

Das Tabakwerbeverbot rettet Leben – deshalb sofort umsetzen!

- **Wissenschaftler fordern schnelles Tabakwerbeverbot ohne Ausnahmen**
- **Auch Werbung für E-Zigaretten animiert Jugendliche zum Konsum**

Das Bündnis „Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten“ (DANK) aus 22 Wissenschaftsorganisationen drängt auf eine schnelle Erarbeitung und Verabschiedung eines Gesetzes zum Tabakwerbeverbot. Seit Wochen verzögert eine Gruppe von Abgeordneten innerhalb der CDU/CSU-Fraktion den Entscheidungsprozess. „Nach jahrelangem Stillstand ist nun eine zügige Erarbeitung eines Gesetzentwurfs und die Verabschiedung des Gesetzes noch in dieser Legislaturperiode überfällig“, sagt Dr. Ute Mons vom Deutschen Krebsforschungszentrum in Heidelberg. „Weitere Verzögerungen spielen nur der Tabakindustrie in die Hand, die ihre Werbeausgaben schon in den letzten Jahren enorm nach oben getrieben hat.“

„Wir begrüßen sehr, dass sich nun auch Ernährungsministerin Julia Klöckner für ein Werbeverbot einsetzt, das E-Zigaretten einschließt“, sagt Mons. Studien zur Wirkung von E-Zigaretten-Werbung auf junge Menschen weisen darauf hin, dass diese die Bereitschaft von Jugendlichen steigert, solche Produkte auszuprobieren (1). Diesen Zusammenhang findet auch eine Studie mit 6500 deutschen Teenagern (2). „Ein Außenwerbeverbot für E-Zigaretten ist gesundheitspolitisch sinnvoll“, betont Mons. Die Debatte um die Einbeziehung der E-Zigaretten in das Werbeverbot sollte nicht dazu benutzt werden, den Gesetzentwurf weiterhin zu verzögern.“ Mehr als die Hälfte der Bevölkerung befürwortet ein vollständiges Werbeverbot für E-Zigaretten – sogar fast jeder zweite Raucher (3).

Laut Tabakrahmenkonvention der Vereinten Nationen und Beschluss des Bundestages hätte die Regierung schon bis 2010 ein umfassendes Tabakwerbeverbot erlassen müssen. Eine weitere Verzögerung würde die Tabakindustrie wie in den vergangenen Jahren dafür nutzen, noch mehr Werbung für ihre Produkte zu machen und mehr Jugendliche zum Tabakkonsum verführen. Laut dem aktuell erschienenen Drogen- und Suchtbericht der Drogenbeauftragten lagen die Werbeausgaben der Tabakindustrie im Jahr 2017 so hoch wie noch nie. Mit fast 250 Millionen Euro waren sie um rund 15 Prozent höher als im Vorjahr.

Studien zu E-Zigarettenwerbung:

(1) Collins L et al. (2019) E-Cigarette Marketing and Communication: How E-Cigarette Companies Market E-Cigarettes and the Public Engages with E-cigarette Information. *Nicotine Tob Res* 21: 14-24

(2) Hansen J, Hanewinkel R & Morgenstern M (2018) Electronic cigarette marketing and smoking behaviour in adolescence: a cross-sectional study. *ERJ Open Research* 4

(3) Kastaun S, Kotz D (2019) Should advertising for electronic cigarettes and heated tobacco products be banned in Germany? Results of a representative survey (DEBRA study). *Bundesgesundheitsblatt, Gesundheitsforschung, Gesundheitsschutz*. 2019;62(11):1391-1396