

Der Snus und Nikotinbeutelbericht 2026

TRENDS, WACHSTUMSTREIBER UND KONSUMVERHALTEN IM
RAUCHFREIEN NIKOTINMARKT DER SCHWEIZ



Inhalt

ZUSAMMENFASSUNG	3
DER SCHWEIZER MARKT FÜR RAUCHFREIE NIKOTINPRODUKTE	4
VERTIEFUNG: DIE ENTSTEHUNG EINES SCHWARZ- MARKTES FÜR NIKOTINBEUTEL UND SNUS	14
EIN GENAUER BLICK AUF DIE SCHWEIZER SNUS- UND NIKOTINBEUTELKONSUMENT:INNEN	18
DIE SCHWEIZER SNUS- UND NIKOTINBEUTEL-KARTE	24
ANHANG MIT DETAILLIERTEN TOP-LISTEN	26
ÜBER SNUSMARKT.CH	30

ÜBER DEN SNUS- UND NIKOTINBEUTELBERICHT

Der Snus- und Nikotinbeutelbericht 2026 wird von Das Snus Tagebuch in Zusammenarbeit mit Snusmarkt.ch erstellt. Ziel ist es, die beste Wissensbasis der Schweiz zum Snuskonsum zu schaffen und einen faktenbasierten Dialog über Tabak- und Nikotingewohnheiten zu ermöglichen.

Der Bericht basiert auf einer Konsumentenbefragung mit Antworten von 197 Schweizer Snuskonsumenten und einer Kaufstatistik für das gesamte Jahr 2025 von Snusmarkt.ch mit Daten von 10 000 Kunden.



Zusammenfassung

WACHSTUM IM SCHWEIZER MARKT UND SEINE TREIBER

- **Rasanten Wachstum von Nikotinbeuteln:** Der Schweizer Markt für Nikotinbeutel wuchs 2025 weiterhin rasant.
- **Der Umstieg vom Rauchen treibt die Nutzung voran.** Rauchfreie orale Nikotinprodukte werden häufig im Rahmen von Versuchen zum Aufhören mit Rauchen oder Vapen genutzt. Fast die Hälfte der Snus- oder Nikotinbeutel-Nutzer:innen (46 %) gibt an, sie begonnen zu haben, um mit dem Rauchen aufzuhören.
- **Soziale Normen verschieben sich zugunsten rauchfreier Produkte.** Die öffentliche Wahrnehmung bevorzugt zunehmend rauchfreie Nikotinprodukte gegenüber traditionellem Tabak. Unter den bewerteten Produkten genießen Nikotinbeutel das höchste Maß an sozialer Akzeptanz.
- **Online-Verkäufe können die Einhaltung von Vorschriften und die Transparenz stärken.** Online-Verkaufsumgebungen ermöglichen eine konsistentere Altersprüfung und klarere Produktinformationen als viele stationäre Verkaufsstellen. Verbraucher:innen berichten von deutlich höheren Alterskontrollen bei Online-Käufen: 78 % im Vergleich zu 37 % in physischen Geschäften.

KONSUMENT:INNENPROFIL UND PRÄFERENZEN

- **Der Markt wird hauptsächlich von männlichen Konsumenten getragen.** Das schnellste Wachstum bei den Online-Verkäufen von Snus und Nikotinbeuteln in der Schweiz zeigt sich bei den Konsument:innen im Alter von 55–64 Jahren. Der Markt wird weiterhin von Männern dominiert, die 62 % der Käufe von Nikotinbeuteln und 65 % der Käufe von traditionellem Snus ausmachen.
- **Velo ist der klare Marktführer.** Velo erzielte 2025 79 % der Online-Verkäufe, gefolgt von Skruf Super White und XQS.
- **Der Kontakt mit illegalen Nikotinbeuteln ist offenbar weit verbreitet.** 15 % der Nutzer:innen berichten, bereits auf Schwarzmarktprodukte gestoßen zu sein – bei den 18- bis 24-Jährigen sind es sogar mehr als ein Drittel (35 %). Ein Fünftel der Konsument:innen (21 %) zieht einen Kauf auf dem Schwarzmarkt nicht kategorisch aus, während nur 4 % offen für solche Käufe sind.
- **Die Sorge über Gesundheitsrisiken im Zusammenhang mit illegalen Produkten ist erheblich.** Eine Mehrheit der Nutzenden (52 %) gibt an, sich über die gesundheitlichen Risiken von Nikotinbeuteln vom Schwarzmarkt Sorgen zu machen.
- **Wenn die Durchsetzung als schwach wahrgenommen wird, kann dies die abschreckende Wirkung mindern.** Jeweils 23 % der Konsument:innen schätzen die Durchsetzung illegaler Verkäufe als wirksam bzw. unwirksam ein.

Der Schweizer Markt für rauchfreie Nikotinprodukte

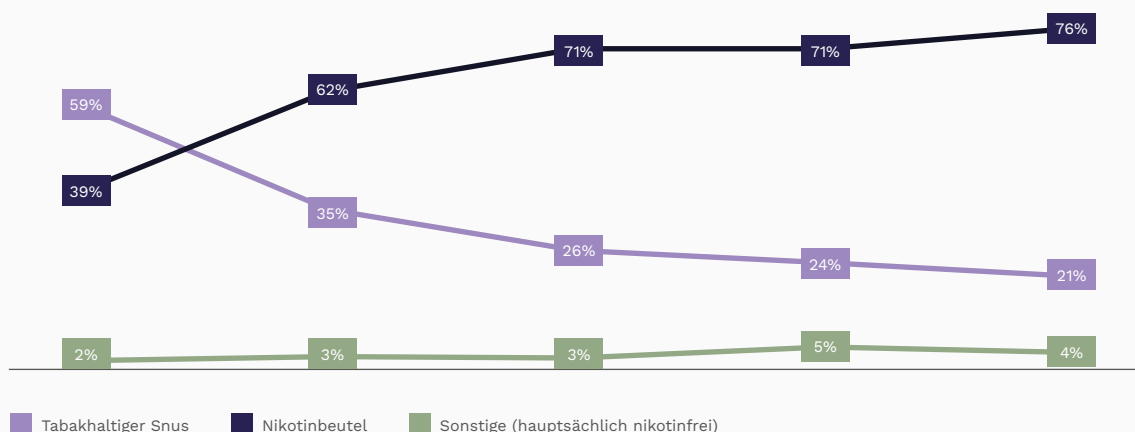
Der Markt für Nikotinbeutel hat in den letzten Jahren stark expandiert und stellt ein neues, schnell wachsendes Segment innerhalb der gesamten Nikotinproduktkategorie dar. Im Gegensatz zu traditionellen Tabakprodukten enthalten Nikotinbeutel keinen Tabak und gelten weithin als rauch- und tabakfreie Alternative zu Zigaretten und traditionellem Snus. Weltweit wird für diese Kategorie ein durchschnittliches jährliches Wachstum von rund 25 % bis 2033 prognostiziert, was einen allgemeinen Trend hin zu rauchfreien Nikotinprodukten widerspiegelt.¹

Der Wandel hin zu tabakfreien Nikotinbeuteln wird besonders deutlich, wenn man die Veränderungen der Marktanteile betrachtet. 2021 entfielen rund drei Fünftel des schweizerischen Marktes für rauchfreie Nikotinprodukte auf traditionellen Snus

(59 %), während Nikotinbeutel etwa zwei Fünftel ausmachten (39 %). Bis 2022 hatten die Nikotinbeutel den traditionellen Snus überholt, und 2025 entfielen etwa drei Viertel der Verkäufe (76 %) auf Nikotinbeutel, während der Anteil des traditionellen Snus auf rund ein Fünftel (21 %) zurückging. Diese Entwicklung spiegelt den Übergang innerhalb der Kategorie von tabakhaltigen oralen Produkten hin zu tabakfreien Alternativen wider. Gleichzeitig ist ein kleines, aber wachsendes Segment nikotinfreier oraler Produkte entstanden. Obwohl noch begrenzt, machten diese 2025 etwa 4 % des Marktes aus. Ihr Auftreten verdeutlicht das zunehmende Tempo der Produktinnovationen innerhalb der Kategorie und deutet darauf hin, dass in den kommenden Jahren eine weitere Diversifizierung stattfinden könnte.

VOM TRADITIONELLEN SNUS ZU TABAKFREIEN PRODUKTEN

Online-Marktanteile der Produktsegmente von 2021 bis 2025



Die Angaben in der Abbildung beruhen auf Verkaufsdaten von Snusmarkt.ch

¹[Grandviewresearch.com](https://www.grandviewresearch.com), "Nicotine Pouches Market (2025 - 2030)".

Diskretion und gesellschaftliche Rücksichtnahme bestimmen die Verbraucherpräferenzen

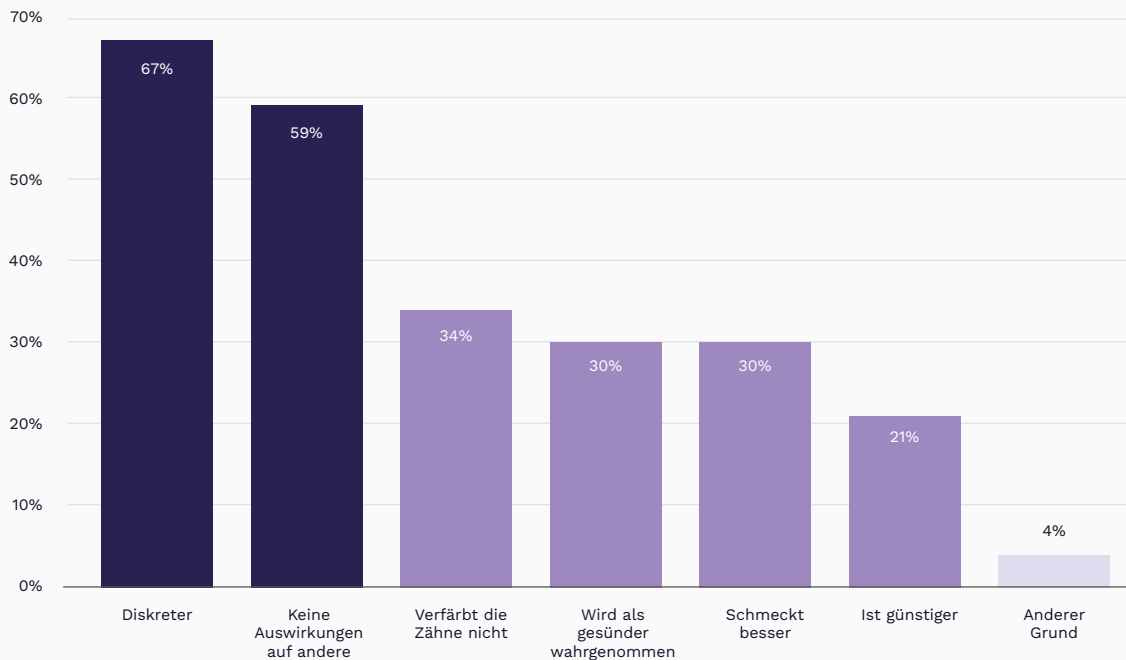
Ein zentraler Faktor für die zunehmende Beliebtheit von Nikotinbeutel ist ihre wahrgenommene Bequemlichkeit und Diskretion im Vergleich zu anderen Nikotinprodukten. Da Nikotinbeutel oral verwendet werden und weder Rauch noch Dampf erzeugen, können sie genutzt werden, ohne Personen in der Umgebung zu stören. Dies macht sie für eine Vielzahl alltäglicher Situationen geeignet.

Die Nutzer:innen schätzen vor allem die Diskretion der Nikotinbeutel: 67 % empfinden sie als unauffälliger als andere Nikotinprodukte. Eine Mehrheit (59 %) hebt zudem hervor, dass die Nutzung keine Auswirkungen auf das Umfeld hat. Weitere Vorteile betreffen praktische und sensorische Eigenschaften: Rund ein Drittel (34 %) bemerkt, dass Nikotinbeutel die Zähne nicht verfärben, 30 % sehen sie als gesünder an, und ebenso viele (30 %) empfinden den Geschmack als angenehmer.

Preis und Nikotinabgabe scheinen eine eher begrenzte Rolle bei der Gestaltung der Verbraucherpräferenzen zu spielen. Etwa 21 % der Nutzer:innen geben an, dass Nikotinbeutel günstiger sind, während eine kleinere Gruppe (4 %) „andere Gründe“ für die Nutzung der Produkte nennt.

