

## Keine Plakatwerbung für Tabakprodukte – zum Schutz der Jugend

**Deutschland ist das einzige Land der Europäischen Union, das noch uneingeschränkt Werbung für Tabakprodukte auf großflächigen Plakatwänden erlaubt. Dabei zielt diese Werbung bewusst auf junge Konsumenten: Eine aktuelle Publikation des Deutschen Krebsforschungszentrums (DKFZ) in Heidelberg zeigt, dass zwei Drittel der Jugendlichen und jungen Erwachsenen Plakatwerbung bewusst wahrnehmen – und damit motiviert werden, mit dem Rauchen zu beginnen. Gleichzeitig zeigt eine aktuelle Umfrage des DKFZ, dass die Mehrheit der Bevölkerung ein Verbot der Plakatwerbung für Tabakprodukte befürwortet.**

„Die Tabakkonzerne argumentieren, Zigarettenwerbung verführe nicht zum Rauchen, sondern diene stattdessen ausschließlich der Information erwachsener Raucher. Doch die Werbemaßnahmen in Höhe von jährlich rund 200 Millionen Euro erreichen nicht nur erwachsene Raucher, sondern auch die meisten Jugendlichen“, sagt Dr. Ute Mons, die Leiterin der Stabstelle Krebsprävention am DKFZ. „Dies verdeutlicht unsere Auswertung einer europaweiten Umfrage der Europäischen Kommission.“

Der Auswertung zufolge nehmen 62 Prozent der Befragten (15 Jahre und älter) Tabakwerbung in Deutschland bewusst wahr. Im europäischen Vergleich liegt Deutschland damit deutlich über dem EU-Durchschnitt (42 Prozent). An vorderster Stelle liegt in Deutschland Tabakwerbung auf Plakaten: 48 Prozent der Befragten nahmen Tabakaußenwerbung bewusst wahr. „Was uns Sorgen bereitet, ist die Tatsache, dass die Tabakwerbung auf Plakaten vor allem jüngeren Menschen ins Auge fällt: Mehr als 70 Prozent der 15- bis 17-jährigen Jugendlichen und der jungen Erwachsenen zwischen 18 und 30 Jahren bemerken diese Art der Werbung, von den über 60-Jährigen hingegen nur etwa die Hälfte“, sagt Dr. Katrin Schaller, wissenschaftliche Mitarbeiterin der Stabsstelle Krebsprävention.

Tabakwerbung rückt bei jungen Menschen das Rauchen ins Bewusstsein, fördert die Einstellung zum Rauchen als erstrebenswertes Verhalten und erhöht bei dieser Zielgruppe die Wahrscheinlichkeit, mit dem Rauchen zu beginnen. „Jedes Jahr sterben rund 120.000 Menschen an den Folgen des Rauchens – in erster Linie an Krebserkrankungen, gefolgt von Herz-Kreislauf- und Atemwegserkrankungen“, erklärt Prof. Michael Boutros, kommissarischer wissenschaftlicher Vorstand des DKFZ. „Um Jugendliche und Erwachsene dauerhaft vom Rauchen abzuhalten, sind auf Wirksamkeit geprüfte, gesetzliche Maßnahmen zur Tabakprävention dringend notwendig. Dazu zählt ein umfassendes Werbeverbot.“

Umfassende Tabakwerbeverbote tragen wirksam zu einem Rückgang des Raucheranteils in der Bevölkerung bei. Deutschland hat bereits im Jahr 2004 das Tabakrahenübereinkommen der WHO ratifiziert. „Die Bundesregierung sollte daher ihrer vertraglichen Verpflichtung zu einem umfassenden Tabakwerbeverbot nachkommen und als letztes Land der Europäischen Union umgehend die Außenwerbung für Tabakprodukte verbieten“, so Ute Mons. „Der Zeitpunkt ist denkbar günstig: Einer aktuellen Umfrage des DKFZ zufolge wünschen sich drei Viertel der Bevölkerung ein solches Werbeverbot.“

Die Publikationen „Tabakwerbung auf Plakaten spricht Jugendliche an – Außenwerbeverbot dringend notwendig“ und „Große Zustimmung zu einem Verbot der Tabakaußenwerbung“ sind als pdf abrufbar unter [www.tabakkontrolle.de](http://www.tabakkontrolle.de).

Das Deutsche Krebsforschungszentrum (DKFZ) ist mit mehr als 3.000 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 Methoden, mit denen Tumoren präziser diagnostiziert und Krebspatienten erfolgreicher behandelt werden können. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Krebsinformationsdienstes (KID) klären Betroffene, Angehörige und interessierte Bürger über die Volkskrankheit Krebs auf. Gemeinsam mit dem Universitätsklinikum Heidelberg hat das DKFZ das Nationale Centrum für Tumorerkrankungen (NCT) Heidelberg eingerichtet, in dem vielversprechende Ansätze aus der Krebsforschung in die Klinik übertragen werden. Im Deutschen Konsortium für Translationale Krebsforschung (DKTK), einem der sechs Deutschen Zentren für Gesundheitsforschung, unterhält das DKFZ Translationszentren an sieben universitären Partnerstandorten. Die Verbindung von exzellenter Hochschulmedizin mit der hochkarätigen Forschung eines Helmholtz-Zentrums ist ein wichtiger Beitrag, um die Chancen von Krebspatienten zu verbessern. Das DKFZ 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.

**Ansprechpartner für die Presse:**

Dr. Stefanie Seltmann  
Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Deutsches Krebsforschungszentrum  
Im Neuenheimer Feld 280  
69120 Heidelberg  
T: +49 6221 42-2854  
F: +49 6221 42-2968  
E-Mail: [S.Seltmann@dkfz.de](mailto:S.Seltmann@dkfz.de)

Dr. Sibylle Kohlstädt  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Deutsches Krebsforschungszentrum  
Im Neuenheimer Feld 280  
69120 Heidelberg  
T: +49 6221 42 2843  
F: +49 6221 42 2968  
E-Mail: [S.Kohlstaedt@dkfz.de](mailto:S.Kohlstaedt@dkfz.de)

E-Mail: [presse@dkfz.de](mailto:presse@dkfz.de)

[www.dkfz.de](http://www.dkfz.de)