

EINE ATTRAKTIVE VERPACKUNG FÜR EIN TÖDLICHES PRODUKT: DIE STRATEGIE DER TABAKINDUSTRIE

FACTSHEET

WELTTAG OHNE TABAK 2025

Schweizer Gesundheitsorganisationen fordern die Einführung neutraler Verpackungen, um zukünftige Generationen vor der Tabak- und Nikotinsucht zu schützen



Abbildung 1

Neutrale Zigarettenpackung

Zigarettenpackungen werden von der Tabakindustrie als **Werbemittel** genutzt und fördern dadurch den Tabakkonsum. Aus diesem Grund fordern Gesundheitsexperten und die WHO¹ seit über 15 Jahren die Einführung neutraler Zigarettenpackungen.²

**BIS HEUTE HABEN 29 LÄNDER, DARUNTER 13 IN EUROPA,³
NEUTRALE VERPACKUNGEN (ODER «PLAIN PACKAGING»)
EINGEFÜHRT.**

Trotz Gesundheitswarnungen auf den Verpackungen, dominieren in der Schweiz noch immer das Logo und Design der Marke die Verpackung. Auch bei der Einführung des Tabakproduktegesetzes (TabPG) 2024, verzichtete die Schweiz weiterhin auf neutrale Verpackungen.

1 DIE VERPACKUNG: EIN WICHTIGES INSTRUMENT FÜR DIE TABAKINDUSTRIE

Die Verpackung von Zigaretten dient nicht nur dem Schutz des Produkts. Sie ist ein Marketinginstrument, das von der Tabakindustrie genutzt wird:

- zur Gewinnung neuer, vor allem junger Verbraucher durch ansprechende Designs und leuchtende Farben.
- als Teil einer umfassenden Werbe- und Promotionsstrategie, da andere Formen des Marketings zunehmend eingeschränkt werden.
- Differenzierung von Marken und Produkten nach den anvisierten Konsumentenschaft.
- zur ständigen Werbung, eine «stille Verkäuferin», die immer sichtbar ist, auch ausserhalb der Verkaufsstelle.

Die Industrie weiss das schon lange. Im Jahr 1994 erklärte der Marketingexperte von Philip Morris, Mark Hultit:

«Unser letztes Mittel, um mit dem Raucher zu kommunizieren, ist die Verpackung selbst [...] Daher müssen Vorschriften, die [...] unsere Verpackungsdesigns einschränken, mit allen Ressourcen und Energie bekämpft werden, die Corporate Affairs mobilisieren können.»⁴

“our final communication vehicle with our smoker is the pack itself [...] Therefore, regulations that infringe upon [...] our fundamental packaging designs must be fought with all the resources and energy Corporate Affairs can muster”

Die Tabakindustrie gegen die neutrale Verpackungen

Bereits in den 1990er Jahren verfolgte die Tabakindustrie eine Strategie, um die Einführung der neutralen Verpackung zu verzögern. Sie finanzierte Studien zur Diskreditierung dieser Massnahme, so 2013, als Philip Morris zwei Professoren der Universität Zürich anheuerte für eine massgeschneiderte Studie, in welcher behauptet wurde, neutrale Verpackungen seien unwirksam.⁵

Diese manipulierten Ergebnisse dienten der Tabakindustrie anschliessend als Grundlage für rechtliche Schritte. Unter dem Vorwand von Handelsabkommen, Handelsfreiheit und geistiges Eigentum wurde versucht, die Massnahme zu blockieren.⁶ Dieser heftige Widerstand beweist, dass sich die Industrie der Wirksamkeit der neutralen Verpackungen bewusst ist und ihre Folgen fürchtet, welche sie auf ihre Gewinne haben könnten.

