

Tabakanbau, Tabakprodukte und die Strategien der Tabakindustrie

Lehrplan 21 und Nachhaltige Entwicklung

Mehrere fächerübergreifende Themen des Lehrplans 21, welche unter der Leitidee Nachhaltige Entwicklung stehen, werden in diesem Tabakheft angesprochen. Weiter finden sich mögliche Bezüge, welche von diesen Themen aus zum Fachbereichslehrplan Natur, Mensch, Gesellschaft (NMG) gemacht werden können. Mehr Informationen dazu im Teil zu den didaktischen Vorschlägen (ab S. 9).

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 trägt nicht nur Vorteile in sich, 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 Hefte der Reihe «Jugendliche und Rauchen», Heft 1: Rauchen schadet Ihrer Gesundheit und Heft 2: Rauchen oder nicht? Gründe und Motive.

Um den Unterricht bezogen auf die Leitidee einer Nachhaltigen Entwicklung zu planen und durchzuführen, empfiehlt sich die Orientierung an den folgenden didaktischen Prinzipien: Zukunftsorientierung, vernetzendes Lernen und Partizipation.

Die Schülerinnen und Schüler sollen durch objektive Informationen auf den Einfluss der Tabakindustrie sowie auf die Folgen des Tabakanbaus für Mensch und Natur aufmerksam gemacht werden. Die didaktischen Vorschläge sollen die Jugendlichen dazu anregen, ihre eigenen Handlungsmöglichkeiten dahingehend zu reflektieren, inwiefern sie mit ihrem Konsumverhalten die Möglichkeit haben, die Praktiken der Industrie zu unterstützen oder nicht.

Inhalt

- Tabakpflanze und Tabakanbau
- Tabakindustrie: Wer steckt hinter dem grossen Geschäft?
- Tabakprodukte und ihre Schädlichkeit
- Tabakindustrie: «gekaufte» WissenschaftlerInnen und gefälschte Studien
- Die Gesetze rund um den Tabakanbau, -vertrieb und -konsum
- Didaktische Vorschläge 1 – 4
- Weitere Informationen
- Anhang: Gesetzestexte

Tabakpflanze und Tabakanbau



Bauer in Tabakplantage ©Eva Lemonenko – Fotolia.com

Weltweiter Anbau

Tabakpflanzen werden weltweit angebaut. 2012 wurden in 124 Ländern 7.5 Millionen Tonnen Rohtabak auf einer Anbaufläche von 43'000 Quadratkilometer produziert, eine Fläche grösser als die Schweiz.¹ Auch hierzulande wird Tabak angebaut.

Die Tabakpflanze kommt ursprünglich aus Mittelamerika. Bereits vor 3000 Jahren wurde sie von den Völkern der Maya angebaut. Mit der Entdeckung Amerikas kam die Pflanze nach Europa und wurde in Form von Zigarren, Pfeifen- und Kautabak konsumiert. Zigaretten verbreiteten sich erst mit ihrer industriellen Produktion Anfang des 20. Jahrhunderts.² Heute machen Zigaretten den weitaus grössten Teil von allen Tabakprodukten auf dem Weltmarkt aus.

Für den Tabakanbau werden vergleichsweise viele Arbeitskräfte benötigt. Der Arbeitsaufwand liegt um 100 Mal höher als bei Weizen. Um die Kosten der Produktion zu senken, wurde diese in den letzten Jahrzehnten in Entwicklungs- und Schwellenländer (China, Brasilien etc.) verlagert.

Zwischen 1961 und 2007 nahm der Tabakanbau in den Industrienationen um 67% ab. Über 90% der heutigen Anbauflächen befinden sich in Entwicklungs- und Schwellenländern.

Ein weiterer Grund für die Verlagerung des Anbaus in diese Länder ist, dass die Auflagen zum Umweltschutz und zum Gesundheitsschutz der Landarbeiterinnen und Landarbeiter – insofern überhaupt vorhanden – weniger streng sind.

Folgen für die Umwelt und die Menschen in den Anbauländern

Die Tabakpflanze entzieht dem Boden in kurzer Zeit viele Nährstoffe, und das umso mehr, wenn sie wie vielerorts als Monokultur angebaut wird. 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 hierzulande in der Landwirtschaft seit längerem verboten, da sie die Gesundheit der Arbeiterinnen und Arbeiter 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)

Diese hohe Dauerbelastung des Bodens 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 aufwendige Verfahren der Tabaktrocknung mit Feuerholz. So wird für die Trocknung von 1 kg Tabakpflanzen durchschnittlich 8 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.

