

**Zeitschrift:** SuchtMagazin

**Herausgeber:** Infodrog

**Band:** 27 (2001)

**Heft:** 1

**Artikel:** Die Tabakprävention und ihr Umfeld

**Autor:** Locher, Ueli

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-799954>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 25.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Die Tabakprävention und ihr Umfeld

Die Tabakindustrie versucht sich neuerdings durch Aktionen zu profilieren, welche vorgeben, auf die Prävention des Tabakkonsums bei Jugendlichen ausgerichtet zu sein. Eine Analyse von Rolle und Strategien der Tabakindustrie zeigt, dass die Tabaklobby nie ein valabler Partner für die Tabakprävention sein kann.

Vielmehr braucht es eine konsequente Umsetzung eines umfassenden Anti-Tabak-Programmes mit Massnahmen auf zahlreichen Ebenen.

UELI LOCHER\*

An der Impulstagung «Smoking Out» vom 8. November 2000 war ein Artikel von Herrn Dr. Edgar Oehler, Präsident der Vereinigung der Schweizer Zigarettenindustrie, vorgesehen gewesen. Herr Oehler sagte jedoch seine Teilnahme an der Veranstaltung kurz-

fristig ab. In einem Pressecommuniqué der Zigarettenindustrie wurde diese Absage wie folgt begründet:

*«Gewisse Anti-Tabakkreise, vor allem in der Romandie, haben vehement gegen die[se] Teilnahme [von Herrn Oehler] protestiert und erklärt, sie würden das Treffen boykottieren, wenn ein Vertreter der Industrie anwesend wäre. Um die Ziele des BAG und die berechtigten Erwartungen der Teilnehmer in diese Impulstagung nicht zu gefährden, hat die Zigarettenindustrie beschlossen, auf ihre Teilnahme zu verzichten.»*

Die Zigarettenindustrie also als Rettin der Veranstaltung und als Hüterin der Tabakprävention bei Jugendlichen. Welche Fürsorglichkeit!

## Vorgeschichte der Tagung

Ich denke, die Vorgeschichte der Impulstagung ist geradezu ein Lehrstück dafür, dass die Tabakprävention sich in einem Umfeld abspielt und Einflüssen ausgesetzt ist, die sich mit keiner anderen Domäne der Prävention vergleichen lassen. Ich möchte daher kurz rekapitulieren, was die Gemüter im Vorfeld der heutigen Veranstaltung dermassen bewegt hat.

Als wir uns im BAG erstmals über die Programmgestaltung unterhielten, wurde rasch klar, dass wir die Rolle der Tabakindustrie im Zusammenhang mit Tabakprävention und Gesundheitspolitik thematisieren mussten. Es wäre naiv gewesen, den TagungsteilnehmerInnen weis machen zu wollen, dass etwas guter Wille, viel Engagement und innovative Projekte genügten, um den beunruhigenden Trend bei jugendlichen Rauchenden zu brechen.

