

Fazit.

ForschungsSpiegel von Sucht Schweiz

50 JAHRE SUCHTMAGAZIN – 10 JAHRE FORSCHUNGSSPIEGEL «FAZIT» – WIE DIE SUCHTFORSCHUNG ZUR SUCHT-POLITIK BEITRAGEN KANN

Wissenschaftliche Erkenntnisse sind in der Regel eines der Elemente, die bei der Gestaltung von suchtrelevanten politischen Massnahmen eine Rolle spielen können. Sie haben aber neben z. B. gegenläufigen Interessen von Industrien, Finanzierungsfragen und Ideologien oft einen schweren Stand. Trotzdem können die Wissenschaft und ihre Resultate wichtige Faktoren sein, um politische Prozesse anzustossen oder die Entscheidungsfindung zu beeinflussen, damit eine effektive Suchtpolitik implementiert wird. Die folgenden Beispiele aus der Erfahrung von Sucht Schweiz zeigen, wie und wann die Wissenschaft solche Verbesserungen ermöglichen kann.

MARKUS MEURY, MARINA DELGRANDE JORDAN, FRANK ZOBEL

Sucht Schweiz, fazit@suchtschweiz.ch

Beispiel 1

Konsum von Alcopops unter Jugendlichen: Wie eine Monitoringstudie Probleme ans Licht gebracht hat

Alcopops sind industriell hergestellte Getränke auf der Basis von Limonade mit Spirituosen. In Australien zu Beginn der 90er-Jahre aufgekommen, verbreiteten sich diese Getränke rasch im englischsprachigen Raum. Auch «Designerdrinks» oder «Premix-Getränke» genannt, wurden sie ab dem Jahr 1996 in der Schweiz vertrieben. Diese Getränke sind aufgrund ihres süssen Geschmacks, der den Geschmack von (hochprozentigem) Alkohol überdeckt und damit zum Mehrkonsum anregt, besonders problematisch und insbesondere bei Jugendlichen beliebt.

Ab dem 1. Dezember 1997 wurden die Alcopops dem Alkoholgesetz unterstellt. Damit durften sie nicht mehr an Jugendliche unter 18 Jahren verkauft werden und sie wurden auch werbe- und steuertechnisch wie Spirituosen behandelt. Eine deutliche Verteuerung dieser Produkte war die Folge (Schmid et al. 2008).

In der alle vier Jahre durchgeführten Studie «Health Behaviour in School aged Children» (HBSC)¹ zum Gesundheitsverhalten der 11- bis 15-jährigen Schüler:innen, welche durch das Bundesamt für Gesundheit BAG und den meisten Kantonen finanziert wird, hatte die damalige Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme SFA (heute Sucht Schweiz) für die Studie im Jahr 1998 eine Frage zu diesem Getränketyp in den nationalen Fragebogen aufgenommen. Bei der Veröffentlichung der Resultate Ende 1999² zeigte sich, dass 12 % der Jungen und 9 % der Mädchen im Alter von 15 Jahren damals mindestens einmal pro Woche ein solches Getränk konsumierten, trotz des Verkaufsverbots für unter 18-Jährige (Delgrande Jordan et al. 2023).

Nach Verhandlungen im Rahmen des EU-Binnenmarktes wurden die Steuern von inländischen und ausländischen Spirituosen im Jahr 1999 harmonisiert. Das Parlament hatte sich aber für einen Einheitssteuersatz nahe dem tieferen inländischen Steuersatz entschieden, was die ausländischen Spirituosen und damit auch Alcopops stark verbilligte (Schmid et al. 2008). Der Vertrieb von Alcopops auf dem Schweizer Markt wurde für die Industrie wieder attraktiv. Dies ging einher mit einem aggressiven Marketing und der Einführung neuer Ge-

