



**Deutsche Akademie
für Kinder- und
Jugendmedizin e.V.**

Dachverband der kinder- und
jugendmedizinischen Gesellschaften

Deutsche Kinder- und Jugendärzte fordern umfassendes Werbeverbot für alle Tabak- und E-Nikotinprodukte

Berlin, den 19.02.2019

Gesundheitspolitiker aus allen Bundestagsfraktionen diskutieren derzeit ein umfassendes Tabakaußenwerbeverbot auch für Deutschland. Die Deutsche Akademie für Kinder- und Jugendmedizin (DAKJ) als Dachverband der kinder- und jugendmedizinischen Verbände und Gesellschaften freut sich sehr über diese Initiativen, denn die deutschen Kinder- und Jugendärzte fordern schon seit langem ein umfassendes Tabakwerbeverbot.

Deutschland ist das einzige Land in der Europäischen Union, in dem Tabakwerbung mit großflächiger Außenwerbung auf Plakaten oder im Kino noch erlaubt ist“, so Prof. Dr. med. Hans-Iko Huppertz, Generalsekretär der DAKJ. Damit verstößt die Bundesregierung gegen das auch von Deutschland unterzeichnete internationale Tabak-Rahmenabkommen der Weltgesundheitsorganisation WHO (FCTC). Insbesondere auf Kinder und Jugendliche hat Werbung einen starken Einfluss. Je häufiger Kinder und Jugendliche mit Tabakwerbung in Kontakt kommen, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie in ihrem Leben später Tabakprodukte konsumieren und entsprechende Abhängigkeiten entwickeln. Das belegen mittlerweile zahlreiche Studien, die zeigen, dass insbesondere junge Menschen auf Tabakwerbung reagieren: Von den 15- bis 17-jährigen Jugendlichen und den jungen Erwachsenen zwischen 18 und 30 Jahren bemerken etwa drei Viertel Tabakwerbung, von den über 60-Jährigen hingegen nur etwa die Hälfte der Befragten.

Neben dem Freundeskreis ist Zigarettenwerbung heute der häufigste Grund für junge Menschen, mit dem Rauchen anzufangen. Stärker als bei anderen Produkten haben Studien eine klare Verbindung zwischen der Wahrnehmung von Zigarettenwerbung und dem Rauchverhalten festgestellt. Wer viel mit Zigarettenwerbung konfrontiert war, hatte doppelt so oft schon einmal geraucht und sogar dreimal so oft im letzten Monat unmittelbar nach der Schaltung der Werbung.

Bereits im April 2016 wurde im Bundestag ein Gesetzesentwurf vorgelegt, der Außenwerbung für Tabakprodukte in Deutschland ab 2020 umfassend verbieten sollte. In Ländern mit umfassenden Tabakwerbeverboten ist ein deutlich größerer Rückgang des Tabakkonsums über alle Altersklassen zu verzeichnen als in Ländern ohne Tabakwerbeverbote. Laut WHO kann ein Verbot von Tabakwerbung zu einem Rückgang des Tabakkonsums um ca. sieben Prozent führen. In anderen europäischen Ländern mit umfassenden Tabakwerbeverboten ist die Raucherquote insbesondere unter Jugendlichen mittlerweile deutlich zurückgegangen. *Allerdings funktioniert das vor allem dann, wenn Werbeverbote auch wirklich lückenlos sind. Solange es bei partiellen Verboten bleibt, wie bisher in Deutschland, zeigt sich kaum eine Änderung im Rauchverhalten.*

„Es ist nicht nachvollziehbar, warum öffentliche Präventionskampagnen der Bundesregierung vom Tabakkonsum abraten, die Tabakindustrie aber ihre Produkte weiter bewerben darf“, so Prof. Hans-Iko Huppertz. Auch die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Frau Marlene Mortler, fordert, dass Deutschland den anderen EU-Ländern folgen und endlich ein umfassendes Werbeverbot für alle Tabakprodukte beschließen muss, einschließlich der seit einigen Jahren mit großem Werbeaufwand auf den Markt eingeführten sogenannten E-Zigaretten. Seit 2006 sind E-Zigaretten im europäischen

Raum präsent. Mit Tabakerhitzern drängen seit 2017 neue elektronische Tabakprodukte auf den Markt. Und weitere E-Nikotinprodukte (z.B. Hybride zwischen E-Zigaretten und E-Tabakerhitzern) sind bereits in der Entwicklung. Gerade diese „modernen“ Produkte erfreuen sich bei Kindern und Jugendlichen einer großen Beliebtheit. Ganz aktuell hat die American Academy of Pediatrics in einer umfangreichen Studie darauf hingewiesen, dass bei Kindern und Jugendlichen E-Zigaretten häufig einen Einstieg in den späteren Konsum herkömmlicher Zigaretten darstellen und im Dampf von E-Zigaretten ebenfalls gesundheitsgefährdende Stoffe und zahlreiche andere Substanzen enthalten sind, deren genaue Effekte noch gar nicht bekannt sind, weil Langzeitstudien fehlen:

<http://pediatrics.aappublications.org/content/pediatrics/143/2/e20183652.full.pdf>

Es wäre deshalb absolut kontraproduktiv, sollten nunmehr E-Zigaretten und weitere E-Nikotinprodukte von einem Werbeverbot ausgenommen werden, wie es derzeit von Teilen der Politik erwogen wird.

Prof. Hans-Iko Huppertz: „Öffentliche Werbung für Tabakprodukte erschwert nachhaltig eine wirksame Prävention vor den Gefahren des Tabakkonsums. Die medizinische Forschung hat gezeigt, dass der Organismus von Kindern und Jugendlichen gegenüber Schadstoffbelastungen signifikant sensibler ist, als der von Erwachsenen und deshalb eines besonderen Schutzes bedarf. Gerade bei der Prävention müssen Kinder und Jugendliche im Vordergrund stehen.“

Die Deutsche Akademie für Kinder- und Jugendmedizin ist der Dachverband der kinder- und jugendmedizinischen Gesellschaften und Verbände Deutschlands. Sie koordiniert die gemeinsamen gemeinnützigen Ziele und Aufgaben der verschiedenen Fachgesellschaften und Verbände, die sich im Interesse der Kinder- und Jugendmedizin unter ihrem Dach zusammengeschlossen haben. Sie vertritt diese nach außen durch fortlaufende Erstellung und Umsetzung eines verbindlichen Katalogs gemeinsamer Aufgaben im Zusammenhang mit der gesundheitlichen Versorgung von Kindern und Jugendlichen.

Korrespondenzadresse:

Prof. Dr. med. Hans-Iko Huppertz, Generalsekretär
Deutsche Akademie für Kinder- und Jugendmedizin e.V.
Dachverband der kinder- und jugendmedizinischen Gesellschaften
Chausseestraße 128/129
10115 Berlin
Tel. 030.4000588-0
Fax 030.4000588-8
kontakt@dakj.de