

Jugendliche und Rauchen

Ein pädagogisches Hilfsmittel für Lehrpersonen der Oberstufe mit Vorschlägen zur Unterrichtsgestaltung

Tabakanbau, Tabakprodukte und die Strategien der Tabakindustrie

Tabak ist eines der arbeitsintensivsten Anbauprodukte der Landwirtschaft. Der Tabakanbau hat sich in den letzten Jahren mehr und mehr in Entwicklungs- und Schwellenländer verlagert. Diese Verlagerung bringt nicht nur Vorteile, sondern auch eine Menge Probleme und Herausforderungen für diese Regionen.

Die Tabakindustrie ist ein Milliardengeschäft. Man weiss, dass die Industrie verschiedene Strategien und Tricks anwendet, um ihre Absätze zu steigern und die Konsumentinnen und Konsumenten über die Schädlichkeit und die Risiken des Rauchens zu täuschen.

Das vorliegende Heft richtet sich an Lehrpersonen der Oberstufe und liefert Informationen und Hintergrundwissen zu den obengenannten Aspekten. Es ergänzt die beiden vorangehenden Hefte der Reihe «Jugendliche und Rauchen»: Nr. 1 «Rauchen schadet Ihrer Gesundheit» und Nr. 2 «Rauchen oder nicht? Gründe und Motive».

Ziel ist, den Schülerinnen und Schülern im Unterricht objektive Informationen zum Einfluss der Tabakindustrie und zu den Auswirkungen des Tabakanbaus auf Mensch und Natur zu geben. Die Auseinandersetzungen, zu welchen dieses Heft

anregt, sollen motivieren, nicht mit dem Rauchen anzufangen oder damit wieder aufzuhören. Denn: Ein Konsum unterstützt letztlich auch eine Industrie, die mit fragwürdigen Methoden arbeitet.

Nebst den Einführungstexten in die Themenbereiche finden Lehrpersonen weiterführende Links und Quellenhinweise, welche die Jugendlichen mit Anleitung auch selbst lesen und bearbeiten können. Die Arbeitsblätter im zweiten Teil können im Unterricht in verschiedenen Fächern eingesetzt werden.

Inhalte

- > Tabakpflanze und Tabakanbau
- > Tabakindustrie: Wer steckt hinter dem grossen Geschäft?
- > Tabakprodukte und ihre Schädlichkeit
- > Tabakindustrie: «gekaufte» Wissenschaftler und gefälschte Studien
- > Marketing und Werbung
- > Die Gesetze rund um den Tabakanbau, -vertrieb und -konsum
- > Umsetzungsvorschläge/Arbeitsblätter
- > Anhang: Gesetzestexte

Tabakpflanze und Tabakanbau



Bauer in Tabakplantage ©Eva Lemonenko – Fotolia.com

Weltweiter Anbau

Tabakpflanzen werden weltweit angebaut. In 120 Ländern werden auf 36'000 Quadratkilometern Anbaufläche jedes Jahr etwa 6.2 Millionen Tonnen Rohtabak produziert.¹ Auch in der Schweiz wird Tabak angebaut.

Die Tabakpflanze kommt ursprünglich aus Mittelamerika. Bereits vor 3000 Jahren wurde sie von den Völkern der Maya angebaut. Mit der Entdeckung von Amerika kam die Pflanze nach Europa und wurde in Form von Zigarren, Pfeifen- und Kautabak konsumiert. Zigaretten verbreiteten sich erst Anfang des 20. Jahrhunderts mit dem Aufkommen der industriellen Produktion von Zigaretten². Heute machen Zigaretten den weitaus grössten Teil von allen Tabakprodukten im Weltmarkt aus.

Tabakanbau ist eines der arbeitsintensivsten Agrarprodukte – ca. 100 Mal aufwändiger als Weizen – daher fand in den letzten Jahrzehnten zur Senkung der Produktionskosten eine Verlagerung der Produktion in Entwicklungsländer statt. So hat zwischen 1961 und 2007 der Tabakanbau in den

Industrienationen um 67% abgenommen. Über 90% der heutigen Anbauflächen befinden sich in Entwicklungs- und Schwellenländern.

Ein weiterer Grund für die Verlagerung des Anbaus in diese Länder sind auch die niedrigeren oder gar fehlenden Auflagen zum Umweltschutz und zum Gesundheitsschutz der Landarbeiterinnen und Landarbeiter.

Folgen für die Umwelt und die Menschen in den Anbauländern

Der Tabakanbau ist Monokulturanbau und entzieht dem Boden in kurzer Zeit viele Nährstoffe. Zudem ist die Tabakpflanze sehr anfällig für Schädlings- und Pilzbefall. Aus diesen Gründen werden grosse Mengen von Pestiziden und Düngemitteln eingesetzt. Rund 150 Chemikalien sind beim Tabakanbau im Einsatz. Einige davon sind bei uns in der Landwirtschaft seit längerem verboten, da sie die Gesundheit der Bäuerinnen und Bauern gefährden und Rückstände im Boden und Grundwasser hinterlassen.

¹ www.unfairtobacco.org und www.dkfz.de

² 1881 wurde in den USA die erste Zigarettenfabrikationsmaschine durch James Bonsack patentiert (vgl. www.tobaccoatlas.org/timeline.html).

Diese hohe Dauerbelastung des Bodens in Tabakanbaugebieten führt dazu, dass die Böden nach wenigen Jahren ausgelaugt sind und neue Anbauflächen bebaut werden müssen oder dass ein Wechsel des Anbauprodukts (sogenannter Fruchtwechsel) vorgenommen werden muss. Der Raubbau am Boden führt oft zu Erosion, und zur Gewinnung von neuen Anbauflächen werden Wälder, meist wertvolle Tropenwälder, gerodet. Aber nicht nur der Bodenverbrauch ist Grund für die zunehmende Abholzung der Wälder, sondern auch das aufwändige Verfahren der Tabaktrocknung mit Feuerholz. So wird für die Trocknung von 1 kg Tabakpflanzen durchschnittlich 8,4 kg Brennholz benötigt. Die Folgen der Abholzung sind gravierend: Lebensraum für Mensch und Tier wird zerstört, die Artenvielfalt nimmt ab und es entstehen wüstenähnliche Landschaften.

Für die Menschen in den Anbaugebieten bleibt diese Form der Landwirtschaft nicht ohne Folgen. Die für den Tabakanbau verwendeten Chemikalien sind krebserregend und schädigen das Erbgut. Nikotin ist ein Kontaktgift und ein natürliches Insektizid der Tabakpflanze. Das heisst, es bietet ihr einen natürlichen Schutz gegen Insekten. Bei der Ernte wird durch Hautkontakt mit den nassen Tabakblättern Nikotin direkt über die Haut an Händen und sonstigen exponierten Körperstellen aufgenommen. Dies führt zur sogenannten grünen Tabakkrankheit. Symptome dieser Krankheit sind Übelkeit, Erbrechen, Kopfschmerzen, Atemnot, Herzzrasen und weitere mehr. Mit Schutzkleidung könnte dieser Krankheit vorgebeugt werden, doch viele Tabakbauern sind zu arm, um sich solche zu leisten, oder sie sind ungenügend über die Risiken informiert. Aufgrund der Arbeitsintensität und der Armut der Tabakbauern müssen in den Entwicklungsländern meist auch Kinder und Frauen bei der Arbeit auf den Tabakfeldern mithelfen. Sie sind dadurch grossen gesundheitlichen Risiken ausgesetzt, sowohl bei der Ernte im Kontakt mit den Tabakblättern, wie auch bei der Arbeit mit Düngern und Pestiziden. Zudem leidet die Schulbildung der Kinder, weil sie in die Arbeit eingebunden sind. Dies bedeutet für die gesamte Gesellschaft in diesen Ländern einen Verlust an gut ausgebildeten Bevölkerungsanteilen.

