

09/26

SOCIAL PROOF REPORT

NIKOTIN



AUSGABE

13



social-proof.org
kontakt@social-proof.org

PSYCHOLOGISCHE TRENDS

AUS DER DIGITALEN JUGENDKULTUR FÜR SCHULE & WORKSHOPS

Es schmeckt nach **Wassermelone, Mango** oder **Cola** statt nach **Rauch**. Eine **Vape** passt in die Handfläche, ein Nikotinbeutel (auch "**Snus**" genannt) verschwindet unter der Oberlippe. Kein Feuerzeug, keine Asche, kaum verräterischer Geruch. **Nikotin kann heute auf dem Schulhof auftauchen und sieht dabei nicht nach Rauchen aus.**

Über Jahrzehnte rauchten immer weniger Jugendliche klassische Zigaretten. In den vergangenen Jahren hat sich dieser Trend jedoch verändert: Im Vergleich zu den frühen 2020er-Jahren greifen wieder **mehr Jugendliche zu Zigaretten**. Gleichzeitig haben sich Vapes im Alltag junger Menschen etabliert, und auch Nikotinbeutel werden häufiger ausprobiert.¹

Der **Suchtstoff** ist derselbe geblieben, sein Auftritt hat sich aber verändert. **E-Zigaretten** kommen in tausenden **Geschmacksrichtungen**, mit **bunten Verpackungen und Designs**, die eher an **Süßigkeiten** erinnern als an eine Zigaretzenschachtel.² **Nikotinbeutel** funktionieren **noch unauffälliger**. Es gibt Produkte mit süßen Aromen, Lifestyle-Branding und Werbung über Social Media und Influencer:innen. Manche Kampagnen spielen sogar gezielt damit, dass sich die Beutel **diskret in Schulen** oder an rauchfreien Orten verwenden lassen.³ Auch in Deutschland ist **Nikotinmarketing auf Social Media Teil von Jugendkultur** geworden. Eine Untersuchung des Deutschen Krebsforschungszentrum zeigt etwa, dass E-Zigaretten und Shisha-Produkte im Umfeld von Rap und Social Media immer wieder als Teil eines bestimmten Lifestyles inszeniert werden.⁴

Es reicht immer weniger, über „Rauchen“ zu sprechen, wenn Jugendliche Nikotin dampfen, unter die Lippe schieben oder zwischen verschiedenen Produkten wechseln. Deshalb schauen wir etwas genauer darauf, wie Nikotinkonsum gerade seinen Look verändert, warum sich das Marketing von Vapes und Snus gezielt an eine junge Zielgruppe richtet und welche Rolle Social Media dabei spielt.



Snus sind Nikotinbeutel.
Bei Vapes werden Liquids
verdampft.

RELEVANZ DES THEMAS

Wer die Entwicklung des Nikotinkonsums junger Menschen verstehen will, muss den Blick etwas von der klassischen Zigarette lösen. 2025 bezeichneten sich 9,6 % der 12- bis 17-Jährigen als Raucher, 2021 waren es 6,1 %. **Damit ist der Anteil rauchender Jugendlicher nach einem jahrzehntelangen Rückgang zuletzt wieder gestiegen.**¹ Betrachtet man den Konsum in den 30 Tagen vor der Befragung, hatten 7,9 % der Jugendlichen Zigaretten geraucht. Bei E-Zigaretten lagen die Werte ähnlich hoch: 7,3 % hatten Mehrweg-E-Zigaretten und 5,5 % Einweg-Vapes genutzt.¹

Gerade bei **Vapes** hat sich in kurzer Zeit viel bewegt. Seit 2021 ist der **Konsum unter Jugendlichen deutlich gestiegen**, bei Mädchen sogar besonders stark. Fast alle Konsument:innen verwenden dabei **nikotinhaltige Liquids**.¹ Vapes sind damit zu einem wichtigen Bestandteil des Nikotinkonsums Jugendlicher geworden.

Auch bei dem, was auf dem Schulhof häufig einfach „**Snus**“ genannt wird, lohnt sich ein genauerer Blick. Echter Snus enthält Tabak. Viele der heute verbreiteten Beutelchen sind dagegen tabakfreie Nikotinbeutel. **In Deutschland darf Snus nicht verkauft werden**, Nikotinbeutel werden von den Behörden ebenfalls nicht als regulär verkehrsfähiges Produkt behandelt.

