

Vorschau Herbstsession 2024

Empfehlungen der Krebsliga

Ständerat

12.09	24.031	BFI-Botschaft 2025–2028	Entwurf 10, Art. 1	Mehrheit
-------	--------	-------------------------	--------------------	----------

16.09	23.049	Tabakproduktegesetz (TabPG). Teilrevision	Art. 18 Abs. 1 Bst. a. Art. 18 Abs. 1 Bst. e. Art. 19 Abs. 1 Bst. c Art. 19 Abs. 2 Bst. b. Art. 20 Abs. 1 Bst. b.	Minderheit Bischof Minderheit Wasserfallen Minderheit Bischof Minderheit Bischof Minderheit Wasserfallen
-------	--------	---	---	---

26.09	23.4088	Mo. Lockerung des Vertragszwangs im KVG		Ablehnen
-------	---------	---	--	----------

Nationalrat

11.09	23.3721	Mo. Übernahme der Kosten von Nikotinersatzprodukten durch die Krankenkassen		Annehmen
-------	---------	---	--	----------

Ständerat

12.09

24.031

BFI-Botschaft 2025–2028

Entwurf 10 - Bundesbeschluss über die Finanzierung der Forschungseinrichtungen von nationaler Bedeutung in den Jahren 2025–2028

Empfehlung: Art. 1 Mehrheit

Begründung: Viele Krebserkrankungen haben heute dank der Forschung nicht mehr zwingend einen tödlichen Verlauf. Über die letzten Jahrzehnte hat die Forschung dem Krebs viele Erkenntnisse abgerungen, welche Krebsbetroffenen helfen. Es bleiben wichtige Herausforderungen, denn in einer alternden Gesellschaft erkranken mehr Menschen an Krebs.

Mit der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für Klinische Krebsforschung (SAKK) und der Schweizerischen Pädiatrische Onkologie Gruppe (SPOG) engagieren sich zwei Einrichtungen nationaler Bedeutung in spezifischen, für die Schweiz relevanten Fragestellungen im Krebsbereich. Beide Einrichtungen haben die gleiche Herausforderung, wie die rein spendenfinanzierte Stiftung Krebsforschung Schweiz: Es gibt mehr unterstützenswerte Forschungsprojekte als finanzielle Mittel. Im ohnehin bereits anspruchsvollen Spendenmarkt ist die moderate Erhöhung, die der Nationalrat und die WBK-S vorschlagen, für diese Einrichtungen von grosser Bedeutung.

16.09

23.049

Tabakproduktegesetz (TabPG). Teilrevision

Trotz des neuen Tabakproduktegesetzes aus dem Jahr 2021, das nach Aussagen aktueller Ständeratsmitglieder dazu führt, dass “Tabakwerbung aus dem öffentlichen Raum verschwindet und nur noch dort erlaubt wird, wo sie sich gezielt an Erwachsene richtet”¹, hat die Bevölkerung die Volksinitiative “Kinder Ohne Tabak” angenommen. Die Annahme führt zu einem Paradigmenwechsel – Werbung soll nicht mehr erlaubt sein, wenn sie sich an Erwachsene richtet, sondern verboten, wenn sie Minderjährige erreicht.

Bundesverfassung, Art. 118 Abs. 2 Bst. b
er verbietet namentlich jede Art von Werbung für Tabakprodukte, die Kinder und Jugendliche erreicht;

Das Votum der Bevölkerung ist klar: Sie will den Jugendschutz stärken und nimmt dafür einen Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit in Kauf. Der durch die Verfassung angezeigte Paradigmenwechsel bildet sich bisher aber nicht in den Beschlüssen des Parlaments ab. Entsprechend kommt auch ein Gutachten von BAG und BJ² zum Schluss, dass die Version des Ständerates aus der ersten Beratungsrunde nicht verfassungskonform ist.

Empfehlung: Art. 18 Abs. 1 Bst. a. Minderheit Bischof

Begründung: Der Verfassungsartikel definiert mit “jeder Art von Werbung” den Begriff sehr breit. So war auch in den Abstimmungsunterlagen, der Kommunikation des Initiativ-Vereins³ und in der

¹ [Überfällig oder unnötig? Debatte zum Tabakwerbeverbot \(luzernerzeitung.ch\)](#)

² [Basisformular \(parlament.ch\)](#)

³ [News - Kinder ohne Tabak](#)

öffentlichen Debatte zur Volksabstimmung immer klar, dass Sponsoring und Verkaufsförderung ebenfalls Teil der Werbung sind.

Die aktuelle Formulierung ist missverständlich, was im Nationalrat zur Debatte geführt hat, Hinweise auf Verkaufsförderung (Promotion) und Sponsoring vom Begriff «Werbung» auszuschliessen. Die Minderheit Bischof präzisiert die Vorlage.

