

Zeitschrift: SuchtMagazin

Herausgeber: Infodrog

Band: 28 (2002)

Heft: 5

Artikel: Die Antwort des Bundes auf die durch die Industrie verursachte Tabak-Epidemie

Autor: Vallat, Philippe

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-800739>

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: 14.04.2026

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

Die Antwort des Bundes auf die durch die Industrie verursachte Tabak-Epidemie.

Die Tabakindustrie versucht seit Jahren, die wahren Folgen des Tabakkonsums zu verharmlosen und den Absatz von Zigaretten zu erhöhen. Sie war sehr erfolgreich in ihren Bemühungen. Das nationale Programm zur Tabakprävention setzt nun an zahlreichen Stellen an, um den Tabakkonsum in der Schweiz zu reduzieren. Prävention mittels Kampagnen, gesetzliche Massnahmen wie Werbeverbote und Preiserhöhungen sowie internationale Zusammenarbeit gehören zur Strategie.

PHILIPPE VALLAT *

Rauchen ist die wichtigste vermeidbare Todesursache in der Schweiz. In unserem Land sterben jedes Jahr etwa

* Philippe Vallat, Manager des nationalen Tabak-Präventionsprogramms, Bundesamt für Gesundheit, Hessestrasse 27E, 3003 Bern, Tel. 031 324 26 73, E-Mail philippe.vallat@bag.admin.ch

8'300 Personen vorzeitig an den Folgen des Tabakkonsums. Dies entspricht fast einem vorzeitigem Todesfall pro Stunde. Gemäss einer Studie der Universität Neuenburg¹ beliefen sich 1995 die durch den Tabakkonsum bedingten Gesamtkosten in der Schweiz auf 10 Milliarden Franken und überstiegen damit die Gesamtkosten von 6,7 Milliarden Franken für Verkehrsunfälle im selben Jahr deutlich. Der Tabakkonsum verursacht jährlich 16'100 gemeldete Invaliditätsfälle. Allein bei der Erwerbsbevölkerung gehen jährlich insgesamt 4 Mio. Arbeitstage verloren. Doch wer kümmert sich um diese stillen Toten und verlorenen Gelder?

Das nationale Programm zur Tabakprävention 2001-2005

Die internationalen Erfahrungen der vergangenen Jahren haben gezeigt, dass nur ein umfassender Präventionsansatz wirksam ist. Die Programme müssen daher Massnahmen beinhalten,

die sich gegenseitig ergänzen und stärken. Gemäss WHO müsste ein wirksames Programm Elemente enthalten wie Marktregulierung, Preis/Besteuerung, Verfügbarkeit, Werbung, Schmuggelbekämpfung, Produktkontrolle, -kennzeichnung und -information, NichtraucherInnenschutz, Rauchentwöhnungshilfen, Schulung und Aufklärung der Öffentlichkeit, Beeinflussung der öffentlichen Meinung, Beschreitung des Rechtswegs und Produkthaftung.

Ausgehend von diesen Richtlinien und den Ergebnissen der Evaluation des Massnahmenpakets Tabak 1996-1999 wurde das nationale Programm zur Tabakprävention 2001-2005 erarbeitet. Dieses wurde im Juni 2001 vom Bundesrat genehmigt. Das Programm setzt in den folgenden drei Handlungsfeldern an: den Einstieg verhindern, den Ausstieg erreichen und vor Passivrauchen (ungewolltes Einatmen von Tabakrauch) schützen. Dabei werden 12 Detailziele verfolgt (siehe Kasten).

