

## Wen es betrifft

Im Jahr 2016 begann Swedish Match mit dem Verkauf eines neuen Produkts in Schweden und den USA. Sie verwendeten die gleichen Portionsbeutel wie zuvor für schwedischen Snus und füllten diese nun nur noch mit Nikotin. Das Nikotin wurde auch mit u.a. Menthol und verschiedene Fruchtaromen aromatisiert. Die Produkte wurden in den sozialen Medien beworben, oft mit Hilfe von Influencern. Unter Kindern und Jugendlichen verbreiteten sich die Nikotinbeutel schnell, und der starke Anstieg des Nikotinkonsums in diesen Gruppen ist fast ausschließlich auf die neuen Beutel zurückzuführen.

Nach dem Kauf von Swedish Match durch Philip Morris hat die Entwicklung der Anzahl der Stärken und Geschmacksrichtungen stark zugenommen. Gleichzeitig hat Philip Morris berühmte Ärzte, Experten, Ex-Politiker und Influencer in Kampagnen für ein schwedisches Modell zur Schadensminderung mobilisiert.

Es wird jetzt z.B. über <https://smokefreesweden.org/> verbreitet der Mythos, dass es dem schwedischen Snus zu verdanken ist, dass das Rauchen in Schweden so stark zurückgegangen ist. Aus wissenschaftlicher Sicht haben wir gezeigt, dass andere Bemühungen wichtiger waren und dass die Rolle von Snus relativ gering ist. Mit Sorge beobachten wir nun, wie die Tabakindustrie beginnt, unsere Kinder und Jugendlichen mit Nikotin zu vergiften und eine Sucht zu erzeugen, die ihnen später im Leben schadet. Die neuen aromatisierten Nikotinprodukte müssen weg!

Hans Gilljam Professor Dr  
Ärzte gegen Tabak, Schweden  
hgilljam@gmail.com

## Nicotine Pouches use in children/adolescents

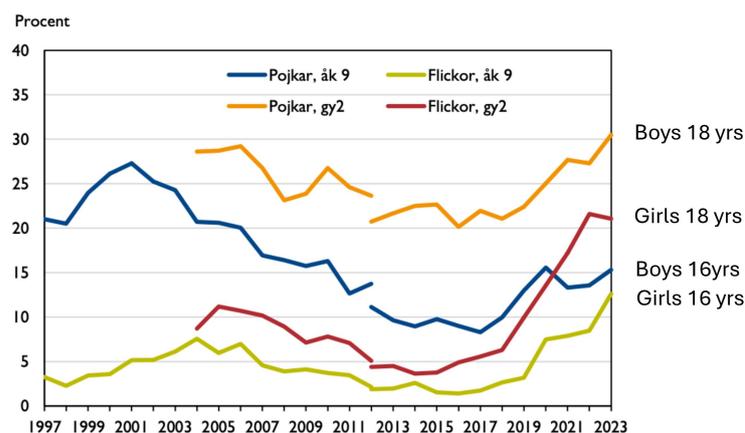


Diagram 7. Andelen elever som snusar (frekvent eller sporadiskt), efter kön och årskurs. 1997–2023.