tränke auf der Basis von Markenspirituosen wie Smirnoff und Bacardi. Die Verkaufszahlen sprangen in der Folge sprunghaft an (auf 28 Mio. Flaschen im 2001 und 39 Mio. Flaschen im 2002) (Niederer et al. 2008). Die Resultate der HBSC-Studie im Jahr 2002 zeigten auf, dass der Alcopops-Konsum unter den Jugendlichen noch stärker angestiegen war als der Konsum anderer alkoholischer Getränke: 17 % der 15-jährigen Jungen und 17 % der gleichaltrigen Mädchen konsumierten diese Getränke mindestens einmal pro Woche (Delgrande Jordan et al. 2023). Generell erreichte im Jahr 2002 der Alkoholkonsum unter 15-Jährigen in der Schweiz seit Beginn der HBSC-Studie im Jahr 1986 seinen bisherigen Höhepunkt (ebd.). Die Umfrageresultate zu dieser besorgniserregenden Entwicklung wurden Anfang 2003 von der SFA anlässlich einer HBSC-Medienkonferenz in Bern vorgestellt. Im Zuge der breiten Medienarbeit über den sprunghaft angestiegenen Alkoholkonsum unter Jugendlichen erkannten auch die Öffentlichkeit und die Politik Handlungsbedarf. Die Alkoholverwaltung (mit Bundesrat Pascal Couchepin als Vorsteher des zuständigen Departementes) ergriff die Initiative und reichte einen politischen Vorstoss ein. Bereits am 26. Februar 2003 legte der Bundesrat eine Vorlage für eine Sondersteuer auf Alcopops vor, denn auch wenn der Verkauf an Minderjährige eigentlich verboten ist, so können sich viele Jugendliche diese Getränke trotzdem kaufen. Am 3. Oktober nahm nach dem Ständerat auch der Nationalrat die Vorlage an. Somit wurden Alcopops ab dem 1. Februar 2004 mit einem Sondersteuersatz von 116 Franken pro Liter reinem Alkohol belegt.

Die Einfuhr sank in der Folge sehr stark und die Industrie versuchte, die Sondersteuer mit abgeänderten Zuckerzusätzen in Getränken zu umgehen. In der folgenden HBSC-Studie von 2006 gaben daraufhin nur noch 10 % der 15-jährigen Jungen und Mädchen an, mindestens einmal pro Woche Alcopops zu konsumieren. Die Sondersteuer zeigte ihre Wirkung und der Alcopop-Konsum unter den Jugendlichen nahm einiges stärker ab als der Konsum von anderen alkoholischen Getränken. Im Übrigen liegt der entsprechende Konsum in der HBSC-Studie 2022 noch bei 3 % (Jungen) resp. 4 % (Mädchen) in dieser Altersgruppe (Delgrande Jordan et al. 2023).

Das Beispiel zeigt, wie Forschungsergebnisse dazu beitragen können, eine politische Handlung auszulösen. Dazu braucht es eine Forschungstätigkeit, die nahe am Puls der Zeit agiert und den Konsumtrends nachgeht.

Wichtig schienen in diesem Beispiel auch die aktive Information und Sensibilisierung der Öffentlichkeit und der Entscheidungsinstanzen. Zudem war in diesem Fall vorteilhaft, dass das Wohl der Kinder und Jugendlichen geltend gemacht werden konnte.

Beispiel 2

Wie das Wissen über die Marketingstrategien der Tabakindustrie die öffentliche Diskussion schärft und zu zielgerichtetem Handeln führt

Das Ziel jeder Art von Werbung ist die Absatzförderung. Auf der einen Seite sollen neue, vorwiegend junge Kund:innen gewonnen werden, welche rasch in einen abhängigen Konsum geraten. Auf der anderen Seite werden aktuell Konsumierende vom Aufhören abgehalten oder zum Mehrkonsum verleitet. Noch vor einigen Jahrzehnten war der Marlboro-Mann von Plakatwänden und Kinoleinwänden nicht wegzudenken. Auch mobile Verkaufsteams priesen die «Freiheit» des Rauchens an. Seither hat sich das Marketing von Tabak- und Nikotinprodukten gewandelt. Im Zeitalter der Festivals, der omnipräsenten Bildschirme und der sozialen Netzwerke haben sich die Marketingmethoden stark verändert: Sie werden gezielt eingesetzt, um junge Menschen zum Rauchen zu verleiten. Viele dieser neuen Methoden werden in den von der Werbeindustrie veröffentlichten, sinkenden Ausgaben für Tabakwerbung nicht abgebildet. So entsteht der Eindruck, dass immer weniger Werbung für Nikotinprodukte gemacht wird.

