

Zusammenfassung des Schlussberichts - Abklärung und Evaluation des Bedarfs lateinischsprachiger Kantone an Interventionen im Bereich der Tabakwerbung und -promotion

Werbung für Tabakprodukte hat erwiesenermassen einen Einfluss auf den Konsum, insbesondere bei den Jugendlichen. In der Schweiz haben Tabakwerbung, -promotion und -sponsoring gegenwärtig Hochkonjunktur. Bei den Werbeeinschränkungen liegt die Schweiz klar hinter ihren Nachbarländern zurück. Angesichts dieser Regulierungsschwäche auf Bundesebene liegen die Regulierungsmassnahmen und die Kontrolle der Tabakwerbung in der Hand der Kantone. Die Ausgangslage und die Bedürfnisse der Kantone in Belangen der Tabakwerbung hängen ab von ihrer strategischen Ausrichtung und ihrem Handlungsspielraum. Die kantonalen Ziele im Bereich der Tabakwerbung könnten jedoch koordiniert und gemeinsam angegangen werden.

Das vorliegende Projekt entstand im Rahmen einer interkantonalen Arbeitsgruppe Tabak. Es wurde von der Kommission für Prävention und Gesundheitsförderung/Commission de Prévention et de Promotion de la Santé (CPPS) der GRSP (Groupement des Services de Santé Publique) ins Leben gerufen und von Unisanté koordiniert. Sein Ziel ist es, anhand eines Fragebogens eine Standortbestimmung zum Thema Tabakwerbung in den Kantonen der Romandie und im Tessin (FR, GE, JU, NE, TI, VD, VS) vorzunehmen, um den konkreten Handlungsbedarf zu klären. In einem zweiten Schritt wurde auf der Grundlage der ausgewerteten Fragebögen in einer interkantonalen Diskussionsgruppe zusammen mit der CPPS eine gemeinsame Projektskizze mit möglichen Handlungsachsen erstellt.

Projektskizze mit 5 Schwerpunkten, von denen 3 zeitlich priorisiert wurden:

1. Interkantonale Beobachtungsgruppe (bestehend aus Akteuren der Tabakprävention): Austausch von Good Practices, Erfahrungsaustausch, Fallstudien zum Thema Tabakwerbung, Stärkung der Kompetenzen und Weiterbildung der Akteure im Bereich der Voraussetzungen und Methoden einer erfolgreichen Umsetzung der strukturellen Tabakpräventionsmassnahmen.
2. Entwicklung von Instrumenten zur Information und Einflussnahme der kantonalen Verwaltungen und politischen Entscheidungsträger im Bereich Tabakwerbung:
 - Verfassen von Argumentationsgrundlagen
 - Verfassen von Leitfäden zur Förderung von bereichsübergreifenden Reflexionsnetzwerken zum Thema Tabakwerbung
3. Beobachtung des Marketings, auch für neue Produkte.

In einem zweiten Schritt:

4. Erarbeitung von aufbereiteten Unterrichtsmaterialien für Schulen, um die Kritikfähigkeit der Schülerinnen und Schüler gegenüber den Marketingstrategien der Tabakindustrie zu entwickeln.
5. Entwicklung eines Modells zur Unterstützung der Organisatoren von Kulturveranstaltungen bei ihrem Rückzug aus dem Sponsoring durch die Tabakindustrie.