, in sozialen Netzwerken oder das Sponsoring von Festivals – allesamt Massnahmen, die nicht im Tabakproduktgesetz (TabPG) enthalten sind. Alle Informationen zur Volksinitiative sind auf folgender Website zu finden: <https://www.kinderohnetabak.ch/>

#### Position der Plattform Interprofessionalität

Die Plattform Interprofessionalität in der medizinischen Grundversorgung spricht sich für die eidgenössische Volksinitiative "Ja zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Tabakwerbung" aus. Sie macht sich stark für einen wirksamen Jugendschutz und gegen einen frühen Einstieg ins Rauchen, der hohe soziale und wirtschaftliche Kosten verursacht.

---

<sup>1</sup> Bundesamt für Gesundheit, Zahlen & Fakten: Tabak  
<https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/zahlen-und-statistiken/zahlen-fakten-zu-sucht/zahlen-fakten-zu-tabak.html> (aufgerufen am 10.01.2022)

# Plattform Interprofessionalität in der primären Gesundheitsversorgung

Fachkräfte der primären Gesundheitsversorgung, aber auch Lehrpersonen der obligatorischen Schule und die Jugendsozialarbeit können bezeugen, dass soziale Faktoren eine zentrale Rolle spielen, ob jemand vor dem Erwachsenenalter mit dem Rauchen beginnt. Gerade in benachteiligten Bevölkerungsgruppen ist die Anzahl jugendlicher Konsumenten am höchsten. Zur prekären sozialen Situation kommt eine beinträchtigte Gesundheit hinzu – das verfassungsmässige Recht auf Chancengleichheit wird damit betroffenen Jugendlichen verwehrt.

Kurzum: ein Verbot von Tabakwerbung, die Jugendliche erreicht, muss in der Verfassung verankert werden! Nur ein starker gesetzlicher Rahmen erlaubt es uns als Gesundheitsakteuren, die Präventionsarbeit bei Jugendlichen zu verstärken, die sich in einer sehr sensiblen Lebensphase für gesundheitliche Risiken und den Konsum von Suchtstoffen befinden.

Gewohnheiten schleichen sich früh ein

57% der Raucher haben damit begonnen, als sie noch minderjährig waren<sup>2</sup>. Wer bis 21 Jahre nicht mit dem Rauchen begonnen hat, hat eine sehr geringe Wahrscheinlichkeit, später zum Raucher zu werden. Rauchgewohnheiten, die sich bei jungen Menschen entwickeln, setzen sich mit grosser Wahrscheinlichkeit auch im späteren Leben fort. Prävention muss daher bei Jugendlichen und Kindern ansetzen. Nur so können die negativen Folgen des Tabakkonsums für die Bevölkerung und die Gesundheit verringert werden. Die jungen Raucher von heute sind die Kranken von morgen.

Vorkommen und Auswirkungen von Tabakwerbung auf Jugendliche

Tabakwerbung funktioniert und hat einen messbaren Effekt, insbesondere auf Kinder und Jugendliche<sup>3</sup>. Dies gilt umso mehr, als Tabakwerbung ein positives Bild von Rauchenden vermittelt. Jugendliche, die in ihrem Alltag regelmäßig mit Tabakwerbung in Berührung kommen, werden mit grösserer Wahrscheinlichkeit selbst zu Rauchern und bleiben es auch. Die Wirksamkeit der Tabakwerbung widerspiegelt sich im Anteil der rauchenden Personen in der Altersgruppe der 15- bis 25-jährigen, der im Jahr 2017 bei 31,7 Prozent lag und damit um 4 Prozentpunkte höher als beim Rest der Bevölkerung<sup>4</sup>. Gerade in Kanälen und an Orten, die von Jugendlichen und Heranwachsenden frequentiert werden, ist Tabakwerbung stark präsent. Zudem erscheint sie oftmals in Form von Werbegeschenken. Diese Werbung ist für Erwachsene teilweise nicht sichtbar, da sie sich nicht an diesen Orten und auf diesen Plattformen aufhalten.