## Die Tabakindustrie an einer Präventionstagung?

Als wir dann erfuhren, dass die Tabakindustrie und der Handel just auf den

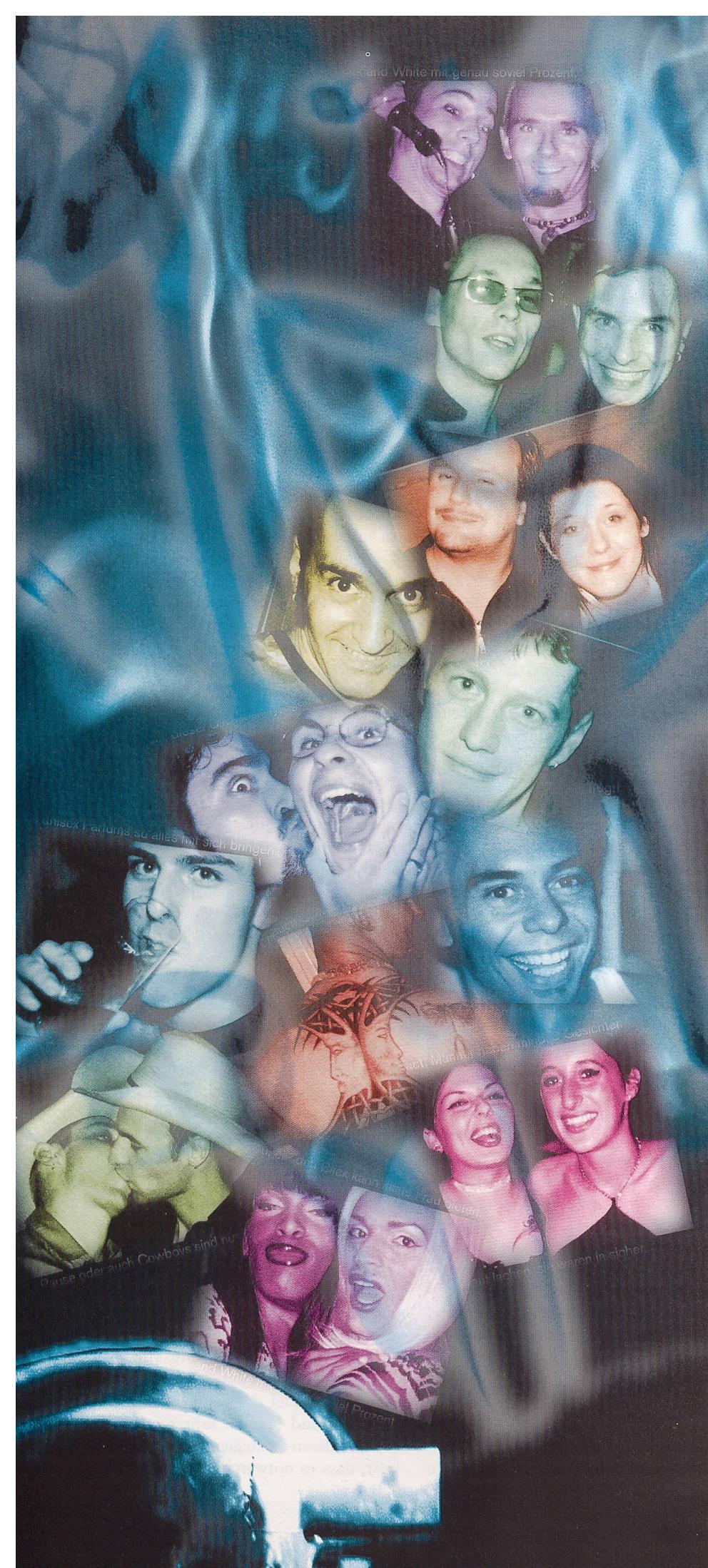
Zeitpunkt unserer Veranstaltung eine Kampagne unter der Affiche «Jugendschutz» lancieren würden, beschlossen wir, die Zigarettenindustrie einzuladen, diese Kampagne vorzustellen. Dabei geht es darum, dass der Tabakhandel im Sinne der Selbstbeschränkung und damit auf freiwilliger Basis darauf verzichten will, Raucherwaren an Kinder und Jugendliche zu verkaufen. Diese Initiative von Industrie und Handel ist ein ausgezeichnetes Beispiel, an dem sich analysieren lässt, welches die Beweggründe hinter derartigen Aktionen sind und an dem sich das Umfeld, in dem die Tabakprävention angesiedelt ist, ausleuchten lässt. Herr Oehlers zweifellos wohl formulierte Präsentation und die öffentlich deklarierte Fürsorge für die Jugend wären an der Tagung einer äußerst kritischen Würdigung unterzogen worden. Glauben Sie mir, er hätte kein Heimspiel bestritten!

## Widerstand von Fachleuten der Tabakprävention...

Teile der Tabakpräventionsfachleute waren mit diesem Auftritt der Zigarettenindustrie jedoch nicht einverstanden. Sie argumentierten, die Industrie habe an einer Tagung für Präventionsfachleute und Lehrerschaft aus prinzipiellen Überlegungen nichts verloren. Man dürfe ihr keine Plattform für ihre scheinheiligen Kampagnen bieten, und vor allem dürfe die Lehrerschaft nicht den zynischen Botschaften der Cigaretters ausgesetzt werden. Kurzum: Herr Oehler sei dem Publikum schlicht und einfach nicht zuzumuten, wurde argumentiert.

Das BAG kam in einer sorgfältigen Analyse dennoch zum Schluss, dass sich am Beispiel der Kampagne von Industrie und Handel sehr gut eine Analyse deren Strategien durchführen lässt, dass es notwendig ist, auch die

\* Ueli Locher, Vizedirektor des Bundesamtes für Gesundheit. Der Text basiert auf einem Referat, welches der Verfasser am 8. November 2000 an der Fachtagung «Smoking out – Impulstagung zur Tabakprävention» in Luzern hielt.



von der Industrie als Prävention deklarierten Aktionen zu thematisieren und zu hinterfragen und dass es nicht zuletzt eine Frage des Stils ist, jenen, die man zu kritisieren gedenkt, die Möglichkeit zur Verteidigung einzuräumen. Und schliesslich waren und sind wir der Auffassung, dass Lehrkräfte ein kritisches und aufgeklärtes Publikum sind, das sehr wohl in der Lage ist, sich ein eigenständiges Urteil über das Gehörte zu bilden und das damit wohl auch die zwanzigminütige Intervention von Herrn Oehler ohne bleibende Schäden zu verkraften in der Lage gewesen wäre.

### **... und Druckversuche**

Was dann folgte, war eine von Teilen der Tabakpräventionskreise mit fast schon missionarischem Eifer geführte Aktion, die darauf abzielte, die Veranstaltung entweder abzusagen oder die Industrie auszuladen. In offenen Briefen und E-mails wurden Frau Bundesrätin Ruth Dreifuss und der Direktor unseres Amtes persönlich angegriffen. Der Dachverband der schweizerischen Tabakprävention wurde vor eine Zerreissprobe gestellt, indem dessen Teilnahme an der Tagung zur Loyalitäts- und Glaubwürdigkeitsfrage schlechtin gemacht wurde. Es wurde unterstellt, das BAG sei von der Tabakindustrie unterwandert und eine entsprechende Untersuchung daher dringend. Es wurde ultimativ gedroht, manipuliert und polemisiert. Und last but not least wurden vom Hauptinitianten der ganzen Aktion auch schlicht Unwahrheiten verbreitet.