Auch für die Menschen in den Anbaugebieten bleibt diese Form der Landwirtschaft nicht ohne Folgen. Die für den Tabakanbau verwendeten Chemikalien und Pestizide sind krebserregend und verändern das Erbgut. Das in den Tabakblättern enthaltene Nikotin ist ein Kontaktgift und ein natürliches Insektizid der Tabakpflanze. Das heisst, es bietet ihr einen natürlichen Schutz gegen Insekten. Kommen die Arbeiter und Arbeiterinnen während der Ernte in Hautkontakt mit nassen Tabakblättern (z.B. durch Regen, Tau), wird das Nikotin direkt an den ungeschützten Körperstellen aufgenommen, was in der Folge zur sogenannten «Grünen Tabakkrankheit» führt. Symptome dieser Krankheit sind unter anderem Übelkeit, Erbrechen, Kopfschmerzen, Atemnot und Herzrasen. Durch das Tragen von entsprechender Schutzkleidung könnte dieser Krankheit vorgebeugt werden, doch viele der Anbauenden sind zu arm, um sich diese leisten zu können, oder sie sind ungenügend über die Risiken informiert.

Aufgrund der Arbeitsintensität und der Armut der Arbeiter und Arbeiterinnen müssen in Entwicklungsländern meist auch Kinder bei der Arbeit auf den Tabakfeldern mithelfen. Dadurch sind sie sowohl bei der Ernte im Kontakt mit den Tabakblättern als auch während der Arbeit mit Düngern und Pestiziden grossen gesundheitlichen Risiken ausgesetzt. Weil zudem die Schulbildung der Kinder, die in diese Arbeit mit eingebunden sind, leidet,

wirkt sich dies nicht zuletzt auf die gesamte Gesellschaft aus: Die Gesundheit sowie die schulische und berufliche Bildung von einem Grossteil der Bevölkerung wird langfristig gefährdet.

Der Übergang vom Tabakanbau zum Anbau von Nahrungsmitteln und einer insgesamt gesünderen Anbaukultur könnte sich für einige Länder als sehr schwierig erweisen. Um solche nachhaltigen Initiativen zu fördern, ist internationale sowie staatliche Unterstützung notwendig.

Hilfreiche Webseiten zum Thema

Für ausführlichere Informationen zum Tabakanbau vgl.

- www.at-schweiz.ch, Soziale Auswirkungen des Tabaks, Informationen für Lehrpersonen und Merkblatt für SchülerInnen
www.at-schweiz.ch/fileadmin/Daten/Merkblaetter/2015/mb_de_soziale_auswirkungen_lehrpersonen_okt15.pdf
- www.feel-ok.ch, Rubrik Konsum Sucht; Thema Rauchen; Umwelt, Menschen
- www.unfairtobacco.org
- www.tabaction.ch Online-Weiterbildung 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 31. August 2015)

Tabakindustrie: Wer steckt hinter dem grossen Geschäft?



Zigarettenfabrikation ©kiri – Fotolia.com

Der Verkauf von Zigaretten ist in der Schweiz ein Milliardengeschäft. So wurden im Jahr 2014 10.2 Milliarden Zigaretten verkauft, davon wurden 1.1 Milliarden Zigaretten importiert (Swiss Cigarette 2015). Man nimmt an, dass in der Schweiz in einem Jahr ungefähr 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 2014 weltweit einen Gewinn von fast 30 Millionen US-Dollar erwirtschaftet.³

Der Steueranteil auf einem Päckli Zigaretten beträgt rund 61% des Verkaufspreises (Stand 01.09.2015). Kostet ein Päckli 8.40 CHF, fliessen davon rund 5.15 CHF an den Staat – bzw. ca. 4.50 CHF in die AHV und IV. Der Rest verteilt sich auf die Mehrwertsteuer und die Subventionierung des einheimischen Tabakanbaus sowie den Tabakpräventionsfonds.⁴ 2014 beliefen sich die Staatseinnahmen aus der Tabaksteuer auf 2.3 Milliarden Franken. Ein Betrag, der sich angesichts der volkswirtschaftlichen Kosten für die tabakassoziierten Gesundheitsschäden relativiert. 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, d.h. der Verlust an Lebensqualität, die auf 5.2 Milliarden Franken geschätzt werden, ausgenommen). Die Steuer, die beim Kauf von Zigaretten entrichtet wird, deckt also nur einen kleinen Teil der Kosten, die durch das Rauchen entstehen.