DIE 12 ZIELE DES NATIONALEN PROGRAMMS ZUR TABAKPRÄVENTION:

Erhaltung der Gesundheit

- 1 Soziale Kompetenz bei Jugendlichen verbessern
- 2 Günstiges Umfeld für die Jugendlichen schaffen
- 3 Rauchfreie Atemluft für die NichtraucherInnen verschaffen

Wiederherstellung der Gesundheit

- 4 Rauchende zum Ausstieg motivieren

Information und Aufklärung

- 5 Sensibilisierung der Bevölkerung
- 6 Entwicklung einer nationalen Tabakpolitik

Gesetzliche Massnahmen

- 7 Werbung richtet sich ausschliesslich an KonsumentInnen
- 8 Besteuerung der Tabakprodukte
- 9 Verkaufsverbot an Minderjährige
- 10 Deklaration der Tabakprodukte

Internationale Einbindung

- 11 Ratifikation der Rahmenkonvention der WHO

Erwerb und Weitergabe von Erkenntnissen und Erfahrungen

- 12 Wissensmanagement



Wo steht die Umsetzung des nationalen Programms nach einem Jahr?

Als erstes hat das BAG ein zwölfköpfiges interdisziplinäres Team auf die Beine gestellt. Dies ist das erste Mal, dass in der Schweiz für die koordinierte und professionelle Bekämpfung des Tabakkonsums ein solches Team gebildet wurde. In die Organisation dieser neuen Struktur wurden dementsprechend viel Zeit und Energie investiert. Weiter wurden Projekte neu lanciert oder weitergeführt: z.B. die im Jahr 2001 gestartete Sensibilisierungskampagne «Rauchen schadet...» und die gemeinsame Entwöhnungskampagne «Rauchen schadet ...Let it be» des BAG, der Arbeitsgemeinschaft für Tabakprävention (at), der Lungenliga und der Krebsliga Schweiz sowie der Schulwettbewerb «Experiment Nicht-rauchen».

Revision der Tabakverordnung

Das nationale Programm verfolgt auch Ziele, mit denen eine gesetzliche Regulierung des Marktes angestrebt wird. Eines dieser Ziele ist die Revision der Tabakverordnung. Zu dieser wird im nächsten Winter eine erste Ämterkonsultation gestartet. Mit der Revision sollen die Produktbestimmungen,

ähnlich wie in der EU, verschärft werden: Die Beschreibungen «light» und «mild», der Teer- und Nikotingehalt und die Warnaufschriften werden nach dem Vorbild der EU² angepasst. Die übrigen gesetzlichen Massnahmen, wie das Abgabeverbot an Minderjährige und Werbebeschränkungen, befinden sich in der Planungsphase; ihre Umsetzung ist erst für später vorgesehen. Weiter aktuelle Geschäfte sind die Verhandlungen für die Rahmenkonvention der WHO zur Tabakkontrolle (FCTC) oder die Revision des Tabaksteuergesetzes unter Federführung der Oberzolldirektion. Diese wird in der Herbstsession vom Nationalrat behandelt.

Stolpersteine und Herausforderungen der Tabakprävention in der Schweiz

Der Weg zur Umsetzung dieser Massnahmen ist mit zahlreichen Hindernissen gesäumt. Das erste Hindernis gründet stark auf den Tätigkeiten der Tabakindustrie: Mit ihren Aktivitäten trägt sie in der Schweiz seit Jahrzehnten dazu bei, das Bild des Tabakkonsums in der Öffentlichkeit zu normalisieren. Eine Analyse interner Dokumente der Tabakindustrie zeigt, dass sie die politischen und wissenschaftlichen Kreise in der Schweiz in einem Masse beeinflussen konnte, das

eine wirksame Prävention gefährdete. Wenn die öffentliche Meinung und die Entscheidungsträger den Tabakprodukten und deren Herstellerfirmen gegenüber eine so wohlwollende Haltung haben – man bedenke nur, wie schwierig es ist, in Restaurants rauchfreie Räume zu finden – dann ist das keinesfalls nur ein Zufall. Noch weniger ist dies auf die schweizerische Mentalität oder Kultur zurückzuführen, die zwar zweifellos liberal, tolerant und konsensfreudig ist. Vielmehr ist diese Beeinflussung der öffentlichen und politischen Meinung das konkrete Ergebnis von gezielten Kampagnen und Aktionen, die von der Tabakindustrie seit Jahrzehnten durchgeführt werden³.