DISKRETIION UND SOZIALE ASPEKTE STEHEN IM ZENTRUM DER ATTRAKTIVITÄT VON NIKOTINBEUTELN

Umfragefrage: Was sind Ihre Hauptgründe, Nikotinbeutel anstelle anderer Nikotinprodukte zu verwenden?



Der Umstieg vom Rauchen und sozialer Einfluss fördern die Nutzung von Nikotinbeuteln

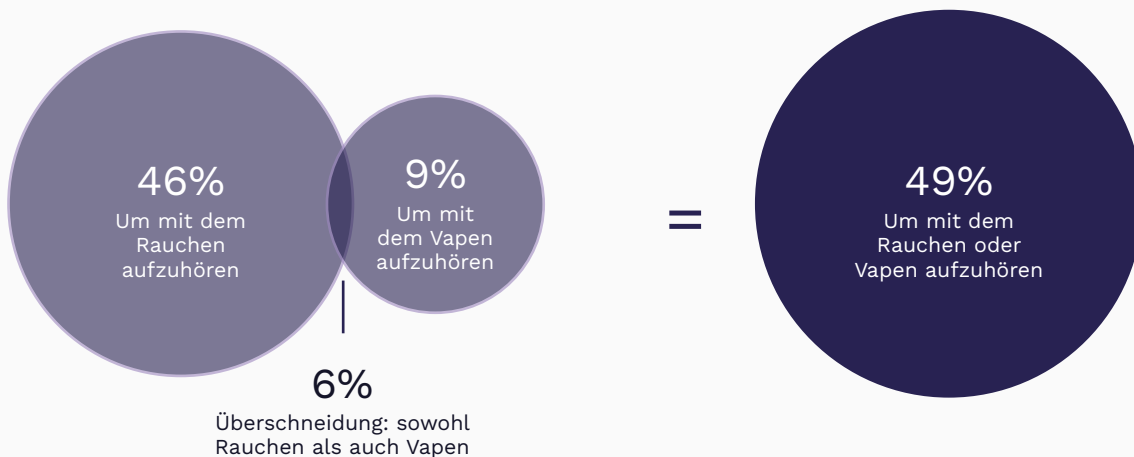
Laut einer Schweizer Umfrage unter Konsument:innen ist das Aufhören mit dem Rauchen einer der Hauptgründe für den Beginn der Nutzung von Snus oder Nikotinbeuteln. Fast die Hälfte der Befragten (46 %) gibt an, die Produkte genutzt zu haben, um mit dem Rauchen aufzuhören. Zusätzlich berichten 9 %, dass sie die Produkte einsetzten, um das Vapen aufzugeben.

Soziale Einflüsse spielen offenbar eine entscheidende Rolle beim Erstkontakt mit Nikotinbeuteln. Der häufigste Einstieg erfolgt über das persönliche Umfeld: 42 % der Befragten probierten die Produkte erstmals, nachdem ein Freund oder Familienmitglied sie angeboten hatte. Weitere 29 % wurden neugierig, nachdem sie andere bei der Nutzung beobachtet hatten.

Im Gegensatz dazu scheinen kommerzielle Einflüsse nur eine sehr geringe Rolle zu spielen. Nur 1 % geben an, durch Werbung beeinflusst worden zu sein, und weitere 1 % berichten, Nikotinbeutel über soziale Medien entdeckt zu haben.

FAST DIE HÄLFTE BEGANN, NIKOTINBEUTEL ZU NUTZEN, UM MIT DEM RAUCHEN ODER VAPEN AUFZUHÖREN

Umfragefrage: Warum haben Sie begonnen, Nikotinbeutel zu nutzen?



Weitere Gründe:

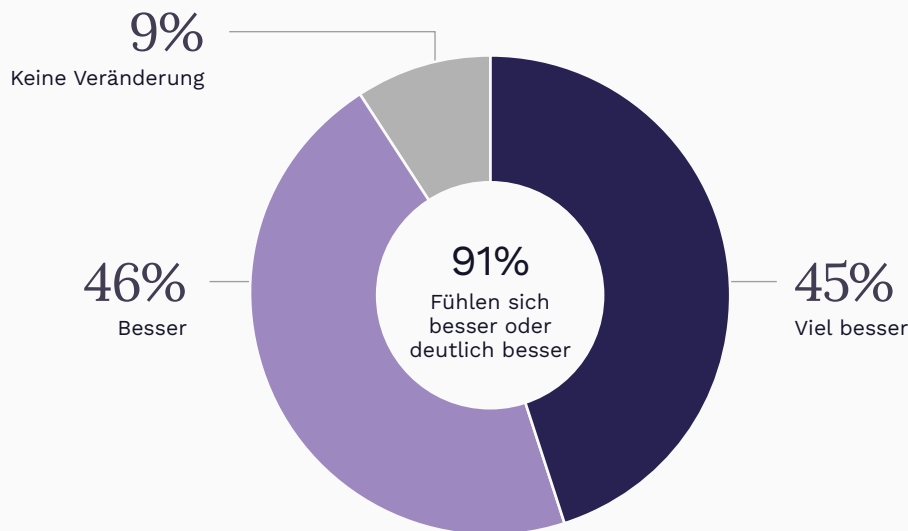
- 42%** Ein Freund oder Familienmitglied hat sie mir angeboten
- 29%** Ich habe gesehen, dass andere Nikotinbeutel benutzen, und wurde neugierig
- 1%** Ich habe Nikotinbeutel auf Social Media gesehen
- 1%** Die Werbung hat mich angesprochen
- 5%** Anderer Grund
- 11%** Ich erinnere mich nicht

Der Umstieg von Zigaretten geht mit einer verbesserten selbstberichteten Lebensqualität einher

Die Umfrage zeigt, dass viele Nutzer:innen nach dem Wechsel von Zigaretten zu Nikotinbeuteln ein gesteigertes Wohlbefinden wahrnehmen. 91 % der Befragten geben an, dass sie sich seit der Umstellung besser oder deutlich besser fühlen: 45 % fühlen sich deutlich besser, 46 % besser. Nur 9 % bemerken keine Veränderung, und niemand berichtet von einem schlechteren Wohlbefinden nach dem Wechsel.

91 % FÜHLEN SICH NACH DEM UMSTIEG VON ZIGARETTEN AUF NIKOTINBEUTEL BESSER.

Umfragefrage: Sie haben angegeben, dass Sie mit Nikotinbeuteln begonnen haben, um mit dem Rauchen aufzuhören. Wie fühlen Sie sich nach dem Umstieg?



Nutzer:innen fungieren als informelle Botschafter:innen für rauchfreie Alternativen

Viele Nutzer:innen spielen eine aktive Rolle dabei, Nikotinbeutel anderen näherzubringen. Fast die Hälfte der Befragten (42 %) gibt an, jemanden dazu ermutigt zu haben, von Zigaretten auf Nikotinbeutel umzusteigen, was die Bedeutung sozialer Unterstützung für die Verbreitung rauchfreier Alternativen unterstreicht.

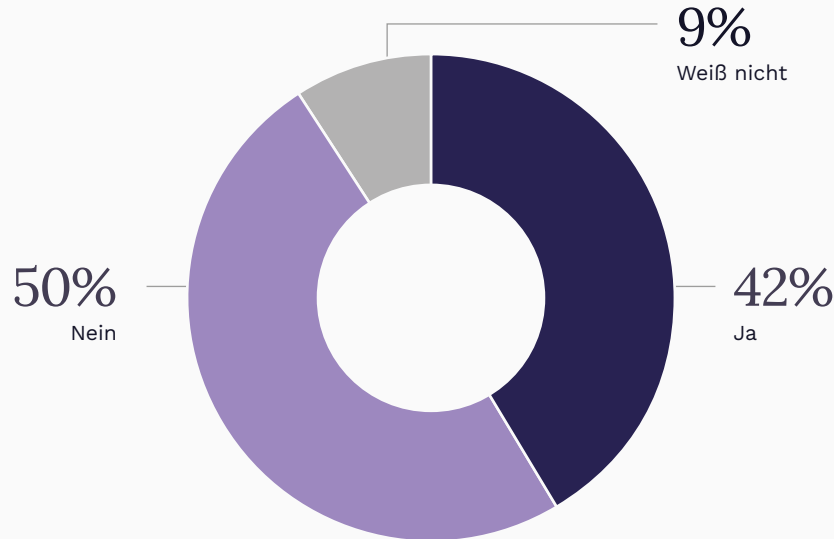
Gleichzeitig geben die Hälfte der Nutzer:innen (50 %) an, dass sie andere nicht zu einem solchen Umstieg ermutigt haben, während 9 % unsicher sind. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass zwar nicht alle Nutzer:innen die Produkte

aktiv bewerben, ein erheblicher Teil jedoch als informelle Botschafter:innen in ihrem sozialen Umfeld fungiert.

Eine mögliche Erklärung ist, dass viele Nutzer:innen Nikotinbeutel als weniger schädliche Alternative zum Rauchen betrachten. Daher wird die Empfehlung eines Wechsels vermutlich als hilfreicher Schritt für rauchende Freunde oder Familienmitglieder gesehen. So kann soziale Unterstützung die Verbreitung rauchfreier Nikotinprodukte fördern und den Übergang von Zigaretten und anderen Tabakprodukten erleichtern.

FAST DIE HÄLFTE DER NUTZER:INNEN HAT ANDERE DAZU ERMUTIGT, VON ZIGARETTEN AUF NIKOTINBEUTEL UMZUSTEIGEN

Umfragefrage: Haben Sie andere dazu ermutigt, von Zigaretten auf Nikotinbeutel umzusteigen?



Rauchfreie Nikotinprodukte gewinnen an gesellschaftlicher Akzeptanz

Die Umfrage zeigt, dass sich die gesellschaftliche Wahrnehmung von Nikotinprodukten allmählich verändert: Die Akzeptanz verlagert sich zunehmend von klassischen Tabakprodukten zu rauchfreien Alternativen. Dabei erhalten Nikotinbeutel unter den untersuchten Produkten den höchsten durchschnittlichen Akzeptanzwert (3,7 von 5).

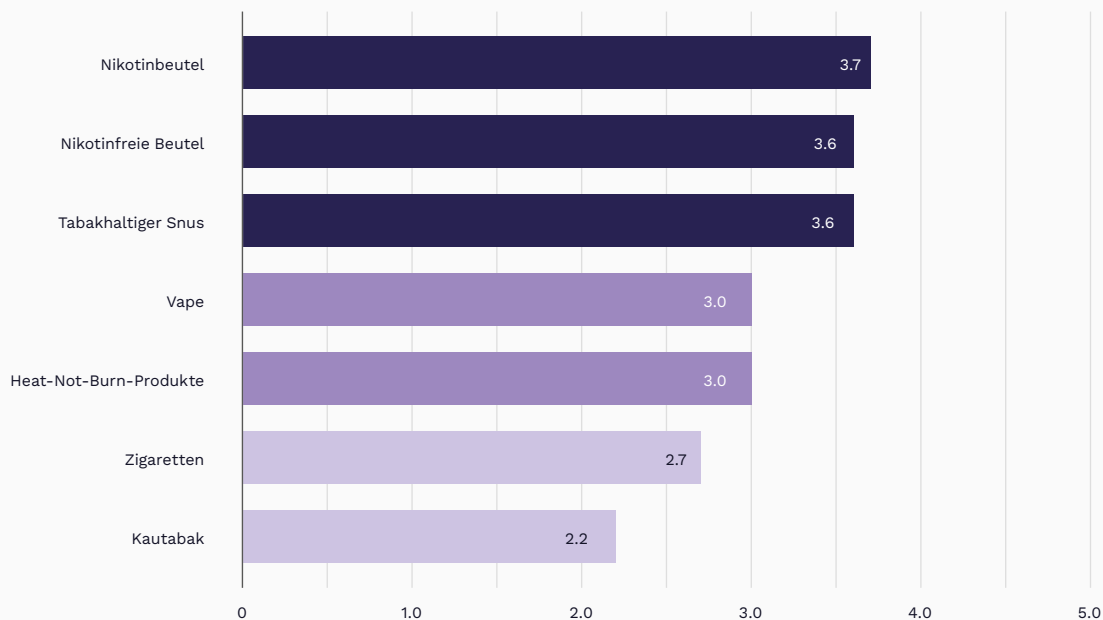
Auch andere orale Beutelprodukte schneiden gut ab. Nikotinfreie oder koffeinhaltige Beutel erreichen einen Wert von 3,6, derselbe wie tabakhaltiger Snus (3,6). Diese Ergebnisse zeigen, dass orale Beutelprodukte in den sozialen Umfeldern der Nutzer:innen insgesamt breit akzeptiert sind. Gleichzeitig ist tabakhaltiger Snus im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Punkte gesunken, eine Entwicklung, die teilweise im Zusammenhang mit der wachsenden Beliebtheit tabakfreier Nikotinbeutel gesehen werden kann.