Oft wird die Finanzierung der AHV/IV durch Personen, die rauchen, von der Tabaklobby als etwas Positives dargestellt. Es darf jedoch nicht voreilig der Rückschluss gezogen werden, dass die AHV bei sinkenden Raucherzahlen nicht mehr finanziert werden könnte. Denn die AHV wird nur zu ca. 6% aus der Tabaksteuer finanziert, sodass längerfristig gesehen ohnehin – gleich, ob die Raucherzahlen sinken oder nicht – weitere und neue Finanzierungsquellen gefunden werden müssen.

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

Das Bewusstsein um die Risiken des Rauchens entstand in den 1950er Jahren.

Um ihre Marktanteile zu sichern und ihr Image zu verbessern, sind die Tabakfabrikanten seither bestrebt, Zigaretten zu modifizieren. Sie versuchen neue Produkte zu entwickeln, die scheinbar weniger gesundheitsschädigend sind.⁵

Als erstes wurden Zigaretten mit den – mittlerweile in vielen Ländern untersagten – Bezeichnungen «light» oder «mild» auf den Markt gebracht und neue Filter sollten den Eindruck von geringeren gesundheitlichen Risiken erwecken. Diese «neuen» Zigaretten, die weniger Teer und Nikotin enthielten, wurden gross vermarktet. Dabei hat der tiefere Teer- und Nikotingehalt nur eine beschränkte Wirkung auf die Reduktion der gesundheitlichen Risiken. Viele Raucherinnen und Raucher waren allerdings überzeugt davon, dass diese Zigaretten weniger gesundheitsschädigend sind und stiegen auf diese um. 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 Produkte sogar noch zu einer Steigerung der tabakbedingten Sterberate beigetragen, da Rauchende nicht mit dem Rauchen aufhörten, weil sie glaubten, weniger schädliche Produkte zu konsumieren.

In den vergangenen Jahren wurden insbesondere sogenannte «Produkte mit verminderten Risiken» und E-Zigaretten auf den Markt gebracht.

Zusammensetzung des Zigarettenrauchs

Zigarettenrauch enthält über 7000 (!) chemische Inhaltsstoffe. Davon sind mindestens 70 krebserregend. Diese toxischen Substanzen gelangen beim Inhalieren über die Atemwege in die Blutbahnen und von hier aus in den ganzen Körper. So hinterlässt der Tabakrauch im ganzen Körper seine Spuren und provoziert Krankheiten.⁶

^{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.html)

Beispiele für krebserzeugende Substanzen, die im Zigarettenrauch zu finden sind: Arsen, Butan, Kadmium, 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 den Zigarettenpäckli

Obwohl die Hersteller Teer-, Nikotin- und Monoxidgehalt auf der Zigarettenverpackung deklarieren müssen, erlauben diese Angaben keine zuverlässigen Aussagen darüber, welchen Gehalt eine Person, die raucht, tatsächlich aufnimmt. 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 und im Tabak enthaltenen chemischen oder toxischen Substanzen sind keine Deklarationen erhältlich. Kurz gesagt, auf einem Joghurt werden mehr Angaben zu den Inhaltstoffen gemacht als auf einem gesundheitsschädigenden Tabakprodukt!

Andere Produkte: Snus, Kautabak, Schnupftabak etc.

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

Lesetexte zum Thema für Jugendliche

Informationen zu den gesundheitlichen Risiken von Tabakprodukten wie Snus, Kautabak, Schnupftabak, Wasserpfeife und E-Zigaretten:

- www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten und Rubrik Shop
- www.feel-ok.ch Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen
- www.suchtschweiz.ch
Rubrik Infos und Fakten > Tabak
Info-Materialien: Factsheets E-Zigaretten und Flyer Shisha, Snus & Co.
- www.bag.admin.ch
Factsheets Zusatzstoffe: Gesundheitsrisiko durch Tabakzusatzstoffe
www.bag.admin.ch/themen/drogen/00041/00618/13196/index.html?lang=de

⁷ Massachusetts Department of Public Health. Change in Nicotine Yields 1998–2004. www.mass.gov/eohhs/docs/dph/tobacco-control/nicotine-yields-1998-2004-report.pdf (abgerufen am 31. August 2015)

