

Große Zustimmung zu einem Verbot der Tabakaußenwerbung

Hintergrund

Deutschland ist das einzige Land der Europäischen Union, das noch uneingeschränkt Werbung für Tabakprodukte im öffentlichen Raum (Außenwerbung) erlaubt – obwohl es sich bereits im Jahr 2004 mit der Ratifizierung des Tabakrahenübereinkommens der WHO dazu verpflichtet hat, bis spätestens 2010 ein umfassendes Verbot aller Formen von Tabakwerbung, Förderung des Tabakverkaufs und Tabak sponsoring zu erlassen. Ein Verbot der Außenwerbung für Tabakprodukte war zunächst Bestandteil des Entwurfs für das Tabakerzeugnisgesetz, mit dem die europäische Tabakprodukttrichtlinie im Mai 2016 in deutsches Recht umgesetzt wurde, wurde aber wieder aus dem Gesetzentwurf gestrichen. Eine aktuelle Umfrage macht deutlich, dass der Zeitpunkt für die Einführung eines Verbots der Tabakaußenwerbung günstig ist.

Datenbasis

Das Deutsche Krebsforschungszentrum hat die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) beauftragt, im Oktober 2016 Daten zur Zustimmung zu Verboten der Tabakwerbung auf Plakatwänden und am Verkaufsort zu erheben. Befragt wurden rund 1000 Bundesbürger im Alter ab 14 Jahren. Die Stichprobe wurde anhand von Merkmalen wie Geschlecht, Alter der Befragten, Haushaltsgröße, Beruf des Hauptverdieners, Ortsgröße und Bundesland ausgewählt, sodass sie repräsentativ ist. Die Auswertung der Daten erfolgte durch die GfK.

Ergebnisse

Drei Viertel der Befragten befürworten ein Verbot der Außenwerbung für Tabakerzeugnisse (Abb. 1). Die Zustimmung ist unter Nichtrauchern (87 Prozent) und ehemaligen Rauchern (82 Prozent) besonders hoch. Selbst von den Rauchern spricht sich die Hälfte für ein solches Tabakwerbeverbot aus.

Sogar ein Verbot der Tabakwerbung am Verkaufsort, das in Deutschland bislang noch nicht zur Debatte steht, wird von 62 Prozent der Befragten unterstützt, wobei auch in diesem

Fall die Zustimmung unter Nichtrauchern (79 Prozent) und ehemaligen Rauchern (68 Prozent) besonders hoch ist. Raucher stehen einem Tabakwerbeverbot am Verkaufsort zurückhaltender gegenüber, aber immerhin 35 Prozent von ihnen sprechen sich für ein solches Verbot aus.

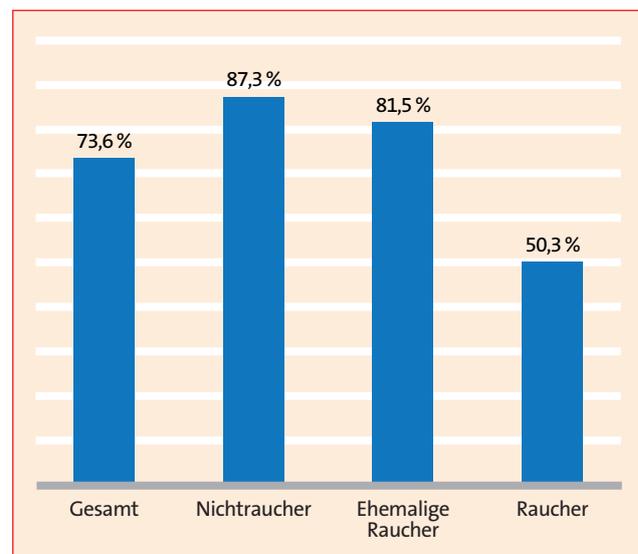


Abbildung 1: Zustimmung zu einem Verbot der Außenwerbung für Tabakprodukte. Daten: GfK 2016. Darstellung: Deutsches Krebsforschungszentrum, Stabsstelle Krebsprävention, 2016

Fazit

Die große Mehrheit der Bevölkerung wünscht sich ein Verbot der Außenwerbung für Tabakprodukte und fast zwei Drittel unterstützen sogar ein weiterreichendes Tabakwerbeverbot. Basierend auf dieser großen Unterstützung sollte die Bundesregierung ihrer Verpflichtung aus dem Tabakrahenübereinkommen der WHO nachkommen und umgehend das längst überfällige Verbot der Außenwerbung für Tabakprodukte einführen.

Impressum

© 2016 Deutsches Krebsforschungszentrum, Heidelberg

Autorinnen: Dr. Katrin Schaller, Dr. Ute Mons

Layout, Illustration, Satz: Dipl.-Biol. Sarah Kahnert

Zitierweise: Deutsches Krebsforschungszentrum (2016)
Große Zustimmung zu einem Verbot der Tabakaußenwerbung.
Aus der Wissenschaft – für die Politik, Heidelberg

Verantwortlich für den Inhalt:

Dr. Ute Mons

Deutsches Krebsforschungszentrum

Stabsstelle Krebsprävention und
WHO-Kollaborationszentrum für Tabakkontrolle

Im Neuenheimer Feld 280, 69120 Heidelberg

Telefon: 06221 42 30 07

E-Mail: who-cc@dkfz.de