Trotzdem kommen Jugendliche über **Online-Shops** oder **andere Wege** an die Produkte. Der Anteil der 12- bis 17-Jährigen, die Nikotinbeutel bereits ausprobiert haben, ist in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen.^{1 5} Das Bundesinstitut für Risikobewertung weist darauf hin, dass hochdosierte Beutel Nikotinspiegel im Blut erzeugen können, die sogar über denen nach einer Zigarette liegen.⁵

Eine Zigarette zu rauchen benötigt Zeit, hinterlässt einen bestimmten Geruch und muss aufgrund des Rauchverbots oft draußen stattfinden. An einer **Vape** lässt sich **zwischendurch ziehen**. Ein **Nikotinbeutel** kann **minutenlang unter der Lippe liegen**, ohne dass Außenstehende etwas davon bemerken. Dass genau diese Unauffälligkeit vermarktet wird, beschreibt auch die WHO: Bei Nikotinbeuteln taucht Werbung auf, die den diskreten Konsum in Schulen und an rauchfreien Orten ausdrücklich als Vorteil inszeniert.³

Das Angebot an Nikotinprodukten ist breiter geworden und einzelne Produkte lösen sich immer stärker vom alten Bild der Zigarette. Warnungen vor dem Rauchen erreichen Jugendliche kaum noch, wenn das Produkt in ihrer Hand nach Wassermelone schmeckt oder komplett unter der Oberlippe verschwindet.

PSYCHOLOGISCHE EINORDNUNG

Nikotin erreicht das Gehirn schnell und bindet dort an **nikotinische Acetylcholinrezeptoren**. Dadurch wird unter anderem im Belohnungssystem **Dopamin** ausgeschüttet, was den Konsum kurzfristig verstärkend wirken lässt. Bei wiederholtem Konsum setzt ein **Lernprozess** ein: Das Gehirn verknüpft die Wirkung von Nikotin zunehmend mit den Situationen, in denen konsumiert wird. Über diese **Assoziationsbildung** können bestimmte Orte, Zeiten oder Gefühle später selbst Verlangen nach Nikotin auslösen. Die Pause in der Schule, der Weg zur Bushaltestelle, Zocken am Abend oder Stress vor einer Klausur werden so zu Hinweisreizen, die den Wunsch nach einer Vape oder einem Nikotinbeutel triggern können.⁶

Bei Jugendlichen ist das besonders gefährlich, weil sich das Gehirn noch in Entwicklung befindet. Nikotin greift in Prozesse ein, über die sich Nervenzellen miteinander verschalten und Kommunikationswege im Gehirn stabilisieren. Betroffen sind unter anderem Systeme, die für Aufmerksamkeit, Lernen, Stimmung und Impulskontrolle wichtig sind. Wiederholter Nikotinkonsum kann dadurch verändern, wie empfindlich das Gehirn auf **Belohnungsreize** reagiert und wie stark bestimmte Situationen mit dem Wunsch nach Nikotin verknüpft werden. Hinweise auf eine Abhängigkeit können bei jungen Menschen deshalb schon auftreten, bevor täglich konsumiert wird.⁶

Bei modernen Vapes kommt hinzu, dass Nikotinsalze hohe Nikotinmengen ermöglichen weil sie beim Vapen **weniger im Hals kratzen** als einfaches Nikotin.⁷ Bei Zigaretten gibt es einen klareren Anfang und ein Ende: anzünden, rauchen, ausdrücken. **An einer Vape kann über den ganzen Nachmittag immer wieder kurz gezogen werden.** Dadurch wiederholt sich die Verbindung aus Situation, Verhalten und Nikotinwirkung besonders häufig. Über assoziatives Lernen können bestimmte Situationen zunehmend selbst Verlangen auslösen, während sich der Griff zur Vape immer stärker als Gewohnheit festigt. Häufigerer Konsum geht bei Jugendlichen wiederum mit mehr **Abhängigkeitssymptomen** einher.

