

Zusammenfassung

Diese Studie präsentiert eine Evaluation der Tabakpräventions-Massnahmen in der Schweiz basierend auf einem kontrafaktischen Analyseansatz zur Schätzung der kausalen Effekte verschiedener Massnahmen auf die Raucher- und Konsumquote. Die Analyse ergänzt bereits existierende kontrafaktische Studien zu Rauchverbotten, Abgabeverboten und Tabakpräventions-Ausgaben in der Schweiz mit der Evaluation weiterer Massnahmen wie Werbeverbotten, Zigarettenpreisen und insbesondere Massnahmen zu E-Zigaretten und erhitzten Tabakprodukten. Aus dieser Studie resultieren nicht nur Empfehlungen zur Implementierung von Tabakpräventions-Massnahmen, sondern auch Empfehlungen bezüglich der Erhebung von Gesundheitsinformationen der Bevölkerung und des Monitorings von Tabakpräventions-Massnahmen. Schlussendlich dient diese Studie auch als Grundlage für zukünftige kontrafaktische Analysen im Bereich Tabakprävention und verwandten Fragestellungen im Bereich Sucht und nichtübertragbare Krankheiten.

Hauptresultate

- Kantonale Plakatverbote reduzieren die Raucherquote über (mindestens) 5 Jahre nach deren Einführung, allerdings nur sehr moderat.
- Zigarettenpreisanstiege reduzieren die Raucherquote.
- Massnahmen zu E-Zigaretten und erhitzten Tabakprodukten, d.h. die Ausweitung von mindestens einer Massnahme wie Rauch-, Werbe- oder Abgabeverbote auf E-Zigaretten und erhitzte Tabakprodukte, reduzieren kurzfristig die Konsumquote von E-Zigaretten und erhitzten Tabakprodukten unter Schulkindern (11-15 Jahre), jedoch nicht unter Jugendlichen (ab 15 Jahren) und Erwachsenen.
- Massnahmen zu E-Zigaretten und erhitzten Tabakprodukten, d.h. die Ausweitung von mindestens einer Massnahme wie Rauch-, Werbe- oder Abgabeverbote auf E-Zigaretten und erhitzte Tabakprodukte, führen weder unter Jugendlichen (ab 15 Jahren) und Erwachsenen noch unter Schulkindern (11-15 Jahre) kurzfristig nachweislich zur unerwünschten Substitution von E-Zigaretten und erhitzten Tabakprodukten durch herkömmliche Zigaretten zum Rauchen.

Mögliche Empfehlungen

- Ausweitung der kantonalen Plakatverbote für Tabakwerbung in Kantonen, welche diese Massnahme noch nicht eingeführt haben, sowie Ausweitung der Werbeverbote auf weitere Medientypen, um die Substitution von Plakatwerbung einzudämmen. Seit Oktober 2024 gilt ein schweizweites Plakatverbot für Tabak- und Nikotinprodukte (Bundesamt für Gesundheit, 2024).
- Erhöhung der Zigarettenpreise durch Anhebung der Tabaksteuer.
- Ausweitung der kantonalen Rauch-, Abgabe- und Werbeverbote zu E-Zigaretten und erhitzten Tabakprodukten in Kantonen, welche von diesen Massnahmen noch nicht oder nur teilweise Gebrauch machen. Seit Oktober 2024 gelten schweizweite Rauch-, Abgabe-, und Werbeverbote von Tabak- und Nikotinprodukten (Bundesamt für Gesundheit, 2024).
- Regelmässigeres und umfangreicheres Monitoring der Tabakpräventions-Massnahmen, sowie gleichzeitig auf das Monitoring abgestimmte Erhebung von Gesundheitsinformationen der Bevölkerung, wobei alle Informationen mindestens jährlich und pro Kanton erhoben werden sollten.
- Koordination der Erhebung und Analyse von Daten, so dass mehr Fragestellungen beantwortet werden können, z.B. um die Effektivität von verhältnis- und verhaltenspräventiven Massnahmen zu vergleichen, oder um die Effektivität von Tabakpräventions-Ausgaben zu analysieren.