Tabakindustrie: «gekaufte» WissenschaftlerInnen und gefälschte Studien

Seit den 60er Jahren hat die Tabakindustrie eigene Untersuchungen durchführen lassen, welche beweisen, dass das Rauchen abhängig macht. Gegenüber der Öffentlichkeit wurde dieses Wissen jedoch verheimlicht oder verharmlost. Die Verantwortlichen der Tabakindustrie «kauften» Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen, um Resultate in Studien absichtlich zu verfälschen und die Risiken zu verharmlosen. So waren manche Forscher und Forscherinnen zu grosszügigen Löhnen bei Tabakfirmen als wissenschaftliche Berater und Beraterinnen angestellt, ohne dass sie ihren Interessenkonflikt wie üblich in ihren Studien offenlegten. Sie verfälschten Studienresultate zugunsten ihrer Arbeitgebenden. Es existieren zahlreiche Dokumente und Publikationen, die diese Verstrickungen belegen können. Die Tabakindustrie wurde durch Gerichtsverfahren gezwungen, diese

Beweise zu veröffentlichen. Die Dokumente sind auf der Webseite www.legacy.library.ucsf.edu zugänglich.

Hilfreiche Webseiten zum Thema

- www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten > Tabakindustrie
- www.dkfz.de > Informationen zur Tabakkontrolle (abgerufen am 31. August 2015)
- www.feel-ok.ch Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick > Tricks der Tabakindustrie > Wahrheit verheimlichen und verfälschen

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 nicht zum Ziel neue Konsumentinnen und Konsumenten zu gewinnen, sondern, Personen, die bereits rauchen, zum Markenwechsel zu animieren. Theoretisch würde dies für die Tabakindustrie jedoch bedeuten, dass sie irgendwann keine Produktabnehmerinnen und Produktabnehmer mehr hätte.

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

Jugendliche als Zielgruppe

Es gibt Studien, die belegen, dass Kinder, die häufiger als andere Zigarettenwerbung ausgesetzt sind, eine höhere Wahrscheinlichkeit zeigen, mit dem Rauchen zu beginnen. Je früher ein Jugendlicher mit dem Zigarettenkonsum beginnt, desto grösser ist das Risiko, regelmässig zu rauchen und eine Abhängigkeit zu entwickeln.⁸ In vielen Ländern ist Tabakwerbung, die sich an Jugendliche richtet, gesetzlich verboten. Aber die Tabakindustrie versucht mit ihren Marketingstrategien ein Maximum an jungen Menschen zu erreichen und nutzt dazu eine Vielzahl von Vertriebskanälen, die für den Grossteil der Öffentlichkeit meist wenig sichtbar sind.

⁸ www.at-schweiz.ch/de/startseite/fakten/werbung/werbung-veruehrt-jugend.html

Beobachtungen zeigen, dass Jugendliche am stärksten von Werbung erreicht werden, die mit ihren Bezugssystemen bzw. mit für sie begehrenswerten Geschenken oder Erfahrungen verknüpft ist. Die Marketingbeispiele sind endlos: So finden Tabakpromotionen vor allem an Orten statt, an denen sich Jugendliche aufhalten (Musikfestivals, Kioske, Discos usw.). Die Werbebotschaften werden in «jugendfreundlicher» Sprache und mit bestimmten Bildern, die u.a. Freiheit oder Risikofreude vermitteln, kommuniziert.

Die internen Dokumente der Tabakindustrie, zu deren Veröffentlichung sie gerichtlich gezwungen wurde, zeigen auch, dass das Verhalten von Kindern und Jugendlichen mit besonderem Augenmerk untersucht wurde. Die Tabakindustrie hat auch für die Platzierung ihrer Produkte in Filmen bezahlt.

Sogar Filme, welche für Minderjährige frei gegeben sind, enthalten Rauchszenen, in denen attraktive, junge, «coole» Menschen beim Rauchen gezeigt werden. Dies soll bei Jugendlichen den Wunsch erwecken, so wie die gezeigten Filmstars sein zu wollen. Auch neue Medien wie soziale Netzwerke werden von der Tabakindustrie benutzt. Sowohl auf Facebook und Twitter als auch auf Youtube sind Tabakspots sowie Werbebotschaften zu finden und die Nutzerinnen und Nutzer werden zum Teil selber zu Werbeträger/innen für die Tabakprodukte. Um ein junges und umweltbewusstes Kundensegment zu erreichen, greift die Tabakindustrie auf das sogenannte «green-washing» zurück. Sogenannte «umweltfreundliche» Zigarettenverpackungen und «natural tobacco», Tabak ohne Zusätze, erwecken bei Konsumenten und Konsumentinnen den trügerischen Eindruck, mit dem Rauchen etwas «Gutes» für die Natur und die Gesundheit zu tun.