Lesetexte zum Thema für Jugendliche

Für ausführlichere Informationen zum Tabakanbau vgl.

- > www.feelok.ch Thema Rauchen, Rubrik Natur, Umwelt und Gesellschaft
- > www.unfairtobacco.org
- > www.tabaction.ch Modul 2, Volkswirtschaftliche und politische Aspekte des Tabakkonsums

Thema Kinderarbeit

Dokumentation: SF 1: Sendung Kassensturz zum Thema Kinderarbeit im Tabakanbau und grüne Tabakkrankheit:

- > www.youtube.com/watch?v=vdYHd-WQSmc (abgerufen am 24. August 2011)

Tabakindustrie: Wer steckt hinter dem grossen Geschäft?



Zigarettenfabrikation ©kiri – Fotolia.com

Der Verkauf von Zigaretten in der Schweiz ist ein Milliarden-geschäft. So wurden im Jahr 2009 beispielsweise mehr als 12 Milliarden Zigaretten aus Schweizer Produktion verkauft. Hinzu kommen 775 Millionen importierte Zigaretten. Man nimmt an, dass in der Schweiz in einem Jahr ungefähr 4.4 Milliarden Franken für Tabakprodukte ausgegeben werden.

Drei Tabakkonzerne teilen sich den Schweizer Markt: Philip Morris, British American Tobacco und Japan Tobacco. Diese drei sind auch auf dem Weltmarkt führend. So hat beispielsweise Philip Morris, der Konzern, welcher u.a. die Marken Marlboro, Chesterfield und Philip Morris herstellt, im Jahr 2008 weltweit einen Gewinn von 10 Milliarden Dollar erwirtschaftet.³

Auch der Staat verdient durch die Besteuerung am Verkauf von Tabakprodukten. Im Jahr 2008 waren es 2.2 Milliarden Franken. Die Steuern auf ein Päckli Zigaretten betragen 64.2% des Verkaufspreises (Stand 1.1.2011). Kostet ein Päckli 7.40 CHF, fließen davon 4.75 CHF an den Staat – bzw. 4.15 CHF in die AHV und IV und der Rest verteilt sich auf die Subventionierung des einheimischen Tabakanbaus sowie den Tabakpräventionsfonds.⁴

Gleichzeitig kosten die durch den Tabakkonsum verursachten Gesundheitsschäden die Volkswirtschaft enorme Summen. Neben direkten Kosten für die durch den Tabakkonsum verursachten Krankheiten entstehen auch indirekte Kosten, z.B. wegen Arbeitsausfällen, Invalidität und frühzeitiger Mortalität.

Insgesamt werden die direkten und indirekten Kosten des Tabakkonsums in der Schweiz auf rund 5 Milliarden Franken jährlich geschätzt (basierend auf Zahlen aus dem Jahr 2000, die immateriellen Kosten sind hier nicht eingerechnet). Die Steuer, welche die Raucherinnen und Raucher beim Kauf von Zigaretten entrichten, deckt also nur einen kleinen Teil der Kosten, die durch das Rauchen entstehen.

Oft wird die Finanzierung der AHV/IV durch die Raucherinnen und Raucher von der Tabaklobby als etwas Positives hingestellt. Die Interpretation darf jedoch nicht in die Richtung gehen, dass die AHV bei sinkenden Raucherzahlen nicht mehr finanziert werden könnte. Die AHV wird nur zu ca. 5% aus der Tabaksteuer finanziert und muss längerfristig – ob nun die Raucherzahlen abnehmen oder nicht – weitere und neue Finanzierungsquellen finden.

³ Weitere Zahlen zu den Konzernen der Tabakindustrie sind zu finden auf www.unfairtobacco.org, www.suchtschweiz.ch und www.feelok.ch

⁴ vgl. auch www.at-schweiz.ch > Fakten

Tabakprodukte und ihre Schädlichkeit

Die Rolle der Tabakindustrie

Seit den 50er Jahren gibt es Bestrebungen von Seiten der Zigarettenindustrie, Zigaretten und deren Inhaltsstoffe so zu verändern, dass diese weniger gesundheitsschädigend sind. So möchten sie auch ihr geschädigtes Image wieder aufbessern.⁵ Damit reagierten die führenden Köpfe der Industrie auf das neue öffentliche Bewusstsein über die Risiken des Rauchens. Zigaretten mit den – mittlerweile in vielen Ländern untersagten – Bezeichnungen «light» oder «mild» wurden auf den Markt gebracht und neue Filter sollten den Eindruck von geringeren gesundheitlichen Risiken erwecken. Diese «neuen» Zigaretten mit tieferem Teer- und Nikotingehalt haben jedoch nur eine beschränkte Wirkung auf die Reduktion der gesundheitlichen Risiken. Viele Raucherinnen und Raucher glaubten, dass die veränderten Zigaretten (z.B. Filter, tieferer Nikotin- und Teergehalt etc.) weniger gesundheitsschädigend sind und sind auf diese umgestiegen. Dabei bemerkten die Gesundheitsbehörden zunächst nicht, dass Rauchende oft mehr von diesen Zigaretten rauchen oder den Rauch tiefer inhalieren und somit den gleichen oder sogar noch höheren Risiken als beim Konsum der ehemaligen Produkte ausgesetzt sind. So haben diese neuen Produkte eher dazu beigetragen, die Anstrengungen zur Prävention von Tabakkonsum und zur Förderung des Nichtrauchens zu untergraben. Möglicherweise haben diese Produktveränderungen sogar noch zu einer Steigerung der tabakbedingten Sterberate beigetragen, da Rauchende nicht mit Rauchen aufgehört haben, weil sie glaubten, weniger schädliche Produkte zu konsumieren.

Zusammensetzung des Zigarettenrauchs

Zigarettenrauch enthält über 7000 (!) chemische Inhaltsstoffe. Davon sind mindestens 69 krebserregend. Diese Giftstoffe gelangen beim Inhalieren über die Atemluft in die Blutbahnen und von da in den ganzen Körper. So hinterlässt Tabakrauch im ganzen Körper seine Spuren und provoziert Krankheiten.⁶

Beispiele für krebserzeugende Substanzen, welche im Zigarettenrauch zu finden sind: Arsen, Butan, Kadium, Blei, Nickel etc.

Weitere Chemikalien, die für den Körper giftig sind und ebenfalls durch das Abbrennen von Zigaretten entstehen: Ammoniak, Schwefelsäure, Zink, Aceton etc.