Auch andere Nikotinprodukte erhalten relativ positive Bewertungen. E-Zigaretten/Vapes und Tabakerhitzer (Heat-not-Burn-Produkte) erreichen jeweils einen Durchschnittswert von 3,0, was auf eine moderate gesellschaftliche Akzeptanz hinweist.

Im Gegensatz dazu erhalten Zigaretten einen niedrigeren Wert (2,7), während Kautabak am schlechtesten bewertet wird (2,2). Insgesamt deuten die Ergebnisse auf eine allmähliche Veränderung der sozialen Normen hin, hin zu rauchfreien und diskreteren Nikotinprodukten, während traditionelle brennbare Tabakprodukte offenbar eine geringere gesellschaftliche Akzeptanz genießen.

NIKOTINBEUTEL ERZIELEN DEN HÖCHSTEN WERT IN DER WAHRGENOMMENEN GESELLSCHAFTLICHEN AKZEPTANZ

Umfragefrage: Wie gesellschaftlich akzeptabel halten Sie die Nutzung dieser verschiedenen Nikotin- und Tabakprodukte? Mittelwerte, wobei 5 = vollständig akzeptiert und 1 = überhaupt nicht akzeptiert. In Klammern: Veränderung im Vergleich zum Vorjahr.



Abnehmende Raucherzahlen und zunehmende Verbreitung rauchfreier Alternativen

Das zunehmende Interesse an Nikotinbeuteln in der Schweiz zeigt den breiteren Trend hin zu rauchfreien Nikotinprodukten. Da es sich um eine vergleichsweise neue Produktkategorie handelt, sind Langzeitdaten zu gesundheitlichen Effekten noch begrenzt, dennoch tragen sie zur allgemeinen Abkehr von brennbarem Tabak bei.

Die Raucherquote in der Schweiz wird auf etwa 24 % der erwachsenen Bevölkerung geschätzt, ein Niveau, das weitgehend mit vielen europäischen Ländern vergleichbar ist. Langfristig ist die Raucherquote jedoch allmählich gesunken. In ganz Europa trägt die zunehmende Verfügbarkeit rauchfreier Alternativen, wie Vapes, erhitzter Tabakprodukte, Snus und Nikotinbeutel, zu diesem allgemeinen Übergang weg von Zigaretten bei.

In diesem Zusammenhang wird Schweden häufig als Vergleichsbeispiel genannt. Das Land hat eine lange Tradition der oralen Nikotinaufnahme durch Snus, die oft mit vergleichsweise niedrigen Raucherquoten in Verbindung gebracht wird. Seit 2025 wird geschätzt, dass Schweden den Status ‚rauchfrei‘ erreicht hat, das heißt, weniger als fünf Prozent der Bevölkerung rauchen täglich Zigaretten. Die schwedische Erfahrung wird daher häufig in Diskussionen darüber hervorgehoben, wie rauchfreie Nikotinalternativen zur Reduzierung der Raucherquote beitragen können.²

² [Haypp.com](#), "Sweden Makes History as the World's First Smoke-Free Nation" and [Public Health Agency of Sweden](#), "Use of tobacco and nicotine products".

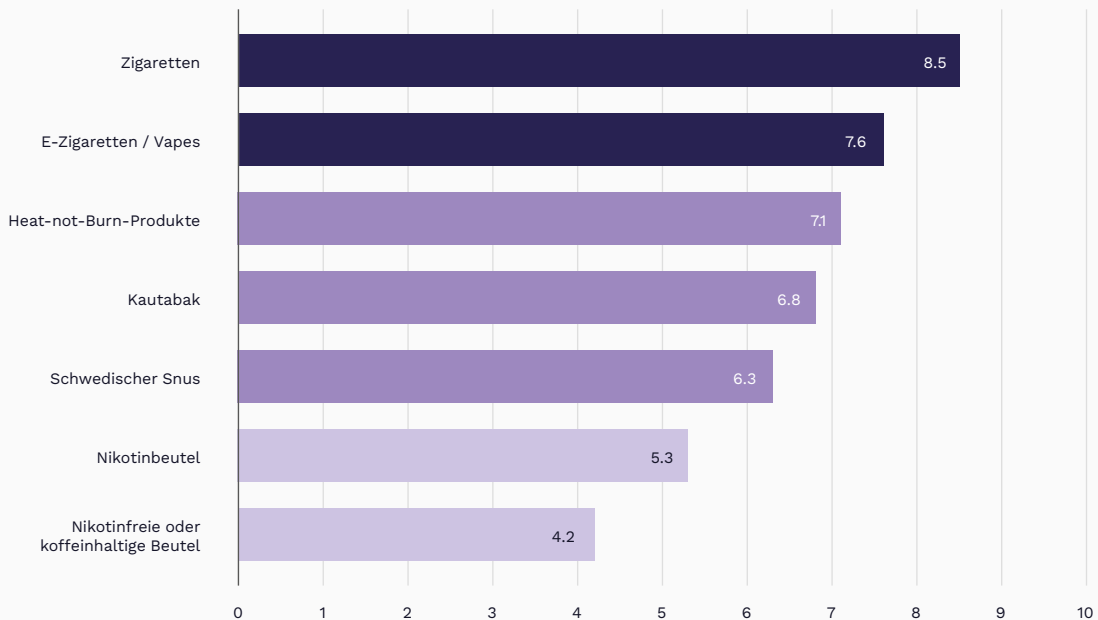
Eine klare Rangordnung der wahrgenommenen Gesundheitsrisiken

Die Wahrnehmung gesundheitlicher Risiken spielt eine wichtige Rolle dabei, wie Nikotinkonsument:innen in der Schweiz verschiedene Produkte bewerten. Die Umfrageergebnisse zeigen, dass klare Unterschiede im Risikoprofil der Produktarten wahrgenommen werden. Auf einer Skala von 0 („überhaupt nicht schädlich“) bis 10 („sehr schädlich“) gelten Zigaretten mit einem Durchschnittswert von 8,5 im Jahr 2026 als mit Abstand am schädlichsten. Auch andere inhalative Produkte erhalten relativ hohe Risikobewertungen: E-Zigaretten/Vapes erreichen 7,6, während erhitzte Tabakprodukte 7,1 erzielen.

Traditionelle orale Tabakprodukte werden als weniger gesundheitsschädlich eingestuft. Kautabak liegt im Durchschnitt bei 6,8, schwedischer Snus bei 6,3. Tabakfreie Alternativen werden noch risikoärmer wahrgenommen: Nikotinbeutel erreichen einen Wert von 5,3, Nikotinfreie Beutel gelten mit 4,2 als die gesundheitlich am wenigsten bedenkliche Option.

DAS WAHrgENOMMENE RISIKO VON NIKOTINBEUTELN UND SNUS BLEIBT VERGLEICHSGEWISE GERING

Durchschnittswerte auf einer Skala von 0 bis 10, wobei 0 = ‚völlig ungefährlich‘ und 10 = ‚sehr gefährlich‘. Umfragefrage: Auf einer Skala von 0 bis 10, wobei 0 ‚völlig ungefährlich‘ und 10 ‚sehr gefährlich‘ bedeutet – wie schädlich schätzen Sie die folgenden Produkte ein? In Klammern: Veränderung gegenüber dem Vorjahr.



E-Commerce und Produktinnovationen treiben das Marktwachstum in der Schweiz voran

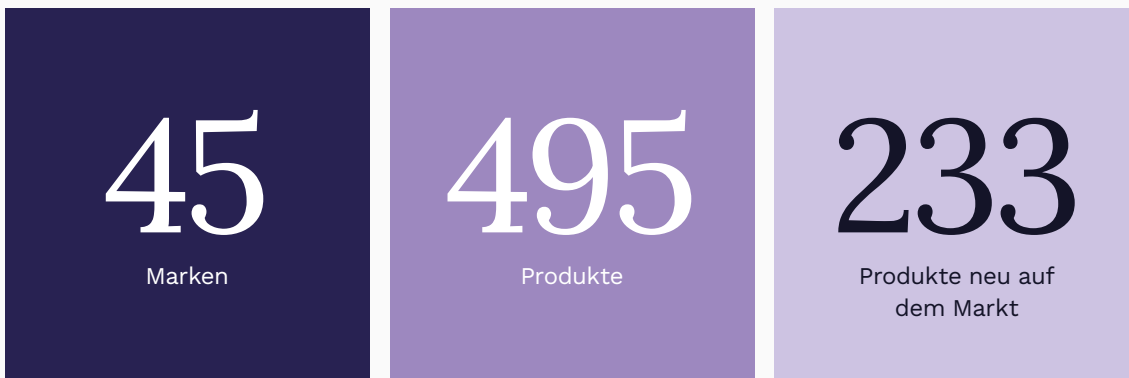
Die rasche Expansion des Nikotinbeutelmarktes in der Schweiz hat sowohl etablierte Tabakunternehmen als auch neue Marktteilnehmer angezogen und schafft ein zunehmend wettbewerbsintensives Umfeld. Der E-Commerce spielt eine zentrale Rolle bei dieser Marktentwicklung.

Der Hauptgrund für den Onlinekauf von Nikotinbeuteln ist der attraktive Preis: Über 80 % der Konsument:innen (82 %) geben niedrigere Preise als entscheidenden Faktor an. Ein weiterer wichtiger Treiber ist die Bequemlichkeit – fast die Hälfte der Befragten (48 %) empfindet Online-Shopping als

einfacher als den Gang ins Geschäft. Auch das größere Sortiment im Onlinehandel zieht an, wie 42 % der Verbraucher:innen angeben, während 9 % betonen, dass ausführlichere Produktinformationen und Anleitungen eine fundierte Kaufentscheidung erleichtern.

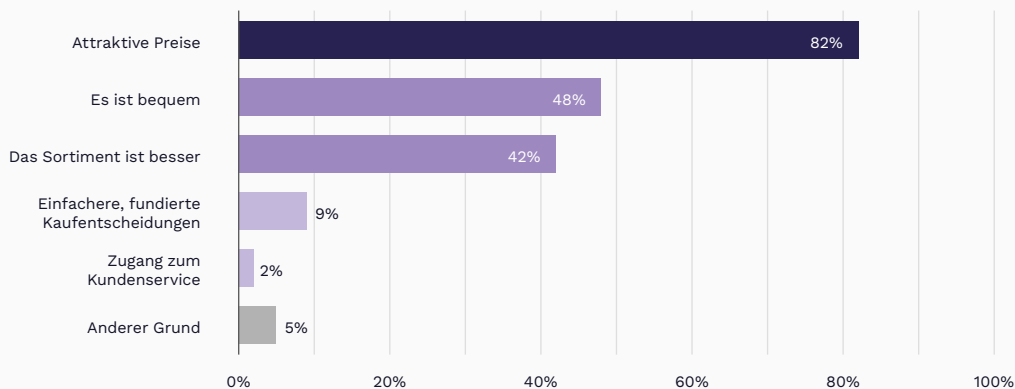
Die Marktdynamik spiegelt sich auch deutlich in der Produktentwicklung wider. Im Jahr 2025 kamen 17 neue Marken in die digitalen ‚Regale‘ von Snusmarkt.ch, während 233 neue Produkte eingeführt wurden. Gleichzeitig gab es eine gewisse Konsolidierung: Drei Marken verließen die Plattform, und 90 Produkte wurden aus dem Sortiment genommen.

SORTIMENT AUF SNUSMARKT.CH IM JAHR 2025



PREIS IST EIN ENTSCHEIDENDER TREIBER DES E-COMMERCE-KANALS

Umfragefrage: Wenn Sie Nikotinbeutel online kaufen, warum entscheiden Sie sich für den Onlinekauf statt für ein physisches Geschäft? Mehrfachnennungen möglich.



