

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023: Analyse des Tabak- und Nikotinkonsums

Version 1.1, 2. Juni 2025

verfasst für:

Tabakpräventionsfonds

vertreten durch:

Dr. Verena Friedrich

verfasst von:

Dr. Jesse Bächler

Prof. Dr. Isabel Baumann

Dr. Hubert Studer

Prof. Dr. Steffen Müller

Prof. Dr. Frank Wieber

Dieser Bericht wurde im Auftrag des Tabakpräventionsfonds (TPF) und unter Mitarbeit des BAG und des TPF erstellt.

Zitiervorschlag:

Bächler, J., Baumann, I., Studer, H., Müller, S., & Wieber, F. (2025). *Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023: Analyse des Tabak- und Nikotinkonsums*. ZHAW.

Zusammenfassung

Im Folgenden werden für jedes Kapitel des vorliegenden Berichts die zentralen Inhalte bzw. Ergebnisse der Analysen zur Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 zusammengefasst.

1. Einleitung

- Inhalt dieses Berichts ist die vertiefte Auswertung der Daten der Erhebung Gesundheit und Lifestyle (EGL) von 2023 (Bundesamt für Gesundheit, 2024) mit Fokus auf den Konsum von Tabak- und Nikotinprodukten in der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren.

2. Prävalenzen

- 23% der Schweizer Bevölkerung konsumieren mindestens einmal im Monat und 16% konsumieren täglich mindestens ein tabak-/nikotinhaltiges Produkt.
- Bei den 15-17-Jährigen konsumieren 15% mindestens monatlich ein tabak-/nikotinhaltiges Produkt, 7% konsumieren täglich.
- Zigaretten sind mit einer Monatsprävalenz von 16% und einer Tagesprävalenz von 11% das in der Schweizer Bevölkerung am häufigsten konsumierte Tabak-/Nikotinprodukt. Am häufigsten werden sie durch Männer und Personen mit Sek-II-Schulabschluss konsumiert.
- Zigaretten werden am häufigsten von 45-54-Jährigen geraucht (Monatsprävalenz 20%) und damit erstmalig nicht mehr von jungen Erwachsenen (Monatsprävalenz 18-24-Jährige: 17%).
- E-Zigaretten sind – auf deutlich tieferem Niveau – das am zweithäufigsten konsumierte Tabak-/Nikotinprodukt: 4% konsumieren sie mindestens einmal im Monat und 2% täglich. Am häufigsten konsumieren 18-24-Jährige E-Zigaretten (Monatsprävalenz 10%, Tagesprävalenz 4%), gefolgt von 15-17-Jährigen (Monatsprävalenz 8%, Tagesprävalenz 3%).
- Erhitzte Tabakprodukte (<3%) werden vor allem von Personen 25+ konsumiert; Snus (<2%), Schnupftabak (<2%) und Nikotinbeutel (<1%) vor allem von Personen unter 25 Jahren.

3. Mehrfachkonsum

- Bei Personen, die mindestens monatlich konsumieren, benutzen 23% zwei Produkte und 14% drei oder mehr Produkte.
- Bei 18-24-jährigen Konsumierenden nutzt die Mehrheit (58%) mehrere Produkte im Monat, meist Zigaretten (53%) und E-Zigaretten (48%), aber auch Snus (20%) und Schnupftabak (18%). Dabei nutzen sie häufiger zwei Produkte (31%) als 3+ Produkte (27%).
- Bei 15-17-jährigen Konsumierenden nutzt ebenfalls die Mehrheit (55%) mehrere Produkte im Monat, meist Zigaretten (63%) und E-Zigaretten (59%), aber auch Nikotinbeutel (21%) und Shisha sowie Schnupftabak (jeweils 18%). Dabei nutzen sie häufiger 3+ Produkte (34%) als zwei Produkte (21%).
- Mit zunehmendem Alter und bei täglichem Konsum nimmt das Repertoire der konsumierten Produkte ab.

4. Einstiegsprodukte und Konsumverlauf

- Insgesamt sind über 76% der Konsumierenden mit Zigaretten in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen.
- Jüngere Altersgruppen beginnen allerdings immer seltener mit Zigaretten: 15-17-Jährige sind häufiger mit E-Zigaretten (29%) als mit Zigaretten (28%) in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen.
- Von den 15-17-Jährigen (18-24-Jährigen), die aktuell Zigaretten konsumieren, haben 55% (84%) direkt mit Zigaretten begonnen und 30% (5%) mit E-Zigaretten.
- Personen, die mit Zigaretten eingestiegen sind, haben oftmals auch andere Produkte ausprobiert (insbesondere E-Zigaretten, erhitzte Tabakprodukte und Schnupftabak), aber deren Konsum nur vergleichsweise selten aufrechterhalten.

5. Detailauswertung E-Zigaretten

- Am häufigsten werden Einweg-E-Zigaretten (49%) genutzt, insbesondere von Personen unter 35 Jahren (79% bei den 15-17-Jährigen; 69% bei den 18-24-Jährigen).
- Fast ein Zehntel der E-Zigarettenrauchenden (9%) bevorzugen E-Zigaretten mit einer Nikotin-Konzentration von mehr als 2%, knapp ein Drittel nikotinfreie E-Zigaretten (30%).
- Als Geschmacksrichtung bevorzugt die Mehrheit der Konsumierenden (62%) fruchtige Aromen, während Personen 45+ und solche mit höherer Bildungsstufe Menthol, Minze oder Tabakaromen präferieren.

6. Aufhörbereitschaft

- Die Mehrheit der Konsumierenden von Zigaretten (51%), erhitzten Tabakprodukten (58%), Snus (52%) und Nikotinbeuteln (53%) will aufhören, bei E-Zigaretten und Kautabak sind es 42%. Nur bei Shisha (14%) und Schnupftabak (13%) wollen weniger Konsumierende aufhören.
- Täglich Konsumierende wollen häufiger aufhören als mindestens monatlich Konsumierende.

7. Konsumgründe

- Jüngere Altersgruppen (15-34-Jährige) konsumieren E-Zigaretten und Shisha vor allem wegen des angenehmen Geschmacks und Snus- und Nikotinbeutel vor allem, um die Wirkung des Nikotins zu spüren. Bei Shisha ist auch das Zusammensein mit Freunden wichtig.
- Ältere Altersgruppen (35+ Jahre) und Personen mit höherer Bildung konsumieren E-Zigaretten und erhitzte Tabakprodukte vor allem, um ihren Zigarettenkonsum zu reduzieren oder nicht wieder mit dem Rauchen herkömmlicher Zigaretten anzufangen.

8. Passivkonsum

- Gut die Hälfte der Bevölkerung (50% bzw. 45%) ist selten Tabakrauch bzw. Aerosolen von E-Zigaretten oder erhitzten Tabakprodukten ausgesetzt, 37% bzw. 26% sind es mindestens manchmal und 12% bzw. 7% (sehr) oft.
- Jüngere Personen sind überdurchschnittlich häufig Passivrauch/Aerosolen ausgesetzt. Bei 15-17-Jährigen wie auch 18-24-Jährigen sind mehr als ein Fünftel (sehr) oft exponiert.
- Mit zunehmendem Alter ist der passive Konsum von Tabakrauch und Aerosolen geringer.

9. Gesellschaftliche Stellung des Rauchens

- Zigaretten werden überwiegend (58%) negativ bewertet.
- E-Zigaretten hingegen werden überwiegend neutral (45%) bis (sehr) positiv (15%) bewertet.
- Einem Verzicht auf Tabak-/Nikotinprodukte in Anwesenheit von Kindern – drinnen und draussen – stimmen etwa 90% der Bevölkerung (Nicht-Konsumierende 94%, Konsumierende 74-88%) ganz oder eher zu. Mit höherer Konsumintensität sinkt die Zustimmung.
- Bei mehr als 80% der Bevölkerung ist der Konsum von Zigaretten, E-Zigaretten oder erhitzten Tabakprodukten zuhause in Innenräumen verboten (Nicht-Konsumierende >84%, Konsumierende 69% Zigarettenverbot und 45% E-Zigaretten/erhitzte Tabakprodukteverbot).
- Der Tabak-/Nikotinkonsum von Haushalten mit Kindern unterscheidet sich kaum von dem von Haushalten ohne Kinder.

10. Werbekontakte und Werbegeschenke

- Werbung für Nikotin- und Tabakprodukte haben 48% der Bevölkerung in den letzten 12 Monaten wahrgenommen, besonders in Kiosken, Zeitungen und auf Plakaten.
- Die meiste Werbung wurde von 18-24-Jährigen wahrgenommen (63%), gefolgt von den 15-17-Jährigen mit 60%. Bei den 15-17-Jährigen wurde Werbung besonders häufig an Kiosken (27%) oder über Social Media (22%) wahrgenommen.
- Werbegeschenke haben 8% der Bevölkerung in den letzten 12 Monaten erhalten, davon überdurchschnittlich häufig 15-17-Jährige (9%) und 18-24-Jährige (20%).

11. Verkauf an Minderjährige

- Bei den 15-17-Jährigen kauft die Mehrheit ihre Produkte teilweise oder immer selbst, insbesondere Snus mit Tabak (93%), Nikotinbeutel (87%), Zigaretten (73%) und Liquide für E-Zigaretten (62%).
- Bei 15-17-Jährigen, die täglich konsumieren, steigt der Anteil der Selbstkäufe bis auf 100% an.
- Die wichtigsten Kauforte für alle Produkte sind Kioske und Läden.

12. Konsumorte

- Tabak-/Nikotinprodukte werden am häufigsten (>65%) im Freien an öffentlichen Orten konsumiert, insbesondere von unter 25-Jährigen.
- In Innenräumen zuhause werden insbesondere E-Zigaretten (>50%) und erhitzte Tabakprodukte (>40%) konsumiert, deutlich weniger Zigaretten (20%). Unter 25-Jährige konsumieren seltener zuhause.

13. Vergleich mit anderen Studien

- Der Vergleich der vorliegenden Studie mit anderen aktuellen Studien, die den Tabak-/Nikotinkonsum untersuchen, bestätigt die gefundenen Ergebnisse und weist auf konsistente Trends bei der Veränderung der Konsummuster und Einstellungen hin (z.B. globale Prävalenzen, Zigarette als Einstiegsprodukt, Tagesprävalenz Konsum 15-17-Jähriger). Er zeigt aber z.T. auch Unterschiede auf (z.B. Monatsprävalenz Snus bei 15-17-Jährigen).

Fazit

- Die herkömmliche Zigarette dominiert derzeit noch den Konsum und ist auch das zentrale Einstiegsprodukt, aber die Konsummuster ändern sich deutlich.
- Insbesondere 15-24-Jährige beginnen häufiger mit E-Zigaretten und konsumieren häufiger mehrere Nikotin-/Tabakprodukte. Ein zentraler Konsumgrund für E-Zigaretten ist der angenehme Geschmack, meist mit fruchtigen Aromen. Hier bietet sich Raum für regulatorische Massnahmen wie ein Verbot solcher Aromen.
- Auch ältere Personen wechseln auf E-Zigaretten und erhitzte Tabakprodukte, allerdings vor allem, um das Rauchen von Zigaretten zu vermeiden.
- Die Mehrheit der Konsumierenden ist bereit aufzuhören, insbesondere täglich Konsumierende haben eine hohe Aufhörbereitschaft. Vor diesem Hintergrund bieten sich gezielte Interventionsmassnahmen an, um den Konsum von Tabak-/Nikotinprodukten weiter zu reduzieren und dessen Denormalisierung voranzubringen.
- Der Einfluss der Werbung ist sichtbar. Während Zigaretten ein überwiegend negatives Image haben, werden E-Zigaretten positiver bewertet.
- So gelten bei E-Zigaretten oftmals weniger strikte Regeln, z.B. in Bezug auf das Rauchen in den eigenen Innenräumen. Hier gilt es weitere Aufklärungsarbeit zu leisten, insbesondere über die Schädlichkeit der Aerosole, auch beim passiven Konsum.
- Kauforte für Minderjährige zwischen 15 und 17 Jahren sind am häufigsten Kioske und Läden, wobei sich dies mit der Einführung des Tabakproduktegesetzes im Oktober 2024 ändern dürfte. Hier bräuchte es Ansätze, um den Kauf zu erschweren bzw. die Attraktivität des Käuferlebnisses zu reduzieren, beispielsweise durch neutrale Verpackungen.
- Insgesamt zeigt der Bericht eher eine Diversifizierung beim Konsum von Tabak-/Nikotinprodukten als eine grundsätzliche Abnahme des Konsums. Um den Anstieg in der Nutzung und Verbreitung neuer Produkte zu begrenzen, sind spezifische Massnahmen in der Tabak- und Nikotinprävention notwendig, insbesondere bezüglich Minderjähriger und junger Erwachsener.

Résumé

Ci-après les principaux résultats de la partie tabac de l'enquête Santé et Lifestyle 2023, par chapitre.

1. Introduction

- Ce rapport est l'analyse approfondie des données de l'enquête Santé et Lifestyle (ESL) de 2023 (Office fédéral de la santé publique, 2024), en se concentrant sur la consommation de produits du tabac et de la nicotine dans la population suisse âgée de 15 ans et plus.

2. Prévalences

- 23% de la population suisse consomme au moins une fois par mois et 16% consomme quotidiennement au moins un produit contenant du tabac/de la nicotine.
- Chez les 15-17 ans, 15% consomment au moins une fois par mois un produit contenant du tabac/de la nicotine, 7% en consomment tous les jours.
- Les cigarettes sont le produit le plus fréquemment consommé par la population suisse (prévalence mensuelle : 16% ; quotidienne : 11%). Elles sont le plus souvent consommées par les hommes et les personnes ayant suivi une scolarité secondaire II.
- Les cigarettes sont le plus souvent fumées par les 45-54 ans (prévalence mensuelle de 20%) et, pour la première fois, plus par les jeunes adultes (prévalence mensuelle des 18-24 ans : 17%).
- Les cigarettes électroniques sont - à un niveau nettement inférieur - le deuxième produit le plus consommé : 4% les consomment au moins une fois par mois et 2% quotidiennement. Les 18-24 ans sont les plus nombreux à les consommer (prévalence mensuelle 10%, quotidienne 4%), suivis par les 15-17 ans (prévalence mensuelle 8%, quotidienne 3%).
- Les produits du tabac à chauffer (<3%) sont surtout consommés par les personnes de 25 ans et plus ; le snus (<2%), le tabac à priser (<2%) et les sachets de nicotine (<1%) sont surtout consommés par les personnes de <25 ans.

3. Consommation multiple

- Parmi les personnes qui consomment au moins une fois par mois, 23% utilisent deux produits et 14% trois produits ou plus.
- Les consommateurs de 18 à 24 ans utilisent en majorité (58%) plusieurs produits par mois, le plus souvent des cigarettes (53%) et des cigarettes électroniques (48%), mais aussi du snus (20%) et du tabac à priser (18%). Ils utilisent plus souvent deux produits (31%) que 3+ produits (27%).
- Les consommateurs de 15-17 ans utilisent également en majorité (55%) plusieurs produits par mois, le plus souvent des cigarettes (63%) et des cigarettes électroniques (59%), mais aussi des sachets de nicotine (21%) et des shisha et du tabac à priser (18% chacun). Ils utilisent plus souvent 3+ produits (34%) que deux produits (21%).
- Avec l'âge et en cas de consommation quotidienne, la variété des produits consommés diminue.

4. Produits d'entrée et évolution de la consommation

- Au total, plus de 76% des consommateurs ont commencé à consommer du tabac/de la nicotine avec des cigarettes.
- Les groupes d'âge plus jeunes commencent toutefois de moins en moins souvent avec des cigarettes : les 15-17 ans sont plus nombreux à avoir commencé à consommer du tabac/de la nicotine avec des cigarettes électroniques (29%) qu'avec des cigarettes (28%).
- Parmi les 15-17 ans (18-24 ans) qui consomment actuellement des cigarettes, 55% (84%) ont commencé directement par des cigarettes et 30% (5%) par des cigarettes électroniques.
- Les personnes qui ont commencé par fumer des cigarettes ont souvent essayé d'autres produits (notamment les cigarettes électroniques, les produits du tabac à chauffer et le tabac à priser), mais n'ont que relativement rarement maintenu leur consommation.

5. Analyse détaillée des cigarettes électroniques

- Les cigarettes électroniques jetables sont les plus utilisées (49%), en particulier par les personnes de moins de 35 ans (79% chez les 15-17 ans ; 69% chez les 18-24 ans).

- Près d'un dixième des fumeurs de cigarettes électroniques (9%) préfèrent les cigarettes électroniques avec une concentration de nicotine supérieure à 2%, et près d'un tiers les cigarettes électroniques sans nicotine (30%).
- La majorité des consommateurs (62%) préfèrent les arômes fruités, tandis que les personnes de 45 ans et plus et celles ayant un niveau d'éducation plus élevé préfèrent le menthol, la menthe ou les arômes de tabac.

6. Disposition à arrêter

- La majorité des consommateurs de cigarettes (51%), de produits du tabac à chauffer (58%), de snus (52%) et de sachets de nicotine (53%) veulent arrêter, contre 42% pour les cigarettes électroniques et le tabac à chiquer. Seuls la chicha (14%) et le tabac à priser (13%) suscitent moins d'intérêt de la part des consommateurs.
- Les consommateurs quotidiens souhaitent plus souvent arrêter que les consommateurs mensuels.

7. Motifs de consommation

- Les groupes d'âge plus jeunes (15-34 ans) consomment des cigarettes électroniques et des shisha surtout pour leur goût agréable et des sachets de snus et de nicotine surtout pour ressentir les effets de la nicotine. Pour la chicha, le fait de se retrouver entre amis est également important.
- Les groupes d'âge plus élevés (35 ans et plus) et les personnes ayant un niveau d'éducation plus élevé consomment des cigarettes électroniques et des produits du tabac à chauffer principalement pour réduire leur consommation de cigarettes ou ne pas recommencer à fumer des cigarettes traditionnelles.

8. Consommation passive

- Une bonne moitié de la population (respectivement 50% et 45%) est rarement exposée à la fumée de cigarette ou aux aérosols (cigarettes électroniques ou produits du tabac à chauffer), 37% et 26% le sont au moins parfois et 12% et 7% (très) souvent.
- Les jeunes sont plus souvent exposés au tabagisme passif/aux aérosols que la moyenne. Les 15-17 ans comme les 18-24 ans sont plus d'un cinquième (très) souvent exposés.
- Avec l'âge, la consommation passive de fumée de tabac et d'aérosols est moins importante.

9. Position tabagisme dans la société

- Les cigarettes sont majoritairement (58%) jugées négativement.
- En revanche, les cigarettes électroniques sont principalement évaluées de manière neutre (45%) à (très) positive (15%).
- Environ 90% de la population (94% des non-consommateurs, 74-88% des consommateurs) sont tout à fait ou plutôt d'accord avec le renoncement aux produits du tabac/de la nicotine en présence d'enfants, à l'intérieur comme à l'extérieur. L'approbation diminue lorsque l'intensité de la consommation augmente.
- Pour plus de 80% de la population, la consommation à la maison de cigarettes, de cigarettes électroniques ou de produits du tabac à chauffer est interdite à l'intérieur (non-consommateurs : >84%, consommateurs : 69% interdiction de cigarettes et 45% de cigarettes électroniques/produits du tabac à chauffer)
- La consommation de tabac/nicotine des ménages avec enfants ne diffère guère de celle des ménages sans enfants.

10. Contacts publicitaires et cadeaux publicitaires

- 48% de la population a vu de la publicité pour des produits à base de nicotine et de tabac au cours des 12 derniers mois, en particulier dans les kiosques, les journaux et sur les affiches.
- La plupart des publicités ont été vues par les 18-24 ans (63%), suivis par les 15-17 ans (60%). Chez les 15-17 ans, la publicité a été particulièrement vue dans les kiosques (27%) ou via les médias sociaux (22%).
- Des cadeaux publicitaires ont été reçus par 8% de la population durant les 12 derniers mois, dont une proportion supérieure à la moyenne chez les 15-17 ans (9%) et les 18-24 ans (20%).

11. Vente aux mineurs

- Chez les 15-17 ans, la majorité achète elle-même une partie ou la totalité de ses produits, notamment le snus avec tabac (93%), les sachets de nicotine (87%), les cigarettes (73%) et les liquides pour cigarettes électroniques (62%).
- Chez les 15-17 ans qui consomment quotidiennement, ils sont jusqu'à 100% à acheter eux-mêmes.
- Les principaux lieux d'achat pour tous les produits sont les kiosques et les magasins.

12. Lieux de consommation

- Les produits du tabac/nicotine sont le plus souvent (>65%) consommés à l'extérieur, dans des lieux publics, en particulier par les moins de 25 ans.
- A l'intérieur, à la maison, ce sont surtout les cigarettes électroniques (>50%) et les produits du tabac chauffés (>40%) qui sont consommés, nettement moins les cigarettes (20%). Les moins de 25 ans consomment moins souvent à domicile.

13. Comparaison avec d'autres études

- La comparaison de la présente étude avec d'autres études récentes portant sur la consommation de tabac/nicotine confirme les résultats obtenus et met en évidence des tendances cohérentes dans l'évolution des modèles de consommation et des attitudes (p. ex. prévalences globales, cigarette comme produit d'initiation, prévalence quotidienne de la consommation chez les 15-17 ans). Mais il met aussi en évidence des différences (p. ex. la prévalence mensuelle du snus chez les 15-17 ans).

Conclusion

- La cigarette traditionnelle domine encore actuellement la consommation et constitue également le principal produit d'entrée, mais les modes de consommation évoluent sensiblement.
- Les 15-24 ans, en particulier, commencent plus souvent à utiliser des cigarettes électroniques et consomment plus souvent plusieurs produits nicotiques/tabac. Une raison principale de consommation des cigarettes électroniques est leur goût agréable, généralement avec des arômes fruités. Il y a là matière à prendre des mesures telles que l'interdiction de tels arômes.
- Les personnes plus âgées passent également à la cigarette électronique et aux produits du tabac à chauffer, mais surtout pour éviter de fumer des cigarettes.
- La majorité des consommateurs sont prêts à arrêter de fumer, en particulier les consommateurs quotidiens. Dans ce contexte, des mesures d'intervention ciblées s'imposent pour réduire encore la consommation et leur acceptabilité sociale.
- L'influence de la publicité est visible. Alors que les cigarettes ont une image majoritairement négative, les cigarettes électroniques sont jugées plus positivement.
- Ainsi, les cigarettes électroniques sont souvent soumises à des règles moins strictes, par exemple dans son propre espace intérieur. Il convient ici de poursuivre le travail d'information, notamment sur la nocivité des aérosols, y compris en cas de consommation passive.
- Les lieux d'achat sont le plus souvent les kiosques et les magasins pour les mineurs de 15 à 17 ans - même si cela devrait changer depuis l'introduction de la loi sur les produits du tabac en octobre 2024. Il faudrait ici des approches visant à rendre l'achat plus difficile ou à réduire l'attrait de l'expérience d'achat, par exemple en utilisant des emballages neutres.
- Dans l'ensemble, le rapport montre plutôt une diversification de la consommation de produits du tabac/nicotine qu'une diminution. Pour limiter l'augmentation de l'utilisation et de la diffusion de nouveaux produits, il est nécessaire de prendre des mesures spécifiques en matière de prévention, notamment en ce qui concerne les mineurs et les jeunes adultes.

Sintesi

Di seguito sono presentati principali risultati dell'analisi sul tabagismo dell'indagine Salute e Lifestyle 2023.

1. Introduzione

- Il presente rapporto contiene l'analisi approfondita dei dati dell'indagine Salute e Lifestyle (ISL) del 2023 (Ufficio federale della sanità pubblica, 2024), focalizzata sul consumo di prodotti del tabacco e a base di nicotina nella popolazione svizzera a partire dai 15 anni.

2. Prevalenze

- Il 23% della popolazione svizzera consuma un prodotto del tabacco/a base di nicotina almeno una volta al mese e il 16% almeno una volta al giorno.
- Nella fascia di età 15–17 anni, il 15% consuma un prodotto del tabacco/a base di nicotina almeno una volta al mese e il 7% almeno una volta al giorno.
- Con una prevalenza mensile del 16% e una prevalenza giornaliera dell'11% le sigarette sono il prodotto del tabacco/a base di nicotina più consumato dalla popolazione svizzera. I maggiori consumatori sono gli uomini e le persone con diploma di scuola secondaria II.
- Le sigarette vengono fumate più frequentemente dai 45–54enni (prevalenza mensile del 20%), e quindi per la prima volta non più dai giovani adulti (prevalenza mensile 18–24 anni: 17%).
- A un livello notevolmente più basso, le sigarette elettroniche sono il secondo prodotto del tabacco/a base di nicotina più consumato: il 4% le consuma almeno una volta al mese e il 2% una volta al giorno. I maggiori consumatori di sigarette elettroniche sono i 18–24enni (prevalenza mensile del 10%, prevalenza giornaliera del 4%), seguiti dai 15–17enni (prevalenza mensile dell'8%, prevalenza giornaliera del 3%).
- I prodotti del tabacco riscaldati (<3%) vengono consumati soprattutto dalle persone di età superiore ai 25 anni; lo snus (<2%), il tabacco da fiuto (<2%) e i sacchetti di nicotina (<1%) soprattutto da persone di età inferiore ai 25 anni.

3. Consumo multiplo

- Fra coloro che li consumano almeno una volta al mese, il 23% usa due prodotti e il 14% tre o più prodotti.
- La maggioranza dei consumatori fra i 18 e i 24 anni (58%) usa più prodotti in un mese, perlopiù sigarette (53%) e sigarette elettroniche (48%), ma anche snus (20%) e tabacco da fiuto (18%). Il consumo di due prodotti (31%) è più frequente di quello di tre o più prodotti (27%).
- La maggioranza dei consumatori fra i 15 e i 17 anni (55%) usa più prodotti in un mese, perlopiù sigarette (63%) e sigarette elettroniche (59%), ma anche sacchetti di nicotina (21%) nonché shisha e tabacco da fiuto (18% ciascuno). Il consumo di tre o più prodotti (34%) è più frequente di quello di due prodotti (21%).
- Al crescere dell'età e con il consumo quotidiano la varietà dei prodotti consumati diminuisce.

4. Prodotti di iniziazione e andamento del consumo

- Complessivamente, oltre il 76% dei consumatori di prodotti del tabacco/a base di nicotina ha iniziato con le sigarette.
- Tuttavia, ciò avviene sempre più raramente per le fasce di età più giovani: i 15–17enni hanno iniziato a consumare tabacco/nicotina più spesso con le sigarette elettroniche (29%) che con quelle convenzionali (28%).
- Fra i 15–17enni (18–24enni) che attualmente consumano sigarette, il 55% (84%) ha iniziato direttamente con le sigarette convenzionali e il 30% (5%) con quelle elettroniche.
- Spesso le persone che hanno iniziato con le sigarette hanno provato anche altri prodotti (in particolare sigarette elettroniche, prodotti del tabacco riscaldati e tabacco da fiuto), ma hanno continuato a consumarli abbastanza raramente.

5. Analisi dettagliata delle sigarette elettroniche

- Quelle consumate più di frequente sono le sigarette elettroniche monouso (49%), in particolare dalle persone sotto i 35 anni (79% tra i 15 e i 17 anni; 69% tra i 18 e i 24 anni).
- Quasi un decimo di chi consuma sigarette elettroniche (9%) preferisce quelle con una concentrazione superiore al 2%, poco meno di un terzo quelle senza nicotina (30%).
- Per quanto riguarda il sapore, la maggioranza dei consumatori preferisce gli aromi fruttati (62%), mentre le persone sopra i 45 anni e quelle con un livello di istruzione superiore prediligono quelli di mentolo, menta o tabacco.

6. Disponibilità a smettere

- La maggioranza dei consumatori di sigarette (51%), prodotti del tabacco riscaldati (58%), snus (52%) e sacchetti di nicotina (53%) vuole smettere, mentre per le sigarette elettroniche e il tabacco da masticare la percentuale è del 42%. Soltanto per la shisha (14%) e il tabacco da fiuto (13%) le percentuali di chi vuole smettere sono inferiori.
- I consumatori quotidiani vogliono smettere più spesso di chi consuma almeno una volta al mese.

7. Motivazioni al consumo

- Le fasce di età più giovani (15–34 anni) consumano sigarette elettroniche e shisha soprattutto per il loro sapore gradevole e sacchetti di nicotina e snus soprattutto per sentire l'effetto della nicotina. Nel caso della shisha è importante anche l'incontro con gli amici.
- Le fasce di età meno giovani (35 anni e oltre) e le persone con istruzione superiore consumano sigarette elettroniche e prodotti del tabacco riscaldati soprattutto per ridurre il loro consumo di sigarette o per non riprendere a fumare le sigarette convenzionali.

8. Consumo passivo

- Una buona metà della popolazione (50 o 45%) è esposta raramente al fumo di sigaretta o agli aerosol (sigarette elettroniche o prodotti del tabacco riscaldati), il 37 o il 26% lo è almeno talvolta e il 12 o il 7% lo è (molto) spesso.
- I giovani sono esposti al fumo passivo/agli aerosol in misura superiore alla media. Fra i 15–17enni e fra i 18–24enni, più di un quinto vi è esposto (molto) spesso.
- Al crescere dell'età il consumo passivo di fumo di tabacco e aerosol di sigarette elettroniche diminuisce.

9. Percezione sociale del fumo

- Le sigarette sono in prevalenza percepite negativamente (58%).
- Quelle elettroniche, invece, sono prevalentemente percepite da neutrali (45%) a (molto) positive (15%).
- Circa il 90% della popolazione (il 94% dei non consumatori e il 74–88% dei consumatori) è totalmente o parzialmente d'accordo con la rinuncia al consumo di prodotti del tabacco/a base di nicotina in presenza di bambini, sia al chiuso sia all'aperto. Il consenso diminuisce con l'aumento dell'intensità di consumo.
- Più dell'80% della popolazione vieta il consumo di sigarette, sigarette elettroniche o prodotti del tabacco riscaldati in casa propria al chiuso (non consumatori > 84%, consumatori 69% sigarette e 45% sigarette elettroniche/prodotti del tabacco riscaldati).
- Il consumo di tabacco/nicotina delle economie domestiche con bambini è pressoché indistinguibile da quello delle economie domestiche con bambini.

10. Contatti pubblicitari e articoli promozionali

- Negli ultimi 12 mesi la pubblicità dei prodotti del tabacco/a base di nicotina ha raggiunto il 48% della popolazione, in particolare nei chioschi, sui giornali e sui cartelloni.
- La fascia di età più raggiunta dalla pubblicità è stata quella dei 18–24enni (63%), seguita dai 15–17enni con il 60%. I 15–17enni sono stati raggiunti con particolare frequenza nei chioschi (27%) o nei social media (22%).
- Negli ultimi 12 mesi, l'8% della popolazione ha ricevuto articoli promozionali, tra cui i 15–17enni (9%) e i 18–24enni (20%) con frequenza superiore alla media.

11. Vendita ai minori

- La maggioranza dei 15–17enni acquista i prodotti in parte o quasi sempre direttamente per sé, in particolare lo snus con tabacco (93%), i sacchetti di nicotina (87%), le sigarette (73%) e i liquidi per le sigarette elettroniche (62%).
- Fra i 15–17enni che consumano tutti i giorni, la percentuale di chi acquista direttamente per sé aumenta fino al 100%.
- Per tutti i prodotti, i principali luoghi di acquisto sono i chioschi e i negozi.

12. Luoghi di consumo

- Il maggior consumo di prodotti del tabacco/a base di nicotina si registra all'aperto nei luoghi pubblici (>65%), in particolare nella fascia di età al di sotto dei 25 anni.
- In casa al chiuso si consumano in particolare le sigarette elettroniche (>50%) e i prodotti del tabacco riscaldati (>40%), molto meno le sigarette (20%). I giovani di età inferiore ai 25 anni consumano più raramente in casa.

13. Confronto con altri studi

- Il confronto del presente studio con altri studi attuali che esaminano il consumo di tabacco/nicotina conferma i risultati ottenuti e indica consistenti tendenze al cambiamento dei modelli di consumo e degli atteggiamenti (p. es. prevalenze globali, sigarette come prodotto di iniziazione, prevalenza giornaliera del consumo nei 15–17enni). Mostra però anche delle differenze (p. es. prevalenza mensile, snus nei 15–17enni).

Conclusione

- Attualmente la sigaretta convenzionale domina ancora il consumo ed è anche il principale prodotto di iniziazione, ma i modelli di consumo cambiano significativamente.
- In particolare i 15–24enni iniziano più spesso con le sigarette elettroniche e consumano con maggiore frequenza più di un prodotto del tabacco/a base di nicotina. Un motivo principale di consumo per le sigarette elettroniche è il loro sapore gradevole, perlopiù con aromi fruttati. Qui sarebbe ipotizzabile l'adozione di misure di regolamentazione, come un divieto di tali aromi.
- Anche le persone meno giovani passano alle sigarette elettroniche e ai prodotti del tabacco riscaldati, ma soprattutto per evitare di fumare di sigarette.
- La maggioranza dei consumatori è disposta a smettere, in particolare i consumatori quotidiani mostrano un'elevata propensione in questo senso. In questo contesto, c'è spazio per interventi mirati allo scopo di ridurre ulteriormente il consumo di prodotti del tabacco/a base di nicotina e di proseguirne la denormalizzazione.
- L'influenza della pubblicità è visibile. Mentre le sigarette convenzionali hanno un'immagine prevalentemente negativa, quelle elettroniche sono viste in modo più positivo.
- Spesso per queste ultime valgono regole meno severe, per esempio con riferimento al fumo al chiuso in casa propria. Qui occorre lavorare ulteriormente sull'informazione, in particolare per quanto riguarda la nocività anche di un consumo passivo degli aerosol.
- I luoghi di acquisto più frequenti sono i chioschi e i negoziper i minorenni tra i 15 e i 17 anni; tuttavia, la situazione dovrebbe cambiare dopo l'entrata in vigore della legge sui prodotti del tabacco nell'ottobre 2024. Qui servirebbero soluzioni per rendere più difficoltoso l'acquisto o ridurre la piacevolezza dell'esperienza d'acquisto, per esempio mediante confezioni neutre.
- Complessivamente, il rapporto mostra più una diversificazione del consumo di prodotti del tabacco/a base di nicotina che una sostanziale diminuzione. Per limitare l'aumento dell'uso e della diffusione di nuovi prodotti, occorre adottare misure specifiche nella prevenzione del tabacco e della nicotina, in particolare per i minorenni e i giovani adulti.

Inhalt

Zusammenfassung	I
Résumé	IV
Sintesi	VII
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangslage	1
1.2 Zielsetzung und Fragestellungen	1
1.3 Vorgehensweise	1
2 Prävalenzen	4
2.1 Globale Prävalenz	4
2.2 Prävalenz nach Produkt: Übersicht.....	6
2.3 Prävalenz nach Produkt: Details	6
2.3.1 Zigaretten	7
2.3.2 E-Zigaretten	8
2.3.3 Erhitzte Tabakprodukte	9
2.3.4 Snus	10
2.3.5 Schnupftabak	11
2.3.6 Nikotinbeutel	12
3 Mehrfachkonsum	13
3.1 Nutzung von mehreren Produkten (1, 2, 3 oder mehr Produkte)	13
3.2 Mehrfachkonsum: Zigaretten und weitere Produkte	15
3.3 Mehrfachkonsum: E-Zigaretten und weitere Produkte	16
3.4 Mehrfachkonsum: Weitere Produkte.....	17
4 Einstiegsprodukte und Konsumationsverlauf	18
4.1 Einstiegsprodukte (ehemals) Konsumierender in den Tabak-/Nikotinkonsum	18
4.2 Einstieg in den Nikotin- und Tabakkonsum über Zigaretten oder E-Zigaretten	19
4.3 Einstiegsprodukte der aktuell Zigarettenrauchenden	21
4.4 Einstiegsprodukte der aktuell E-Zigarettenrauchenden	22
4.5 Konsumationsverlauf.....	22
5 Detailauswertung E-Zigaretten	25
5.1 E-Zigaretten Produkttypen	25
5.2 Übliche Füllmenge	26
5.3 Bevorzugte Nikotinkonzentration	26
5.4 Bevorzugte Aromen.....	27
6 Aufhörbereitschaft	28
7 Konsumgründe	30
7.1 E-Zigaretten	30
7.2 Erhitzte Tabakprodukte	30
7.3 Shisha	31
7.4 Snus	31
7.5 Nikotinbeutel	32
7.6 Kautabak	32

8	Passivkonsum	33
9	Gesellschaftliche Stellung des Rauchens	35
9.1	Image von Zigaretten und E-Zigaretten	35
9.2	Akzeptanz des Konsumverzichts in Anwesenheit von Kindern	36
9.3	Konsumregeln zuhause	38
9.4	Täglicher Tabak- und Nikotinkonsum in Haushalten mit minderjährigen Kindern	40
10	Werbekontakte und Werbegeschenke	43
10.1	Kontaktorte	43
10.2	Werbegeschenke	45
11	Verkauf an Minderjährige	46
11.1	Selbstkauf.....	46
11.2	Kauforte.....	46
12	Konsumorte	48
13	Einordnung in die bestehende Studienlage	51
13.1	Vergleich der EGL-Befunde 2023 mit HBSC-/SGB-Daten nach Kapitel.....	51
13.2	Vergleich mit weiteren, nicht-repräsentativen Studien	53
14	Referenzen	55
15	Anhang	I
15.1	Prävalenzen	I
15.2	Mehrfachkonsum.....	II
15.3	Einstiegsprodukte und Konsumationsverlauf.....	III
15.4	Detailauswertungen E-Zigaretten	III
15.5	Aufhörbereitschaft	III
15.6	Konsumgründe	IV
15.7	Passivkonsum	VII
15.8	Gesellschaftliche Stellung des Rauchens.....	VII
15.9	Werbekontakte und Werbegeschenke	VIII
15.10	Zentrale Ergebnisse anderer Studien im Vergleich: Ausgewählte Zitate	X
Abbildungsverzeichnis		XVIII
Tabellenverzeichnis		XX

1 Einleitung

1.1 Ausgangslage

In der Schweiz liefern die «Health Behavior in School-Aged-Children» (HBSC) Befragung und die «Schweizerische Gesundheitsbefragung» (SGB) repräsentative Daten zum Nikotin- und Tabakkonsum. Während die HBSC-Studie auf 11-15-Jährige fokussiert und alle vier Jahre durchgeführt wird, berücksichtigt die SGB Personen ab 15 Jahren und findet alle fünf Jahre statt. Als zusätzliche Befragung von Personen ab 15 Jahren hat das Bundesamt für Statistik (BfS) im Auftrag des Bundesamts für Gesundheit (BAG) 2018 und 2022 die repräsentative Erhebung «Gesundheit und Lifestyle» (EGL) durchgeführt. Anknüpfend an die bisherigen EGL-Befragungen hat der Tabakpräventionsfonds (TPF) in Kooperation mit der Abteilung NCD, Sektion Wissenschaftliche Grundlagen, des BAG das BfS beauftragt die EGL für die Periode von 2023 bis 2025 durchzuführen.

1.2 Zielsetzung und Fragestellungen

Mit den EGL-Befragungen sollen aktuelle Zahlen nicht nur zum Rauchen von Tabakprodukten, sondern auch zum Konsum anderer Nikotinprodukte erhoben werden, um diesbezügliche Wissenslücken zu schliessen und zukünftige Interventionen besser auf die sich verändernde Situation abzustimmen. Das BAG nutzt die Befragungen ebenfalls, um Daten zu weiteren NCD- und Sucht-Themen zu erheben, diese sind allerdings nicht Gegenstand des vorliegenden Berichts. Folgende Themen werden in diesem Bericht behandelt:

Prävalenzen (einfacher, globaler und Mehrfach-Konsum)

Konsumverläufe

Konsumorte: Wo wird was durch wen konsumiert?

Passivkonsum

Gesellschaftliche Normen

Werbung

Kaufverhalten Jugendlicher

Rauchstopp-Absicht

Einordnung der Ergebnisse

1.3 Vorgehensweise

Im Rahmen der EGL-Erhebung im Jahr 2023 (Bundesamt für Gesundheit, 2024) wurde eine bevölkerungsrepräsentative Befragung Online (per Computer-Assisted-Web-Interview, CAWI) durchgeführt, die die Bevölkerung in der Schweiz ab 15 Jahren einbezieht. Der Datensatz 2023 besteht aus $N = 5994$ Fällen, die zwischen dem 21. September und dem 19. Oktober 2023 erhoben wurden. Der Fragebogen besteht aus festen und flexiblen Modulen.

Das BfS hat die Datenerhebung geplant, koordiniert und umgesetzt. Sie übernehmen den statistischen Datenaufbereitungsprozess (SDAP) und liefern die plausibilisierten und gewichteten Daten für die Verwendung zu statistischen Zwecken sowie die deskriptive Analyse der Daten in Form von Excel-Tabellen. Diese Daten zu den Verbrauchsdetails für alle im vorliegenden Bericht untersuchten Produkte (Tabelle 1.1) sind auf der Webseite des Bundesamts für Gesundheit zur «Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023» abrufbar¹.

Für die vertiefte Auswertung der Daten der EGL 2023 wurde die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) mandatiert. In einem ersten Schritt werden dazu die Prävalenzen des Konsums von elf Tabak-/Nikotinprodukten für die Gesamtbevölkerung untersucht.