Deklaration auf Zigarettenpäckli

Obwohl die Hersteller auf der Verpackung die Menge von Teer- und Nikotingehalt deklarieren, erlauben diese Angaben keine zuverlässigen Voraussagen über die tatsächliche Aufnahme bei einer Raucherin oder einem Raucher. Die Angaben beruhen auf maschinengemessenen Kennzahlen, welche das individuelle Rauchverhalten (wie z. B. die Tiefe der Inhalation, die Anzahl Inhalationszüge, das Zusammendrücken des perforierten Filters mit den Fingern etc.) ausser Acht lassen. Dies führt zu Messresultaten, die keine Aussagekraft haben.⁷

Zu den in den Zigaretten bzw. im Tabak enthaltenen Chemikalien und Giftstoffen sind keine Deklarationen erhältlich. Hier spielen Aspekte des Produkts wie Filterqualität, Papierqualität oder Tabakmischung eine grosse Rolle.

Andere Formen von Tabakprodukten: Snus, Kautabak, Schnupftabak etc.

Tabak ist nicht nur in Form von Zigaretten gesundheitsschädigend. Auch andere Formen wie beispielsweise Snus, Schnupftabak oder Wasserpfeifentabak sind ein Risiko für die Gesundheit.

Lesetexte zum Thema für Jugendliche

Zu den gesundheitlichen Risiken von Tabakprodukten wie Snus, Kautabak, Schnupftabak und Wasserpfeife sind unter folgenden Quellen Informationen zu finden:

- > www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten und Rubrik Shop
- > www.feelok.ch Rubrik Tabak/Themen
- > www.suchtschweiz.ch Rubrik Infos und Fakten > Tabak, Publikationen, Factsheets Schnupftabak, Snus und Wasserpfeife

^{5, 6} U.S. Department of Health and Human Services. How Tobacco Smoke Causes Disease: The Biology and Behavioral Basis for Smoking-Attributable Disease: A Report of the Surgeon General. Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health, 2010 (www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/2010/index.htm (abgerufen am 24. August 2011))

⁷ Massachusetts Department of Public Health. Change in Nicotine Yields 1998–2004. (www.mass.gov/Eeohhs2/docs/dph/tobacco_control/nicotine_yields_1998_2004_report.pdf (abgerufen am 24. August 2011))

Tabakindustrie: «gekaufte» Wissenschaftler und gefälschte Studien

Seit den 60er Jahren hat die Tabakindustrie eigene Studien durchführen lassen, welche beweisen, dass Rauchen abhängig macht. Gegenüber der Öffentlichkeit wurde dieses Wissen jedoch verheimlicht und verharmlost. Die Verantwortlichen der Tabakindustrie haben Wissenschaftler «gekauft», um Resultate in Studien absichtlich zu verfälschen und die Risiken zu verharmlosen. So waren manche Wissenschaftler zu grosszügigen Löhnen bei Tabakfirmen als wissenschaftliche Berater angestellt, ohne dass sie dies im Rahmen ihrer Studien auch offenlegten. Sie verfälschten Studienresultate zugunsten ihrer Arbeitgeber. Es gibt viele Dokumente und Publikationen, welche diese Verstrickungen belegen können. Die Tabakindustrie wurde durch Gerichtsverfahren gezwungen, Dokumente, welche diese Verstrickungen belegen, zu veröffentlichen. Die Dokumente sind auf der Webseite www.legacy.library.ucsf.edu zugänglich.

Lesetexte zum Thema für Jugendliche

- > www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten > Tabakindustrie
- > www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/Tabakindustrie.html (abgerufen am 24. August 2011)
- > www.feelok.ch Rubrik Tabak > Tricks der Tabakindustrie > Gefälschte Untersuchungen

Filme

- Thank You for Smoking (USA, 2005, von Jason Reitman)
- The Insider (USA, 1999, von Michael Mann)

Marketing und Werbung



Fotografie, die Tabakwerbung simuliert. Sie greift typische Themen auf: Freiheit, Schönheit, Weite, Coolness ... ©olly - Fotolia.com

Von Seiten der Tabakindustrie wird behauptet, Werbung für Tabakprodukte habe zum Ziel, Personen die bereits rauchen zum Markenwechsel zu animieren und nicht, neue Konsumentinnen und Konsumenten zu gewinnen. Theoretisch würde die Tabakindustrie damit jedoch in Kauf nehmen, dass es irgendwann keine Raucherinnen und Raucher mehr gibt.

Faktisch braucht die Tabakindustrie neue Absatzmärkte und neue Konsumentinnen und Konsumenten, um ihre Umsätze zu halten oder zu steigern. Welche Strategien werden hierzu angewandt?

Gewinnung von neuen Raucherinnen und Rauchern bei den Jugendlichen

In vielen Ländern ist Tabakwerbung, welche sich an Jugendliche richtet, gesetzlich verboten. Trotzdem findet die Tabakindustrie Wege, um sich mit ihren Botschaften an sie zu wenden. Es gibt Studien, die belegen, dass Kinder, welche öfters Zigarettenwerbung ausgesetzt sind, ein höheres Risiko haben, mit dem Rauchen zu beginnen. Und: Je früher jemand mit dem Zigarettenkonsum beginnt, desto grösser ist das Risiko, abhängig und zur regelmässigen Raucherin, zum regelmässigen Raucher zu werden.

Es gibt verschiedene Beispiele für Tabakwerbung und Marketing, welche insbesondere für Jugendliche attraktiv sind: Mit Wettbewerben und tollen Preisen werden Jugendliche geködert.

Die internen Dokumente der Tabakindustrie, zu deren Veröffentlichung sie gerichtlich gezwungen wurde, zeigen: Die Tabakindustrie hat auch für die Platzierung ihrer Produkte in Filmen bezahlt. Bereits Filme, welche auch für Minderjährige frei gegeben sind, enthalten Rauchszenen, in denen attraktive junge Menschen beim Rauchen gezeigt werden. Dies soll bei Jugendlichen den Wunsch erwecken, so zu sein wie diese Filmstars. Auch neue Medientrends wie soziale Netzwerke werden von der Tabakindustrie als Botschaftsträger benutzt. Sowohl auf Facebook als auch auf Youtube sind Tabakspots und Werbebotschaften zu finden.

Selbst der Versuch, sogenannte «umweltfreundliche» Zigarettenverpackungen herzustellen, zielt auf ein junges, umweltbewusstes Kundensegment, welches dann mit dem Konsum dieser Marke auch noch etwas vermeintlich «Gutes» tut. Zudem gab es in den letzten Jahren einen Trend hin zu sogenanntem «natural tobacco», das heisst, einem Tabak der angeblich ohne Zusatzstoffe ist.

