



# Promotion santé Valais Gesundheitsförderung Wallis

## Tabakindustrie



### ANBAU, PRODUKTION UND VERKAUF ▶

Jedes Jahr werden weltweit mehr als 7,5 Millionen Tonnen Tabak geerntet. In der Schweiz werden 450 Hektare Tabakfelder bewirtschaftet, ein Grossteil davon liegt in der Broye. Fast alle weltweiten Anbauflächen befinden sich in Entwicklungsländern. Der Tabakanbau erfordert den intensiven Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden. Er hat bedeutende soziale (Armut der Bauern, Kinderarbeit, mit dem Anbau verbundene Krankheiten, Armut der Raucher) und ökologische Folgen (Verschmutzung von Böden und Wasser, Entwaldung).

Bei den grössten Tabakproduzenten weltweit handelt es sich um Phillip Morris International, British American Tobacco und Japan Tobacco International, alle drei

multinationalen Konzerne haben einen Sitz und eine Produktionsstätte in der Schweiz.

Jedes Jahr werden in der Schweiz fast 10 Milliarden Zigaretten verkauft. Diese Zahl nimmt seit 25 Jahren ständig ab. Der Verkaufspreis der meistverkauften Zigarettenmarke in der Schweiz lag 2017 bei 8.50 CHF pro Packung.



## WERBUNG, PROMOTION UND SPONSORING



Die Tabakindustrie nutzt zahlreiche Marketingstrategien: Werbung, Promotion und Sponsoring sind in der Schweiz allgegenwärtig. Diese Strategien zielen in erster Linie auf Jugendliche, obwohl Werbung, die sich gezielt an Minderjährige richtet, in der Schweiz verboten ist. Um ihren Absatz zu garantieren, braucht die Tabakindustrie neue Kunden. Und angesichts der Tatsache, dass 85 % der Raucher vor dem 21. Lebensjahr angefangen haben, sind Jugendliche die wichtigste Zielgruppe.

Um das Verbot zu umgehen, entwickelt die Tabakindustrie schon lange verschiedene, raffinierte Techniken. Werbung in den Medien? Presse, Anzeigen, Kino und Internet?

sind nur einige Beispiele für die umgesetzten Marketingaktionen. Ausgefeiltere Strategien umfassen Werbeangebote, die Verteilung von Gratisproben, Preisausschreiben und Werbespiele, Produktplatzierungen, die Entwicklung von neuen Produkten, Packaging, Markenerweiterungen, soziale Netzwerke, Internetseiten von Marken, Zigarettenautomaten, Werbung an Verkaufspunkten, Werbung in Bars, Cafés und Diskotheken, die Organisation von privaten Events und das Sponsoring von Kultur- und Sportveranstaltungen.

Die Aussetzung gegenüber diesen Strategien, die zum Tabakkonsum anregen sollen, beeinflusst Jugendliche schnell, auch wenn sie für Erwachsenen oft kaum wahrnehmbar sind. Deshalb ist es wichtig, Jugendliche zu informieren und sie dabei zu unterstützen, einen kritischen Blick für diese Marketingtechniken zu entwickeln.

Für weitere Informationen hat das [Projekt zur Beobachtung der Marketingstrategien für Tabakprodukte](#) eine Studie zu den verschiedenen Werbemitteln in der Westschweiz durchgeführt. Die Ergebnisse wurden in einem [Video](#) zusammengefasst.

### Walliser Gesetzgebung



Um den Tabakkonsum zu fördern, beeinflusst die Tabakindustrie die öffentlichen Politiken, die Medien, die Konsumenten und die Öffentlichkeit mit verschiedenen Strategien: politisches und journalistisches Lobbying, Zusammenschluss mit anderen Organisationen, Aktionen unter dem Deckmantel der gesellschaftlichen Verantwortung, Infiltrierung der wissenschaftlichen Forschung.