Empfehlung: Art. 18 Abs. 1 Bst. e. Minderheit Wasserfallen

Begründung: Die Minderheit Germann zielte darauf ab, dass Werbung an öffentlich zugänglichen Orten erlaubt bleibt. Dies unter der Bedingung, dass geeignete Massnahmen ergriffen werden, damit Minderjährige die Werbung weder sehen noch Zugang dazu haben. Diese Formulierung würde zu Vollzugsschwierigkeiten führen und zu Unklarheiten, was als geeignete Massnahme ausreicht. Die Version der Mehrheit Ihrer Kommission präzisiert diesen Punkt im Sinne der Verfassung.

Mit der Minderheit Wasserfallen sorgt die konsequente Formulierung des Bundesrates für Klarheit.

Empfehlung: Art. 19 Abs. 1 Bst. c. Minderheit Bischof

Begründung: „Jegliche an Verbraucher gerichtete Kommunikation durch einen Fabrikanten oder in seinem Namen, mit dem Ziel, den Verbrauch bei der Wahl einer Tabakmarke zu beeinflussen“ - dies ist die Definition von Werbung, hinter die sich die Schweizer Tabakfirmen in der *„Selbsterklärung der Zigarettenindustrie in der Werbung“*⁴ stellen und in der sie auch die eigenen Spielregeln für die Verkaufsförderung (Promotion) definieren – weil es sich dabei um eine Art der Tabakwerbung handelt.

Bei Werbeveranstaltungen mit mobilem Verkaufspersonal kontaktiert dieses an öffentlichen Orten, wie Restaurants oder Quartierfesten, potenzielle Kundinnen und Kunden, um den Absatz und die Bekanntheit des Produkts zu erhöhen. Dies in den Farben und mit Logos der Marken der Tabakprodukte. Das Volk hat aber entschieden, dass *jede* Art von Tabakwerbung verboten werden soll, die Minderjährige erreicht. Die Minderheit Bischof erfüllt diesen Auftrag, während die von der Mehrheit vorgeschlagene Streichung nicht verfassungskonform ist.

Empfehlung: Art. 19 Abs. 2 Bst. b. Minderheit Bischof

Begründung: Fühlen Sie sich von [dieser Werbung](#) angesprochen? Falls Sie auch [dieser Auftritt](#) nicht ganz überzeugt, sind Sie wohl nicht in der Zielgruppe.

Gerade Zigarillos sprechen ein junges Publikum an. Entsprechend werden sie auch von Minderjährigen konsumiert: In einer Befragung von 2021/2022 haben rund 8% der Schülerinnen und Schüler angegeben, dass sie Zigarren oder Zigarillos rauchen⁵. Falls Sie der Auffassung sind, dass es sich bei Zigarren und Zigarillos um ein Tabakprodukt handelt, dann folgen Sie der Minderheit Bischof. Die Verfassung sieht keine Sonderbehandlung für einzelne Tabakprodukte vor.

Empfehlung: Art. 20 Abs. 1 Bst. b. Minderheit Wasserfallen

Begründung: Bereits im Abstimmungsbüchlein hat der Bundesrat vermerkt, dass mit der Annahme der Volksinitiative das Sponsoring von Anlässen verboten ist, wenn Jugendliche Zugang dazu haben. Trotzdem möchte die Mehrheit der Kommission, dass Sponsoring an Anlässen erlaubt bleibt, die für Minderjährige zugänglich sind.

⁴ [Ergänzte Vereinbarung SC SLK Fassung 2018 unterzeichnet.pdf \(swiss-cigarette.ch\)](#)

⁵ Affolter J, Rohland E, Philippe M, Tal K, Auer R and Jakob J (2023) [Use of tobacco, nicotine and cannabis products among students in Switzerland](#). *Front. Public Health* 11:1076217. doi: 10.3389/fpubh.2023.1076217

Tabakfirmen sponsern Veranstaltungen, damit diese ihre Marke bei der Zielgruppe präsentieren können, etwa mit einer separaten Konzert- oder VIP-Bühne in zentraler Lage. Auch wenn die Werbung nicht direkt für Minderjährige sichtbar ist, entsteht durch die Mund-zu-Mund-Propaganda ein Werbeeffekt. Somit werden Kinder und Jugendliche weiterhin von Tabakwerbung erreicht.