¹ www.bag.admin.ch/egl-2023

Aus der *Public-Health-Perspektive* ist relevant, welche Bevölkerungsanteile die Produkte «mindestens monatlich» nutzen (die sogenannte «Monatsprävalenz»; diese beinhaltet den täglichen, den wöchentlichen und den mindestens monatlichen Konsum).

Aus der *Suchtpräventions-Perspektive* ist relevant, welche Produkte besonders intensiv konsumiert werden. Ausschlaggebend hierfür ist der tägliche Konsum (die sogenannte «Tagesprävalenz»)². In einem zweiten Schritt wird der Konsum von Tabak-/Nikotinprodukten in verschiedenen Vergleichsgruppen analysiert. Der vorliegende Bericht ist eine Querschnittsanalyse der Daten von 2023.

Der Bericht für 2023 zeigt die Nutzung von elf Tabak-/Nikotinprodukten auf (Tabelle 1.1) und vergleicht diese zwischen mehreren Bevölkerungssegmenten (Tabelle 1.2).

Tabelle 1.1

Erläuterung der untersuchten Produkte

Rauchbare Produkte	Zigarette
	E-Zigarette (mit/ohne Nikotin)
	Erhitzte Tabakprodukte
	Wasserpfeife/Shisha
	Zigarre
	Zigarillo
	Pfeife
Rauchfreie Produkte	Snus mit Tabak
	Tabakbeutel ohne Nikotin (Nicotine Pouches)
	Schnupftabak
	Kautabak

Tabelle 1.2

Erläuterung der Vergleichsgruppen

Geschlecht	Männlich; weiblich
Alter	15-17; 18-24; 25-34; 35-44; 45-54; 55-64; 65-74; 75+ Gegebenenfalls ³ 15-17; 18-24; 25+ oder 15-17; 18-34; 35+ oder 15-24; 25-44; 45+
Bildung	Obligatorische Schule; Sek II; tertiärer Abschluss
Sprachregion	D-CH; F-CH; I-CH
Wohnumgebung	Stadt; Vorort/Agglomeration; Land
Haushaltstyp	Haushalt mit Kindern; übrige Haushaltstypen
Migrationshintergrund	In der Schweiz geboren; im Ausland geboren
Nationalität	Schweizer Nationalität; ausländische Nationalität

Bei den Vergleichsgruppen ist zu beachten, dass diese nicht zwingend unabhängig voneinander sind. Beispielsweise können 15-17-Jährige noch keinen tertiären Bildungsabschluss erreicht haben, was eine Abhängigkeit der Alters- und Bildungsvariablen verdeutlicht. Bei den Analysen im vorliegenden Bericht wurden keine Korrekturen für solche möglichen Konfundierungen vorgenommen. Dies sollte

² Die Prävalenzen werden als Bevölkerungsanteile in Prozent ausgedrückt und anhand der Fallzahlen in der Stichprobe geschätzt (eine sogenannte «Projektion»). Dabei wird ein individuell berechneter Gewichtungsfaktor verwendet, der an der ständigen Wohnbevölkerung der Schweiz kalibriert ist. Um zuverlässig projizieren zu können, wird eine Fallzahl von mindestens 30 Personen pro Gruppe benötigt. Bei kleineren Gruppen sind die Projektionen nicht mehr belastbar.

³ Aus Sicht der Prävention sind vor allem die jüngsten Altersgruppen relevant. Wo die Fallzahlen aufgrund der engen Altersgruppen zu gering ausfallen, werden für statistisch robustere Auswertungen mehrere Gruppen zusammengefasst.

bei der Interpretation von Zusammenhängen, insbesondere zwischen Alter und Bildung sowie Haushaltstyp, beachtet werden.

Um zu bestimmen, ob allfällige Unterschiede zwischen den Gruppen (z.B. zwischen Personen mit höherer und niedrigerer Bildung) statistisch signifikant sind, werden Chi-Quadrat- und Cramers-V-Tests durchgeführt. Dabei ergeben sich zwei relevante Kennzahlen: p und V (Tabelle 1.3).

Tabelle 1.3

Statistische Kennzahlen der Gruppenvergleiche

Statistische Kennzahl	Bedeutung
p	Das sogenannte «Signifikanzniveau» drückt aus, wie wahrscheinlich es ist, dass unterschiedliche Werte tatsächlich auf das jeweilige Gruppenmerkmal zurückzuführen ist (z.B. unterschiedliche Prävalenzen nach Bildung). Je kleiner der Wert, desto zuverlässiger ist diese Annahme. Akzeptable Werte in den Sozialwissenschaften sind nicht höher als $p = 0.05$ und können durchaus $p < 0.001$ betragen.
V	Die sogenannte «Effektstärke» drückt aus, wie stark das Gruppenmerkmal zu den gemessenen Unterschieden beiträgt und ob dieser Einfluss gleichläufig oder gegenläufig ist (z.B. wäre ein gegenläufiger Einfluss, wenn eine Zunahme in der Bildung mit einer Abnahme in der Prävalenz verbunden wäre). V kann schwanken zwischen -1 und $+1$, und je grösser der Wert, desto stärker der Zusammenhang. Wenn V zwischen 0.1 und 0.3 beträgt, spricht man in den Sozialwissenschaften von einem schwachen Effekt; bei einem V 0.3 und 0.5 von einem moderaten Effekt und bei $V > 0.5$ von einem starken Effekt.
n.s.	Wo Gruppenunterschiede aufgrund des Tests nicht signifikant sind, also die gemessenen Unterschiede eher zufällig zustande gekommen sind, wird das mit «n.s.» vermerkt. In diesem Fall erübrigt sich auch der Test auf die Effektstärke, sodass das entsprechende Feld leer bleibt.
Zusammenspiel p und V	Während p einem sagt, ob unterschiedliche Werte zwischen Vergleichsgruppen zufällig oder systematisch sind, gibt V darüber Auskunft, wie sehr die Gruppenzugehörigkeit für die unterschiedlichen Werte verantwortlich ist. Besondere Aufmerksamkeit verdienen entsprechend Gruppenunterschiede mit einem niedrigen p und einem hohen V .

2 Prävalenzen

Das zweite Kapitel legt dar, wie häufig Tabak-/Nikotinprodukte konsumiert werden und wie gross der Anteil einzelner Produktarten am Gesamtkonsum ist.

Bei der Interpretation der Prävalenzberechnungen ist zu beachten, dass die Schätzwerte der Bevölkerungsanteile unzuverlässig werden, wenn weniger als 30 Personen in einer Gruppe sind. Wenn eine Gruppe zehn Personen oder weniger umfasst, können keine belastbaren Schätzungen vorgenommen werden. Dementsprechend werden für Gruppen von 10–30 Personen die Fallzahl und projizierte Prävalenzwerte berichtet. Für Gruppen <10 Personen wird nur noch die Fallzahl berichtet, nicht aber die projizierte Prävalenz. Zur besseren Lesbarkeit werden diese Werte in den Abbildungen jeweils grau und kursiv gesetzt.

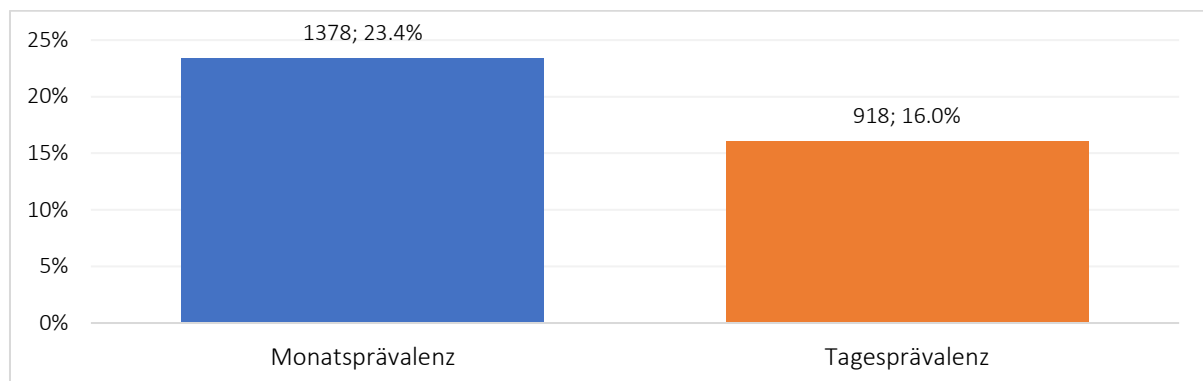
2.1 Globale Prävalenz

Fragestellung: Wie gross ist der Anteil der Personen, die täglich/mindestens monatlich mindestens ein Produkt konsumieren?

Als «globale Prävalenz» ausgewiesen ist der Konsum mindestens eines der elf abgefragten Produkte (täglich/mindestens monatlich). Während ungefähr jede sechste Person der Schweizer Bevölkerung (16.0%) täglich mindestens ein Tabak-/Nikotinprodukt konsumiert, beträgt die monatliche globale Prävalenz 23.4% (Abbildung 2.1).

Abbildung 2.1

Globale Prävalenzen des Tabak-/Nikotinkonsums (mindestens monatlich sowie täglich)



Anmerkung: Personen, die täglich konsumieren (Tagesprävalenz), sind eine Subgruppe der Personen, die mindestens monatlich konsumieren (Monatsprävalenz). Entsprechend sind in den Zahlen zur Monatsprävalenz die Zahlen zur Tagesprävalenz enthalten.

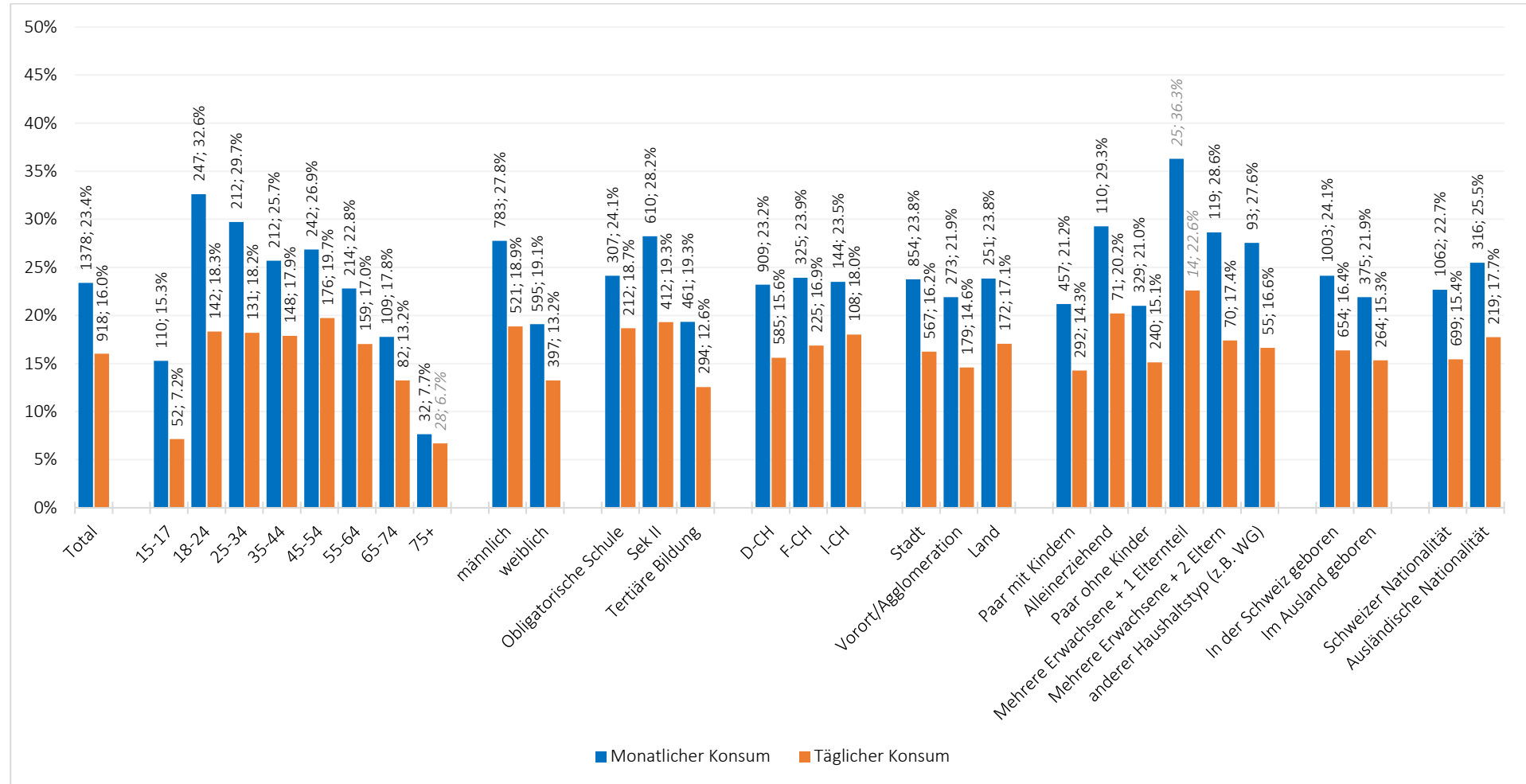
Die globalen Prävalenzen werden in Abbildung 2.2 nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität aufgeschlüsselt.

Bei den Ergebnissen fällt eine hohe globale Prävalenz bei den 15-17-Jährigen auf: 7.2% von ihnen geben an, täglich ein Produkt zu konsumieren und 15.3% berichten, dass sie mindestens monatlich ein tabak- oder nikotinhaltiges Produkt konsumieren.

Die statistische Auswertung zeigt sowohl bei der Tages- als auch der Monatsprävalenz zwischen Alters-, Geschlechts- und Bildungsgruppen signifikante Unterschiede bei den Konsummustern (siehe auch Tabelle 15.1 und Tabelle 15.2 im Anhang), nämlich vergleichsweise höhere Prävalenzen bei jungen Erwachsenen, Männern und Personen mit Sek-II-Schulabschluss. Weniger oder keine Gruppenunterschiede finden sich hingegen bei den Sprachregionen, Wohnumgebungen, Haushaltstypen, dem Migrationshintergrund und der Nationalität.

Abbildung 2.2

Globale Prävalenzen des Tabak-/Nikotinkonsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität



2.2 Prävalenz nach Produkt: Übersicht

Fragestellung: Wie hoch ist die Prävalenz des Konsums der Produkte (täglich/mindestens monatlich)?

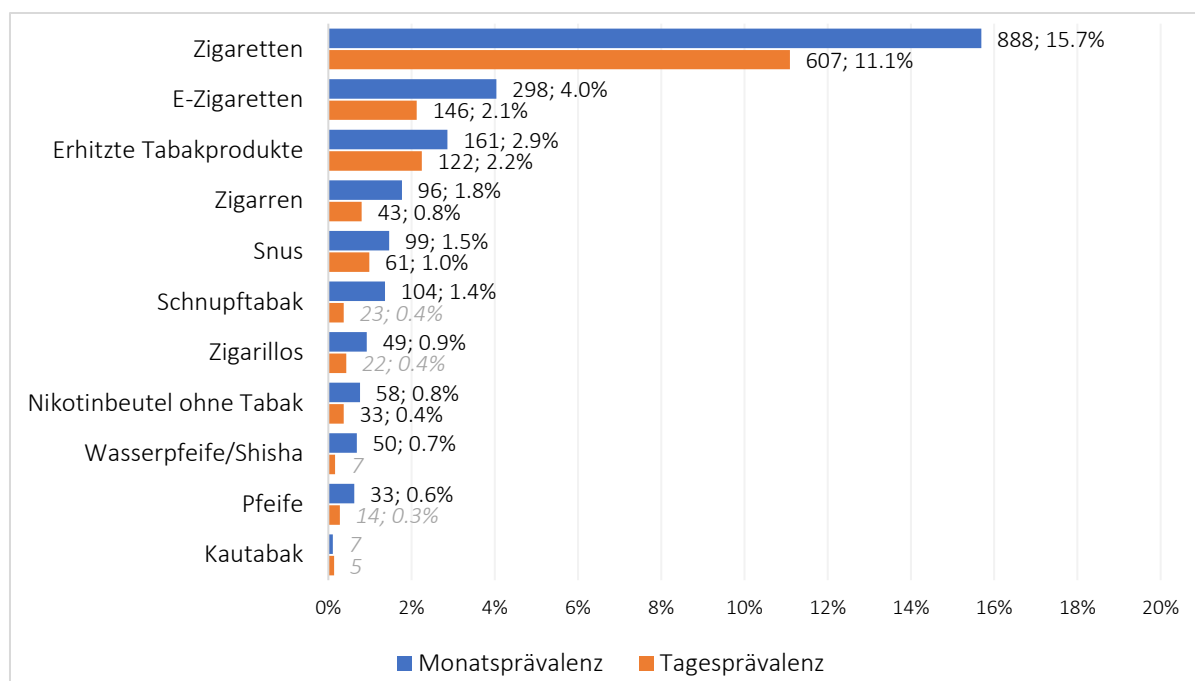
Um die Konsummuster der einzelnen Produkte besser zu verstehen, wird die Häufigkeit des Konsums für 11 Tabak-/Nikotinprodukte in der Schweizer Bevölkerung (Tabelle 1.1) berichtet. Es werden für alle Produkte die Monatsprävalenzen («MP») und Tagesprävalenzen («TP») angegeben (Abbildung 2.3).

Zigaretten sind die am häufigsten konsumierte Produktart. 15.7% der Befragten geben an, mindestens einmal im Monat Zigaretten zu rauchen. Im Vergleich mit dem am zweithäufigsten genutzten Produkt, der E-Zigarette (4.0%), rauchen damit annähernd viermal so viele Personen Zigaretten. Am dritthäufigsten wurden erhitzte Tabakprodukte genutzt. Hier gaben knapp drei Prozent der Befragten an, diese mindestens monatlich zu konsumieren. Rauchlose Nikotinprodukte werden deutlich weniger konsumiert, mit Prävalenzen unter zwei Prozent (Abbildung 2.3).

Die Prävalenzen bei Personen, die täglich mindestens ein Tabak-/Nikotinprodukt konsumieren, sehen leicht anders aus: Zwar bleiben herkömmliche Zigaretten (11.1%) an erster Stelle, aber danach liegen E-Zigaretten (2.1%) und erhitzte Tabakprodukte (2.2%) fast gleichauf, und Snus (1.0%) kommt an dritter Position.

Abbildung 2.3

Prävalenzen des Tabak-/Nikotinkonsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Tabak-/Nikotinprodukt



Anmerkung: «E-Zigaretten» enthalten Produkte mit und ohne Nikotin.

2.3 Prävalenz nach Produkt: Details

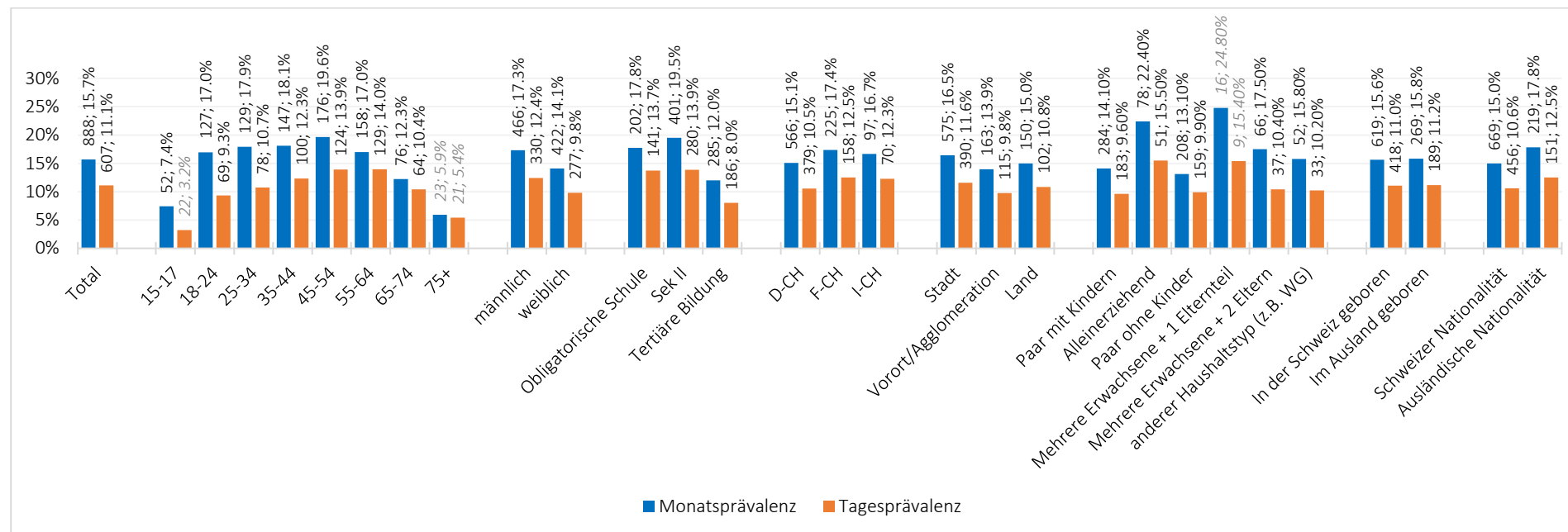
Um nähere Einblicke in die Verteilung der globalen Prävalenz für unterschiedliche Gruppen zu ermöglichen, werden nachfolgend für die drei am weitesten verbreiteten Produkte der beiden Kategorien «rauchbare Produkte» (Zigaretten, E-Zigaretten und erhitzbare Tabakprodukte) und «rauchfreie Produkte» (Snus, Schnupftabak und Nikotinbeutel) Detailanalysen für die Vergleichsgruppen dargestellt.

2.3.1 Zigaretten

Die Detailanalysen zum Zigarettenkonsum (Abbildung 2.4) bieten vertiefte Einblicke in die Prävalenzen des Konsums (mindestens monatlich sowie täglich).

Abbildung 2.4

Prävalenzen des Zigarettenkonsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität



Anmerkung: Graue Zahlen zeigen Gruppengrößen unter 30 Personen an, siehe Hinweis in [Kapitel 2, Absatz 2](#).

Signifikante Gruppenunterschiede beim Konsum herkömmlicher Zigaretten (siehe auch Tabelle 15.1 und Tabelle 15.2 im Anhang):

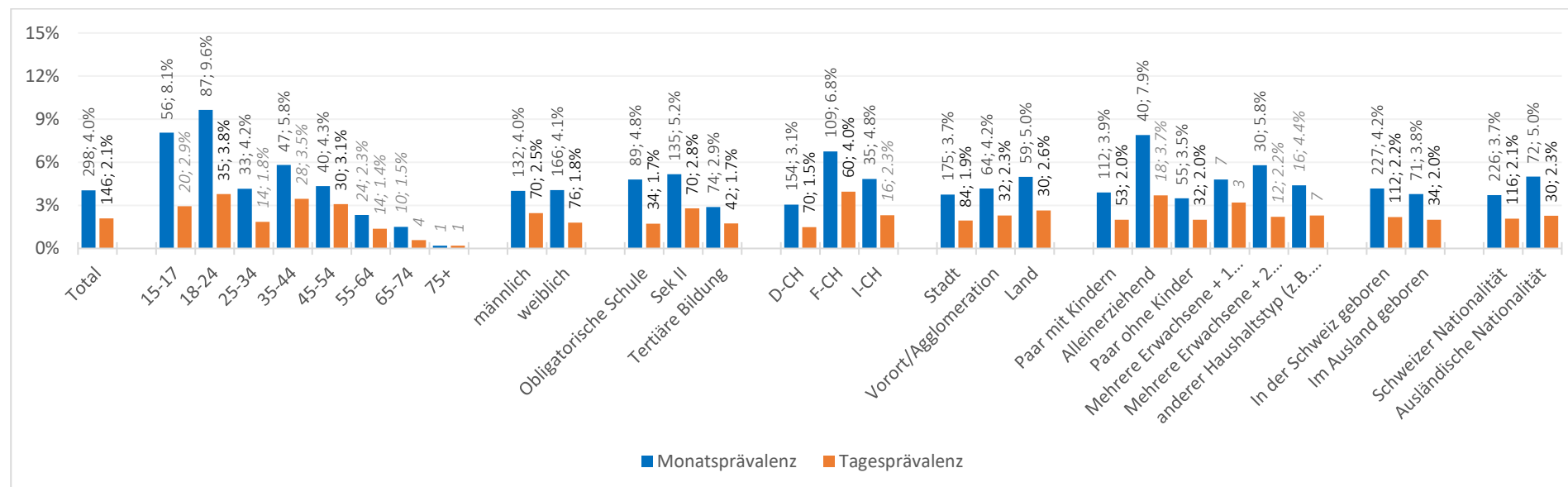
- **Alter:** Die monatliche Prävalenz ist bei den 45-54-Jährigen am höchsten, die tägliche Prävalenz bei den 45-64-Jährigen. Die Ergebnisse sind bemerkenswert, weil verglichen mit früheren Daten (SGB 2017) junge Erwachsenen erstmalig nicht mehr am meisten Zigaretten rauchen.
- Während bei den 15-54-Jährigen deutlich mehr Personen weniger häufig als täglich rauchen, gleichen sich bei Personen über 55 Jahren die Anteile der mindestens monatlich und täglich Rauchenden an. Das heisst mit zunehmendem Alter gibt es weniger Personen, die nur gelegentlich rauchen.
- **Bildung:** Personen mit tiefer bis mittlerer Bildung zeigen die höchsten Prävalenzwerte, Personen mit hoher Bildung die niedrigsten.
- **Wohnumgebung:** Urbane Regionen haben die höchste Prävalenz.
- **Nationalität:** Personen mit ausländischer Nationalität konsumieren eher Zigaretten als Personen mit Schweizer Nationalität.

2.3.2 E-Zigaretten

Die Detailanalysen zum E-Zigarettenkonsum (Abbildung 2.5) bieten vertiefte Einblicke in die Prävalenzen des Konsums.

Abbildung 2.5

Prävalenzen des E-Zigarettenkonsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität



Anmerkung: Graue Zahlen zeigen Gruppengrössen unter 30 Personen an, siehe Hinweis in [Kapitel 2, Absatz 2](#). E-Zigaretten enthalten Produkte mit und ohne Nikotin.

Signifikante Gruppenunterschiede beim Konsum von E-Zigaretten (siehe auch Tabelle 15.1 und Tabelle 15.2 im Anhang):

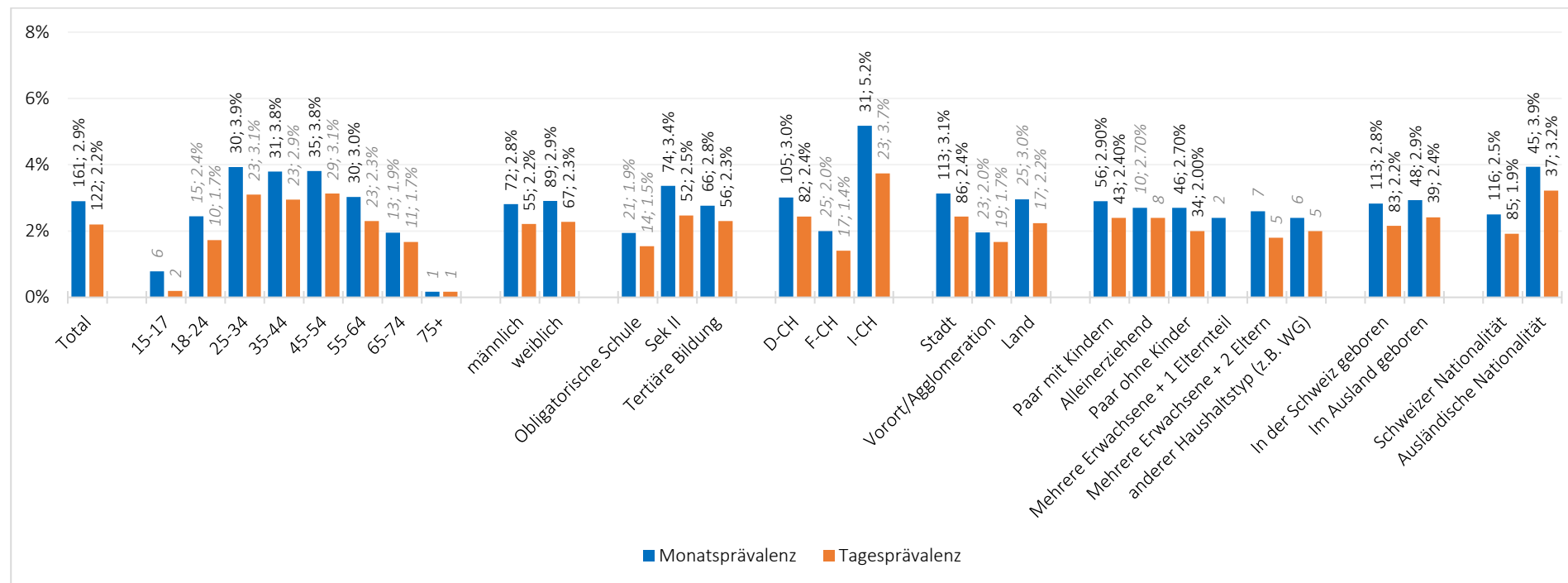
- Alter: 15-24-Jährige konsumieren am häufigsten E-Zigaretten (mindestens monatlich). Mit steigendem Alter werden seltener E-Zigaretten konsumiert.
- Bildung: E-Zigaretten werden seltener von Personen mit tertiärem als mit anderem Bildungsabschluss konsumiert – jedoch verringern sich die Unterschiede mit zunehmender Konsumintensität: Während Personen auf der höchsten Bildungsstufe deutlich niedrigere Monatsprävalenzen haben als Personen auf der niedrigsten Bildungsstufe, sind die Prävalenzen auf dem Tagesniveau vergleichbar.
- Sprachregion: In der französisch- sowie der italienischsprachigen Schweiz werden E-Zigaretten häufiger konsumiert.
- Haushaltstyp: Alleinerziehende Eltern eines Familienhaushalts sowie Haushalte mit mehreren Erwachsenen und einem Elternpaar haben eine systematisch höhere Monatsprävalenz.
- Nationalität: Personen mit ausländischer Nationalität konsumieren häufiger mindestens monatlich E-Zigaretten als solche mit Schweizer Nationalität.

2.3.3 Erhitzte Tabakprodukte

Die Detailanalysen zu erhitzten Tabakprodukten (Abbildung 2.6) bieten vertiefte Einblicke in die Prävalenzen des Konsums.

Abbildung 2.6

Prävalenzen des Konsums erhitzter Tabakprodukte (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität



Anmerkung: Graue Zahlen zeigen Gruppengrößen unter 30 Personen an, siehe Hinweis in [Kapitel 2, Absatz 2](#).

Signifikante Gruppenunterschiede beim Konsum erhitzter Tabakprodukte (siehe auch Tabelle 15.1 und Tabelle 15.2 im Anhang):

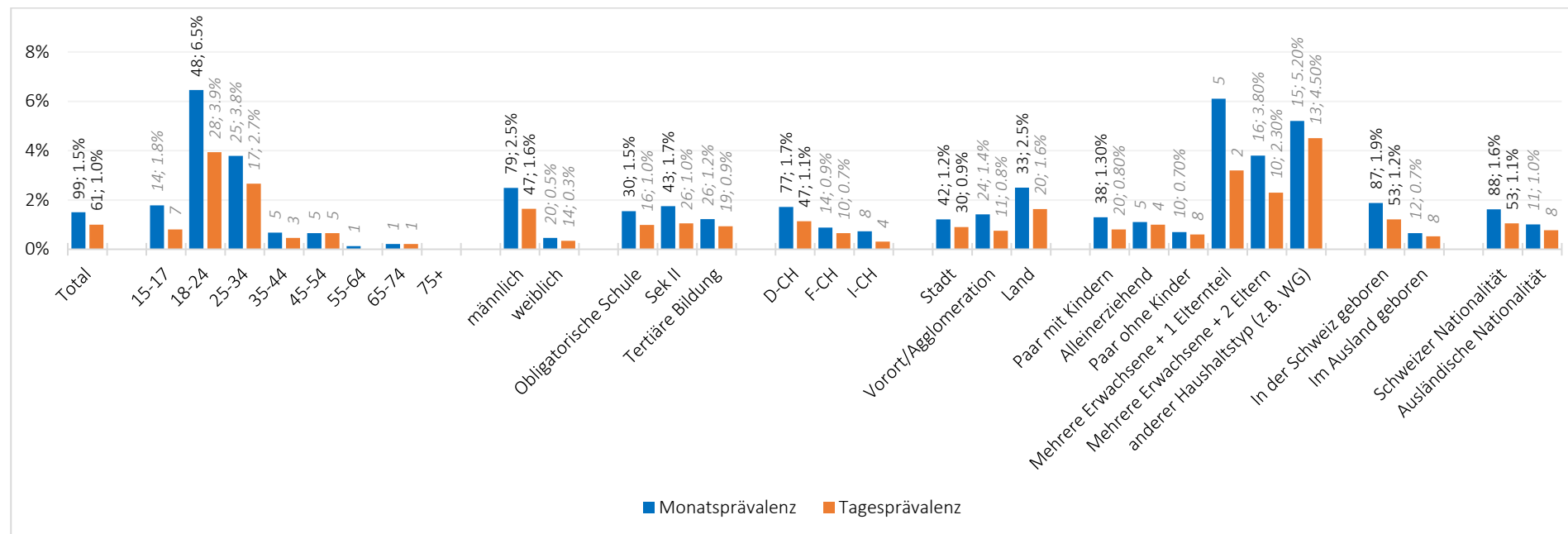
- Alter: Erhitzte Tabakprodukte werden am häufigsten in der Altersgruppe 25 bis 54 Jahre konsumiert.
- Bildung: Erhitzte Tabakprodukte werden am ehesten von Personen mit Sekundarabschluss geraucht.
- Sprachregion: Erhitzte Tabakprodukte scheinen im Tessin anteilig häufiger konsumiert zu werden als in der Deutschschweiz und Romandie.
- Nationalität: Während der mindestens monatliche Konsum sich zwischen den Nationalitäten nicht signifikant unterscheidet, liegen Personen mit Schweizer und ausländischer Nationalität im täglichen Konsum signifikant auseinander.

2.3.4 Snus

Die Detailanalysen zu Snus (Abbildung 2.7) bieten vertiefte Einblicke in die Prävalenzen des Konsums.

Abbildung 2.7

Prävalenzen des Snus-Konsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität



Anmerkung: Graue Zahlen zeigen Gruppengrößen unter 30 Personen an, siehe Hinweis in [Kapitel 2, Absatz 2](#).

Signifikante Gruppenunterschiede beim Konsum von Snus (siehe auch Tabelle 15.1 und Tabelle 15.2 im Anhang):

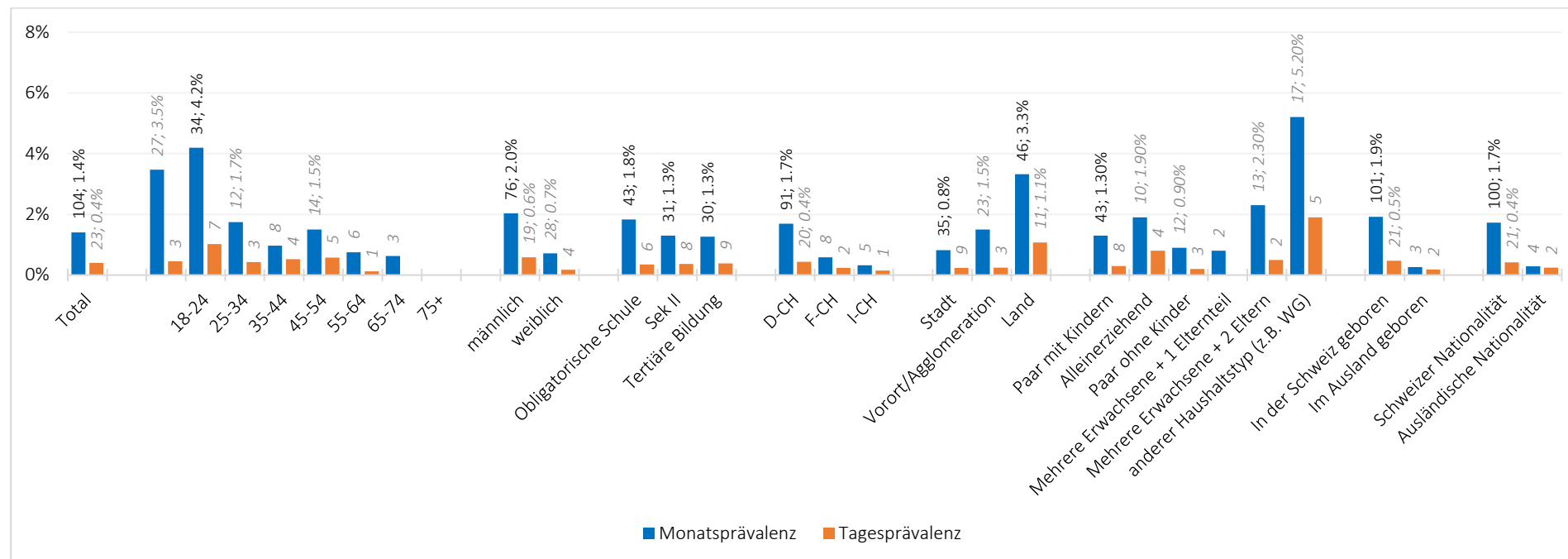
- Alter: Snus wird am häufigsten von 18-24-Jährigen und 25-34-Jährigen konsumiert. Ab dem Alter von 35 Jahren wird Snus kaum genutzt.
- Geschlecht: Snus wird bevorzugt von Männern konsumiert. Nur ein sehr geringer Anteil von Frauen konsumieren Snus.
- Bildung: Anteilsmässig ist die Monatsprävalenz bei der höchsten Bildungsstufe deutlich geringer als bei den niedrigeren Bildungsstufen. Auf Tagesniveau sind die Prävalenzen zwischen den Bildungsstufen hingegen praktisch identisch.
- Wohnumgebung: Die Prävalenzen auf dem Land sind fast doppelt so hoch wie in Vororten/Agglomerationen und urbanen Umgebungen.

2.3.5 Schnupftabak

Die Detailanalysen zu Schnupftabak (Abbildung 2.8) bieten vertiefte Einblicke in die Prävalenzen des Konsums.

Abbildung 2.8

Prävalenzen des Schnupftabakkonsums (mindestens monatlich sowie täglich), nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität



Anmerkung: Graue Zahlen zeigen Gruppengrößen unter 30 Personen an, siehe Hinweis in [Kapitel 2, Absatz 2](#).

Signifikante Gruppenunterschiede beim Konsum von Schnupftabak (siehe auch Tabelle 15.1 und Tabelle 15.2 im Anhang):

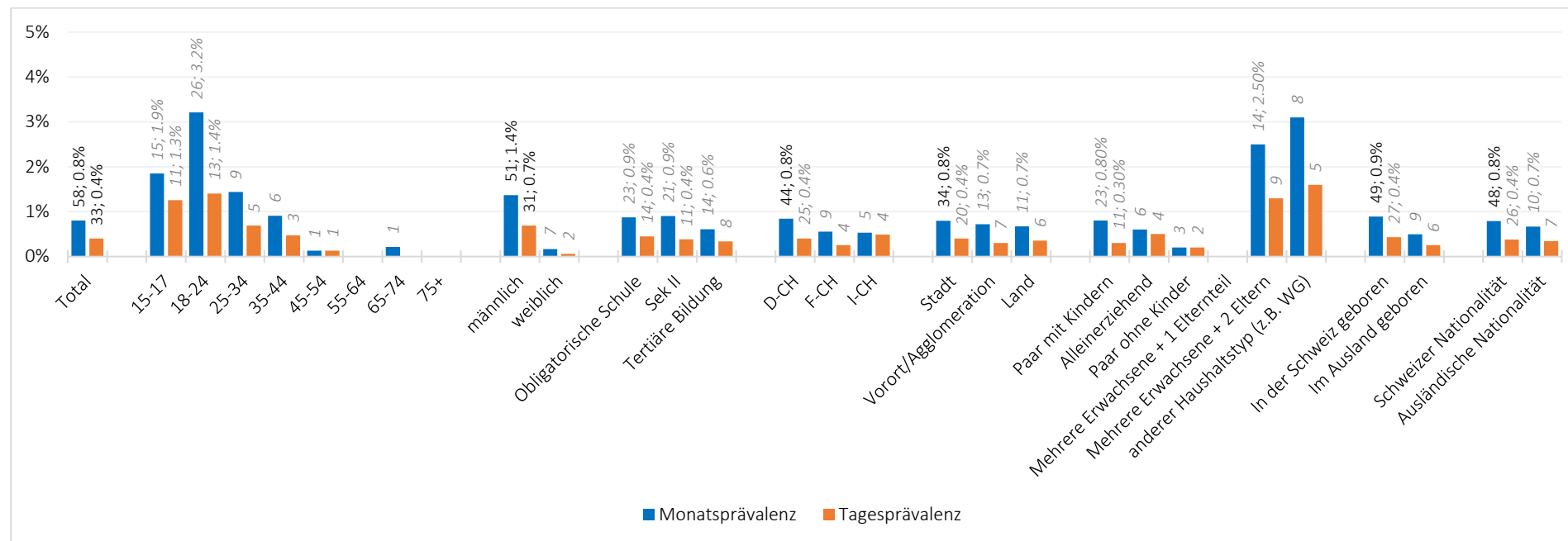
- Alter: Schnupftabak wird am häufigsten von 15-24-Jährigen mindestens einmal im Monat konsumiert.
- Geschlecht: Wie Snus wird Schnupftabak bevorzugt von Männern konsumiert, nur ein sehr geringer Anteil von Frauen berichtet Schnupftabak zu nutzen.
- Bildung: Anteilsmässig ist die Monatsprävalenz von Schnupftabak bei der niedrigsten Bildungsstufe höher als bei den höheren Bildungsstufen, auf Tagesniveau sind die Prävalenzen zwischen den Bildungsstufen allerdings praktisch identisch.
- Sprachregion: Schnupftabak ist in der Deutschschweiz stärker verbreitet als in den anderen beiden Sprachregionen.