Fehlende Zusammenarbeit

Eine weitere Hürde auf dem Weg zur Umsetzung einer nationalen Tabakpolitik ist die fehlende Zusammenarbeit unter den Partnern. Der Föderalismus und der anhaltende Mangel an finanziellen Mitteln für grosse Projekte haben die Entstehung einer Fülle von örtlichen Einzelinitiativen gefördert. Die verschiedenen Akteure, darunter das BAG, haben auf diese Weise die unterschiedlichsten Aktionen entwickelt und dabei verschiedene Zielsetzungen verfolgt. Heute besteht die Schwierigkeit darin, ein «Wir»-Gefühl unter den PräventionspartnerInnen zu entwickeln, eine gemeinsame Vision zu schaffen und sie zu ermuntern, vom Alleingang abzusehen, damit gemeinsam Schwergewichte gesetzt werden können. Wir haben nur mit konzertierten Aktionen eine Chance; jede Ausnahme, jeder interne Kampf schwächt unsere Bemühungen und begünstigt den Einfluss der Tabakindustrie.

Im Vergleich zur Tabakindustrie sind unsere finanziellen Mittel sehr beschränkt. Das BAG hat im Bereich Tabak ein Jahresbudget von 6 Mio. Franken, während der Tabakindustrie allein für Werbung und Sponsoring 120 Mio. zur Verfügung stehen. Um die Mittel zu erhalten, die dem Problem angemessen wären, muss in der Öffentlichkeit noch viel Sensibilisierungsarbeit geleistet werden. Ein Vorbild ist hier z.B. der Fonds für Verkehrssicherheit: Verschiedene Projekte zur Verbesserung der Sicherheit im Strassenverkehr wurden mit Beiträgen (insgesamt 11 Mio. Franken) aus der Haftpflichtversicherung finanziert.

Die Tabakindustrie in der Schweiz

Die Tabakindustrie bemüht sich sowohl in der Schweiz wie auch im Ausland um ein positives und integriertes Image. Ihre Strategien sind bekannt: Bemühungen um Zusammenarbeit mit den Behörden, «Präventionskampagnen» für Jugendliche, Beeinflussungsversuche bei Lehrbeauftragten⁴.

In Deutschland haben die Tabakindustrie und die Regierung ein Abkommen unterzeichnet, das die Finanzierung von staatlichen Präventionsaktivitäten zwischen 2002 und 2006 vorsieht. Die Tabakindustrie liess sich diesen Coup insgesamt 11,8 Millionen Euro kosten. Mit dieser für sie kleinen Ausgabe (0,3% der Werbeausgaben) ging ein grosser medialer und politischer Gewinn einher.

Das BAG vertritt hier eine andere Position als die deutsche Regierung: Wir sind der Ansicht, dass die Tabakindustrie kein glaubwürdiger Partner im Gesundheitsbereich ist. Deshalb haben wir es auch abgelehnt, uns an der sogenannten «Präventionskampagne» der Zigarettenhersteller mit dem Namen «youthsmokingprevention» zu beteiligen. Nebenbei sei erwähnt, dass der Name der Initiatoren in der Kampagne diskret verschwiegen wird. Ob das wohl damit zu tun hat, dass die Tabakindustrie fürchtet, bei der Tabakprävention nicht als glaubwürdig zu gelten?