Ein weiterer Punkt ist die Wirkung, die Konsument:innen selbst wahrnehmen. Nikotin kann **kurzfristig anregend** wirken und wird teilweise als **beruhigend** oder **konzentrationsfördernd** erlebt. Bei regelmäßigem Konsum kann daraus ein **Kreislauf** entstehen. Sinkt der Nikotinspiegel, können Unruhe, Gereiztheit, Konzentrationsprobleme oder ein starkes Verlangen auftreten. Der nächste Konsum lindert diese Entzugssymptome kurzfristig. Dadurch kann sich die Vape irgendwann so anfühlen, als würde sie gegen Stress helfen, obwohl ein Teil dieser Anspannung bereits mit der Abhängigkeit zusammenhängt.⁷ Gerade wenn Nikotin fest mit Lernpausen, Langeweile oder belastenden Situationen verbunden wird, bekommt der Konsum eine **Funktion im Alltag**.

PSYCHOLOGISCHE EINORDNUNG

Dazu kommt die **soziale Ebene**. Jugendliche müssen nicht aktiv zum Vapen überredet werden, damit eine Gruppe Einfluss hat. Wenn Freund:innen vapern oder das Produkt regelmäßig im eigenen Umfeld auftaucht, kann sich die Wahrnehmung davon verschieben, wie normal und verbreitet der Konsum eigentlich ist. Eine aktuelle Meta-Analyse prospektiver Studien zeigt einen **deutlichen Zusammenhang zwischen dem Vapen im Freundeskreis und dem eigenen späteren Konsum**.⁸ Das passt zu einem klassischen Mechanismus **sozialen Lernens**: Wir orientieren uns daran, was Menschen tun, die für uns relevant sind, und welche Reaktionen sie dafür bekommen.

Auch **Social Media** kann diese Wahrnehmung verschieben. Wenn Vapes immer wieder mit Musik, Lifestyle, Humor oder bestimmten Creator:innen verbunden werden, rückt der Bezug zu Rauchen und gesundheitlichen Risiken in den Hintergrund. Das Produkt kann dadurch stärker als Teil von Alltag, Identität und Zugehörigkeit wahrgenommen werden.⁹



Vapes sind in so vielen Geschmacksrichtungen verfügbar, dass es Reviews gibt und sogar Parodien.

RESSOURCEN & ABSCHLUSS

Wenn Vapes oder Nikotinbeutel regelmäßig Teil des Schulalltags werden, hilft ein genauer Blick auf den Konsum. Wie oft wird konsumiert? In welchen Situationen? Wird die Vape gezielt bei Stress, Langeweile oder zum Konzentrieren genutzt? Und was passiert, wenn für ein paar Stunden kein Nikotin verfügbar ist? Gerade bei Jugendlichen können erste Anzeichen einer Abhängigkeit schon auftreten, bevor täglich konsumiert wird.⁶

Für Schule und Elternhaus heißt das vor allem, **Konsum früh und sachlich anzusprechen.** Ein reines Verbot auf dem Schulgelände löst eine bereits entstandene Abhängigkeit nicht. Wer merkt, dass Verzicht schwerfällt, sollte wissen, wo Unterstützung erreichbar ist. Das BIÖG bietet eine kostenlose Beratung zum Rauchstopp an. Über DigiSucht und das Suchthilfeverzeichnis der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen lassen sich professionelle Beratungsangebote finden, darunter auch Angebote für junge Menschen und Angehörige.

Auch Eltern können sich beraten lassen, selbst wenn ihr Kind noch keine Hilfe möchte. ELSA bietet speziell für Eltern von suchtgefährdeten oder abhängigen Kindern und Jugendlichen eine kostenlose Online-Beratung an. Ein früher Gesprächsanlass kann dabei schon die Beobachtung sein, dass Nikotin immer häufiger gebraucht wird, um durch Schule, Stress oder Langeweile zu kommen.



Vapes, Snus, Shisha: Nikotinprodukte sind auch fester Teil der Popkultur. So werden z.B. Streamer mit Vapes assoziiert oder es werden Songs produziert, die nach Vape-Marken benannt sind.