2.3.6 Nikotinbeutel

Die Detailanalysen zu Nikotinbeuteln (Abbildung 2.9) bieten vertiefte Einblicke in die Prävalenzen des Konsums.

Abbildung 2.9

Prävalenzen des Nikotinbeutelkonsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität



Anmerkung: Graue Zahlen zeigen Gruppengrößen unter 30 Personen an, siehe Hinweis in [Kapitel 2, Absatz 2](#).

Signifikante Gruppenunterschiede beim Konsum von Nikotinbeuteln (siehe auch Tabelle 15.1 und Tabelle 15.2 im Anhang):

- Alter: Mit Prävalenzen von rund 2% bei den 15-17-Jährigen und rund 3% bei den 18-24-Jährigen konsumieren jüngere Altersgruppen häufiger Nikotinbeutel.
- Geschlecht: Nikotinbeutel werden, wie Snus und Schnupftabak, bevorzugt von Männern konsumiert, Frauen benutzen sie selten.
- Bildung: Anteilsmässig ist die Monatsprävalenz von Nikotinbeuteln bei der niedrigsten Bildungsstufe leicht höher als bei den anderen Bildungsstufen, auf Tagesniveau sind die Prävalenzen zwischen den Bildungsstufen nahe beieinander.

3 Mehrfachkonsum

Im dritten Kapitel werden die Konsummuster der Konsumierenden in der Schweizer Bevölkerung mit Fokus auf die Häufigkeit des Konsums mehrerer Tabak-/Nikotinprodukte dargelegt.

3.1 Nutzung von mehreren Produkten (1, 2, 3 oder mehr Produkte)

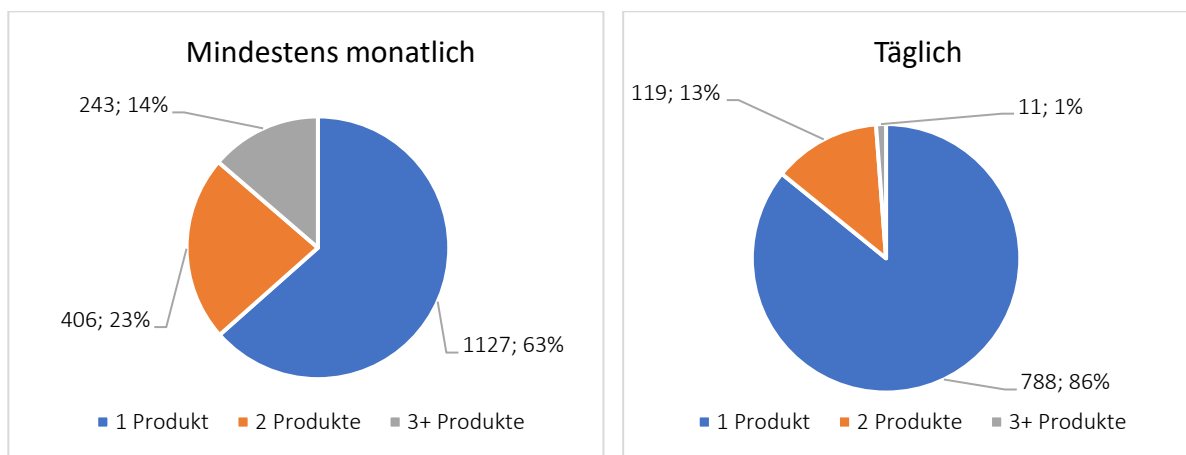
Fragestellung: Wie gross ist der Anteil der Konsumenten, die täglich oder mindestens monatlich 1, 2, 3 oder mehr Produkte konsumieren?

In Bezug auf Personen, die mindestens einmal im Monat ein Tabak-/Nikotinprodukt konsumieren, geben fast zwei Drittel der Befragten (63%) an, nur ein Produkt zu konsumieren. Annähernd ein Viertel der Befragten (23%) berichtet, dass sie zwei Produkte konsumieren und weitere 14% geben an, drei oder mehr Produkte mindestens monatlich zu konsumieren.

Beim täglichen Konsum geben 86% an, nur ein Produkt zu konsumieren. Während 13% berichtet, dass sie täglich zwei Produkte konsumieren, gibt nur 1% an, täglich drei oder mehr Produkte zu konsumieren. Zusammen geben damit 14% einen täglichen Mehrfachkonsum an (Abbildung 3.1).

Abbildung 3.1

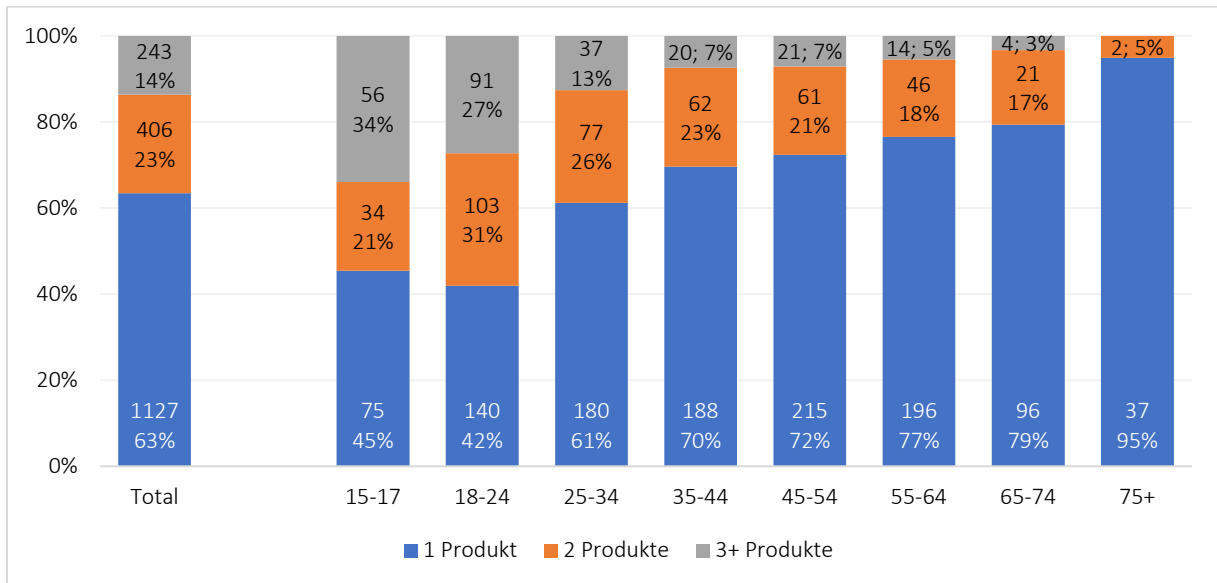
Einfach- und Mehrfachkonsum bei Konsumierenden, die ein, zwei, drei oder mehr Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren nach Konsumhäufigkeit (mindestens monatlich sowie täglich)



Anmerkung: Im mindestens monatlichen Mehrfachkonsum sind auch häufigere Nutzungsfrequenzen enthalten (also wöchentlich oder täglich). Der tägliche Mehrfachkonsum erfasst hingegen nur täglich konsumierte Produkte, d.h. der tägliche Konsum von 2 Produkten ist so zu interpretieren, dass beide Produkte täglich konsumiert werden.

Abbildung 3.2

Einfach- und Mehrfachkonsum bei Konsumierenden, die mindestens monatlich ein, zwei, drei oder mehr Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren, nach Alter



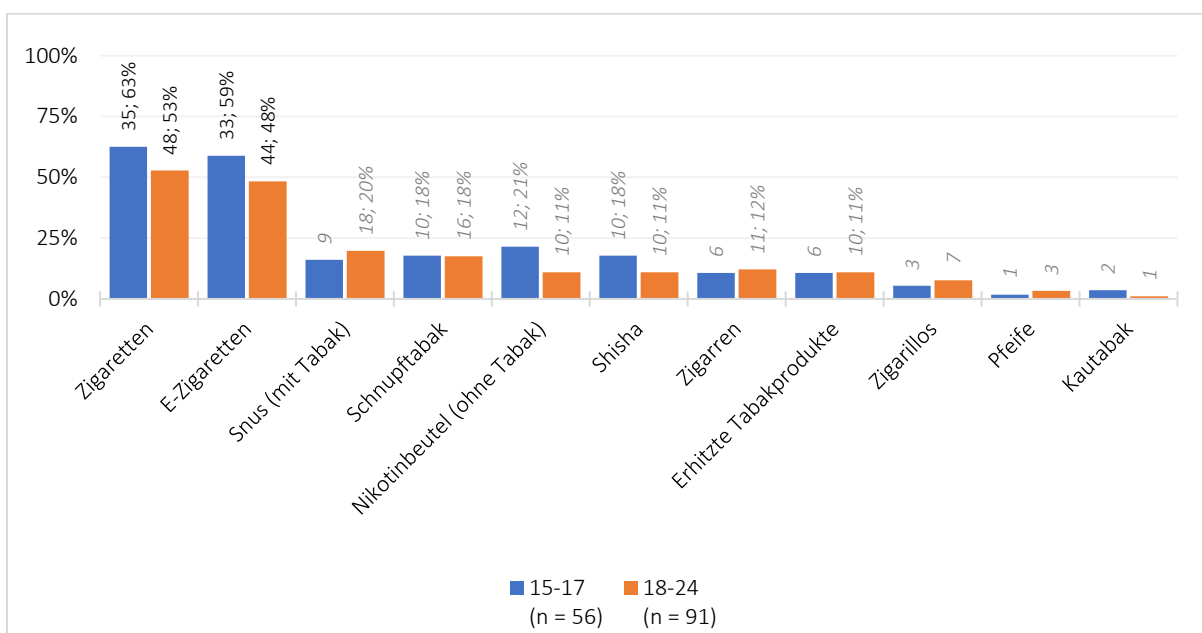
Anmerkung: Im mindestens monatlichen Mehrfachkonsum sind auch häufigere Nutzungsfrequenzen enthalten (also wöchentlich oder täglich).

Beim mindestens monatlichen Mehrfachkonsum zeigt sich ein klares Bild: Eine Mehrheit der 15-24-jährigen Konsumierenden konsumiert mehrere Produkte – die 15-17-Jährigen geben sogar an, im Monat häufiger drei oder mehr Produkte zu konsumieren als nur ein Produkt (Abbildung 3.2).

Der Vergleich der unterschiedlichen Altersstufen zeigt, dass der tägliche Mehrfachkonsum bei den jüngsten Befragten am stärksten ausgeprägt ist, die Datenbasis ist allerdings schmal. Mit zunehmendem Alter nimmt das Repertoire der konsumierten Produkte ab.

Abbildung 3.3

Konsumierte Tabak-/Nikotinprodukte bei mehrfach Konsumierenden (15-17-Jährige wie auch 18-24-Jährige, die mindestens monatlich konsumieren), nach Tabak-/Nikotinprodukt



Eine vertiefte Analyse der beiden jüngsten Altersgruppen zeigt, dass 15-17-Jährige wie auch 18-24-Jährige mehrheitlich herkömmliche und elektronische Zigaretten mindestens monatlich konsumieren. Junge Erwachsene kombinieren dazu tendenziell eher Snus, während die 15-17-Jährigen häufiger nicht Tabakprodukte, sondern Nikotinbeutel und/oder Shisha konsumieren (Abbildung 3.3). Ausserdem geben bei beiden Altersgruppen jeweils fast 20% an, mindestens monatlich auch Schnupftabak zu konsumieren.

Signifikante Gruppenunterschiede beim Einfach- und Mehrfachkonsum (siehe auch Tabelle 15.3 im Anhang):

- Alter: Die 15-17-Jährigen konsumieren häufiger mehrere Produkte als die 18-24-Jährigen, insbesondere Zigaretten, E-Zigaretten, Nikotinbeutel und Shisha.
- Bildung: Beim mindestens monatlichen Konsum ist der Einfachkonsum überdurchschnittlich bei Personen mit tertiärem Bildungsabschluss verbreitet (80.6%), der Doppelkonsum bei Personen mit Sek-II-Abschluss (19.6%) und der Konsum von drei oder mehr Produkten bei Personen mit obligatorischem Bildungsabschluss (7.7%).
- Haushaltstyp: Drei oder mehr Produkte werden in Haushalten mit mehreren erwachsenen Personen überdurchschnittlich häufig konsumiert, während von Einpersonenhaushalten und Haushalten mit Kindern überdurchschnittlich häufig der Konsum eines einzigen Produkts berichtet wird. Diese Unterschiede zeigen sich sowohl beim mindestens monatlichen als auch beim täglichen Konsum.

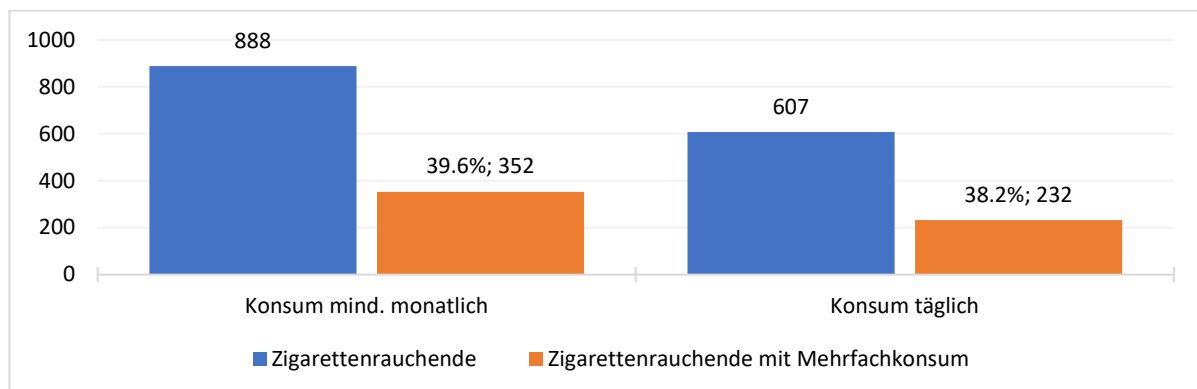
3.2 Mehrfachkonsum: Zigaretten und weitere Produkte

Fragestellung: Was sind unter täglich/mindestens monatlich Nutzenden eines Produkts die Konsumhäufigkeiten der anderen Produkte?

Unter den mindestens monatlich Zigarettenrauchenden haben ca. 40% einen Mehrfachkonsum. Das heisst, diese Personen konsumieren neben der Zigarette noch mindestens ein weiteres Produkt. Unter den täglich Zigarettenrauchenden konsumieren 38.2% neben der Zigarette noch mindestens ein weiteres Produkt (Abbildung 3.4).

Abbildung 3.4

Einfach- und Mehrfachkonsum bei Personen, die mindestens monatlich bzw. täglich Zigaretten rauchen



Anmerkung: Die Prozentzahl bei den Rauchenden mit Mehrfachkonsum bezieht sich auf die Fallzahl der Rauchenden. 352 Zigarettenrauchende mit mindestens monatlichem Mehrfachkonsum entsprechen 39.6% der 888 mindestens monatlich Zigarettenrauchenden.

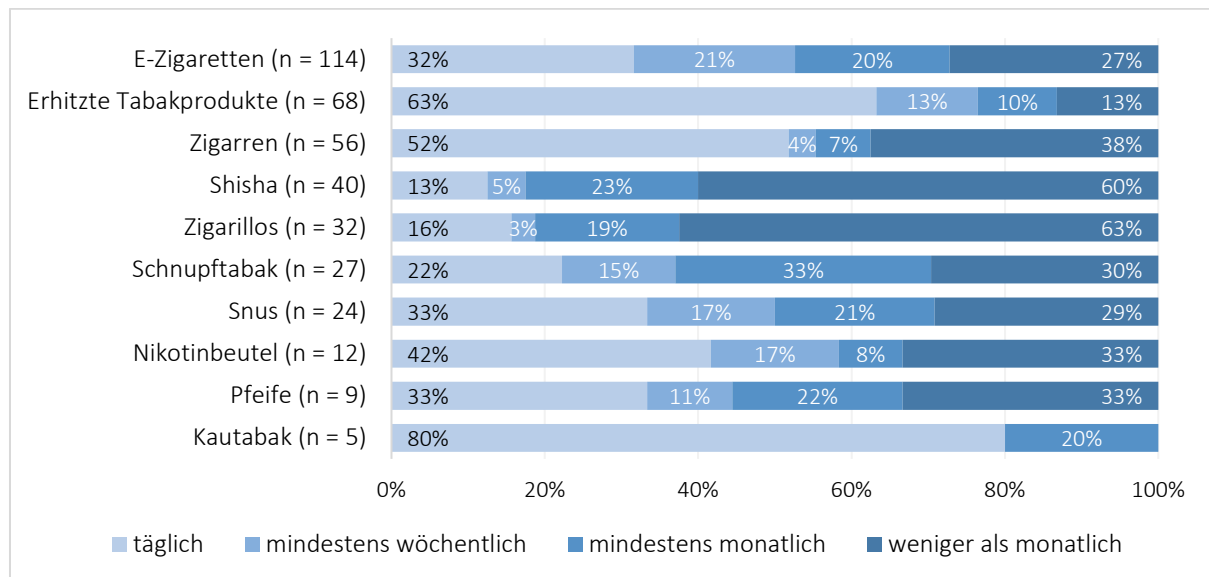
Bei Personen mit täglichem Zigarettenkonsum wird auch der tägliche Konsum weiterer Tabak-/Nikotinprodukte berichtet. Bei Personen mit mindestens monatlichem Zigarettenkonsum wird auch der mindestens monatliche Konsum weiterer Tabak-/Nikotinprodukte berichtet (der auch wöchentlichen und täglichen Konsum einschliesst).

Von den mindestens monatlich Zigarettenrauchenden konsumieren rund 40% mit derselben Häufigkeit auch weitere Produkte. Am häufigsten werden zusätzlich mindestens monatlich E-Zigaretten (31%) und erhitzte Tabakprodukte (15%) genutzt, gefolgt von Zigarren (14%) (ohne Abbildung).

Unter den täglich Zigarettenrauchenden, die auch E-Zigaretten konsumieren, konsumieren 32% auch die E-Zigaretten täglich, bei erhitzten Tabakprodukten sind dies 63% und bei Zigarren 52% (Abbildung 3.5).

Abbildung 3.5

Mehrfachkonsum bei täglich Zigarettenrauchenden, die täglich, mindestens wöchentlich, monatlich oder weniger als monatlich weitere Produkte konsumieren, nach Tabak-/Nikotinprodukt



3.3 Mehrfachkonsum: E-Zigaretten und weitere Produkte

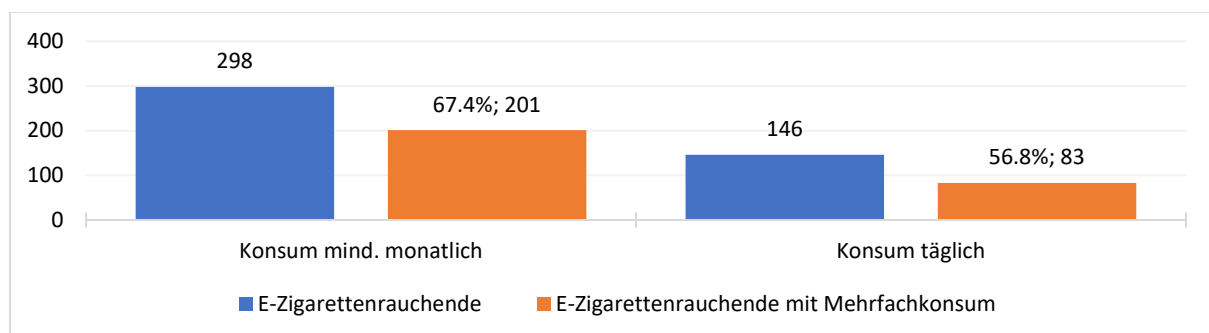
Im Vergleich zu den Zigarettenrauchenden (Abbildung 3.4) kommt der Mehrfachkonsum bei den E-Zigarettenrauchenden deutlich häufiger vor (Abbildung 3.6):

Bei den mindestens monatlich E-Zigarettenrauchenden konsumieren 67.4% zusätzlich mindestens ein anderes Produkt.

Unter den täglich E-Zigarettenrauchenden konsumieren 56.8 % (n = 83) zusätzlich mindestens ein weiteres Produkt (48 % konsumieren ein bis zwei zusätzliche Produkte, 9 % konsumieren drei oder mehr).

Abbildung 3.6

Einfach- und Mehrfachkonsum bei Personen, die mindestens monatlich bzw. täglich E-Zigaretten konsumieren



Anmerkung: Die Prozentzahl bei den Rauchenden mit Mehrfachkonsum bezieht sich auf die Fallzahl der Rauchenden. 201 E-Zigarettenrauchende mit mindestens monatlichem Mehrfachkonsum entspricht 67.4% der 298 mindestens monatlich E-Zigarettenrauchenden Personen.

Bei Personen mit täglichem E-Zigarettenkonsum wird auch der tägliche Konsum weiterer Tabak-/Nikotinprodukte berichtet. Bei Personen mit mindestens monatlichem E-Zigarettenkonsum wird auch der mindestens monatliche Konsum weiterer Tabak-/Nikotinprodukte berichtet (der auch wöchentlichen und täglichen Konsum einschliesst).

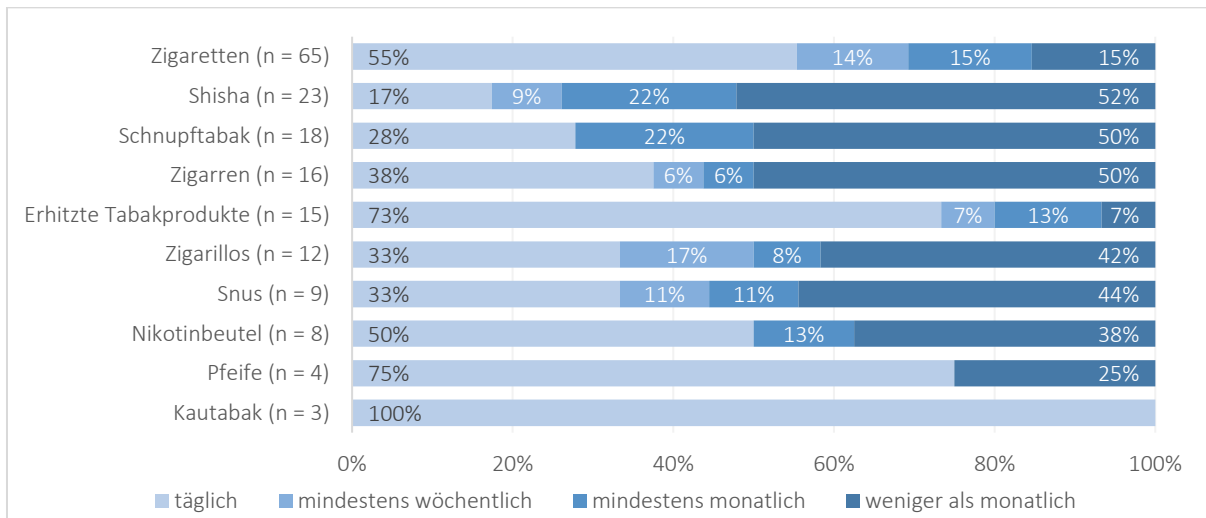
Das am häufigsten zusätzlich zur E-Zigarette konsumierte Produkt ist die herkömmliche Zigarette.

Von den Personen, die mindestens monatlich E-Zigaretten konsumieren, rauchen 27% ($n = 157$) zusätzlich mindestens monatlich Zigaretten und 10% ($n = 58$) mindestens monatlich zusätzlich Shisha. Andere Produkte werden von weniger als 10% dieser Personen konsumiert (ohne Abbildung).

Unter den täglich E-Zigarettenrauchenden (Abbildung 3.7) konsumieren mehr als die Hälfte (55%) täglich herkömmliche Zigaretten ($n = 65$). Von den täglich E-Zigarettenrauchenden, die erhitzte Tabakprodukte nutzen, konsumieren diese fast drei Viertel (73%) täglich ($n = 11$).

Abbildung 3.7

Mehrfachkonsum bei täglich E-Zigarettenrauchenden, die täglich, mindestens wöchentlich, monatlich oder weniger als monatlich weitere Produkte konsumieren, nach Tabak-/Nikotinprodukt



3.4 Mehrfachkonsum: Weitere Produkte

Snus ergänzt den Konsum anderer Produkte: 25% der täglich Snus Nutzenden und 72% der mindestens monatlich Snus Nutzenden konsumieren mindestens noch ein weiteres Produkt.

Nikotinbeutel ergänzen den Konsum anderer Produkte (ähnlich wie Snus): 33% der täglich Nikotinbeutel Nutzenden und 78% der monatlich Nikotinbeutel Nutzenden konsumieren mindestens noch ein weiteres Produkt.

4 Einstiegsprodukte und Konsumationsverlauf

Im vierten Kapitel wird die Frage adressiert, mit welchen Produkten Personen in der Schweiz den Konsum von Tabak- und Nikotinprodukten beginnen und welche Muster sich im Konsum über die Zeit ergeben. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf Zigaretten und E-Zigaretten.

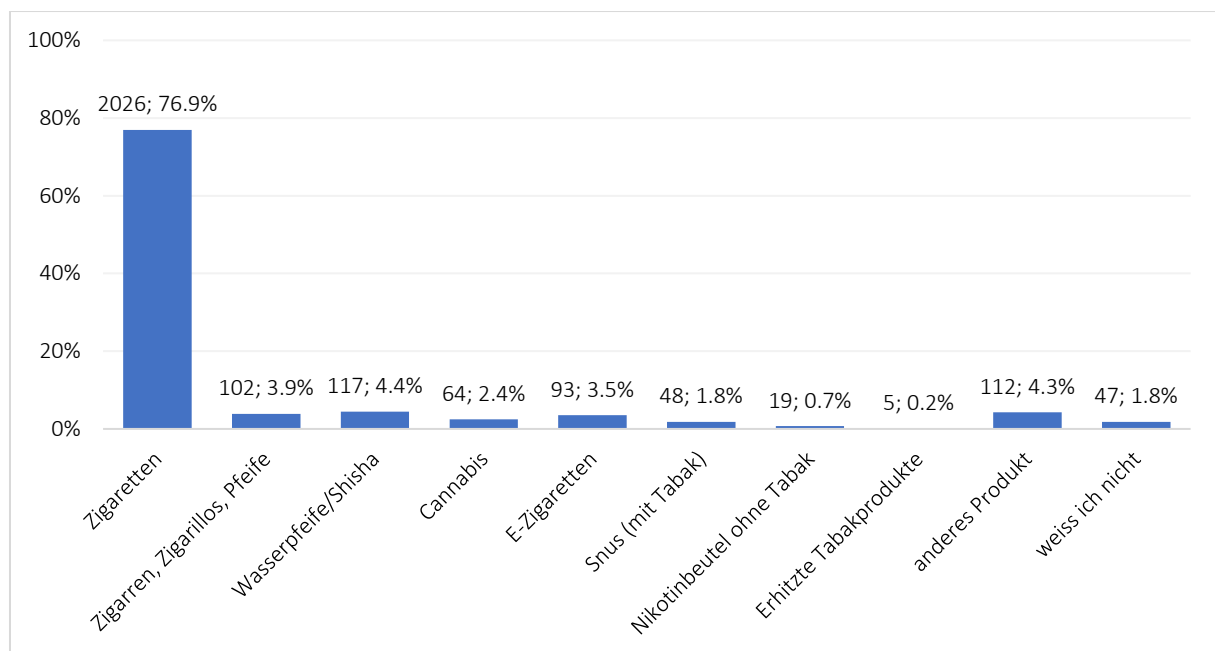
4.1 Einstiegsprodukte (ehemals) Konsumierender in den Tabak-/Nikotinkonsum

Fragestellung: Mit welchem Produkt sind Personen in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen, die aktuell konsumieren bzw. früher konsumiert haben?

Das primäre Einstiegsprodukt ist die herkömmliche Zigarette (Abbildung 4.1). Von den Personen, die Tabak-/Nikotinprodukte aktuell konsumieren oder früher konsumiert haben, sind mehr als 76% mit herkömmlichen Zigaretten eingestiegen und nur 20% über weitere Produkte. Bei den weiteren Produkten waren Zigarren, Zigarillos und Pfeife sowie Wasserpfeife/Shisha mit jeweils 4% die zweit- und dritthäufigsten Einstiegsprodukte.

Abbildung 4.1

Tabak-/Nikotinprodukte, mit denen aktuell oder ehemalige Konsumierende in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen sind



Die neueren Nikotinprodukte E-Zigaretten, Snus, Nikotinbeutel und erhitzte Tabakprodukte werden bislang nur sehr selten als Einstiegsprodukt genannt. Allerdings ist hier zu beachten, dass sie aufgrund der kürzeren Zeitdauer ihrer Verfügbarkeit noch nicht mit traditionellen Tabak-/Nikotinprodukten als Einstiegsprodukte konkurrieren können: Zigaretten sind seit Jahrzehnten verfügbar, E-Zigaretten erst seit einigen Jahren. Daher ist zu vermuten, dass die neueren Nikotinprodukte bei jüngeren Konsumierenden häufiger als Einstiegsprodukt dienen, als dies derzeit dargestellt wird (Abbildung 4.1).

Um die angenommenen Veränderungen über die Zeit näher zu untersuchen, haben wir die Einstiegsprodukte von jüngeren und älteren Personen verglichen. Die Einstiege in den Tabak- und Nikotinkonsum sind für die jüngere Hälfte der Befragten stark fragmentiert, während die ältere Hälfte in rund neun von zehn Fällen mit herkömmlichen Zigaretten angefangen hat. Diese Befunde stützen die Annahme, dass im Vergleich zu früher junge Menschen heutzutage häufiger mit neueren Tabak-/Nikotinprodukten mit dem Konsum beginnen. So geben fast 20% der jüngsten Befragten an, dass sie nicht über Zigaretten in den Konsum eingestiegen sind.

Tabelle 4.1

Tabak-/Nikotinprodukte, mit denen Personen, die aktuell mindestens monatlich konsumieren oder die früher konsumiert haben, in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen sind, nach Alter

	Total	15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Zigaretten	76.9%	28.1%	48.7%	67.1%	84.7%	89.7%	92.3%	92.4%	92.0%
Zigarren, Zigarillos, Pfeife	3.9%	0.6%	3.7%	2.8%	2.8%	3.1%	6.4%	5.9%	5.1%
Wasserpfeife, Shisha	4.4%	7.9%	13.8%	12.3%	1.9%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%
Cannabis	2.4%	3.9%	3.4%	4.7%	3.5%	2.5%	0.5%	0.0%	0.0%
E-Zigaretten	3.5%	29.2%	9.0%	1.7%	0.5%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%
Snus (mit Tabak)	1.8%	3.4%	5.9%	3.1%	1.9%	0.2%	0.0%	0.3%	0.0%
Erhitzte Tabakprodukte	0.2%	0.0%	0.6%	0.3%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%
Nikotinbeutel (ohne Tabak)	0.7%	3.4%	2.8%	0.6%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Anderes Produkt	4.3%	18.5%	10.4%	6.4%	2.6%	1.1%	0.2%	0.3%	0.7%
Weiss nicht	1.8%	5.1%	1.7%	1.1%	2.1%	2.5%	0.7%	0.7%	2.2%

Anmerkung: In jeder Altersgruppe sind die drei am häufigsten genannten Einstiegsprodukte fett hervorgehoben.

Der Altersvergleich legt auch die besondere Rolle der E-Zigarette für die jüngsten Befragten offen: Im Gegensatz zu den übrigen Befragten steigen 15-17-jährige Konsumierende mindestens ebenso häufig mit elektronischen wie mit herkömmlichen Zigaretten ein (Tabelle 4.1).

Ab einem Alter von 25 Jahren geben zwischen 84.6% und 100% der aktuell Konsumierenden an, mit herkömmlichen Zigaretten eingestiegen zu sein – und zwar unabhängig von ihrer aktuellen Konsumfrequenz (mindestens monatlich vs. täglich) und vom aktuell konsumierten Produkt (herkömmliche vs. elektronische Zigaretten).

4.2 Einstieg in den Nikotin- und Tabakkonsum über Zigaretten oder E-Zigaretten

Fragestellung: Wie hoch ist bei den verschiedenen Produkten der Anteil der Personen, die mit herkömmlichen oder E-Zigaretten in den Konsum eingestiegen sind?

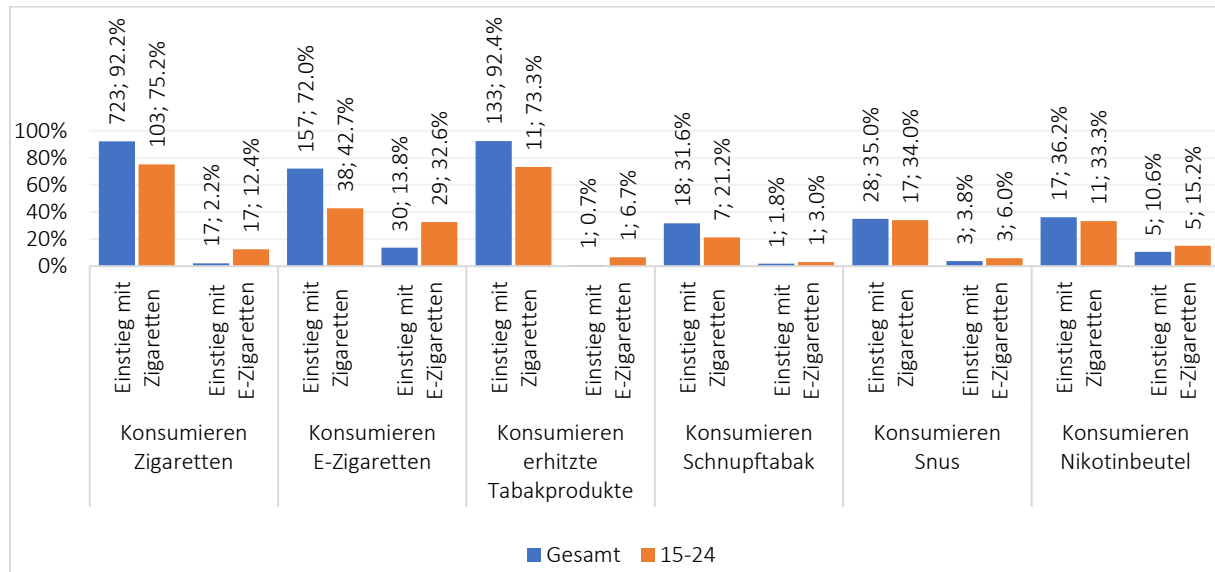
Auch wenn die täglichen und mindestens monatlich Konsumierenden einzelner Produkte betrachtet werden, bleibt die herkömmliche Zigarette das primäre Einstiegsprodukt (Abbildung 4.2). Sie wird häufiger als andere Produkte genannt.

In Abbildung 4.2 werden Zigaretten mit E-Zigaretten als Einstiegsprodukte bei den mindestens monatlichen Konsumierenden von sechs Produkten verglichen und dabei die jüngste Altersgruppe (15-24 Jahre) von allen Konsumierenden (Gesamt) unterschieden.

Zu beachten ist hier, dass der Einstieg über Zigaretten oder E-Zigaretten nicht bedeutet, dass die Konsumierenden aktuell damit aufgehört haben. Es ist möglich, dass die Personen auch weiterhin Zigaretten und/oder E-Zigaretten rauchen.

Abbildung 4.2

Einstieg in den Tabak-/Nikotinkonsum über Zigaretten oder E-Zigaretten, nach aktuell konsumiertem Produkt und nach Alter (alle Konsumierenden vs. 15-24-Jährige, Konsum mindestens monatlich)



Lesebeispiel: Bei allen Personen, die aktuell Zigaretten konsumieren, haben über 92% mit Zigaretten begonnen. Bei den 15-24-Jährigen, die aktuell Zigaretten konsumieren, haben über 75% mit Zigaretten begonnen.

Für die Konsumierenden zwischen 15 und 24 Jahren ist die E-Zigarette häufiger das Einstiegsprodukt als bei allen Konsumierenden, wo die herkömmliche Zigarette als Einstiegsprodukt überwiegt (Abbildung 4.2).

Mehr als zwei Drittel der Personen (72.0%), die aktuell mindestens monatlich E-Zigarette konsumieren, gelangte über herkömmliche Zigaretten zu diesem Produkt, während nur 13.8% direkt mit der E-Zigarette eingestiegen sind.

In der Subgruppe der 15-24-Jährigen sind die Verhältnisse dieser beiden Einstiegsprodukte allerdings markant verschoben: während 42.7% der 15-17-Jährigen und jungen Erwachsenen über herkömmliche Zigaretten zu E-Zigaretten gelangte, sind 32.6% direkt mit der E-Zigarette eingestiegen.⁴

Signifikante Gruppenunterschiede bei den Einstiegsprodukten (siehe auch Tabelle 15.4 im Anhang):

- **Alter:** Herkömmliche Zigaretten werden mit höherem Alter signifikant häufiger als Produkte genannt, mit denen man in den Konsum eingestiegen ist (15-17: 48.0% vs. 75+: 93.7%). Passend dazu werden elektronische Zigaretten mit höherem Alter seltener als Einstiegsprodukte angegeben (15-17: 30.3% vs. 65+: 0.4%).
- **Geschlecht:** Frauen geben häufiger Zigaretten (86.9% vs. 76.6%), E-Zigaretten (2.3% vs. 1.1%) und Shisha (4.3% vs. 3.8%) als Einstiegsprodukte an als Männer; Männer geben häufiger Zigaretten/Zigarillos/Pfeifen (6.6% vs. 0.8%), Cannabis (2.7% vs. 1.8%), Snus (2.4% vs. 0.4%) sowie andere Produkte (4.3% vs. 1.7%) als Einstiegsprodukte an als Frauen.
- **Migrationshintergrund/Nationalität:** Personen mit Migrationshintergrund und/oder ausländischer Nationalität berichten häufiger mit Zigaretten eingestiegen zu sein als Schweizerinnen und Schweizer (88.1% vs. 85.4%), umgekehrt haben Schweizerinnen und Schweizer häufiger weitere Einstiegsprodukte genannt wie Shisha (4.9% vs. 2.1%), Snus (2.0% vs. 0.5%) oder andere Produkte (4.2% vs. 0.9%) als Personen mit Migrationshintergrund und/oder ausländischer Nationalität.

⁴ Das Ausmass des Mehrfachkonsums kann hier nicht quantifiziert werden, da nicht abgefragt wurde, ob der Konsum des Einstiegsprodukts beim Wechsel beendet oder weitergeführt wurde.

- Sprachregion: In der französisch- und italienischsprachigen Schweiz werden Zigaretten häufiger als Einstiegsprodukte angegeben als in der Deutschschweiz (88.0% vs. 78.2%), Zigarren/Zigarillos/Pfeife waren häufiger Einstiegsprodukte in der Deutsch- und Westschweiz als im Tessin (4.8% vs. 2.7%), und in der Deutschschweiz wurden «andere» Produkte häufiger als Einstiegsprodukte genannt als in den anderen Sprachregionen (3.9% vs. 1.0%).
- Haushaltstyp: In Haushalten mit (minderjährigen) Kindern werden häufiger E-Zigaretten konsumiert als in anderen Haushaltsformen (3.1% vs. 1.1%).

4.3 Einstiegsprodukte der aktuell Zigarettenrauchenden

Fragestellung: Welches waren die Einstiegsprodukte unter den Personen, die aktuell herkömmliche Zigaretten konsumieren?

Die herkömmliche Zigarette ist das primäre Einstiegsprodukt von aktuell Zigarettenrauchenden in der Schweiz: 94% der täglich Zigarettenrauchenden sind mit diesem Produkt eingestiegen, und bei den mindestens monatlich Zigarettenrauchenden sind es 92% (siehe Tabelle 4.2).

Tabelle 4.2

Aktuell mindestens monatlich oder täglich Zigarettenkonsumierende nach Einstiegsprodukt

	Zigaretten	E-Zigaretten	Wasserpfeife/ Shisha	Cannabis	Zigarren, Zigarillos, Pfeife	Snus (mit Tabak)	Nikotinbeutel (ohne Tabak)	Anderes Produkt
Aktuell mindestens monatlicher Konsum	92%	2%	1%	3%	1%	0%	0%	1%
Aktuell täglicher Konsum	94%	2%	1%	2%	1%	0%	0%	1%

Anmerkung: Die Tabelle gibt keine Auskunft über einen Mehrfachkonsum, da das Eingangsprodukt weiterhin genutzt werden kann und dies nicht bedeutet, dass dessen Konsum eingestellt wurde.

Knapp ein Drittel (30%) der heute mindestens monatlich herkömmliche Zigarettenrauchenden 15-17-Jährigen ist mit der E-Zigarette eingestiegen (Tabelle 4.3).

Tabelle 4.3

Aktuell mindestens monatlich Zigarettenrauchende, die über Zigaretten oder E-Zigaretten in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen sind, nach Alter

	15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Zigaretten	55%	84%	87%	95%	97%	100%	99%	100%
E-Zigaretten	30%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

4.4 Einstiegsprodukte der aktuell E-Zigarettenrauchenden

Fragestellung: Welches waren die Einstiegsprodukte von Personen, die aktuell E-Zigaretten konsumieren?