«youthsmokingprevention»

Um ihr Image zu verbessern, scheint die Tabakindustrie nun auch zu versuchen, das Bildungswesen für ihre Jugendkampagnen zu motivieren. Der Tabakindustrie ist es in einigen Ländern tatsächlich gelungen, mit den Familien- oder Jugendministerien eine Zusammenarbeit aufzubauen. In der Schweiz gibt es verschiedene Hinweise dafür, dass die Tabakindustrie sowohl auf staatlicher Ebene wie auch bei den Nicht-Regierungsorganisationen versucht, den Fuss in die Tür zu setzen. Auf ihrer Webseite www.youthsmokingprevention.ch findet sich denn auch folgende Erklärung: «Die Prävention des Tabakkonsums bei Jugendlichen ist eine schwierige Aufgabe, die die Mitwirkung aller beteiligten Kreise benötigt. Durch ihre Aktion wollen die Zigarettenfabrikanten die Eltern, die Lehrerschaft und die Gesundheitsbehörden in ihren Be-



mühungen zur Erziehung der Jugend unterstützen». Ausserdem zögerte sie nicht, in ihrer Medienmitteilung vom 29.5.02 zu verkünden: «Damit stimmt (die Kampagne) mit der Zielsetzung Nr. 1 des Nationalen Programms 2001 – 2005 zur Tabakprävention des Bundesamtes für Gesundheit überein, welche eine Verbesserung der Sozialkompetenz bei den Jugendlichen anstrebt.» Die Wege der Tabakindustrie sind manchmal geradlinig und manchmal verschlungen. Es gilt daher, immer wachsam zu sein.

Rauchen schadet... Ist das BAG auf dem «richtigen» Weg?

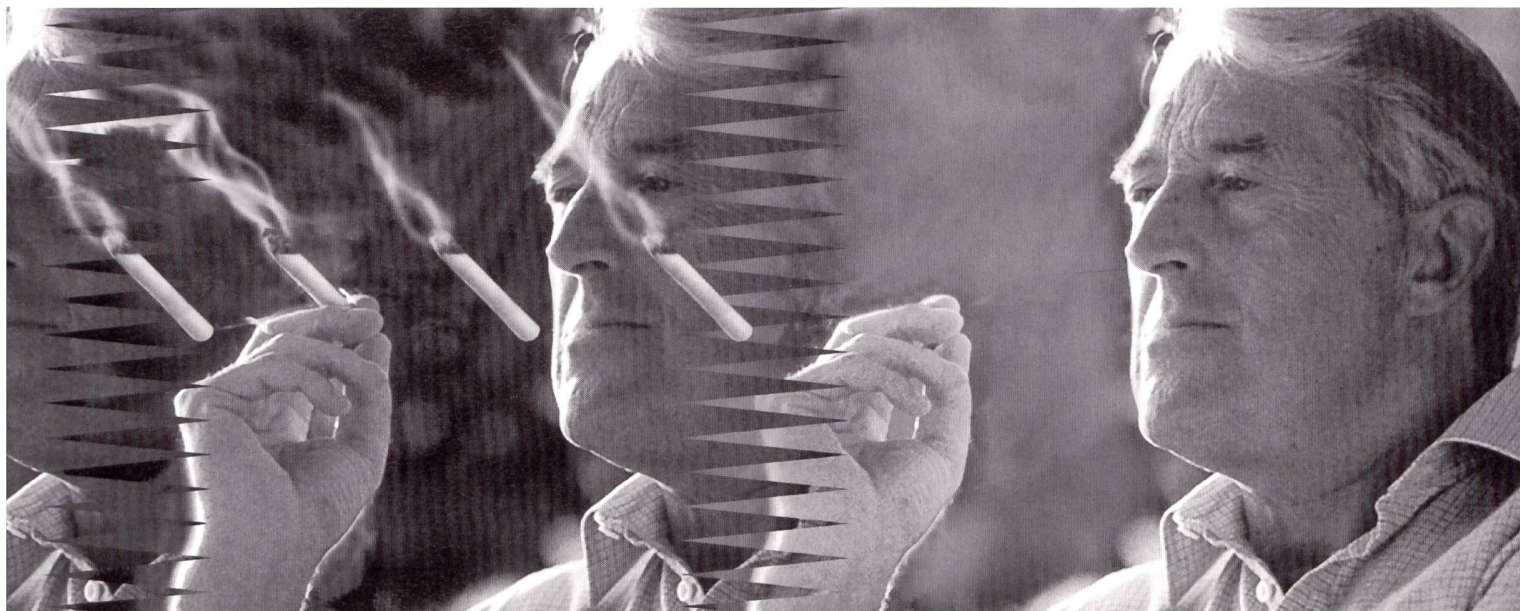
Während die Bevölkerung ein reges Interesse an verschiedenen Aspekten im Zusammenhang mit dem Schutz der Gesundheit bekundet (Gentechnologie, Aids), ist die Tabakproblematik gesamthaft in der Öffentlichkeit nach wie vor wenig präsent. Dies obwohl 2 Millionen Rauchende direkt betroffen sind und eine Mehrheit der Bevölkerung dem Tabakrauch unfreiwillig ausgesetzt ist. Der Bund ist sich bewusst, dass er die Öffentlichkeit über die Risiken des Rauchens zu informieren hat und führt deshalb Informationskampagnen zu verschiedenen Themen durch – etwa zu den Auswirkungen des Tabaks auf die Gesundheit von Erwachsenen und Kindern, zu den Vorteilen des Ausstiegs, zum Abhängigkeitsrisiko usw. Gleichzeitig wird über solche Massnahmen in der Öffentlichkeit das Verständnis für die Rolle und