26.09

23.4088

Mo. Lockerung des Vertragszwangs im KVG

Ablehnen

Empfehlung: [Ablehnen](#)

Begründung: Die Lockerung des Vertragszwangs stellt die Grundprinzipien des KVG in Frage, die eine gewisse Sicherheit beim Zugang zur Gesundheitsversorgung unabhängig von der finanziellen Situation der Personen ermöglichen. Eine Krebserkrankung stellt physisch, aber auch psychisch und sozial eine enorme Herausforderung dar. Wenn finanzielle Schwierigkeiten hinzukommen, kann dies die Behandlung negativ beeinflussen. Eine Studie der Fachhochschule Ostschweiz zeigt, dass finanzielle Schwierigkeiten als Folge einer Krebserkrankung aufgrund der steigenden medizinischen und nichtmedizinischen Kosten entstehen können⁶.

Eine weitere Schweizer Studie belegt in diesem Zusammenhang, dass selbst wenn die für die Behandlung der Krankheit notwendigen Leistungen von der OKP übernommen werden, in diesem Fall die Protonentherapie, die nichtmedizinischen Kosten wie Fahrt- und Unterbringungskosten Krebsbetroffenen mit geringem Einkommen in finanzielle Schwierigkeiten bringen⁷. Die mit der Lockerung des Vertragszwangs angestrebte Kostendämpfung im Gesundheitssystem würde die Gefahr bergen, dass sich bereits prekäre Situationen noch weiter verschärfen.

⁶ Scheidegger, A., Bernhardsgrütter, D., Kobleder, A., Müller, M., Nestor, K., Richle, E., & Baum, E. (2023). [Financial toxicity among cancer survivors: a conceptual model based on a feedback perspective](https://doi.org/10.1007/s00520-023-08066-x). *Supportive care in cancer : official journal of the Multinational Association of Supportive Care in Cancer*, 31(10), 618. <https://doi.org/10.1007/s00520-023-08066-x>

⁷ Bachtiry, B., Grawehr, L., Grillo Ruggieri, F., Held, U., & Weber, D. C. (2023). [Financial Toxicity in Swiss Cancer Patients Treated with Proton Therapy: An Observational Cross-Sectional Study on Self-Reported Outcome](https://doi.org/10.3390/cancers15235498). *Cancers*, 15(23), 5498. <https://doi.org/10.3390/cancers15235498>

Nationalrat

11.09

23.3721

Mo. Übernahme der Kosten von Nikotinersatzprodukten durch die Krankenkassen**Empfehlung:** Annehmen

Begründung: Über 60% der Rauchenden möchten aufhören, wobei 50% nach vier oder mehr Aufhörversuchen immer noch rauchen⁸. Nikotinersatzprodukte wie Kaugummi oder Pflaster sind keine Wunderlösungen, aber Studien zeigen, dass sie die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Rauchstopps erhöhen⁹. Deshalb werden sie auch im Beratungsangebot stopsmoking der Krebsliga Schweiz als Hilfsmittel beim Rauchstopp empfohlen. Während Frankreich oder Grossbritannien im Sinne der öffentlichen Gesundheit mit tiefen Preisen Rauchende dazu ermutigen, mit Hilfe von Nikotinersatzprodukten aufzuhören, sind diese in der Schweiz teurer als Zigaretten¹⁰. Die Preise für Nikotinprodukte müssen auch in der Schweiz so ausgestaltet werden, dass Betroffene einen finanziellen Anreiz haben, mit dem Rauchen aufzuhören. Deshalb empfiehlt die Krebsliga die Motion zur Annahme.

Kontakt

Aline Descloux, Spezialistin Politik mit Schwerpunkt Leistungen, Tarife und Versorgung

031 389 91 32 aline.descloux@krebssliga.ch

Markus Ossola, Spezialist Politik mit Schwerpunkt Prävention, Früherkennung und Forschung

031 389 93 17 markus.ossola@krebssliga.ch

Stefanie de Borba, Leiterin Politik & Medien, Medienverantwortliche

031 389 93 31 stefanie.deborba@krebssliga.ch

⁸ [Aufhörbereitschaft Rauchen \(Alter: 15+\) | MonAM | BAG \(admin.ch\)](#)

⁹ Hartmann-Boyce, J., Chepkin, S. C., Ye, W., Bullen, C., & Lancaster, T. (2018). [Nicotine replacement therapy versus control for smoking cessation](#). *The Cochrane database of systematic reviews*, 5(5), CD000146. <https://doi.org/10.1002/14651858.CD000146.pub5>

¹⁰ Jakob, J., Joss, S., Meier, A. N., Tal, K., Schoeni, A., Marti, J., Diethelm, P., & Auer, R. (2022). [The price of nicotine dependence: A comparison of the cost of nicotine across products in Switzerland, Germany, USA, Sweden, France and the UK, in 2019](#). *Tobacco prevention & cessation*, 8, 42. <https://doi.org/10.18332/tpc/156052>