Aktuell E-Zigarettenrauchende sind unabhängig von ihrer Konsumfrequenz in gut sieben von zehn Fällen (72%) mit der herkömmlichen Zigarette eingestiegen (Tabelle 4.4).

Tabelle 4.4

Aktuell mindestens monatlich oder täglich E-Zigarettenkonsumierende nach Einstiegsprodukt

	Zigaretten	E-Zigaretten	Wasserpfeife/ Shisha	Cannabis	Zigarren, Zigarillos, Pfeife	Snus (mit Tabak)	Nikotinbeutel (ohne Tabak)	Anderes Produkt
Mindestens monatlicher Konsum	72%	14%	5%	3%	3%	1%	1%	2%
Täglicher Konsum	77%	12%	3%	3%	2%	1%	0%	2%

Konsumierende ab 18 Jahren sind mehrheitlich über die herkömmliche Zigarette zur E-Zigarette gekommen (Tabelle 4.5).

Bei den 15-17-Jährigen (Tabelle 4.5) führte der Weg nur für eine Minderheit (37% der mindestens monatlich E-Zigarettenrauchenden) über die herkömmliche Zigarette; deutlich mehr Minderjährige sind mit der E-Zigarette eingestiegen (47%). Auch bei den mindestens monatlich E-Zigarette konsumierenden jungen Erwachsenen (18 bis 24 Jahre) ist die E-Zigarette ein zentrales Einstiegsprodukt: 22% dieser Bevölkerungsgruppe begann damit ihren Konsum.

Tabelle 4.5

Aktuell mindestens monatlich E-Zigarettenrauchende, die über Zigaretten oder E-Zigaretten in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen sind, nach Alter

	15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Zigaretten	37%	47%	85%	93%	97%	95%	89%	100%
E-Zigaretten	47%	22%	4%	0%	0%	0%	0%	0%

4.5 Konsumationsverlauf

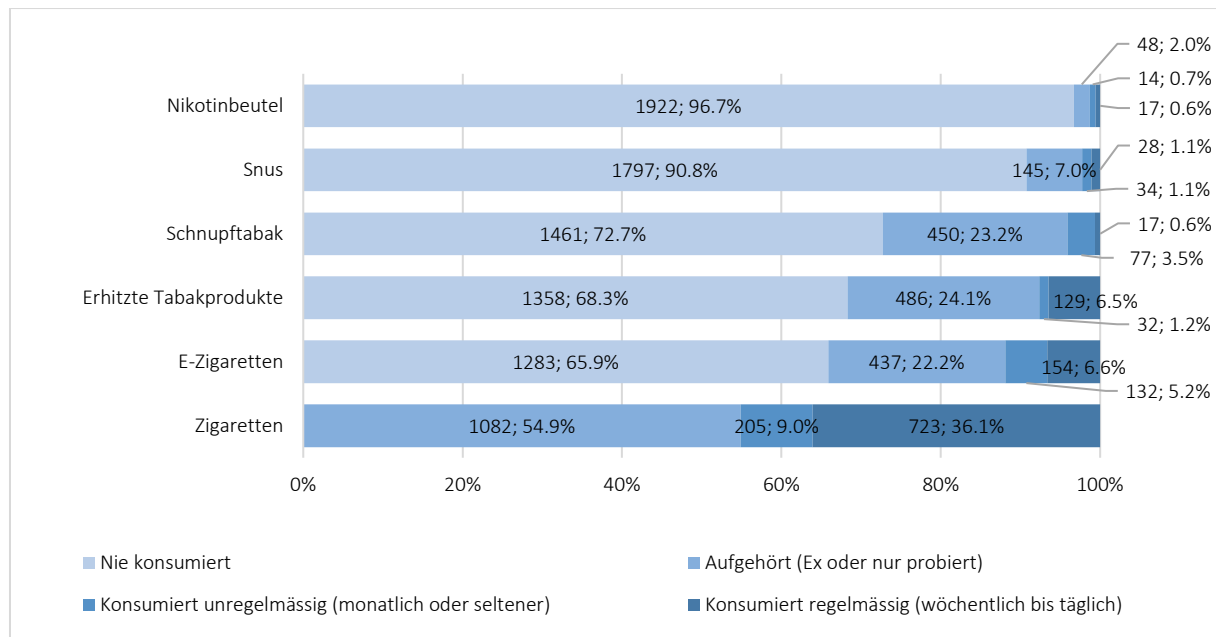
Für sechs Produkte (Zigaretten, E-Zigaretten, erhitzte Tabakprodukte, Snus, Nikotinbeutel und Schnupftabak) sind Befragungsdaten vorhanden, mit denen man einen Konsumationsverlauf aufzeigen kann: Wie ist der Konsum anderer Produkte bei Personen, die von einem bestimmten Einstiegsprodukt herkommen?

Aufgrund zu kleiner Stichprobengrößen werden im Folgenden allerdings nur die Konsumverläufe für Personen berichtet, die den Konsum von Tabak-/Nikotinprodukten mit Zigaretten, E-Zigaretten oder Snus begonnen haben.

Abbildung 4.3 zeigt auf, wie Produktnutzung bei Personen aussieht, die mit herkömmlichen Zigaretten angefangen haben. In Anlehnung an Van der Zee & Van Walbeek (2024) wird unterschieden zwischen aktueller Nutzung und vergangener Nutzung. In der aktuellen Nutzung wird zwischen regelmässigem (wöchentlich bis täglich) und unregelmässigem (monatlich und seltener) Nutzen unterschieden. Zur vergangenen Nutzung wird gezählt, wenn jemand nach regelmässigem Konsum aufgehört oder aber ein Produkt auch einfach ausprobiert hat. Ebenfalls ausgewiesen wird der Anteil derer, die ein Produkt nie genutzt haben.

Abbildung 4.3

Verlauf des Tabak-/Nikotinkonsums von Personen, die mit Zigaretten eingestiegen sind, nach Produkt

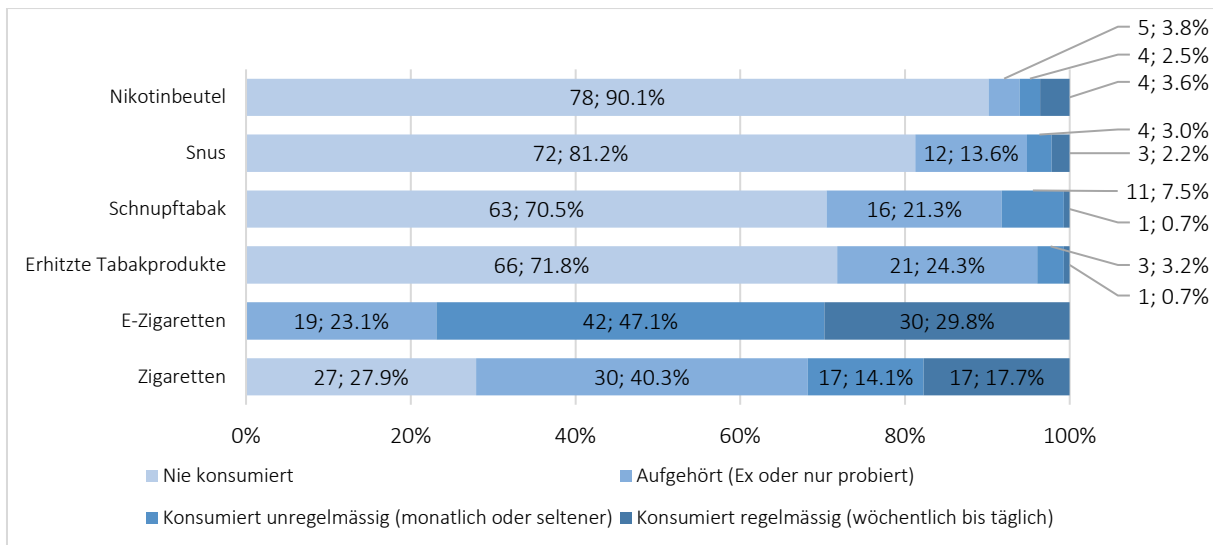


In Bezug auf den Konsum herkömmlicher Zigaretten lässt sich in Abbildung 4.3 ablesen, dass eine Mehrheit das Rauchen von Zigaretten wieder aufgegeben hat (54.9%), aber ein gutes Drittel (36.1%) aktuell wöchentlich bis täglich Zigaretten raucht, während eine Minderheit von 9% unregelmässig (monatlich oder seltener) Zigaretten konsumiert. Personen, die mit Zigaretten eingestiegen sind, haben darüber hinaus auch andere Produkte ausprobiert (insbesondere E-Zigaretten, erhitzte Tabakprodukte und Schnupftabak), aber nur vergleichsweise selten deren Konsum aufrechterhalten.

Fast drei Viertel der Personen (72.1%), die mit E-Zigaretten eingestiegen sind (Abbildung 4.4), haben auch Erfahrungen mit herkömmlichen Zigaretten gemacht, aber mehr als die Hälfte dieser Personen hat den Zigarettenkonsum wieder aufgegeben. Die Gruppe, die den Konsum von E-Zigaretten wieder aufgegeben hat, ist deutlich kleiner als die entsprechende Gruppe bei den herkömmlichen Zigaretten (23.1% vs. 54.9%). Wer mit der E-Zigarette eingestiegen ist, raucht sie aktuell mehrheitlich unregelmässig (47.1%) und immerhin fast jeder dritte Einsteiger mit E-Zigaretten konsumiert sie aktuell täglich (29.8%). Allerdings sind diese Ergebnisse aufgrund der kleinen Stichprobengrössen mit Vorsicht zu interpretieren.

Abbildung 4.4

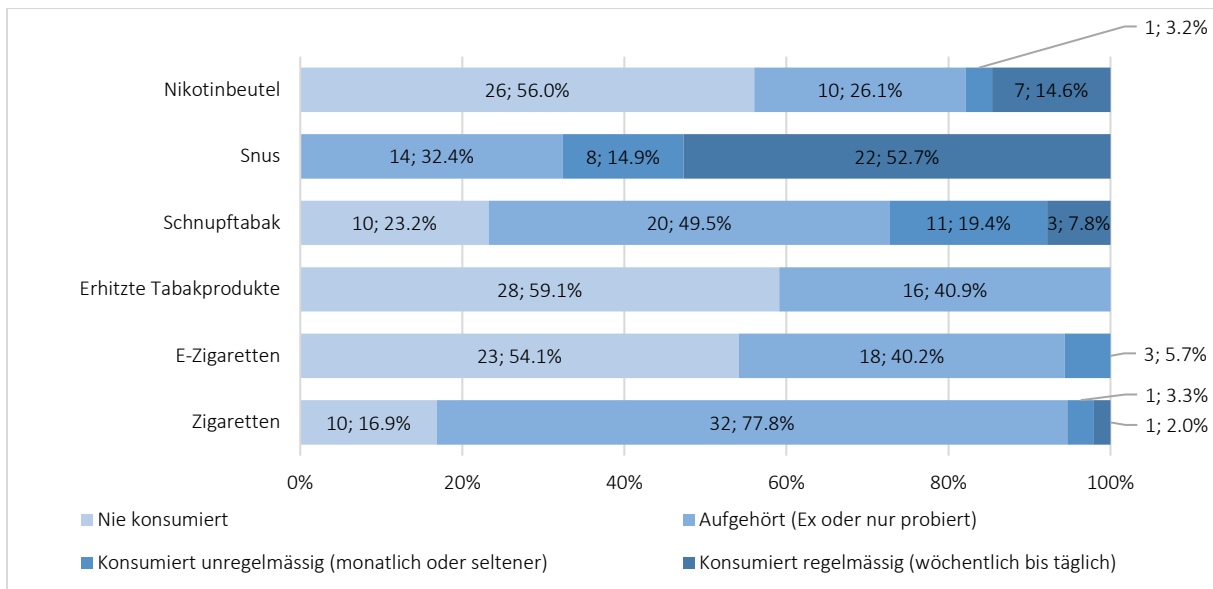
Verlauf des Tabak-/Nikotinkonsums von Personen, die mit E-Zigaretten eingestiegen sind, nach Produkt



Personen, die mit Snus eingestiegen sind, probieren anschliessend viele andere Produkte aus (Abbildung 4.5), bleiben aber am ehesten «nur» an einem weiteren Produkt hängen, nämlich an Schnupftabak (19.4% unregelmässiger Konsum). Die Ergebnisse sind allerdings mit Vorsicht zu interpretieren, da sich die Auswertung nur auf wenige Personen bezieht.

Abbildung 4.5

Verlauf des Tabak-/Nikotinkonsums von Personen, die mit Snus eingestiegen sind, nach Produkt



5 Detailauswertung E-Zigaretten

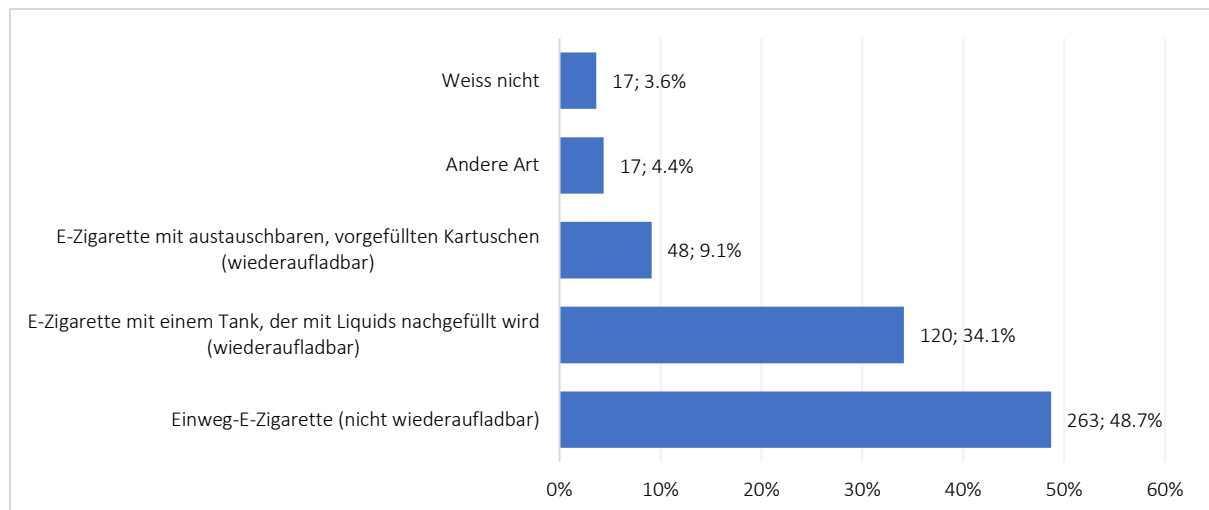
Das fünfte Kapitel liefert detaillierte Einblicke in die Nutzungsgewohnheiten und Präferenzen der E-Zigarettenkonsumierenden. Die Ergebnisse umfassen den hauptsächlich genutzten E-Zigaretten Produkttyp, die übliche Füllmenge und bevorzugte Nikotinkonzentration sowie die bevorzugten Aromen. Da das umfassende Verständnis der genutzten und präferierten E-Zigaretten Produkttypen im Vordergrund steht, beziehen die Analysen in diesem Kapitel die Daten aller E-Zigarettenkonsumierenden mit ein. Neben Personen, die mindestens monatlich sowie täglich E-Zigaretten konsumieren, sind demnach auch Personen eingeschlossen, die seltener als einmal im Monat konsumieren.

5.1 E-Zigaretten Produkttypen

Der am häufigsten genutzte Produkttyp ist die Einweg-E-Zigarette (48.7%). Das am zweithäufigsten verwendete Produkt ist die wiederaufladbare und nachfüllbare E-Zigarette (34.1%). In weniger als 10% werden E-Zigaretten mit vorgefüllten Kartuschen verwendet (Abbildung 5.1).

Abbildung 5.1

E-Zigaretten-Produkttypen, die von E-Zigarettenkonsumierenden genutzt werden



Signifikante Gruppenunterschiede beim hauptsächlich genutzten E-Zigaretten-Produkttyp (siehe auch Tabelle 15.5 im Anhang)

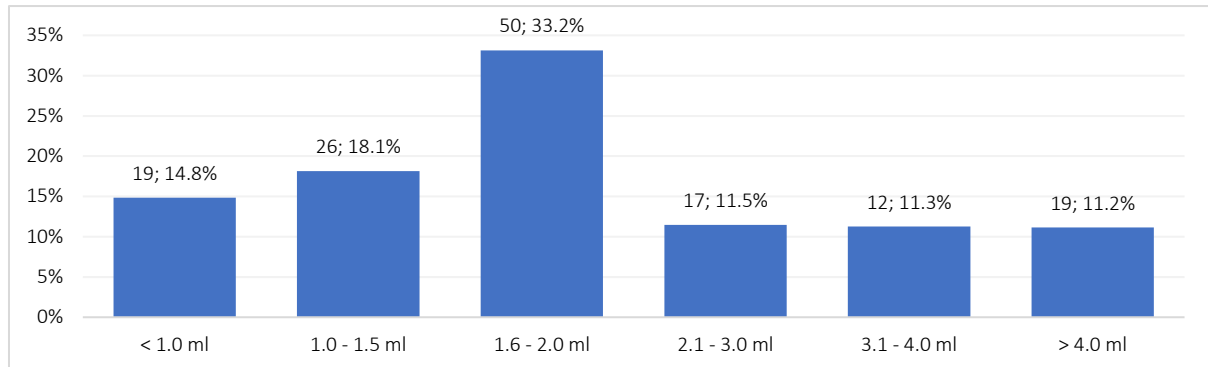
- **Alter:** Konsumierende unter 35 Jahre bevorzugen Einwegprodukte. So benutzen 78.8% der 15-17-Jährigen, die E-Zigaretten konsumieren, normalerweise Einweg-E-Zigaretten. Bei den 18-24-Jährigen ist der Anteil 69% und bei den 25-34-Jährigen 53.2%; mit zunehmendem Alter reduziert sich der Gebrauch von Einweg-E-Zigaretten weiter (35-44-Jährige: 38.8%, 45-54-Jährige: 36%, ab 55-Jährige: weniger als 13%). E-Zigarettenkonsumierende ab 35 Jahre bevorzugen nachfüllbare und wiederaufladbare Produkte. So konsumieren 14.1% der 15-17-Jährigen, 25.5% der 18-24-Jährigen und 40.3% der 25-34-Jährigen normalerweise nachfüllbare und/oder wiederaufladbare Produkte, gegenüber 52.2% der 35-44-Jährigen, 56% der 45-54-Jährigen und 60% oder mehr bei den Personen ab 55 Jahren.
- **Bildung:** E-Zigarettenkonsumierende mit niedrigerer Bildungsstufe bevorzugen Einwegprodukte; jene mit der höchsten Bildungsstufe bevorzugen nachfüllbare und wiederaufladbare Produkte.
- **Sprachregion:** In der Deutschschweiz verwenden E-Zigarettenkonsumierende hauptsächlich Einwegprodukte, in der französischsprachigen Schweiz hauptsächlich nachfüllbare und wiederaufladbare Produkte und im Tessin hauptsächlich Produkte mit Kartuschen.
- **Haushaltstyp:** In Einpersonenhaushalten werden hauptsächlich nachfüllbare und wiederaufladbare E-Zigaretten-Produkte genutzt. Die übrigen Haushaltsformen bevorzugen Einwegprodukte.

5.2 Übliche Füllmenge

E-Zigaretten werden am häufigsten mit einer Füllmenge von 1.6-2.0 ml gekauft (33.2%). Ein weiteres Drittel der Konsumierenden bevorzugt jeweils eine Füllmenge darüber oder darunter (Abbildung 5.2).

Abbildung 5.2

Füllmengen, die von täglich E-Zigarettenkonsumierenden genutzt werden



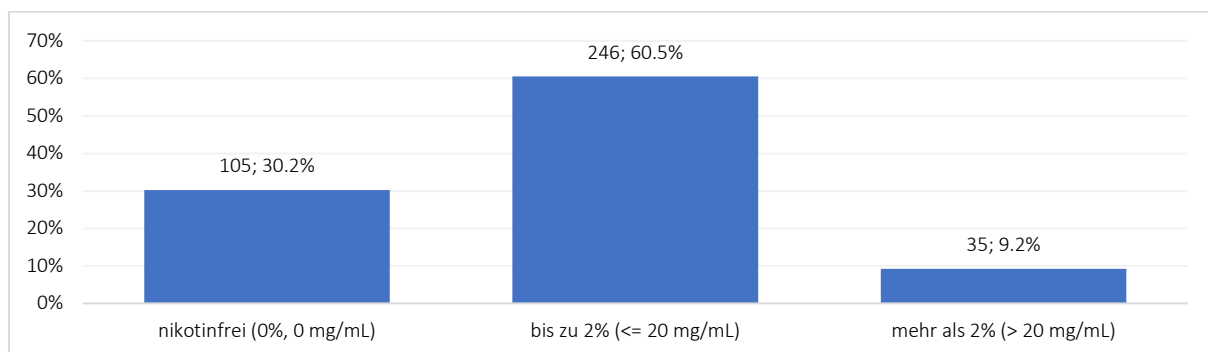
Signifikante Gruppenunterschiede bei der Füllmenge gibt es nicht (siehe auch Tabelle 15.5 im Anhang).

5.3 Bevorzugte Nikotinkonzentration

E-Zigaretten werden überwiegend (60.5%) mit einer Nikotinkonzentration von bis zu 2% konsumiert, aber 30.2% der Personen geben an, dass sie nikotinfreie Produkte bevorzugen (Abbildung 5.3).

Abbildung 5.3

Nicotinkonzentrationen, die von E-Zigarettenkonsumierenden genutzt werden



Anmerkungen: Der Konsum von Liquiden mit synthetischem Nikotin wird nicht gesondert abgefragt. Es ist möglich, dass Personen solche Produkte konsumieren, aber angeben, dass sie „nikotinfrei“ seien.

Bei der Befragung im Jahr 2023 konnte nur eine Antwort ausgewählt werden (nikotinfrei, bis zu 20 mg/mL, mehr als 20 mg/mL). Ab 2024 sind mehrere Antworten möglich.

Signifikante Gruppenunterschiede bei der bevorzugten Nikotinkonzentration (siehe auch Tabelle 15.5 im Anhang):

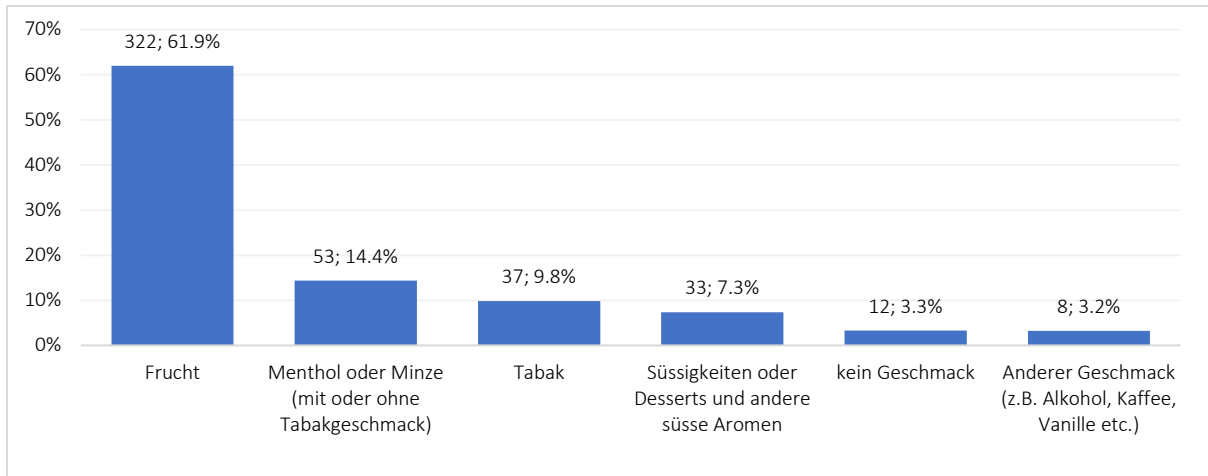
- **Alter:** Bei den 25-34-Jährigen ist die Nutzung von nikotinhaltigen (54.2%) und nikotinfreien E-Zigaretten (45.8%) fast ausgeglichen. Ab 25 Jahren nimmt der Anteil an Personen, die die stärkste Nikotinkonzentration bevorzugen, stetig zu. Und ein gutes Drittel (34%) der über 65-Jährigen konsumiert E-Zigaretten mit einer Nikotinkonzentration von mehr als 2%.
- **Haushaltstyp:** Nikotinfreie Produkte sind besonders populär bei alleinerziehenden Personen (65%).

5.4 Bevorzugte Aromen

Die mit weitem Abstand beliebtesten Aromen für E-Zigaretten sind Fruchtaromen (61.9%, Abbildung 5.4).

Abbildung 5.4

Aromen, die von E-Zigarettenkonsumierenden genutzt werden



Signifikante Gruppenunterschiede bei den bevorzugten Aromen (siehe auch Tabelle 15.5 im Anhang):

- **Alter:** Konsumierende über 45 Jahren bevorzugen Menthol, Tabak oder andere Aromen vor Fruchtaromen.
- **Bildung:** Personen mit einem tertiären Bildungsabschluss bevorzugen ebenfalls eher Menthol und Tabak vor andere Aromen.

6 Aufhörbereitschaft

Das sechste Kapitel liefert vertiefte Analysen zur Aufhörbereitschaft verschiedenen Schweizer Bevölkerungsgruppen als wichtige Grundlage für eine gezielte Ansprache und Unterstützung der einzelnen Gruppen beim Konsumstopp.

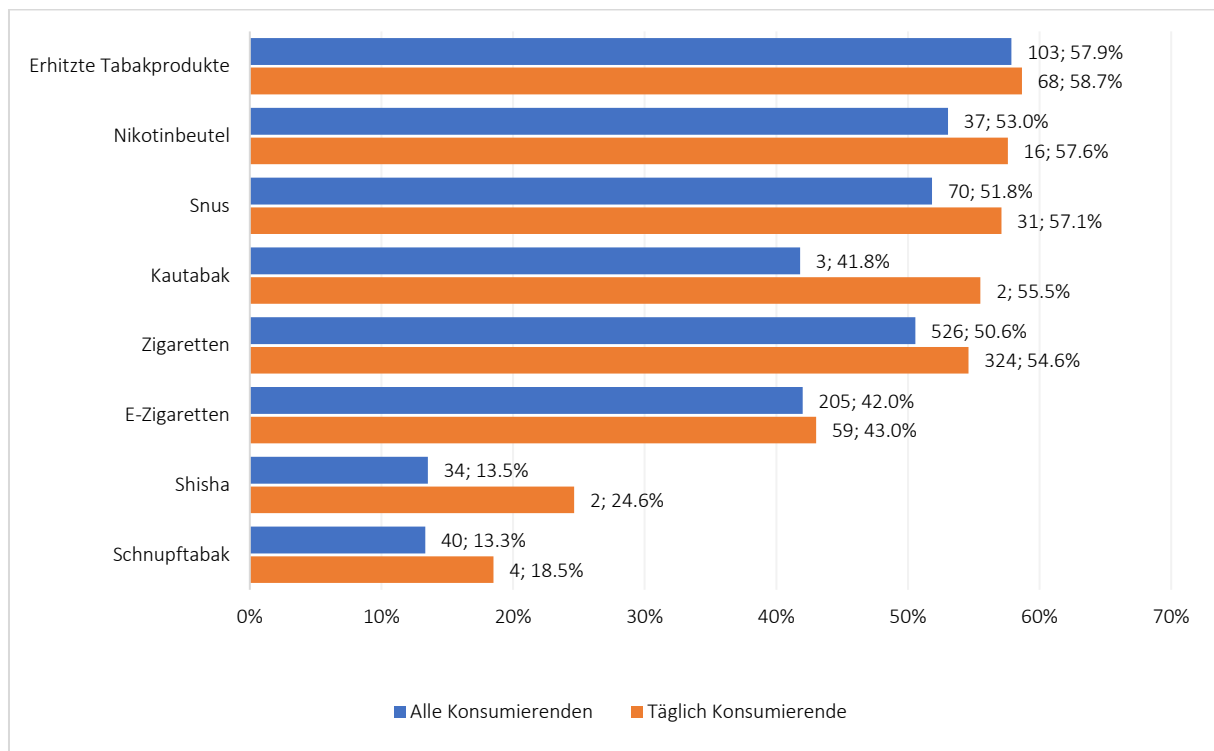
Fragestellung: Wie gross ist der Anteil der Personen, die mit dem Konsum aufhören wollen?

Für täglich Konsumierende ist die Aufhörbereitschaft jeweils stärker ausgeprägt als für die Gesamtheit aller Konsumierenden eines Produkts (Abbildung 6.1). Bei den folgenden Produkten wollen mehr als 50% der Konsumierenden aufhören:

- Zigaretten (50.6% gesamthafte Bereitschaft vs. 54.6% unter täglich Konsumierenden)
- Snus (51.8% vs. 57.1%)
- Nikotinbeutel (53.0% vs. 57.6%)
- Erhitzte Tabakprodukte (57.9% vs. 58.7%)

Abbildung 6.1

Aufhörbereitschaft bei allen Konsumierenden sowie täglich Konsumierenden nach Tabak-/Nikotinprodukt

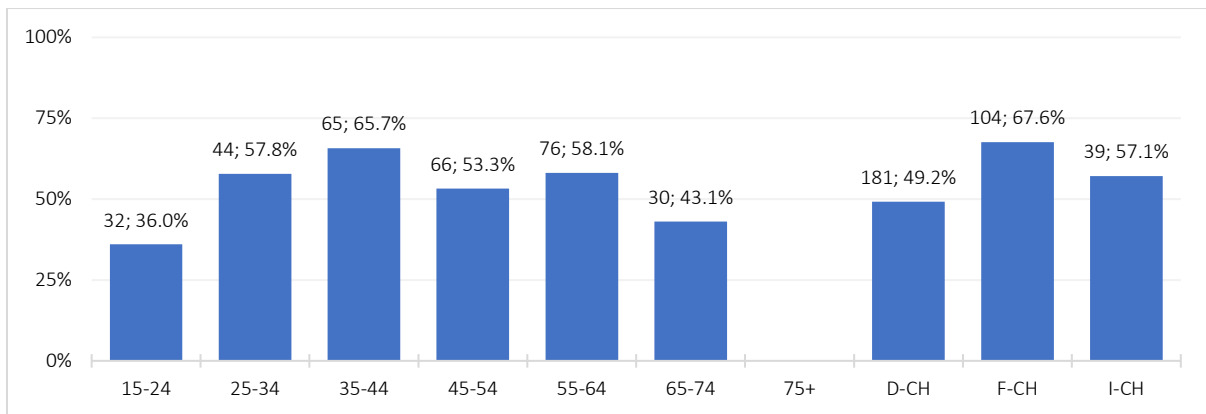


Lesebeispiel: Von allen Personen, die erhitzte Tabakprodukte konsumieren, wollen mehr als die Hälfte (57.9%) ihren Konsum beenden. Von allen Personen, die ein solches Produkt täglich konsumieren, wollen ebenfalls mehr als die Hälfte (58.7%) ihren Konsum beenden.

Täglich Zigarettenrauchende im Alter von 15 bis 24 Jahren sowie ab 65 Jahren wollen am wenigsten mit dem Rauchen aufhören (Abbildung 6.2). Die Aufhörbereitschaft ist in der Westschweiz am höchsten und in der Deutschschweiz am geringsten (Abbildung 6.2). Für die übrigen Produkte können aufgrund der niedrigen Fallzahlen keine Gruppenvergleiche vorgenommen werden.

Abbildung 6.2

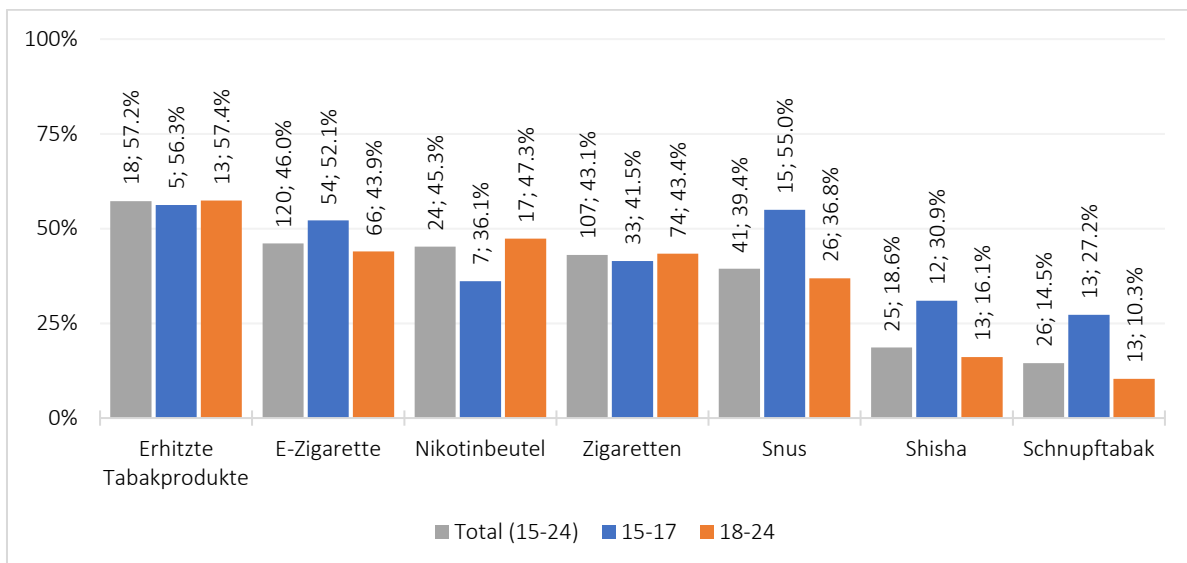
Aufhörerbereitschaft bei täglich Zigarettenkonsumierenden nach Alter und Sprachregion



Unter Zigarettenrauchenden im Alter von 15 bis 24 Jahre wollen 43.1% mit dem Rauchen aufhören (Abbildung 6.3). Mehr Minderjährige möchten die E-Zigarette als die herkömmliche Zigarette aufgeben (52.1% vs. 41.5%). Mit 15-17 Jahren scheint bei Snus, Shisha und Schnupftabak die Aufhörerbereitschaft (fast) doppelt so hoch (55.0%, 30.9% und 27.2%) zu sein wie mit 18-24 Jahren (36.8%, 16.1% und 10.3%).

Abbildung 6.3

Aufhörerbereitschaft von Konsumierenden, total, bei 15-17-Jährigen und 18-24-Jährigen nach Produkt



Signifikante Gruppenunterschiede bei der Aufhörerbereitschaft (siehe auch Tabelle 15.6 im Anhang):

- Alter: 30.9% der 15-17-Jährigen möchte aufhören Shisha zu konsumieren, gegenüber 16.1% der 18-24-Jährigen.
- Sprachregion: Mehr als drei Viertel der 15-24-Jährigen im Tessin (77.6%) möchte die Zigarette aufgeben – gegenüber 69.9% in der Westschweiz und nur 33.5% in der Deutschschweiz.

7 Konsumgründe

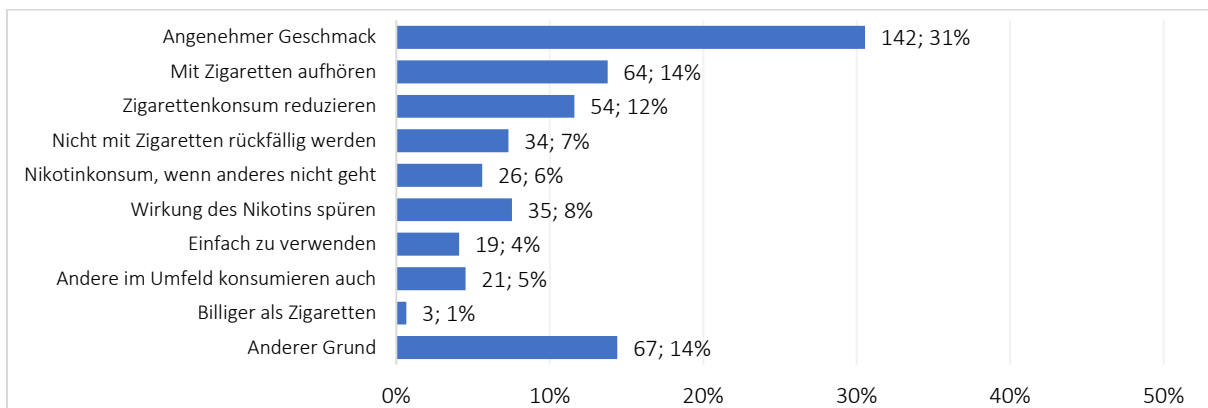
Das siebte Kapitel liefert Einblicke in die Motivation der Konsumierenden. Die Teilnehmenden der Befragung wurden auch nach ihren Gründen für den Konsum von E-Zigaretten, erhitzten Tabakprodukten, Shisha, Snus, Nikotinbeuteln und Kautabak befragt. Jede Person sollte ihren jeweiligen Hauptgrund angeben und konnte dementsprechend nur eine Antwortoption auswählen. Als Einschränkung können daher keine Aussagen darüber getroffen werden, inwieweit eine Person durch mehrere Gründe zum Konsum motiviert wird.

7.1 E-Zigaretten

Der am häufigsten genannte Grund für den Konsum von E-Zigaretten ist der «angenehme» Geschmack (Abbildung 7.1): 15-34-Jährige geben am häufigsten den «angenehmen Geschmack» als wichtigsten Konsumgrund an. Knapp ein Drittel (29.3%) der 15-17-Jährigen, 41.3% der 18-24-Jährigen und 44% der 25-34-Jährigen nennen diesen Grund. Ältere Konsumierende und Personen mit höherer Bildung sehen in der E-Zigarette eine Möglichkeit, ihren Zigarettenkonsum zu reduzieren (siehe auch Tabelle 15.7 im Anhang zu Altersunterschieden).

Abbildung 7.1

Hauptsächliche Konsumgründe für E-Zigaretten

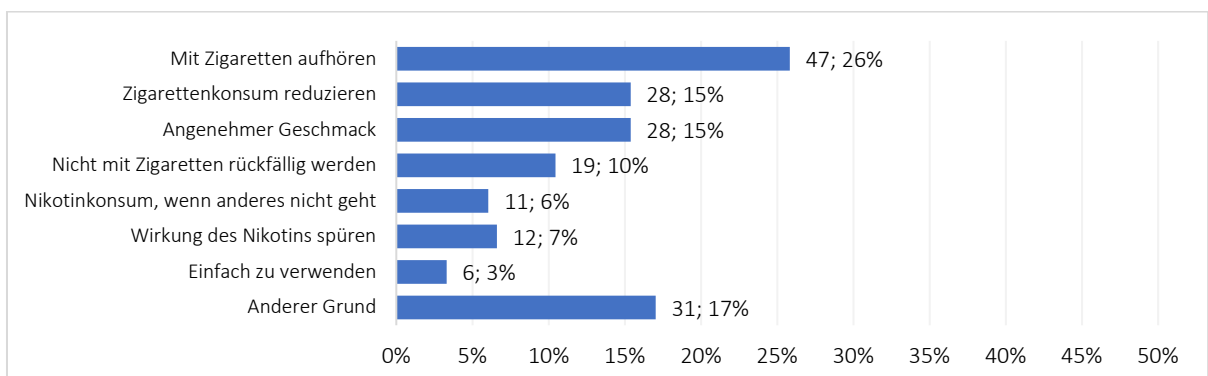


7.2 Erhitzte Tabakprodukte

Erhitzte Tabakprodukte werden vor allem genutzt, um den Konsum von herkömmlichen Zigaretten zu reduzieren (Abbildung 7.2). Aufgrund der geringen Fallzahlen sind Gruppenvergleiche nicht aussagekräftig.

Abbildung 7.2

Hauptsächliche Konsumgründe für erhitzte Tabakprodukte

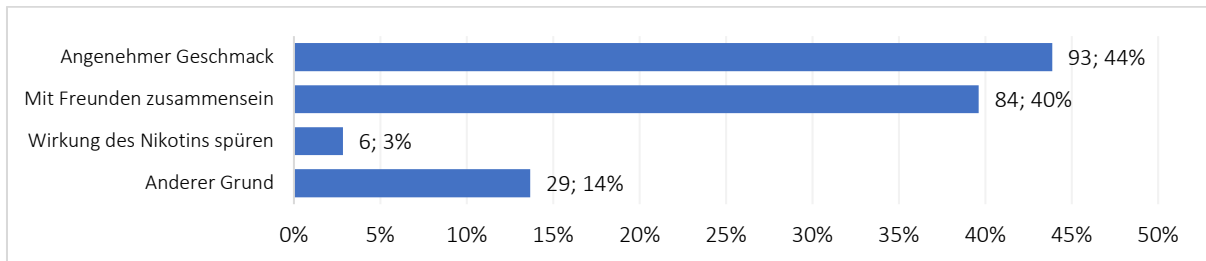


7.3 Shisha

Shisha wird hauptsächlich wegen der «angenehmen» Aromen konsumiert, hat aber auch eine starke soziale Komponente (Abbildung 7.3), die im Tessin (56%) und der Westschweiz (41%) stärker ausgeprägt ist als in der Deutschschweiz (38%, für Altersvergleiche siehe auch Tabelle 15.8 im Anhang).

