



Faktenblatt

Einnahmen aus Tabakproduktwerbung in den Medien 2022

Die Einnahmen aus Werbung für Tabakprodukte in den Schweizer Medien werden 2022 auf 14,5 Millionen Franken geschätzt, das sind 40 Prozent mehr als 2021. Die Einnahmen entfallen grösstenteils (61 %) auf die Printmedien und betreffen hauptsächlich (zu 2/3) Tabakprodukte zum Erhitzen. Für die Medien ist die Tabakproduktwerbung marginal (sie macht höchstens 0,6 % an den Gesamtwerbbeeinnahmen aus). Die Daten wurden von Media Focus erfasst und vom BAG analysiert.

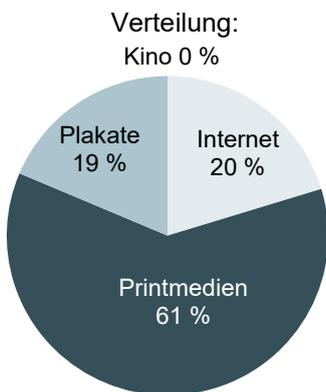
KENNZAHLEN

2022 machten die Einnahmen aus Tabakproduktwerbung

0,3 %

der gesamten Werbeeinnahmen in den Schweizer Medien aus und beliefen sich auf

14,5 Millionen Franken.



Tabakwerbung macht

**höchstens
0,6 %**

der Gesamtwerbbeeinnahmen einer Medienbranche aus.

KERNAUSSAGEN

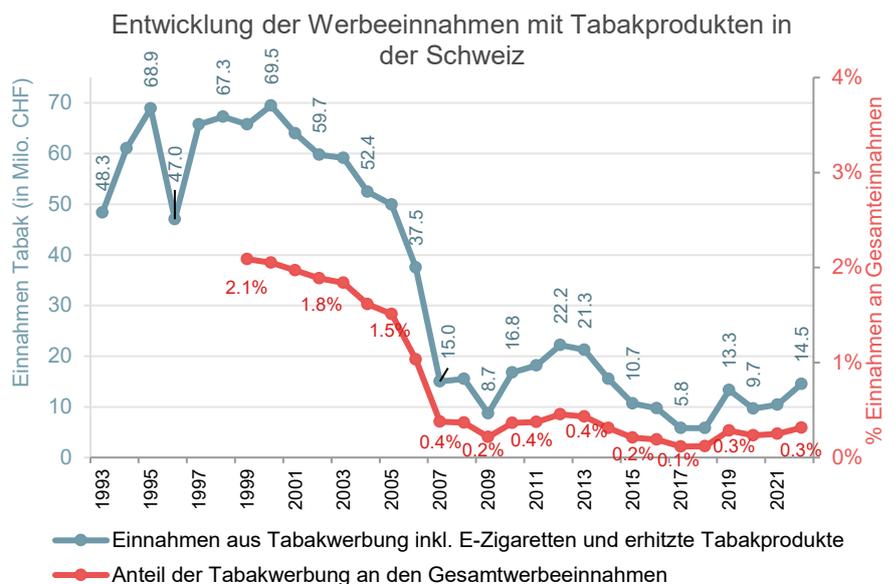
Werbeeinnahmen durch Tabakprodukte in der Schweiz

Analysiert wurden Plakatwerbung, Printmedien, Kino, Fernsehen, Radio und einige Schweizer Websites. Andere Formen der Werbung für Tabakprodukte (Sponsoring, soziale Medien, Verkaufsstellen usw.) wurden nicht berücksichtigt.

Der höchste Wert bei der Tabakproduktwerbung wurde im Jahr 2000 erreicht (69,5 Mio.). 2022 waren die Einnahmen mit 14,5 Millionen Franken deutlich niedriger. Seit 2017 ist aber ein Anstieg zu verzeichnen, zwischen 2021 und 2022 gar um 40 Prozent.

Der Rückgang nach 2000 erklärt sich durch die schrittweise Einführung von Tabakwerbverboten in vielen Kantonen, der Anstieg seit 2017 durch die Werbung mit den seither auf den Markt gebrachten Alternativen zum herkömmlichen Tabak.

Der Anteil der Einnahmen aus Tabakwerbung an den Gesamtwerbbeeinnahmen ist von 2,1 Prozent im Jahr 2000 auf 0,3 Prozent im Jahr 2022 gesunken.



