

Antrag

der Fraktion DIE GRÜNEN

Verbot der Werbung für Tabak und Tabakerzeugnisse, für Alkohol sowie für Zucker und Süßigkeiten mit Kindern und für Kinder

Der Bundestag wolle beschließen:

1. Die Bundesregierung wird aufgefordert, Grundlagen dafür zu schaffen, daß
 - a) § 22 des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes dahin gehend geändert wird, daß für Zigaretten, zigaretten-ähnliche Tabakerzeugnisse, Tabakerzeugnisse, die zur Herstellung von Zigaretten durch den Verbraucher bestimmt sind, sowie sonstige Tabakerzeugnisse nicht geworben werden darf,
 - b) die Werbung für alkoholische Getränke verboten wird,
 - c) die Werbung für Zucker und Süßigkeiten mit Kindern und für Kinder verboten wird.
2. Die Bundesregierung wird ferner aufgefordert, sich auch auf EG-Ebene für diese Werbeverbote einzusetzen.

Bonn, den 16. Oktober 1986

Hönes, Borgmann und Fraktion

Begründung

Bei bestimmten Produkten, wie Tabak und Tabakerzeugnissen, Alkoholika, Zucker und Süßigkeiten, ist ein derartiges Konsumniveau erreicht, daß aus Gründen des Gesundheitsschutzes und der immensen finanziellen Belastung der öffentlichen Hand in Milliardenhöhe eine weitere Steigerung des Konsums als absolut unerwünscht und schädlich anzusehen ist.

Werbeverbote allein werden zwar nicht in der Lage sein, den Konsum der betreffenden Produkte drastisch zu reduzieren, sie sind aber zur Unterstützung anderweitiger Maßnahmen unerlässlich.

Zu 1.**zu a)**

Tabakkonsum schädigt erwiesenermaßen die Gesundheit. Es besteht ein kausaler Zusammenhang zwischen Rauchen und Lungenkrebs, ferner gibt es eine enge Korrelation zwischen der Anzahl der gerauchten Zigaretten und der Häufigkeit an Bronchial- und Mundhöhlenkarzinomen. Auch gilt es als erwiesen, daß der Teergehalt des Zigarettenrauchs in Kombination mit Alkohol oder krebserregenden Substanzen synergistische Effekte zeigt. Die Zahl der Todesfälle von starken Rauchern/Raucherinnen liegt in allen Altersgruppen deutlich über der von Nichtrauchern/Nichtraucherinnen.

Rauchen schädigt das ungeborene Leben. Dies ist nicht nur der Fall, wenn die Schwangere raucht, sondern auch wenn der Vater Raucher, die Mutter aber Nichtraucherin ist. Neben Frühgeburten und einer Erhöhung der perinatalen Sterblichkeit sind in diesem Zusammenhang Schäden wie Kiefer- und Gaumenspalten sowie verringerte Infektabwehr und verzögerte geistige Entwicklung des Kindes zu nennen.

Raucher/innen gefährden nicht nur ihre eigene Gesundheit sondern auch die der Nichtraucher/innen in ihrer Umgebung. Besonders gefährdet sind Kinder.

Laut § 22 des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes ist es verboten, Darstellungen in der Werbung für Zigaretten und andere Tabakwaren zu verwenden, durch die der Eindruck erweckt wird, daß der Genuß von Tabakerzeugnissen geeignet ist, die Leistungsfähigkeit oder das Wohlbefinden günstig zu beeinflussen.

Dies steht in krassem Widerspruch zu der Werberealität. Häufig wird für die gesundheitsschädlichen Tabakwaren durch die Darstellung sportlich aktiver junger Menschen geworben, die körperlich extrem anstrengende Situationen spielend bewältigen. Dies beinhaltet ebenso wie die Demonstration von Lebensfreude, Erfolg und Selbstsicherheit eine grobe Irreführung, die gerade im Hinblick auf Jugendliche besonders gefährlich ist: Zum einen sind Jugendliche auf der Suche nach Identifikationspersonen für derlei Werbung in besonderem Maße anfällig, zum anderen sind sie den schädlichen Auswirkungen des Tabakrauchs noch schutzloser ausgeliefert als Erwachsene. Diese Tatsache ist um so schwerwiegender als Tabakkonsum eine starke Abhängigkeit erzeugt.

Die Warnhinweise des Bundesgesundheitsministeriums auf den Zigarettenpackungen und in der Werbung erfüllen nicht mehr als eine Alibifunktion und vermögen die Attraktivität des Rauchens offensichtlich in keiner Weise zu beeinträchtigen.

Werbung ist ein wesentlicher Bestimmungsfaktor für die Akzeptanz eines Produkts. Im Hinblick darauf genügt es nicht, die Werbung für Zigaretten und andere Tabakwaren nur im Rundfunk und im Fernsehen zu verbieten. Im Interesse der Gesundheit der Bevölkerung muß die Werbung für Zigaretten, zigarettenähn-

liche Tabakerzeugnisse, Tabakerzeugnisse, die zur Herstellung von Zigaretten durch den Verbraucher bestimmt sind, sowie sonstige Tabakerzeugnisse vollständig verboten werden. Nur unter dieser Voraussetzung können die jährlich von der Bundesregierung für Prävention von Mißbrauchsverhalten, gesundheitliche Aufklärung und Raucherentwöhnungskurse in Millionenhöhe bewilligten Mittel als ernstzunehmender Versuch gewertet werden, den Konsum von Tabakwaren einzudämmen.

zu b)

Alkohol ist eine gesellschaftlich anerkannte Droge, deren Konsum und Mißbrauch in allen Gesellschaftsschichten verbreitet ist. Schätzungsweise 2 Millionen Menschen sind in der Bundesrepublik Deutschland alkoholabhängig. Insbesondere hat in den letzten Jahren der Anteil der Frauen und der Jugendlichen unter den Alkoholikern zugenommen.

