

# Nikotinwerbung und ihre Wirkung

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Oberthema</b>    | Marketingmassnahmen der Nikotinprodukthersteller und deren Beeinflussung                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Idee / Ziele</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sich mit sichtbarer sowie unsichtbarer Nikotinwerbung auseinandersetzen</li><li>▪ Erkennen, welche Werbestrategien einem persönlich beeinflussen</li><li>▪ Nikotinwerbung hinterfragen</li><li>▪ Sich aktiv für den Jugendschutz einsetzen</li></ul> |
| <b>Zeit</b>         | 20-45 min                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Methode</b>      | Teamaufgabe, Diskussion, ev. Experiment                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Material</b>     | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ <a href="#">It's time to make smoking history</a></li><li>▪ Blätter für die Jugendlichen (ab S. 3)</li><li>▪ Smartphone der Jugendlichen</li></ul>                                                                                                   |
| <b>Alter</b>        | 13 – 20 Jahre                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Lehrplan 21</b>  | Das Lehrmittel ist kompetenzorientiert aufgebaut und somit Lehrplan 21 kompatibel (ERG, WAH, NMG und/oder NT). Auch in Gymnasien oder Gewerbeschulen kann das Lehrmittel eingesetzt werden.                                                                                                  |

## Ablauf

|                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Auftrag</b>             | Die Jugendlichen recherchieren gezielt nach Nikotinwerbung im Internet. Dazu gehören auch die eigenen Social-Media-Kanäle. Die gefundene Werbung dokumentieren die Jugendlichen, damit diese nach Werbestrategien zugeordnet werden können. Dazwischen füllen die Jugendlichen eine Selbstevaluation aus, um in Erfahrung zu bringen, welche Werbestrategien es gibt und bei welcher sie besonders beeinflussbar sind.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Durchführung</b>        | <p>Die Lehrperson erteilt den Schüler/innen in Gruppen oder als Einzelaufgabe den Auftrag, im Internet nach Werbung zu Nikotinprodukten zu suchen. Beispielsweise auf ihren persönlichen Social Media Plattformen, Online-News-Portale wie 20 Minuten, etc.</p> <p>Jegliche Produkte wie Zigaretten, Vapes, Snus, Nikotinbeutel, IQOS, Schnupf, etc. kommen in Frage. Einzig wichtig ist, dass die gefundenen Produkte Nikotin enthalten.</p> <p>Anschliessend kann jede/r Schüler/in die Selbstevaluation ausfüllen und gleich die Auswertung vornehmen. Die Jugendlichen erkennen damit, welche Werbestrategie sie am meisten beeinflusst. Am Schluss können die Jugendlichen die Screenshots zu Nikotinwerbung vergleichen und deren Werbestrategien festmachen (anhand der Auswertung Selbstevaluation). Zum Schluss kann der Film «<a href="#">It's time to make smoking history</a>» geschaut werden. Dazu stehen drei Leitfragen, welche Sie mit den SuS besprechen können.</p> |
| <b>Leitfragen zum Film</b> | <p><b>Wie schnell denken Sie, dass Philip Morris International (PMI) den Verkauf von Zigaretten reduziert?</b></p> <p>Antwort: Die Zigarettenverkäufe von PMI sind im Jahr 2024 gestiegen, und</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

wenn sie sich im gleichen Tempo wie in den letzten drei Jahren fortsetzen, wird PMI in 400 Jahren noch immer über 100 Milliarden Zigaretten verkaufen!

**Vertrauen Sie der Behauptung von PMI, dass die rauchfreien Produkte, die das Unternehmen anbietet, weniger gefährlich sind?**

Antwort: Das sagen aktuelle Forschungen zu erhitztem Tabak:

*“Die verfügbaren unabhängigen Daten deuten darauf hin, dass erhitzte Tabakprodukte (HTPs) das Potenzial haben, Rauchern und Nichtraucher zu schaden und eine neue Generation an Nikotin und Tabak zu gewöhnen.”*

(Quelle : [https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/Understanding\\_Heated\\_Tobacco\\_Products\\_HTPs.pdf](https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/Understanding_Heated_Tobacco_Products_HTPs.pdf))

**Was meinen Sie, welches Interesse hat die Tabakindustrie daran, zu behaupten, sie habe sich verändert und verkaufe weniger gefährliche Produkte?**

*Offene Frage.*

**Ergänzung**

Alle die bei #AUSGEGLICHEN mitmachen, können den Screenshot in der App hochladen (Hilf beim Jugendschutz mit), um aktiv den Jugendschutz zu stärken.

**Weitere Informationen**

Unter <https://www.freefairfuture.ch> finden Sie vertiefte Unterrichtsmaterialien zur Thematik.

## Gefundene Nikotinproduktwerbung

Suche auf Websites Social-Media-Kanälen, News-Seiten, etc. nach Nikotinproduktwerbung! Dies können auch Stars sein, die etwa eine Vape konsumieren. Erstelle pro gefundenes Produkt gleich einen Screenshot.

**ACHTUNG:** Shops die Nikotinprodukte verkaufen, ist keine Werbung!

| Marke des Produktes? | Auf welcher Website, etc. gefunden? (Bsp.: TikTok) | Screenshot erstellt? |
|----------------------|----------------------------------------------------|----------------------|
|                      |                                                    |                      |
|                      |                                                    |                      |
|                      |                                                    |                      |
|                      |                                                    |                      |

### Beispiel



**Nau.ch** Front | Zürich | Bern | Basel | Mittelland | Ostschweiz | Zentralschweiz | Graubünden

Home News Politik Sport People Polizeimeldungen Wirtschaft Digital Magazine Themen

**Darum erzeugt IQOS 95% weniger\* schädliche chemische Bestandteile als Zigaretten.**

Wichtige Information: Dies bedeutet nicht unbedingt, dass IQOS die Gesundheitsrisiken um 95% verringert. IQOS ist nicht risikofrei.

