

Abstimmung am 13. Februar 2022

Kinder ohne Tabak: Für ein JA ist Ihr Engagement entscheidend!

Philippe Luchsinger

Präsident mfe, Haus- und Kinderärzte Schweiz



Am kommenden 13. Februar steht aus gesundheitspolitischer Sicht ein bedeutender Urnengang an. Wir stimmen über die eidgenössische Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» kurz «Kinder ohne Tabak» ab. Hinter der Vorlage steht eine breite Trägerschaft mit den relevanten Organisationen aus Gesundheit, Jugend und Sport. mfe ist eine treibende Kraft der Initiative. Unterstützt wird die Kampagne von der gesamten Ärzteschaft, die Ärztekammer hat die finanzielle Beteiligung der FMH einstimmig gutgeheissen, pädiatrie schweiz, KHM, Kardiolog:innen und Pneumolog:innen haben Geld gesprochen und mobilisieren aktiv ihre Mitglieder.

Uns Ärztinnen und Ärzten kommt im Abstimmungskampf eine entscheidende Rolle zu. Wir sind die glaubwürdigsten Botschafter:innen für dieses Anliegen, können den Unterschied bei der Meinungsbildung ausmachen und erreichen, dass die Stimmbürger:innen

Uns Ärztinnen und Ärzten kommt im Abstimmungskampf eine entscheidende Rolle zu.

zahlreich und überzeugt ein JA in die Urne werfen. Da die Volksinitiative mit dem Volks- und Ständemehr eine doppelte Hürde nehmen muss, sind das Engagement und die Überzeugungsarbeit möglichst vieler gefragt.

mfe Haus- und Kinderärzte Schweiz
Médécins de l'enfance et de l'adolescence Suisse
Medici di famiglia e dell'infanzia Svizzera
Redaktionelle
Verantwortung:
Sandra Hügli-Jost, mfe

JA, ich möchte mich für «Kinder ohne Tabak» engagieren:

Hier können Sie zusätzliches Material für Ihre Praxis bestellen:
<https://kinderohnetabak.typeform.com/materialwebDE>



Hier können Sie sich melden, wenn Sie sich im kantonalen Komitee engagieren möchten: <https://kinderohnetabak.typeform.com/engagementDE>



Hier können Sie uns finanziell unterstützen:
<https://www.kinderohnetabak.ch/spenden/>



Die Raucherquote liegt in der Schweiz seit 2011 unverändert hoch bei 27%. Und fast ein Viertel der 17-jährigen raucht gelegentlich oder regelmässig Tabakprodukte. Gerade uns Ärztinnen und Ärzte sind diese Zahlen und vor allem deren gesundheitliche Folgen ein Dorn im Auge. Wesentlichen Anteil an diesem Pro-

Die Raucherquote liegt in der Schweiz seit 2011 unverändert hoch bei 27%.

blem hat die Werbung für Tabakprodukte – sie ist für Jugendliche omnipräsent und richtet sich oft direkt an sie. Deshalb nehmen ältere Menschen diese kaum wahr und sind sich des Problems der Tabakwerbung nicht bewusst.

Es ist ein harter Abstimmungskampf und die Initiativgegner treten laut, vorwurfsvoll und mit viel stärkeren finanziellen Mitteln auf. Doch mit einer breiten Unterstützung und einem persönlichen Engagement können wir es schaffen und so einen grossen Schritt für die Gesundheit der Schweizer Bevölkerung machen. Dafür sind wir Ärztinnen und Ärzte als Botschafter:innen sehr wichtig, denn als Experten:innen wissen wir, wie schädlich Tabakprodukte für eine gesunde Entwicklung der Kinder und Jugendlichen ist.

Was können Sie tun?

Als Expertin oder Experte können Sie die Anliegen der Initiative glaubwürdig vertreten. Tun Sie es und überzeugen Sie Ihr Umfeld. Das Initiativkomitee stellt Ihnen dafür gern Kampagnenmaterial zur Verfügung. Denn nur mit einer starken Mobilisierung und einem beherzten JA ist das Stände- und Volksmehr zu schaffen. Helfen Sie mit und seien Sie Botschafter:in für «Kinder ohne Tabak». **Unterstützen Sie unseren Abstimmungskampf: Täglich. In der Praxis. Privat. Bei jeder Gelegenheit. Digital. Persönlich.**

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung.
Philippe Luchsinger, Präsident mfe und PHC-Redaktion



Worum geht es bei dieser Initiative?

Die Werbung für Tabakprodukte, welche Kinder oder Jugendliche erreicht, wird mit der Initiative unterbunden. Unter anderem sollen Inserate in Gratiszeitungen, Festival-Sponsoring, Kino- und Online-Werbung für Tabak in Zukunft nicht mehr erlaubt sein. Denn bei einer Annahme der Initiative wird einerseits festgehalten, dass Tabakwerbung Kinder und Jugendliche nicht erreichen darf und neu auch die Förderung der Gesundheit von Kindern und Jugendlichen in der Bundesverfassung verankert.

Was sind die wichtigsten Argumente?