Der Zugang Minderjähriger erfolgt hauptsächlich über informelle soziale Kanäle

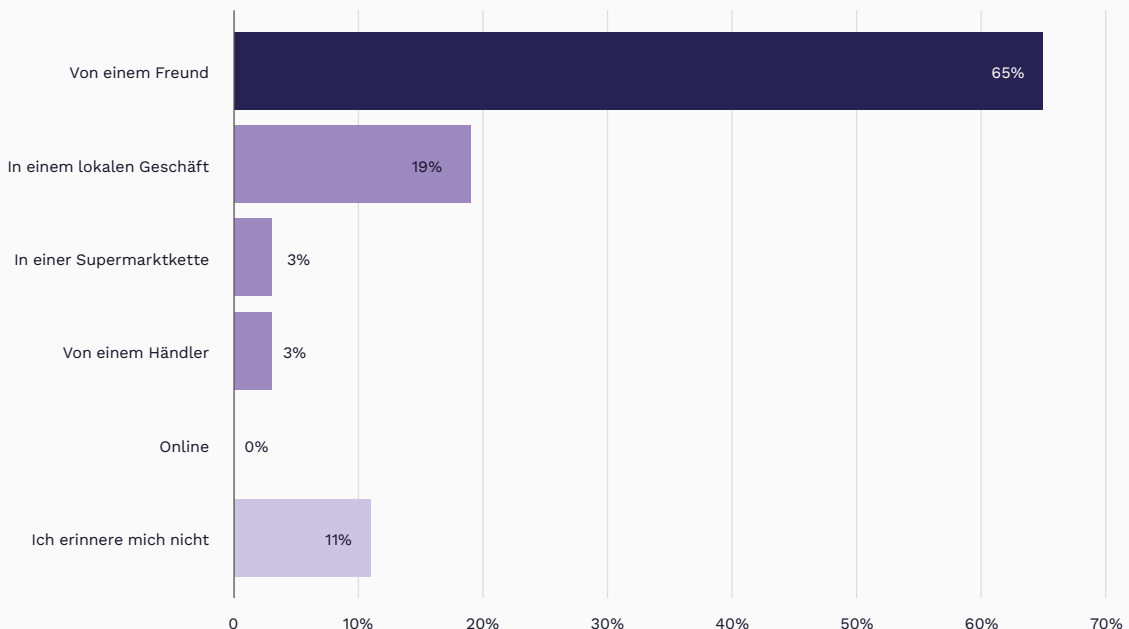
Daten aus der Verbraucherumfrage zeigen, dass ein kleiner Anteil der Nikotinbeutel-Nutzer:innen in der Schweiz das Produkt erstmals vor dem 18. Lebensjahr kennengelernt hat. Bei diesen Nutzern erfolgte der Zugang Minderjähriger vor allem über informelle soziale Netzwerke und weniger über regulierte Einzelhandelskanäle.

Die häufigste Bezugsquelle für Minderjährige sind Freunde, wie fast zwei Drittel der Befragten (65 %) angeben. Weitere 19 % berichten, Nikotinbeutel in lokalen Geschäften erhalten zu haben, drei % nennen Supermarktketten, und weitere drei % geben an, die Produkte von informellen Händlern erworben zu haben. Auffällig ist, dass kein:e Befragte angibt, Nikotinbeutel online gekauft zu haben, während er oder sie unter 18 Jahre alt war.

Insgesamt zeigt die Verteilung, dass der Zugang Minderjähriger überwiegend über den Austausch unter Gleichaltrigen erfolgt und weniger über den direkten Einzelhandel oder Online-Käufe. Dass keine Online-Käufe unter 18 Jahren berichtet wurden, entspricht den etablierten digitalen Altersprüfsystemen im E-Commerce, die an der Verkaufsstelle standardisierte Compliance-Verfahren anwenden.

FREUNDE UND LOKALE GESCHÄFTE SIND DIE WICHTIGSTEN BEZUGSQUELLEN FÜR MINDERJÄHRIGE

Umfragefrage: Haben Sie Nikotinbeutel bereits vor Ihrem 18. Lebensjahr genutzt? Wenn ja, wo haben Sie sie gekauft?



Online-Verkäufe ermöglichen eine konsistentere Altersprüfung

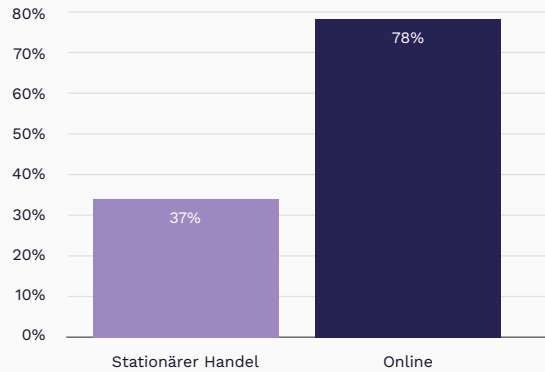
Der Onlinekanal bietet aus Sicht des Jugendschutzes mehrere strukturelle Vorteile, insbesondere durch den Einsatz standardisierter digitaler Altersprüfsysteme. Anders als im stationären Einzelhandel, wo die Einhaltung von Vorschriften von einzelnen Mitarbeitenden und manuellen Abläufen abhängen kann, ermöglicht der Onlineverkauf, die Altersprüfung direkt in den Kaufprozess über automatisierte Kontrollen zu integrieren.

Die Umfragedaten zeigen den Unterschied klar: Rund 78 % der Konsument:innen berichten, dass sie beim Onlinekauf von Nikotinbeuteln ihr Alter bestätigen mussten, während dies in physischen Geschäften nur auf 37 % zutrifft. Die höhere Überprüfungsquote im Onlinehandel resultiert aus systematischen digitalen Altersprüfungen, die über alle Transaktionen hinweg einheitlich angewendet werden. Dies deutet darauf hin, dass Online-Verkaufskanäle

ein verlässlicheres Umfeld für Alterskontrollen bieten als der stationäre Handel, wo die Praktiken zwischen Filialen und Mitarbeitenden variieren können.

ONLINE EINE UNIVERSELLERE ALTERSPRÜFUNG

Umfragefrage: Wurden Sie jemals aufgefordert, Ihr Alter im Geschäft oder online zu überprüfen?



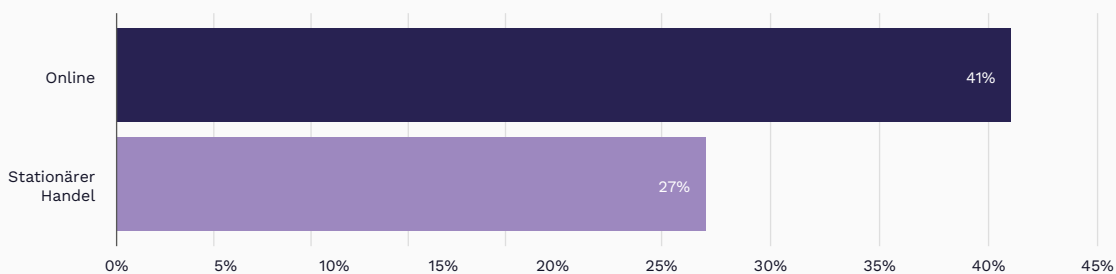
Online-Plattformen erhöhen die Produkttransparenz und die Verbraucherinformationen

Der Onlinekanal verbessert zudem den Zugang der Verbraucher:innen zu Produktinformationen und erhöht die Transparenz. Im Gegensatz zu vielen stationären Einzelhandelsumgebungen ermöglichen Online-Plattformen eine detaillierte und standardisierte Kommunikation zu Produkteigenschaften wie Nikotinstärke, Geschmacksrichtungen, Sicherheitsstandards, Qualitätskontrollen und Testverfahren. Digitale Schnittstellen erlauben es den Konsument:innen, diese Informationen in ihrem eigenen Tempo zu prüfen, was fundiertere Kaufentscheidungen unterstützen kann.

Die strukturellen Unterschiede zeigen sich auch im Verhalten der Konsument:innen: 41 % überprüfen beim Onlinekauf von Nikotinbeuteln Informationen zu Qualität oder Sicherheit, während dies beim Kauf im Laden nur 27 % tun. Dies legt nahe, dass digitale Verkaufsumgebungen zu einer stärkeren Auseinandersetzung mit Produktinformationen vor dem Kauf anregen.

VERBRAUCHER:INNEN TREFFEN BEIM ONLINEKAUF FUNDIERTERE ENTSCHEIDUNGEN

Umfragefrage: Prüfen Sie vor dem Kauf von Nikotinbeuteln online oder im Geschäft Informationen zur Produktqualität oder Sicherheit?



Vertiefung: Die Entstehung eines Schwarzmarktes für Nikotinbeutel und Snus

Herausforderungen im Zusammenhang mit dem Schwarzmarkt

Seit der Legalisierung von Snus infolge eines Urteils des Schweizerischen Bundesverwaltungsgerichts im Jahr 2019 und dem Inkrafttreten des revidierten Tabakproduktegesetzes (TabPG) im Jahr 2024 werden sowohl Snus als auch Nikotinbeutel innerhalb eines nationalen regulatorischen Rahmens verkauft, der Altersbeschränkungen, Werbebeschränkungen und Produktkontrollen umfasst. Trotz des Vorhandenseins eines legalen Marktes kann illegaler Handel weiterhin in Segmenten entstehen, in denen regulatorische Anforderungen umgangen werden oder Produkte außerhalb der formellen Vertriebskanäle importiert werden.

Auf informellen Märkten können Nikotinbeutel oder Snus teilweise mit unvollständigen oder irreführenden Verpackungsinformationen, falscher Kennzeichnungssprache oder abweichenden Nikotinstärken angeboten werden. Illegale Vertriebswege bergen damit nicht nur regulatorische Risiken, sondern können auch den Verbraucherschutz und die Integrität des legalen Marktes beeinträchtigen. Erfahrungen aus verwandten Nikotinkategorien

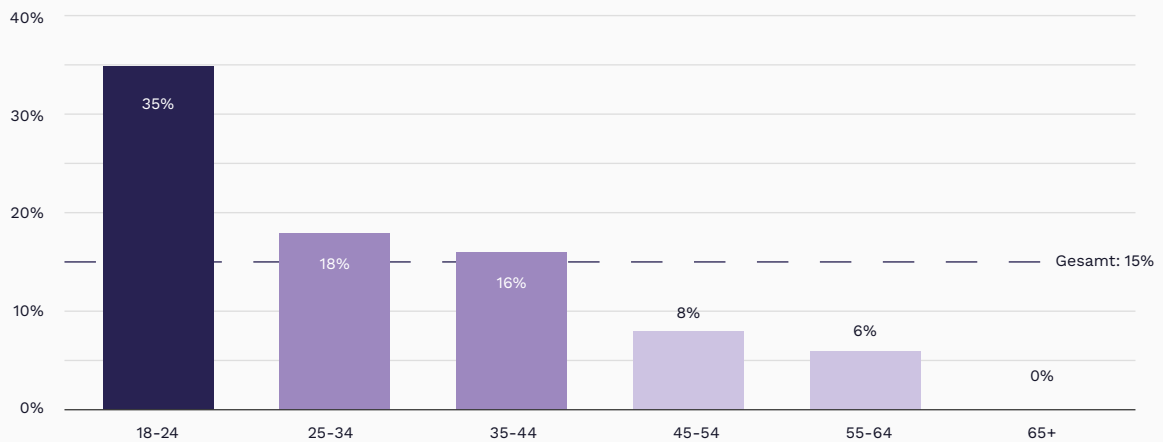
zeigen jedoch, dass das Ausmaß des Schwarzhandels in der Schweiz insgesamt vergleichsweise klein ist. Illegale Zigaretten machen schätzungsweise rund drei Prozent des gesamten Zigarettenkonsums aus, einer der niedrigsten Werte in Europa, wo die nationalen Anteile zwischen etwa einem und 38 Prozent liegen.³

Auch wenn viele Verbraucher:innen die genauen Grenzen zwischen dem legalen und dem Schwarzmarkt nicht kennen, geben etwa einer von sieben Schweizer Snus- oder Nikotinbeutel-Nutzer:innen (15 %) an, schon einmal auf Nikotinbeutel gestoßen zu sein, die über den Schwarzmarkt verkauft wurden. Bei den 18- bis 24-Jährigen steigt der Anteil auf 35 %. Illegale Verkäufe von Snus und Nikotinbeuteln richten sich mitunter auch an Minderjährige. Wenn der illegale Vertrieb mit organisierten kriminellen Netzwerken verbunden ist, gehen die Risiken über regulatorische Verstöße hinaus. Aktivitäten auf dem Schwarzmarkt untergraben die Integrität des legalen Marktes und werfen weitergehende Fragen zu öffentlicher Gesundheit und Verbrauchersicherheit auf.