### **Wo blieb das Augenmass?**

Vergessen wir nicht: Auslöser der ganzen Aufregung war nicht etwa irgend eine Form von Kooperation zwischen Bundesamt und Tabakindustrie oder

ein Plazet unseres Amtes für irgend ein Projekt der Tabakindustrie. Auslöser war einzig und allein die Tatsache, dass Herr Oehler in der Programmausschreibung in einem Atemzug mit den Präventionsfachleuten erwähnt war und dass er während zwanzig Minuten eine Kampagne vorgestellt hätte, die anschliessend der gezielten Kritik der anwesenden Fachleute ausgesetzt gewesen wäre. Dieses Faktum wurde, so hatte man mitunter den Eindruck, zur Lackmusprobe für die Glaubwürdigkeit der gesamten Tagung und unseres Amtes hochstilisiert. Tabakprävention «to be or not to be» schien für einige die Frage zu lauten.

Erlauben Sie mir dazu eine persönliche Bemerkung. Bei allem Verständnis für die Aggressionen, welche die Tabakindustrie zu provozieren weiss, habe ich mir beim Lesen der zahlreichen E-mails immer wieder ungläubig die Augen gerieben und mich dabei gefragt, wo denn das gesunde Augenmaß, wo der Blick fürs Ganze, wo der Sinn für die Verhältnismässigkeit, wo das strategische Fingerspitzengefühl und wo – mit Verlaub – der Anstand geblieben sind.

### **Tabakindustrie bläst zum Rückzug**

Der Rest ist rasch erzählt. Die Tabakindustrie hat natürlich den ganzen Wirbel auch mitbekommen, hat realisiert, dass ihr Vertreter heute in einem heftigen Gegenwind stehen würde. Ihre PR-Strategen dürften daraufhin sorgfältig abgewogen haben, wie der Schaden fürs Image am ehesten in Grenzen zu halten sei. Sich hier der Kritik aussetzen oder zum Rückzug blasen, waren die Optionen. Wie eingangs erwähnt, hat man sich fürs zweite entschieden und sich dabei auch gleich noch als Retter der Tagung präsentiert, dem der Schutz der Jugend ein echtes Anliegen ist. Geschickt gemacht, kann

ich nur sagen. Denn nur wer sich intensiv mit der Rolle der Tabakindustrie auseinander gesetzt hat, kann ermessen, was die wahren Ziele und Strategien der Industrie sind und dass deren Bekenntnisse zum Jugendschutz weder glaubwürdig sind noch mit konkreten Taten und Fakten belegt werden können.

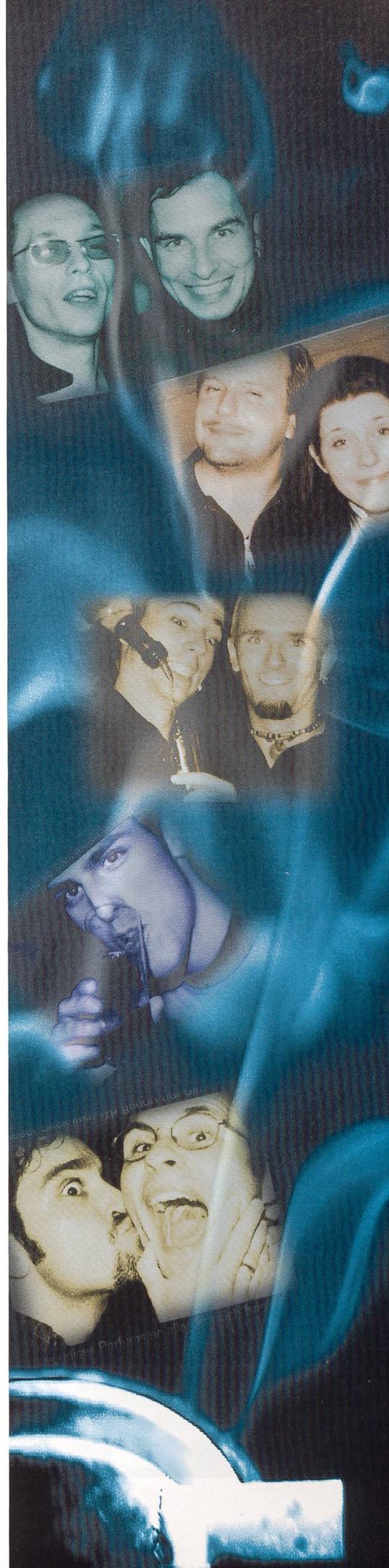
So weit also eine Vorgesichte, die anschaulicher und deutlicher nicht vor Augen führen könnte, in welchem Spannungsfeld sich die Tabakprävention bewegt. Die konkreten Projekte und Programme zur Tabakprävention, welche die an der Tagung versammelten Fachleute und viele andere durchführen, finden nicht in einem Vakuum oder unter einer Käseglocke statt. Sie alle müssen damit rechnen, dass sie der geschilderten Dynamik in irgendeiner Form, punktuell oder kontinuierlich, direkt oder auf Umwegen, früher oder später ausgesetzt sind.

### **Selbstbeschränkung der Zigarettenhersteller ...**

Die Impulstagung «Smoking Out» mit ihrem Vorspiel wird in der Geschichte der Tabakprävention unseres Landes dereinst nicht mehr als eine Episode sein. Eine interessante zwar und hoffentlich auch eine lehrreiche.

Es ist hier nicht der Ort, eine Analyse und Wertung der geschilderten Ereignisse zu machen.

