

Dienstag, 11. Januar 2022

Breite Allianz bekämpft Tabakwerbung

Das Oberwalliser Ja-Komitee will Minderjährige besser schützen. Seine Vertreter warnen: «Werbung wirkt» – gerade bei Jugendlichen.

Fabio Paozzi

Mehr als die Hälfte aller Raucher beginnen als Minderjährige mit dem Tabakkonsum. Schweizweit rauchen knapp 6 Prozent aller 15-Jährigen; im Wallis sind es gar mehr als 8 Prozent. Für Christian Rieder ein höchst problematischer Umstand. Er sagt: «Je früher Kinder und Jugendliche Erfahrungen mit Suchtmitteln machen, desto wahrscheinlicher werden sie davon abhängig und später weitere Drogen konsumieren. Dies bestätigt die Suchtforschung, und dies bestätigt mir meine berufliche Praxis.»

Rieder, Direktionsmitglied der Stiftung Sucht Wallis und Grossratssuppleant der CVPO, engagiert sich deshalb im Oberwalliser Ja-Komitee für die Volksinitiative «Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Tabakwerbung». Die Vorlage, über die am 13. Februar abgestimmt wird, findet aus gesundheitlichen wie auch aus volkswirtschaftlichen Gründen breite Unterstützung: Im Komitee ver-

treten sind auch Rahel Zimmermann (SPO), Aaron Heinzmann (Grüne Oberwallis), Jeannette Salzmann (Grünliberale Wallis), Konstantin Bumann (CSPO) und Dieter Stoessel (FDP Wallis). Lediglich die SVPO stellt keinen Vertreter im Oberwalliser Ja-Lager. Komplettiert wird dieses dafür mit alt Staatsrat Thomas Burgener (SPO), dem Präsidenten der Lungenliga Schweiz.

Bekanntlich hat das Parlament im letzten Herbst ein neues Tabakproduktegesetz verabschiedet, das demnächst in Kraft treten soll. Dieses verbietet Tabakwerbung etwa im Radio und im Fernsehen, auf Plakaten und im Kino – und ist für die Befürworter des Werbeverbots dennoch eine reine «Alibiübung», da es viel zu wenig weit gehe. Stattdessen will das Ja-Komitee Tabakwerbung überall dort verbieten, wo sie Kinder und Jugendliche erreichen könnte, also auch in der Presse, im Internet und den sozialen Medien, an Kiosken und auf Veranstaltungen.

Hauptargument der Befürworter ist dabei der simple Umstand, dass Werbung wirkt. Praktisch alle Studien würden zeigen, dass Jugendliche umso mehr mit Tabakprodukten experimentierten, je öfters sie der dazugehörigen Werbung ausgesetzt seien. Die Schlussfolgerung des Ja-Komitees lautet daher: Weil das neue Tabak-

«Am besten schützen wir die Jugend vor Tabakkonsum, indem wir die Werbung unterbinden.»

Konstantin Bumann
Komitee Tabakwerbeverbot Ja

produktegesetz ein Verkaufsverbot für Minderjährige beinhaltet, dürften Tabakprodukte auch nur gegenüber Erwachsenen beworben werden. Nur gezielte Werbeeinschränkungen könnten Kinder und Jugendliche wirksam vom Einstieg in den Tabakkonsum abhalten.

Gerade auch deshalb, weil junge Menschen in der Phase von Identitätsbildung und Pubertät besonders empfänglich seien für Werbung, die Coolness, ein Gruppengefühl oder Freiheit suggeriert, wie dies bei Tabakwerbung oft der Fall ist, sagt Konstantin Bumann. Für den Schuldirektor ist deshalb klar: «Am besten schützen wir unsere Jugend vor Tabak- und Nikotinkonsum, indem wir die Werbung unterbinden.»

Dabei weiss heute in der Theorie zwar jedes Kind, dass Rauchen der Gesundheit schadet. Dennoch muss Hausarzt Dieter Stoessel feststellen, dass er immer wieder mit nikotin- und tabakbedingten Gesundheitsschäden konfrontiert wird. «Und das bei allen Al-

tersklassen, leider auch bei Jugendlichen.»

In der Tat stellt der Tabakkonsum in der Schweiz heute die grösste vermeidbare Todesursache dar. 80 Prozent aller Fälle von Lungenkrebs gehen auf das Rauchen zurück; gesamthaft sterben in der Schweiz jedes Jahr 9500 Menschen an tabakbedingten Krankheiten. Heruntergebrochen auf das Oberwallis sind dies an die 100 Personen. Nicht zuletzt würden Raucher auch schneller pflegeabhängig.

Und damit geht der Tabakkonsum natürlich auch gehörig ins Geld: Drei Milliarden Franken verursacht das Rauchen jedes Jahr an direkten Gesundheitskosten. Oder, wie es das Ja-Komitee umschreibt: Eine vierköpfige Familie bezahle im Schnitt pro Jahr rund 1500 Franken an die tabakbedingten Gesundheitskosten der Schweizer Bevölkerung. Gesamthaft also ein x-faches jener knapp zehn Millionen Franken, welche die Wirtschaft im Jahr 2020 durch Zeitungs- und Plakatwerbung für Tabakprodukte generiert

hat. Jeannette Salzmann ist deshalb überzeugt, dass ein Werbeverbot «nicht nur wegen gesundheitlicher und bildungspolitischer Aspekte, sondern auch aus wirtschaftlichen Erwägungen» wichtig sei.

Dies scheint derzeit auch die Meinung der Mehrheit der Schweizerinnen und Schweizer zu sein. Denn obwohl das Parlament die Initiative mit 130 zu 104 Stimmen ablehnt, sprachen sich Ende Jahr in einer Umfrage des Forschungsinstituts GFS Bern 73 Prozent für die Vorlage aus.

Ein Zustimmungswert, der bei Initiativen zwar erfahrungsgemäss abnimmt, je näher der Abstimmungstermin rückt. Dennoch ist der deutliche Vorsprung aus Sicht des Ja-Komitees ein erfreuliches Zeichen – wobei die Schlacht aber noch nicht gewonnen ist. So sieht Thomas Burgener vorab im Ständemehr eine matchentscheidende Hürde, welche die Initiative noch nehmen muss. Mit ein Grund, weshalb das Ja-Komitee auch im Wallis auf eine breite Unterstützung hofft.