Angesichts der weitreichenden, aber teilweise kaum bekannten Marketingstrategien der Industrie wurde zwischen Mai 2013 und Juni 2014 in der Westschweiz ein «Observatoire des stratégies du marketing pour les produits du tabac» von CIPRET-Vaud³ in Zusammenarbeit mit CIPRET-Fribourg und Sucht Schweiz durchgeführt, mit finanzieller Unterstützung des Tabakpräventionsfonds. Die im Jahr 2014 veröffentlichten Resultate zeigten zum ersten Mal in der Schweiz das Ausmass und die Vielfalt der Techniken, die zur Förderung dieser Produkte eingesetzt werden, und bestätigten, dass Jugendliche tatsächlich die bevorzugte Zielgruppe der Industrie sind (Canevascini et al. 2014). Seitdem hat die Suchtprävention ein klareres Bild, mit welchen subtilen Marketinganstrengungen die Tabakindustrie die Jugendlichen anspricht. Dazu gehören Events, Sponsoring, gezielte Massnahmen im Ausgang und am Kiosk, Zigarettenautomaten, Social Media und Influencer:innen sowie die Sicherstellung der allgegenwärtigen Anreize im öffentlichen

Raum. Eine von Sucht Schweiz im Jahr 2022 in der Stadt Genf und online durchgeführte Studie, die vom Kanton Genf finanziert wurde, zeigte, dass selbst in einem Kanton, in dem die klassische Werbung für diese Produkte stark reglementiert ist, die damit verbundenen Stimuli weiterhin häufig auftreten, da die Marketingtechniken derart subtil geworden sind (Egli Anthonioz et al. 2023). In der politischen Diskussion um die Tabak- und Nikotinreglementierung kann aufgrund dieser Erkenntnisse gezielter argumentiert und Verbote genau für diejenigen Praktiken erwirkt werden, die auf Jugendliche zielen.

Dieses Wissen floss in die Diskussion um das neue Tabakproduktegesetz und die erfolgreiche Abstimmungskampagne zur Volksinitiative «Kinder ohne Tabak»⁴ ein (wo die Deutungshoheit in der wissenschaftlichen Debatte um die Wirkung der Tabakwerbung ein wichtiges Element war).

Auch in der Diskussion um die Umsetzung der Initiative spielen die Erkenntnisse aus neueren Studien eine wichtige Rolle.

Ende 2021 kamen in der Schweiz mit den Einweg-E-Zigaretten «Puff Bars» neue Produkte auf den Markt, deren Verpackung (bunt), Aromen (fruchtig) und Preis (niedrig) zeigen, dass sie speziell auf Jugendliche ausgerichtet sind. Eine im Januar 2023 veröffentlichte Studie von Unisanté aus der Westschweiz zeigte, dass diese Art von Produkten bei Jugendlichen besonders verbreitet ist: 2022 hatten etwa 40 % der 14- bis 17-Jährigen sie mindestens einmal in den letzten 30 Tagen benutzt (Chok et al. 2023). Auch die neuen nationalen Daten der Schüler:innenstudie HBSC 2022 zeigten einen sprunghaften Anstieg des Nikotinkonsums unter Jugendlichen (Delgrande Jordan et al. 2023). Die starke Mediatisierung beider Studien erhöht den Druck im Hinblick auf eine korrekte Umsetzung der Initiative «Kinder ohne Tabak». Es ist unbestritten, dass die beiden Studien dazu beitrugen, bei der Revision des Tabaksteuergesetzes⁵ im Frühling 2023 eine höhere Steuer für Puff Bars und Nachahmerprodukte im Vergleich zu wiederverwendbaren E-Zigaretten zu erwirken. Dies könnte die Nachfrage durch die Jugendlichen leicht dämpfen, doch die Preisdifferenz ist nicht mit der Auswirkung der Steuer auf Alcopops zu vergleichen.

Diese Beispiele zeigen, dass genauere Kenntnisse der Praktiken der Suchtmittelindustrie wichtig sind, um in den politischen Prozessen gezielt argumentieren und die Hintergründe ans Licht der Öffentlichkeit bringen zu können, was für die Medienarbeit zentral ist.