RESSOURCEN & ABSCHLUSS

INFOKASTEN ANLAUFSTELLEN & QUELLEN



Anlaufstellen:

- Nummer gegen Kummer: Kinder- und Jugendtelefon 116 111, kostenlose und anonyme Beratung für Kinder, Jugendliche und Eltern.
- krisenchat: kostenlose Chatberatung für junge Menschen unter 25: krisenchat.de
- DigiSucht: kostenlose digitale Suchtberatung für Betroffene und Angehörige: suchtberatung.digital
- ELSA Elternberatung: kostenlose Online-Suchtberatung speziell für Eltern von suchgefährdeten oder abhängigen Kindern und Jugendlichen: elternberatung-sucht.de
- DHS-Suchthilfeverzeichnis: Suche nach Suchtberatungsstellen vor Ort: suchthilfeverzeichnis.de
- rauchfrei-info: Informationen und Beratung zum Rauchstopp, Telefonberatung: 0800 8 31 31 31
- JUUUPORT: Onlineberatung bei Cybermobbing und digitalen Problemen: juuport.de
- Internet-Beschwerdestelle: Meldung rechtswidriger Inhalte im Internet: internet-beschwerdestelle.de
- Klicksafe: Informationen und Materialien zu Risiken und Prävention in digitalen Lebenswelten: klicksafe.de

Quellen:

1. Orth, B., & Nitzsche, A. (2026). Die Drogenaffinität Jugendlicher und junger Erwachsener in Deutschland 2025. Teilband Tabak und andere nikotinhaltige Produkte. BIÖG-Forschungsbericht. Bundesinstitut für Öffentliche Gesundheit. <https://doi.org/10.17623/BIOEG:Q3-DAS25-TAB-DE-1.0>
2. World Health Organization. (2025). World No Tobacco Day 2025: Unmasking the appeal. [World No Tobacco Day 2025](https://www.who.int/campaigns/world-no-tobacco-day/2025)
3. World Health Organization. (2026). Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches. World Health Organization. [Exposing marketing tactics and strategies driving the global growth of nicotine pouches](https://www.who.int/publications/m/item/exposing-marketing-tactics-and-strategies-driving-the-global-growth-of-nicotine-pouches)
4. Heidt, C., Dal, M. S., Graen, L., Ouédraogo, N., & Schaller, K. (2026). Tobacco and e-cigarette promotion on social media: The case of German rap music. Tobacco Control, 35(1), 107–109. [Tobacco and e-cigarette promotion on social media: the case of German rap music](https://doi.org/10.1136/tobacco-2025-027107)
5. Bundesinstitut für Risikobewertung. (2022). Gesundheitliche Bewertung von Nikotinbeuteln (Nikotinpouches): Aktualisierte Stellungnahme Nr. 023/2022 des BfR vom 7. Oktober 2022. <https://doi.org/10.17590/20211221-131258>
6. Centers for Disease Control and Prevention. (2025, January 31). Health effects of vaping. [Health Effects of Vaping](https://www.cdc.gov/tobacco/e-cigarettes/health-effects-of-vaping/)
7. Centers for Disease Control and Prevention. (2024, October 17). Why youth vape. <https://www.cdc.gov/tobacco/e-cigarettes/why-youth-vape.html>
8. Luu, N.-M., Bui, T.-T., Phan, H. T., & Oh, J.-K. (2025). Peer influence and use of electronic cigarettes among adolescents and young adults: A meta-analysis of prospective studies. Asian Pacific Journal of Cancer Prevention, 26(6), 2215–2223. [Peer Influence and Use of Electronic Cigarettes among Adolescents and Young Adults: A Meta-Analysis](https://doi.org/10.31557/APJCP.2025.26.6.2215)
9. Lee, J., Suttiratana, S. C., Sen, I., & Kong, G. (2023). E-cigarette marketing on social media: A scoping review. Current Addiction Reports, 10(1), 29–37. <https://doi.org/10.1007/s40429-022-00463-2>

Vielen Dank für euren
Einsatz für eine bessere
mentale Gesundheit von
Schüler:innen!



MENTAL²

Der Social Proof Report ist Teil des Mental²-
Kooperationsprojektes zwischen der Techniker
Krankenkasse, Kopfsachen e.V. und Social Proof.

SOCIAL PROOF REPORT DER NEWSLETTER ZUR MENTALEN GESUNDHEIT JUNGER MENSCHEN