Quelle: Daten Media Focus – Synthese BAG

Werbung nach Medienformat

Auf die Printmedien entfallen 2022 61 Prozent der Einnahmen aus Tabakproduktwerbung (8,8 Mio.), aufgeteilt auf kostenpflichtige Medien

Bei den Printmedien entfallen

91 %

der Summe für Tabakwerbung
auf

**kostenpflichtige
Medien**

und 9 % auf Gratismedien.

Plus 50 %

gegenüber 2021
bei der Werbung für

**Tabakprodukte
zum Erhitzen
und Snus**

(9 bzw. 1,1 Millionen CHF)

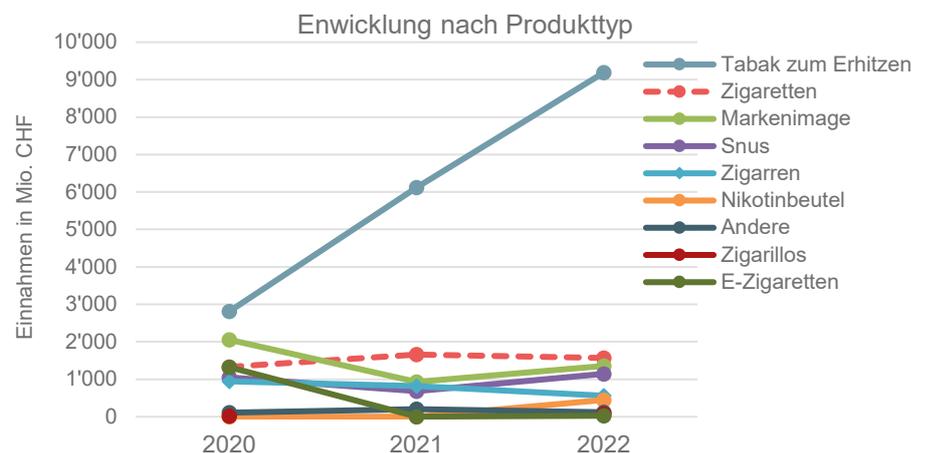
(8,0 Mio.) und Gratismedien (0,8 Mio.). 8 Millionen Franken (steigend) betreffen die Tages-, Regional- und Sonntagspresse.

Hinzu kommen die Medien Internet (2,9 Mio.) und Plakatwerbung (2,7 Mio.). Die Daten beim Internet entsprechen den Werbebannern grösserer Schweizer Websites. Die sozialen Netzwerke sind darin nicht enthalten. Die Kino-Werbe-einnahmen durch Tabakprodukte sind von 10 Millionen im Jahr 2000 seit 2015 auf null gesunken. Zur Plakatwerbung für Tabakprodukte ist anzumerken, dass das Tabakproduktegesetz sie ab Mitte 2024 verbietet.

Die Werbeeinnahmen durch Tabakprodukte machen 2022 bei allen Medien-gruppen nur einen marginalen Teil der Gesamtwerbeeinnahmen aus: bei den Printmedien sind es 0,6 Prozent, bei der Plakatwerbung 0,3 Prozent.

Werbung nach Produkttyp

Bei der Verteilung nach Produkttyp entfallen 63 Prozent der Werbeeinnahmen auf Tabakprodukte zum Erhitzen (stark steigend), 11 Prozent auf Zigaretten, 9 Prozent auf das allgemeine Markenimage, 4 Prozent auf Zigarren, 8 Prozent auf Snus (stark steigend) und 3 Prozent auf *Nicotine Pouches* oder Nikotin-beutel (neu, vorher keine Werbung).



Quelle: Daten Media Focus – Synthese BAG

Media Focus bewertet die erfassten Anzeigenschaltungen in allen Mediengruppen gemäss den veröffentlichten Bruttomedientarifen. Es werden hier nur die Medien berücksichtigt, die von der Schweiz aus verbreitet werden.

In der Schweiz verfügen manche Kantone über eine restriktivere Gesetzgebung als der Bund. Einzelheiten dazu sind hier zu finden: www.bag.admin.ch → Strategie & Politik → Politische Aufträge zur Tabakprävention → Tabakpolitik in den Kantonen → Einschränkung der Tabakwerbung [LINK]

QUELLE

Media Focus – Synthese BAG, 2023

KONTAKT

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

DATUM

Juni 2023