



# Faktenblatt

## Werbeeinnahmen im Zusammenhang mit Tabakprodukten in den Medien im Jahr 2021

Die Werbeeinnahmen für Tabakprodukte in den Schweizer Medien werden 2021 auf 10,4 Millionen Franken geschätzt, was 0,2 % ihrer Werbeeinnahmen entspricht. Diese Beträge sind im Vergleich zum Jahr 2000 massiv gesunken und sind für Medienformate wie Plakatwerbung und Printmedien marginale Einnahmen. Diese Daten wurden von Media Focus erfasst und vom BAG analysiert.

### KENNZAHLEN

2021 machten die Einnahmen für Tabakwerbung  
**0,2 %**  
der gesamten Werbung in den Schweizer Medien aus.

Insgesamt wurden  
**10,4 Millionen Franken**  
von der Industrie ausgegeben, hauptsächlich in Printmedien und für Plakate.

### KERNAUSSAGEN

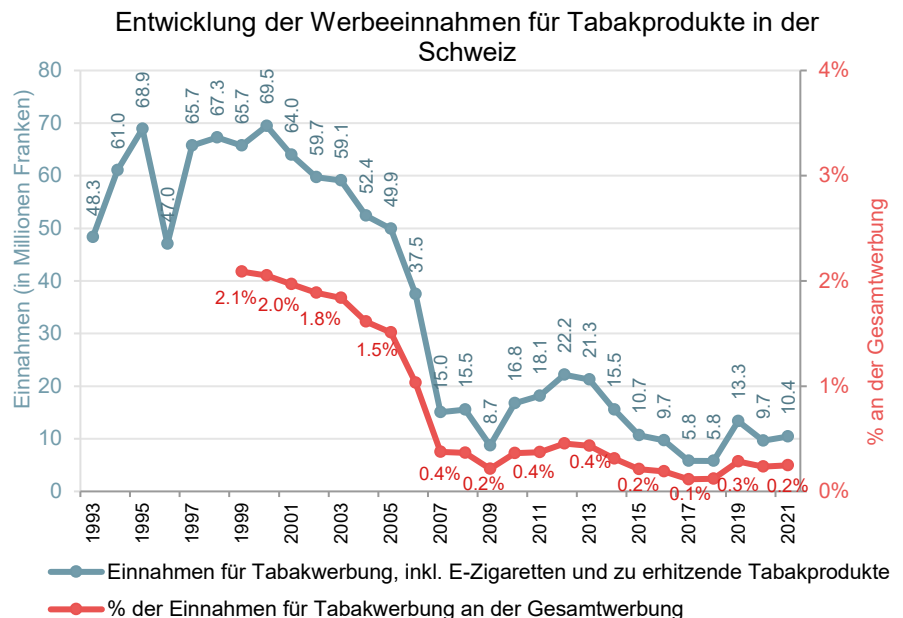
#### Werbeeinnahmen für Tabakprodukte in der Schweiz

Analysiert wurden Plakatwerbung, Printmedien, Kino, Fernsehen, Radio und einige elektronische Medien der Schweiz. Tabakwerbung wird auch in anderen Formen getätigt (Sponsoring, soziale Medien, Verkaufsstellen usw.), die hier nicht berücksichtigt werden.

Der 2021 für die Tabakwerbung aufgewendete Betrag, nämlich 10,4 Millionen Franken, ist 7-mal tiefer als die im Jahr 2000 erfasste Summe. Der starke Rückgang lässt sich durch die schrittweise Einführung von Werbeverboten in zahlreichen Kantonen erklären.

Die Beträge sind folgendermassen aufgeteilt: 59 % beziehen sich auf erhitzte Tabakprodukte (stark steigend), 16 % auf Zigaretten, 9 % auf das Image von Marken, 8 % auf Zigarren und 6 % auf Snus (mit oder ohne Tabak).

Der Anteil an den gesamten Werbeeinnahmen in der Schweiz sank von 2,1 % im Jahr 2000 auf 0,2 % im Jahr 2021.