Abbildung 7.3

Hauptsächliche Konsumgründe für Shisha

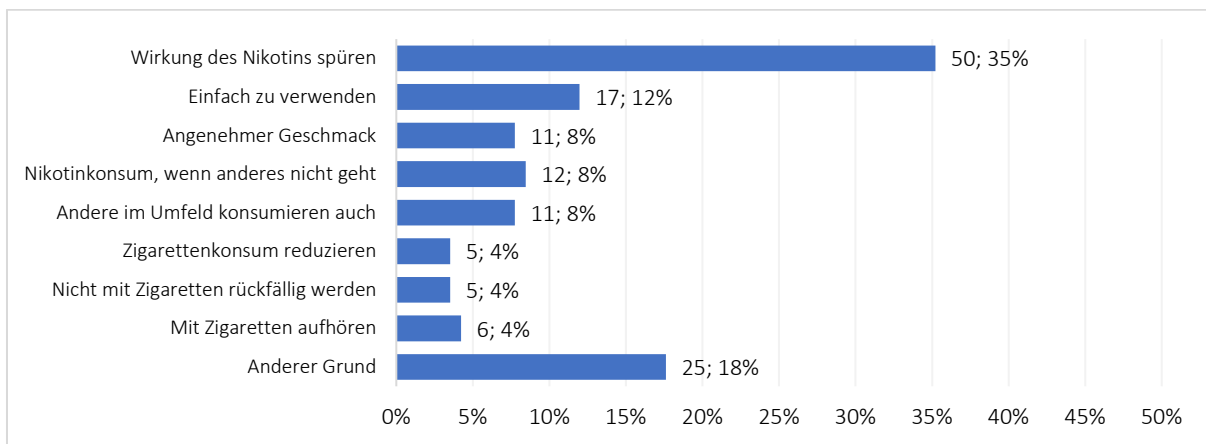


7.4 Snus

Snus wird vor allem konsumiert, um die Wirkung des Nikotins zu spüren (siehe auch Abbildung 7.4 sowie Tabelle 15.9 im Anhang).

Abbildung 7.4

Hauptsächliche Konsumgründe für Snus

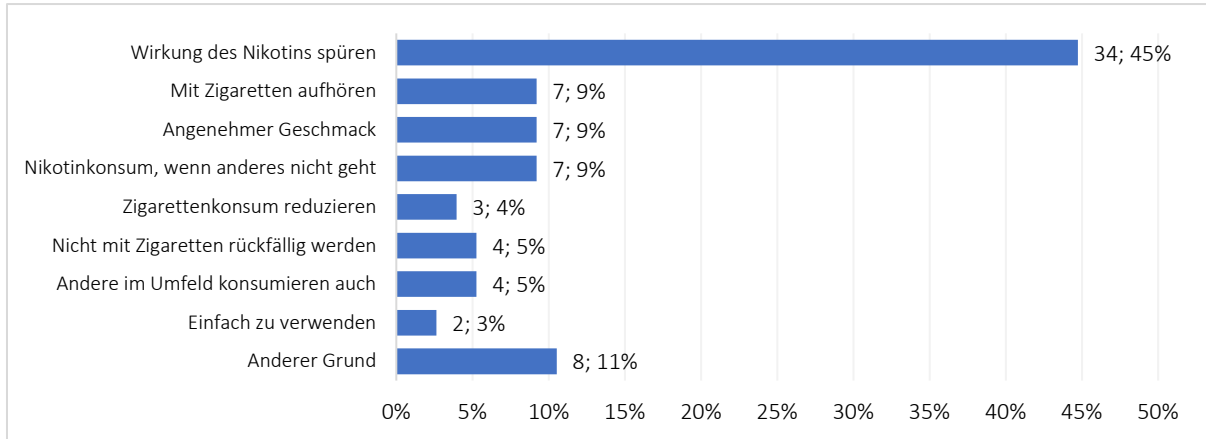


7.5 Nikotinbeutel

Nikotinbeutel werden vor allem konsumiert, um die Wirkung des Nikotins zu spüren (siehe auch Abbildung 7.5 sowie Tabelle 15.10 im Anhang).

Abbildung 7.5

Hauptsächliche Konsumgründe für Nikotinbeutel

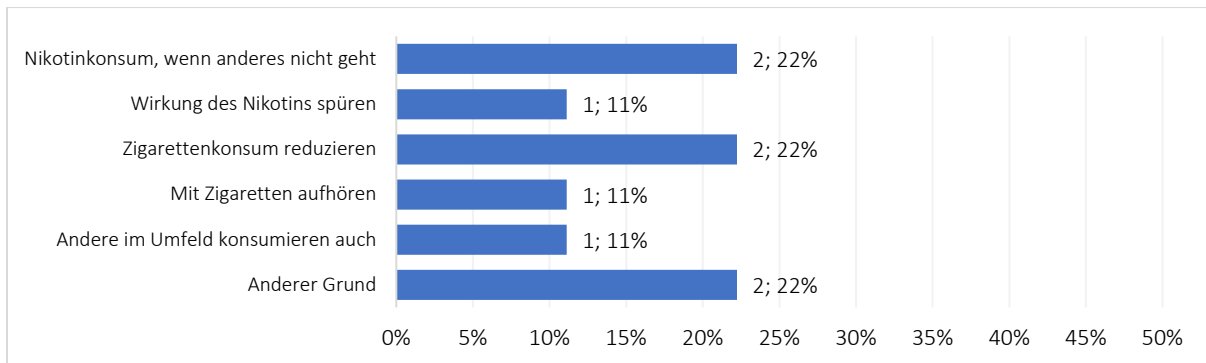


7.6 Kautabak

Kautabak wird von sehr wenigen Personen konsumiert ($n = 9$). Alle abgefragten Konsummotive wurden von Personen ausgewählt, allerdings ohne nennenswerte Unterschiede zwischen den Gründen (Abbildung 7.6).

Abbildung 7.6

Hauptsächliche Konsumgründe für Kautabak



8 Passivkonsum

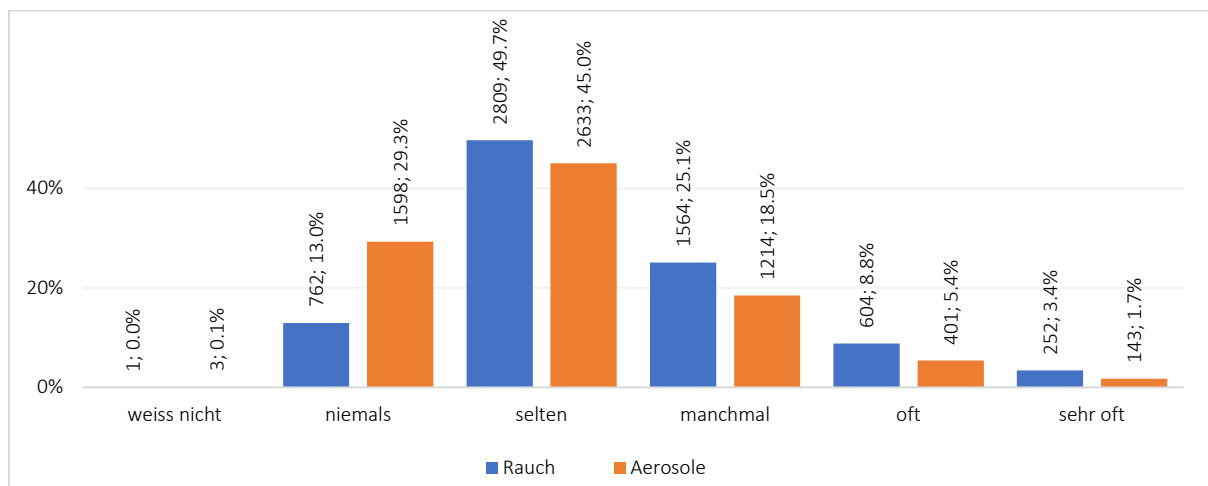
Das achte Kapitel betrachtet das Problem des passiven Konsums von Rauch und Aerosolen in der Schweizer Bevölkerung.

Fragestellung: Wie viele und welche Personen sind Passivrauch und Aerosolen ausgesetzt?

In Bezug auf Tabakrauch sind 37.3% der Bevölkerung mindestens «manchmal» Tabakrauch ausgesetzt und 12.2% (sehr) oft. In Bezug auf E-Zigaretten und erhitzte Tabakprodukten konsumieren 25.6% der Bevölkerung mindestens «manchmal» passiv und 7.1% (sehr) oft Aerosole. Damit ist ein Viertel bis ein Drittel aller Personen in der Schweiz einer Belastung durch diese Produkte ausgesetzt. Am häufigsten berichtet wird jedoch eine «seltene» Belastung (49.7% bei Tabakrauch und 45.0% bei Aerosolen). Im Vergleich sind mehr Personen «niemals» als «(sehr) oft» einer Passivbelastung ausgesetzt (Rauch: 13.0%; Aerosole: 29.3%; Abbildung 8.1).

Abbildung 8.1

Personen, die Passivrauch und Aerosolen ausgesetzt sind



Signifikante Gruppenunterschiede bei der Passivrauch- und Aerosol-Exposition (siehe auch Tabelle 15.11 im Anhang):

- Insgesamt liegen den zwar signifikanten Gruppenunterschieden schwache Effekte zugrunde.
- Alter: Mit zunehmendem Alter sinken beide Formen der Belastung, wobei 23.0% der 15-17-Jährigen angeben, «oft» bis «sehr oft» Tabakrauch ausgesetzt zu sein und 20.4% von ihnen berichten, «oft» bis «sehr oft» Aerosolen ausgesetzt zu sein.
- Bildung: Personen mit obligatorischem Schulabschluss sind häufiger «oft» bis «sehr oft» Tabakrauch ausgesetzt als Personen mit tertiärer Bildung (17.3% vs. 9.5%), während die Belastung durch die Aerosole bei Personen mit tertiärem Schulabschluss stärker ausgeprägt ist als die übrigen beiden Bildungsniveaus. Allerdings sind diese Unterschiede mit Vorsicht zu interpretieren, da die Bildung nicht unabhängig vom Alter der Personen ist (siehe Kapitel 1.3).
- Nationalität: Die Unterschiede nach Nationalität sind weniger deutlich: Personen anderer Nationalität (11.8 %) berichten etwas häufiger als Schweizer und Schweizerinnen (7.8 %), dem Tabakrauch «oft» ausgesetzt zu sein und gleichzeitig etwas seltener (42.6 % vs. 52.1 %), dem Rauch nur «selten» ausgesetzt zu sein.

Besonders häufig Rauch und Aerosolen ausgesetzt sind Personen zwischen 15 und 24 Jahren, und zwar in Bezug auf beide Produkttypen: 7.6% der 15-17-Jährigen sind Tabakrauch «sehr oft» ausgesetzt, weitere 15.4% «oft» (Abbildung 8.2). Die Zahlen für die Aerosole sind geringfügig tiefer: 6.6% der 15-17-Jährigen berichten, «sehr oft» die Aerosole passiv zu rauchen und weitere 13.8% tun dies «oft» (Abbildung 8.3).

Abbildung 8.2

Personen, die Tabakrauch ausgesetzt sind, nach Alter

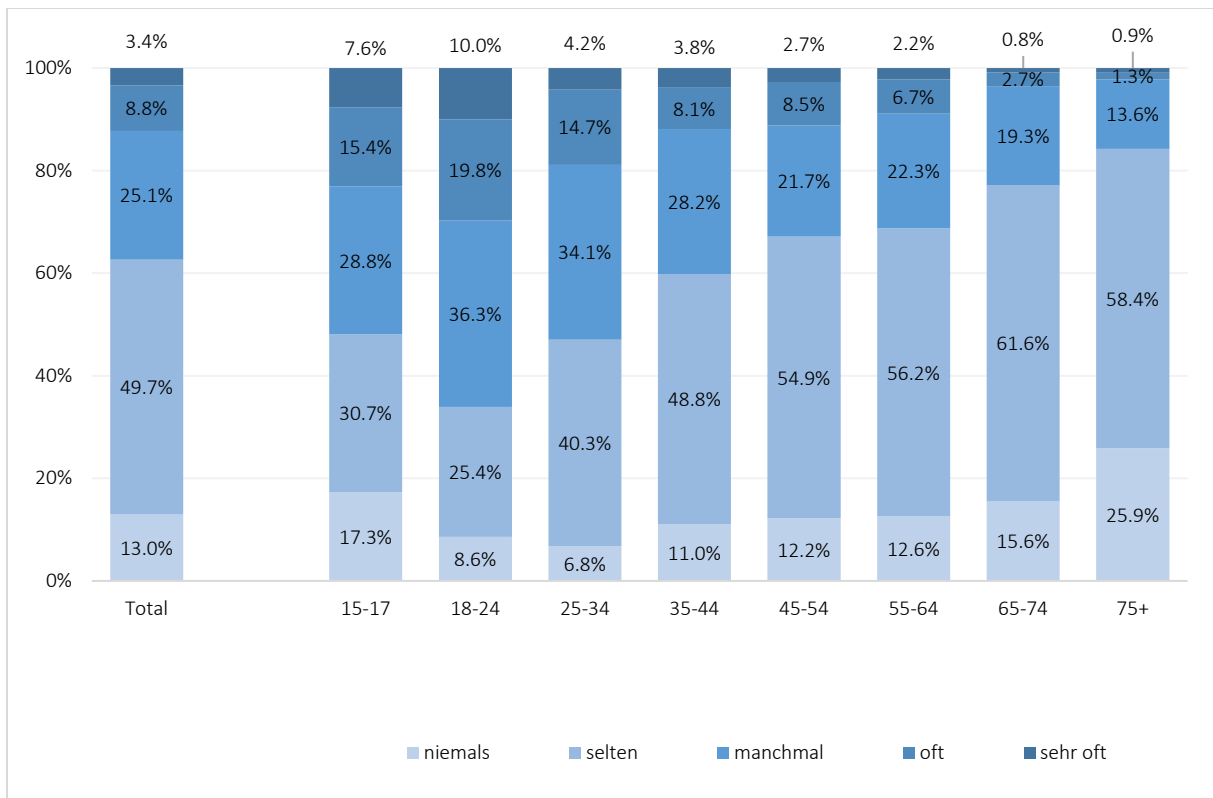
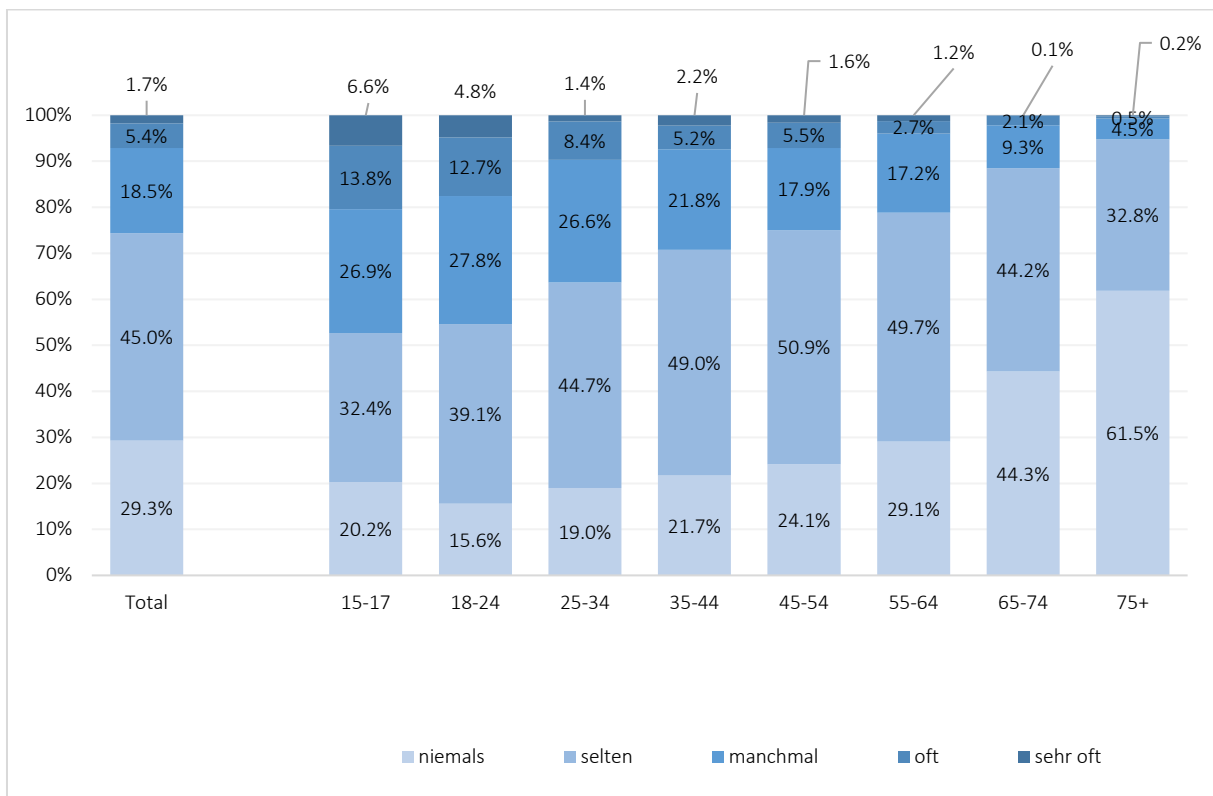


Abbildung 8.3

Personen, die Aerosolen von E-Zigaretten/erhitzten Produkten ausgesetzt sind, nach Alter



9 Gesellschaftliche Stellung des Rauchens

Im neunten Kapitel werden vier Fragestellungen betrachtet, die nähere Einblicke in die gesellschaftliche Stellung des Rauchens liefern: a) das Image von Tabakprodukten, b) die Norm, in Anwesenheit von Kindern auf den Konsum zu verzichten, c) die Konsumregeln zuhause und d) das Rauchverhalten in Haushalten mit minderjährigen Kindern.

9.1 Image von Zigaretten und E-Zigaretten

Fragestellung: Wie wird die Einstellung der breiten Öffentlichkeit gegenüber dem Rauchen herkömmlicher Zigaretten und dem Konsum von E-Zigaretten eingeschätzt?

Herkömmliche Zigaretten und E-Zigaretten werden in der Schweizer Bevölkerung eher negativ wahrgenommen. Zigaretten haben ein negativeres Image als E-Zigaretten.

Die beiden nachfolgenden Grafiken (Abbildung 9.1 und Abbildung 9.2) zeigen die Unterschiede in Bezug auf das Image der Produkte.

- Zigaretten werden überwiegend negativ bewertet (58.1%). Nur eine Minderheit von 7,2% der Personen bewertet das Image von Zigaretten positiv. Gut ein Drittel bewertet das Image von Zigaretten neutral (34.7%)
- E-Zigaretten hingegen werden von weniger Personen negativ bewertet (39.9%). Eine Minderheit von 15.3% bewertet das Image von E-Zigaretten positiv. Knapp die Hälfte bewertet das Image von E-Zigaretten neutral (44.9%).

Abbildung 9.1

Image von Zigaretten nach Alter, Geschlecht, Bildung und Sprachregion

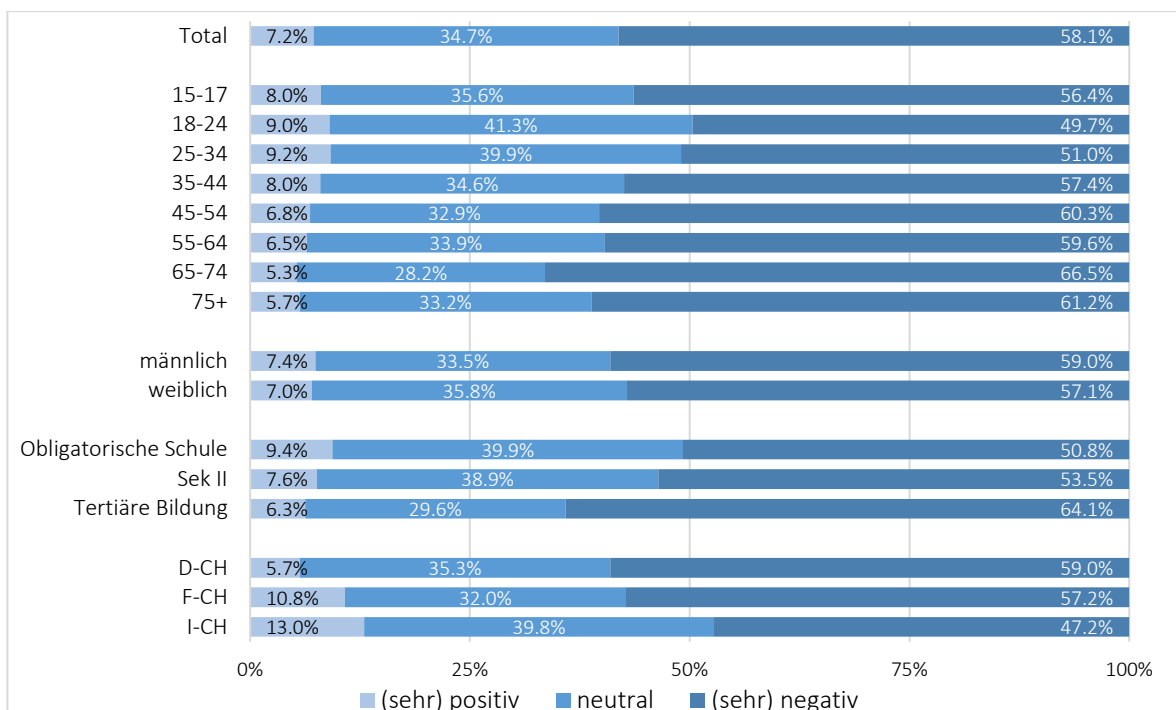
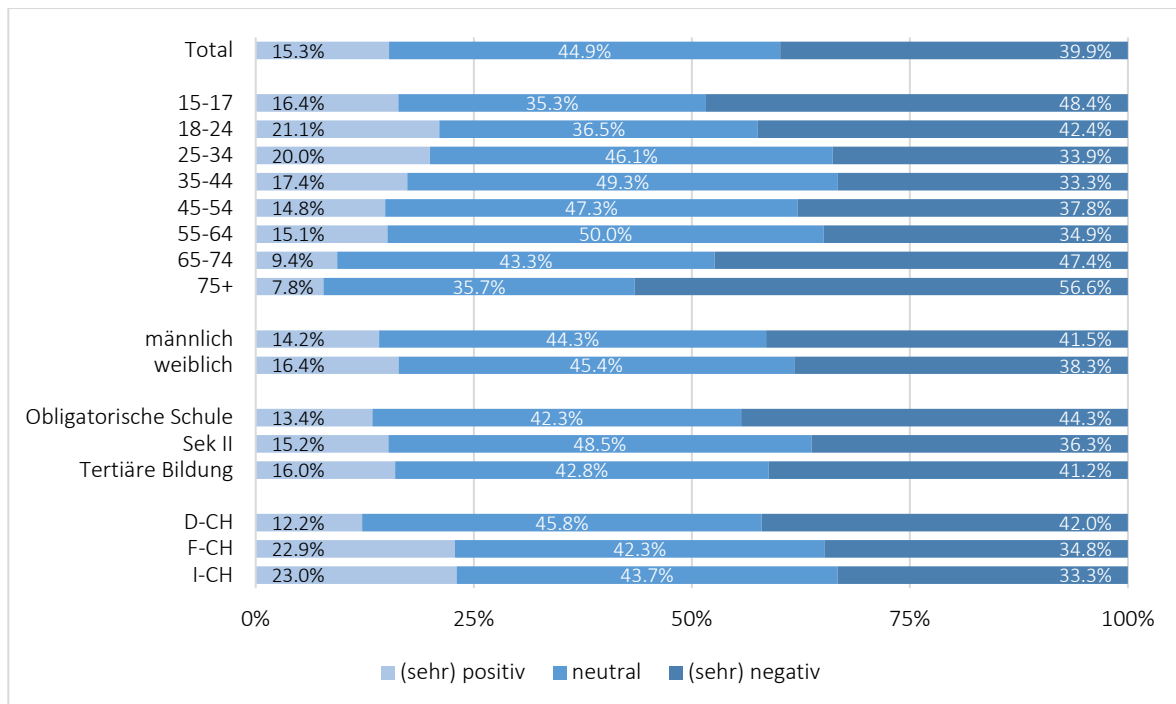


Abbildung 9.2

Image von E-Zigaretten nach Alter, Geschlecht, Bildung und Sprachregion



Es gibt signifikante Gruppenunterschiede (siehe auch Tabelle 15.14 im Anhang), jedoch sind die Effekte überall so klein, dass sie vernachlässigt werden können.

9.2 Akzeptanz des Konsumverzichts in Anwesenheit von Kindern

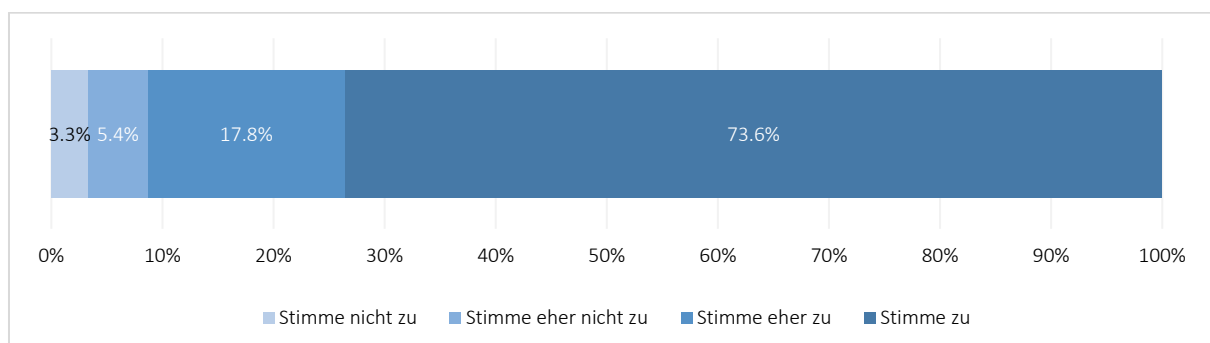
Fragestellung: Wie ist die Akzeptanz, in Gegenwart von Kindern auf Tabak-/Nikotinprodukte zu verzichten?

Ein Teil der Präventionsbemühungen zielt darauf ab, Rauchende auf die Schädlichkeit für sie selbst, aber auch ihr Umfeld – und im Speziellen: Kinder – zu sensibilisieren. Der entsprechende Grundsatz lautet: «Es sollte auf den Konsum von Zigaretten und anderen Nikotinprodukten verzichtet werden, wenn Kinder anwesend sind (auch draussen).»

Abbildung 9.3 zeigt, dass mit 90% die Akzeptanz dieser Forderung in der Bevölkerung in der Schweiz breit verankert ist: 73.6% «stimmen zu» und weitere 17.8% «stimmen eher zu».

Abbildung 9.3

Personen, die einem Verzicht auf den Konsum von Tabak-/Nikotinprodukten in Anwesenheit von Kindern zustimmen



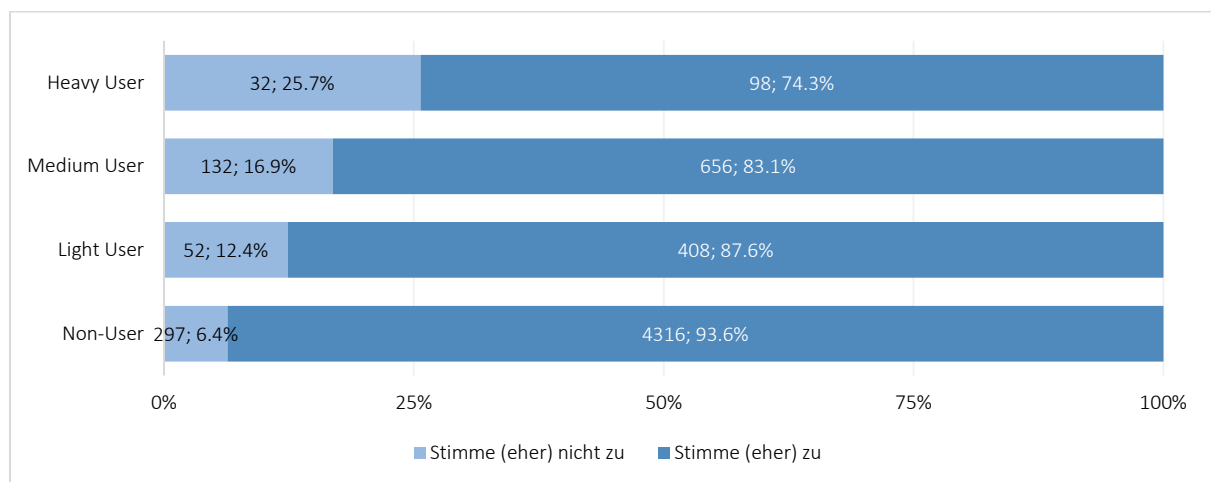
Die durchschnittliche Zustimmung der Bevölkerung in der Schweiz liegt bei $M = 3.61$ (Median: 4) auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 4 (stimme zu). Die vergleichsweise tiefste Zustimmung zur Norm äussern aktuell Zigarettenrauchende. Selbst ihr Durchschnittswert von $M = 3.36$ ist jedoch eine klare Zustimmung. Denn der Skalenmittelpunkt, wo (tendenzielle) Zustimmung in (tendenzielle) Ablehnung kippt, liegt bei $M = 2.50$, also fast einen ganzen Punkt tiefer.

Trotz messbaren Unterschieden in der Zustimmung zwischen den Vergleichsgruppen (siehe auch Tabelle 15.12 im Anhang) lässt sich keine «besondere» Gruppe identifizieren, in der die Akzeptanz der Norm auch nur annähernd «gefährdet» wäre. Allerdings nimmt die Zustimmung ab, je intensiver Nikotin- und Tabakprodukte konsumiert werden (Abbildung 9.4).

Die Einteilung in "Heavy", "Medium", "Light" und "Non-User" beruht auf dem täglichen und/oder monatlichen Konsum über alle Produkte hinweg. Grundsätzlich gilt: Je intensiver Produkte konsumiert werden (sowohl Anzahl Produkte als auch Konsumhäufigkeit), desto höher wird die Person eingestuft. Non-User konsumieren keine Produkte. Wer täglich 2 oder mehr Produkte konsumiert, gilt als "Heavy User". Wer täglich 1 Produkt konsumiert, wird als "Medium User" eingestuft. Wer nur mindestens einmal im Monat Produkte konsumiert, gilt als "Light User".

Abbildung 9.4

Personen, die einem Verzicht auf Tabak-/Nikotinprodukte in Anwesenheit von Kindern zustimmen, nach Konsum-Intensität

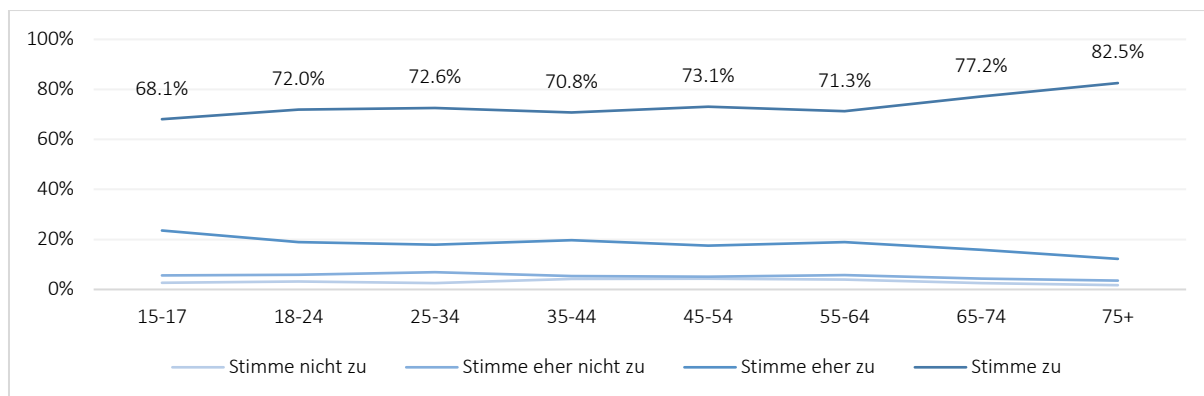


Anmerkung: Bei der Kategorisierung wird der Konsum aller Produkte berücksichtigt.

Weiter werden auch Alterseffekte sichtbar (Abbildung 9.5): Je älter die Befragten sind, desto häufiger stimmen sie zu, wobei sich die Altersunterschiede im mittleren Bereich kaum unterscheiden.

Abbildung 9.5

Personen, die einem Verzicht auf Tabak-/Nikotinprodukte in Anwesenheit von Kindern zustimmen, nach Alter



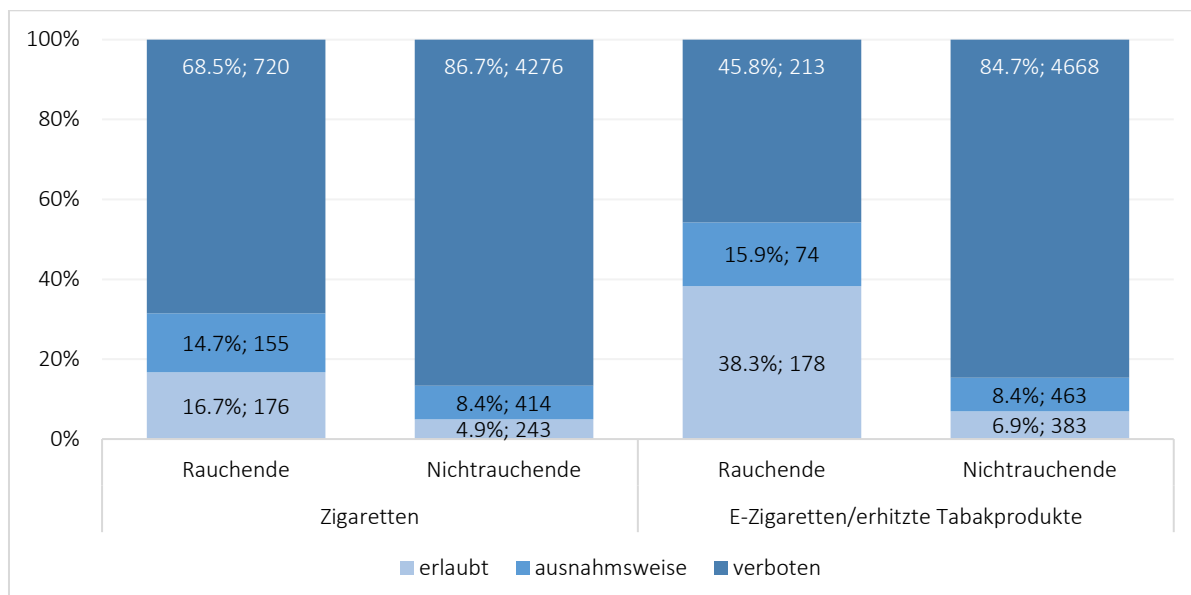
9.3 Konsumregeln zuhause

Fragestellung: Wie hoch ist der Anteil von (Nicht-)Rauchenden, bei denen der Konsum von (E-)Zigaretten und erhitzten Tabakprodukten zuhause in Innenräumen erlaubt ist?

Generell gelten in Schweizer Haushalten Konsumverbote in Innenräumen sowohl für Zigaretten als auch E-Zigaretten und erhitzte Tabakprodukte (83.2% bei Zigaretten und 81.8% bei E-Zigaretten und erhitzten Tabakprodukten). Ausnahmen vom Konsumverbot werden für Zigaretten und E-Zigaretten ähnlich häufig gewährt, sind aber deutlich häufiger bei Rauchenden. Der Konsum von E-Zigaretten ist in Innenräumen bei doppelt so vielen Rauchenden erlaubt wie der Konsum von Zigaretten (Abbildung 9.6).

Abbildung 9.6

Konsumregeln zuhause in Innenräumen für Zigaretten sowie E-Zigaretten/erhitzte Tabakprodukte nach Rauchstatus



Unterschiede zwischen Zigaretten und E-Zigaretten/erhitzten Tabakprodukten (unabhängig vom Rauchstatus; ohne Abbildung):

- Das Rauchen von Zigaretten in den eigenen Innenräumen ist seltener erlaubt als das Rauchen von E-Zigaretten/erhitzten Tabakprodukten (6.9% vs. 8.8%)
- Das ausnahmsweise Rauchen von Zigaretten in den eigenen Innenräumen ist etwas häufiger erlaubt als von E-Zigaretten/erhitzten Tabakprodukten (9.9% vs. 9.3%)

Unter Rauchenden sind die Regeln weniger streng (Abbildung 9.6).

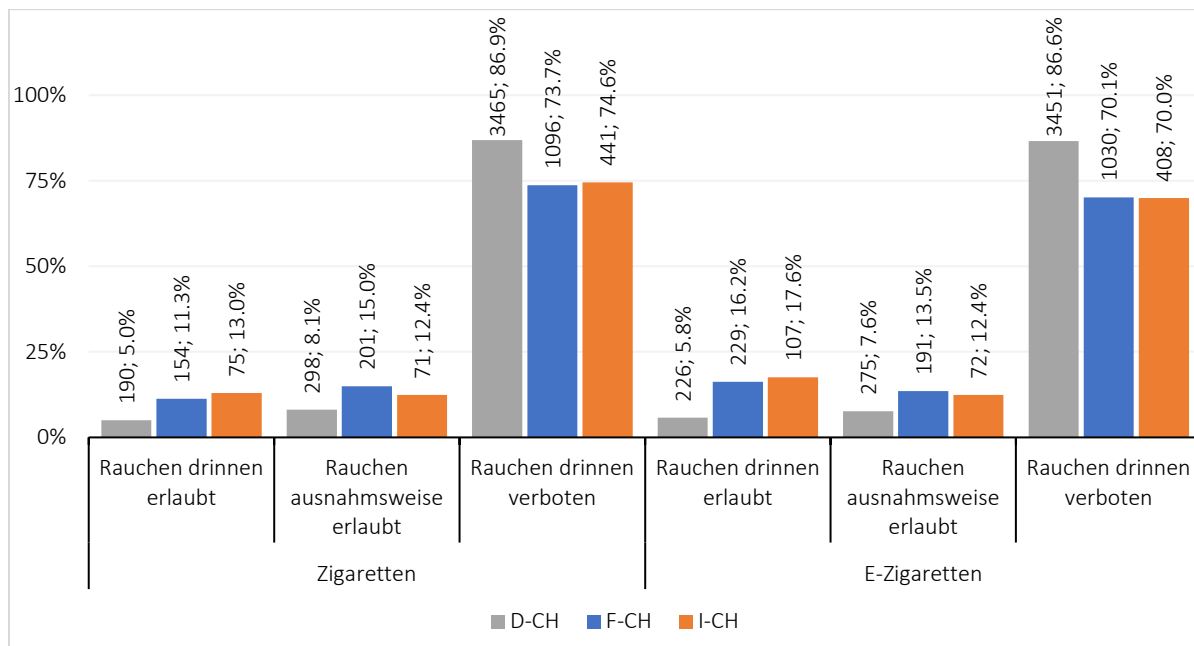
- Zigaretten drinnen rauchen ist bei 68.5% verboten, bei 16.7% erlaubt und bei 14.7% von Fall zu Fall verboten oder erlaubt.
- E-Zigaretten oder erhitzte Tabakprodukte drinnen zu konsumieren ist bei 45.8% verboten, bei 38.3% erlaubt und bei 15.9% von Fall zu Fall verboten oder erlaubt.

Signifikante Gruppenunterschiede bei den Regeln zum Konsum von Zigaretten, E-Zigaretten/erhitzten Tabakprodukten zuhause in Innenräumen (siehe auch Tabelle 15.13 im Anhang):

- Es gibt signifikante Gruppenunterschiede für Migrationshintergrund (nur bei Zigaretten), Nationalität, Haushaltstyp und Wohnumgebung, aber aufgrund der geringen Effektstärke werden diese nicht näher ausgeführt. Eine Ausnahme bilden die Unterschiede zwischen den Sprachregionen, die ausgeprägter sind.
- Sprachregion: Während die Deutschschweiz die strengsten Regeln hat, sind die Regeln im Tessin und der Westschweiz weniger strikt. Allerdings werden in der Westschweiz häufiger die Ausnahmeregeln angewendet als im Tessin (Abbildung 9.7).

Abbildung 9.7

Konsumregeln zuhause in Innenräumen für Zigaretten sowie E-Zigaretten/erhitzte Tabakprodukte nach Sprachregion



Die Mehrheit der 15-17-Jährigen lebt in Haushalten, in denen der Konsum von Zigaretten und/oder E-Zigaretten/erhitzten Tabakprodukten in Innenräumen verboten ist (85.2% respektive 85.3%). Befragte im Alter von 18 bis 24 Jahre berichten zuhause den lockersten Umgang mit Zigaretten (Abbildung 9.8) und E-Zigaretten (Abbildung 9.9).