Lesetexte zum Thema für Jugendliche

- > www.feelok.ch Rubrik Tabak > Tricks der Tabakindustrie
 - > iPhone und andere coole Preise
- > www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten > Werbung

Steigerung der Absatzmärkte in den Schwellen- und Entwicklungsländern

Unter anderem aufgrund der strengeren Gesetzgebung zum Schutz vor Passivrauch und der zunehmenden Präventionsanstrengungen, aber auch aufgrund des steigenden Gesundheitsbewusstseins wird in (West-)Europa und in den USA und Kanada immer weniger geraucht. Die Tabakindustrie braucht deshalb neue Absatzmärkte. Länder Osteuropas, Asiens, Afrikas und Südamerikas bieten hierzu noch grosses Potenzial. Einige dieser Länder kennen noch kaum Gesetze zur Regulierung des Tabakkonsums und zur Zusammensetzung der Inhaltsstoffe. Auch hat in einigen Ländern eine Öffnung der Märkte für westliche Firmen stattgefunden, welche von den Zigarettenmultis nun ausgenutzt wird. Zudem ist die Bevölkerung dieser Länder z. T. nur wenig über die Risiken und Auswirkungen des Rauchens informiert. Dies alles nutzt die Tabakindustrie aus und investiert in die Vergrösserung der dortigen Märkte.

In afrikanischen Ländern dienen auch Werbestrategien zur Realisierung dieses Ziels:⁸ Manche Markennamen beziehen sich auf die westliche Welt und auf offene Grenzen wie z.B. «Visa» oder «Embassy». Zur Werbung werden sowohl Gratismuster abgegeben, als auch Gadgets in jeglicher Form mit dem Aufdruck der Zigarettenmarken verteilt. Kulturelle und sportliche Veranstaltungen werden mit Sponsorengeldern von Tabakfirmen finanziert.

Die meisten Zigaretten, welche in Schwellenländern und Entwicklungsländern verkauft werden, haben einen deutlich höheren Anteil an Nikotin, Teer und weiteren chemischen Inhaltsstoffen als die Produkte, welche man in der Schweiz kaufen kann.

Auch der Verkauf von einzelnen Zigaretten ist in afrikanischen Ländern üblich. Dies erlaubt es jedem, auch dem Ärmsten, Zigaretten zu kaufen.

⁸ CIPRET Vaud. Rapport L'Afrique s'en fume. (www.cipretvaud.ch/wp-content/uploads/2010/06/Travail_Tabac_JDB_160309_BQ.pdf) (abgerufen am 24. August 2011))

Die Gesetze rund um den Tabakanbau, -vertrieb und -konsum

Die Gesetzgebung zur Regelung des Tabakanbaus, -verkaufs und -konsums ist in der Schweiz nicht in einem einheitlichen Gesetz geregelt, sondern ein Stückwerk bestehend aus verschiedenen kantonalen Gesetzen und Bundesgesetzen. Es entstanden in den letzten Jahren insbesondere Regelungen zum Schutz vor Passivrauchen, zur Einschränkung der Werbung sowie Abgabeverbote an Jugendliche. Trotzdem ist aus Sicht der Prävention immer noch vieles lückenhaft und unvollständig im Gesetz geregelt.

Einen Überblick über die diversen Gesetze zu Tabakprodukten und Tabakkonsum im Schweizer Rechtssystem bietet die Internetseite des Bundesamtes für Gesundheit, BAG

> www.bag.admin.ch Rubrik Themen > Alkohol, Tabak, Drogen > Tabak > Rechtliche Grundlagen
oder das Modul 2 (S.30) von > www.tabaction.ch.

Beispiele für Gesetze auf Bundesebene zur Verminderung des Tabakkonsums und dessen Folgeschäden:

- > Werbung für Tabakprodukte in Radio und Fernsehen ist gemäss dem Bundesgesetz über Radio und Fernsehen von 2007 verboten.
- > Die Tabakverordnung, gestützt auf das schweizerische Lebensmittelgesetz, legt fest, dass alle Schweizer Tabakprodukte ab 2010 sowohl bildliche als auch Textwarnhinweise enthalten müssen.
- > Im Bundesgesetz und der Verordnung zum Schutz vor Passivrauchen wird das Rauchen in öffentlich zugänglichen Räumen und an Arbeitsplätzen eingeschränkt.

Beispiele für kantonale Gesetze:

- > Mehrere Kantone verfügen über Gesetze, welche das Mindestalter für Kundinnen und Kunden, denen Tabakprodukte verkauft werden dürfen, bei 16 oder 18 Jahren festlegen. Es gibt dazu noch keine einheitliche Regelung auf Bundesebene und einige Kantone kennen kein Mindestabgabalter.
- > Diverse Kantone kennen auch Plakatwerbverbote für Tabakwaren auf öffentlichem Boden z.B. im Kanton Bern im Gesetz über Handel und Gewerbe geregelt:
> www.bag.admin.ch Rubrik Themen > Alkohol > Alkohol, Tabak, Drogen > Tabak > Kantonales > Werbeeinschränkungen

Umsetzungsvorschläge/Arbeitsblätter

Umsetzungsvorschlag 1: Ökologische und ökonomische Folgen des Tabakanbaus

Informationen für Lehrpersonen

Zeitbedarf

2 Lektionen

Ziel

Die Schülerinnen und Schüler recherchieren zu den ökologischen und wirtschaftlichen Folgen des Tabakanbaus in den Anbauländern. Sie nutzen dazu ausgewählte Texte aus dem Internet und besprechen die Themen dann in Kleingruppen.

Tipps

Sie können als Informationsquelle für die Schülerinnen und Schüler zusätzlich einen Film zeigen:

- > Kahlschlag für den blauen Dunst. Beziehbar bei der Fachstelle für Bildung und Entwicklung unter:
 - > www.globaleducation.ch/globaleducation_de/pages/AN_Ln/AN_Ln_348176.php (abgerufen am 24. August 2011)

Arbeitsblatt

Folgende Texte und Quellen bilden eine gute Basis für die Beantwortung der nachstehenden Fragen:

- > www.feelok.ch Rubrik Tabak > Themen > Natur, Umwelt und Gesellschaft
- > www.unfairtobacco.org Rubrik Hintergrund
- > www.experimentnichtrauchen.ch Rubrik OXY, Zeitschrift Nr. 18, März 2010 & Nr. 21, März 2011.
- > www.tabaction.ch Rubrik Online-Weiterbildung > Modul 2

Beantwortet mithilfe der Unterlagen aus dem Internet die folgenden Fragen schriftlich und bespricht die Antworten anschliessend in eurer Kleingruppe.

Frage 1

- > Inwiefern ist der Tabakanbau mitverantwortlich für die Umweltzerstörung in den Anbaugebieten? (Stichworte: Ausbeutung der Böden, Abholzung, Abfälle etc.)

Frage 2

- > Welche Auswirkungen hat der Tabakanbau auf die lokale Bevölkerung in den Anbaugebieten? (Stichworte: Pestizide, Grüne Tabakkrankheit, Kinderarbeit etc.)

Frage 3

- > Inwiefern fördert der Tabakanbau eine Abhängigkeit zwischen den Anbauländern und den Industrienationen? Weshalb verarmen die Anbauregionen?

Frage 4

- > Welche Kosten entstehen den Staaten, in denen Tabakanbau betrieben wird?

Frage 5

- > Zigarettenstummel als Abfallprodukt: Welches sind die Folgen für die Umwelt und für den Menschen?

Umsetzungsvorschlag 2: Tabakprodukte und Zusatzstoffe

Informationen für Lehrpersonen

Zeitbedarf

2 Lektionen

Ziel

Die Schülerinnen und Schüler lernen verschiedene Tabakprodukte, deren Zusammensetzung und die Auswirkungen auf die Gesundheit kennen.

