

## **Begründung warum der Bund nicht gemeinsam mit der Tabakindustrie auftreten sollte bzw. Kündigung des Sponsoringvertrag des EDA mit *Philip Morris* an der Weltausstellung in Dubai 2020**

- **Die Schweizer Bevölkerung nimmt die Tabakindustrie nicht als einen hier verwurzelten Wirtschaftszweig, wie den Käse- oder Schokoladesektor wahr**, sondern als eine global tätige Industrie, die die Schweiz für ihr Weltgeschäft benützt (1), vergleichbar mit Firmen wie Glencore, Vale, Nord Stream usw. Die weitaus meisten der in der Schweiz produzierten Zigaretten werden exportiert, deren Produktion beruht auf importiertem Tabak und dient wegen der eigens dazu hergestellten nikotinreicheren Marken der Verbreitung der Tabakabhängigkeit in Ländern mit schwacher Tabakprävention im Nahen Osten, Asien und Afrika. Der Tabakanbau in unserem Land ist unbedeutend, seine staatliche Unterstützung ist nicht mehr verständlich.
- **Die Tabakindustrie steht im Ruf, Wissenschaft, Öffentlichkeit, Gesetzgebung und Verwaltung in unserem Staat zu beeinflussen.** Im Jahre 2001 wurde der Wissenschaftsbetrug von Prof. Ragnar Rylander an der Universität Genf aufgedeckt, der jahrelang von *Philip Morris* bezahlt wurde um die Gefährlichkeit des Passivrauchens zu verschleiern (2). Dazu gehört auch der Kauf „wissenschaftlicher Wahrheit“ mit dem Ziel, die Tabakprävention zu verzögern oder zu blockieren, wie zum Beispiel die Arbeiten zur neutralen Zigarettenpackung an der Universität Zürich (3) und das von *Japan Tobacco* bezahlte juristische Gutachten zur Passivrauchgesetzgebung im Jahre 2005 (4). Aber auch die Nichtratifizierung der FCTC, die Verzögerung, mit der das Parlament das Tabakproduktegesetz (TabPG) bearbeitet, Gesetzeslücken, welche die E-Zigarette JUUL ohne behördliche Massnahmen auf den Schweizer Markt zulassen, und die ohne Parlamentsentscheid erfolgte Legalisierung des Nikotins für E-Zigaretten sind nicht zuletzt das Resultat, wie die Tabakindustrie in der Schweiz lobbyiert.
- **Mit enormem PR-Aufwand versucht die Tabakindustrie die Öffentlichkeit und politische Entscheidungsträger von ihrer neuen Strategie der „Schadenverminderung“ (harm reduction) zu überzeugen** (5). Denn in Ländern mit zuvor hohen Raucherraten, wie z.B. Norwegen, Schweden, Kanada, Australien usw., in denen die Rahmenkonvention der FCTC weitgehend umgesetzt wurde, hat die Zahl der Raucher deutlich abgenommen und eine tiefe Raucherprävalenz von 10-12% ist bereits Realität. In diesen Ländern schwinden auch die Gewinne der Tabakindustrie, so dass sie jetzt versucht, mit „weniger schädlichen“ Nikotin-Produkten das Geschäft zu erhalten. Sie bleibt aber im fundamentalen Konflikt zur öffentlichen Gesundheit, weil ihr Geschäftsmodell auf der Nikotinabhängigkeit der Konsumenten beruht, welche in jugendlichen Gehirnen möglichst früh verankert werden soll. *Philip Morris* will mit der Stiftung „*Foundation for a smoke free world*“ eine „rauchfreie Welt“ anstreben und hat nach der Markteinführung von «IQOS» 2018 angekündigt, die Zigarettenherstellung einzustellen und auf «rauchfreie» Produkte zu setzen. Diese als grundlegenden Wandel beworbene Kehrtwendung kann unmöglich ehrlich gemeint sein, denn ein solches, konsequent umgesetztes Geschäftsverhalten würde zum Versiegen ihres Marktes führen. Für *Philip Morris* besteht eine «rauchfreie Welt» in Zukunft aus Benützern ihres neusten Produktes «IQOS» – eine Abkürzung für «*I Quit Ordinary Smoking*» – das nach ihren eigenen Angaben keinen schädlichen Rauch sondern nur «ungefährlichen Dampf» produziert, was nach Einschätzung von unabhängigen Fachleuten nicht der Fall ist. Der Auftritt an der Weltausstellung 2020 in Dubai war für *Philip Morris* ein weiterer Versuch, sich – im Namen der Schweiz – wieder ein sauberes Image zu geben.

- **Sponsoring ist nicht nur Zusammenarbeit, sondern drückt auch eine gemeinsame Ideenwelt und gegenseitige Wertschätzung der Partner aus.** Diese öffentliche Wahrnehmung des Sponsorings vervielfacht seine Wirkung. Dass die Tabakindustrie, um ihr angeschlagenes Ansehen wiederherzustellen, sich mit der irreführenden Strategie der „Schadenverminderung“ als Helfer der öffentlichen Gesundheit aufspielen will, ist nachvollziehbar (6). Dass sie sich dabei der Schweiz als Partner bedient, ist aus ihrer Sicht logisch, denn kein Land, das die FCTC ratifiziert hat, würde zu einer solchen PR-Aktion Hand bieten. Sich mit dem Bild der seriösen neutralen Schweiz zu verbinden, die Präzisions- und Innovationsprodukte in die Welt exportiert, die demokratisch funktioniert und in angesehenen Hochschulen tüchtige unabhängige Wissenschaftler ausbildet, ist für *Philip Morris* ein sicherer Reputationsgewinn, der den Nikotindispenser «IQOS» und andere „alternative Produkte“ weltweit zu verbreiten helfen würde. Die informierten Schweizer/innen sahen im Sponsoringvertrag mit *Philip Morris* hingegen einen schweren Reputationsverlust für unser Land, das sich für lächerliche 1.8 Millionen Franken beinahe hätte kaufen lassen, und dies von einer für betrügerisches Geschäftsverhalten seit Jahrzehnten weltweit bekannten nicht schweizerischen sondern global tätigen Firma.

#### Referenzen:

1. Kaelin RM: Die Schweiz, Plattform der Zigarettenhersteller. *Schweizerische Ärztezeitung* 2016;97:1653-58.
2. Malka S, Gregori M: Vernebelung - Wie die Tabakindustrie die Wissenschaft kauft. Zürich Orell Füssli Verlag, 2008 (Übersetzung des französischen Originals «Infiltration. Une taupe à la solde de Philip Morris». Editions Médecine et Hygiène, Georg. Genève 2005).
3. Diethelm PA, Farley TM: Refuting tobacco funded research: empirical data shows a decline in smoking prevalence following the introduction of plain packaging in Australia. *Tobacco Prevention and Cessation*. 2015, November 1.
4. Auer A: Le droit face à la political correctness: la constitutionnalité de l' initiative populaire genevoise fumée passive et santé. Octobre 2005.
5. European Respiratory Society: Position Paper on harm reduction, May 2019.  
<https://www.ersnet.org/advocacy/eu-affairs/ers-position-paper-on-tobacco-harm-reduction-2019>
6. Barben J, Schuurmans M, Zürcher A, Kaelin RM et al.: *Harm reduction – keine wirksame Strategie zur Tabakbekämpfung*. *Schweizerische Ärztezeitung* 2019,100 (331-32): 1041-44.