³ KPMG (2024), "[Illicit Cigarette Consumption in Europe](#)".

EINE:R VON SIEBEN HAT PRODUKTE AUS DEM SCHWARZMARKT ERLEBT

Umfragefrage: Sind Sie jemals auf Nikotinbeutel gestoßen, die an Orten verkauft wurden, von denen Sie vermuten, dass es keine offiziellen Verkaufsstellen sind (z. B. auf Märkten, in sozialen Medien, in Kiosken)?



Wirtschaftliche Ursachen des Schwarzmarktes

Ökonomen zufolge entstehen Schwarzmärkte, wenn die erwarteten Erträge auf dem illegalen Markt höher sind als auf vergleichbaren formellen Märkten. Dieses Ungleichgewicht wird typischerweise durch eine Kombination aus hoher regulatorischer Belastung im formellen Markt und schwacher Durchsetzung erklärt, wodurch Schwarzmarktakteure einen Wettbewerbsvorteil bei den Kosten erhalten. Während legale Anbieter Steuerpflichten und umfangreiche Vorschriften, einschließlich Verbraucherschutzanforderungen, einhalten, können Schwarzmarktanbieter diese Kosten umgehen und sehen sich aufgrund unzureichender oder ineffektiver Kontrollen oft nur einer geringen Entdeckungswahrscheinlichkeit gegenüber.

Zusätzlich können übermäßig restriktive Produktvorschriften in bestimmten Fällen faktische Monopole für Schwarzmarktakteure in einzelnen Produktsegmenten schaffen. Im Bereich von Nikotinbeuteln und Snus besteht dieses Risiko, wenn gesetzliche Beschränkungen zu Nikotingehalt oder Aromen das legale Angebot stark einschränken. Eine vergleichbare Substitutionsdynamik zwischen legalen und informellen Vertriebswegen wurde in der Schweiz vor der Snus-Legalisierung 2019 beobachtet: Das Produkt war damals nicht kommerziell verkäuflich, blieb aber über

grenzüberschreitende Einkäufe und informelle Importwege verfügbar. Eine übertriebene Regulierung oder Besteuerung kann somit die Nachfrage vom formellen Markt auf den Schwarzmarkt lenken und Einnahmen sowie Gewinne für illegale und potenziell organisierte kriminelle Akteure erhöhen.

Derzeit erscheint der Schweizer Markt für Snus und Nikotinbeutel am ehesten einem legalen Markt zu entsprechen, der Elemente sowohl eines niedrigschwelligen Rahmens als auch einer stark regulierten Compliance-Struktur kombiniert (Boxen A und C in der untenstehenden Matrix). Nikotinbeutel können legal verkauft werden, doch der Markt operiert innerhalb eines strukturierten nationalen Regulierungsrahmens mit definierten Produktvorschriften und Verbraucherschutzanforderungen, unterstützt durch eine relativ konsistente Durchsetzung. Diese Kombination aus legalen Marktzugang und regulatorischer Aufsicht verringert die Anreize für großangelegte illegale Angebote und gewährleistet gleichzeitig die Kontrolle über die Produkte. Zukünftig wird die Marktentwicklung weitgehend davon abhängen, wie regulatorische Anpassungen Produktvorschriften und Steuersätze mit einem fortgesetzten legalen Marktzugang und vorhersehbarer Durchsetzung in Einklang bringen.

SCHWARZMARKTAKTIVITÄTEN ENTSTEHEN HÄUFIG IN REGULIERTEN UMFELDERN MIT UNZUREICHENDER DURCHSETZUNG

Durchsetzungsgrad (schwach/stark)



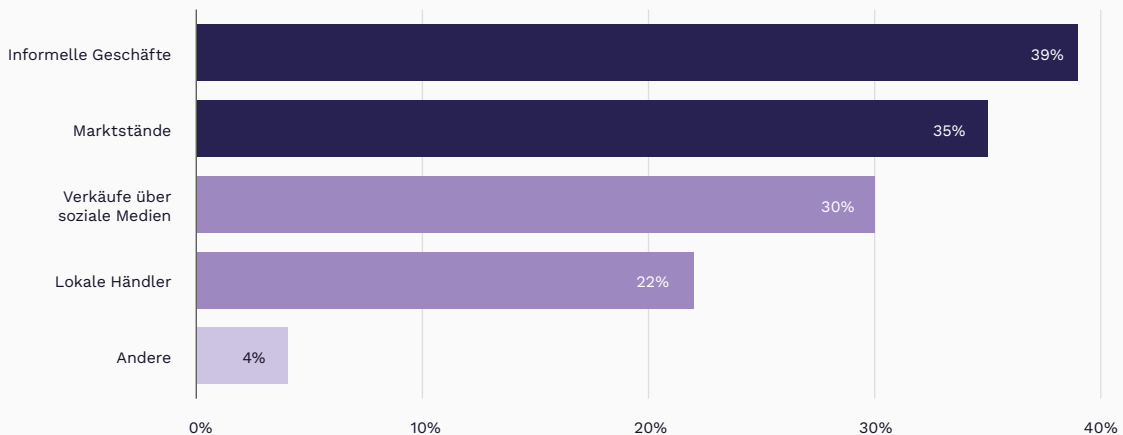
Informelle Geschäfte und Marktstände dominieren als Kanäle für den illegalen Verkauf

Die beiden am häufigsten genutzten Vertriebswege für illegal auf dem Schwarzmarkt verkauften Snus-Produkte scheinen informelle Läden und Marktstände zu sein.⁴ Mehr als ein Drittel der Konsument:innen, die berichten, auf illegale Produkte gestoßen zu sein – jeweils 39 % und 35 % – geben an, diese über diese

Kanäle gefunden zu haben. Verkäufe über soziale Medien (30 %) und über lokale Händler (22 %) sind ebenfalls relativ häufig. Dies deutet darauf hin, dass der illegale Handel hauptsächlich in sichtbaren, niedrighschwelligigen Verkaufsumgebungen stattfindet, die im Alltag der Konsument:innen präsent sind.

ILLEGALE VERKÄUFE ERFOLGEN VOR ALLEM ÜBER INFORMELLE GESCHÄFTE UND MARKTSTÄNDE

Umfragefrage: Auf welche Art von nicht-offiziellen Verkäufer:innen von Nikotinbeuteln sind Sie gestoßen?



⁴ In the corresponding survey question, an "informal shop" was explicitly defined as "a shop that does not normally sell cigarettes or other nicotine products as part of its main business".

Die meisten Konsument:innen sind besorgt über die Gesundheitsrisiken illegaler Produkte

Eine Mehrheit der Befragten (52 %) gibt an, sich über die Gesundheitsrisiken von auf dem Schwarzmarkt erworbenen Nikotinbeuteln oder Snus Sorgen zu machen. Die Hauptrisiken beziehen sich auf unsichere Nikotinstärken, mögliche Verunreinigungen oder nicht regulierte Inhaltsstoffe sowie das Fehlen von Qualitätskontrollen und Verbraucherschutzmaßnahmen, wie sie auf dem legalen Markt gelten.

Lediglich 11 % der Befragten berichten, keine Bedenken zu haben. Damit zeigt sich ein relativ hohes Bewusstsein für mögliche Gesundheitsrisiken, selbst bei illegalen Produkten. Frauen und ältere Nutzer:innen zeigen tendenziell größere Besorgnis als Männer bzw. jüngere Konsument:innen. Dies könnte auf eine höhere Risikowahrnehmung bei diesen Gruppen sowie auf ein stärkeres Vertrauen in regulierte Lieferketten zurückzuführen sein.

Soziale Normen und Durchsetzung prägen das Verhalten

Die Bereitschaft der Schweizer Konsument:innen, den Schwarzmarkt zu nutzen, ist begrenzt, aber nicht zu vernachlässigen. Vier Prozent der Nutzer:innen geben an, dass sie in Zukunft bereit wären, Nikotinbeutel auf dem Schwarzmarkt zu kaufen. Weitere 17 % sind unschlüssig, was bedeutet, dass rund jeder Fünfte (21 %) dies nicht ausschließt.

Etwa 13 % der Befragten empfinden es innerhalb ihrer Altersgruppe als akzeptabel, Nikotinbeutel auf dem Schwarzmarkt zu kaufen, bei Männern liegt der Anteil sogar bei 17 %. Wird der illegale Erwerb innerhalb der Peer-Group als üblich oder toleriert wahrgenommen, sinkt der soziale Druck, auf den legalen Markt angewiesen zu sein. In diesem Zusammenhang gewinnen niedrige Preise und einfache Verfügbarkeit an Attraktivität, vor allem für preissensible Konsument:innen.

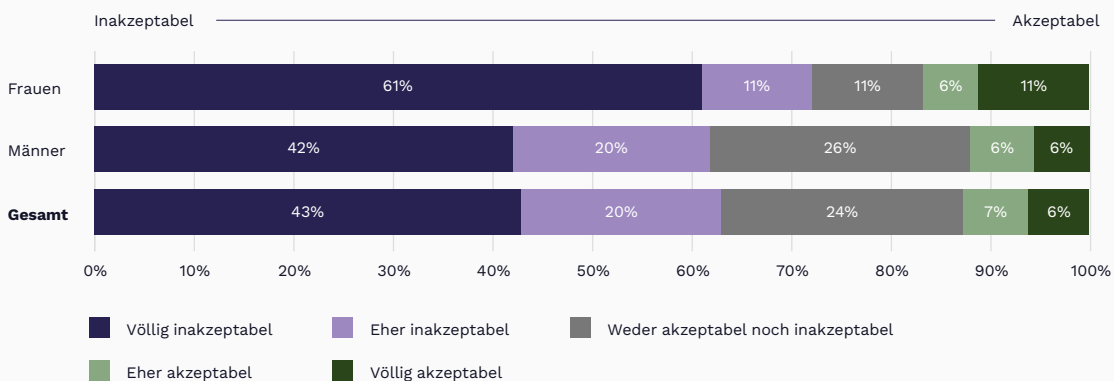
Auch die Wahrnehmung der Durchsetzung erscheint relevant. Jeweils 23 % der Konsument:innen halten die Durchsetzung gegen den illegalen Verkauf von Nikotinbeuteln für wirkungslos bzw. wirksam. Gleichzeitig geben 54 % an, es nicht zu wissen. Schwache oder unklare Durchsetzung kann das wahrgenommene Risiko von Sanktionen sowohl für Händler:innen als auch für Käufer:innen verringern und verstärkt die Ansicht, dass die Einhaltung von Produkt- und Marketingstandards nicht streng kontrolliert wird.

4%

der Schweizer Snus- oder Nikotinbeutel-Nutzer:innen würden in Zukunft bereit sein, Nikotinbeutel auf dem Schwarzmarkt zu kaufen

FRAUEN LEHNEN DEN KAUF AUF DEM SCHWARZMARKT BESONDERS STARK AB

Umfragefrage: Wie akzeptabel halten Sie den Kauf von Nikotinbeuteln auf dem Schwarzmarkt unter Gleichaltrigen?



