

Pressemitteilung

Lausanne, den 12.06.2017

Kinder und Jugendliche sind massiv Opfer der Tabakwerbung

Eine vom Institut du Management et des systèmes d'information (IMSI) der HEG Arc im Auftrag von CIPRET-Vaud durchgeführte Studie verwendete eine Technik zur Erfassung der Augenbewegungen (Eye-Tracking), um die Auswirkungen der Tabakproduktwerbung auf Kinder und Jugendliche im Alter von 10 bis 17 Jahren zu untersuchen. Die Ergebnisse sprechen eine deutliche Sprache: Die Tabakwerbung erreicht 100 Prozent der Kinder und Jugendlichen, die einen Kiosk betreten. Bei einer Besuchsdauer von 5 Minuten richtet sich der Blick der Kinder und Jugendlichen durchschnittlich 22-mal auf Tabakwerbeträger, mehrheitlich unbewusst.

Die von [CIPRET-Vaud](#) in Auftrag gegebene Studie des [Institut du Management et des systèmes d'information de la HEG Arc](#) bestand darin, 34 Kinder und Jugendliche im Alter von 10 bis 17 Jahren mit das Blickverhalten (*Eye-Tracking*) erfassenden Spezialbrillen auszustatten und sie in einen waadtländischen Kiosk zu schicken. Die Eye-Tracking-Technik ermöglichte es, die Blickverläufe, die Fixationspunkte und die Fixationsdauer der Kinder und Jugendlichen bei einer gewöhnlichen Aufgabe (Kauf eines Getränks, eines Snacks, einer Zeitung usw.) zu untersuchen.

Die Ergebnisse zeigen, dass alle Teilnehmenden dem Werbedruck der Tabakindustrie beim Besuch einer Verkaufsstelle ausgesetzt waren. Und dies massiv, da jedes Kind und jeder Jugendliche während eines einzigen Besuchs von 5 Minuten durchschnittlich 22-mal Tabakprodukte oder Tabakwerbeträger fixierte. Dennoch nannten, als sie anschliessend gefragt wurden, an was sie sich erinnerten, im Kiosk gesehen zu haben, nur 3 Teilnehmende (9 %) spontan die Zigaretten. **Nicht nur ist die Exposition der Kinder und Jugendlichen gegenüber dem Tabakmarketing unvermeidbar, sie ist auch gross und meistens unbewusst.** Dabei ist aufgezeigt worden, dass sich kurze, wiederholte und unbewusste Expositionen mit Werbestimuli positiv auf Beurteilungen und Kaufabsichten auswirken.

Die Kioske sind strategische Orte, in denen der grösste Teil der Ausgaben für das Marketing von Tabakprodukten investiert wird. Das [Projekt zur Beobachtung der Marketingstrategien für Tabakprodukte](#), eine andere von CIPRET-Vaud 2013-2014 durchgeführte Studie, registrierte bis zu 27 Werbeträger für diese Produkte in ein und derselben Verkaufsstelle. Die beiden Studien kombiniert zeigen, dass die Kinder und Jugendlichen, jedes Mal wenn sie in eine Verkaufsstelle eintreten, massiv Pro-Tabak-Stimuli ausgesetzt sind. Nun ist aber erwiesen, dass [die Tabakpromotion in den Verkaufsstellen](#) die Wahrscheinlichkeit stark erhöht, dass Kinder und Jugendliche zu rauchen beginnen.

Die geltende schweizerische Gesetzgebung ermöglicht es nicht, die Jugend vor dem massiven und unbewussten Einfluss der Tabakwerbung zu schützen. Das Verbot jeglicher Form von Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring für Tabakprodukte stellt ein

wirksames Mittel dar, um den Tabakkonsum zu reduzieren und die Kinder und Jugendlichen vor dem Einstieg in den Tabakkonsum zu schützen. Eine solche von der WHO empfohlene und [in den meisten europäischen Ländern angewandte Massnahme](#) wird [von der Mehrheit der Schweizer Bevölkerung befürwortet](#). Ungeachtet dessen hat das Schweizer Parlament kürzlich den Entwurf des Bundesgesetzes über Tabakprodukte, der vorsah, die Werbung für diese Produkte einzuschränken, zurückgewiesen.

Das CIPRET-Vaud

Das [CIPRET-Vaud](#) ist die kantonale Fachstelle für Tabakprävention. Seine Aufgabe ist es, Projekte und ein Fachwissen zu entwickeln, um die Information im Bereich Tabakprävention der Waadtländer Bevölkerung, der Behörden, der Unternehmen und der Fachpersonen im Gesundheits-, Sozial- und Bildungsbereich des Kantons Waadt zu gewährleisten.

Das CIPRET-Vaud ist im Auftrag des kantonalen Gesundheitsdienstes mit der Umsetzung des kantonalen Tabakpräventionsprogramms betraut. Es arbeitet mit den Partnern dieses Bereichs auf kantonaler, regionaler und nationaler Ebene zusammen.

Medienkontakte

- **Karin Zürcher** (Französisch), Verantwortliche, CIPRET-Vaud
078 690 30 54, karin.zuercher@fvls.vd.ch
- **Dr. Julien Intartaglia**, (Französisch, Deutsch) Professor für Marketing und Werbung, HEG-arc
078 913 14 81, julien.intartaglia@he-arc.ch
- **Verena El Fehri** (Deutsch) Geschäftsführerin AT
031 599 10 20, verena.elfehri@at-schweiz.ch

Anhänge

- Présentation des résultats « L'impact de la publicité pour les produits du tabac dans les points de vente en Suisse auprès de jeunes ». HEG Arc
- Fotos der Untersuchung auf Anfrage verfügbar