Aber wir können diese auch nicht einfach als eine Anekdote abtun und zur Tagesordnung übergehen. Das Umfeld, in dem sich die Tabakprävention zu behaupten hat, ist von den Herstellern der gesundheitsschädlichen Produkte derart mitgeprägt, dass wir nicht umhin können, die Rolle und die Strategien der Tabakindustrie kritisch zu hinterfragen. Nehmen wir aus naheliegenden Gründen das aktuelle Beispiel der Selbstbeschränkung beim





Verkauf von Tabakprodukten an Minderjährige, um zu analysieren, was die Beweggründe der Industrie für solche Aktionen sein könnten.

#### **... als PR-Mittel zur Imagepflege**

Die bedeutendste englische Antitabakorganisation «Action on Smoking and Health» (ASH, Internet: <http://www.ash.org.uk>) hat die Bestrebungen zum Jugendschutz untersucht, welche von der Tabakindustrie nicht nur in der Schweiz, sondern weltweit unternommen werden. ASH hat dabei in den unzähligen internen Dokumenten, welche die grossen amerikanischen Tabakkonzerne im Rahmen der Schadenersatzprozesse in den USA offen legen mussten, nach Anhaltspunkten gesucht. Der Bericht von ASH zeigt auf, wie offensichtlich und aufwändig die Tabakkonzerne ihr schwer angeschlagenes Image mit guter Public Relation aufzubessern versuchen. Sie tun das, indem sie den Dialog anbieten, indem sie eine gewisse Offenheit für «vernünftige» Regelungen signalisieren, und sie tun es vor allem, indem sie vorgeben, das Rauchen bei Minderjährigen bekämpfen zu wollen. Gerade dieser letzte Punkt erweist sich als eine clevere PR-Massnahme, denn wer könnte schon dagegen sein, dass man Kinder und Jugendliche vom Rauchen abhält.

#### **Jugendschutz als Feigenblatt**

Was aber sagen die internen Dokumente der Tabakkonzerne über die Hintergründe ihrer angeblichen Bestrebungen zum Jugendschutz? Abgesehen von der Imagepflege, will die Industrie damit vor allem weiter gehende gesetzliche Einschränkungen verhindern. Indem sie vorgibt, selbst aktiv zu sein, selbst zur Prävention bei Jugendlichen beizutragen, hofft sie, die weit einschneidenderen Massnahmen, so wie sie auch

im Programm des BAG zur Tabakprävention enthalten sind, verhindern zu können. Jugendschutz also als Feigenblatt und Alibi.

### Rauchen als Normverhalten von Erwachsenen

Weiter geht es bei den meisten Massnahmen der Tabakindustrie, die sich an Jugendliche richten und die nicht selten mit dem Slogan operieren «*Rauchen ist nichts für Jugendliche*» auch darum, das Rauchen der Erwachsenen als Normverhalten darzustellen. Die Industrie will damit ablenken von den Gesundheitsrisiken, die Rauchende auf sich nehmen. Und sie will implizit oder explizit die Botschaft verbreiten, dass Rauchen eigentlich etwas Normales, Gewöhnliches, Banales ist. Die Präventionsfachleute und Lehrkräfte arbeiten täglich mit jungen Menschen und wissen natürlich, dass auf diese das Imitieren von Verhaltensweisen der Erwachsenen einen besonderen Reiz ausübt. Wer also ein ungesundes Verhalten als für Jugendliche unerwünscht jedoch als adäquat für Erwachsene deklariert, der provoziert heranwachsende Menschen geradezu zur Nachahmung und Grenzüberschreitung. Prävention ad absurdum!!

### Isolierte Präventionsmassnahmen bringen wenig

Gemäss ASH zeigt eine Analyse der einschlägigen Literatur unmissverständlich, dass Massnahmen zur Prävention bei Jugendlichen im Allgemeinen nicht sehr wirksam sind, wenn sie nicht eingebunden sind ins Gesamtkonzept eines umfassenden Tabakpräventionspaketes, welches auch Werbe-einschränkungen, die Besteuerung, Unterstützung beim Aussteig aus dem Rauchen sowie den Schutz vor Passivrauchen beinhaltet. Mit anderen Wor-

ten, die einzig wirkungsvolle und überzeugende Prävention bei Jugendlichen ist eine Prävention, welche sich gleichermassen an Erwachsene richtet. Damit wird klar, dass isolierte Massnahmen zur Selbstbeschränkung kaum Wirkung erzielen werden. Gelingt es der Tabakindustrie also, mit gut verkauften Einzelaktionen die Umsetzung umfassender Präventionsstrategien zu verhindern, dann muss sie auch kaum Absatzeinbussen befürchten.

Soweit die wichtigsten Schlussfolgerungen der englischen Anti-Tabak-Organisation ASH.