Vorgehen

Die Klasse bildet kleine Gruppen und jede Gruppe wählt eines der auf dem Arbeitsblatt aufgeführten Produkte, um darüber einen Vortrag vor der Klasse zu halten. Anstelle der Vorträge können auch Plakate mit den Informationen gestaltet und dann in der Klasse oder im Schulhaus vor- bzw. ausgestellt werden.

Bemerkungen

- > Dieses Thema der gesundheitlichen Risiken des Tabakkonsums kann auch verbunden werden mit Lektionenvorschlägen aus «Rauchen schadet Ihrer Gesundheit», dem Heft 1 der Serie.
- > Viele der auf dem Arbeitsblatt erwähnten Unterlagen können bei den entsprechenden Organisationen auch als Papierversion bestellt werden.

Arbeitsblatt

Tabakprodukte

- > Zigaretten (Industriezigaretten und selbstgerollte Zigaretten)
- > Shisha/Wasserpfeife
- > Schnupftabak
- > Kautabak/Snus

Bereitet zu dem von euch gewählten Tabakprodukt

Informationen für eure Klasse vor:

- > Woraus besteht das Produkt?
- > Welche Inhalts-/Zusatzstoffe sind drin?
- > Welche Auswirkungen haben die enthaltenen Stoffe beim Konsum auf den Körper/die Gesundheit?
- > Wie wird das Produkt konsumiert?
- > Welche Risiken beinhaltet der Konsum?
- > Wird man davon abhängig?

Informationen sind zu finden unter:

- > www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten
- > www.suchtschweiz.ch
 - > Rubrik Infos und Fakten > Tabak
 - > Rubrik Info-Materialien > Pädagogisches Material > Flyer Tabak, Flyer Shisha, Snus und Co.
 - > Rubrik Info-Materialien > Broschüren > Im Fokus: Tabak
- > www.feelok.ch Rubrik Tabak

Umsetzungsvorschlag 3: Strategien der Tabakindustrie

Informationen für Lehrpersonen

Zeitbedarf

Vorbereitung 2 Lektionen, Vorträge gesamthaft 1 Lektion (je nach Klassengrösse)

Ziel

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit den Strategien der Tabakindustrie auseinander. Sie lernen deren Tricks und Vorgehensweisen kennen.

Arbeitsblatt

Aufgabe 1

Die Tabakindustrie braucht immer wieder neue Absatzmärkte, um ihren Produktverkauf zu halten oder zu steigern. In den USA und Westeuropa rauchen immer weniger Leute – so stellt sich die Frage, wie die Tabakindustrie trotzdem zu neuen Konsumentinnen und Konsumenten kommt.

Wählt eines der zwei aufgeführten Themen.

Jede Gruppe arbeitet sich in ihr gewähltes Thema ein und stellt anschliessend dem Rest der Klasse vor, was gelernt wurde.

1. Thema

Marketing bei Jugendlichen

Obwohl in der Schweiz Tabakwerbung, die sich an Jugendliche richtet, verboten ist, findet die Tabakindustrie Wege, um Tabakprodukte bei Jugendlichen attraktiv zu machen. 90% der regelmässigen Raucherinnen und Raucher haben bereits vor dem 20. Lebensjahr mit dem Rauchen angefangen. Jugendliche sind eine attraktive Zielgruppe für die Tabakindustrie, auch wenn sie dies abstreitet.

Versucht, zu diesem Thema Informationen zu sammeln, um diese anschliessend der Klasse zu präsentieren.

Folgende Texte können dafür gelesen werden:

- > **www.at-schweiz.ch** Rubrik Fakten > Werbung (v.a. Werbung verführt Jugend und Jugend im Visier)
- > **www.feelok.ch** Rubrik Tabak > Werbung und Sponsoring > Werbetricks
- > **www.feelok.ch** Rubrik Tabak > Tricks der Tabakindustrie :
 - > iPhone und andere coole Preise
 - > Umweltfreundlich und ungewöhnlich
 - > Facebook und Co.: Tabakindustrie sucht Freunde
- > **www.feelok.ch** Rubrik Tabak > Werbung und Sponsoring > Werbung, die du nicht merkst

Als Hilfe zur Vorbereitung können euch auch die folgenden fünf Fragen leiten:

- > Wie wirkt Werbung auf Jugendliche?
- > Gibt es belegte Zusammenhänge zwischen Tabakwerbung und dem Rauchverhalten bei Jugendlichen?
- > Welche Botschaften und Werbetricks werden bei Jugendlichen angewendet?
- > Welches sind Beispiele für versteckte Werbung?
- > Was bedeutet der Begriff «Product Placement» (Platzierung eines Produkts) im Zusammenhang mit der Tabakwerbung?

2. Thema

Marketing für ein hochgiftiges Produkt

Obwohl man inzwischen seit mehreren Jahrzehnten weiss, wie schädlich Rauchen für die Gesundheit ist, darf die Tabakindustrie weiterhin Werbung für ihre Produkte machen. Zwar ist Tabakwerbung durch die Gesetzgebung eingeschränkt (z.B. im Radio und Fernsehen), aber die Tabakindustrie findet immer Wege, um ihre Produkte attraktiv zur Geltung zu bringen und ihnen ein positives Image zu verleihen.

Versucht, zu diesem Thema möglichst viele Informationen zu sammeln, um diese anschliessend der Klasse zu präsentieren.

Folgende Texte können als Vorbereitung gelesen werden:

- > www.feelok.ch Rubrik Tabak > Werbung und Sponsoring
- > www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten > Werbung

Als Hilfe zur Vorbereitung können euch auch die folgenden drei Fragen leiten:

- > Wie macht man Werbung für ein giftiges Produkt?
- > Welche Botschaften und Bilder benutzt die Tabakindustrie in ihrer Werbung?
- > Was ist und was will Werbung? Was ist Sponsoring? Welches sind die Unterschiede und welches die Gemeinsamkeiten?

Behandelt für das Thema «Marketing für ein hochgiftiges Produkt» auch noch dieses folgende Thema:

Suche nach neuen Absatzmärkten in ärmeren Ländern

Auch in armen Ländern will die Tabakindustrie Kundinnen und Kunden gewinnen.

Lest die kurze Information auf www.feelok.ch (Rubrik: Tabak > Tricks der Tabakindustrie > Arme Menschen zum Rauchen verführen) und überlegt euch Antworten auf die unten folgenden Fragen. Präsentiert auch diese Ergebnisse der Klasse.

- > Weshalb zielt die Tabakindustrie darauf ab, neue Märkte in Ländern Afrikas, Asiens etc. zu erschliessen?
- > Weshalb hat die Tabakindustrie dort heute mehr Handlungsspielraum als in Europa und Amerika?
- > Was denkt ihr darüber?

Aufgabe 2

Im Anschluss an die Vorträge und Präsentationen überlegt sich jede Schülerin/jeder Schüler für sich, welche Fakten und welche wichtigen Botschaften sie oder er aus einem oder mehreren dieser drei Themen mitnimmt.

