

Tabak-Werbung kostet die Gesellschaft jährlich Unsummen

Die DGVT fordert, das längst angekündigte Verbot von Zigarettenwerbung endlich umzusetzen.

Im Tabakrauch sind neben Nikotin mehr als 4000 Inhaltsstoffe enthalten, darunter mindestens 40 krebserregende. Dass Rauchen abhängig macht, bestreitet inzwischen nicht einmal mehr die Zigarettenindustrie. In der S3-Leitlinie zur Behandlung des Tabakkonsums werden die direkten Kosten des Rauchens in Deutschland auf 18 Milliarden Euro jährlich und die indirekten, die zum Beispiel auf krankheitsbedingte Produktionsausfälle wegen Rauchens zurückgehen, auf weitere 31 Milliarden Euro beziffert. Das menschliche Leid, das durch schwere Erkrankungen und vorzeitige Todesfälle durch Tabakkonsum verursacht wird, kommt hinzu. Prof. Anil Batra vom Universitätsklinikum Tübingen und einer der Autoren der Leitlinie führt 22 Prozent aller Todesfälle bei Männern und 5 Prozent bei Frauen auf das Rauchen zurück. Zigaretten verursachten somit in Deutschland mehr Todesfälle als Aids, Alkohol, illegale Drogen, Verkehrsunfälle, Morde und Suizide zusammengenommen.

Diese Fakten sind jedem bekannt, der es wissen will. Und trotzdem ist Deutschland das letzte Land in der Europäischen Union, in dem noch praktisch unbegrenzt Werbung für Zigaretten auf Plakaten und in Kinospots gemacht werden darf. Selbst in Bulgarien, dem einzigen anderen EU-Land, das Tabakwerbung im Außenbereich noch nicht vollständig verboten hat, sind die Vorschriften restriktiver. Von der Bundesregierung wurde ein Gesetzentwurf, der die Tabakwerbung erheblich einschränken sollte, vor nahezu einem Jahr beschlossen. Nachdem bis zum Herbst immer noch keine Beratung des Gesetzes im Bundestag erfolgt war, wandten sich mehr als 110 Medizinprofessorinnen und -professoren in einem Appell an die Öffentlichkeit. Für sie, die täglich tabakrauchbedingte Erkrankungen behandeln, sei es „schwer erträglich zu sehen, dass die Politik angesichts des unendlichen Leids der Betroffenen immer noch zögert, zu handeln“, heißt es darin. Auch die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Marlene Mortler (CSU), drängt darauf, das Gesetz noch in dieser Legislaturperiode zu verabschieden.

Tatsächlich passiert ist trotz alledem bis heute – nichts. Ob sich daran tatsächlich bis zur Bundestagswahl noch etwas ändert, muss zumindest bezweifelt werden. Die Deutsche Gesellschaft für Verhaltenstherapie (DGVT) hält dies für ein Versagen der Gesundheitspolitik, das nicht länger hingenommen werden darf. Immer wieder wird in öffentlichen Statements die Bedeutung von gesundheitlicher Prävention beschworen. In der politischen Praxis führen aber weder immense gesellschaftliche Kosten noch das Leid der Betroffenen dazu, dass wirksam gegen die Interessen der Zigarettenlobby vorgegangen wird. Werbung für Tabakprodukte verfolgt zwei Ziele: Neue, möglichst junge Konsumenten anzulocken und bereits Abhängigen den Verzicht auf Glimmstängel zu erschweren.

Auf der einen Seite finanzieren die Krankenkassen Raucherentwöhnung, auf der anderen Seite lässt der Staat weiterhin Tabakwerbung zu. Damit wird der Präventionsgedanke sabotiert.

Die DGVT fordert daher alle Bundestagsabgeordneten dringend auf, den Gesetzentwurf zur Einschränkung von Tabakwerbung noch in dieser Legislaturperiode zu beraten und ein entsprechendes Gesetz zu verabschieden. So können die Abgeordneten ihrer Verantwortung für den Präventionsgedanken gerecht werden.

Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Verhaltenstherapie e. V.

Tübingen, 24. Februar 2017