

DIE TABAK- UND NIKOTININDUSTRIE RICHTET SICH (NACH WIE VOR) AN JUNGE MENSCHEN

HINTERGRUND

Trotz ihrer Behauptungen, sich ausschliesslich an Erwachsene zu richten, zielt die Tabak- und Nikotinindustrie nach wie vor auf Jugendliche ab, da diese ihre wichtigste Quelle für neue Konsumenten darstellen. Die Mehrheit der rauchenden Personen beginnt vor dem 18. Lebensjahr mit dem Rauchen – einer Zeit, in der das Gehirn besonders anfällig für Nikotinabhängigkeit ist. Indem sie junge Menschen ins Visier nimmt, sichert sich die Tabakindustrie eine Kundschaft für viele Jahre.

ZIELGERICHTETES MARKETING

Um Jugendliche anzusprechen, nutzt die Industrie die für dieses Alter typischen psychologischen Mechanismen. Sie präsentiert Tabak als Symbol der Emanzipation und verbindet dessen Konsum mit Werten wie Freiheit, Rebellion, Experimentierfreude oder Gruppenzugehörigkeit. Bunte Packungen, von Mangas inspirierte Figuren, fruchtige Aromen und attraktive Preise: alles ist darauf ausgelegt, junge Menschen anzusprechen. Die Werbestrategien haben sich mit den Gewohnheiten der Jugendlichen weiterentwickelt. Soziale Netzwerke spielen mittlerweile eine zentrale Rolle, ebenso wie Influencer, Produktplatzierungen in Filmen, Serien und Musikvideos, das Sponsoring von öffentlichen Veranstaltungen oder die Verteilung von Gratisproben.

INTENSIVES LOBBYING

Über die Werbung hinaus versucht die Industrie auch, Massnahmen der öffentlichen Gesundheit zum Schutz junger Menschen zu behindern. Sie widersetzt sich regelmässig Präventionsmassnahmen, die als wirksam anerkannt sind, und beruft sich dabei auf die wirtschaftliche Freiheit und die Verantwortung der Verbraucher. Die Schweiz gehört nach wie vor zu den europäischen Ländern, die im Kampf gegen das Rauchen am wenigsten fortgeschritten sind. Sie ist nach wie vor das einzige europäische Land, das das WHO-Rahmenübereinkommen zur Eindämmung des Tabakkonsums nicht ratifiziert hat. Trotz einiger Fortschritte ist der Jugendschutz nach wie vor unzureichend, insbesondere aufgrund des wirtschaftlichen und politischen Gewichts der Tabakindustrie und den in der Schweiz angesiedelten internationalen Hauptsitzen von Philip Morris und Japan Tobacco.

WIE KANN MAN JUGENDLICHE SCHÜTZEN?

Der Schutz junger Menschen vor dem Tabakkonsum erfordert Massnahmen, die als wirksam anerkannt sind: Erhöhung der Steuern, Verbot jeglicher Werbung und attraktiver Aromen, strenge Regulierung neuer nikotinhaltiger Produkte, Einrichtung rauchfreier Zonen und Erleichterung des Zugangs zu Entwöhnungshilfen. Gezielte, auf junge Menschen zugeschnittene Präventionskampagnen, die die Strategien der Industrie anprangern, sind ebenfalls unerlässlich.