die Notwendigkeit einer umfassenden Tabakprävention gefördert.

Das BAG verfolgt mit dem nationalen Präventionsprogramm ein langfristiges Ziel. Darin eingebettet ist auch die Kampagne «Rauchen schadet...». Der Planungshorizont der Kampagne erstreckt sich über mehrere Jahre. Die Kampagne, wie sie zur Zeit in den Medien zu sehen ist, ist somit der Beginn einer Abfolge von medialen Massnahmen. Wie auch das nationale Programm kann sie sich nicht an kurzfristigen Erfolgen orientieren. Es gilt zu bedenken, dass die Tabakindustrie seit Jahrzehnten in den Medien und auf den Werbeplakaten allgegenwärtig ist. Der Aufbau einer Gegenstimme in den Medien braucht seine Zeit.

Information statt Abschreckung

Aufwühlende Antitabak-Kampagnen im Ausland werfen immer wieder die Frage auf, ob auch in der Schweiz schockierende Kampagnen notwendig wären, um die Botschaft in der Bevölkerung nachhaltig zu verankern. Zum heutigen Zeitpunkt will die BAG-Kampagne in erster Linie die Öffentlichkeit für die Tatsache sensibilisieren, dass der Tabakkonsum das grösste Problem der öffentlichen Gesundheit darstellt. Mehr noch als die Rauchenden zum Aufhören ermuntern, will die Kampagne der Bevölkerung Sachinformationen über die schädlichen Auswirkungen des Rauchens vermitteln. Dabei geht es nicht nur um die Rauchenden, sondern auch um die Schäden für die



Nichtrauchenden und für die gesamte Wirtschaft. Wie die diesjährige Kampagne zeigt, können solche eher sachlichen Kampagnen aber auch Emotionen enthalten. Wir verfolgen die Entwicklungen und Erfahrungen der Kampagnen im Ausland genau und passen unsere Kampagnen – im Rahmen des nationalen Präventionsprogrammes – jedes Jahr aufgrund dieser Erkenntnisse an.