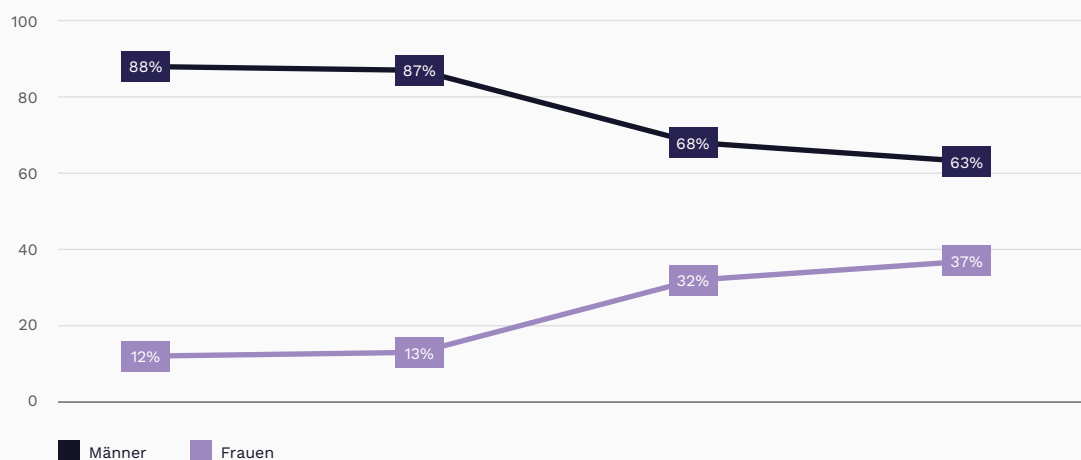
Ein genauer Blick auf die Schweizer Snus- und Nikotinbeutelkonsument:innen

Im Schweizer Online-Markt für Snus und Nikotinbeutel wird das Wachstum aktuell von Personen Ende 50 bis Anfang 60 getragen. Verkaufsdaten von Snusmarkt.ch zeigen, dass die Altersgruppe 55–64 im Jahr 2025 das schnellste Wachstum erzielte – 23 % bei Snus und Nikotinbeuteln zusammen. Gleichzeitig konzentrierten sich über zwei Drittel der Online-Käufe (68 %) auf Konsument:innen zwischen 25 und 44 Jahren.

Der Konsum von Snus in der Schweiz bleibt nach wie vor männlich dominiert. Im Jahr 2025 entfielen 62 % der Online-Käufe von Nikotinbeuteln und 65 % der Snus-Käufe auf Männer. Die Geschlechterlücke hat sich jedoch deutlich verringert: Der Anteil der Frauen stieg von nur 12 % der Käufe im Jahr 2022 auf 37 % im Jahr 2025.

DIE GESCHLECHTERLÜCKE BEIM KONSUM VON NIKOTINBEUTELN UND SNUS VERRINGERT SICH

Anteil der Online-Käufe von Snus und Nikotinbeuteln nach Geschlecht, basierend auf Verkaufsvolumen von Snusmarkt.ch

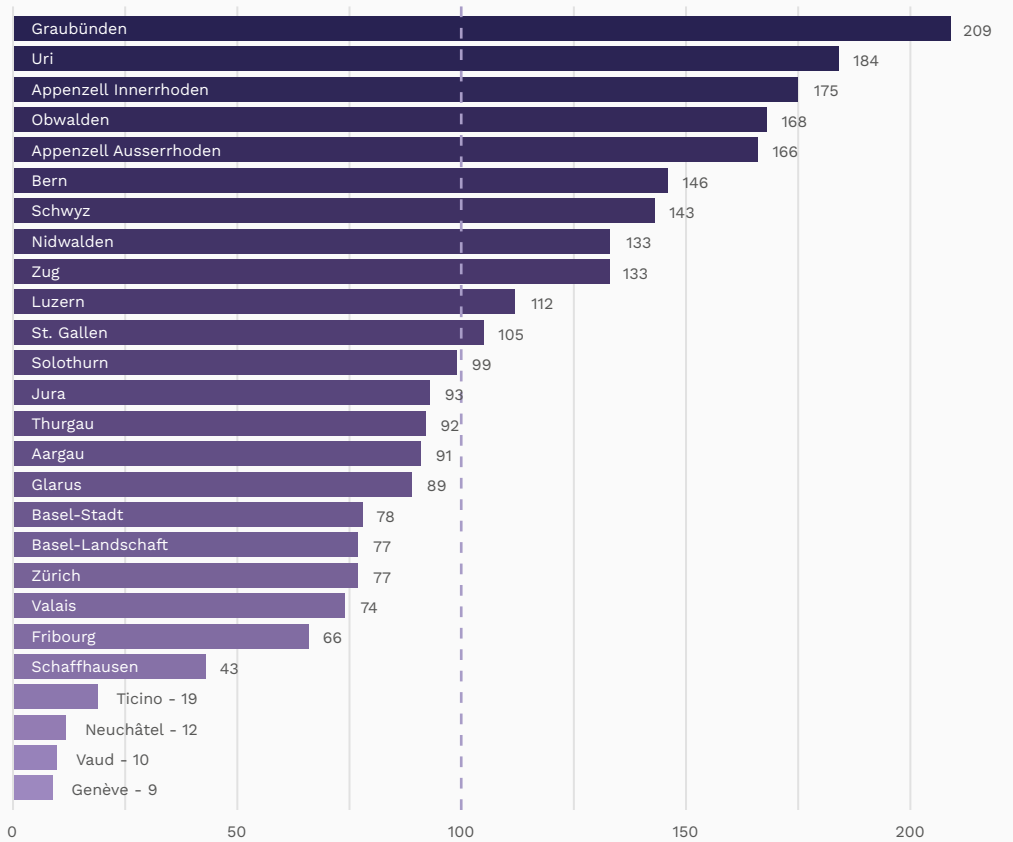


Die höchsten Pro-Kopf-Käufe in Graubünden

Die höchste Online-Pro-Kopf-Konsumrate liegt in Graubünden, gefolgt von Uri und Appenzell Innerrhoden, mit regionalen Wachstumsraten von rund 40–50 % im Jahr 2025. Dagegen sind die Werte in Neuenburg (12), Waadt (10) und Genf (9) am niedrigsten. Diese Unterschiede zwischen den Regionen spiegeln möglicherweise unterschiedliche lokale Konsumgewohnheiten, grenzüberschreitende Einflüsse sowie die ungleiche Verbreitung rauchfreier Nikotinprodukte in der Schweiz wider.

GRAUBÜNDEN BLEIBT DIE FÜHRENDE REGION FÜR ONLINE-KÄUFE PRO KOPF

Pro-Kopf-Index der Online-Verkäufe, basierend auf Verkaufsvolumen von Snusmarkt.ch



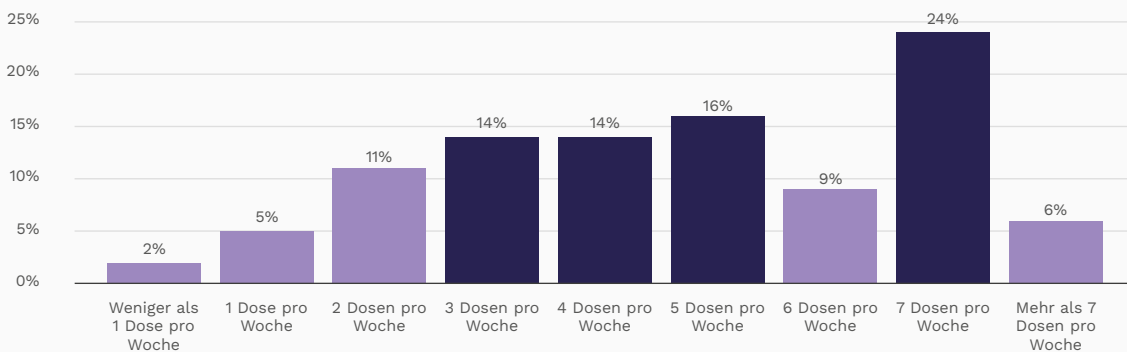
Viele Schweizer Konsument:innen sind häufige Nutzer:innen

Mehr als die Hälfte der Schweizer Nikotinbeutel-Nutzer:innen konsumiert das Produkt täglich (51 %), und drei von zehn (30 %) verwenden im Durchschnitt mindestens eine Dose pro Tag. Darüber hinaus zeigen Verkaufsdaten von Snusmarkt.ch, dass die Anzahl der Dosen pro Bestellung im Jahr 2025 um 8 % gestiegen ist.

Im Durchschnitt konsumiert jede:r Nutzer:in 4,6 Dosen pro Woche, wobei Männer mit 4,7 Dosen leicht über dem Wert von Frauen (4,4) liegen. Auch nach Altersgruppen gibt es Unterschiede: Am höchsten ist der Durchschnittsverbrauch bei 25- bis 44-Jährigen mit 5,2 Dosen pro Woche. Die Altersgruppe 55–64 Jahre, die online am schnellsten wächst, konsumiert im Schnitt 4,0 Dosen pro Woche.

DIE KONSUMENT:INNEN VERWENDEN IM DURCHSCHNITT 4,6 DOSEN PRO WOCHE

Umfragefrage: Wie viele Dosen Nikotinbeutel verwenden Sie pro Woche?



Preis, Nikotinstärke und Geschmack beeinflussen Kaufentscheidungen

Preis, Nikotinstärke und Geschmack blieben 2025 die drei dominanten Faktoren für Kaufentscheidungen. Alle diese Faktoren haben in ihrer relativen Bedeutung etwas abgenommen – bleiben aber weiterhin führend – während die Bedeutung des Feuchtigkeitsgehalts zugenommen hat. Nikotinstärke und Preis scheinen beim Kauf von Nikotinbeuteln für die Konsument:innen nahezu gleich wichtig zu sein.

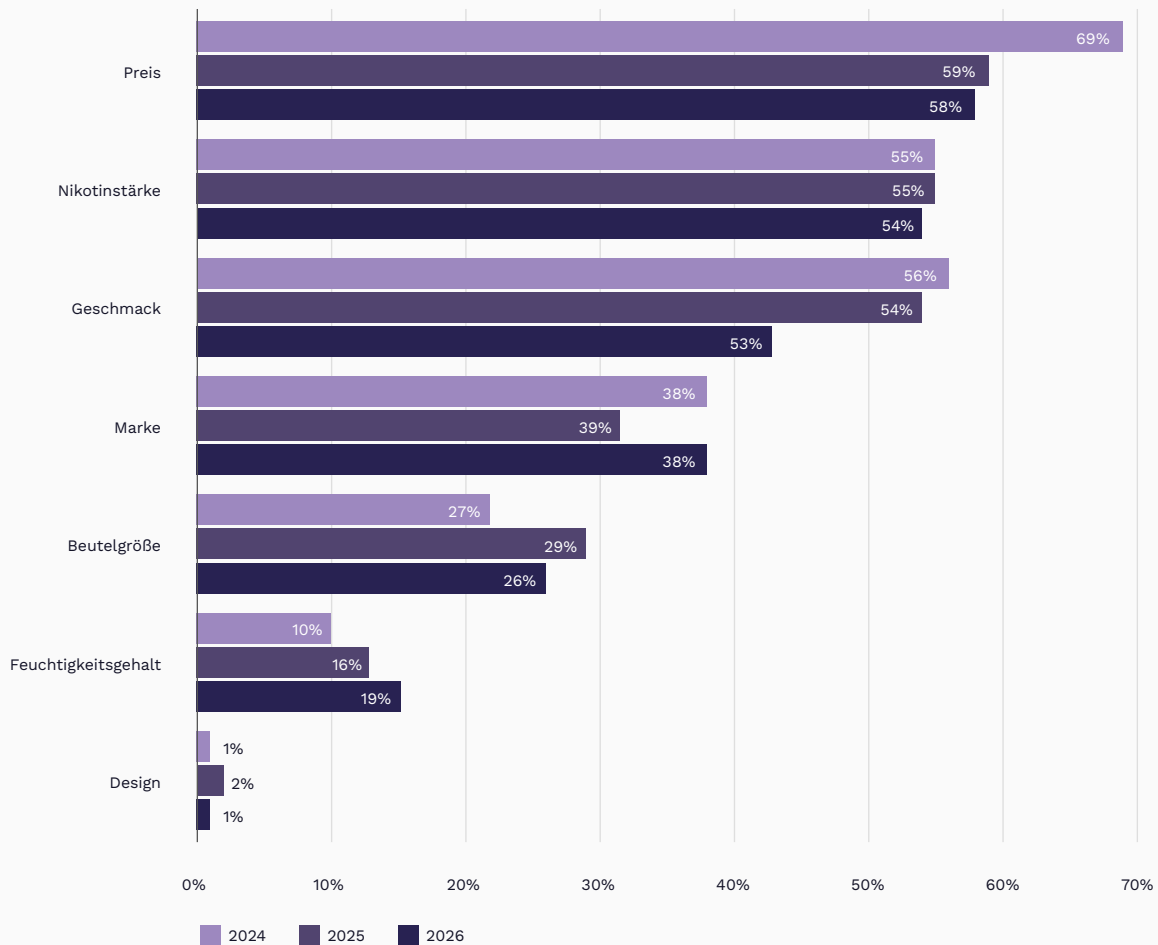
Zwischen 2024 und 2026 sank die Preissensitivität von 69 % auf 58 %, was zeigt,

dass Kaufentscheidungen nicht ausschließlich vom Preis, sondern von mehreren Faktoren abhängen. 2026 legen Frauen leicht mehr Gewicht auf den Preis, während Männer Nikotinstärke und Markenpräferenz stärker berücksichtigen.