Quelle: Media Focus – Synthese BAG

#### Tabakwerbung nach Medienformat

2021 wurden 68 % der Tabakwerbebeträge für Printmedien (7 Millionen Franken, aufgeteilt auf kostenpflichtige Medien 6,5 Millionen Franken und Gratismedien 0,5 Millionen Franken) und 21 % (2,1 Millionen Franken) für Plakatwerbung getätigt. Diese Summen liegen deutlich tiefer als in der

Bei den Printmedien entfallen

**93 %**

der Beträge für Tabakwerbung  
(steigend) auf

**kostenpflichtige  
Medien,**

auf Gratismedien nur 7 %.

Tabakwerbung macht

**höchstens**

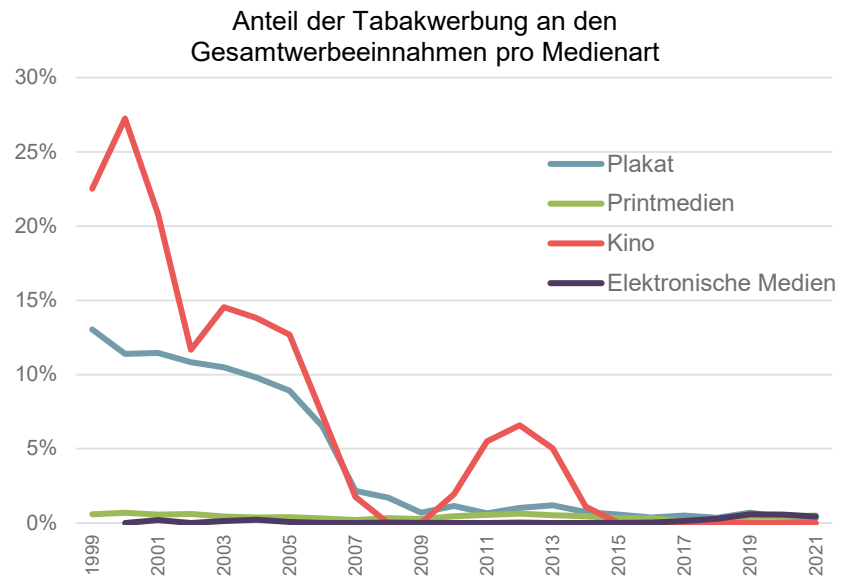
**0,5 %**

der Werbeeinnahmen einer  
Medienbranche aus.

Vergangenheit. Für Kinowerbung gingen sie seit 2015 von 10 Millionen Franken im Jahr 2000 auf null zurück. Der Rest betrifft die elektronischen Medien.

### Anteil der Einnahmen für Tabakwerbung nach Medienformat

2021 lieferte die Werbung für Tabakprodukte den verschiedenen Medienformaten nur marginale Einnahmen: lediglich 0,5 % der gesamten Werbeeinnahmen der Printmedien und 0,3 % der Einnahmen in der Plakatwerbung.



Quelle: Daten Media Focus – Synthese BAG

Media Focus bewertet die erfassten Anzeigenschaltung in allen Mediengruppen gemäss den veröffentlichten Bruttomedientarifen. Es werden hier nur die Medien berücksichtigt, die von der Schweiz aus verbreitet werden. Die Beträge für elektronischen Medien beziehen sich auf die Informationen, die von den Medienagenturen an Media Focus gesendet werden.

In der Schweiz darf für Tabak geworben werden, ausgenommen:

- Werbung in Radio und Fernsehen;
- Werbung, die sich speziell an Jugendliche unter 18 Jahren richtet;
- die Abgabe von kostenlosen Werbegegenständen an Minderjährige.

In der Schweiz verfügen manche Kantone über eine restriktivere Gesetzgebung als der Bund. Einzelheiten dazu sind hier zu finden :

[www.bag.admin.ch](http://www.bag.admin.ch) → Strategie & Politik → Politische Aufträge zur Tabakprävention → Tabakpolitik in den Kantonen → Einschränkung der Tabakwerbung [LINK]

### QUELLE

Media Focus – Synthese BAG, 2022

### KONTAKT

Bundesamt für Gesundheit BAG  
Abteilung Prävention nichtübertragbarer Krankheiten  
Sektion wissenschaftliche Grundlagen  
BAGgrundlagen@bag.admin.ch

### DATUM

August 2022