



Nr. 55

26. Oktober 2011 (MPL/Sel)

Zigarettenwerbung in Deutschland und Japan: Krebsforschungszentren beider Länder legen alarmierenden Bericht vor

Deutsche und Japaner sind alltäglich massiver Zigarettenwerbung ausgesetzt: Beim Einkaufen in Supermärkten oder Einzelhandelsgeschäften, an Tankstellen, an rund 400.000 Zigarettenautomaten in beiden Ländern, in Wartebereichen öffentlicher Verkehrsbetriebe, in der Gastronomie oder auf Freizeitveranstaltungen. Dies ist das Ergebnis einer Dokumentation zur Zigarettenwerbung, die das Deutsche Krebsforschungszentrum gemeinsam mit dem Nationalen Krebszentrum in Japan anlässlich des „World Health Summit 2011“ in Berlin vorlegt.

Wissenschaftler beider Zentren haben erstmals beide Länder miteinander verglichen und zeigen die gemeinsamen Probleme für die öffentliche Gesundheit auf. „Die allgegenwärtige Zigarettenwerbung in Deutschland und Japan schadet der Gesundheit beider Bevölkerungen beträchtlich“, erklärt Dr. Martina Pötschke-Langer, Leiterin der Stabsstelle Krebsprävention im Deutschen Krebsforschungszentrum und Initiatorin der Dokumentation, „denn Zigarettenwerbung beeinflusst das Rauchverhalten insbesondere von Kindern und Jugendlichen, die für Werbung ungleich stärker empfänglich sind als Erwachsene. Aber auch Rauchern wird das Aufhören erschwert, wenn sie an jeder Straßenecke zum Rauchen verführt werden.“

Die dreisprachige Publikation zeigt, dass die in Deutschland und in Japan bestehenden Werbeeinschränkungen – anders als in den meisten anderen Industrieländern weltweit – unzureichend sind. Der Tabakindustrie stehen in beiden Ländern immer noch umfangreiche Möglichkeiten zur Verfügung, für ihre gesundheitsschädlichen Produkte zu werben.

Nur ein umfassendes Verbot für alle Formen der Werbung kann die Bevölkerung und insbesondere Kinder und Jugendliche vor den negativen Folgen der Zigarettenwerbung schützen. Ein solches umfassendes Verbot aller Formen von Tabakwerbung, Förderung des Tabakverkaufs und Tabak sponsoring fordert das Rahmenübereinkommen zur Eindämmung des Tabakkonsums (Framework Convention on Tobacco Control, FCTC) der Weltgesundheitsorganisation. Deutschland und Japan haben dieses Übereinkommen unterzeichnet und ratifiziert; damit haben sich beide Länder verpflichtet, umfassende Werbeverbote einzuführen. Deutschland und Japan müssen handeln und ihre internationalen Verpflichtungen in nationale Gesetze umsetzen – dies ist die Empfehlung beider Krebsforschungszentren.

Das Deutsche Krebsforschungszentrum (DKFZ) ist mit mehr als 2.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die größte biomedizinische Forschungseinrichtung in Deutschland. Über 1000 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler erforschen im DKFZ, wie Krebs entsteht, erfassen Krebsrisikofaktoren und suchen nach neuen Strategien, die verhindern, dass Menschen an Krebs erkranken. Sie entwickeln neue Ansätze, mit denen Tumoren präziser diagnostiziert und Krebspatienten erfolgreicher behandelt werden können. Daneben klären die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Krebsinformationsdienstes (KID) Betroffene, Angehörige und interessierte Bürger über die Volkskrankheit Krebs auf. Das Zentrum wird zu 90 Prozent vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und zu 10 Prozent vom Land Baden-Württemberg finanziert und ist Mitglied in der Helmholtz-Gemeinschaft deutscher Forschungszentren.

Diese Pressemitteilung ist abrufbar unter www.dkfz.de/pressemitteilungen

Kontakt:

Dr. Stefanie Seltmann
Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Deutsches Krebsforschungszentrum
Im Neuenheimer Feld 280
D-69120 Heidelberg
T: +49 6221 42 2854
F: +49 6221 42 2968
presse@dkfz.de