Abbildung 9.8

Konsumregeln zuhause in Innenräumen für Zigaretten nach Alter

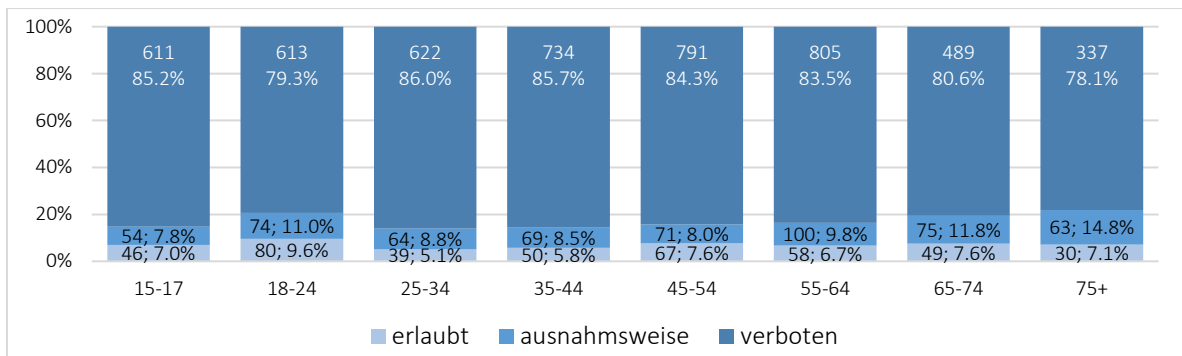
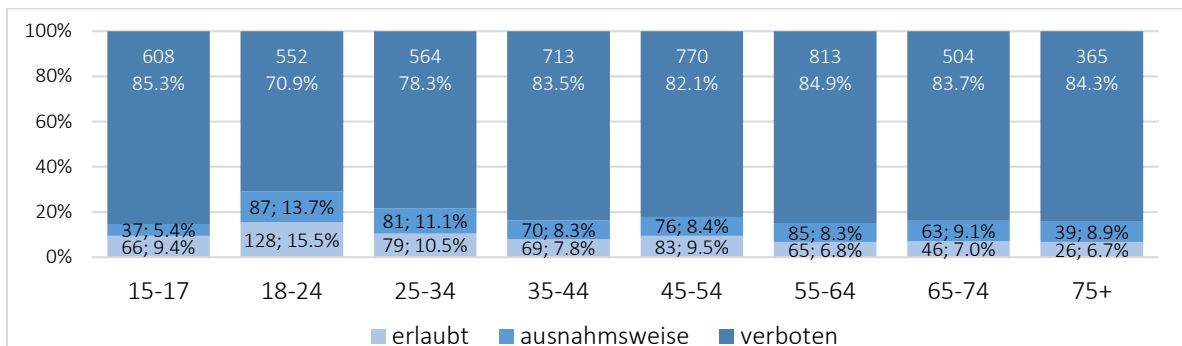


Abbildung 9.9

Konsumregeln zuhause in Innenräumen für E-Zigaretten und erhitzte Tabakprodukte nach Alter



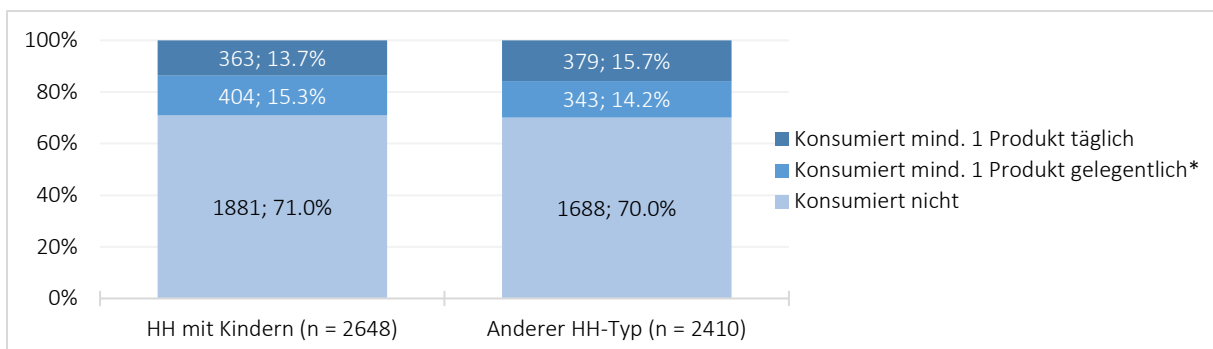
9.4 Täglicher Tabak- und Nikotinkonsum in Haushalten mit minderjährigen Kindern

Fragestellung: Was ist der Anteil Haushalte mit minderjährigen Kindern, in denen täglich konsumiert wird?

Insgesamt 5058 Personen haben Auskunft zum Haushaltstyp gegeben und wurden aufgrund dessen den beiden Kategorien «Haushalte (HH) mit minderjährigen Kindern» sowie «Anderer Haushalts-Typ» zugeteilt. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten (52.4%) gab an, in einem Haushalt mit minderjährigen Kindern zu leben, während 47.6% der Befragten allein, ohne oder mit erwachsenen Kindern zuhause leben (Abbildung 9.10).

Abbildung 9.10

Anteile unterschiedlicher Konsumhäufigkeiten im Vergleich von Haushalten mit minderjährigen Kindern gegenüber anderen Haushaltsformen.



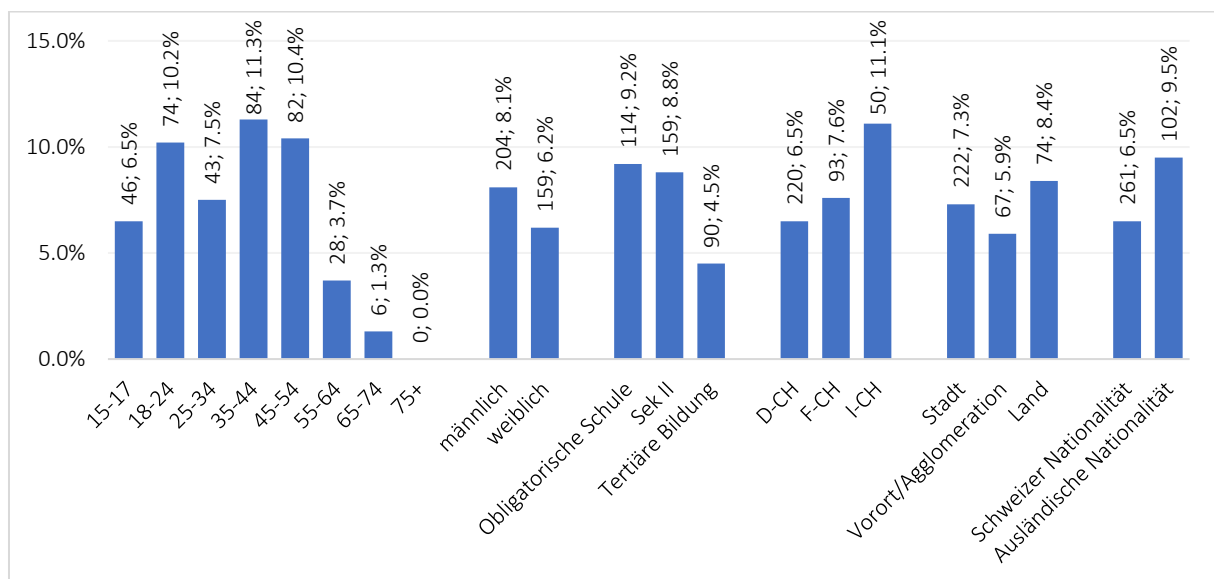
*Anmerkung: «Gelegentlich» meint in dieser Grafik alle Häufigkeiten seltener als täglich.

Aus Abbildung 9.10 wird deutlich, dass sich die Haushalte mit und ohne minderjährige Kinder in Bezug auf die Häufigkeit des Tabak- und Nikotinkonsums nicht wesentlich unterscheiden.

363 Befragte gaben an, sowohl in einem Haushalt mit minderjährigen Kindern zu leben als auch täglich mindestens ein Tabak-/Nikotinprodukt zu konsumieren (das entspricht 6.8% der Schweizer Bevölkerung). Von diesen 363 Personen sind 82.7% ($n = 317$) mindestens 18 Jahre alt und 17.3% ($n = 46$) zwischen 15 und 17 Jahre alt. Abbildung 9.11 zeigt die jeweiligen Prävalenzen für verschiedene Vergleichsgruppen innerhalb dieser Teilstichprobe (täglicher Produktkonsum und in einem Haushalt mit minderjährigen Kindern lebend). Mit Ausnahme der Wohnumgebungen sind die Prävalenzen innerhalb der Vergleichsgruppen (Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion und Nationalität) jeweils signifikant verschieden.

Abbildung 9.11

Produktspezifische Prävalenzen von Personen, die in einem Haushalt mit minderjährigen Kindern wohnen und täglich mindestens ein Tabak-/Nikotinprodukt konsumieren. Vergleiche nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung und Nationalität



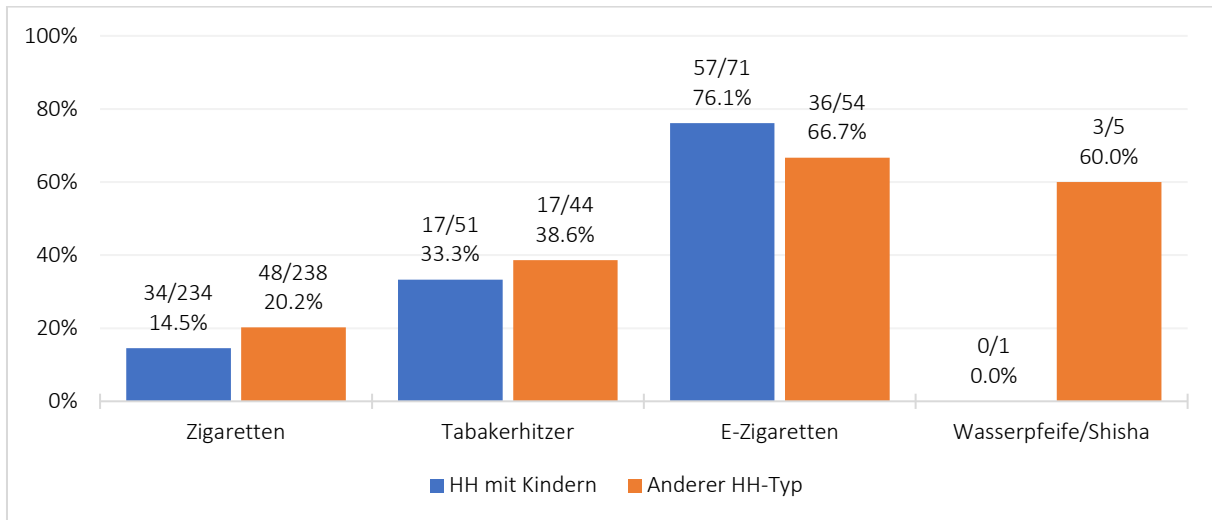
Lesebeispiele: A) In der Teilstichprobe der Personen, die täglich ein Tabak-/Nikotinprodukt konsumieren und in einem Haushalt mit minderjährigen Kindern leben ($n = 363$), sind $n = 46$ 15-17 Jahre alt. Dies entspricht 6.5% der 15-17-Jährigen in der vorliegenden Befragung ($n = 705$).

B) Von allen männlichen Befragten ($n = 2511$) konsumieren $n = 204$ täglich mindestens ein Tabak-/Nikotinprodukt und leben in einem Haushalt mit minderjährigen Kindern, was 8.1% aller männlichen Befragten entspricht.

Die Umfrage beinhaltete auch Fragen dazu, wo (an welchen Orten) die verschiedenen Produkte konsumiert werden. Eine mögliche Antwort war „zuhause (drinnen)“. Abbildung 9.12 zeigt, welche Produkte von Befragten, die in einem Haushalt mit minderjährigen Kindern leben und täglich konsumieren, zuhause (drinnen) konsumiert werden. Diese Grafik zeigt das tatsächliche Verhalten der Teilnehmenden und unterscheidet sich so von der Frage nach den Regeln, die bei den Teilnehmenden bezüglich des Konsums zuhause gelten (siehe Abschnitt 9.3).

Abbildung 9.12

Konsum unterschiedlicher Tabak-/Nikotinprodukte zuhause (drinnen) durch Personen, die das jeweilige Produkt täglich konsumieren (Vergleich von Haushaltsformen; Mehrfachnennungen möglich)



Anmerkung: Weil sich für jeden Balken die Basis ändert, wird zusätzlich zur Fallzahl auch das jeweilige Total berichtet.

Lesebeispiel: Von insgesamt 234 Personen, die in einem Haushalt mit minderjährigen Kindern leben und täglich Zigaretten rauchen, konsumieren n = 34 (14.5%) diese auch zuhause (drinnen). Und von insgesamt 238 Personen, die ohne minderjährige Kinder im Haushalt leben und täglich Zigaretten rauchen, konsumieren n = 48 (20.2%) diese auch zuhause (drinnen).

Unabhängig von der Haushaltsform ist die E-Zigarette das Produkt, das am häufigsten auch zuhause konsumiert wird. Insgesamt sind die relativen Häufigkeiten, mit denen die jeweiligen Produkte in Haushalten mit und ohne Kinder zuhause konsumiert werden, sehr ähnlich (ausgenommen Wasserpfeife/Shisha, wobei die Fallzahl hier sehr klein ist).

10 Werbekontakte und Werbegeschenke

Das zehnte Kapitel geht der Frage nach, wo welche Bevölkerungsgruppen in Kontakt mit Werbung für Tabak- und Nikotinprodukte kommen und wie sie Werbegeschenke erhalten. Hier geht es also um eine Einschätzung der versuchten Einflussnahme der Tabak- und Nikotinindustrie auf den Konsum von Nikotin- und Tabakprodukten.

10.1 Kontaktorte

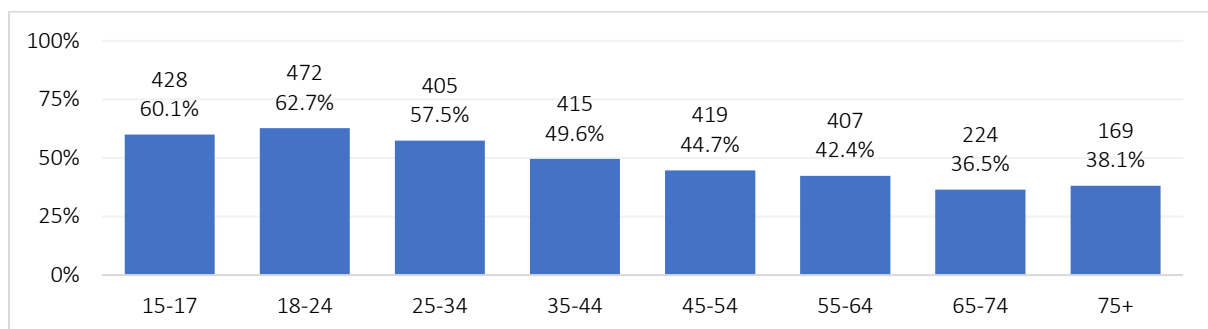
Fragestellung: Welches sind die Kontaktorte mit Produktwerbung in den letzten 12 Monaten?

Gut die Hälfte der Befragten berichtet, dass sie Werbung für Nikotin- und Tabakprodukte wahrgenommen hat (Abbildung 10.2). Als Kontaktorte werden von einem Viertel der Personen Kioske, von gut einem Fünftel Zeitungsinserte und Plakate und von jeweils ca. 11% Festivals und Veranstaltungen, Social Media, Internetseiten oder andere Orte genannt. Für zukünftige Studien wäre zu untersuchen, an welche Orte die Personen bei der Kategorie «andere Orte» konkret denken.

Die knapp andere Hälfte der Befragten berichtet, sich nicht erinnern zu können, ob sie mit Werbung für Nikotin- und Tabakprodukte in Berührung gekommen sind und wo. Sich nicht explizit erinnern zu können, schliesst allerdings nicht aus, dass man unterbewusst Werbung registriert hat und somit dem Einfluss ausgesetzt war. Insofern sind diese Antworten mit Vorsicht zu interpretieren.

Abbildung 10.1

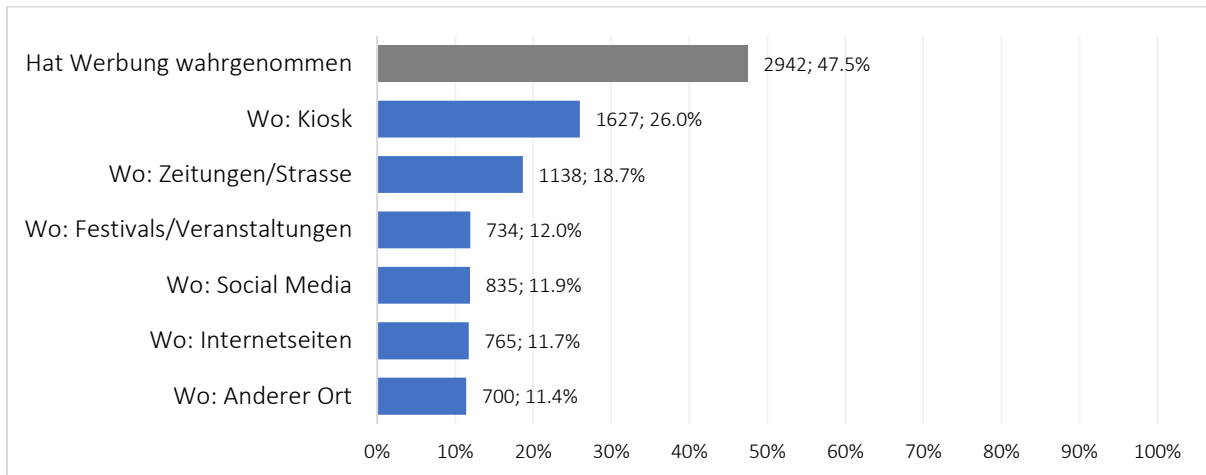
Personen, die sich erinnern, im Verlauf der vergangenen 12 Monate Werbung für Tabak-/Nikotinprodukte wahrgenommen zu haben (Vergleich nach Altersgruppen)



In Bezug auf das Alter (Abbildung 10.1) fällt fast zwei von drei jungen Erwachsenen (62.7%) Werbung für Tabak-/Nikotinprodukte auf, gefolgt von den 15-17-Jährigen (60.1%) sowie den 25-34-Jährigen (57.5%). Die älteren Befragten geben mehrheitlich an, keine Werbung in den vergangenen 12 Monaten wahrgenommen zu haben oder sich nicht daran erinnern zu können.

Abbildung 10.2

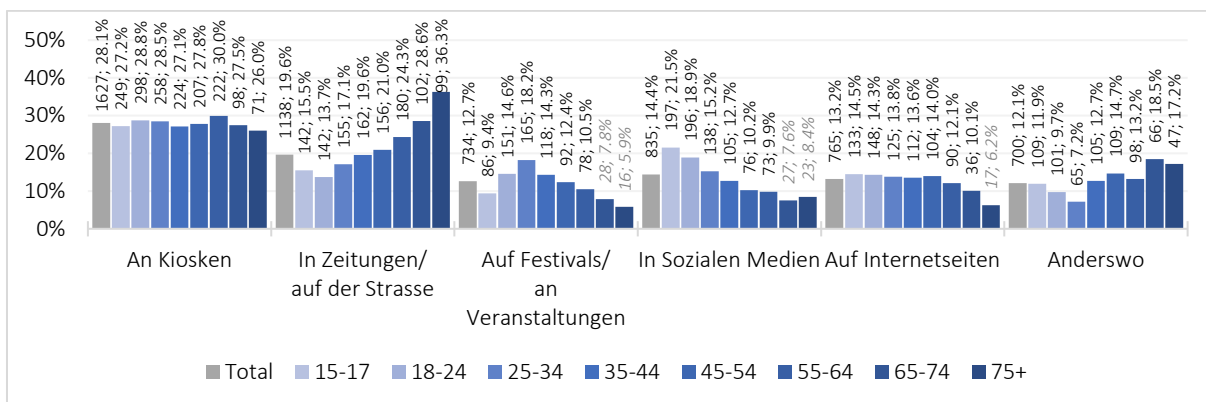
Personen, die in den letzten 12 Monaten Werbung für Tabak-/Nikotinprodukte wahrgenommen haben, nach Kontakort (Mehrfachantworten möglich)



Am ehesten wird einschlägige Produktwerbung am Kiosk wahrgenommen; 26% der Befragten, die sich an Werbung erinnern, geben diesen Kanal an (Abbildung 10.2). Der zweitstärkste Kontaktpunkt sind Zeitungen/Plakate, die von knapp 19% der sich erinnernden Befragten genannt werden. Neben Events, Social Media und Internetseiten verbleibt zudem eine Residualkategorie nicht weiter spezifizierter «anderer Orte», die von immerhin gut 11% der Befragten mit Erinnerung an Tabakwerbung angegeben werden.

Abbildung 10.3

Personen, die in den letzten 12 Monaten Werbung für Tabak-/Nikotinprodukte wahrgenommen haben, nach Kontakort und Alter



Bis zum Alter von 34 Jahren werden durchschnittlich über zwei Werbekontaktorte erinnert; die älteren Befragten erinnern weniger als zwei Werbekontaktorte (Abbildung 10.3). Neben Kiosken (27.2%) nehmen 15-17-Jährige am zweithäufigsten auf Social Media Produktwerbung wahr (21.5%) (siehe auch Tabelle 15.15 im Anhang).

Auf Kanälen wie Fernsehen, Zeitung oder in der Plakatwerbung wäre es nachvollziehbar, dass mit reduzierter Nutzung dieser Medien auch die Wahrscheinlichkeit sinkt, mit der Werbung in Kontakt zu kommen. Social Media Inhalte werden jedoch individualisiert ausgespielt, weshalb es sein kann, dass man trotz reduzierter Mediennutzung eine ziemlich hohe Wahrscheinlichkeit hat, mit der Werbung in Kontakt zu kommen. Da insbesondere die vulnerable Gruppe der Minderjährigen und jungen Erwachsenen häufig soziale Medien nutzen, ist laut unseren Daten auf diesen Kanälen von einer hohen Exposition auszugehen. Gleichzeitig macht die Individualisierung eine inhaltliche Kontrolle, ob Minderjährige mit Werbung für Tabak-/Nikotinprodukte in Kontakt kommen, schwieriger, aber nicht unmöglich.

10.2 Werbegeschenke

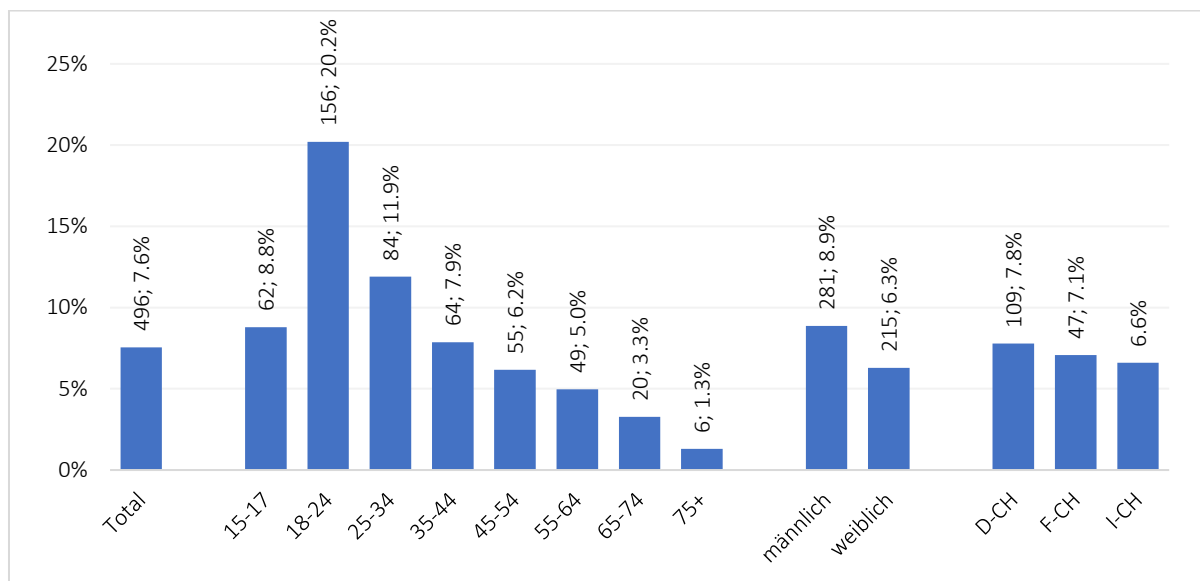
Fragestellung: Welche Bevölkerungsgruppen haben in welchem Ausmass Werbegeschenke erhalten?

Insgesamt haben mehr als 7.6% der Bevölkerung in der Schweiz in den letzten zwölf Monaten Werbegeschenke von Tabak-/Nikotinmarken erhalten (Abbildung 10.4).

Dabei gibt fast jeder zehnte 15-17-Jährige an, bereits ein Werbegeschenk erhalten zu haben ($n = 62$; 8.8%). Bis zum Alter von 18-24 Jahren hat sich diese Zahl mehr als verdoppelt, so dass mehr als jede fünfte Person ein Werbegeschenk von Tabak-/Nikotinmarken erhalten hat ($n = 156$; 20.2%).

Abbildung 10.4

Personen, die in den letzten 12 Monaten Werbegeschenke von Tabak-/Nikotinmarken erhalten haben, nach Alter, Geschlecht und Sprachregion



Signifikante Gruppenunterschiede bei Werbegeschenken (siehe auch Tabelle 15.16 im Anhang):

- Alter: Jüngere Personen haben eher ein Werbegeschenk erhalten als ältere.

Mit dem Tabakproduktegesetz beträgt seit Oktober 2024 das Abgabealter von Tabakprodukten schweizweit 18 Jahre (Bundesamt für Gesundheit, 2025), und davon erfasst sind in vielen Kantonen auch seit mehreren Jahren E-Zigaretten. Mit dem Gesetz sind auch Werbegeschenke für die ganze Bevölkerung verboten. Davon waren nur Geschenke verboten, die Minderjährige zum Tabakkonsum hätten verleiten können. Im Jahr 2023 gaben jedoch 8.8% der 15-17-Jährigen an, ein Werbegeschenk von der Tabak-/Nikotinindustrie erhalten zu haben.

11 Verkauf an Minderjährige

Im elften Kapitel wird betrachtet, wie und wo 15-17-Jährige an Tabak- und Nikotinprodukte gelangen. Dazu werden die Häufigkeit des Selbstkaufs der unterschiedlichen Produkte und die Kauforte analysiert.

11.1 Selbstkauf

Fragestellung: Wie gross ist der Anteil 15-17-jähriger Jugendlicher, die Tabak- und Nikotinprodukte selbst kaufen?

Mit wenigen Ausnahmen kaufen die befragten 15-17-Jährigen ihre Produkte teilweise oder immer selbst. Mit zunehmender Konsumintensität steigt der Anteil der Selbstkäufe (Tabelle 11.1).

Tabelle 11.1

Tabak-/Nikotinprodukte, die von 15-17-Jährigen, die Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren, selbst gekauft wurden, nach gekauftem Tabak-/Nikotinprodukt und Konsumhäufigkeit

		Mindestens monatlich Nutzende			Täglich Nutzende		
		Nein	Teilweise	Immer	Nein	Teilweise	Immer
Zigaretten & Tabak	Fallzahlen	14	23	15	3	8	11
	%	27%	73%		14%	86%	
Liquids für E-Zigaretten	Fallzahlen	21	15	20	4	8	8
	%	38%	62%		20%	80%	
Sticks für Tabakerhitze	Fallzahlen	4	0	2	1	0	1
	%	67%	33%		50%	50%	
Schnupftabak	Fallzahlen	12	7	8	1	1	1
	%	44%	56%		33%	67%	
Snus (mit Tabak)	Fallzahlen	1	5	8	0	2	5
	%	7%	93%		0%	100%	
Nikotinbeutel (ohne Tabak)	Fallzahlen	2	4	9	0	3	8
	%	13%	87%		0%	100%	
Kautabak	Fallzahlen	1	0	1	0	0	1
	%	50%	50%		0%	100%	

11.2 Kauforte

Minderjährige können die Produkte an mehreren verschiedenen Orten kaufen. Unter den 15-17-Jährigen, die teilweise oder immer ihre Produkte selbst kaufen, sind die wichtigsten Kauforte der Kiosk und das Fachgeschäft (Tabelle 11.2 und Tabelle 11.3). Während der Kiosk für fast alle Produkte aufgesucht wird, beziehen die Jugendliche in Fachgeschäften vor allem Zigaretten- und Tabakprodukte, Liquids für E-Zigaretten und Nikotinbeutel.

Tabelle 11.2*Kauforte von 15-17-Jährigen, die mindestens monatlich Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren*

	n	Kiosk	Laden	Online	Messenger	Automat	Bekannte	Anderswo
Zigaretten & Tabak	38	82%	47%	3%	-	11%	18%	13%
Sticks für Tabakerhitzer	2	50%	-	-	-	50%	-	100%
Liquids für E-Zigaretten	35	51%	51%	17%	-	6%	11%	14%
Schnupftabak	14	71%	43%	21%	-	-	7%	-
Snus (m. Tabak)	13	62%	23%	23%	-	-	8%	8%
Nikotinbeutel (o. Tabak)	13	77%	69%	15%	-	8%	8%	8%
Kautabak	1	100%	-	-	-	-	-	-

*Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.***Tabelle 11.3***Kauforte von 15-17-Jährigen, die täglich Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren*

	n	Kiosk	Laden	Online	Messenger	Automat	Bekannte	Anderswo
Zigaretten & Tabak	19	84%	53%	5%	-	5%	21%	16%
Sticks für Tabakerhitzer	2	50%	-	-	-	50%	-	50%
Liquids für E-Zigaretten	20	30%	30%	15%	-	-	20%	15%
Schnupftabak	1	-	100%		-	-	-	-
Snus (m. Tabak)	7	57%	14%	29%	-	-	14%	-
Nikotinbeutel (o. Tabak)	11	73%	64%	18%	-	9%	-	9%
Kautabak	1	100%	-	-	-	-	-	-

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

12 Konsumorte

Das zwölfte Kapitel liefert Einblicke, wo Zigaretten, E-Zigaretten, erhitzte Tabakprodukte und Shishas/Wasserpfeifen in der Schweiz am häufigsten konsumiert werden. Dabei werden öffentliche, private und andere Orten betrachtet.

Fragestellungen:

- Wo rauchen Sie Zigaretten?
- Wo benutzen Sie E-Zigaretten?
- Wo benutzen Sie den Tabakerhitzer?
- Wo rauchen Sie Shisha/Wasserpfeife?

Bei Zigaretten, E-Zigaretten und erhitzten Tabakprodukten wurden fünf Konsumorte abgefragt:

- in geschlossenen Räumen, die öffentlich zugänglich sind (Schule, Arbeit, Restaurant, etc.)
- an öffentlichen Orten im Freien (Strasse, Park, Sportplatz, Haltestelle, etc.)
- zu Hause (drinnen)
- bei Freunden (drinnen)
- woanders

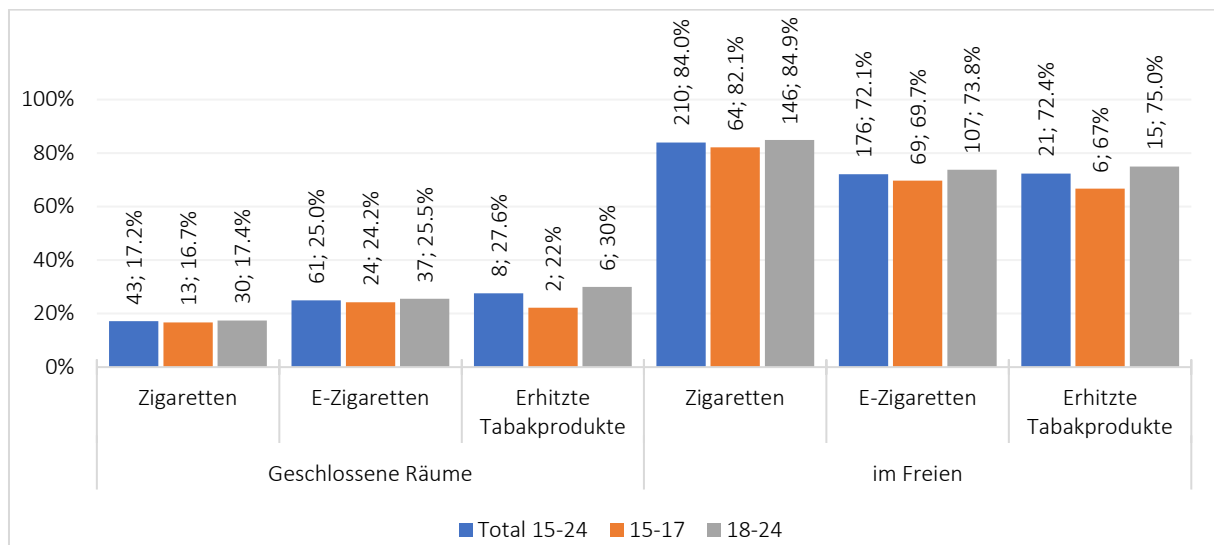
Bei Shishas/Wasserpfeifen wurden nur vier Konsumorte abgefragt: in einer Shisha-Bar, zu Hause (drinnen), bei Freunden (drinnen) sowie woanders.

Der am häufigsten genannte Konsumort sind öffentliche Plätze im Freien. Mehr als 70% der Zigarettenrauchenden, 65% der E-Zigarettenrauchenden und 75% der Konsumierenden von erhitzten Tabakprodukten konsumieren im Freien an öffentlichen Orten (ohne Abbildung). Dabei ist der Anteil der 15-17-Jährigen sowie 18-24-Jährigen, die angeben, im Freien zu konsumieren (Abbildung 12.1) höher als der Gesamtdurchschnitt über alle Altersgruppen.

Geschlossene öffentliche Räume (Schule, Arbeit, Restaurant, etc.) werden hingegen am seltensten als Konsumorte angegeben. Weniger als 18% der Zigarettenrauchenden, weniger als 10% der E-Zigarettenrauchenden, wie auch Konsumierenden von erhitzten Tabakprodukten geben an, in geschlossenen öffentlichen Orten zu konsumieren (ohne Abbildung). Personen unter 25 Jahren (Abbildung 12.1) geben überdurchschnittlich häufiger an, in geschlossenen Räumen zu konsumieren.

Abbildung 12.1

Tabak-/Nikotinproduktkonsum an öffentlichen Orten (geschlossen und im Freien) nach Produkt und Alter



Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Innenräume werden häufig als Konsumorte angegeben, allerdings mit grossen Unterschieden zwischen den Innenräumen im eigenen Zuhause und Innenräumen von Freunden: Wenn in Innenräumen konsumiert wird, dann eher bei sich zuhause als bei Freunden (mit Ausnahme von Shisha/Wasserpfeife).

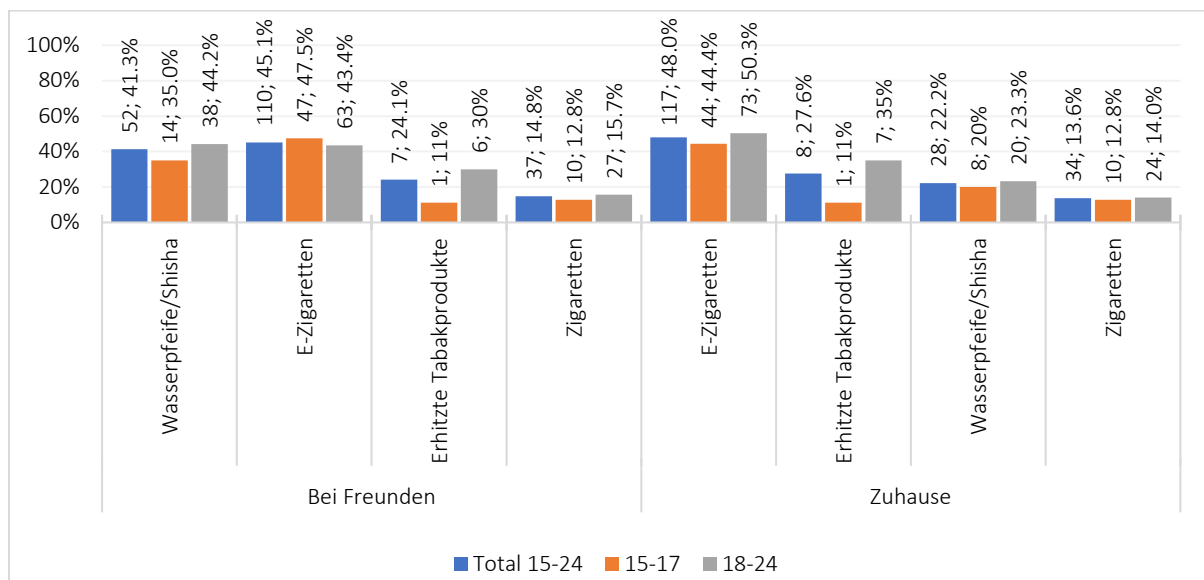
Zuhause in Innenräumen konsumieren mehr als die Hälfte der E-Zigarettenrauchenden, 40.8% der Konsumierenden von erhitzten Tabakprodukten und 27% der Shisha-/Wasserpfeifekonsumierenden, aber nur knapp ein Fünftel der Zigarettenrauchenden (ohne Abbildung).

In Innenräumen bei Freunden konsumieren ein Drittel der E-Zigarettenrauchenden und Shisha-/Wasserpfeifekonsumierenden, aber weniger als 13% der Konsumierenden von erhitzten Tabakprodukten und weniger als 9% der Zigarettenrauchenden (ohne Abbildung).

Personen unter 25 Jahren (Abbildung 12.2) konsumieren häufiger als der Durchschnitt aller Altersgruppen in Innenräumen bei Freunden und seltener als der Durchschnitt zuhause.

Abbildung 12.2

Tabak-/Nikotinproduktkonsum in privaten Innenräumen (bei Freunden und zuhause) nach Tabak-/Nikotinprodukt und Alter



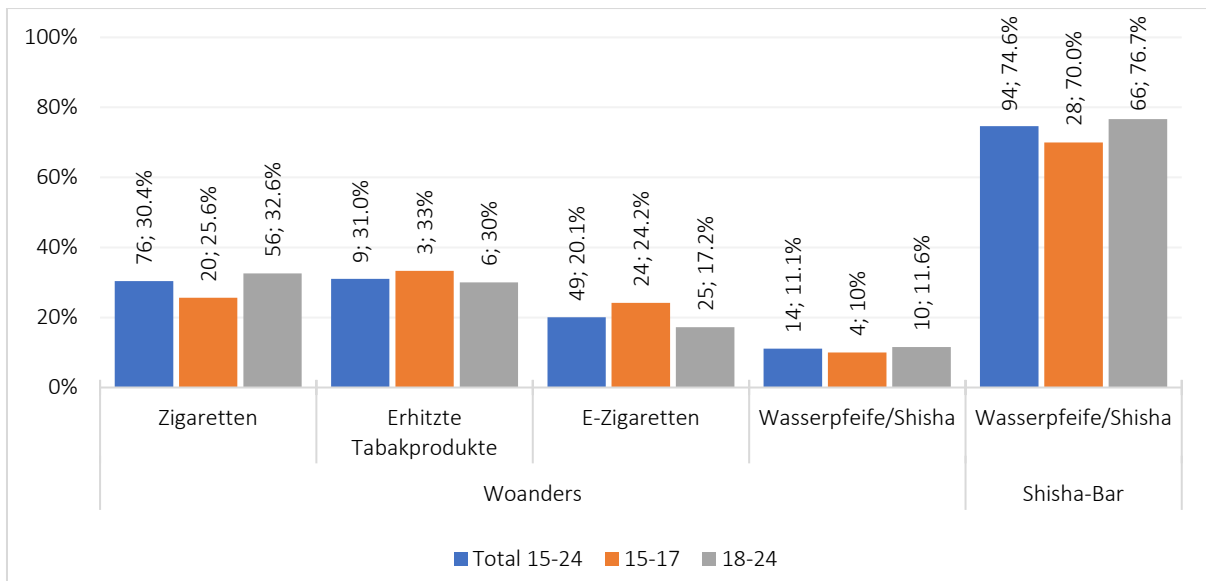
Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Neben öffentlichen Räumen und Innenräumen haben die Befragten häufig auch andere Konsumorte angegeben. So berichten 40% der Zigarettenrauchenden, ein Drittel der Konsumierenden von erhitzten Tabakprodukten und ein Fünftel der E-Zigarettenrauchenden, an anderen Orten zu konsumieren. Bei Shisha/Wasserpfeife-Konsumierenden berichten 65%, dass sie Shisha/Wasserpfeife in Shisha-Bars konsumieren und gut 14%, dass sie sie an anderen Orten rauchen (ohne Abbildung).

Personen unter 25 Jahren (Abbildung 12.3) konsumieren Zigaretten und Shishas seltener an anderen Orten als der Durchschnitt aller Altersgruppen. Erhitzte Tabakprodukte und E-Zigaretten konsumieren unter 25-Jährige ähnlich häufig an anderen Orten wie der Durchschnitt aller Altersgruppen. Shishas werden von unter 25-Jährigen hingegen häufiger in Shisha-Bars konsumiert als vom Durchschnitt aller Altersgruppen.

Abbildung 12.3

Tabak-/Nikotinproduktkonsum an anderen Orten und in der Shisha-Bar nach Tabak-/Nikotinprodukt und Alter



Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

13 Einordnung in die bestehende Studienlage

Kapitel 13 adressiert die Beziehungen der vorliegenden Erhebung zu anderen Studien zum Tabak- und Nikotinkonsum.

Fragestellungen: «Wie sind die Prävalenzen im Vergleich zur Schweizerischen Gesundheitsbefragung, der Health Behaviour in School-aged Children Studie oder anderen Befragungen einzuordnen? Was sind die Trends der letzten Jahre?»

