

Wissenschaftler warnen: Schädliche Tabakwerbung bleibt trotz Verbot präsent

- **Kritik an Ausnahme für Werbung in Supermärkten und Tankstellen**
- **Junge Menschen werden weiterhin Tabakwerbung ausgesetzt**
- **Besonders perfide Aktion von British American Tobacco**

Die Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten DANK begrüßt den heutigen Beschluss des Bundesrats, in Deutschland als letztem Land der Europäischen Union Tabakwerbung auf Plakaten zu verbieten. „Das Problem ist aber damit noch nicht gelöst“, sagt Katrin Schaller vom Deutschen Krebsforschungszentrum. Denn die Werbung am „Verkaufsort“ bleibt weiterhin erlaubt – also auch in Supermärkten, Schreibwarengeschäften oder Tankstellen. „Tabakwerbung wird im öffentlichen Raum präsent bleiben“, warnt Schaller, „für einen konsequenten Schutz der Bevölkerung braucht es ein deutlich konsequenteres Verbot.“

Problematisch sind zudem die Schonfristen für Tabakerhitzer (bis 2023) und E-Zigaretten (2024). Auch Promotion für diese Produkte wird weiterhin möglich sein, also Aktionen, die auch junge Menschen gezielt zum Tabakkonsum animieren. So zieht etwa British American Tobacco derzeit mit einem Riesenrad durch die Republik, in dem nur (volljährige) Raucher (kostenlos) mitfahren dürfen. Besonders perfide erscheint: In Berlin platzierte der Konzern das Werbemittel in einem besonders armen Stadtteil, in dem sich viele junge Menschen sonst eine solche Vergnügung selten leisten können.

Dennoch ist eine solche Werbe-Aktion für Tabakprodukte auch in Zukunft legal. „Es ist davon auszugehen, dass die Hersteller in den nicht beschränkten Bereichen umso intensiver werben werden“, sagt Schaller. Um das Risiko für einen Raucheinstieg von Jugendlichen weiter zu verringern und Rauchern den Ausstieg zu erleichtern, braucht es daher ein umfassendes Verbot für alle Formen der Tabakwerbung, auch am Verkaufsort und für Promotion und Sponsoring.