Folgen des Verkaufsverbots und Ethik

Der Verkauf von tabakhaltigen Produkten an Minderjährige ist verboten. Konsequenterweise sollte daher auch keine Tabakwerbung für diese Gruppe erlaubt sein. Es ist eine Frage der Moral, dass ein giftiges Produkt nicht beworben werden sollte, erst recht nicht bei Kindern und Jugendlichen. Ein Werbeverbot käme in der Tat einem Eingriff in die unternehmerische Freiheit gleich. Im Vergleich zu den positiven Auswirkungen auf die Gesundheit der gefährdeten Bevölkerungsgruppe erscheint dieser

---

<sup>2</sup> Abelin, T, et al. (2011). Neue Erkenntnisse zu Marketing und Werbung bei Tabakerzeugnissen: eine Übersicht zu gesetzlichen Massnahmen und ihrer Wirksamkeit. Eidgenössisches Departement des Innern (EDI), Eidgenössische Kommission für Tabakprävention (EKTP).

<sup>3</sup> Filippidis F., Laverty A., Fernandez E, et al. (2017). *Correlates of self-reported exposure to advertising of tobacco products and electronic cigarettes across 28 European Union member states Tobacco Control*. 26. 130-133.

<sup>4</sup> Bundesamt für Gesundheit, Zahlen & Fakten: Tabak

<https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/zahlen-und-statistiken/zahlen-fakten-zu-sucht/zahlen-fakten-zu-tabak.html> (aufgerufen am 10.01.2022)

## Plattform Interprofessionalität in der primären Gesundheitsversorgung

Eingriff jedoch massvoll – und im Hinblick auf die moralische Pflicht, Heranwachsende zu schützen, ist der Eingriff lächerlich klein.

### Unzulänglichkeiten des TabPG

Die im Tabakproduktgesetz (TabPG), das voraussichtlich im Jahr 2023 in Kraft treten wird, getroffenen Bestimmungen reichen nicht aus, um Jugendliche vor Tabak zu schützen, da sie Werbung gerade dort nicht verbieten, wo Kinder und Jugendliche besonders präsent sind, also im Internet oder in sozialen Netzwerken. Das TabPG ergreift auch keine Maßnahmen gegen indirekte Werbung (Wettbewerbe, Rabatte) oder Sponsoring. Es enthält lediglich ein Verbot von Plakaten und Werbung in Kinos, was in vielen Kantonen bereits der Fall ist und daher keinen Mehrwert bringt.

### Ratifikation des FCTC

Bis heute haben 180 von 192 Mitgliedsländern der Weltgesundheitsorganisation (WHO) die internationale Rahmenkonvention zur Eindämmung des Tabakgebrauchs (FCTC) ratifiziert. Mit den im Tabakproduktegesetz enthaltenen Massnahmen, kann die Schweiz diese Konvention jedoch noch nicht ratifizieren. Sie muss daher Werbung, die sich an Jugendliche und Heranwachsende richtet, endlich verbieten und die Anforderungen der internationalen Rahmenkonvention zur Eindämmung des Tabakgebrauchs erfüllen. Die Regulierung von Tabakprodukten ist in der Schweiz im internationalen Vergleich sehr lasch. Eine Verschärfung der Regelungen bezüglich der Werbung ist ein Schritt in die richtige Richtung. Erfahrungen europäischer Länder zeigen, dass eine Werbebeschränkung den Tabakkonsum senken kann, insbesondere bei Jugendlichen.

**Die Volksinitiative wird von zahlreichen Gesundheits-, Jugend- und Sportorganisationen getragen, also von Organisationen, denen das Wohl und die Gesundheit von Kindern und Jugendlichen am Herzen liegen. Wirtschaftliche Interessen dürfen nicht über die Gesundheit gestellt werden, insbesondere nicht über die Gesundheit einer Bevölkerungsgruppe, die sich in einer sensiblen Lebensphase befindet, wie dies bei Kindern und Jugendlichen der Fall ist. Aus all diesen Gründen: sagen Sie JA am 13. Februar 2022.**

Der Vorstand der Plattform Interprofessionalität



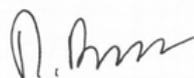
Sébastien Jotterand, Präsident  
Plattform Interprofessionalität  
Vize-Präsident mfe – Haus- und Kinderärzte  
Schweiz



Mirjam Stauffer, Präsidentin  
Physioswiss



Franz Elmer, Vize-Präsident Schweizer  
Berufsverband für Pflegepersonal (SBK)



Mélanie Brühlhart, pharmaSuisse