Hilfreiche Webseiten zum Thema

- www.feel-ok.ch Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick > Tricks der Tabakindustrie > Tricks, um dich anzulocken
- www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten > Werbung
- www.beobachtung-marketing-tabak.ch/ergebnisse/

Steigerung der Absatzmärkte in den Schwellen- und Entwicklungsländern

Unter anderem wegen der strengeren Gesetzgebung zum Schutz vor Passivrauch und der zunehmenden Präventionsanstrengungen, aber auch aufgrund des steigenden Gesundheitsbewusstseins wird in (West-)Europa, in den USA und Kanada immer weniger geraucht. Die Tabakindustrie ist deshalb auf neue Absatzmärkte angewiesen. Länder Osteuropas, Asiens, Afrikas und Südamerikas bieten hierzu noch grosses Potenzial. Einige dieser Länder sind kaum mit den Gesetzen zur Regulierung des Tabakkonsums und zur Zusammensetzung der Inhaltsstoffe vertraut. Auch hat in einigen Ländern eine Öffnung der Märkte für westliche Firmen stattgefunden, die den Tabakkonzernen entgegenkommt. Die Bevölkerung dieser Länder ist zum Teil 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:⁹ 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, die in Entwicklungsländern verkauft werden, haben einen deutlich höheren Anteil an Nikotin, Teer und weiteren chemischen Inhaltsstoffen als die Produkte, die in der Schweiz erhältlich sind.

Auch der Verkauf von einzelnen Zigaretten ist in afrikanischen Ländern üblich. Dies erlaubt es auch Menschen in Armut, Zigaretten zu kaufen.

Unterstützt durch das WHO-Rahmenübereinkommen zur Bekämpfung des Tabakkonsums¹⁰ setzen sich die betroffenen Länder, ihre Regierungen und auch NGO's dafür ein, die Gesundheit der Bevölkerung zu schützen. So haben zum Beispiel Burkina Faso, der Tschad und Madagaskar u.a. Gesundheitswarnhinweise und Schockbilder auf Zigarettenverpackungen eingeführt.

⁹ Rapport «L'Afrique s'enfume». de Jessica de Bernardini www.otaf.info/sites/default/files/documents/bernardini-l-afrique-s-enfume.pdf

¹⁰ http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/85380/1/9789241505871_eng.pdf

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

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

Mit einer neuen gesetzlichen Regelung der Tabakprodukte sollen Konsumenten und Konsumentinnen sowie die Gesundheit der gesamten Bevölkerung im Allgemeinen zukünftig besser geschützt werden. Der Gesetzesentwurf sieht ein nationales Abgabeverbot an Minderjährige und weitere Einschränkungen für die Werbung von Tabakprodukten vor. Zudem sollen E-Zigaretten, die Nikotin enthalten, den Tabakprodukten gleichgestellt werden. 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

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 seit 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:

- Ein Bundesgesetz, dass die Abgabe von Tabakprodukten einheitlich regelt, existiert bislang nicht. Die Mehrheit der Kantone verfügt über Gesetze, die das Mindestalter für den Verkauf von Tabakprodukten bei 16 oder 18 Jahren festlegen. Jedoch bestehen in einigen Kantonen diesbezüglich noch gar keine Altersbeschränkungen.
- Die Mehrheit der Kantone untersagt die Plakatwerbung für Tabakwaren in der Öffentlichkeit wie z.B. der Kanton Bern im Gesetz über Handel und Gewerbe: www.bag.admin.ch Rubrik Themen > Alkohol > Alkohol, Tabak, Drogen > Tabak > Kantone > Werbeeinschränkungen

Auf internationaler Ebene besteht das inzwischen zehnjährige WHO-Rahmenübereinkommen zur Bekämpfung des Tabakgebrauchs. Dabei handelt es sich um ein Vertragswerk, das unter der Federführung der WHO international ausgehandelt wurde und erstmals Massnahmen vorschlägt, um effektiv die weltweite Tabakepidemie einzudämmen. Die Schweiz unterzeichnete die Konvention am 25. Juni 2004, und brachte damit ihren Willen zum Ausdruck, jene hierzulande umzusetzen.¹¹

Vorschläge zur Unterrichtsgestaltung

Folgende fächerübergreifenden Themen des Lehrplans 21, welche unter der Leitidee Nachhaltige Entwicklung stehen, werden in diesem Tabakheft angesprochen:

- Politik, Demokratie und Menschenrechte
- Natürliche Umwelt und Ressourcen
- Gesundheit
- Globale Entwicklung und Frieden
- Wirtschaft und Konsum

Im Folgenden finden Sie zu jedem Unterrichtsvorschlag mögliche Bezüge welche von diesen Themen aus zum Fachbereichslehrplan Natur, Mensch, Gesellschaft (NMG) gemacht werden können.