Australiens Sieg vor Gericht gegen die Tabakindustrie

Ein exemplarisches Beispiel für die Blockade war 2011 eingereichte Klage von Philip Morris Asia gegen die australische Regierung, das erste Land, das sich für die Einführung neutraler Packungen entschieden hatte. Der Schachzug scheiterte jedoch: Das Schiedsgericht entschied, nicht auf die Klage von Philip Morris einzugehen.⁷ Im Jahr 2012 wurde dann eine weitere Klage gegen neutrale Packungen, die von Japan Tobacco International und British American Tobacco beim Obersten Gerichtshof Australiens eingereicht wurde, abgewiesen, wobei das Gericht bestätigte, dass neutrale Verpackungen keine Enteignung von Marken oder geistigem Eigentum darstelle und daher legal sein.⁸ Letztlich beendete die letzte Entscheidung die Welthandelsorganisation die Debatte: Am 9. Juni 2020 erklärte sie neutrale Verpackungen für legal und wirksam.⁹

Im Gegensatz zur Behauptung der Tabakindustrie, dass die Verpackung nur dazu dient, Marktanteile unter den bestehenden Raucherinnen und Rauchern zu erobern, zeigen Studien: Die Verpackung spielt eine zentrale Rolle bei der Produktwerbung, bei der gezielten Ansprache einer bestimmten Zielgruppe und bei der Gewinnung neuer Konsumentender.



2 NEUTRALE VERPACKUNGEN: EINE WIRKSAME GESETZLICHE ANTWORT

Was ist eine neutrale Verpackung?

Verpackung:

- **Ohne Logos**, ohne markengebundene Farben und ohne auffällige Typografie
- Mit einem **standardisierten Design** (Markenname in einer Standardschriftart an einer definierten Stelle auf der Verpackung)
- **Die am wenigsten attraktive Farbe verwendet**
- Mit deutlich sichtbaren **Gesundheitswarnungen**, die eine grosse Fläche bedecken

Welche Wirkung hat eine neutrale Verpackung?

In Ländern, welche diese Massnahme eingeführt hatten, zeigten Studien signifikante Effekte:

- Eine Denormalisierung des Tabaks, der als weniger attraktiv, weniger begehrenswert,¹⁰ von geringerer Qualität und schädlicher für die Gesundheit angesehen wird^{11,12,13,14}
- Eine Senkung der Prävalenz des Rauchens^{7,15,16}
- Ein Rückgang des Einstiegs in den Tabakkonsum, insbesondere bei Jugendlichen^{10,17}
- Anstieg der Auförversuche und der Anrufe bei Helplines^{11,18}
- Höhere Wirksamkeit der Warnhinweise auf den Verpackungen¹⁹

Die australische Erfahrung hat die Wirksamkeit dieser Massnahme bestätigt

In Australien hat die Einführung neutraler Verpackungen zu bemerkenswerten Ergebnissen geführt. Studien haben positive Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit gezeigt, wie z. B. einen deutlichen Rückgang der Attraktivität von Zigarettenmarken, eine erhöhte Aufmerksamkeit für Gesundheitswarnungen und eine Zunahme der Versuche, mit dem Rauchen aufzuhören. Zwischen 2012 und 2015 schätzte eine Regierungsstudie, dass etwa 25 % des Rückgangs der Raucherprävalenz in Australien (um 2,2 %) auf die neutrale Verpackung zurückzuführen war.²⁰



3 UND IN DER SCHWEIZ?

Die Zigarettenpackungen in der Schweiz gehören weiterhin zu den attraktivsten in Europa.

Das neue Tabakproduktegesetz (TabPG), das am 1. Oktober 2024 in Kraft trat, enthält lediglich minimale Anpassungen in Bezug auf die Gesundheitswarnungen auf Zigarettenpackungen:²¹

- Ein standardisierter Warnhinweis auf der Vorderseite der Verpackung: «Rauchen ist tödlich – hören Sie jetzt auf», der 35 % der Fläche bedeckt.
- Obligatorische Angabe auf der Seite: «Tabakrauch enthält über 70 krebserzeugende Stoffe».
- Auf der Rückseite der Packung: ein Bildwarnhinweis und Informationen zur Entwöhnung, die 50 % der Fläche bedecken.