Beispiel 3

Forschung zur Cannabisregulierung: Wie man eine künftig mögliche Legalisierung vorbereiten kann

Die öffentliche Meinung bezüglich des Cannabiskonsums hat sich in den letzten Jahrzehnten in der Schweiz und in vielen anderen Ländern verändert. Vielerorts sind Diskussionen und Gesetzesänderungen hinsichtlich einer Legalisierung im Gange oder haben schon zu einer Legalisierung von Cannabis geführt. Die Debatte in der Schweiz sollte deshalb mit dem Aufbau und der Verbreitung von Wissen beeinflusst werden, um die Entwicklung in die Richtung eines Regulierungsmodells zu lenken, welches die öffentliche Gesundheit ins Zentrum stellt.

Der erste Legalisierungsvorstoss wurde bereits vor 20 Jahren im eidgenössischen Parlament eingereicht und abgelehnt. Im Zuge der Debatte erhielt die damalige SFA die Möglichkeit, ein Cannabis-Monitoring durchzuführen, welches durch das BAG finanziert war. Dies ermöglichte ein besseres Verständnis des Konsumverhaltens und der Kaufpraktiken im Bereich Cannabis. Ab 2012 übernahm das Suchtmonitoring Schweiz⁶ diese Aufgabe und vertiefte das Wissen mit jährlichen Untersuchungen zur Prävalenz des Konsums.

Am 1. Januar 2014 führten die US-Bundesstaaten Colorado und Washington Modelle zur Legalisierung von Cannabis ein, Uruguay folgte kurz darauf. Im März 2014 veröffentlichte Sucht Schweiz den ersten Bericht,⁷ der die Regulierungsmodelle und die Herausforderungen der Cannabislegalisierung erläutert. Aktualisierungen dieses Berichts wurden im November 2014 und dann zwei Jahre später veröffentlicht. Die Berichte wurden in einer Auflage von über 20 000 Exemplaren heruntergeladen und führten zu etwa 50 Einladungen, um diese Arbeit in der ganzen Schweiz sowie im Ausland vorzustellen und um zu erläutern, was auf internationaler Ebene geschieht und was dies bedeuten könnte. Im Jahr 2021 erstellte Sucht Schweiz (Schmidhauser & Zobel 2021) dann für das BAG erstmals eine Literaturübersicht darüber, was über die Auswirkungen der Legalisierung von Cannabis in den USA, Kanada und Uruguay bekannt ist.

Parallel dazu untersuchte Sucht Schweiz, im Auftrag vom BAG oder von Kantonen, weitere bisher wenig bekannte Aspekte im Bereich Cannabis: die Situation in der Schweiz im Vergleich zu den Nachbarländern (Zobel & Gmel 2016), die Umsetzung der Ordnungsbussen (Zobel et al. 2017), das Kaufverhalten und den Konsum von Cannabisprodukten,⁸ der Cannab-

bisschwarzmarkt (Zobel et al. 2020) mit einer ersten nachvollziehbaren Schätzung der Grösse dieses Marktes.

All diese Erkenntnisse fliessen schliesslich in den Cannabis-Pilotversuch «Cann-L»⁹ ein, dessen wissenschaftlicher Teil Sucht Schweiz auf Einladung der Stadtbehörden in Lausanne seit Dezember 2023 verantwortet. Auf der Grundlage des bisherigen Wissens plädiert Sucht Schweiz dafür, ein nicht gewinnorientiertes Verkaufsmodell ohne Promotion umzusetzen, welches der Schadensminderung und der öffentlichen Gesundheit Priorität einräumt.

Die bisherige Erfahrung in der laufenden Diskussion zeigt, dass man fundiertes Wissen einbringen muss, um sich an den öffentlichen und politischen Debatten beteiligen zu können. Es gibt keine Garantie, dass dieses Wissen dann von den Behörden genutzt wird, aber es kann sie in die Lage versetzen, bessere Entscheidungen zugunsten der öffentlichen Gesundheit zu treffen. Im Fall von Cannabis werden aufgrund des angesammelten Wissens neue Wege vorgeschlagen, die es im Suchtbereich bisher nicht gab. Es braucht Menschen und Institutionen, die den Mut zu diesen Wegen fördern und dafür plädieren, den Einfluss von wirtschaftlichen Partikularinteressen von Anfang an zu begrenzen.