### Interne Dokumente der Tabakindustrie

Nicht nur die Antitabak-Lobby sondern auch die Weltgesundheitsorganisation (WHO) hat sich in jüngster Zeit intensiv mit den Strategien und Beeinflussungsversuchen der Tabakkonzerne auseinander gesetzt. So hat eine internationale Expertengruppe unter der Leitung des Direktors des Bundesamtes für Gesundheit, Thomas Zeltner, im Auftrag der WHO untersucht, in welcher Weise die Tabakindustrie Einfluss auf die Weltgesundheitsorganisation ausgeübt hat. Im Schlusskapitel mit den Konklusionen bringen es die Experten pointiert auf den Punkt: «*Um eine Trendwende in der Epidemie des Tabakkonsums zu erreichen, wird es um mehr als um den Kampf gegen Sucht und Krankheit gehen. Es wird auch um die Überwindung einer entschlossenen und mächtigen Industrie gehen, die viele ihrer wichtigen Abwehrstrategien im Verborgenen umsetzt.*

Wie aber kommen die Experten zum Schluss, dass das wichtigste Hindernis einer wirksamen Tabakprävention die Tabakindustrie ist? Auch für sie waren die insgesamt über 35 Millionen Seiten an nunmehr öffentlich zugäng-

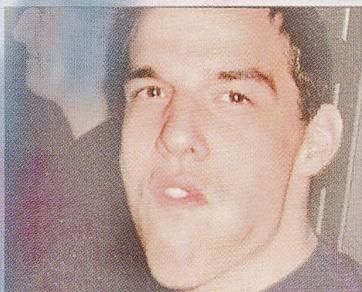
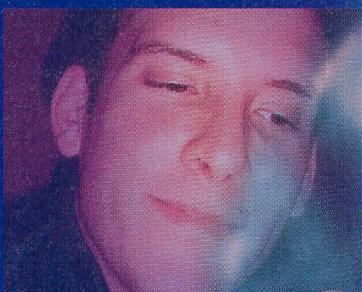
lichen Dokumenten amerikanischer Tabakkonzerne ein fast unerschöpflicher Fundus, welcher Aufschluss vermittelt über die Strategien, die Mittel und die Intensität, mit der Tabakkonzerne die Gesundheitsbehörden in ihren Präventionsbestrebungen zu behindern suchten.

### Täuschung der KonsumentInnen

Die wohl schockierendste Offenbarung war, dass die Tabakkonzerne seit Jahrzehnten wussten, welche Gesundheitsschäden das Rauchen verursacht, dies aber kategorisch und kontinuierlich verleugneten. Man kann dieses Vorgehen nicht anders als eine massive und perfide Täuschung der KonsumentInnen bezeichnen.

Ins gleiche Kapitel gehört die Tatsache, dass bei den Zigarettenherstellern längst keine Zweifel mehr über das hohe Abhängigkeitspotential der Substanz Nikotin bestanden. Auch diese Tatsache wurde über Jahre hinweg herunter gespielt bzw. verschwiegen, denn die Sucht der Rauchenden bleibt ein entscheidender Faktor dafür, dass trotz Gesundheitswarnungen und Ausstiegshilfen die Märkte nicht schrumpfen. Dann haben die Dokumente auch aufgezeigt, wie skrupellos die Zigarettenkonzerne das Segment der Jugendlichen mit ausgeklügelten und gezielten Marketingstrategien bewarben und z.T. noch immer bewerben. Klar wurde schliesslich auch, wie aggressiv die Tabakkonzerne sich neue Märkte in Entwicklungsländern erschlossen und noch erschliessen.

Im erwähnten Expertenbericht zuhanden der WHO wurde anhand der zugänglichen Dokumente belegt, wie die Tabakmultis auch nicht davor Halt machten, die WHO in ihren Bestrebungen zur Tabakprävention zu behindern. Zwei Beispiele mögen dies illustrieren.



Nachfolgend drei Zitate aus Originaldokumenten eines Tabakmultis, welche keine Zweifel über dessen Strategie offen lassen: «Attack WHO». «Discredit key individuals». «Allocate the resources to stop WHO in their tracks».

Die Dokumente belegen, dass die Tabakkonzerne nichts unversucht ließen, um die Weltgesundheitsorganisation, welche sich dem Kampf gegen den Tabakkonsum verschrieben hat, gezielt zu diskreditieren. Sie sahen die WHO als einen ihrer Hauptfeinde an und unternahmen alles, um den Aktionsradius und die Mittel der WHO zu beschränken. Zum Teil auf Umwegen über andere Organisationen und besoldete Experten wurde versucht, das Tabakthema auf der Prioritätenliste nach unten zu rücken, die wissenschaftlichen Untersuchungen, die zur Schädlichkeit des Tabakkonsums vorlagen, zu diskreditieren und mit gezielt finanzierten Gegenstudien andere Schlussfolgerungen zu präsentieren. Belegt ist, wie sogar versucht wurde, von Tabakkonzernen bezahlte Experten in die WHO einzuschleusen.

Ein zweites Beispiel aus dem Bericht betrifft eine Studie der internationalen Agentur für Krebsforschung in Lyon, welche das Ausmass von Gesundheitsschäden als Folge von Passivrauchen belegen sollte. Die grossen Tabakkonzerne waren besorgt über die möglichen Ergebnisse der Studie. Sie versuchten, diese zu behindern, gaben Gegenstudien in Auftrag und als dann der Schlussbericht vor seiner Vollenlung stand, verbreiteten sie durch eine geschickte Manipulation der Medien die Botschaft, Passivrauchen sei unschädlich, der wissenschaftliche Beweis dazu erbracht. Damit verkehrten sie die tatsächlichen Ergebnisse der Forschung ins exakte Gegenteil. So weit zwei Beispiele aus dem Expertenbericht zuhanden der WHO.