Um die Fragestellungen zu beantworten, werden im Folgenden für jedes der vorhergehenden Kapitel die zentralen Ergebnisse mit denen der folgenden repräsentativen Studien verglichen (siehe auch Tabelle 15.17 bis Tabelle 15.28 im Anhang):

- Die repräsentative Erhebung «Gesundheit und Lifestyle» wird wiederkehrend online bei rund 6000 in der Schweiz lebenden Personen ab 15 Jahren durchgeführt. Während die erste Befragung 2018 erfolgte, wird sie seit 2022 jährlich durchgeführt. Für die Vergleiche werden die Befunde des vorliegenden Berichts für die Erhebung im Jahr 2023 und die Befunde der Erhebung aus dem Jahr 2022 (Bundesamt für Gesundheit, 2023c) einander gegenübergestellt.
- Die Studie «Health Behaviour in School-aged Children» (HBSC) fokussiert auf 11-15-jährige Schülerinnen und Schüler (Balsiger et al., 2023). Diese werden zu ihrer Gesundheit und zu ihrem Gesundheitsverhalten befragt. Die Studie steht unter der Schirmherrschaft der Weltgesundheitsorganisation und wird alle vier Jahre sowie hauptsächlich in europäischen Ländern durchgeführt. Für die Vergleiche werden die jüngsten Ergebnisse aus der Befragung aus dem Jahr 2022 genutzt.
- Die Schweizerische Gesundheitsbefragung (SGB) wird seit 1992 alle fünf Jahre durchgeführt. Für die Vergleiche werden auch hier die jüngsten Ergebnisse aus der Befragung aus dem Jahr 2022 genutzt (Bundesamt für Statistik, 2024).

Beim Vergleich der Studien ist es wichtig anzumerken, dass die Studien unterschiedliche Methoden verwenden und auch unterschiedliche Altersgruppen einbezogen werden. Der Ergebnisvergleich kann daher nur eine grobe Annäherung bieten, aber dennoch dazu beitragen, die vorhandenen Ergebnisse im Kontext zu betrachten, übergeordnete Ergebnismuster zu identifizieren und grundlegende Befunde zu validieren. Dazu werden im Folgenden Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Befunde zwischen den Studien betrachtet und zeitliche Trends plausibilisiert.

13.1 Vergleich der EGL-Befunde 2023 mit HBSC-/SGB-Daten nach Kapitel

In Bezug auf Kapitel 2 «Prävalenzen des Nikotin- und Tabakkonsums» sind die Ergebnisse über die Jahre 2022-2023 und über die verschiedenen Studien, EGL 2022 und 2023 (Bundesamt für Gesundheit, 2023a, 2024); HBSC 2022 (Balsiger et al., 2023) und SGB 2022 (Bundesamt für Statistik, 2024), relativ konsistent, so dass sie als Validierung der Prävalenzen des vorliegenden Berichts gewertet werden können (siehe auch Tabelle 15.17 und Tabelle 15.18 im Anhang):

- Ungefähr ein Viertel der Bevölkerung in der Schweiz konsumiert mindestens einmal im Monat Tabak-/Nikotinprodukte, davon ca. 15% täglich.
- Als Trend konsumieren jüngere Personen häufiger alternative Produkte zur herkömmlichen Zigarette, wie E-Zigaretten oder Snus.
- Es gibt konsistente Unterschiede beim Tabak-/Nikotinkonsum in Bezug auf Geschlecht, Bildung und Nationalität: junge Erwachsene, Männer und Personen mit Sek II Bildungsabschluss konsumieren häufiger Tabak-/Nikotinprodukte.
- Zigaretten bleiben das in der Schweizer Bevölkerung am häufigsten konsumierte Tabak-/Nikotinprodukt. Gegenüber der EGL 2022 ist bei der EGL 2023 der Anteil der Personen, die mindestens einmal im Monat Zigaretten konsumieren, von 22% auf 16% gesunken, wie auch der Anteil der täglich Zigarettenrauchenden von 16% auf 13%.

In Bezug auf Kapitel 3 «Prävalenzen des Mehrfachkonsums» sind die Ergebnisse über die Jahre 2022-2023 und über die verschiedenen Studien (EGL 2022, 2023; HBSC 2022 und SGB 2022) ähnlich (siehe auch Tabelle 15.19 im Anhang):

- Gut jede fünfte Person, die mindestens einmal im Monat ein Tabak-/Nikotinprodukt konsumiert, nutzt zwei oder mehr Produkte.
- Personen, die andere Produkte als herkömmliche Zigaretten konsumieren, rauchen mehrheitlich auch herkömmliche Zigaretten.
- Als Trend konsumieren jüngere Personen mehrheitlich mehrere Produkte, meist E-Zigaretten und Zigaretten.

In Bezug auf Kapitel 4 «Einstiegsprodukte und Konsumverlauf» ergeben sich bei den Ergebnissen über die Jahre 2022-2023 und über die verschiedenen Studien (EGL 2022, 2023 und SGB 2022) ebenfalls keine grösseren Unterschiede (siehe auch Tabelle 15.20 im Anhang):

- Insgesamt sind über 80% der Konsumierenden mit Zigaretten in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen, mehrheitlich bis zum 20. Lebensjahr.
- Als Trend zeichnet sich ab, dass jüngere Altersgruppen allerdings stetig seltener mit Zigaretten in den Tabak-/Nikotinkonsum einsteigen und häufiger mit E-Zigaretten.
- Knapp die Hälfte der Zigarettenrauchenden und Dreiviertel der E-Zigarettenrauchenden sind auch mit dem aktuell konsumierten Produkt in ihren Konsum eingestiegen, alternative Produkte werden ausprobiert, meist aber nicht beibehalten.

In Bezug auf Kapitel 5 «Konsum von E-Zigaretten» ergeben sich bei den Ergebnissen über die Jahre 2022-2023 und über die verschiedenen Studien (EGL 2022, 2023, und HBSC 2022) ebenfalls ähnlich Befunde (siehe auch Tabelle 15.21 im Anhang):

- E-Zigaretten sind das am zweithäufigsten konsumierte Tabak-/Nikotinprodukt, das 4% der Befragten mindestens einmal im Monat und 2% täglich konsumieren; am häufigsten konsumieren sie 15-24-Jährige.
- Als Trend nehmen die Anteile der E-Zigarettenrauchenden am Tabak-/Nikotinkonsum in der Schweiz zu, seit 2022 von 3% auf über 4% .
- Der Anteil der 15-17-Jährigen, die täglich E-Zigaretten konsumieren, zeigt von der HBSC-Studie 2022 (2%) zur späteren EGL 2023 Erhebung (3%) ebenfalls deskriptiv einen Anstieg.

In Bezug auf Kapitel 6 «Aufhörbereitschaft» ergeben sich bei den Ergebnissen über die Jahre 2022-2023 und über die verschiedenen Studien (EGL 2022, 2023 und SGB 2022) auch keine grösseren Unterschiede (siehe auch Tabelle 15.22 im Anhang):

- Die Mehrheit der Personen, die Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren, möchte mit dem Konsum aufhören.
- Als Ausnahmen wollen nur 41% der E-Zigarette-Rauchenden und nur jeweils 13% der Shisha- und Schnupftabakkonsumierenden mit dem Konsum aufhören.
- In Ergänzung der EGL 2022 Befunde, dass 35-54-Jährige besonders motiviert zum Konsumstopp sind, zeigen die EGL 2023 Ergebnisse, dass auch bereits 18-24-Jährige bereit für einen Konsumstopp wären.

In Bezug auf Kapitel 7 «Konsumgründe» ergeben sich bei den Ergebnissen über die Jahre 2022-2023 und über die verschiedenen Studien (EGL 2022, 2023 und HBSC 2022) ebenfalls ähnliche Muster (siehe auch Tabelle 15.23 im Anhang):

- Bei der HBSC wie auch EGL 2023 zeigt sich als Grund für den Konsum von Tabak-/Nikotinprodukten der Wunsch, die Nikotinwirkung zu spüren und – in Bezug auf den Shisha-Konsum – der Wunsch, mit Freunden zusammen zu sein.
- Laut den EGL 2023 Daten liegt für ältere Personen und Personen mit höherer Bildung der Grund, warum sie E-Zigaretten und erhitzte Tabakprodukte konsumieren, vor allem darin, dass sie ihren Zigarettenkonsum reduzieren oder nicht wieder mit dem Rauchen herkömmlicher Zigaretten anfangen möchten.

In Bezug auf Kapitel 8 «Passivkonsum» ergeben sich bei den Ergebnissen über die Jahre 2022-2023 und über die verschiedenen Studien (EGL 2023 und SGB 2022) ebenfalls keine grösseren Unterschiede (siehe auch Tabelle 15.24 im Anhang):

- Der Grossteil der Bevölkerung ist selten Tabakrauch oder Aerosolen von E-Zigaretten oder erhitzten Tabakprodukten ausgesetzt.
- Jüngere sind Passivrauch/Aerosolen häufiger ausgesetzt als ältere Personen.

In Bezug auf Kapitel 9 «Gesellschaftliche Stellung des Rauchens» zeigen sich über die Jahre 2022-2023 und über die verschiedenen Studien (EGL 2022 und 2023) auch ähnliche Muster (siehe auch Tabelle 15.25 im Anhang):

- Bei über 80% ist das Rauchen zuhause verboten.

In Bezug auf Kapitel 10 «Werbekontakte und Werbegeschenke» wurden nur für die EGL 2023 Aussagen gefunden. Das Suchtmonitoring 2015/2016 liefert komplementäre Zahlen zur Akzeptanz eines allgemeinen oder teilweisen Tabakwerbeverbots (siehe auch Tabelle 15.26 im Anhang):

- Jüngere Personen scheinen häufiger Werbung ausgesetzt zu sein, insbesondere auf sozialen Medien.
- Jede zehnte jüngere Person hat bereits ein Geschenk der Tabak-/Nikotinindustrie erhalten.
- 2015/2016 unterstützte bereits die Mehrheit der Bevölkerung ein allgemeines Tabakwerbeverbot und mehr als zwei Drittel der Bevölkerung befürworteten ein teilweises Tabakwerbeverbot.

In Bezug auf Kapitel 11 «Verkauf an Minderjährige» zeigen sich über die Jahre 2022-2023 und über die verschiedenen Studien (EGL 2023 und HBSC 2022) ähnliche Muster (siehe auch Tabelle 15.27 im Anhang):

- Knapp die Hälfte der 15-17-Jährigen kauft Tabak-/Nikotinprodukte selbst.
- Die wichtigsten Kauforte für Tabak-/Nikotinprodukte sind Kioske und Läden.
- Mit dem schweizweiten Verkaufsverbot von Tabak-/Nikotinprodukte an Minderjährige im Rahmen des neuen Tabakproduktegesetzes vom 1. Oktober 2024 werden bei zukünftigen Erhebungen Reduktionen bei den Verkäufen an Minderjährige erwartet.

In Bezug auf Kapitel 12 «Konsumorte» wurden nur für die EGL 2023 Aussagen gefunden (siehe auch Tabelle 15.28 im Anhang):

- Aussenräume sind die häufigsten Konsumorte für Tabak-/Nikotinprodukte, insbesondere bei unter 25-Jährigen.
- In Innenräumen zuhause werden mehr E-Zigaretten (>50%) und erhitzte Tabakprodukte (>40%) konsumiert als Zigaretten (20%).

13.2 Vergleich mit weiteren, nicht-repräsentativen Studien

In einer repräsentativen Studie von 2015 aus der französischsprachigen Schweiz wurden 8. Klässler (Durchschnittsalter 14.2 Jahre) zum Konsum von E-Zigaretten befragt (Suris et al., 2015). 43% der Jugendlichen hatten E-Zigaretten probiert, wobei 24% regelmässige Nutzende waren.

Folgende Prädiktoren für die Nutzung wurden identifiziert: Männer, Lehrlinge, nicht in der Schule, Konsumation von anderen Substanzen (Tabak, Cannabis, Alkoholmissbrauch). Der direkte Vergleich mit dem hier vorliegenden Bericht ist nicht möglich, da die Studie von Suris et al. (2015) nur auf die französischsprachige Schweiz fokussiert, während der vorliegende Bericht die gesamte Schweiz umfasst. Zu einem ähnlichen Resultat kommt der vorliegende Bericht jedoch bezüglich Mehrfachkonsum: Erhitzte Tabakprodukte, E-Zigaretten und Zigarren werden am häufigsten zusätzlich zu herkömmlichen Zigaretten konsumiert.

In einer Studie, die in den Kantonen Kanton Aargau und St. Gallen durchgeführt wurde, wurden Schüler der Sekundarstufe II, davon 57% Minderjährige, 2021 anhand eines Online-Surveys befragt (Affolter et al., 2023). 55% der Schüler gaben an, innerhalb des letzten Monats ein Tabak oder Nikotinprodukt konsumiert zu haben. 14% gaben an, täglich Zigaretten aus kommerziellen Packungen zu konsumieren, 4% Snus und knapp 4% Cannabis mit Tabak. Der direkte Vergleich mit dem hier

vorliegenden Bericht ist nicht möglich, da die untersuchten Alterskategorien unterschiedlich sind. Die Resultate stimmen aber in etwa überein, da aus dem vorliegenden Bericht hervorgeht, dass der tägliche Konsum von mindestens einem tabak- oder nikotinhaltigen Produkt bei den 15-17-Jährigen bei 7.2% und bei den 18-24-Jährigen bei 16.4% liegt.

In einer weiteren Studie namens «REACH» aus der Schweiz wurden 2021 Jugendliche im Alter von 14-19 anhand eines Online-Surveys befragt (Altwickler-Hámori et al., 2024). An der Studie nahmen deutlich mehr Frauen (60%) als Männer (38%) und andere (2%) teil. 25% der Teilnehmenden gaben an, zu rauchen. Dieser im Vergleich zu anderen Studien hohe Wert könnte durch die Definition des Rauchstatus erklärt werden: es wurde nicht zwischen unterschiedlicher Häufigkeit unterschieden (z.B. täglich Rauchende vs. Gelegenheitsrauchende). Regressionsanalysen zeigten zudem, dass Frauen mit einer höheren Wahrscheinlichkeit rauchen als Männer. Dieses Ergebnis, das nicht mit den Resultaten anderer Studien übereinstimmt, könnte ebenfalls mit der sehr breiten Definition des Rauchstatus erklärt werden. Ein weiterer Befund der Studie war, dass Tabak häufig zusammen mit anderen Substanzen konsumiert wird. Dieses Studienresultat stimmt mit der internationalen Forschung überein. Schliesslich fand die Studie auch, dass die Prävalenz des Tabakkonsums in der italienischsprachigen Schweiz am höchsten, in der französischsprachigen Schweiz am zweithöchsten und in der deutschsprachigen Schweiz am tiefsten ist. Der direkte Vergleich mit den Ergebnissen des vorliegenden Berichts ist nicht möglich, da die Alterskategorien unterschiedlich sind. Die Resultate unterscheiden sich zum Beispiel dadurch, dass im vorliegenden Bericht basierend auf bivariaten Analysen bei den Jugendlichen (15-17 Jahre) und jungen Erwachsenen (18-24 Jahre) keine statistisch signifikanten Unterschiede nach Geschlecht oder Sprachregion identifiziert werden konnten.

Zusammenfassend ergeben die Vergleiche der Ergebnisse der betrachteten Studien ein konsistentes Bild. Dabei sind sowohl ähnliche Prävalenzen als auch ähnliche Trends zu beobachten, insbesondere die zunehmende Fragmentierung der Konsum-, Einstiegs- und Ausstiegsmuster, die mit der steigenden Beliebtheit von E-Zigaretten, erhitzten Tabakprodukten, Snus und anderen alternativen Tabak-/Nikotinprodukten einhergeht. Einschränkend ist allerdings anzumerken, dass die Daten der unterschiedlichen Studien aufgrund ihrer unterschiedlichen Methodiken nur bedingt und mit Vorsicht miteinander zu vergleichen sind.

Zukünftig wird insbesondere der Vergleich der jährlichen EGL-Untersuchungen durch die wiederholte Nutzung von Fragen vermehrt verbindlichere Aussagen rund um den Tabak-/Nikotinkonsum wie auch über zeitliche Entwicklungen erlauben. Gleichzeitig gilt es aber auch weiterhin, dass Fragen angepasst und neue Fragen ergänzt werden müssen, um die dynamischen Entwicklungen beim Tabak- und Nikotinkonsum, insbesondere bei jüngeren Personen, näher zu verfolgen und zu verstehen und so Handlungsempfehlungen für die Tabak- und Nikotinprävention ableiten zu können.

14 Referenzen

- Affolter, J., Rohland, E., Philippe, M., Tal, K., Auer, R., & Jakob, J. (2023). Use of tobacco, nicotine and cannabis products among students in Switzerland. *Frontiers in Public Health*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1076217>
- Altwickler-Hámori, S., Ackermann, K. A., Furchheim, P., Dratva, J., Truninger, D., Müller, S., & Wieber, F. (2024). Risk factors for smoking in adolescence: Evidence from a cross-sectional survey in Switzerland. *BMC Public Health*, 24(1), 1165. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-18695-4>
- Balsiger, N., Schmidhauser, V., & Delgrande Jordan, M. (2023). *Konsum psychoaktiver Substanzen bei Jugendlichen*. Sucht Schweiz. https://www.hbsc.ch/pdf/hbsc_bibliographie_384.pdf
- Bundesamt für Gesundheit. (2023a). *Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2022*. <https://www.bag.admin.ch/egl-2022>
- Bundesamt für Gesundheit. (2023b). *Schweizerische Gesundheitsbefragung 2022 – Übersicht*. <https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/28625352/master>
- Bundesamt für Gesundheit. (2023c). *Tabak: Meinung der Bevölkerung zu Gesetzen und Wissen über Schädlichkeit im Jahr 2022*. https://www.bag.admin.ch/dam/bag/de/dokumente/npp/faktenblaetter/faktenblaetter-tabak/2023_faktenblatt_meinung_wissen_tabak_2022.pdf.download.pdf/2023_Faktenblatt_Meinung_Wissen_Tabak_2022.pdf
- Bundesamt für Gesundheit. (2023d). *Themenheft: Konsum von Tabak- und Nikotinprodukten*. https://www.bag.admin.ch/dam/bag/de/dokumente/npp/themenhefte/tabakkonsum-2022.pdf.download.pdf/2023_Themenheft_Tabak_Konsum_2022.pdf
- Bundesamt für Gesundheit. (2024). *Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023*. <https://www.bag.admin.ch/egl-2023>
- Bundesamt für Gesundheit. (2025). *Tabakpolitik in den Kantonen*. <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/strategie-und-politik/politische-auftraege-und-aktionsplaene/politische-auftraege-zur-tabakpraevention/tabakpolitik-kantone.html>
- Bundesamt für Statistik. (2024). *Schweizerische Gesundheitsbefragung: Tabakkonsum 1992–2022* (BFS Aktuell). <https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/32028282/master>
- Bundesamt für Statistik. (2025). *Gesundheit – Taschenstatistik 2025*. <https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/34027817/master>
- Office fédéral de la santé publique (2024). *Enquête Santé et Lifestyle 2023*. <https://www.bag.admin.ch/egl-2023>
- Kündig H., Notari L., Gmel G. (2016). Publicité, prix et mises en garde: opinions et vécus relatifs à des législations sur les produits du tabac en 2015-2016 – Analyse des données du Monitoring suisse des addictions, Addiction Suisse, Lausanne, Suisse. <https://www.addictionsuisse.ch/wp-content/uploads/2023/01/publicite-prix-et-mises-en-garde-opinions-et-vecus-relatifs-a-des-legislations-sur-les-produits-du-tabac-en-2015-2016-analyse-des-donnees-du-monitorage-suisse-des-addictions.pdf>
- MonAm. (2025). *Indikatoren—Tabak | MonAM | BAG*. <http://www.monam.ch/tabak>
- Sucht Schweiz. (2023). *Zigaretten & Co—Konsum*. <https://www.suchtschweiz.ch/zahlen-und-fakten/zigaretten-co/zigaretten-co-konsum/>
- Surís, J.-C., Berchtold, A., & Akre, C. (2015). Reasons to use e-cigarettes and associations with other substances among adolescents in Switzerland. *Drug and Alcohol Dependence*, 153, 140–144. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2015.05.034>
- Ufficio federale della sanità pubblica (2024). *Indagine Salute e Lifestyle 2023*. <https://www.bag.admin.ch/egl-2023>
- Van Der Zee, K., & Van Walbeek, C. (2024). Interactions between ENDS and cigarette use: Evidence from a 2022 national telephone survey in South Africa. *Tobacco Control*, tc-2023-058521. <https://doi.org/10.1136/tc-2023-058521>

15 Anhang

15.1 Prävalenzen

Tabelle 15.1

Signifikanzen von Gruppenunterschieden in der Monatsprävalenz des Konsums von Tabak-/Nikotinprodukten nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität

	Alter		Geschlecht		Bildung		Sprachregion		Wohnumgebung		Haushaltstyp		Migrationshintergrund		Nationalität	
	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>
Zigarette	<.001	.114	n.s.		<.001	.058	n.s.		.040	.029	<.001	.060	n.s.		.006	.041
E-Zigaretten	<.001	.156	n.s.		<.001	.077	<.001	.051	n.s.		<.001	.080	<.001	.056	.044	.032
Erhitzte Tabakprodukte	<.001	.060	n.s.		.016	.032	<.001	.047	n.s.		n.s.		n.s.		n.s.	
Zigarren	.001	.056	<.001	.152	.005	.035	.013	.033	n.s.		n.s.		n.s.		n.s.	
Zigarillos	<.001	.060	<.001	.091	n.s.		n.s.		n.s.		n.s.		.004	.043	n.s.	
Wasserpfeife/Shisha	<.001	.145	<.001	.055	.002	.037	.026	.030	n.s.		n.s.		.002	.045	n.s.	
Pfeife	.027	.047	<.001	.091	.007	.034	n.s.		.043	.029	n.s.		.024	.035	.026	.035
Snus	<.001	.136	<.001	.085	.004	.036	n.s.		<.001	.046	n.s.		<.001	.061	.007	.041
Schnupftabak	<.001	.110	<.001	.079	<.001	.044	<.001	.070	<.001	.085	n.s.		<.001	.111	<.001	.084
Nikotinbeutel ohne Tabak	<.001	.093	<.001	.080	.008	.034	n.s.		n.s.		n.s.		.006	.041	n.s.	
Kautabak	n.s.		n.s.		n.s.		n.s.		n.s.		n.s.		n.s.		n.s.	
Globale Prävalenz	<.001	.159	<.001	.085	<.001	.093	n.s.		n.s.		.003	.042	n.s.		n.s.	

Lesehilfe: Der Wert bei «V» drückt aus, wie gross der Einfluss des Gruppierungsmerkmals (z.B. Geschlecht) auf die gemessenen Unterschiede ist. Hier achtet man auf die höchsten Werte. Grün hinterlegte Felder markieren Produkte und Gruppen mit vergleichsweise starken Effekten ($V > .100$). Aus Tabelle 15.1 lässt sich also z.B. ablesen, dass bei der Monatsprävalenz von E-Zigaretten, Wasserpfeife und Snus vor allem Alterseffekte greifen, während es bei Zigarren das Geschlecht und bei Schnupftabak der Migrationshintergrund sind.

Tabelle 15.2

Signifikanzen von Gruppenunterschieden in der Tagesprävalenz des Konsums von Tabak-/Nikotinprodukten nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität

	Alter		Geschlecht		Bildung		Sprachregion		Wohnumgebung		Haushaltstyp		Migrationshintergrund		Nationalität	
	p	V	p	V	p	V	p	V	p	V	p	V	p	V	p	V
Zigarette	<.001	.126	.021	.036	<.001	.079	n.s.		n.s.		<.001	.061	n.s.		n.s.	
E-Zigaretten	<.001	.161	n.s.		<.001	.113	<.001	.073	n.s.		<.001	.080	<.001	.052	n.s.	
Erhitzte Tabakprodukte	<.001	.060	n.s.		.009	.048	<.001	.064	n.s.		n.s.		n.s.		.041	.033
Zigarren	n.s.		<.001	.152	.001	.057	.046	.040	n.s.		n.s.		.027	.035	n.s.	
Zigarillos	<.001	.061	<.001	.090	n.s.		n.s.		n.s.		n.s.		.001	.048	n.s.	
Wasserpfeife/Shisha	<.001	.148	<.001	.057	<.001	.063	.037	.041	n.s.		n.s.		.002	.045	n.s.	
Pfeife	.043	.045	<.001	.091	.005	.050	n.s.		n.s.		n.s.		.021	.036	.027	.035
Snus	<.001	.135	<.001	.082	.002	.053	n.s.		<.001	.065	n.s.		<.001	.061	.006	.042
Schnupftabak	<.001	.107	<.001	.079	.044	.040	<.001	.099	<.001	.116	n.s.		<.001	.111	<.001	.084
Nikotinbeutel ohne Tabak	<.001	.094	<.001	.080	.008	.048	n.s.		n.s.		n.s.		.006	.041	n.s.	
Kautabak	n.s.		n.s.		n.s.		n.s.		.024	.043	n.s.		n.s.		n.s.	
Globale Prävalenz	<.001	.120	<.001	.066	<.001	.082	n.s.		n.s.		n.s.		n.s.		.035	.027

15.2 Mehrfachkonsum

Tabelle 15.3

Signifikanzen von Gruppenunterschieden beim Mehrfachkonsum mindestens monatlich sowie täglich Konsumierender nach Alter, Bildung und Haushaltstyp

	Alter		Bildung		Haushaltstyp	
	p	V	p	V	p	V
Mindestens monatliche Nutzung	<.001	.201	<.001	.116	.002	.106
Tägliche Nutzung	n.s.		n.s.		.004	.153

15.3 Einstiegsprodukte und Konsumationsverlauf

Tabelle 15.4

Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei Einstiegsprodukten nach Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund, Nationalität, Sprachregion und Haushaltstyp

Alter		Bildung		Geschlecht		Migrationshintergrund		Nationalität		Sprachregion		Haushaltstyp	
<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>
<.001	.243	<.001	.195	<.001	.206	<.001	.172	<.001	.112	<.001	.112	<.001	.147

15.4 Detailauswertungen E-Zigaretten

Tabelle 15.5

Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei E-Zigaretten in Bezug auf Produkttyp, Füllmenge, Nikotinkonzentration und Aromen nach Alter, Bildung, Sprachregion und Haushaltstyp

	Alter		Bildung		Sprachregion		Haushaltstyp	
	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>
Genutzter Typ	<.001	.253	<.001	.183	.001	.165	<.001	.200
Füllmenge	n.s.		n.s.		n.s.		n.s.	
Nicotinkonzentration	.012	.193	n.s.		n.s.		.028	.174
Aromen	<.001	.282	<.001	.192	n.s.		<.001	.204

15.5 Aufhörbereitschaft

Tabelle 15.6

Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei der Aufhörbereitschaft für Tabak-/Nikotinprodukte nach Alter und Sprachregion

	Alter		Sprachregion	
	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>
Zigaretten	n.s.		<.001	.254
Erhitzte Tabakprodukte	n.s.		n.s.	
E-Zigarette	n.s.		n.s.	
Shisha	.051	.174	n.s.	
Schnupftabak	n.s.		n.s.	

	Alter		Sprachregion	
	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>
Snus	n.s.		n.s.	
Nikotinbeutel	n.s.		n.s.	
Kautabak	n.s.		n.s.	

15.6 Konsumgründe

Tabelle 15.7

Wichtigste drei Gründe für den E-Zigarettenkonsum, die von den Konsumierenden genannt wurden, nach Alter

	Top 1	Top 2	Top 3
15-17	weil der Geschmack angenehm ist (29.3%, <i>n</i> = 31)	aus einem anderen Grund (19%, <i>n</i> = 20)	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (17%, <i>n</i> = 17)
18-24	weil der Geschmack angenehm ist (41.3%, <i>n</i> = 59)	aus einem anderen Grund (14%, <i>n</i> = 21)	um mit dem Rauchen von herkömmlichen Zigaretten aufzuhören (9%, <i>n</i> = 8)
25-34	weil der Geschmack angenehm ist (44%, <i>n</i> = 27)	um weniger herkömmliche Zigaretten zu rauchen (16%, <i>n</i> = 9)	um mit dem Rauchen von herkömmlichen Zigaretten aufzuhören (15%, <i>n</i> = 9)
35-44	um mit dem Rauchen von herkömmlichen Zigaretten aufzuhören (28%, <i>n</i> = 19)	weil der Geschmack angenehm ist (20%, <i>n</i> = 14)	aus einem anderen Grund (19%, <i>n</i> = 10)
45-54	um weniger herkömmliche Zigaretten zu rauchen (25%, <i>n</i> = 13)	um nicht wieder mit dem Rauchen von herkömmlichen Zigaretten anzufangen (19%, <i>n</i> = 8)	aus einem anderen Grund (18%, <i>n</i> = 8)
55-64	um mit dem Rauchen von herkömmlichen Zigaretten aufzuhören (39%, <i>n</i> = 11)	um weniger herkömmliche Zigaretten zu rauchen (17%, <i>n</i> = 6)	weil der Geschmack angenehm ist (12%, <i>n</i> = 4)
65-74	um mit dem Rauchen von herkömmlichen Zigaretten aufzuhören (60%, <i>n</i> = 6)	um nicht wieder mit dem Rauchen von herkömmlichen Zigaretten anzufangen (20%, <i>n</i> = 2)	weil E-Zigaretten einfach zu verwenden sind (12%, <i>n</i> = 1)
75+	um nicht wieder mit dem Rauchen von herkömmlichen Zigaretten anzufangen (100%, <i>n</i> = 1)		

Tabelle 15.8*Wichtigste drei Gründe für den Shisha-Konsum, die von den Konsumierenden genannt wurden, nach Alter*

	Top 1	Top 2	Top 3
15-17	um mit meinen Freunden zusammen zu sein (53.7%, n = 23)	weil der Geschmack angenehm ist (33.4%, n = 11)	aus einem anderen Grund (8.9%, n = 4)
18-24	weil der Geschmack angenehm ist (41.4%, n = 37)	um mit meinen Freunden zusammen zu sein (36.1%, n = 34)	aus einem anderen Grund (20.4%, n = 14)
25-34	weil der Geschmack angenehm ist (54.3%, n = 24)	um mit meinen Freunden zusammen zu sein (31.9%, n = 17)	aus einem anderen Grund (12.0%, n = 6)
35-44	weil der Geschmack angenehm ist (50.7%, n = 12)	um mit meinen Freunden zusammen zu sein (23.4%, n = 7)	aus einem anderen Grund (19.5%, n = 3)
45-54	weil der Geschmack angenehm ist (63.7%, n = 7)	um mit meinen Freunden zusammen zu sein (13.9%, n = 1)	aus einem anderen Grund (11.8%, n = 2)
55-64	um mit meinen Freunden zusammen zu sein (100%, n = 1)		
65-74	um mit meinen Freunden zusammen zu sein (50.1%, n = 1)	weil der Geschmack angenehm ist (49.9%, n = 7)	

Tabelle 15.9*Wichtigste drei Gründe für den Snus-Konsum, die von den Konsumierenden genannt wurden, nach Alter*

	Top 1	Top 2	Top 3
15-17	aus einem anderen Grund (35.6%, n = 9)	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (19.8%, n = 6)	damit ich Nikotin konsumieren kann, wenn der Gebrauch von anderen Produkten nicht möglich ist (12.9%, n = 4)
18-24	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (37.4%, n = 25)	weil Snus einfach zu verwenden ist (16.1%, n = 12)	weil der Geschmack angenehm ist (13.9%, n = 5)
25-34	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (38.0%, n = 12)	aus einem anderen Grund (17.4%, n = 5)	damit ich Nikotin konsumieren kann, wenn der Gebrauch von anderen Produkten nicht möglich ist (10.5%, n = 4)
35-44	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (40.0%, n = 4)	aus einem anderen Grund (22.8%, n = 2)	weil der Geschmack angenehm ist (17.2%, n = 2)

	Top 1	Top 2	Top 3
45-54	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (39.1%, n = 2)	weil Snus einfach zu verwenden ist (21.3%, n = 1)	damit ich Nikotin konsumieren kann, wenn der Gebrauch von anderen Produkten nicht möglich ist (20.0%, n = 1)
55-64	damit ich Nikotin konsumieren kann, wenn der Gebrauch von anderen Produkten nicht möglich ist (100%, n = 1)		
65-74	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (100%, n = 1)		

Tabelle 15.10

Wichtigste drei Gründe für den Nikotinbeutelkonsum, die von den Konsumierenden genannt wurden, nach Alter

	Top 1	Top 2	Top 3
15-17	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (49.7%, n = 9)	weil der Geschmack angenehm ist (15.2%, n = 4)	aus einem anderen Grund (12.8%, n = 2)
18-24	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (38.9%, n = 17)	weil der Geschmack angenehm ist (19.3%, n = 3)	damit ich Nikotin konsumieren kann, wenn der Gebrauch von anderen Produkten nicht möglich ist (14.7%, n = 4)
25-34	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (40.4%, n = 5)	weil der Geschmack angenehm ist (34.0%, n = 4)	aus einem anderen Grund (9.8%, n = 1)
35-44	aus einem anderen Grund (26.8%, n = 2)	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (24.6%, n = 2)	um nicht wieder mit dem Rauchen herkömmlicher Zigaretten anzufangen (21.9%, n = 2)
45-54	damit ich Nikotin konsumieren kann, wenn der Gebrauch von anderen Produkten nicht möglich ist (58.0%, n = 1)	um mit dem Rauchen von herkömmlichen Zigaretten aufzuhören (42.0%, n = 1)	
65-74	um die Wirkung des Nikotins zu spüren (100%, n = 1)		

15.7 Passivkonsum

Tabelle 15.11

Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei der Belastung durch passiven Konsum von Rauch sowie Aerosolen nach Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund, Nationalität, Sprachregion und Haushaltstyp

	Alter		Bildung		Geschlecht		Migrationshintergrund		Nationalität		Sprachregion		Haushaltstyp	
	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>
Zigaretten	<.001	.159	<.001	.147	n.s.		<.001	.097	<.001	.102	.001	.050	<.001	.089
E-Zigaretten	<.001	.175	<.001	.112	.003	.055	<.001	.072	.004	.054	<.001	.085	<.001	.086

15.8 Gesellschaftliche Stellung des Rauchens

Tabelle 15.12

Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei der Akzeptanz der gesellschaftlichen Norm, in Anwesenheit von Kindern auf den Konsum von Tabak-/Nikotinprodukten zu verzichten, nach Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund, Nationalität, Sprachregion, Haushaltstyp, Wohnumgebung und Rauchstatus

Alter		Bildung		Geschlecht		Migrationshintergrund		Nationalität		Sprachregion		Haushaltstyp		Wohnumgebung		Rauchstatus	
<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>
<.001	.006	<.001	.003	.034	.001	.026	.001	n.s.	.031	.001	n.s.	n.s.	n.s.	<.001	.026		

Anmerkung: Anstatt Cramers-V wird für Mittelwertvergleiche Eta-Quadrat ausgewiesen. Die Aussage ist dieselbe: Je niedriger der Wert, desto schwächer der Einfluss der Gruppenvariable auf die gemessenen Unterschiede.

Tabelle 15.13

Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei den Konsumregeln zuhause in Innenräumen für Zigaretten sowie E-Zigaretten/erhitzte Tabakprodukten, nach Migrationshintergrund, Nationalität, Sprachregion, Haushaltstyp und Wohnumgebung

	Migrationshintergrund		Nationalität		Sprachregion		Haushaltstyp		Wohnumgebung	
	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>
Zigaretten	<.001	.059	<.001	.059	<.001	.114	<.001	.078	<.001	.041
E-Zigaretten & erhitzte Tabakprodukte	n.s.		<.001	.055	<.001	.150	<.001	.063	.002	.042

Tabelle 15.14

Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei der Einschätzung des öffentlichen Images von Zigaretten und E-Zigaretten, nach Alter, Bildung, Geschlecht und Sprachregion

	Alter		Bildung		Geschlecht		Sprachregion	
	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>	<i>p</i>	<i>Eta-Quadrat</i>
Zigaretten	<.001	.006	<.001	.004	n.s.		<.001	.009
E-Zigaretten	<.001	.022	<.001	.005	<.001	.003	<.001	.015

Anmerkung: Anstatt Cramers-V wird für Mittelwertvergleiche Eta-Quadrat ausgewiesen. Die Aussage ist dieselbe: Je niedriger der Wert, desto schwächer der Einfluss der Gruppenvariable auf die gemessenen Unterschiede.

15.9 Werbekontakte und Werbegeschenke

Tabelle 15.15

Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei den Orten, an denen die befragten Personen in den vergangenen 12 Monaten mit Werbung für Tabak-/Nikotinprodukte in Kontakt gekommen sind, nach Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund, Nationalität, Sprachregion, Haushaltstyp und Wohnumgebung

	Alter		Bildung		Geschlecht		Migrationshintergrund		Nationalität		Sprachregion		Haushaltstyp		Wohnumgebung	
	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>
Kann mich nicht erinnern	<.001	.171	.030	.034	<.001	.054	.021	.030	n.s.		<.001	.051	<.001	.069	.035	.033
Kiosk	<.001	.174	.004	.043	.002	.040	n.s.		n.s.		<.001	.073	<.001	.093	n.s.	
Social Media	<.001	.240	<.001	.102	n.s.		n.s.		n.s.		.001	.048	<.001	.113	n.s.	
Internetseiten	<.001	.149	.011	.039	<.001	.058	n.s.		n.s.		.022	.036	<.001	.083	n.s.	
Zeitungen/ Strasse	.051	.046	<.001	.063	n.s.		.003	.038	<.001	.047	n.s.		n.s.		n.s.	
Festivals/ Events	<.001	.173	.001	.050	<.001	.050	<.001	.069	<.001	.055	<.001	.072	<.001	.086	n.s.	
Anderer Ort	.007	.054	<.001	.053	<.001	.066	n.s.		n.s.		.046	.032	n.s.		n.s.	

Tabelle 15.16

Signifikanzen von Gruppenunterschieden beim Erhalt von Werbegeschenken nach Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund und Haushaltstyp

Alter ⁵		Bildung		Geschlecht		Migrationshintergrund		Haushaltstyp	
<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>
<.001	.194	<.001	.060	<.001	.046	.022	.030	<.001	.133

⁵ Berichtet wird hier der Effekt zwischen den Minderjährigen (15-17 Jahre) und den jungen Erwachsenen (18-24 Jahre). Die Effektstärke über alle Altersgruppen hinaus ist mit $V = .163$ etwas schwächer.

15.10 Zentrale Ergebnisse anderer Studien im Vergleich: Ausgewählte Zitate

Tabelle 15.17

Prävalenzen des Nikotin- und Tabakkonsums: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 2: Prävalenzen Nikotin- und Tabakkonsum

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- 23% der Schweizer Bevölkerung konsumieren mindestens einmal im Monat und 16% konsumieren täglich mindestens ein tabak-/nikotinhaltiges Produkt.
- Bei den 15-17-Jährigen konsumieren 15% mindestens monatlich ein tabak-/nikotinhaltiges Produkt, 7% konsumieren täglich.
- E-Zigaretten sind – auf deutlich tieferem Niveau – das am zweithäufigsten konsumierte Tabak-/Nikotinprodukt: 4% konsumieren sie mindestens einmal im Monat und 2% täglich. Am häufigsten konsumieren 18-24-Jährige E-Zigaretten (Monatsprävalenz 10%, Tagesprävalenz 4%), gefolgt von 15-17-Jährigen (Monatsprävalenz 8%, Tagesprävalenz 3%).
- Erhitzte Tabakprodukte (<3%) werden vor allem von Personen 25+ konsumiert; Snus (<2%), Schnupftabak (<2%) und Nikotinbeutel (<1%) vor allem von Personen unter 25 Jahren.