Fazit aus diesen Beispielen:

Die Erkenntnisse der Suchtforschung sind für die Diskussion notwendig, um jedoch Entscheidungen zu beeinflussen, bedarf es einer Lobby.

Damit eine Debatte angestossen wird und ein Thema auf der politischen Agenda auftaucht, braucht es Opportunitäten oder einen Problemdruck. Die Forschung kann hier einen grossen Beitrag leisten, Probleme aufzuzeigen und die Debatte zu versachlichen. Die Epidemiologie und die Sozialforschung im Allgemeinen werden glücklicherweise in weiten Kreisen (noch) als relativ objektive Instanz und als Quelle von Fakten anerkannt und kann somit zur Versachlichung der Diskussion beitragen. Unerlässlich sind eine intensive Medienarbeit und die Wissensverbreitung auch ausserhalb der Forschungscommunity, um die Informationen in der Öffentlichkeit und bei den Entscheidungsinstanzen zu verankern und ideologischen Argumenten oder denjenigen der Industrie (und deren Partikularinteressen) entgegenzuhalten. Denn gerade in Fällen, in denen die finanziellen Interessen der Suchtmittelindustrie tangiert werden, sind Gegenkampagnen und Desinformation die Regel. So hat es Jahrzehnte

gedauert, bis sich das Wissen um die gesundheitlichen Schäden des Rauchens durchgesetzt hat. Ähnliches ist auch bezüglich der Diskussion um die Gefahren des Online-Geldspiels zu erwarten, wo die E-Games-Studie (Notari et al. 2023) eine starke Zunahme des problematischen Glücks- und Geldspiels festgestellt und damit ein grosses mediales Echo und Debatten ausgelöst hat. Das Online-Geldspiel ist nur ein aktuelles Beispiel von vielen. Daher ist es eine beständige Aufgabe der Forschung, mit Fakten die Öffentlichkeit zu erreichen.

Um eine Problemlage zu verändern, braucht es aber auch Akteur:innen, die ein Thema hartnäckig vorantreiben und auf die politische Agenda bringen. Die Nationale Arbeitsgemeinschaft Suchtpolitik (NAS)¹⁰ spielt dabei eine wichtige Rolle. Unerlässlich sind auch politische Koalitionen, die jeweils mit den wissenschaftlichen Grundlagen und gut funktionierenden Modellen vertraut gemacht werden müssen, um glaubwürdig argumentieren zu können. Denn trotz partei-ideologischen Prämissen lassen sich doch einige Entscheidungsträger:innen durch fundierte Argumentation überzeugen, dass der Gesundheitsschutz allen dient, womit Mehrheiten unter günstigen Umständen möglich werden.

Quellen

- Canevascini, M./Kuendig, H./Perrin, H./Véron, C. (2014): Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac en Suisse romande 2013-2014 – Résultats de l'étude. Lausanne: Cipret Vaud.
- Chok, L./Cros, J./Lebon, L./Zürcher, K./Dubuis, A./Berthouzoz, C./Suris, J.-C./Barrense-Dias, Y. (2023): Enquête sur l'usage et les représentations des cigarettes électroniques jetables (puffs) parmi les jeunes romand-e-s. <https://doi.org/10.16908/issn.1660-7104/344>
- Delgrande Jordan, M./Balsiger, N./Schmidhauser, V. (2023): La consommation de substances psychoactives des 11 à 15 ans en Suisse – situation en 2022 et évolution dans le temps – résultats de l'étude Health Behaviour in School-aged Children (HBSC). Rapport de recherche 149. Lausanne: Addiction Suisse.
- Egli Anthonioz, N./Monnier, E./Delgrande Jordan, M. (2023) : Exposition potentielle des jeunes aux stimuli associés à l'alcool, au tabac et à la nicotine – Observations directes en Ville de Genève et en ligne. Rapport de recherche N° 146. Lausanne: Addiction Suisse. doi: 10.58758/rech146
- Granville, A./Udrisard, R./Zobel, F. (2021): Enquête Européenne en ligne sur les drogues: Principaux résultats de l'enquête 2021. Rapport de recherche Nr. 139. Lausanne: Addiction Suisse. Juin 2022. www.cann-l.ch, Zugriff: 14.06.2024.
- Niederer, R./Korm, K./Lusmann, D./Kölliker, M. (2008): Marktstudie und Befragung junger Erwachsener zum Konsum alkoholhaltiger Mischgetränke (Alcopops) – Ergebnisbericht. Winterthur: Fachhochschule Nordwestschweiz.