¹¹ www.bag.admin.ch/fctc/index.html?lang=de

Didaktischer Vorschlag 1: Ökologische und ökonomische Folgen des Tabakanbaus

Informationen für Lehrpersonen

Kompetenzen nach Lehrplan 21

Thema: Natürliche Umwelt und Ressourcen

NMG.2.6. Die Schülerinnen und Schüler können Einflüsse des Menschen auf die Natur einschätzen und über eine nachhaltige Entwicklung nachdenken.

h. können über den Nutzen von Pflanzen und Tieren für die Menschen nachdenken (ökonomisch, ästhetisch, für Gesundheit und Wohlbefinden).

NMG.6.3. Die Schülerinnen und Schüler können die Produktion und den Weg von Gütern beschreiben.

e. können Informationen zum Weg von Gütern sammeln und vergleichen (z.B. Kartoffeln, T-Shirt, Schokolade, Handy) sowie Arbeitsprozesse beschreiben

Zeitbedarf

2 Lektionen

Alter

Ende 3. Zyklus

Ziele

- Die ökologischen und ökonomischen Folgen des Tabakanbaus kennen
- Sich des Einflusses des Tabakanbaus auf die Erzeugerländer bewusst werden

Ablauf

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

Tipp

Sie können als Informationsquelle für die Schülerinnen und Schüler zusätzlich einen Film zeigen: > Kahlschlag für den blauen Dunst.

www.youtube.com/watch?v=D7T_QMQY1nc
(abgerufen 31.08.2015)

Arbeitsblatt

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

- www.feel-ok.ch Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick > Umwelt, Menschen
- 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
- www.at-schweiz.ch
Soziale Auswirkungen des Tabaks – Informationen für Lehrpersonen (www.at-schweiz.ch/de/startseite/experiment-nichtrauchen/information-fuer-lehrpersonen.html)

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: Was sind die Folgen für die Umwelt und den Menschen?

Didaktischer Vorschlag 2: Tabakprodukte und Zusatzstoffe

Informationen für Lehrpersonen

Kompetenzen nach Lehrplan 21

Thema: Gesundheit

NMG.1.2. Die Schülerinnen und Schüler können Mitverantwortung für Gesundheit und Wohlbefinden übernehmen und können sich vor Gefahren schützen.

Zeitbedarf

2 Lektionen

Alter

3. Zyklus

Ziel

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

Ablauf

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

Das Thema der gesundheitlichen Risiken des Tabakkonsums kann auch mit den Lektionsvorschlägen aus «Rauchen schadet Ihrer Gesundheit», dem Heft 1 der Serie, verbunden 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- und Zusatzstoffe sind vorhanden?
- Welche Auswirkungen haben die enthaltenen Stoffe beim Konsum auf den Körper und die Gesundheit?
- Wie wird das Produkt konsumiert?
- Welche Risiken beinhaltet der Konsum?
- Besteht ein Risiko, von diesem Produkt abhängig zu werden?

Informationen sind zu finden unter:

- www.at-schweiz.ch > Rubrik Fakten
- www.at-schweiz.ch > Rubrik Shop > Tabakrauch unter dem Mikroskop
- www.suchtschweiz.ch > Rubrik Info-Materialien > Flyer Tabak, Flyer Shisha, Snus und Co.; Flyer E-Zigaretten; Im Fokus: Tabak
- www.suchtschweiz.ch > Rubrik Infos und Fakten > Tabak > Folgen
- www.feel-ok.ch > Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen

Didaktischer Vorschlag 3: Strategien der Tabakindustrie

Die Suche nach neuen Absatzmärkten und Marketingstrategien

Informationen für Lehrpersonen

Kompetenzen nach Lehrplan 21

Thema: Wirtschaft und Konsum

NMG.6.4. Die Schülerinnen und Schüler können Tauschbeziehungen untersuchen und einfache wirtschaftliche Regeln erkennen.

NMG.6.5. Die Schülerinnen und Schüler können Rahmenbedingungen von Konsum wahrnehmen sowie über die Verwendung von Gütern nachdenken.

f. Sie können Konsumgüter als Statussymbole und als Zeichen der Zugehörigkeit oder Abgrenzung von Gruppen erkennen.