Fast vier von zehn Schweizer Konsument:innen (38 %) halten die Marke beim Kauf von Nikotinbeuteln für wichtig. Bei jungen Erwachsenen im Alter von 25–34 Jahren ist dies noch ausgeprägter: Dort messen 50 % der Marke Bedeutung bei.

DER FEUCHTIGKEITSGEHALT GEWINNT AN RELATIVER BEDEUTUNG

Umfragefrage: Wenn Sie den Kauf von Nikotinbeuteln in Betracht ziehen, was sind für Sie die drei wichtigsten Faktoren? Mehrfachnennungen (bis zu drei) möglich.



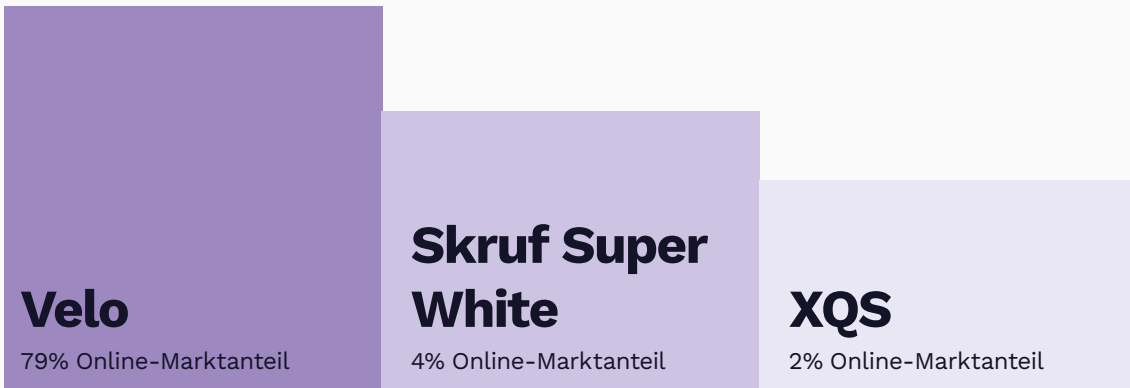
Velo und Siberia sind die größten Marken in der Schweiz

Wie bereits im Jahr 2024 blieb Velo auch 2025 die führende Marke im Schweizer Markt für Nikotinbeutel. Auf Snusmarkt.ch waren Velo (79 %), Skruf Super White (4 %) und XQS (2 %) die meistgekauften Marken und vereinten zusammen 85 % der verkauften Dosen auf sich. Beim Wachstum stach insbesondere XQS hervor, das mit einem Plus von 90 % sowohl Velo als auch Skruf Super White übertraf.

Im traditionellen Snus-Markt führt Siberia mit einem Marktanteil von 36 %, dicht gefolgt von Odens mit 34 %. Während Odens im Jahr 2025 ein Wachstum verzeichnete, gingen die Verkäufe von Siberia leicht zurück, sodass sich der Abstand zwischen den beiden führenden Marken verkleinert hat.

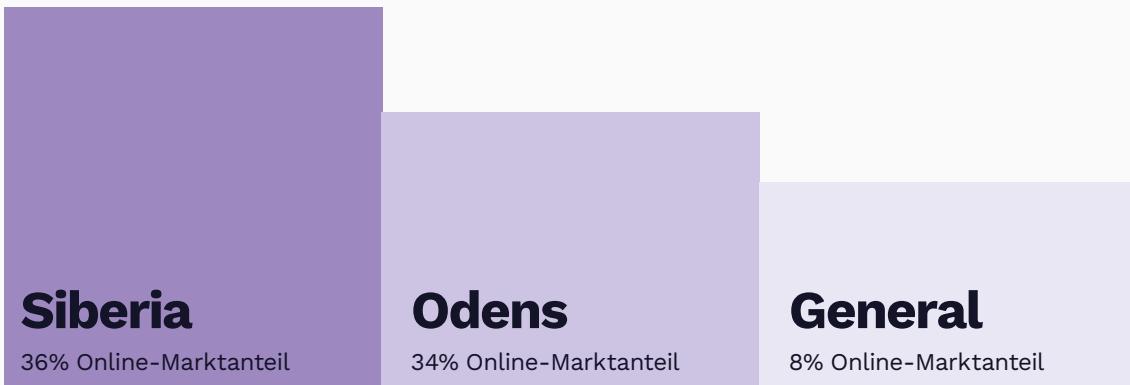
DER MARKENTHRON – NIKOTINBEUTEL

Beliebteste Marken & Online-Marktanteil



DER MARKENTHRON – TABAK SNUS

Beliebteste Marken & Online-Marktanteil

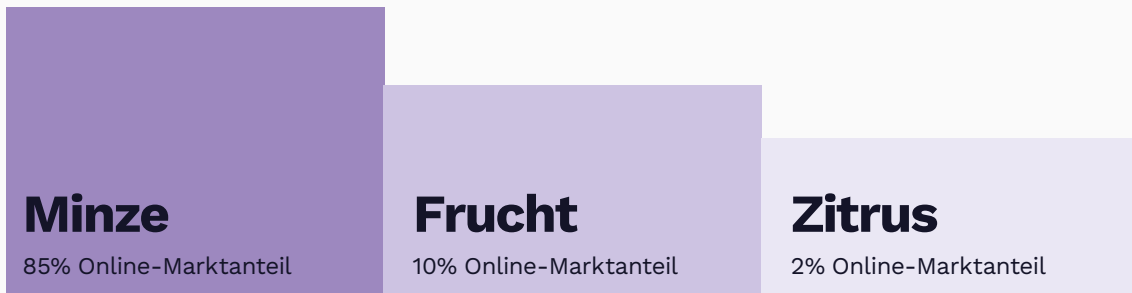


Minze übernimmt die Spitzenposition

Schweizer Konsument:innen bevorzugen sowohl Nikotinbeutel als auch Snus überwiegend mit Minzgeschmack. Minze macht über 85 % der verkauften Dosen in der Schweiz aus. Auf Platz zwei liegen Fruchtaromen (10 %), gefolgt von Zitrus (2 %). Im Segment des traditionellen Snus entfallen 72 % auf Minze, 27 % auf Tabak und 1 % auf Lakritz.

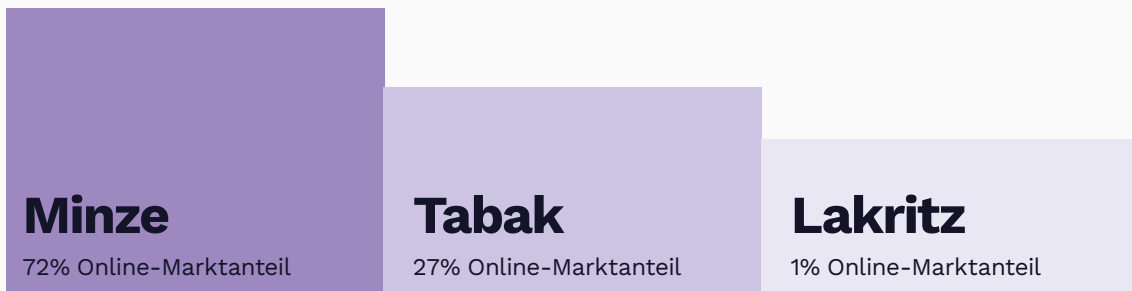
TOP GESCHMACKSRICHTUNGEN – NIKOTINBEUTEL

Beliebteste Geschmacksrichtungen & Online-Marktanteil



TOP GESCHMACKSRICHTUNGEN – TABAK SNUS

Beliebteste Geschmacksrichtungen & Online-Marktanteil



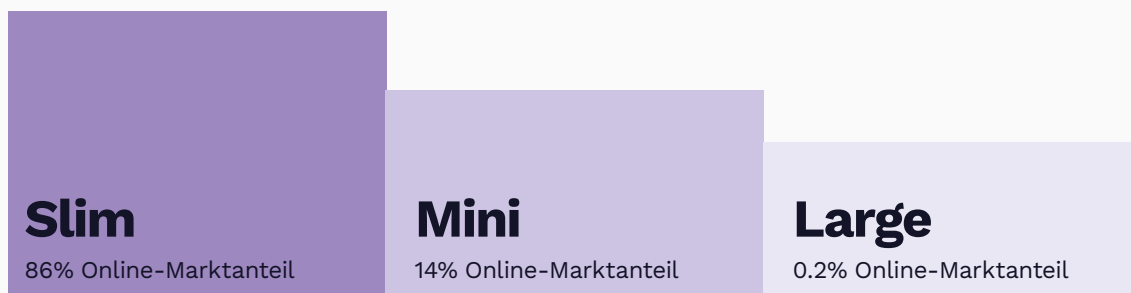
Viele Konsument:innen bevorzugen ‚extra stark‘

Das Sortiment von Snusmarkt umfasst verschiedene Nikotinstärken und Formate, von ‚extra stark‘ bis ‚weniger intensiv‘ sowie von ‚groß‘ bis ‚mini‘. Extra starke Beutel im Slim-Format waren 2025 mit Abstand die bevorzugte Nikotinbeutel-Variante. Fast neun von zehn verkauften Dosen (86 %) waren im Slim-Format, und etwa zwei Drittel (65 %) waren als ‚extra stark‘ klassifiziert, was eine klare Marktdominanz zeigt.

Traditioneller Snus ist auf Snusmarkt.ch in drei Nikotinstärken und vier Beutelgrößen erhältlich. Große Snus-Formate behalten die Dominanz mit 65 %, gefolgt von Slim (30 %) und Mini (4 %). Ähnlich wie bei Nikotinbeuteln ist ‚extra stark‘ die meistgekaufte Stärke.

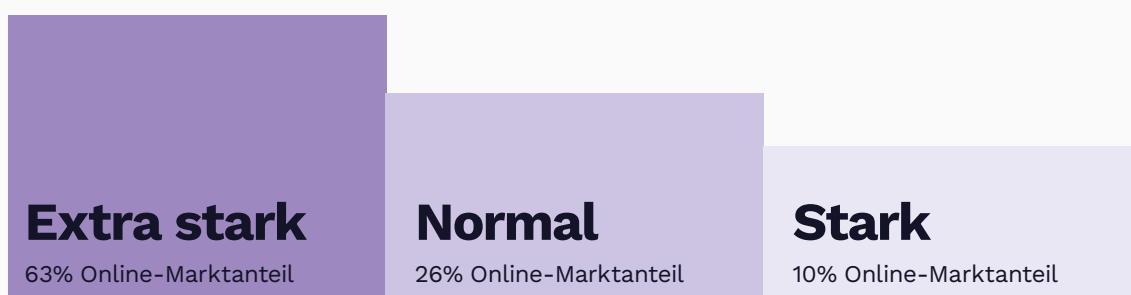
NIKOTINBEUTEL GRÖSSEN 2025 – TOP 3

Beliebteste Formate & Online-Marktanteil



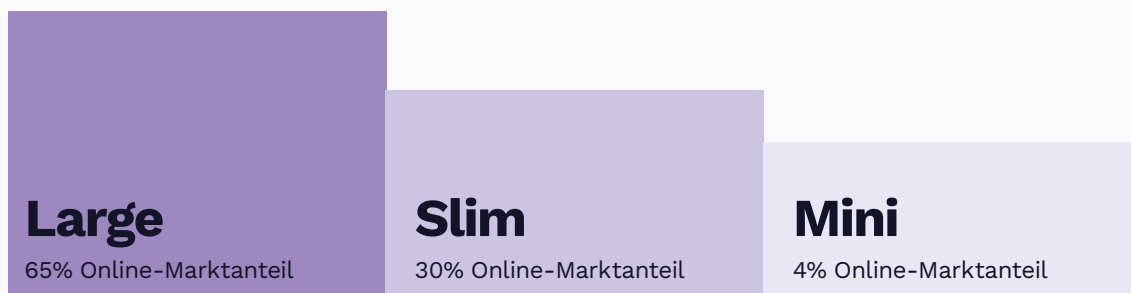
NIKOTINBEUTEL STÄRKEN 2025 – TOP 3

Beliebteste Stärken & Online-Marktanteil



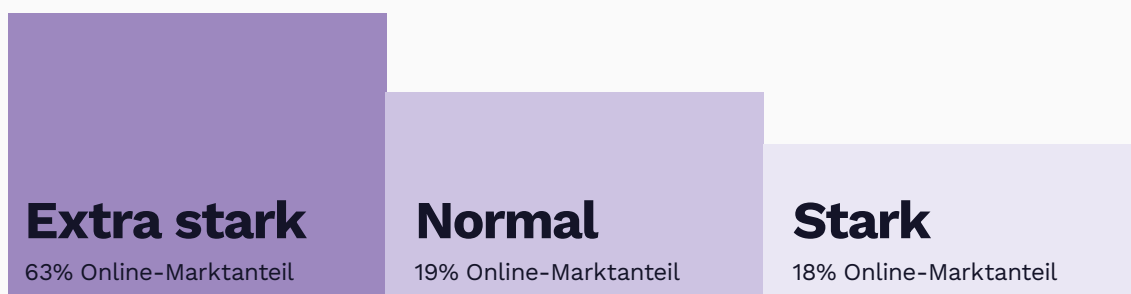
POUCH GRÖSSEN IN TABAK SNUS 2025 – TOP 3

Beliebteste Formate & Online-Marktanteil



NIKOTIN STÄRKEN IN TABAK SNUS 2025 – TOP 3

Beliebteste Stärken & Online-Marktanteil



Die Schweizer Snus- und Nikotinbeutel-Karte

Aargau – Odens Konsument:innen

Im Kanton Aargau ist Odens die zweitmeistgekauftete Marke und damit deutlich verbreiteter als im nationalen Ranking (18. Platz).