## Tabakmultis und Zigaretten schmuggel

Die jüngsten Vorwürfe gegen die Tabakmultis liessen sich kürzlich in der Presse nachlesen. Sowohl die EU als auch die kolumbianischen Behörden haben eine Zivilklage eingereicht, in der sie die Tabakmultis bezichtigen, sich am weltweit organisierten Zigaretten schmuggel zu beteiligen und mit Banden des organisierten Verbrechens zusammen zu arbeiten. Die Gerichte werden zu klären haben, ob diese Anschuldigungen zu Recht erfolgten. Aber die Tatsache allein, dass von zwei Seiten eine solche Zivilklage angestrengt wird, wirft wahrlich kein vorteilhaftes Licht auf die betroffenen Konzerne und damit auf die gesamte Tabakindustrie. Was die Tabakindustrie in den letzten 30 Jahren an Beeinflussungsversuchen unternommen hat, geht weit über ein Lobbying hinaus, wie es auch andere Branchen und Industriezweige kennen. Dabei zeichnet sich das Vorgehen der Tabakkonzerne aus durch Intransparenz, Aggressivität, Skrupellosigkeit, durch grosse Raffinesse und Cleverness. Weiter fällt auf, dass schier unbeschränkte finanzielle Mittel für Strategien gegen präventive und gesundheitsfördernde Massnahmen zur Verfügung stehen.

## Die Tabakindustrie ist kein Präventionspartner

Wir alle, die wir in der Tabakprävention tätig sind, müssen diese Strategien der Tabakindustrie in unsere Überlegungen mit einbeziehen. Wir müssen damit rechnen, ja davon ausgehen, dass offen sichtbar und häufiger noch im Verborgenen gegen unsere Präventionsbestrebungen gearbeitet wird. Vor dem Hintergrund der bisherigen Ausführungen lässt sich auch die Frage leicht beantworten: Kann die Ta-

bakindustrie, können die Tabakkonzerne in Fragen der Prävention valable Partner der Gesundheitsbehörden, im speziellen des Bundesamtes für Gesundheit sein? Auch wenn die Vertreter der Tabakindustrie diese Partnerschaft hartnäckig immer wieder suchen, können und wollen wir sie nicht eingehen,

- weil die Tabakindustrie ein Produkt vermarktet, das in keiner Weise zur Gesundheit der Konsumierenden beiträgt, sondern das ausschliesslich und in hohem Masse Schädigungen verursacht,
- weil die Tabakmultis über Jahrzehnte hinweg die KonsumentInnen, die Öffentlichkeit und die Behörden auf perfide Weise belogen und getäuscht haben und sie damit heute für eine Gesundheitsbehörde keine glaubwürdigen Partner mehr abgeben,
- weil die Tabakkonzerne zur Verteidigung und Expansion ihrer Absatzmärkte auch vor skrupellosen und perfiden Methoden nicht zurückshrecken,
- weil die Tabakkonzerne mit Praktiken, die weit über das übliche Lobbying von Branchen und Industriezweigen hinaus gehen, alles unternommen haben, um die Bemühungen der Weltgesundheitsorganisation in der Tabakprävention zu untergraben und zu verhindern,
- weil wir nicht tolerieren, dass Prävention primär einen Alibi- oder Feigenblattcharakter hat, dass sie dazu missbraucht wird, das lädierte Image einer stark unter Beschuss geratenen Industrie aufzupolieren bzw. die Umsetzung von griffigen und wirksamen Gesamtstrategien zu verhindern,
- weil der Tabakindustrie die fachliche Kompetenz in Fragen der Prävention und die Glaubwürdigkeit als Absender präventiver Botschaften abgehen.

## **Nationales Programm zur Tabakprävention 2001 – 2005**

Wo aber müssten die Akzente gesetzt werden, damit die Tabakprävention Wirkung erzielt und glaubwürdig auftritt? Lassen Sie mich kurz skizzieren, welche Massnahmen das Bundesamt für Gesundheit auf Empfehlung der Eidgenössischen Kommission für Tabakprävention im Rahmen einer im Mai 2000 eröffneten Vernehmlassung zur Diskussion gestellt hat. Insgesamt sollen Massnahmen in vierzehn Zielbereichen umgesetzt werden. Damit soll in drei Handlungsfeldern Wirkung erzielt werden:

- bei der Verhinderung des Einstiegs
- bei der Förderung des Ausstiegs
- beim Schutz vor Passivrauchen

### **Ziel 1: die soziale Kompetenz verbessern**

Bei *Ziel eins* geht es darum, die soziale Kompetenz insbesondere junger Menschen zu verbessern. Ich denke, hier sind Sie, die Lehrerinnen und Lehrer, ganz besonders angesprochen, denn Sie leisten entscheidende Beiträge, um Jugendliche zu befähigen, selbständig und autonom Entscheide zu treffen, Instrumente zur konstruktiven Bewältigung von Konflikten zu entwickeln, das Selbstbewusstsein zu stärken und Widerstandskraft gegenüber Gruppenzwängen zu entwickeln.

### **Ziel 2: ein Umfeld, das zum Nichtrauchen motiviert**

Auch bei *Ziel zwei*, der Schaffung eines Umfeldes, welches zum Nichtrauchen motiviert, ist die Schule als Institution ganz besonders betroffen, indem sie Verhältnisse schaffen kann, welche die Reduzierung des Tabakkonsums fördern. Das Setting, das Umfeld, die Rahmenbedingungen können nämlich

einen ganz entscheidenden Einfluss auf das Rauchverhalten junger Menschen haben.