Was hat mich am meisten beeindruckt? Was habe ich bisher nicht gewusst?

Schreibt auf max. einer halben Seite, welches für euch nun die wichtigsten oder die eindrucklichsten Fakten waren. Dann steckt diese schriftlichen Schlussfolgerungen in ein Couvert und adressiert es an euch selbst. Die Lehrperson sammelt die Couverts ein und wird diese dann ca. 1 Monat später an alle Schülerinnen und Schüler verschicken. So erhält jede Schülerin und jeder Schüler einige Zeit nach der Unterrichtseinheit eine kleine Erinnerung an die selbst gewonnenen Erkenntnisse.

Umsetzungsvorschlag 4: Die Gesetze rund um das Produkt Tabak

Informationen für Lehrpersonen

Zeitbedarf

1–2 Lektionen

Ziel

Die Schülerinnen und Schüler lernen einige Gesetzesgrundlagen zur Verminderung des Tabakkonsums und seiner Folgeschäden kennen. Sie analysieren die Hintergründe und Wirkungen solcher Gesetze.

Vorgehen

Die Klasse bildet Kleingruppen. Jede Kleingruppe bearbeitet eines der folgenden drei Themen:

- > **Schutz vor Passivrauchen**
- > **Werbeverbote für Tabakprodukte**
- > **Produktverpackung/Warnhinweise**

Die entsprechenden Gesetzestexte befinden sich im Anhang dieses Lehrmittels als Kopiervorlagen. Diese Texte werden zuerst individuell gelesen und besprochen, damit alle Inhalte richtig verstanden werden. Anschliessend besprechen die Schülerinnen und Schüler die Fragen auf dem Arbeitsblatt. Sie präsentieren ihre Erkenntnisse der Klasse. Die Lehrperson ergänzt allenfalls Punkte, die vergessen wurden, und kann weitere Fragen zur Diskussion bringen, zum Beispiel:

- > Was sollen die Warnhinweise auf den Zigarettenpäckli bewirken?
- > Wo verbietet das Gesetz auf Bundesebene Tabakwerbung (insbesondere auch an Jugendliche)?
- > Welche Art von Werbung für Tabakwaren verbieten kantonale Gesetze?
- > Ein Gesetz bewirkt den Schutz vor dem Passivrauchen in öffentlichen Gebäuden. Was ist damit gemeint? Gebt ein paar Beispiele.

Arbeitsblatt

Lest die Gesetzestexte, die ihr als Kopien erhalten habt. Besprecht diese zuerst in eurer Gruppe, um sicher zu sein, dass alle den Inhalt richtig verstanden haben. Beantwortet anschliessend folgende Fragen:

- > Aus welchen Gründen könnte dieses Gesetz wohl entstanden sein?
- > Wozu dient es, welche Absicht steht dahinter?
- > In welcher Weise nützt dieses Gesetz im Kampf gegen die schädlichen Folgen des Tabakkonsums?

Präsentiert dann eure Ergebnisse in vereinfachter Sprache – d.h. nicht in der Gesetzessprache – dem Rest der Klasse. Zusätzliche Informationen zu den Themen der Gesetzgebungen findet ihr unter:

- > **www.at-schweiz.ch** Rubrik Fakten
 - > Passivrauchen
 - > Werbung
 - > auf der Webseite nach «Warnhinweise» suchen
- > **www.feelook.ch** Rubrik Tabak > Gesetze
- > **www.tabaction.ch** Rubrik Online-Weiterbildung > Modul 2

Weiterführende Informationen

Broschüren und Faltblätter zum Thema Tabak

In der gleichen Serie erschienen:

- > **Jugendliche und Rauchen Heft 1:** Rauchen gefährdet Ihre Gesundheit
(Als Download (PDF) kostenlos unter www.suchtschweiz.ch
Auch in Papierversion bestellbar, Fr. 4.–)
- > **Jugendliche und Rauchen Heft 2:** Rauchen oder nicht? Gründe und Motive
(Als Download (PDF) kostenlos unter www.suchtschweiz.ch
Auch in Papierversion bestellbar, Fr. 4.–)

Weitere Hilfsmittel:

- > **Flyer Tabak:** Faltflyer für Jugendliche mit Informationen rund um den Tabakkonsum.
- > **Flyer Shisha & Co.:** Faltflyer für Jugendliche mit Informationen rund um die Produkte Wasserpfeife, Snus, Kautabak etc.
- > **Im Fokus Tabak:** Informationsblatt zu Tabak und Tabakkonsum.
- > **Präsentation für Elternabende:** Powerpoint-Folien mit ergänzenden Notizen und Hinweisen zu Broschüren für den Gebrauch an Elternabenden zur Einführung in das Thema Suchtprävention.

Alle diese Materialien sind erhältlich als Download (PDF) auf www.suchtschweiz.ch, oder mittels Bestellung über Telefon 021 321 29 35 oder buchhandlung@suchtschweiz.ch.

(Die Materialien sind kostenlos, Versandkosten werden verrechnet.)

Internetseiten für Jugendliche

- > **www.feelok.ch**
Ein multithematisches Internetprogramm zur Suchtprävention und Gesundheitsförderung für Jugendliche und für Lehrpersonen
- > **www.tschau.ch**
Diskussionsforen und Wissenswertes zum Thema Tabak und weiteren relevanten Themen für Jugendliche
- > **www.emox.ch**
Informationen, Tests, Tipps und Rauchstoppunterstützung für Jugendliche
- > **www.feelreal.ch**
Eine Seite für Mädchen und junge Frauen mit vielen Infos und Tipps rund ums Thema Rauchen und Rauch-Stopp

Internetseiten für Lehrpersonen

- > **www.rauchfreieschule.ch**
Leitfaden «Auf dem Weg zur rauchfreien Schule»
- > **www.be-freelance.ch**
Suchtpräventionsprogramm inklusive didaktischen Materialien für den Unterricht zum Thema Rauchen und Sucht
- > **www.feelok.ch**
Ein multithematisches Internetprogramm zur Suchtprävention und Gesundheitsförderung für Jugendliche und für Lehrpersonen

Anhang: Gesetzestexte zu Umsetzungsvorschlag 4

Gesetzestext zum Passivrauchen

Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen

vom 3. Oktober 2008 (Stand am 1. Mai 2010)

Art. 1 Geltungsbereich

- 1 Dieses Gesetz regelt den Schutz vor Passivrauchen in geschlossenen Räumen, die öffentlich zugänglich sind oder mehreren Personen als Arbeitsplatz dienen.
- 2 Öffentlich zugängliche Räume sind insbesondere:
 - a. Gebäude der öffentlichen Verwaltung;
 - b. Spitäler und andere Gesundheitseinrichtungen;
 - c. Kinderheime, Altersheime und vergleichbare Einrichtungen;
 - d. Einrichtungen des Straf- und Massnahmenvollzugs;
 - e. Bildungsstätten;
 - f. Museums-, Theater- und Kinoräumlichkeiten;
 - g. Sportstätten;
 - h. Restaurations- und Hotelbetriebe (einschliesslich nichtlandwirtschaftlicher Nebenbetriebe nach Art. 24b des Raumplanungsgesetzes vom 22. Juni 1979) unabhängig von kantonalen Bewilligungserfordernissen;
 - i. Gebäude und Fahrzeuge des öffentlichen Verkehrs;
 - j. Verkaufsgeschäfte und Einkaufszentren.
- 3 Auf private Haushaltungen ist dieses Gesetz nicht anwendbar.