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2022

- «Die Konsumprävalenz von mindestens einem der Produkte Zigaretten, E-Zigaretten, HTP, Snus, Kautabak, sowie Schnupftabak lag bei den ab 15-Jährigen bei 26,3 Prozent.»¹
- «Bei den 15- bis 24-Jährigen steigt dieser Anteil auf 34,4% (40,1% bei den 20- bis 24-Jährigen).»¹
- «Die Konsumprävalenz von mindestens einem Rauch-/Dampfprodukt (Zigaretten, E-Zigaretten, HTP) betrug bei den Personen ab 15 Jahren 24,0 Prozent und 30,5 Prozent in der Gruppe der 15- bis 24-Jährigen (37,5 Prozent bei den 20- bis 24-Jährigen).»¹

Erhebung HBSC 2022

- «Bei den 11- bis 15-Jährigen haben 2022 36 Prozent in den letzten 30 Tagen mindestens ein Tabak- und / oder ein Nikotinprodukt konsumiert (inkl. rauchloser Tabakwaren). Das ist mehr als in der Bevölkerung ab 15 Jahren (26 Prozent).»²
- «Der zwischen 2018 und 2022 beobachtete starke Anstieg des Konsums von E-Zigaretten, erhitzbaren Tabakerzeugnissen und Snus in den letzten 30 Tagen bei 15-Jährigen, insbesondere bei Mädchen, sowie des Konsums von herkömmlichen Zigaretten bei 13-Jährigen ist besorgniserregend.»²
- «Generell tendieren die Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen dazu, geringer zu werden.»²

SGB 2022

- «Knapp ein Viertel (23.9%) der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren raucht. 16.1% (etwa 1'156'000 Personen) sind täglich Rauchende und 7.8% (etwa 560'000 Personen) sind Gelegenheitsrauchende. Der Anteil der Rauchenden ist unter Männern (27.1%) höher als bei Frauen (20.8%) und scheint mit zunehmendem Alter abzunehmen.»⁴
- Bei den jüngeren Personen der Altersgruppen von 15 bis 34 Jahren sind fast die Hälfte der Rauchenden gelegentlich Rauchende. Sie zeigen damit ein unterschiedliches Rauchverhalten zu den Personen ab 35 Jahren, bei denen die Rauchenden überwiegend täglich rauchen.»⁷
- «Der Anteil der Rauchenden ist bei den Personen ohne nachobligatorische Ausbildung (25%) und mit Abschluss auf Sekundarstufe II (27%) deutlich höher als bei Personen mit Tertiärabschluss (20%). Die sozialen Unterschiede nehmen seit 1997 deutlich zu. Erstens fangen Personen mit Tertiärabschluss weniger oft an mit dem Rauchen, zweitens hören sie auch häufiger wieder auf als Personen ohne nachobligatorische Ausbildung oder mit Abschluss auf Sekundarstufe II.»⁵
- «In der Altersgruppe der 25- bis 44-Jährigen rauchen 42% der Personen ohne nachobligatorische Ausbildung gegenüber 21% der Personen mit einem Tertiärabschluss. Mit steigendem Alter nehmen die sozialen Unterschiede immer mehr ab und in der Altersgruppe ab 65 Jahren sind keine sozialen Unterschiede mehr zu erkennen. Die Bildungsunterschiede sind bei den Männern in den jüngeren und mittleren Altersgruppen deutlicher ausgeprägt als bei den Frauen. Bei beiden Geschlechtern verschwinden die Unterschiede mit fortschreitendem Alter.»⁷

- «Zwischen 1992 und 2022 ist der Anteil der rauchenden Personen bei den Männern von 37% auf 27% und bei den Frauen von 24% auf 21% zurückgegangen. Am häufigsten rauchen Männer zwischen 25 und 54 Jahren (33%) und Frauen zwischen 15 und 44 Jahren (25%).»⁶
- «Seit 1992 ist der Anteil der Rauchenden von 30% auf 24% im Jahr 2022 gesunken. Der Rückgang ist bei den Männern deutlich ausgeprägter. Der Unterschied zwischen den Geschlechtern verringert sich somit zunehmend. Ein Rückgang des Anteils der Rauchenden ist gegenüber früheren Erhebungen bei den Männern in allen Altersgruppen und bei den Frauen vor allem im Alter von 25 bis 44 Jahren zu beobachten.»⁵
- «Ebenso ist der Anteil der starken Raucherinnen und Raucher (20 Zigaretten oder mehr pro Tag) seit 1992 (12%) kontinuierlich auf 4% im Jahr 2022 gesunken (G 20). Zu den starken Raucherinnen und Rauchern gehören tendenziell häufiger Männer, Personen ohne Tertiärabschluss sowie Personen ab 45 Jahren.»⁵
- Im Jahr 2022 rauchen 23,9% der Schweizer Bevölkerung. Dieser Anteil ist seit 1997 (33,2%) gesunken und liegt deutlich tiefer als noch 2017 (27,1%). Im Vergleich zu 2017 ist insbesondere der Anteil täglich Rauchender gesunken – von 19,1% auf 16,1% der Bevölkerung. Der Anteil Gelegenheitsrauchender ist hingegen stabil geblieben (2017: 8,0%, 2022: 7,8%).⁵
- «Rauchen ist unter Männern mit einem Anteil von 27,1% (2022) generell verbreiteter als unter Frauen mit 20,8%. Der Tabakkonsum weist aber nicht nur grosse Unterschiede zwischen den Geschlechtern auf, sondern auch bezüglich soziodemografischer Merkmale: Personen mit einem höchsten Bildungsabschluss auf Sekundarstufe II rauchen 2022 zu 26,9% und jene ohne nachobligatorische Ausbildung zu 25,2%. Dies sind 5 bis 7 Prozentpunkte mehr als bei Personen mit einem Abschluss auf Tertiärstufe (20,0%). Bei Ausländerinnen und Ausländern ist der Anteil mit 28,2% zudem höher als bei Schweizerinnen und Schweizern mit 22,5%.»³
- «Im Jahr 2017 wies die SGB in Altersgruppen von Personen ab 15 Jahren (24,6%), von 15-24-Jährigen (29,4%) und (20-24-Jährigen (37,8%)) recht ähnliche Prävalenzen wie die EGL2022 aus.»^{1, gekürzt}

Quellen: ¹Bundesamt für Gesundheit (2023d), ²Balsiger et al. (2023), ³MonAM Tabakkonsum (Alter 15+), ⁴Sucht Schweiz (2023), ⁵Bundesamt für Gesundheit (2023b), ⁶Bundesamt für Statistik (2025), ⁷Bundesamt für Statistik (2024)

Tabelle 15.18

Prävalenzen des Zigarettenkonsums: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 2: Prävalenzen Zigarettenkonsum

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Zigaretten sind mit einer Monatsprävalenz von 16% und einer Tagesprävalenz von 11% das in der Schweizer Bevölkerung am häufigsten konsumierte Tabak-/Nikotinprodukt. Am häufigsten werden sie durch Männer und Personen mit Sek-II-Schulabschluss konsumiert.
- Zigaretten werden am häufigsten von 45-54-Jährigen geraucht (Monatsprävalenz 20%) und damit erstmalig nicht mehr von jungen Erwachsenen (Monatsprävalenz 18-24-Jährige: 17%).

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2022

- «2022 gaben 22,1 Prozent der Bevölkerung an, Zigaretten zu rauchen (12,7% täglich). Männer rauchen etwas häufiger als Frauen (24% bzw. 20%).¹
- In der Altersgruppe der 15- bis 24-Jährigen rauchen 28,1 Prozent Zigaretten (33,8% bei den 20- bis 24-Jährigen).»¹
- «Der Konsum von Schnupftabak und oralen Produkten stieg von 2018 bis 2022 an.»¹
- «Es ist ein Rückgang der Prävalenz des Zigarettenkonsums zu beobachten, der offenbar durch die steigende Prävalenz anderer Rauch-/ Dampfprodukte ausgeglichen wird.»¹

HBSC 2022

- «2022 haben weniger als 2% der 11-Jährigen, ca. 6% der 13-Jährigen und ca. 16% der 15-Jährigen in den letzten 30 Tagen herkömmliche Zigaretten konsumiert.»²
- «Die 30-Tage-Prävalenz ist bei den 15-Jährigen zwischen 2018 und 2022 stabil geblieben, während sie sich bei den 13-Jährigen fast verdoppelt hat: Ca. 6% der 15-Jährigen konsumieren häufig (≥ 10 Tage in den letzten 30 Tagen) und ca. 3% konsumieren täglich herkömmliche Zigaretten.»²

SGB 2022

- «Von den verschiedenen im Umlauf befindlichen Tabakprodukten werden nach wie vor am meisten Zigaretten konsumiert : 85% der Rauchenden rauchen Zigaretten.»⁷
- «Etwa 4% der Bevölkerung ab 15 Jahren konsumieren 20 oder mehr Zigaretten pro Tag, d. h. mindestens eine Schachtel. Diese Zahl ist bei den Männern höher als bei den Frauen und bei den 45- bis 54-Jährigen höher als in den anderen Altersgruppen.»⁴

Quellen: siehe Tabelle 15.17

Tabelle 15.19

Prävalenzen des Mehrfachkonsums: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 3: Prävalenzen Mehrfachkonsum

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Bei Personen, die mindestens monatlich konsumieren, benutzen 23% zwei Produkte und 14% drei oder mehr Produkte.
- Bei 18-24-jährigen Konsumierenden nutzt die Mehrheit (58%) mehrere Produkte im Monat, meist Zigaretten (53%) und E-Zigaretten (48%), aber auch Snus (20%) und Schnupftabak (18%). Dabei nutzen sie häufiger zwei Produkte (31%) als 3+ Produkte (27%).
- Bei 15-17-jährigen Konsumierenden nutzt ebenfalls die Mehrheit (55%) mehrere Produkte im Monat, meist Zigaretten (63%) und E-Zigaretten (59%), aber auch Nikotinbeutel (21%) und Shisha sowie Schnupftabak (jeweils 18%). Dabei nutzen sie häufiger 3+ Produkte (34%) als zwei Produkte (21%).
- Mit zunehmendem Alter und bei täglichem Konsum nimmt das Repertoire der konsumierten Produkte ab.

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2022

- «Von dualem Konsum mit Zigaretten sind 2,1% der Bevölkerung betroffen. Etwa 10 Prozent der Personen, die Zigaretten rauchen, weisen einen dualen Konsum von Zigaretten und E-Zigaretten auf.»¹
- «70 Prozent der Personen, die E-Zigaretten konsumieren, rauchen auch herkömmliche Zigaretten.»¹
- «Die Gruppe der 15- bis 24-Jährigen weist die höchste Prävalenz (mindestens einmal im Monat) von alternativen Produkten auf, ausser bei HTP (höchste Prävalenz bei den 25- bis 34-Jährigen).»¹
- «In der Schweiz konsumieren 2022 4,4% der Bevölkerung rauchfreie Tabakprodukte. Schnupftabak wird dabei am häufigsten konsumiert (2,3%), gefolgt von Snus (2,0%) sowie anderem Lutschtabak (2,0%).»³ angepasst

HBSC 2022

- «Bei der Verteilung des mehrfachen risikoreichen Konsums von psychoaktiven Substanzen konsumieren 75% der 14- und 15-Jährigen keine Substanz, 15.1% konsumieren eine Substanz, 4.9% zwei Substanzen und 4.8% drei oder mehr Substanzen.»² angepasst

SGB 2022

- «Insgesamt 3% der Bevölkerung benützten 2022 E-Zigaretten unabhängig davon, ob sie Tabak rauchen oder nicht. Am höchsten ist der Gebrauch der E-Zigarette bei den Männern und Frauen von 15- bis 24 Jahren (5% bzw. 6%). Snus (d. h. Tabak zum Lutschen) ist vor allem bei der jüngeren männlichen Bevölkerung beliebt. 11% der 15- bis 24-jährigen Männer konsumierten 2022 Snus.»⁵
- «In Bezug auf die Gesamtbevölkerung geben 17% der 15- bis 24-Jährigen an, zumindest eines dieser Produkte (Tabakerhitzer, Tabak zum Lutschen (Snus) oder Shishas sowie Alternativen zu Tabakprodukten wie E-Zigaretten) zu konsumieren, gegenüber 1% der Personen ab 65 Jahren. ... Mehr als die Hälfte der jungen Konsumierenden (55%) dieser Alternativprodukte rauchen gleichzeitig auch konventionelle Zigaretten.»⁷

Quellen: siehe Tabelle 15.17

Tabelle 15.20

Einstiegsprodukte und Konsumverläufe: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 4: Einstiegsprodukte und Konsumverlauf

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Insgesamt sind über 80% der Konsumierenden mit Zigaretten in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen.
- Jüngere Altersgruppen beginnen allerdings immer seltener mit Zigaretten: 15-17-Jährige sind häufiger mit E-Zigaretten (29%) als mit Zigaretten (28%) in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen.
- Von den 15-17-Jährigen (18-24-Jährigen), die aktuell Zigaretten konsumieren, haben 55% (84%) direkt mit Zigaretten begonnen und 30% (5%) mit E-Zigaretten.
- Personen, die mit Zigaretten eingestiegen sind, haben oftmals auch andere Produkte ausprobiert (insbesondere E-Zigaretten, erhitzte Tabakprodukte und Schnupftabak), aber deren Konsum nur vergleichsweise selten aufrechterhalten.

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2022

- «Während 87 Prozent der Personen, die Zigaretten rauchen, mit herkömmlichen Zigaretten angefangen haben (61% in der Gruppe der 15- bis 24-Jährigen), nennen jeweils 2,6 Prozent Cannabis und Wasserpfeifen als Einstiegsprodukte.»¹
- «Derzeit wird der Einstieg in den Zigarettenkonsum über E-Zigaretten nur in der Gruppe der 15- bis 24-Jährigen beobachtet, die Zahl der Fälle ist jedoch gering. Somit ist ein Generationeneffekt bei den verschiedenen Produktgruppen zu beobachten.»¹
- «In der Schweiz ist das weitaus häufigste Einstiegsprodukt in den Tabakkonsum die Zigarette. Im Jahr 2022 erinnern sich 88% der Rauchenden oder Ex-Rauchenden daran, den ersten Kontakt mit Tabak mittels Zigaretten gehabt zu haben. Bei den Frauen ist dieser Zugang etwas höher (92%) als bei den Männern (84%).»³ angepasst

SGB 2022

- «Der Einstieg mit dem Rauchen erfolgt in der Regel während der Jugendzeit. Über 80% der Rauchenden beginnen mit dem regelmässigen Rauchen bis zum 20. Altersjahr. Das Medianalter für den Beginn des regelmässigen Rauchens liegt bei Männern und Frauen bei 18 Jahren.»⁷

Quellen: siehe Tabelle 15.17

Tabelle 15.21

Konsum von E-Zigaretten: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 5: Detailauswertung E-Zigaretten

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Am häufigsten werden Einweg-E-Zigaretten (49%) genutzt, insbesondere von Personen unter 35 Jahren (79% bei den 15-17-Jährigen; 69% bei den 18-24-Jährigen).
- Fast ein Zehntel der E-Zigarettenrauchenden (9%) bevorzugen E-Zigaretten mit einer Nikotin-Konzentration von mehr als 2%, knapp ein Drittel nikotinfreie E-Zigaretten (30%).
- Als Geschmacksrichtung bevorzugt die Mehrheit der Konsumierenden (62%) fruchtige Aromen, während Personen 45+ und solche mit höherer Bildungsstufe Menthol, Minze oder Tabakaromen präferieren.

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2022

- «3,0 Prozent der Bevölkerung nutzen E-Zigaretten mindestens einmal im Monat, davon 1,7 Prozent täglich.»¹

HBSC 2022

- «Rund 10 Prozent der 13-Jährigen und 25 Prozent der 15-Jährigen haben in den letzten 30 Tagen E-Zigaretten konsumiert. Ca. 7 Prozent der 15-Jährigen konsumierten häufig und 2 Prozent täglich.»²

- «Von 2018 bis 2022 nimmt bei den 15-Jährigen der ein- oder mehrmalige Konsum ($\geq 1 \times$) in den letzten 30 Tagen für E-Zigaretten, Tabakprodukte zum Erhitzen und Snus stark zu, vor allem bei den Mädchen. Bei der Wasserpfeife geht er hingegen zurück.»²
- «Auch der häufige Konsum von E-Zigaretten hat, insbesondere bei den Mädchen, stark zugenommen.»²

Quellen: siehe Tabelle 15.17

Tabelle 15.22

Aufhörbereitschaft: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 6: Aufhörbereitschaft

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Die Mehrheit der Konsumierenden von Zigaretten (51%), erhitzten Tabakprodukten (58%), Snus (52%) und Nikotinbeuteln (53%) will aufhören, bei E-Zigaretten und Kautabak sind es 42%. Nur bei Shisha (14%) und Schnupftabak (13%) wollen weniger Konsumierende aufhören.
- Täglich Konsumierende wollen häufiger aufhören als mindestens monatlich Konsumierende.

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2022

- «Gemäss EGL gaben 2022 18,6 Prozent der Bevölkerung an, mit dem Rauchen aufgehört zu haben. 56 Prozent der Rauchenden möchten aufhören, 63 Prozent haben es bereits versucht und 76 Prozent wollen ihren Konsum verringern. Am motiviertesten sind die 35- bis 54-Jährigen.»¹

SGB 2022

- 60% der Raucherinnen und Raucher möchten mit dem Rauchen aufhören.»⁶
- «60% der zurzeit rauchenden Personen geben unabhängig vom Geschlecht an, sie würden gerne mit dem Rauchen aufhören. 30% der Raucherinnen und Raucher hatten im Vorjahr einen ernsthaften, aber erfolglosen Versuch unternommen, das Rauchen aufzugeben, indem sie mindestens zwei Wochen auf das Rauchen verzichteten.»⁷
- «Im Verlauf eines Jahres starten rund 6-mal so viele Personen einen Rauchstoppversuch, wie es Personen erfolgreich schaffen, das Rauchen aufzugeben.»⁷
- «Beinahe jede zweite Person, die jemals geraucht hat, schafft es auch, mit dem Rauchen wieder aufzuhören (48%). Die sogenannte Ausstiegsquote wird durch den Anteil der Personen, die früher geraucht haben, an allen Personen, die jemals mit dem Rauchen angefangen haben, berechnet. Die Ausstiegsquote steigt mit dem Alter steil an: von 12% bei den 15 bis 24-Jährigen auf 81% bei den über 75-Jährigen. Ab 55 Jahren hat mehr als die Hälfte der Rauchenden wieder aufgehört zu rauchen. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass dieses Ergebnis durch die vorzeitige Sterblichkeit von Rauchenden beeinflusst wird.»⁷

Quellen: siehe Tabelle 15.17

Tabelle 15.23

Konsumgründe: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 7: Konsumgründe

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Jüngere Altersgruppen (15-34-Jährige) konsumieren E-Zigaretten und Shisha vor allem wegen des angenehmen Geschmacks und Snus- und Nikotinbeutel vor allem, um die Wirkung des Nikotins zu spüren. Bei Shisha ist auch das Zusammensein mit Freunden wichtig.
- Ältere Altersgruppen (35+ Jahre) und Personen mit höherer Bildung konsumieren E-Zigaretten und erhitze Tabakprodukte vor allem, um ihren Zigarettenkonsum zu reduzieren oder nicht wieder mit dem Rauchen herkömmlicher Zigaretten anzufangen.

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2022

- «Im Jahr 2022 schätzen 79% der rauchenden Bevölkerung in der Schweiz ihren Tabakkonsum als schädlich ein. Täglich Rauchende schätzen ihren Tabakkonsum als wesentlich schädlicher für die Gesundheit ein (89%) als Gelegenheitsrauchende (66%).»³

HBSC 2022

- «Bei den 15-Jährigen, die $\geq 1x$ in ihrem Leben eine E-Zigarette benutzt haben, ist aus Neugierde/um etwas Neues ausprobieren der Hauptgrund (92%). Für einige ist es eine Hilfe, um weniger zu rauchen (15%) oder es aufzugeben (11%).»²

Quellen: siehe Tabelle 15.17

Tabelle 15.24

Passivkonsum: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 8: Passivkonsum

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Gut die Hälfte der Bevölkerung (50% bzw. 45%) ist selten Tabakrauch bzw. Aerosolen von E-Zigaretten oder erhitzten Tabakprodukten ausgesetzt, 37% bzw. 26% sind es mindestens manchmal und 12% bzw. 7% (sehr) oft.
- Jüngere Personen sind überdurchschnittlich häufig Passivrauch/Aerosolen ausgesetzt. Bei 15-17-Jährigen wie auch 18-24-Jährigen sind mehr als ein Fünftel (sehr) oft exponiert.
- Mit zunehmendem Alter ist der passive Konsum von Tabakrauch und Aerosolen geringer.

SGB 2022

- «Im Jahr 2022 sind 6,5% der Schweizer Bevölkerung mindestens eine Stunde pro Tag und 15,8% mindestens eine Stunde pro Woche dem Passivrauch ausgesetzt. Rauchende Personen (14,2% mindestens 1h/Tag, 27,8% mindestens 1h/Woche) sind dabei dem Passivrauch häufiger ausgesetzt als nicht-rauchende (4,1% mindestens 1h/Tag, 12,0% mindestens 1h/Woche), und jüngere Personen häufiger als ältere.»³
- Die Anteile von 2022 sind gegenüber 2017 gesunken (9,2% mindestens 1h/Tag, 20,8% mindestens 1h/Woche). Besonders stark war die Abnahme zwischen 2007 und 2012. In diesem Zeitraum trat das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen in Kraft (2010). Personen mit einem Bildungsabschluss auf Tertiärstufe sind dem Passivrauch weniger stark ausgesetzt als Personen mit einem niedrigeren Bildungsabschluss.»³

Quellen: siehe Tabelle 15.17

Tabelle 15.25

Gesellschaftliche Stellung des Rauchens: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 9: Gesellschaftliche Stellung des Rauchens

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Zigaretten werden überwiegend (58%) negativ bewertet.
- E-Zigaretten hingegen werden überwiegend neutral (45%) bis (sehr) positiv (15%) bewertet.
- Einem Verzicht auf Tabak-/Nikotinprodukte in Anwesenheit von Kindern – drinnen und draussen – stimmen etwa 90% der Bevölkerung (Nicht-Konsumierende 94%, Konsumierende 74-88%) ganz oder eher zu. Mit höherer Konsumintensität sinkt die Zustimmung.
- Bei mehr als 80% der Bevölkerung ist der Konsum von Zigaretten, E-Zigaretten oder erhitzten Tabakprodukten zuhause in Innenräumen verboten (Nicht-Konsumierende >84%, Konsumierende 69% Zigarettenverbot und 45% E-Zigaretten/erhitzte Tabakprodukteverbot).
- Der Tabak-/Nikotinkonsum von Haushalten mit Kindern unterscheidet sich kaum von dem von Haushalten ohne Kinder.

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2022

- «Im Jahr 2022 geben 83 Prozent der Bevölkerung an, dass in ihren Wohnungen niemand rauchen darf, gegenüber 75 Prozent im Jahr 2018. Selbst Personen, die täglich rauchen, verbieten zu Hause zu 63 Prozent das Rauchen. Hier zeigt sich also ein Mentalitätswechsel.»¹
- «Im Jahr 2022 sind sich 75% der Bevölkerung in der Schweiz bewusst, dass der Tabakkonsum die wichtigste Ursache für vorzeitige, vermeidbare Todesfälle in der Schweiz ist. Jedoch denkt die Hälfte der Bevölkerung (50%), dass sich das Gesundheitsrisiko halbiert, wenn der Tabakkonsum halbiert wird, was falsch ist. Daneben wissen 42%, dass die durchschnittliche Reduktion der Lebenserwartung durch regelmässigen Zigarettenkonsum 10 Jahre beträgt.»²
- «In der Schweiz sind 2022 zwei Drittel der Bevölkerung (eher) für ein generelles Werbeverbot für Tabakprodukte (67%). Ebenfalls zwei Drittel (67%) befürworten (eher) ein Verbot des Sponsorings von kulturellen Anlässen und Sportveranstaltungen durch die Tabakindustrie. Am häufigsten wünschen sich die Befragten ein Rauchverbot in Autos, in denen Kinder mitfahren (81%) und auf Kinderspielplätzen (78%). Damit spricht sich eine Mehrheit der Befragten in der Schweiz für die genannten Regulierungen bei Tabak aus.»³

Quellen: siehe Tabelle 15.17

Tabelle 15.26

Werbekontakte und Werbegeschenke: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 10: Werbekontakte und Werbegeschenke

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Werbung für Nikotin- und Tabakprodukte haben 48% der Bevölkerung in den letzten 12 Monaten wahrgenommen, besonders in Kiosken, Zeitungen und auf Plakaten.
- Die meiste Werbung wurde von 18-24-Jährigen wahrgenommen (63%), gefolgt von den 15-17-Jährigen mit 60%. Bei den 15-17-Jährigen wurde Werbung besonders häufig an Kiosken (27 %) oder über Social Media (22%) wahrgenommen.
- Werbegeschenke haben 8% der Bevölkerung in den letzten 12 Monaten erhalten, davon überdurchschnittlich häufig 15-17-Jährige (9%) und 18-24-Jährige (20%).

Schweizerisches Suchtmonitoring zwischen Juli 2015 und Juni 2016

- In den Jahren 2015/2016 unterstützen «58.1% der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren ... ein allgemeines Tabakwerbeverbot. 2014 und 2012 betrug dieser Anteil 52.8% bzw. 47.8% (statistisch signifikante Zunahmen, sowohl insgesamt als auch von Umfragejahr zu Umfragejahr). Diese Massnahme wurde von allen berücksichtigten Untergruppen unterstützt, ausser von den täglich Rauchenden. Bei den Frauen befürworteten 62.3% diese Massnahme, bei den Männern waren es 53.7%. Die Unterstützung für diese Massnahme nahm bis zu den 45- bis 54-Jährigen (63.1%) mit dem Alter zu und fluktuierte anschliessend. In der italienischen Schweiz (69.5%) wie auch in der Westschweiz (60.8%) befürworteten mehr Personen die Massnahme als in der Deutschschweiz (56.5%).»⁸
- «Ein Tabakwerbeverbot, das überall ausser in den Verkaufsstellen gilt, wurde von 69.7% der Bevölkerung unterstützt. 2012 und 2014 betrug dieser Anteil 63.4% bzw. 64.5% (statistisch signifikante Zunahmen, sowohl insgesamt als auch von Umfragejahr zu Umfragejahr). Ein solches Verbot wurde von allen berücksichtigten Untergruppen unterstützt, einschliesslich der Rauchenden (z.B. von 64.9% der täglich Rauchenden und 63.6% der Gelegenheitsrauchenden).»⁸

Quelle: siehe ⁸Kündig, Notari, & Gmel (2016)

Tabelle 15.27

Verkauf an Minderjährige: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien

Kapitel 11: Verkauf an Minderjährige

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Bei den 15-17-Jährigen kauft die Mehrheit ihre Produkte teilweise oder immer selbst, insbesondere Snus mit Tabak (93%), Nikotinbeutel (87%), Zigaretten (73%) und Liquide für E-Zigaretten (62%).
- Bei 15-17-Jährigen, die täglich konsumieren, steigt der Anteil der Selbstkäufe bis auf 100% an.
- Die wichtigsten Kauforte für alle Produkte sind Kioske und Läden.

HBSC 2022

- Im Jahr 2022 haben etwa 48% der 15-Jährigen, die in den letzten 30 Tagen herkömmliche Zigaretten konsumiert haben, sie $\geq 1x$ selbst gekauft (Laden, Kiosk, Bar, Restaurant, inkl. Automaten, ohne Internet).² leicht zusammengefasst
- «Die Jugendlichen finden aber vor allem durch vertraute Personen, wie Freunde und Eltern (ca. 80% resp. 75%) Zugang zu diesen Produkten (Alkohol und Tabak-/Nikotinprodukte). Die Situation ist mit 2018 vergleichbar.»²
- «Im Jahr 2022 kauften 44,9% der Konsumierenden im Alter von 14 und 15 Jahren in der Schweiz selbst Zigaretten ein. Diese Prävalenzen sind vergleichbar mit denjenigen aus 2018.»³

Quellen: siehe Tabelle 15.17

Tabelle 15.28

Konsumorte: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien (keine weiteren Ergebnisse gefunden)

Kapitel 12: Konsumorte

Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023 (vorliegende Studie)

- Tabak-/Nikotinprodukte werden am häufigsten (>65%) im Freien an öffentlichen Orten konsumiert, insbesondere von unter 25-Jährigen.
 - In Innenräumen zuhause werden insbesondere E-Zigaretten (>50%) und erhitzte Tabakprodukte (>40%) konsumiert, deutlich weniger Zigaretten (20%). Unter 25-Jährige konsumieren seltener zuhause.
-

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2.1 Globale Prävalenzen des Tabak-/Nikotinkonsums (mindestens monatlich sowie täglich)	4
Abbildung 2.2 Globale Prävalenzen des Tabak-/Nikotinkonsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität.....	5
Abbildung 2.3 Prävalenzen des Tabak-/Nikotinkonsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Tabak-/Nikotinprodukt.....	6
Abbildung 2.4 Prävalenzen des Zigarettenkonsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität.....	7
Abbildung 2.5 Prävalenzen des E-Zigarettenkonsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität.....	8
Abbildung 2.6 Prävalenzen des Konsums erhitzter Tabakprodukte (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität.....	9
Abbildung 2.7 Prävalenzen des Snus-Konsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität.....	10
Abbildung 2.8 Prävalenzen des Schnupftabakkonsums (mindestens monatlich sowie täglich), nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität.....	11
Abbildung 2.9 Prävalenzen des Nikotinbeutelkonsums (mindestens monatlich sowie täglich) nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität.....	12
Abbildung 3.1 Einfach- und Mehrfachkonsum bei Konsumierenden, die ein, zwei, drei oder mehr Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren nach Konsumhäufigkeit (mindestens monatlich sowie täglich)	13
Abbildung 3.2 Einfach- und Mehrfachkonsum bei Konsumierenden, die mindestens monatlich ein, zwei, drei oder mehr Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren, nach Alter	14
Abbildung 3.3 Konsumierte Tabak-/Nikotinprodukte bei mehrfach Konsumierenden (15-17-Jährige wie auch 18-24-Jährige, die mindestens monatlich konsumieren), nach Tabak-/Nikotinprodukt	14
Abbildung 3.4 Einfach- und Mehrfachkonsum bei Personen, die mindestens monatlich bzw. täglich Zigaretten rauchen	15
Abbildung 3.5 Mehrfachkonsum bei täglich Zigarettenrauchenden, die täglich, mindestens wöchentlich, monatlich oder weniger als monatlich weitere Produkte konsumieren, nach Tabak-/Nikotinprodukt.....	16
Abbildung 3.6 Einfach- und Mehrfachkonsum bei Personen, die mindestens monatlich bzw. täglich E-Zigaretten konsumieren.....	16
Abbildung 3.7 Mehrfachkonsum bei täglich E-Zigarettenrauchenden, die täglich, mindestens wöchentlich, monatlich oder weniger als monatlich weitere Produkte konsumieren, nach Tabak-/Nikotinprodukt.....	17
Abbildung 4.1 Tabak-/Nikotinprodukte, mit denen aktuell mindestens monatlich oder ehemalige Konsumierende in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen sind	18
Abbildung 4.2 Einstieg in den Tabak-/Nikotinkonsum über Zigaretten oder E-Zigaretten, nach aktuell konsumiertem Produkt und nach Alter (alle Konsumierenden vs. 15-24-Jährige, Konsum mindestens monatlich).....	20
Abbildung 4.3 Verlauf des Tabak-/Nikotinkonsums von Personen, die mit Zigaretten eingestiegen sind, nach Produkt.....	23
Abbildung 4.4 Verlauf des Tabak-/Nikotinkonsums von Personen, die mit E-Zigaretten eingestiegen sind, nach Produkt.....	24
Abbildung 4.5 Verlauf des Tabak-/Nikotinkonsums von Personen, die mit Snus eingestiegen sind, nach Produkt.....	24
Abbildung 5.1 E-Zigaretten-Produkttypen, die von E-Zigarettenkonsumierenden genutzt werden	25
Abbildung 5.2 Füllmengen, die von E-Zigarettenkonsumierenden genutzt werden	26
Abbildung 5.3 Nikotinkonzentrationen, die von E-Zigarettenkonsumierenden genutzt werden	26

Abbildung 5.4 Aromen, die von E-Zigarettenkonsumierenden genutzt werden	27
Abbildung 6.1 Aufhöbereitschaft bei allen Konsumierenden sowie täglich Konsumierenden nach Tabak-/Nikotinprodukt.....	28
Abbildung 6.2 Aufhöbereitschaft bei täglich Zigarettenkonsumierenden nach Alter und Sprachregion	29
Abbildung 6.3 Aufhöbereitschaft von Konsumierenden, total, bei 15-17-Jährigen und 18-24-Jährigen nach Produkt.....	29
Abbildung 7.1 Hauptsächliche Konsumgründe für E-Zigaretten	30
Abbildung 7.2 Hauptsächliche Konsumgründe für erhitzte Tabakprodukte	30
Abbildung 7.3 Hauptsächliche Konsumgründe für Shisha	31
Abbildung 7.4 Hauptsächliche Konsumgründe für Snus	31
Abbildung 7.5 Hauptsächliche Konsumgründe für Nikotinbeutel	32
Abbildung 7.6 Hauptsächliche Konsumgründe für Kautabak	32
Abbildung 8.1 Personen, die Passivrauch und Aerosolen ausgesetzt sind.....	33
Abbildung 8.2 Personen, die Tabakrauch ausgesetzt sind, nach Alter.....	34
Abbildung 8.3 Personen, die Aerosolen von E-Zigaretten/erhitzten Produkten ausgesetzt sind, nach Alter	34
Abbildung 9.1 Image von Zigaretten nach Alter, Geschlecht, Bildung und Sprachregion	35
Abbildung 9.2 Image von E-Zigaretten nach Alter, Geschlecht, Bildung und Sprachregion	36
Abbildung 9.3 Personen, die einem Verzicht auf den Konsum von Tabak-/Nikotinprodukten in Anwesenheit von Kindern zustimmen	36
Abbildung 9.4 Personen, die einem Verzicht auf Tabak-/Nikotinprodukte in Anwesenheit von Kindern zustimmen, nach Konsum-Intensität	37
Abbildung 9.5 Personen, die einem Verzicht auf Tabak-/Nikotinprodukte in Anwesenheit von Kindern zustimmen, nach Alter	38
Abbildung 9.6 Konsumregeln zuhause in Innenräumen für Zigaretten sowie E-Zigaretten/erhitzte Tabakprodukte nach Rauchstatus	38
Abbildung 9.7 Konsumregeln zuhause in Innenräumen für Zigaretten sowie E-Zigaretten/erhitzte Tabakprodukte nach Sprachregion.....	39
Abbildung 9.8 Konsumregeln zuhause in Innenräumen für Zigaretten nach Alter	40
Abbildung 9.9 Konsumregeln zuhause in Innenräumen für E-Zigaretten und erhitzte Tabakprodukte nach Alter.....	40
Abbildung 9.10 Anteile unterschiedlicher Konsumhäufigkeiten im Vergleich von Haushalten mit minderjährigen Kindern gegenüber anderen Haushaltsformen.	40
Abbildung 9.11 Produktspezifische Prävalenzen von Personen, die in einem Haushalt mit minderjährigen Kindern wohnen und täglich mindestens ein Tabak-/Nikotinprodukt konsumieren. Vergleiche nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung und Nationalität	41
Abbildung 9.12 Konsum unterschiedlicher Tabak-/Nikotinprodukte zuhause (drinnen) durch Personen, die das jeweilige Produkt täglich konsumieren (Vergleich von Haushaltsformen; Mehrfachnennungen möglich).....	42
Abbildung 10.1 Personen, die sich erinnern, im Verlauf der vergangenen 12 Monate Werbung für Tabak-/Nikotinprodukte wahrgenommen zu haben (Vergleich nach Altersgruppen)	43
Abbildung 10.2 Personen, die in den letzten 12 Monaten Werbung für Tabak-/Nikotinprodukte wahrgenommen haben, nach Kontaktort (Mehrfachantworten möglich).....	44
Abbildung 10.3 Personen, die in den letzten 12 Monaten Werbung für Tabak-/Nikotinprodukte wahrgenommen haben, nach Kontaktort und Alter	44
Abbildung 10.4 Personen, die in den letzten 12 Monaten Werbegeschenke von Tabak-/Nikotinmarken erhalten haben, nach Alter, Geschlecht und Sprachregion	45
Abbildung 12.1 Tabak-/Nikotinproduktkonsum an öffentlichen Orten (geschlossen und im Freien) nach Produkt und Alter	48
Abbildung 12.2 Tabak-/Nikotinproduktkonsum in privaten Innenräumen (bei Freunden und zuhause) nach Tabak-/Nikotinprodukt und Alter.....	49
Abbildung 12.3 Tabak-/Nikotinproduktkonsum an anderen Orten und in der Shisha-Bar nach Tabak-/Nikotinprodukt und Alter	50

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1.1 Erläuterung der untersuchten Produkte	2
Tabelle 1.2 Erläuterung der Vergleichsgruppen.....	2
Tabelle 1.3 Statistische Kennzahlen der Gruppenvergleiche	3
Tabelle 4.1 Tabak-/Nikotinprodukte, mit denen Personen, die aktuell mindestens monatlich konsumieren oder die früher konsumiert haben, in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen sind, nach Alter	19
Tabelle 4.2 Aktuell mindestens monatlich oder täglich Zigarettenkonsumierende nach Einstiegsprodukt	21
Tabelle 4.3 Aktuell mindestens monatlich Zigarettenrauchende, die über Zigaretten oder E-Zigaretten in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen sind, nach Alter	21
Tabelle 4.4 Aktuell mindestens monatlich oder täglich E-Zigarettenkonsumierende nach Einstiegsprodukt	22
Tabelle 4.5 Aktuell mindestens monatlich E-Zigarettenrauchende, die über Zigaretten oder E-Zigaretten in den Tabak-/Nikotinkonsum eingestiegen sind, nach Alter	22
Tabelle 11.1 Tabak-/Nikotinprodukte, die von 15-17-Jährigen, die Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren, selbst gekauft wurden, nach gekauftem Tabak-/Nikotinprodukt und Konsumhäufigkeit	46
Tabelle 11.2 Kauforte von 15-17-Jährigen, die mindestens monatlich Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren	47
Tabelle 11.3 Kauforte von 15-17-Jährigen, die täglich Tabak-/Nikotinprodukte konsumieren	47
Tabelle 15.1 Signifikanzen von Gruppenunterschieden in der Monatsprävalenz des Konsums von Tabak-/Nikotinprodukten nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität	I
Tabelle 15.2 Signifikanzen von Gruppenunterschieden in der Tagesprävalenz des Konsums von Tabak-/Nikotinprodukten nach Alter, Geschlecht, Bildung, Sprachregion, Wohnumgebung, Haushaltstyp, Migrationshintergrund und Nationalität	II
Tabelle 15.3 Signifikanzen von Gruppenunterschieden beim Mehrfachkonsum mindestens monatlich sowie täglich Konsumierender nach Alter, Bildung und Haushaltstyp.....	II
Tabelle 15.4 Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei Einstiegsprodukten nach Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund, Nationalität, Sprachregion und Haushaltstyp	III
Tabelle 15.5 Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei E-Zigaretten in Bezug auf Produkttyp, Füllmenge, Nikotinkonzentration und Aromen nach Alter, Bildung, Sprachregion und Haushaltstyp	III
Tabelle 15.6 Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei der Aufhöbereitschaft für Tabak-/Nikotinprodukte nach Alter und Sprachregion	III
Tabelle 15.7 Wichtigste drei Gründe für den E-Zigarettenkonsum, die von den Konsumierenden genannt wurden, nach Alter	IV
Tabelle 15.8 Wichtigste drei Gründe für den Shisha-Konsum, die von den Konsumierenden genannt wurden, nach Alter	V
Tabelle 15.9 Wichtigste drei Gründe für den Snus-Konsum, die von den Konsumierenden genannt wurden, nach Alter	V
Tabelle 15.10 Wichtigste drei Gründe für den Nikotinbeutelkonsum, die von den Konsumierenden genannt wurden, nach Alter	VI
Tabelle 15.11 Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei der Belastung durch passiven Konsum von Rauch sowie Aerosolen nach Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund, Nationalität, Sprachregion und Haushaltstyp	VII
Tabelle 15.12 Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei der Akzeptanz der gesellschaftlichen Norm, in Anwesenheit von Kindern auf den Konsum von Tabak-/Nikotinprodukten zu verzichten, nach Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund, Nationalität, Sprachregion, Haushaltstyp, Wohnumgebung und Rauchstatus	VII
Tabelle 15.13 Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei den Konsumregeln zuhause in Innenräumen für Zigaretten sowie E-Zigaretten/erhitzten Tabakprodukten, nach Migrationshintergrund, Nationalität, Sprachregion, Haushaltstyp und Wohnumgebung.....	VII
Tabelle 15.14 Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei der Einschätzung des öffentlichen Images von Zigaretten und E-Zigaretten, nach Alter, Bildung, Geschlecht und Sprachregion	VIII

Tabelle 15.15 Signifikanzen von Gruppenunterschieden bei den Orten, an denen die befragten Personen in den vergangenen 12 Monaten mit Werbung für Tabak-/Nikotinprodukte in Kontakt gekommen sind, nach Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund, Nationalität, Sprachregion, Haushaltstyp und Wohnumgebung.....	VIII
Tabelle 15.16 Signifikanzen von Gruppenunterschieden beim Erhalt von Werbegeschenken nach Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund und Haushaltstyp	IX
Tabelle 15.17 Prävalenzen des Nikotin- und Tabakkonsums: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien.....	X
Tabelle 15.18 Prävalenzen des Zigarettenkonsums: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien.....	XI
Tabelle 15.19 Prävalenzen des Mehrfachkonsums: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien.....	XII
Tabelle 15.20 Einstiegsprodukte und Konsumverläufe: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien.....	XIII
Tabelle 15.21 Konsum von E-Zigaretten: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien	XIII
Tabelle 15.22 Aufhörbereitschaft: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien	XIV
Tabelle 15.23 Konsumgründe: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien	XIV
Tabelle 15.24 Passivkonsum: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien	XV
Tabelle 15.25 Gesellschaftliche Stellung des Rauchens: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien.....	XV
Tabelle 15.26 Werbekontakte und Werbegeschenke: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien.....	XVI
Tabelle 15.27 Verkauf an Minderjährige: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien	XVII
Tabelle 15.28 Konsumorte: Zitate zentraler Ergebnisse ausgewählter Studien (keine weiteren Ergebnisse gefunden)	XVII

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

ZHAW Departement Gesundheit

Katharina-Sulzer-Platz 9

Postfach

CH-8401 Winterthur

E-Mail info.gesundheit@zhaw.ch

Web www.gesundheit.zhaw.ch

ZHAW School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2

Postfach

CH-8400 Winterthur

E-Mail info.sml@zhaw.ch

Web <https://www.zhaw.ch/de/sml>