### **Ziel 3: Schutz der Nichtrauchenden**

*Ziel drei* ist ein ganz zentrales Anliegen des Präventionsprogramms, nämlich der Schutz der Nichtrauchenden vor unfreiwilligem Rauchen. Vergessen wir nicht, dass zwei Drittel der Bevölkerung in der Schweiz Nichtraucher sind. Sie haben ein Recht auf rauchfreie Atemluft. Dies bedeutet, dass an jenen Orten, wo sich die Bevölkerung notwendigerweise aufhalten muss, also am Ausbildungsplatz, am Arbeitsplatz, in der öffentlichen Verwaltung usw., das Nichtrauchen die Norm sein müsste. Dies wird wohl nur zu erreichen sein, wenn an diesen Örtlichkeiten klare Einschränkungen zugunsten der Nichtrauchenden aufgestellt werden. Dort wo sich die Bevölkerung freiwillig aufhält, also zum Beispiel in Restaurants, Bars usw., muss die Lösung wohl in Richtung einer räumlichen Trennung von Rauchenden und Nicht-rauchenden gehen, und es müssen spezielle Massnahmen zum Schutz des Personals getroffen werden.

### **Ziel 4: Ausstiegshilfen anbieten**

*Ziel vier* betrifft die Ausstiegshilfen für Raucherinnen und Raucher. Entscheidend ist ein umfassendes, vielfältiges Angebot, damit diejenigen, die aufhören wollen zu rauchen, auch rasch die nötige Hilfe und geeignete Unterstützung finden.

### **Ziel 5: Information über die Schädlichkeit des Rauchens verbessern**

*Ziel fünf* geht davon aus, dass die Informationen, welche die Hersteller von Raucherwaren den Konsumentinnen

und Konsumenten vermitteln, völlig ungenügend sind, um bezüglich des eigenen Konsums eine aufgeklärte Entscheidung in Kenntnis aller Risiken zu treffen. Wir sind deshalb dezidiert der Auffassung, dass eine Sensibilisierung der Bevölkerung stattfinden muss, indem diese sachlich, korrekt, objektiv aber auch sehr direkt und offen über die Gefahren des Rauchens und die damit verbundenen gesundheitlichen Risiken informiert wird. Das Bundesamt für Gesundheit möchte zu diesem Zwecke eine massenmediale Kampagne durchführen.

### **Ziel 6: Nationale Tabakpolitik**

Dann müsste es gemäss *Ziel sechs* in den nächsten fünf Jahren auch gelingen, eine nationale Tabakpolitik zu entwickeln, welche nicht nur die Prävention beinhaltet, sondern auch Fragen der Besteuerung, des Tabakanbaus usw. mit einschliesst.

Der bedeutendste Block im ganzen Zielsetzungskatalog sind die gesetzlichen Massnahmen. Die Erfahrung und zahlreiche wissenschaftliche Untersuchungen haben immer wieder mit aller Deutlichkeit gezeigt, dass es letztlich klare Rahmenbedingungen, gesetzliche Vorgaben sind, welche gemeinsam mit den anderen Massnahmen Wirkung erzielen können.

### **Ziel 7: Werbeeinschränkungen**

Die wohl zur Zeit am heftigsten umstrittene und von der Tabakindustrie vehement bekämpfte Massnahme ist die Einschränkung von Werbung und Promotion. Die Zigarettenwerbung beherrscht es meisterhaft, Lebenswelten zu kreieren, in denen Rauchen mit Freiheit und Glücksgefühlen in Verbindung gebracht wird. Gerade Jugendliche sind mit solchen Scheinwelten besonders gut zu verführen. Wir sind



daher gemäss *Ziel sieben* der Auffassung, dass die Werbung eingeschränkt werden muss, sich ausschliesslich an die erwachsenen KonsumentInnen zu richten hat und nicht als eine Art Tabak-Werbesauce über die ganze Bevölkerung ergossen wird.

### **Ziel 8: Erhöhung der Tabaksteuer**

Die Besteuerung der Tabakprodukte kann das Konsumverhalten – insbe-

sondere bei Jugendlichen – beeinflussen. In der Schweiz besteht nur noch ein kleiner Spielraum zur Preiserhöhung beziehungsweise zur Erhöhung der Besteuerung für Zigaretten. Ziel acht sieht daher vor, mittels einer Gesetzesänderung den Handlungsspielraum so zu erweitern, dass der Bundesrat die Möglichkeit erhält, sich dem durchschnittlichen Preisniveau der europäischen Länder weiter anzunähern.

### **Ziel 9: Mehr Mittel für die Prävention**

Dann wird es notwendig sein, eine gesetzliche Grundlage zu schaffen, um zusätzliche finanzielle Mittel für die Tabakprävention generieren zu können. Es hat sich nämlich wiederholt gezeigt, dass die Bereitschaft des Parlamentes, zusätzliche Mittel zu Lasten des allgemeinen Bundesbudgets für die Tabakprävention zur Verfügung zu

stellen, nur bedingt vorhanden ist. Wir schlagen daher mit *Ziel neun* vor, eine gesetzliche Grundlage zu schaffen, die es erlaubt, einen sehr bescheidenen Teil des Verkaufspreises von Zigaretten für die Prävention einzusetzen.