Basel – Präferenz für Velo Peppermint

Das beliebteste Produkt der Konsument:innen in Basel ist Velo Crispy Peppermint. Es ist dort deutlich populärer als im nationalen Ranking (3. Platz).

Bern – Geschmackstradition

Zitrus, Schärfe und Kaffee Geschmacksrichtungen werden in Bern weniger gekauft als im nationalen Durchschnitt.

Genève – bevorzugen General

In Genf ist General die zweitmeistgekauftete Marke und damit deutlich verbreiteter als im nationalen Ranking (31. Platz).

Graubünden – Schärfe überholt Zitrus

Im Jahr 2025 rückte Schärfe im regionalen Ranking auf den vierten Platz vor und überholte damit Zitrus.

Luzern – Siberia Konsument:innen

In Luzern ist Siberia die zweitmeistgekauftete Marke und damit deutlich verbreiteter als im nationalen Ranking (17. Platz).

Solothurn – starke Velo Präferenz

Velo ist in Solothurn die meistgekauftete Marke und erzielt ein Verkaufsvolumen, das siebenmal höher liegt als das von Odens.

St. Gallen – Mini vs large Formate

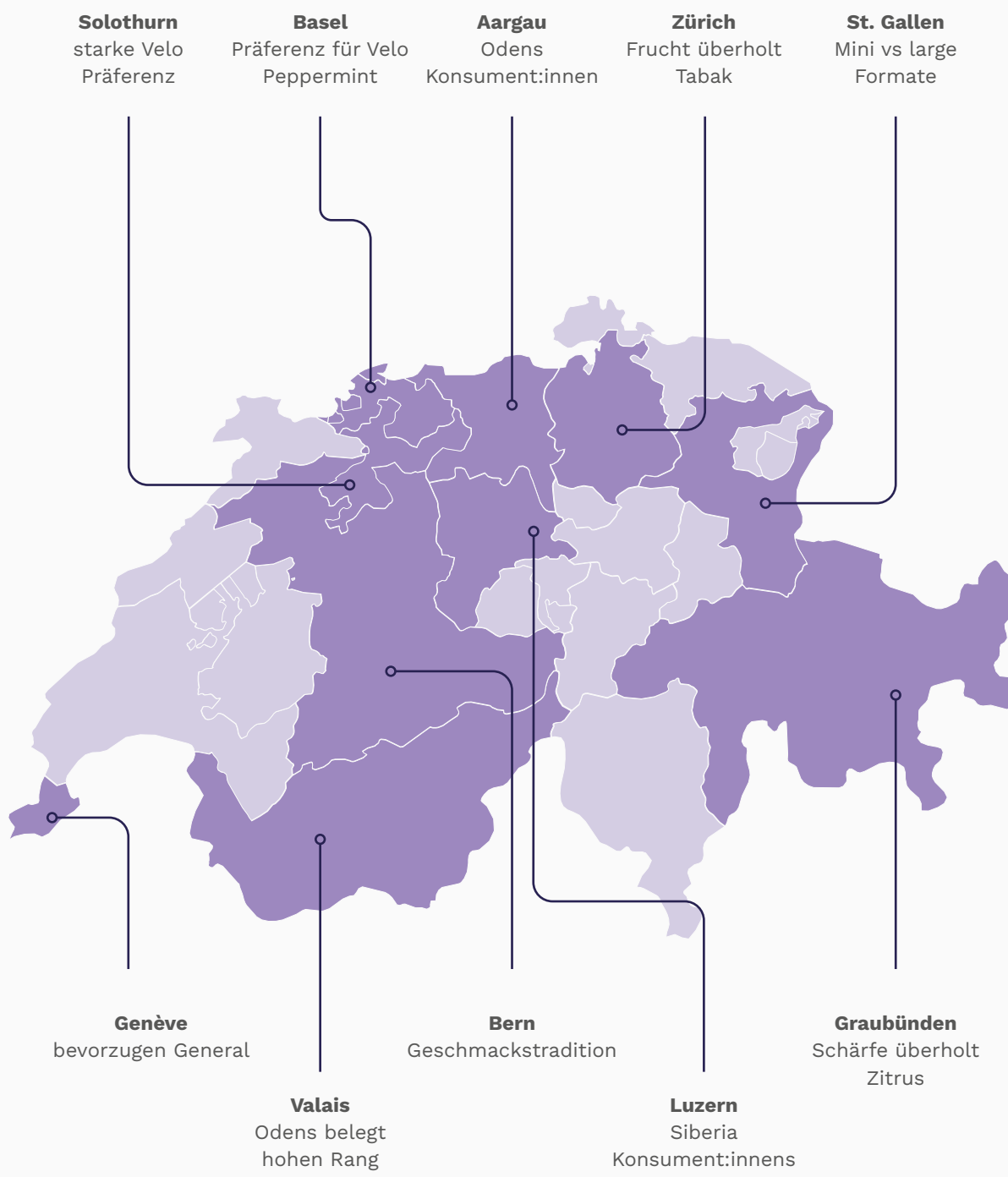
Konsument:innen ab 45 Jahren bevorzugen Mini-Formate gegenüber großen, während jüngere Käufer:innen die gegenteilige Präferenz zeigen.

Valais – Odens belegt hohen Rang

Das drittmeistgekauftete Produkt der Konsument:innen im Wallis ist Odens Cold Dry Extreme Portion. Es ist dort deutlich beliebter als im nationalen Ranking (28. Platz).

Zürich – Frucht überholt Tabak

Im Jahr 2025 rückten Fruchtaromen im regionalen Ranking auf den zweiten Platz vor und überholten damit Tabak.



Anhang mit detaillierten Top-Listen

Marken, Produkte, Geschmacksrichtungen, Formate, Stärken

NIKOTINPORTIONEN

MEISTGEKAUFTEN NIKOTINBEUTEL-MARKEN 2025 – TOP 10

Ranking	Geschmacksrichtung	Veränderung zu 2024
1	Velo	-
2	Skruf Super White	-
3	XQS	+6
4	On!	+1
5	Loop	-1
6	Zone X	-
7	Ace Superwhite	-
8	Edel	NEU
9	Klint	-1
10	Après	+5

POUCH GRÖSSEN NIKOTINBEUTEL 2025 - TOP 3

	Format	Anteil
1	Slim	86%
2	Mini	14%
3	Large	0,2%

STÄRKEN NIKOTINBEUTEL 2025 - TOP 4

	Stärke	Anteil
1	Extra stark	63%
2	Normal	26%
3	Stark	10%
4	Weniger intensiv	1%

MEISTGEKAUFTEN NIKOTINBEUTELPRODUKTE 2025 - TOP 10

Ranking	Dose	Veränderung zu 2024
1	Velo Crispy Peppermint	-
2	Velo Freezing Peppermint	-
3	Velo Green Spearmint	-
4	Velo Freezing Peppermint Max 17mg	-
5	Velo Spiffy Spearmint Mini	-
6	Velo Crispy Peppermint Mini	-
7	Velo Peppermint Storm	-
8	Velo Freezing Peppermint Ultra 14mg	-
9	Skruf Superwhite No.54 Fresh Mint Xtra Strong	-
10	Velo Simply Spearmint Mini	+5

MEISTGEKAUFTEN NIKOTINBEUTEL
GESCHMACKSRICHTUNGEN 2025 - TOP 7

Ranking	Geschmacksrichtung	Veränderung zu 2024	Anteil
1	Minze	-	85%
2	Frucht	-	10%
3	Zitrus	-	2%
4	Schärfe	-	2%
5	Kaffee	-	1%
6	Lakritz	-	0%
7	Tabak	-	0%
8	Andere	-	1%

SCHNUPFTABAK

MEISTGEKAUFTE TABAK SNUS MARKEN 2025 - TOP 10

Ranking	Marken	Veränderung zu 2024
1	Siberia	-
2	Odens	-
3	General	-
4	Skruf	-
5	Ettan	+2
6	Göteborgs Rapé	+2
7	G.3	+2
8	XR	-2
9	Lundgrens	+1
10	Grov	+7

MEISTGEKAUFTE TABAK SNUS PRODUKTE 2025 - TOP 10

Ranking	Produkt	Veränderung zu 2024
1	Odens Cold Dry Extreme Portion	-
2	Siberia -80 Degrees White Dry Portion	-
3	Siberia -80 Degrees Slim White Dry Portion	-
4	Odens Cold Slim Extreme White Dry Portion	-
5	Odens Cold Extreme White Portion	+1
6	General White Portion	+2
7	General Portion	-
8	Siberia -80 Mini White Dry Portion	-3
9	Skruf No.23 White Strong	+5
10	Skruf No.28 Portion Strong	-1

POUCH GRÖSSEN TABAK SNUS 2025 - TOP 4

Ranking	Format	Veränderung zu 2024	Anteil
1	Large	-	65%
2	Slim	-	30%
3	Mini	-	4%
4	Loose	-	2%

STÄRKEN TABAK SNUS 2025 - TOP 3

Ranking	Stärke	Veränderung zu 2024	Anteil
1	Extra stark	-	63%
2	Normal	-	19%
3	Stark	-	18%

Über Snusmarkt.ch

Snusmarkt.ch ist der grösste Snus-Shop der Schweiz. Die Website bietet 700 verschiedene Sorten von Nikotinportionen oder Snus und bietet praktisch alle verfügbaren Marken. Snusmarkt.ch verkauft Snus, der mit dem Snusmarkt-Abonnement direkt zu Ihnen nach Hause geliefert wird.

Snus ist ein Produkt für Erwachsene

Die Verantwortung von Snusmarkt.ch als grösster Schweizer Händler von Snus, Nikotinbeutel und anderen Nikotinprodukten ist gross. Snusmarkt.ch setzt sich dafür ein, dass junge Menschen nicht mit dem Rauchen beginnen. Die Altersgrenze für den Kauf von Tabakwaren durch Minderjährige ist zentral. Die meisten Gewohnheitsraucher haben in ihrer Jugend mit dem Rauchen begonnen - wenn es gelingt, die Jugend vom Tabakkonsum freizuhalten, ist das Risiko, dass junge Erwachsene im späteren Leben mit dem Rauchen beginnen, sehr gering.

Snusmarkt.ch arbeitet mit Behörden, Politikern und Organisationen zusammen, um sicherzustellen, dass eine nationale Altersgrenze von 18 Jahren von allen Anbietern in der Schweiz eingehalten wird. Snusmarkt.ch setzt sich auch aktiv dafür ein, dass alle Marketingmaterialien und Produktausstellungen den geltenden Gesetzen und Vorschriften entsprechen.