Die Schweizer Bestimmungen folgen weiterhin der EU-Richtlinie (2001/37/EG) vom 5. Juni 2001,²² die längst nicht mehr aktuell ist und 2014 durch die Richtlinie (2014/40/EU) über Tabakerzeugnisse ersetzt wurde, die vorschreibt, dass Gesundheitswarnungen 65 % der Vorder- und Rückseite von Zigarettenpackungen einnehmen sollten, und den Mitgliedstaaten das Recht vorbehält, neutrale Packungen einzuführen.²³

Auch für andere Tabak- und Nikotinprodukte sind, teilweise neu, Warnhinweise vorgesehen. Diese Hinweise mindern jedoch nicht die Attraktivität der Verpackungen, bei denen das Markenlogo und das Markendesign weiterhin auf einem Grossteil der Vorderseite gut sichtbar ist.



Abbildung 2

Zigarettenpackung die in der Schweiz verkauft wird

Warum müssen wir jetzt handeln?

Die derzeitigen Massnahmen reichen nicht aus, um die Attraktivität von Zigarettenpackungen zu verringern und junge Menschen vor dem Einstieg in den Tabakkonsum zu schützen. **Die neutrale Verpackung eine wirksame und kostengünstige Lösung, da sie der öffentlichen Hand keine Kosten verursacht:** Die Industrie, die bereits die Verpackungen herstellt, trägt die gesamten Kosten.

Die Einführung neutraler Verkungen in der Schweiz wäre ein grosser Fortschritt für die öffentliche Gesundheit, vor allem wenn sie mit anderen wichtigen Massnahmen einherginge, wie einem vollständigen Werbeverbot, höheren Steuern und einer Verringerung der Anzahl der Verkaufsstellen.