Zeitbedarf

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

Alter

3. Zyklus

Ziel

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit den Strategien der Tabakindustrie auseinander. Sie lernen die Methoden und Praktiken kennen, mit denen sie ihre Ziele zu erreichen versucht.

Arbeitsblatt

Aufgabe 1

Die Tabakindustrie braucht immer wieder neue Absatzmärkte, um ihren Produktverkauf zu halten oder zu steigern. In den USA, in Australien und Westeuropa rauchen immer weniger Leute. So stellt sich die Frage, wie die Tabakindustrie trotzdem zu neuen Konsumentinnen und Konsumenten kommt. Wählt eines der drei aufgeführten Themen.

Jede Gruppe arbeitet sich in ihr gewähltes Thema ein und stellt die Resultate anschliessend dem Rest der Klasse vor.

1. Thema

Suche nach neuen Absatzmärkten in Entwicklungsländern

Versucht so viele Informationen wie möglich zu dem Thema zu sammeln, um diese anschliessend der Klasse zu präsentieren.

- Lest dazu den Text auf www.feelok.de > Rubrik: Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Überblick > Tricks der Tabakindustrie > Arme Menschen zum Rauchen verführen.

Überlegt euch Antworten auf die folgenden Fragen:

- 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?

2. Thema

Marketing bei Jugendlichen

Obwohl in der Schweiz Tabakwerbung, die sich an Jugendliche richtet, verboten ist, findet die Tabakindustrie Wege, um Tabakprodukte für Jugendliche 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, so viele Informationen wie möglich zu diesem Thema zu sammeln, um diese anschliessend der Klasse zu präsentieren.

Folgende Texte können euch dabei weiterhelfen:

- www.beobachtung-marketing-tabak.ch
- www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten > Werbung (v.a. Werbung verführt Jugend und Jugend im Visier)
- www.feel-ok.ch Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen Verschaff dir den Durchblick> Werbung, Sponsoring
- www.feel-ok.ch Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen> Verschaff dir den Durchblick > Tricks der Tabakindustrie > Tricks, um dich anzulocken
- www.feel-ok.ch Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick > Werbung, Sponsoring > Unsichtbare Werbung

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?
- Was sind Beispiele für versteckte Werbung?
- Was bedeutet der Begriff «Product Placement» (Platzierung eines Produkts) im Zusammenhang mit Tabakwerbung?

3. 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 wieder Wege, um ihre Produkte attraktiv zur Geltung zu bringen und ihnen ein positives Image zu verleihen.

Versucht, so viele Informationen wie möglich zu diesem Thema zu sammeln, um diese anschliessend der Klasse zu präsentieren.

Aufgabe 2

Überlegt euch im Anschluss an die Vorträge und Präsentationen was ihr aus den drei Themen mitnehmt. Was hat euch am meisten beeindruckt? Was habt ihr bisher nicht gewusst?

Schreibt auf max. einer halben Seite, welche Fakten für euch am eindrucklichsten und am wichtigsten waren. Steckt diese schriftlichen Schlussfolgerungen im Anschluss in einen Briefumschlag und adressiert diesen an euch selbst. Eure Lehrerin oder euer Lehrer wird diese Umschläge einsammeln und sie euch in ungefähr einem Monat wieder zurückgeben. So werdet ihr nach einiger Zeit erneut an eure selbst gewonnenen Erkenntnisse erinnert.

Folgende Texte können euch dabei weiterhelfen:

- www.feel-ok.ch Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick > Werbung, Sponsoring
- www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten > Werbung
- www.beobachtung-marketing-tabak.ch > Präsentation > Rubrik Informationsmaterial > Präsentationsbroschüre

Als Hilfe zur Vorbereitung können euch auch die folgenden 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? Was sind die Unterschiede und was die Gemeinsamkeiten?
- In welcher Form und an welchen Orten platziert die Tabakindustrie ihre Werbung und Sponsoring? (Stichworte: Festivals, private Anlässe)

Didaktischer Vorschlag 4: Die Gesetze rund um das Produkt Tabak

Informationen für Lehrpersonen

Kompetenzen nach Lehrplan 21

Thema: Politik, Demokratie und Menschenrechte

NMG.10.4. Die Schülerinnen und Schüler können das Verhältnis von Macht und Recht in Gegenwart und Vergangenheit verstehen.

j. Sie können das Ineinandergreifen von Wirtschaft, Politik und Recht an einem Beispiel erkennen.