\* «95% weniger» steht für die durchschnittliche Reduktion der Konzentration verschiedener schädlicher Bestandteile (ohne Nikotin) im Vergleich zu jener im Rauch einer Referenzzigarette.

**Mehr erfahren**

**IQOS**  
TOGETHER. FORWARD.

Ausschliesslich für erwachsene Raucher bestimmt.

Dieses Tabakerzeugnis kann Ihre Gesundheit schädigen und macht abhängig. Ce produit du tabac peut nuire à votre santé et crée une dépendance. Questo prodotto del tabacco può nuocere alla tua salute e provoca dipendenza.

# Selbstevaluation

Mein Name .....

Wie sehr stimme ich dieser Aussage zu?

(2 = stimme zu, 1 = stimme teilweise zu, 0 = stimme nicht zu)

|                                                                                                     | 2 | 1 | 0 | Total |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-------|
| 1. Ich schätze es, wenn eine Firma mich mit meinem Namen anspricht.                                 |   |   |   |       |
| 2. Ich will mein Produkt ohne grossen Aufwand kaufen oder bestellen können.                         |   |   |   |       |
| 3. Mir ist wichtig, dass eine Firma weiss, was mir besonders gut gefällt.                           |   |   |   |       |
| 4. Ich bin gerne mit anderen Menschen zusammen.                                                     |   |   |   |       |
| 5. Ich stelle mich gerne neuen Herausforderungen, die mich interessieren.                           |   |   |   |       |
| 6. Ich nehme die Meinung meiner Mitmenschen ernst.                                                  |   |   |   |       |
| 7. Ich trage Sorge zur Natur und mache mich für die Mithilfe im Naturbereich stark.                 |   |   |   |       |
| 8. Ich finde es wichtig, dass Firmen etwas für die Natur und die Umwelt tun.                        |   |   |   |       |
| 9. Ich unterstütze Produkte/Angebote, die sich für die Natur und die Umwelt einsetzen.              |   |   |   |       |
| 10. Ich würde bei einem Marken- oder Logoquiz sehr gut abschneiden.                                 |   |   |   |       |
| 11. Ich schätze es, wenn eine coole Firma oder Marke weitere Produkte anbietet.                     |   |   |   |       |
| 12. Ich schätze das, was ich schon lange kenne.                                                     |   |   |   |       |
| 13. Ich denke oft an vergangene tolle Erlebnisse zurück.                                            |   |   |   |       |
| 14. Mich kann man schnell glücklich machen.                                                         |   |   |   |       |
| 15. Ich bin gerne auf grossen Partys, Veranstaltungen oder Messen.                                  |   |   |   |       |
| 16. Ich finde es wichtig, dass alle Menschen zu ihren Rechten kommen.                               |   |   |   |       |
| 17. Ich finde es wichtig, dass Firmen Verantwortung für die Umwelt und die Gesellschaft übernehmen. |   |   |   |       |
| 18. Ich finde, dass nur Produkte angeboten werden sollten, die niemandem schaden.                   |   |   |   |       |

Quelle: Die Selbstevaluation zu Werbestrategien ist Teil des Unterrichtsangebotes [ResponsAbilita](#).

# Auswertung Selbstevaluation

## Welche Werbestrategie beeinflusst mich am meisten?

Zähle jeweils die Bewertungen der drei Kriterien zusammen und notiere sie unter Total.

Welche Werbestrategie hat am meisten oder am wenigsten Punkte erhalten?

Bewerte, wie gross der Einfluss der jeweiligen Werbestrategie auf dich ist (1 Stern = kleiner Einfluss, 3 Sterne = grosser Einfluss).

|     | Total |                                                                                     |     |
|-----|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1.  |       | Personalisiertes Marketing (Werbung, die dich direkt anspricht)                     | ☆☆☆ |
| 2.  |       |                                                                                     |     |
| 3.  |       |                                                                                     |     |
| 4.  |       | Mitmach-Marketing (Werbung, bei der du mitmachst)                                   | ☆☆☆ |
| 5.  |       |                                                                                     |     |
| 6.  |       |                                                                                     |     |
| 7.  |       | Greenwashing (Werbung, die mit Umweltschutz wirbt)                                  | ☆☆☆ |
| 8.  |       |                                                                                     |     |
| 9.  |       |                                                                                     |     |
| 10. |       | Versteckte Werbung (Werbung, die versteckt ist)                                     | ☆☆☆ |
| 11. |       |                                                                                     |     |
| 12. |       |                                                                                     |     |
| 13. |       | Erlebnismarketing (Werbung, die mit einem Erlebnis verbunden ist)                   | ☆☆☆ |
| 14. |       |                                                                                     |     |
| 15. |       |                                                                                     |     |
| 16. |       | Gesellschaftliche Verantwortung (Werbung, die nur auf den ersten Blick helfen will) | ☆☆☆ |
| 17. |       |                                                                                     |     |
| 18. |       |                                                                                     |     |

Werbe-  
strategie → Einfluss

Das zeigt meine Auswertung!

→ Diese Strategie hat am meisten Punkte erhalten:

Quelle: Die Selbstevaluation zu Werbestrategien ist Teil des Unterrichtsangebotes [ResponsAbilita](#).