Art. 2 Rauchverbot

- 1 Rauchen ist in Räumen nach Artikel 1 Absätze 1 und 2 untersagt.
- 2 Der Betreiber oder die Betreiberin oder die für die Hausordnung verantwortliche Person kann in besonderen Räumen, in denen keine Arbeitnehmerinnen oder Arbeitnehmer beschäftigt werden, das Rauchen gestatten, sofern sie abgetrennt, besonders gekennzeichnet und mit ausreichender Belüftung versehen sind (Raucherräume). Ausnahmsweise dürfen in Raucherräumen von Restaurations- und Hotelbetrieben Arbeitnehmerinnen oder Arbeitnehmer mit deren ausdrücklicher Zustimmung beschäftigt werden. Das Einverständnis hat im Rahmen des Arbeitsvertrages zu erfolgen.
- 3 Der Bundesrat erlässt besondere Vorschriften über die Beschaffenheit von Raucherräumen und die Anforderungen an die Belüftung. Er trifft ebenfalls eine Regelung für Zwangsaufenthaltssorte und Einrichtungen, die dem dauernden Verbleib oder einem längeren Aufenthalt dienen.

Art. 3 Raucherbetriebe

Restaurationsbetriebe werden auf Gesuch hin als Raucherlokale bewilligt, wenn der Betrieb:

- a. eine dem Publikum zugängliche Gesamtfläche von höchstens 80 Quadratmetern hat;
- b. gut belüftet und nach aussen leicht erkennbar als Raucherlokal bezeichnet ist; und
- c. nur Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beschäftigt, die einer Tätigkeit im Raucherlokal im Arbeitsvertrag zugestimmt haben.

Art. 4 Kantonale Vorschriften

Die Kantone können strengere Vorschriften zum Schutz der Gesundheit erlassen.

Art. 5 Strafbestimmungen

- 1 Mit Busse bis zu 1000 Franken wird bestraft, wer vorsätzlich oder fahrlässig:
 - a. gegen das Rauchverbot nach Artikel 2 Absatz 1 verstösst;
 - b. Räume, die den Voraussetzungen nach Artikel 2 Absatz 2 nicht entsprechen, als Raucherräume ausgibt;
 - c. einen Raucherbetrieb ohne Bewilligung führt oder diesen als Inhaber oder Inhaberin einer Bewilligung nicht kennzeichnet.
- 2 Die Strafverfolgung ist Sache der Kantone.
- 3 Die Anwendung der Artikel 59–62 des Arbeitsgesetzes vom 13. März 1964 schliesst die Anwendung der Strafbestimmungen nach Absatz 1 nur aus, wenn es um die Bestrafung von Verstössen gegen den Gesundheitsschutz der Angestellten geht.

Art. 6 Vollzug

- 1 Der Bundesrat erlässt die Ausführungsbestimmungen.
- 2 Die Kantone vollziehen dieses Gesetz.

Art. 7 Referendum und Inkrafttreten

- 1 Dieses Gesetz untersteht dem fakultativen Referendum.
- 2 Der Bundesrat bestimmt das Inkrafttreten.

Auszug aus der

Gesetzestexte zu den Werbebestimmungen für Tabakprodukte

Verordnung über Tabakerzeugnisse und Raucherwaren mit Tabakersatzstoffen

(Tabakverordnung, TabV) vom 27. Oktober 2004
(Stand am 1. Januar 2009)

Art. 17 Täuschungsschutz

- 1 Alle Bezeichnungen, Angaben und Abbildungen, die auf der Packung, in Inseraten oder in der Werbung für Tabakerzeugnisse verwendet werden, müssen den Tatsachen entsprechen. Sie dürfen nicht zur Täuschung über Natur, Herkunft, Herstellung, Zusammensetzung, Produktionsart oder Wirkung Anlass geben.
- 2 Anpreisungen für Tabakerzeugnisse, die sich in irgendwelcher Weise auf die Gesundheit beziehen, sind verboten.
- 3 Begriffe, Namen, Marken und figurative oder sonstige Zeichen, die den Eindruck erwecken, dass ein bestimmtes Tabakerzeugnis weniger schädlich als andere sei (z.B. «leicht», «ultraleicht» oder «mild»), dürfen auf der Verpackung von Tabakerzeugnissen nicht verwendet werden.

Art. 18 An Jugendliche gerichtete Werbung

Werbung für Tabakerzeugnisse und für Raucherwaren mit Tabakersatzstoffen, die sich speziell an Jugendliche unter 18 Jahren (Jugendliche) richtet, ist untersagt.

Verboten ist insbesondere die Werbung:

- a. an Orten, wo sich hauptsächlich Jugendliche aufhalten;
- b. in Zeitungen, Zeitschriften oder andern Publikationen, die hauptsächlich für Jugendliche bestimmt sind;
- c. auf Schülermaterialien (Schulmappen, Etuis, Füllfederhaltern usw.);
- d. mit Werbegegenständen, die unentgeltlich an Jugendliche abgegeben werden, wie T-Shirts, Mützen, Fähnchen, Badebällen;
- e. auf Spielzeug;
- f. durch unentgeltliche Abgabe von Tabakerzeugnissen und Raucherwaren mit Tabakersatzstoffen an Jugendliche;
- g. an Kultur-, Sport- oder anderen Veranstaltungen, die hauptsächlich von Jugendlichen besucht werden.

Auszug aus dem

Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG)

vom 24. März 2006 (Stand am 1. Februar 2010)

Art. 10 Werbeverbote

1 Unzulässig ist Werbung für:

- a. Tabakwaren;
- b. alkoholische Getränke, die dem Alkoholgesetz vom 21. Juni 1932 unterstehen; der Bundesrat erlässt zum Schutz der Gesundheit und der Jugend weitere Einschränkungen;
- c ...*
- d. politische Parteien, für Personen, die politische Ämter innehaben oder dafür kandidieren sowie für Themen, welche Gegenstand von Volksabstimmungen sind;
- e. religiöse Bekenntnisse und die sie vertretenden Institutionen und Personen.

2 Unzulässig sind:

- a. Werbung für Heilmittel nach Massgabe des Heilmittelgesetzes vom 15. Dezember 2000;
- b. Verkaufsangebote für sämtliche Heilmittel und medizinischen Behandlungen.

3 Unzulässig sind Schleichwerbung und unterschwellige Werbung.

4 Unzulässig ist Werbung, welche:

- a. religiöse oder politische Überzeugungen herabmindert;
- b. irreführend oder unlauter ist;
- c. zu einem Verhalten anregt, welches die Gesundheit, die Umwelt oder die persönliche Sicherheit gefährdet.

