



MEDIENMITTEILUNG

Bern, 20. Mai 2015

Tabakproduktegesetz: Der Vorschlag ist und bleibt ungenügend

Der Vorschlag für das Tabakproduktegesetz bleibt auch nach dem Vernehmlassungsverfahren ungenügend: Die Interessen der Tabakindustrie werden höher gewichtet als jene der Volksgesundheit. Gesundheits- und Präventionsorganisationen fordern, dass jede Form von Tabakmarketing verboten wird. Nur auf diese Art und Weise kann das Gesetz den angestrebten Jugendschutz auch wirklich sicherstellen.

Im Vernehmlassungsverfahren zum Entwurf des Tabakproduktegesetz haben sich zwei Fronten gebildet: Die Wirtschaftskreise, die sich gegen jegliche Reglementierung wehren wollen und die Gesundheits- und Präventionsorganisationen, die den Entwurf als unzureichend bezeichnen. Für Krebsliga Schweiz, Lungenliga Schweiz, Schweizerische Herzstiftung, Sucht Schweiz und Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention ist klar, dass Tabakwerbung und –marketing nur ein Ziel verfolgen: die Gewinnung neuer, jugendlicher Kunden. Einzig mit einem griffigen Gesetz ist der Jugendschutz gewährleistet. Neben dem Verbot von Plakat- und Printwerbung, muss auch Werbung an Verkaufsstellen wie Kiosken und das Sponsoring von Open-Air-Festivals untersagt werden.

Folgen des Tabakkonsums: Viele Tote und keine Trendwende in Sicht

Vielen Ländern gelingt es, die Zahl der Raucherinnen und Raucher dank umfassenden Reglementierungen signifikant zu verringern. Nur die Schweiz steht mit dem vorliegenden Gesetzesentwurf an hinterster Stelle, wenn es um Tabakprävention geht. In Irland, Grossbritannien oder Frankreich werden demnächst neutrale Zigarettenverpackungen eingeführt. Demgegenüber will das Tabakproduktegesetz die Tabakwerbung zum Beispiel am Kiosk nach wie vor zulassen. Orte, an denen Zigaretten via Bildschirmen, Plakaten, Verkaufsständer etc. angepriesen werden und das oftmals genau auf Kinderaugen-Höhe, zwischen Kaugummis und Bonbons. An Schweizer Open-Airs können Jugendliche zwischen zwei Konzerten neue Zigaretten testen und sich mit allerlei Gadgets der Tabakindustrie

eindecken. Bei einem nur teilweisen Werbeverbot wird die Tabakindustrie noch stärker auf diese auf diese Marketingformen setzen. In der Schweiz sterben jährlich 9'000 Menschen an den Folgen des Tabakkonsums und er verursacht jährliche Kosten von 5 Milliarden Franken. Immer noch rauchen 25 Prozent der Bevölkerung. Der vorliegende Entwurf des Tabakproduktegesetzes lässt befürchten, dass die Jugendlichen von heute auch in den zukünftigen Tabakkonsum-Statistiken auftauchen werden.

Diese Fakten sprechen für ein griffiges Tabakproduktegesetz:

- In vielen Verkaufsstellen sind Tabakprodukte oder Tabakwerbung zusammen mit Süssigkeiten platziert.
- In der Schweiz verzichten bisher nur einige wenige Open-Air-Festivals auf Sponsoringgelder der Tabakindustrie.
- Wenn Jugendliche bis zum 21. Lebensjahr nicht mit dem Rauchen angefangen haben, rauchen sie mit grosser Wahrscheinlichkeit ihr Leben lang nie.
- Ein griffiges Gesetz kostet nichts, dagegen belaufen sich die Kosten des Tabakkonsums auf jährlich 5 Milliarden Franken.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Lungenliga Schweiz:

Barbara Weber, Mediensprecherin, +41 31 378 20 72, b.weber@lung.ch

Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention:

Thomas Beutler, wissenschaftlicher Mitarbeiter, +41 31 599 10 20, info@at-schweiz.ch