### **Ziel 10: Verkaufsverbot an Minderjährige**

*Ziel zehn* sieht das Verkaufsverbot an Minderjährige vor. Auch wenn Handel und Industrie jetzt mit Massnahmen zur Selbstregulierung die Abgabe von Tabakprodukten an Minderjährige verhindern wollen, ist das Verbot nicht vom Tisch. Wir werden die Entwicklungen sehr genau beobachten und sind natürlich gespannt auf die Evaluation der fraglichen Kampagne. Zu gegebener Zeit wird zu prüfen sein, ob ein generelles Verkaufsverbot eingeführt werden soll.

### **Ziel 11 : transparentere Produktedeklarationen**

*Ziel elf* geht davon aus, dass im Bereich der Deklaration von Tabakprodukten Handlungsbedarf besteht. Wir wissen z.B. aus verschiedenen Untersuchungen, dass Light-Zigaretten oder milde Zigaretten nicht weniger gesundheitsschädlich sind als die normalen Zigaretten, auch wenn sie tiefere Teer- und Nikotingehalte aufweisen. Rauchende kompensieren die schwächere Wirkung durch tieferes und häufigeres Inhalieren und nehmen insgesamt zumindest die gleiche Menge an Schadstoffen auf, wie sie das mit einer normalen Zigarette getan hätten. Auch hier werden die Konsumierenden getäuscht und wiegen sich in falscher Sicherheit, weshalb sich gesetzliche Anpassungen aufdrängen.

### **Weitere Zielsetzungen**

Die *Ziele zwölf bis vierzehn* sind eher allgemeiner Natur. Die WHO möchte

im Rahmen einer Konvention Voraussetzungen schaffen, welche die Tabakprävention fördern. Die Schweiz wird an diesen Verhandlungen teilnehmen, wird ihren Beitrag leisten bei der Ausarbeitung der Konvention, und wir streben natürlich an, dass sie diese unterzeichnet und ratifiziert.

Weiter geht es darum, das Wissen über das Phänomen Rauchen und seine Problematik, über die Epidemiologie, die Gesundheitsschädigungen, aber auch über die Aktivitäten und die Strategien der Tabakindustrie zu sammeln, zu bündeln und auszuwerten.

Schliesslich – und das gilt generell für alle Präventionsprogramme – ist es wichtig, eine Qualitätskontrolle einzurichten, regelmässig die Wirkung der getroffenen Massnahmen zu überprüfen und diese theoretisch zu reflektieren.

### **Das ganze Programm muss realisiert werden**

Soweit in aller Kürze die Vorstellungen des Bundesamtes für Gesundheit, die ein sehr umfangreiches Gesamtpaket ergeben. Die Vernehmlassung dazu ist Ende September 2000 abgeschlossen worden. Wir werden dem Bundesrat vor Mitte 2001 die Ergebnisse der Vernehmlassung unterbreiten und die entsprechenden Anträge stellen.

Auf Grund von Erfahrungen und Evaluationen in anderen Ländern wissen wir bereits heute, dass zwei Faktoren ganz entscheidend sein werden für die erfolgreiche Umsetzung des nationalen Programmes. Zum einen ist es absolut unerlässlich, dass möglichst das gesamte Paket der Massnahmen realisiert werden kann. Das will nicht heissen, dass sämtliche Massnahmen gleichzeitig in Kraft treten müssen. Aber es ist von grosser Bedeutung, dass in jedem der genannten Bereiche Veränderungen stattfinden und dass dadurch eine Gesamtdynamik entsteht, welche das Be-

wusstsein in der Bevölkerung beeinflusst, Normen verändert und die Akzeptanz für präventive Massnahmen erhöht. Isolierte, nicht aufeinander abgestimmte Einzelmassnahmen sind zum Scheitern verurteilt. Wir sind überzeugt, dass der umfassende Ansatz und die Frage, ob es gelingt, diesen auch in seiner Gesamtheit umzusetzen, Match entscheidend sein werden für den Erfolg oder Misserfolg des nationalen Programmes.

### **Partnerschaften für die Tabakprävention**

Der zweite entscheidende Faktor – auch hier können wir aus internationalem Erfahrungen lernen – sind die gesetzlichen Bestimmungen. So sehr dies von der Tabakindustrie immer bestritten wird: die gesetzlichen Bestimmungen – wenn sie aufeinander abgestimmt und konsequent umgesetzt werden – können das Verhalten der Menschen nachhaltig beeinflussen. Um Gesetze zu verändern, braucht es allerdings Mehrheiten im Parlament und allenfalls sogar an der Urne. Und solche Mehrheiten können nur geschaffen werden, wenn es gelingt, Partnerschaften über den eigentlichen Präventions- und Tabakbereich hinaus zu schliessen.

Ich bin überzeugt, dass die Schule ein wichtiger Partner für die Tabakprävention sein kann und sein muss. Selbstverständlich sind weitere bedeutende Verbündete die kantonalen Gesundheitsbehörden und Präventionsfachleute, Gesundheitsbeauftragte, private Organisationen, Krankenversicherer, rauchfreie Betriebe, ÄrztInnen und viele andere mehr. Nur wenn uns der grosse Schulterschluss gelingt, wenn wir uns in einer breiten Allianz finden und alle am gleichen Strick und in die gleiche Richtung ziehen, können wir etwas bewegen, kann der Durchbruch in der Tabakprävention gelingen. ■