5 Der Bundesrat kann zum Schutz der Gesundheit und der Jugend weitere Werbesendungen als unzulässig erklären.

* Aufgehoben durch Ziff. I des BG vom 25. Sept. 2009, mit Wirkung seit 1. Febr. 2010

Kantonale Gesetze zu Werbung für Tabakprodukte

Überblick über Stand der Gesetze in den Kantonen:

www.bag.admin.ch/themen/drogen/00041/03814/index.html?lang=de (24. August 2011)

Beispiel für den Kanton Bern:

Auszug aus dem

Gesetz über Handel und Gewerbe (HGG) des Kantons Bern

IV. Beschränkungen des Handels mit Tabak und mit alkoholischen Getränken [Fassung vom 12. 6. 2006]

Art. 15 Werbeverbot

- 1 Die Werbung für Tabak und alkoholische Getränke ist verboten
 - a auf öffentlichem Grund und auf von diesem einsehbarem privaten Grund,
 - b an und in öffentlichen Gebäuden.

- 2 An öffentlichen Anlässen ist die Werbung verboten
 - a für Tabak und für alkoholische Getränke mit mehr als 15 Volumenprozent Alkohol, wenn Kinder oder Jugendliche unter 18 Jahren teilnehmen können, und darüber hinaus
 - b für alkoholische Getränke mit weniger als 15 Volumenprozent Alkohol, wenn hauptsächlich Kinder oder Jugendliche unter 18 Jahren am Anlass teilnehmen.
- 3 Vom Verbot ausgenommen sind
 - a Anschriften und Schilder von Betrieben,
 - b Schaufensterauslagen von Geschäften mit Alkohol- oder Tabakverkauf,
 - c Werbung an Fahrzeugen gemäss der eidgenössischen Strassenverkehrsgesetzgebung,
 - d Werbung direkt an der Verkaufsstelle bei öffentlichen Anlässen.
- 4 Der Regierungsrat kann weitere Ausnahmen vom Verbot vorsehen.

Gesetzestexte zu Produktverpackung und Warnhinweisen auf Tabakprodukten

Auszug aus der

Verordnung über Tabakerzeugnisse und Raucherwaren mit Tabakersatzstoffen (Tabakverordnung, TabV)

Art. 12 Warnhinweise

- 1 Jede Packung von Tabakerzeugnissen, die zum Rauchen bestimmt sind, muss einen allgemeinen und einen ergänzenden Warnhinweis tragen.
- 2 Die allgemeinen Warnhinweise lauten:
 - a. «Rauchen ist tödlich.»;
 - b. «Rauchen fügt Ihnen und den Menschen in Ihrer Umgebung erheblichen Schaden zu.».
- 3 Die ergänzenden Warnhinweise lauten:
 - a. «Wenn Sie rauchen, sterben Sie früher.»;
 - b. «Rauchen führt zu Verstopfung der Blutgefässe und verursacht Herzinfarkte und Hirnschläge.»;
 - c. «Rauchen verursacht tödlichen Lungenkrebs.»;
 - d. «Rauchen in der Schwangerschaft schadet Ihrem Kind.»
 - e. «Schützen Sie Kinder – Rauchen Sie nicht in ihrer Anwesenheit!«;
 - f. «Medizinische Fachpersonen helfen Ihnen, das Rauchen aufzugeben.»;
 - g. «Rauchen macht sehr schnell abhängig.»;
 - h. «Wer das Rauchen aufgibt, verringert das Risiko tödlicher Herz- und Lungenerkrankungen.»;
 - i. «Rauchen führt zu Krebs der Mundhöhle.»;
 - j. «Hier finden Sie Hilfe, um das Rauchen aufzugeben: 0848 000 181/www.rauchenschadet.ch.»;
 - k. «Rauchen kann zu Durchblutungsstörungen führen und verursacht Impotenz.»;
 - l. «Rauchen lässt Ihre Haut altern.»;
 - m. «Rauchen kann das Sperma schädigen und schränkt die Fruchtbarkeit ein.»;
 - n. «Rauch enthält Benzol, Nitrosamine, Formaldehyd und Blausäure.».
- 4 Die Warnhinweise sind abwechselnd so zu verwenden, dass sie gleich häufig auf den Packungen erscheinen.

- 5 Die ergänzenden Warnhinweise müssen mit Farbfotografien oder anderen Abbildungen kombiniert werden, welche die gesundheitlichen Folgen des Rauchens darstellen und erklären. Das Eidgenössische Departement des Innern (EDI) legt in einer Verordnung die Abbildungen und ihre Kombination mit den ergänzenden Warnhinweisen fest. Es kann bestimmen, dass zusätzliche visuelle Hinweise zur Tabakprävention (z. B. Logos, Telefonnummer, Internetseite) angebracht werden müssen.
- 6 Jede Packung von Tabakerzeugnissen, die nicht zum Rauchen bestimmt sind, muss folgenden Warnhinweis tragen: «Dieses Tabakerzeugnis kann Ihre Gesundheit schädigen und macht abhängig.».
- 7 Jede Packung von Raucherwaren mit Tabakersatzstoffen muss die Warnhinweise nach den Absätzen 2 und 3, ausgenommen den Warnhinweis nach Absatz 3 Buchstabe g «Rauchen macht sehr schnell abhängig.», tragen.

Art. 13 Ort, Form und Sprache der Angaben

- 1 Die Angaben nach den Artikeln 11 und 11a müssen an gut sichtbarer Stelle und in leicht lesbarer und unverwischbarer Schrift auf die Packungen aufgedruckt werden. Bei anderen Erzeugnissen als Zigaretten dürfen sie mit nicht entfernbaren Aufklebern angebracht werden.
- 2 Die Angaben nach Artikel 11 Buchstaben a–d und 11a müssen in mindestens einer Amtssprache, die Angaben nach Artikel 11 Buchstaben e und f in allen Amtssprachen, in der Reihenfolge Deutsch, Französisch, Italienisch, angebracht werden.

Art. 14 Ort und Grösse der Schadstoffangaben

- 1 Der Teer-, der Nikotin- und der Kohlenmonoxidgehalt von Zigaretten müssen auf einer Schmalseite der Zigarettenpackung aufgedruckt werden.
- 2 Diese Angaben müssen mindestens 15 Prozent dieser Fläche einnehmen.

Art. 15 Ort und Grösse der Warnhinweise

- 1 Der allgemeine Warnhinweis und der Warnhinweis nach Artikel 12 Absatz 6 müssen angebracht werden:
 - a. auf der am ehesten ins Auge fallenden Breitseite der Packung; und
 - b. auf jeder im Einzelhandelsverkauf verwendeten Mehrfachverpackung, ausser auf einer durchsichtigen Hülle.
- 2 Der ergänzende Warnhinweis muss auf der anderen Breitseite angebracht werden.
- 3 Der allgemeine Warnhinweis muss mindestens 35 Prozent, der ergänzende Warnhinweis mindestens 50 Prozent der Fläche der jeweiligen Breitseite einnehmen.
- 4 Die Warnhinweise dürfen nicht an einer Stelle angebracht sein, an der sie beim Öffnen der Packung zerstört oder entfernt werden.
- 5 Ist eine Verpackung von anderen Tabakerzeugnissen als Zigaretten an der am ehesten ins Auge fallenden Breitseite grösser als 75 cm², so müssen die Warnhinweise eine Fläche von mindestens 26,25 cm² auf jeder Breitseite aufweisen.