Werbung wirkt – leider auch bei Tabak- und Nikotinprodukten. Es ist erwiesen, dass wegen der Tabakwerbung mehr Kinder und Jugendliche rauchen. Und wer als Jugendlicher mit dem Rauchen beginnt, tut dies oft ein Leben lang, dank dem Suchtmittel Nikotin. Mehr als die Hälfte der Raucherinnen und Raucher beginnt als Minderjährige:r mit dem Tabakkonsum. Deshalb zielt die Werbung der Tabakindustrie auch derart stark auf Kinder und Jugendliche. Junge Menschen werden während eines Wochenendtages mit üblichen Aktivitäten und einem Abendausgang 68-mal mit tabakfreundlichen Reizen konfrontiert. Dies z.B. an Kiosken, durch Werbung auf Zigarettensautomaten oder Bildschirmen, durch Wettbewerbe, Aufkleber, Aschenbecher und an weiteren Orten. Heute kommt auch immer mehr Werbung auf den sozialen Medien und im Internet dazu. 16,2% der 15- bis 17-jährigen haben auch schon Werbegeschenke der Tabakindustrie erhalten.

Damit werden neue Generationen von Rauchenden kreiert und weitreichende Gesundheitsschäden und Milliardenkosten in Kauf genommen. Gerade in der Phase der Identitätsbildung und Pubertät sind Kinder und Jugendliche für Werbung sehr empfänglich – insbesondere für die Werbebotschaften, die Traumwelten, Coolness, Gruppengefühl, Erfolg oder Sexappeal suggerieren, Freiheit versprechen und das Rauchen als attraktives Freizeitvergnügen darstellen. Junge Menschen nehmen Tabakwerbung nachweislich stärker wahr als Erwachsene und der direkte Zusammenhang zwischen Tabakwerbung und -konsum ist durch zahlreiche Untersuchungen belegt.

Hinzu kommt, dass mit den Bemühungen der Tabakindustrie Werbung für Produkte bei jungen Menschen gemacht wird, die diese eigentlich gar nicht mehr kaufen dürfen. Denn mit dem neuen Tabakproduktegesetz

Es ist erwiesen, dass wegen der Tabakwerbung mehr Kinder und Jugendliche rauchen.

dürfen Tabakprodukte erst ab 18 Jahren gekauft werden. Also fordert die Initiative konsequenterweise, dass Minderjährige dafür auch nicht beworben werden dürfen.

Des Weiteren tragen neue Trends zur Verschärfung des Problems bei. E-Zigaretten, Shishas (Wasserpfeifen) oder Heat-not-Burn-Produkte sind ebenfalls gefährlich und machen süchtig. Diese Produkte kommen verarmlosend daher, werden in genau diesem Stil beworben und verleiten damit gerade Jugendliche dazu, sie auszuprobieren. Wir sind als Gesellschaft verpflichtet,

Kinder und Jugendliche zu schützen, auch vor dem Einstieg in Tabak und Nikotin. Denn der Konsum von Tabakprodukten ist die grösste vermeidbare Todesursache in der Schweiz. Jährlich sterben 9500 Menschen an tabakbedingten Krankheiten. Mehr als 14% der jährli-

Junge Menschen nehmen Tabakwerbung nachweislich stärker wahr als Erwachsene und der direkte Zusammenhang zwischen Tabakwerbung und -konsum ist durch zahlreiche Untersuchungen belegt.

chen Todesfälle in der Schweiz sind auf den Tabakkonsum zurückzuführen, der zudem jedes Jahr direkte Kosten von 3 Milliarden Franken verursacht. Das sind immerhin 4% der gesamten Gesundheitsausgaben ...

Welche Werbung für Tabakprodukte ist weiterhin möglich?

Die Initiative verlangt kein generelles Tabakwerbeverbot. Informierte Erwachsene können eigenverantwortlich entscheiden und konsumieren und sie sind sich der Konsequenzen bewusst. Deshalb ist bei einer Annahme der Initiative Tabakwerbung, die nur Erwachsene erreicht, weiterhin erlaubt. So ist beispielsweise Werbung in Printmedien, die kostenpflichtig sind und mehrheitlich über Abonnements verkauft werden, nach wie vor möglich. Die Initiative stellt keine Bevormundung der Schweizer Bevölkerung dar. Bei dieser Werbeeinschränkung geht es um Minderjährige, die die Auswirkungen ihrer Handlungen noch nicht vollumfänglich einschätzen können. 57%

der Rauchenden haben als unter 18-Jährige angefangen. Sie müssen geschützt werden.

Wieso ist der Gegenvorschlag eine Alibiübung?

Genau jene Werbearten, die besonders viele Jugendliche erreichen, sind mit dem Gegenvorschlag, dem Tabakproduktegesetz, weiterhin erlaubt. Werbung in Gratiszeitungen, an Kiosken, im Internet und damit in allen sozialen Medien sowie an Festivals wäre weiterhin möglich. Auch das Verteilen von Werbegadgets, die oft Jugendliche erreicht, wäre nach wie vor zugelassen. Einzig auf Plakaten und im Kino sollen mit dem Gegenvorschlag Tabakprodukte nicht mehr beworben werden dürfen. Dies ist schon jetzt in vielen Kantonen verboten.

Der Gegenvorschlag setzt die Interessen der Tabak- und Werbeindustrie über das Wohl der Kinder und Jugendlichen. Nur die Initiative stellt wirksame Massnahmen zur Förderung der Gesundheit und zum Schutz von Kindern und Jugendlichen sicher.

Die Initiative verlangt kein generelles Tabakwerbeverbot. Informierte Erwachsene können eigenverantwortlich entscheiden.

Jetzt oder nie!

Die Schweiz hat grossen Nachholbedarf bei der Gesundheitsförderung und dem Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Tabak – nutzen wir die Chance und stimmen am 13. Februar JA für die Initiative «Kinder ohne Tabak»!

Sandra Hügli-Jost
Kommunikations-
beauftragte
mfe Haus- und Kinderärzte
Schweiz
Geschäftsstelle
Effingerstrasse 2
CH-3011 Bern
Sandra.Huegli[at]
hausarztswissenschaften.ch