- Notari, L./Kuendig, H./Vorlet, J./Salveti, K./Al Kurdi, C. (2023): Online- Glücks- und Geldspiele im Zeitalter von COVID-19 und legalem Angebot. Forschungsbericht Nr. 148b. Lausanne: GREA, Sucht Schweiz.
- Schmid, H./Delgrande Jordan, M./Kuntsche, E./Kuendig, H./Annaheim, B. (2008): Der Konsum psychoaktiver Substanzen von Schülerinnen und Schülern in der Schweiz. Ausgewählte Ergebnisse einer Studie, durchgeführt unter der Schirmherrschaft der Weltgesundheitsorganisation WHO. Forschungsbericht Nr. 42, revidierte und aktualisierte Fassung. Lausanne: Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme (SFA).
- Schmidhauser, V./Zobel, F. (2021): Revue de littérature sur la légalisation du cannabis aux Etats-Unis, au Canada et en Uruguay. Rapport de recherche Nr. 130. Lausanne: Addiction Suisse.
- Zobel, F./Esseiva, P./Udrisard, R./Samitca, S. (2020): Le marché des stupéfiants dans le canton de Vaud: Les cannabinoïdes. Lausanne : Addiction Suisse, l'Ecole des Sciences Criminelles et Unisanté.
- Zobel, F./Gmel, G. (2016): Monitoring des addictions dans les pays voisins: Le cannabis. Lausanne: Addiction Suisse.
- Zobel, F./Homborg, C./Marthaler, M. (2017): Les amendes d'ordre pour consommation de cannabis: Analyse de la mise en œuvre. Lausanne: Addiction Suisse.
- Zobel, F./Notari, L./Schneider, E./Rudman, O. (2019): Cannabidiol (CBD): Analyse de situation. Rapport de recherche Nr. 97. Lausanne: Addiction Suisse.
- Zobel, F./Marthaler, M. (2014): Des Rocky Mountains aux Alpes: Nouveaux développements concernant la régulation du cannabis. Lausanne : Addiction Suisse.

Endnoten

- ¹ Weitere Informationen zur internationalen HBSC-Studie in der Schweiz kann der Website von HBSC entnommen werden: <https://t1p.de/ujzyz>, Zugriff 17.06.2024.
- ² Die Studie Delgrande Jordan et al. (2023) zeigt die Entwicklung über die Zeit auf. Die Prävalenzen des Alkoholkonsums auch frühere Jahre können dementsprechend in diesem Bericht gefunden werden.
- ³ Cipret-Vaud wurde inzwischen bei Unisanté integriert, vgl. dazu die Website von Unisanté: <https://t1p.de/67u7d>, Zugriff 17.06.2024.
- ⁴ Vgl. Website zum Verein «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung»: <https://www.kinderohnetabak.ch/>, Zugriff 17.06.2024.
- ⁵ Vgl. Website parlament.ch zum Tabaksteuergesetz, Änderung (Besteuerung von E-Zigaretten): <https://t1p.de/ou95e>, Zugriff 01.07.2024.
- ⁶ Weitere Informationen können der Website zum Suchtmonitoring Schweiz entnommen werden: <https://www.suchtmonitoring.ch/de.html>, Zugriff 18.06.2024.
- ⁷ Zunächst finanziert durch Sucht Schweiz, die letzte Version durch das Bundesamt für Gesundheit.
- ⁸ Vgl. European Web Survey on Drugs der Jahre 2017, 2021 und 2024.
- ⁹ Weitere Informationen können der Website von Cann-L entnommen werden: <https://cann-l.ch/>, Zugriff 18.06.2024.
- ¹⁰ Weitere Informationen können der Website der NAS entnommen werden: <https://www.nas-cpa.ch/>, Zugriff 18.06.2024.