

Antrag S-3

Jusos Chemnitz

„Keine Zigarettenwerbung mehr - Umsetzung des ratifizierten WHO FCTC und Eindämmung von E-Zigaretten als Werbemasche“

1 Die Landesdelegiertenkonferenz der Jusos Sachsen möge beschließen und an die SPD-Bundestagsfraktion weiterleiten:
2 „Wir fordern einen endgültigen Stopp der Außenwerbung für Tabak und E-Zigaretten. Es ist Zeit das von Deutschland vor
3 15 Jahre ratifizierte Rahmenübereinkommen der WHO, dem WHO FCTC umzusetzen. Mit in ein dafür zu entwickelndes
4 Gesetz fällt auch ein Werbeverbot von E -Zigaretten, die nach wie vor das Nervengift Nikotin beinhalten.

5 Es ist für uns klar, dass einem Verbot von Zigarettenwerbung und E-Zigarettenwerbung nichts im Wege stehen sollte.“

6 Begründung

7 Deutschland ist heutzutage das einzige Land in der EU, in dem Tabakwerbung noch erlaubt ist. Ein beschlossenes Ver-
8 bot von Zigarettenwerbung in Radio, Fernsehen, Zeitungen und Zeitschriften reicht nicht aus. Im Jahr 2004 verpflichtete
9 sich Deutschland in einem Rahmenübereinkommen der WHO, dem „WHO Framework Convention on Tobacco Control“,
10 kurz FCTC, die Tabakwerbung abzuschaffen. Und wir warten immer noch darauf.

11 Das deutsche Krebsforschungszentrum warnt auch wieder in diesem Jahr vor den Auswirkungen und Risiken des Ziga-
12 rettenkonsums [1]. Es berechnet obendrein auch die Kosten des Rauchens für die Gesellschaft. Darunter fallen direkte
13 Kosten, wie z.B. Kosten von Medikamenten, Operationen und ärztlichen Untersuchungen) und indirekte Kosten, die
14 die Produktionsausfälle einer Volkswirtschaft umfasst, die auf den Tabakkonsum zurückzuführen sind. Dazu kommen
15 noch die Kosten der eingeschränkten Lebensqualität und den Schmerzen einer betroffenen Person, sodass die Kosten
16 in die Milliarden gehen [2]. Der Drogen- und Suchtbericht der Bundesregierung zählt 120.000 Tote jedes Jahr durch die
17 Folgen des Tabakkonsums [3].

18 Die Tabakwerbung ist in Deutschland immer noch erlaubt und damit präsent auf Plakaten, auf Veranstaltungen, wie
19 Festivals oder Filmvorführungen und allg. in Läden, wie z.B. in Tankstellen oder im Supermarkt an der Kasse.

20 Eine solche Forderung entspricht auch denen von rund 69 Prozent der Deutschen, die sich ein umfassendes Verbot für
21 Tabakwerbung wünschen [4].

22 Die SPD ist sich schon heute einig, dass hier das Recht der Werbung nicht greift. Denn den Aspekt der Freiheit ist nicht
23 mit einer Nikotin- und Tabaksucht und ihren Auswirkungen vereinbar. Doch scheitert die Umsetzung eines Tabakwer-
24 beverbots in der SPD anscheinend daran, dass es in einem Gesetz eine saubere Trennung von herkömmlichen Zigaretten
25 und E-Zigaretten geben müsse [5.]

26 Für uns ein Vorwand. Auch E-Zigaretten, die Liquids beinhalten, d.h. Flüssigkeiten mit Nikotin, fallen ebenfalls unter
27 ein Gesetz zum Zigarettenwerbeverbot. Nikotin ist immer noch ein potentes Nervengift. Nur weil es überzogen wäre,
28 dieses Produkt zu verbieten, heißt es nicht, dass es derart offen beworben werden sollte. In Deutschland gibt es noch
29 keine intensiven Forschungen zu E-Zigaretten, doch es gibt Studien aus den USA. Diese ergaben, dass das Ausprobieren
30 von E-Zigaretten bei Jugendlichen die Wahrscheinlichkeit erhöht mit dem Rauchen anzufangen. Die Medien spielen hier
31 eine besondere Rolle, indem sie als ultimative Peers auftreten. Je realistischer die Darstellung des Zigarettenkonsums
32 und die Identifikation der Jugendlichen mit den konsumierenden Darsteller*innen sind, desto positiver fällt auch die
33 Bewertung aus.

34 [1] https://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/Informationen_zur_Tabakkontrolle.html¹

35 [2] https://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/Kosten_des_Rauchens.html?m=1389961568²

36 [3] <https://www.drogenbeauftragte.de/presse/pressekontakt-und-mitteilungen/2018/2018-3quartal/drogen-und-suchtbericht-2018-erschieden.html?L=0>³

38 [4] <https://www.tagesspiegel.de/politik/umfrage-mehrheit-will-voelliges-tabak-werbeverbot/24036832.html>⁴

39 [5] <https://www.tagesschau.de/inland/tabakwerbeverbot-103.html>⁵