

Vorworte	X
1 Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse	1
1.1 Wie Tabak zu einem globalen Problem wurde	2
1.2 Geschichte der Tabakkontrolle	4
1.3 Was sind Tabakerzeugnisse?	6
1.4 Was sind „Tabakerzeugnissen verwandte Erzeugnisse“?	10
1.5 Zusatzstoffe in Tabakerzeugnissen	14
1.6 Inhaltsstoffe von E-Zigaretten-Liquids	16
1.7 Inhaltsstoffe des Tabakrauchs	18
1.8 Inhaltsstoffe des Aerosols von E-Zigaretten	20
1.9 Inhaltsstoffe der Tabaksticks und des Aerosols von Tabakerhitzern	22
2 Gesundheitliche Folgen des Konsums	25
2.1 Gesundheitliche Folgen des Rauchens	26
2.2 Gesundheitsschäden durch Wasserpfeifen (Shishas)	28
2.3 Rauchen und Krebs	30
2.4 Rauchen von Cannabis	32
2.5 Rauchen und Alkoholkonsum	34
2.6 Folgen des Rauchens in der Schwangerschaft	36
2.7 Gesundheitliche Folgen des Passivrauchens	38
2.8 Kalter Rauch (Thirdhand Smoke)	40
2.9 Gesundheitsgefährdung durch E-Zigaretten	42
2.10 Gesundheitsgefährdung durch Tabakerhitzer	44
2.11 Gesundheitsgefährdung durch Nikotinbeutel (Nikotinpouches)	46

3	Abhängigkeit und Entwöhnung	49
3.1	Wirkungen von Nikotin auf den Körper	50
3.2	Nikotinabhängigkeit	52
3.3	Mechanismus der Nikotinabhängigkeit	54
3.4	Tabakentwöhnung	56
4	Verbreitung von Konsum und Passivrauchen	59
4.1	Entwicklung des Tabakkonsums	60
4.2	Rauchen bei Erwachsenen	62
4.3	Rauchen bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen	64
4.4	Sozialer Status und Rauchen	66
4.5	Durch Rauchen bedingte Krebsfälle	68
4.6	Durch Rauchen bedingte Todesfälle	70
4.7	Rauchen von Wasserpfeifen	72
4.8	Gebrauch von E-Zigaretten	74
4.9	Gebrauch von Tabakerhitzern	76
4.10	Passivrauchen bei Erwachsenen	78
4.11	Passivrauchen bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen	80
5	Ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Aspekte	83
5.1	Tabaksteuer und Kosten des Rauchens	84
5.2	Folgen von Anbau, Produktion und Vermarktung von Tabak	86
5.3	Umweltbelastung durch Tabak und verwandte Produkte	88

6	Hersteller, Handel und Marketing	91
6.1	Hersteller von Tabak- und Nikotinprodukten	92
6.2	Vertrieb und Absatz	94
6.3	Marketingstrategien: Das Produkt im Fokus	96
6.4	Marketingstrategien: Beeinflussung der öffentlichen Wahrnehmung	98
6.5	Tabakmarketing in sozialen Medien	100
6.6	Die Harm-Reduction-Strategie der Tabakindustrie	102
6.7	Tabak-Außenhandel	104
7	Tabakkontrollpolitik	107
7.1	Die Framework Convention on Tobacco Control (WHO-FCTC)	108
7.2	WHO-FCTC und Menschenrechte	110
7.3	Beteiligung der Zivilgesellschaft	112
7.4	Schutz der Tabakkontrollpolitik vor der Einflussnahme der Tabakindustrie	114
7.5	Tabaksteuererhöhungen	116
7.6	Rauchfreie Umwelt	118
7.7	Produktregulierung	120
7.8	Warnhinweise auf Verpackungen	122
7.9	Standardisierte Verpackungen (Plain Packaging)	124
7.10	Aufklärung und Information	126
7.11	Tabakwerbeverbote	128
7.12	Förderung des Rauchausstiegs	130
7.13	Bekämpfung des illegalen Handels	132

8 Tabakkontrolle in Europa	135
8.1 Die Tabakkontrollskala in Europa	136
8.2 Entwicklung der Anteile Rauchender und Tabakkontrollmaßnahmen in Europa	138
8.3 Aktuell Rauchende in Europa	140
8.4 Rauchende Kinder und Jugendliche in Europa	142
8.5 Zigarettenpreise in Europa	144
8.6 Besteuerung von Tabakwaren in Europa	146
8.7 Schutz von Nichtkonsumierenden in Europa	148
8.8 Warnhinweise und standardisierte Verpackungen für Tabakprodukte in Europa	150
8.9 Tabak- und E-Zigarettenmarketing in Europa	152
8.10 Tabakentwöhnung in Europa	154
8.11 Gebrauch von E-Zigaretten in Europa	156
8.12 Regulierung von E-Zigaretten in Europa	158
8.13 Gebrauch von Tabakerhitzern in Europa	160
8.14 Regulierung von Tabakerhitzern in Europa	162
Rückblick: Tabakprävention in Deutschland von 2000 bis 2023	166
Ausblick	168
Literaturverzeichnis und Copyright-Hinweise	172