Jugendschutz ja, aber wie? (k)eine Kontroverse

Eine geplante, aber auch umstrittene Massnahme ist das Abgabeverbot für Minderjährige. Es ist kaum erstaunlich, dass die Tabakindustrie – getreu der geäusserten Absicht, bei den Jugendlichen Prävention zu betreiben – eine rasche Umsetzung dieser Massnahme wünscht. Die Präventionsfachleute hingegen sind bezüglich der effektiven Wirksamkeit dieser Massnahme sehr skeptisch. Das BAG vertritt die Meinung, dass diese Massnahme nur Sinn macht, wenn das Abgabeverbot auch tatsächlich eingehalten wird. Ein solches Verbot ist schwer umsetz- und kontrollierbar und hat kaum Auswirkungen auf die Prävention. Offensichtlich bemüht sich die Tabakindustrie hier, die Behörden zu einer wirkungslosen Massnahme zu drängen. Mit einem Abgabeverbot würden sich die Verkaufszahlen von Zigaretten kaum verändern, die Ressourcen des BAG und anderer Behörden, insbesondere der kantonalen Inspektoren, wür-

den jedoch stark in Anspruch genommen werden.

Prävention für breites Zielpublikum

In den 90er-Jahren wurden die knappen Mittel der Tabakprävention vor allem in die Prävention bei Jugendlichen investiert. Der Erfolg war sehr bescheiden; dies bestätigen auch im Ausland gemachten Erfahrungen. Aufgrund dieser Resultate setzt das BAG im nationalen Programm 2001 – 2005 sein Schwergewicht nicht mehr ausschliesslich auf die Prävention im Jugendbereich und konzentriert sich dabei auf Jugendprojekte, die auf kostengünstige Weise ein breites Publikum erreichen – beispielsweise auf «Go2Life», ein auf dem Internet basierendes Bildungsprojekt⁵, und auf das Experiment Nichtrauchen. An diesem Wettbewerb für nicht rauchende Schulklassen haben über 2'000 Klassen teilgenommen, d.h. nahezu 40'000 Schülerinnen und Schüler.

Die beste präventive Wirkung bei Jugendlichen haben Vorbilder und deren Standhaftigkeit in Hinblick auf das Nichtrauchen. Deshalb sind nicht- oder ex-rauchende Eltern, Lehrkräfte und TrainerInnen für eine wirkungsvolle Suchtprävention unabdingbar. Rauchfreie, öffentliche Gebäude, die Entbanalisierung der Zigarette durch Preiserhöhungen und Bestimmungen bezüglich Inhalt und Warnaufschriften sowie Werbeeinschränkungen sind weitere wichtige Elemente einer um-

fassenden Tabakprävention wie sie im Rahmen des nationalen Programms 2001-2005 geleistet wird. Ohne die Umsetzung dieser Massnahmen macht ein Abgabeverbot an Minderjährige keinen Sinn.

Besteht Hoffnung?

Trotz des grossen Vorsprungs der Tabakindustrie in der Schweiz gegenüber den Tätigkeiten der Präventionskreise, rollt der Zug der «Denormalisierung der Zigarette» unaufhaltsam voran. Die Tabakprävention nimmt ihren Auftrag wahr; das ist unbestritten. Wichtig ist aber vor allem folgende Frage: Wie schnell wollen die politischen Verantwortlichen unseres Landes konkrete Ergebnisse? Wie viel sind die Kantons- und Bundesbehörden sowie die Nicht-Regierungsorganisationen bereit, in die Prävention zu investieren? Rauchen ist keine banale Angelegenheit. Die Tabakindustrie hat lange genug versucht, uns dies glauben zu machen. Es ist an der Zeit, die Wahrheit an Licht zu bringen. ■

Fussnoten

- ¹ Vitale, S. ; Priez, F. ; Jeanrenaud, C., 1998 : «Le coût social de la consommation de tabac en Suisse»
- ² EU-Richtlinie 2001/37/EG des europäischen Parlaments und des Rates vom 5. Juni 2001 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Herstellung, die Aufmachung und den Verkauf von Tabakerzeugnissen.
- ³ Lee, Chung-Yol; Stanton A. Glantz, 2001: The Tobacco Industry's Successful Efforts to Control Tobacco Policy Making in Switzerland, University of California.
- ⁴ www.at-schweiz.ch: «Gefahr: Zigaretten-PR auf dem Schulhausplatz!»
- ⁵ <http://www.go2life.ch>