Zeitbedarf

1 – 2 Lektionen

Alter

3. Zyklus

Ziel

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

Ablauf

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

- Schutz vor Passivrauchen
- Werbeverbote für Tabakprodukte
- Warnhinweise auf den Verpackungen

Die entsprechenden Gesetzestexte befinden sich als Kopiervorlagen im Anhang dieses Lehrmittels. Diese Texte werden zuerst individuell gelesen und dann 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, wie zum Beispiel:

- Was sollen die Warnhinweise auf den Zigarettenschachteln 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? Nennt einige Beispiele.

Arbeitsblatt

Lest einzeln die Gesetzestexte, die ihr als Kopien erhalten habt. Besprecht diese im Anschluss in eurer Gruppe, um sicher zu sein, dass alle den Inhalt richtig verstanden haben. Beantwortet dann 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 zur Gesetzgebung findet ihr unter:

- www.at-schweiz.ch Rubrik Fakten
Passivrauchen
Werbung
Tabakindustrie
Auf der Webseite mit Suchfunktion nach «Warnhinweise» suchen
- www.feelok.ch Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick > Gesetze
- www.tabaction.ch Rubrik Online-Weiterbildung > Modul 2

Weitere Informationen

Broschüren und Faltblätter zum Thema Tabak

Ebenfalls in der Reihe «Jugendliche und Rauchen» erschienen:

- **Tabakheft Nr. 1:** Rauchen schadet Ihrer Gesundheit
- **Tabakheft Nr. 2:** Rauchen oder nicht? Gründe und Motive

Diese und folgende Informationsmaterialien von Sucht Schweiz können auf der Website shop.suchtschweiz.ch oder über die Telefonnummer 021 321 29 35 bestellt oder heruntergeladen werden:

- **Flyer Tabak:** Faltflyer für Jugendliche mit Informationen rund um den Tabakkonsum
- **Flyer Shisha, Snus & Co.:** Faltflyer für Jugendliche mit Informationen rund um die Produkte Wasserpfeife, Snus, Kautabak etc.
- **Flyer E-Zigarette:** Faltflyer für Jugendliche über die E-Zigarette und die damit verbundenen Risiken
- **Im Fokus Tabak:** Informationsblatt zu Tabak und Tabakkonsum
- **Präsentation für Elternabende:** Powerpoint-Folien mit ergänzenden Notizen und Hinweisen zu den Broschüren für den Gebrauch an Elternabenden zur Einführung in das Thema Suchtprävention. PDF-Download hier: shop.addictionsuisse.ch

www.at-schweiz.ch Shop:

- Soziale Auswirkungen des Tabaks - Informationen für Lehrpersonen
- Tabak schadet von der Pflanze bis zur Zigarette. Merkblatt über die sozialen Auswirkungen des Tabaks

Nützliche Webseiten

- www.at-schweiz.ch
- www.suchtschweiz.ch

Internetseiten für Lehrpersonen

- www.zurismokefree.ch
Leitfaden «Auf dem Weg zur rauchfreien Schule» > Rubrik Thematische Schwerpunkte > Rauchfreie Schule und Lehre
- www.be-freelance.net
Suchtpräventionsprogramm inklusive didaktischen Materialien für den Unterricht zum Thema Rauchen und Sucht
- www.feel-ok.ch
Ein multithematisches Internetprogramm zur Suchtprävention und Gesundheitsförderung für Jugendliche und für Lehrpersonen

Internetseiten für Jugendliche

- www.feel-ok.ch
Ein multithematisches Internetprogramm zur Suchtprävention und Gesundheitsförderung für Jugendliche und für Lehrpersonen
- 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 Rauchstopp
- www.tschau.ch
Diskussionsforen und Wissenswertes zum Thema Tabak und weiteren relevanten Themen für Jugendliche

Anhang: Gesetzestexte zum Didaktischen Vorschlag 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 Zwangsaufenthaltsorte 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.

Gesetzestexte zu den Werbebestimmungen für Tabakprodukte

Auszug aus der **Verordnung über Tabakerzeugnisse und Raucherwaren mit Tabakersatzstoffen**

(Tabakverordnung, Tab V) vom 27. Oktober 2004
(Stand am 1. Oktober 2012)

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

(Werbeeinschränkungen) in den Kantonen:
www.bag.admin.ch/themen/drogen/00041/03814/03816/index.html?lang=de (abgerufen am 31.08.2015)

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, Tab V) vom 27. Oktober 2004
(Stand am 1. Oktober 2012)

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.