- 1 Artikel 11 und 13 des WHO-Rahmenübereinkommens zur Eindämmung des Tabakgebrauchs.
- 2 Packaging and labelling of tobacco products. Verfügbar auf: [fctc.who.int/fr/convention/treaty-instruments/packaging-and-labelling-of-tobacco-products](https://www.fctc.who.int/fr/convention/treaty-instruments/packaging-and-labelling-of-tobacco-products).
- 3 Plain tobacco packaging. Verfügbar auf: en.wikipedia.org/wiki/Plain_tobacco_packaging.
- 4 Hulit, M. 1994. Philip Morris marketing issues; corporate affairs conference; May 27, 1994. Bates number: 2504015017. Verfügbar auf: www.industrydocuments.ucsf.edu/tobacco/docs/#id=qsbd0116.
- 5 Die Wissenschaft im Dienst des Geldes. Verfügbar auf: www.transparencyandtruth.ch/de/die-dossiers/uzh-pmi-afaaere/die-wissenschaft-im-dienst-des-geldes.
- 6 Plain Packaging. Verfügbar auf: www.tobaccotactics.org/article/plain-packaging/.
- 7 Hurst D, Australia wins international legal battle with Philip morris over plain packaging. The Guardian. 2015 Dec. Verfügbar auf: www.theguardian.com/australia-news/2015/dec/18/australia-wins-international-legal-battle-with-philip-morris-over-plain-packaging.
- 8 Judgement summaries. 2012. Verfügbar auf: www.hcourt.gov.au/assets/publications/judgment-summaries/2012/hca43-2012-10-05.pdf.
- 9 Tobacco plain packaging: Decisive legal victory should encourage more countries to follow Australia's lead. Verfügbar auf: www.mccabecentre.org/news-and-updates/tobacco-plain-packaging-legal-victory-for-australia.html.
- 10 Moodie C, Stead M, Bauld L et al. Plain tobacco packaging: a systematic review. London: University of London, Institute of Education, Social Science Research Unit, EPPI-Centre. EPPI Report. 2012.
- 11 Scheffels J, Lund I. The impact of cigarette branding and plain packaging on perceptions of product appeal and risk among young adults in Norway: A between-subjects experimental survey. *BMJ Open*. 2013 Dec 4;3(12):e003732. DOI: [10.1136/bmjopen-2013-003732](https://doi.org/10.1136/bmjopen-2013-003732).
- 12 Wakefield MA, Hayes L, Durkin S et al. Introduction effects of the Australian plain packaging policy on adult smokers: a cross-sectional study. *BMJ Open*. 2013 Jul 22;3(7):e003175. DOI: [10.1136/bmjopen-2013-003175](https://doi.org/10.1136/bmjopen-2013-003175).
- 13 Moodie C, Mackintosh AM, Hastings G et al. Young adult smokers' perceptions of plain packaging: a pilot naturalistic study. *Tob Control*. 2011 Sep;20(5):367-73. DOI: [10.1136/tc.2011.042911](https://doi.org/10.1136/tc.2011.042911).
- 14 Pasquereau A, Guignard R, Andler R et al. Plain packaging on tobacco products in France: Effectiveness on smokers' attitudes one year after implementation. *Tob Induc Dis*. 2022 Apr 7;20:35. DOI: [10.18332/tid/146600](https://doi.org/10.18332/tid/146600).
- 15 Diethelm PA, Farley TM. Re-analysing tobacco industry funded research on the effect of plain packaging on minors in Australia: Same data but different results. *Tob Prev Cessat*. 2017 Nov 16;3:130. DOI: [10.18332/tpc/78508](https://doi.org/10.18332/tpc/78508).
- 16 McNeill A, Gravelly S, Hitchman SC et al. Tobacco packaging design for reducing tobacco use. *Cochrane Database Syst Rev*. 2017 Apr 27;4(4):CD011244. DOI: [10.1002/14651858.CD011244.pub2](https://doi.org/10.1002/14651858.CD011244.pub2).
- 17 Jetly K, Ismail A, Hassan N et al. Perceived Influence of Plain Cigarette Packaging on Smoking Behavior: A Systematic Review. *J Public Health Manag Pract*. 2022 Sep-Oct 01;28(5):E757-E763. DOI: [10.1097/PHH.0000000000001517](https://doi.org/10.1097/PHH.0000000000001517).
- 18 Young JM, Stacey I, Dobbins TA et al. Association between tobacco plain packaging and Quitline calls: a population-based, interrupted time-series analysis. *Med J Aust*. 2014 Jan 20;200(1):29-32. DOI: [10.5694/mja13.11070](https://doi.org/10.5694/mja13.11070).
- 19 Drovandi A, Teague PA, Glass B et al. A systematic review of the perceptions of adolescents on graphic health warnings and plain packaging of cigarettes. *Syst Rev*. 2019 Jan 17;8(1):25. DOI: [10.1186/s13643-018-0933-0](https://doi.org/10.1186/s13643-018-0933-0).
- 20 Chipty T. Study of the impact of the tobacco plain packaging measure on smoking prevalence in Australia. Appendix A to the Australian Government's Post-Implementation Review on Tobacco Plain Packaging, 26. 2016. Verfügbar auf: <https://www.health.gov.au/resources/publications/study-of-the-impact-of-the-tobacco-plain-packaging-measure-on-smoking-prevalence-in-australia?language=en>.
- 21 BAG. Übersicht über die Warnhinweise gemäss dem Tabakproduktegesetz vom 1. Oktober 2024. 2024. Verfügbar auf: https://www.bag.admin.ch/dam/bag/de/dokumente/npp/tabak/tabpg/vollzug-tabpg/uebersicht-warnhinweise.pdf.download.pdf/uebersicht_warnhinweise_tabak_prod.pdf.
- 22 Richtlinie 2001/37/EG des europäischen Parlaments und des Rates vom 5. Juni 2001. Verfügbar auf: https://www.zigarettenverband.de/wp-content/uploads/2019/06/2001-37-EG_de.pdf.
- 23 Richtlinie 2014/40/EU des europäischen Parlaments und des Rates vom 3. April 2014. Verfügbar auf: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014L0040>.