Gravierend ist der frühe Beginn des Alkoholkonsums. So trinken bereits ein Drittel der männlichen und ein Fünftel der weiblichen Jugendlichen täglich bis mehrmals im Monat Alkoholika. 8 bis 10 % der Alkoholiker sind minderjährig.

Aus gesundheitlicher Sicht sind eine Reihe von Krankheitsbildern und Schädigungen von Bedeutung. Neben den Suchterscheinungen mit ihren sozialen Folgen sind vor allem Lebererkrankungen zu erwähnen. Auch wird dem Alkohol bei verschiedenen Krankheiten eine synergistische Rolle zugeschrieben, wie z. B. bei Speiseröhren- und Mundhöhlenkrebs. Alkohol hat ferner einen negativen Einfluß auf den Ernährungsstatus: Er hat erheblichen Anteil an der gesamten Nahrungsenergieaufnahme (bei Männern liefern Alkoholika im Durchschnitt über 19 % der aufgenommenen Nahrungsenergie) und erhöht den Bedarf an Vitamin B₁.

Bedenklich ist die Zunahme an Schädigungen von Ungeborenen durch zu hohen Alkoholkonsum der Mutter, die sich in körperlichen und geistigen Behinderungen äußern.

Krankheiten, Arbeitsunfähigkeit, Unfälle sowie Sachschäden und Straftaten unter Alkoholeinfluß verursachen jährlich Kosten in Milliardenhöhe.

Zu c)

Der Verbrauch an Zucker und Süßwaren hat bei unserer heute üblichen Ernährung ein aus ernährungsphysiologischer Sicht bedenkliches Ausmaß erreicht. Betrug der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch 1900 noch ca. 8 kg, so liegt er heute bei ca. 42 kg/Jahr, also bei knapp 120 g/Tag. Kinder haben in Einzelfällen einen Verbrauch von bis zu 400 g täglich, wodurch der gesamte tägliche Energiebedarf nahezu gedeckt wird.

Unbestritten ist der zu hohe Zuckerkonsum für eine Reihe von Krankheiten verantwortlich bzw. mitverantwortlich. Insbesondere von Bedeutung sind Karies, Diabetes mellitus, Arteriosklerose, Fettsucht und Gallensteine.

Die Kosten, die diese Krankheiten verursachen, sind beträchtlich. Eine Spitzenstellung unter allen ernährungsbedingten Krankheiten nimmt Karies ein mit jährlichen Kosten in Höhe von annähernd 16,5 Milliarden DM. Damit entfallen mehr als die Hälfte der direkten Kosten durch ernährungsabhängige Krankheiten auf Karies.

Der Grundstein für Ernährungsgewohnheiten wird schon in frühester Kindheit gelegt. Die frühzeitige Gewöhnung an die Geschmacksrichtung „Süß“ mittels gesüßter Babytees, Kindernahrung und Süßigkeiten trägt entscheidend dazu bei, daß auch im späteren Leben gesüßte Speisen oder Getränke den ungesüßten vorgezogen werden.

Die Folgen zu hohen Zuckerkonsums in der Kindheit werden nicht erst im Erwachsenenalter manifest, sondern zeigen sich in z. T. drastischer Form schon bei den Kindern. So warnte das BGA 1985 vor zucker- und kohlenhydrathaltigen Teezubereitungen für Säuglinge und Kleinkinder, da dadurch starke Kariesschäden verursacht wurden, die in Einzelfällen sogar vollständige Milchzahnprothesen notwendig machten.

Neben den Kariesschäden ist auch die hohe Energiezufuhr bedenklich: Immerhin sind ca. 20 % der Kinder und Jugendlichen in der Bundesrepublik Deutschland übergewichtig.

Da isolierter Zucker ein reiner Energieträger ist und daher nicht zur Versorgung des Organismus mit lebensnotwendigen Stoffen beiträgt, muß der Bedarf an diesen Stoffen durch die übrige Nahrung gedeckt werden. Dies ist in der Praxis aber nicht gewährleistet. Verschärfend kommt hinzu, daß Zuckerkonsum den Bedarf an bestimmten Nährstoffen, wie z. B. Vitamin B₁, sogar noch erhöht. Die Bedeutung unzureichender Bedarfsdeckung mit lebenswichtigen Nährstoffen ist gerade für den kindlichen Organismus nicht zu unterschätzen. Ferner gibt es Hinweise auf Zusammenhänge zwischen Zuckerkonsum und verzögerter geistiger und körperlicher Entwicklung bei Kindern.

Angesichts der sich schon früh abzeichnenden Schädigungen sowie der langfristigen Wirkungen zu hohen Zuckerkonsums ist es geradezu fatal, daß die Werbung für Zucker und Süßigkeiten mit Kindern größtenteils speziell auf die Zielgruppe Kinder und Jugendliche ausgerichtet ist.

Die unverbindlichen Verhaltensregeln des Deutschen Werberates für die „Werbung mit und vor Kindern in Werbefunk und Werbefernsehen“ erweisen sich als unzureichend. So läuft der Grundsatz, Werbung solle keine direkten Aufforderungen von Kindern und/oder an Kinder enthalten, andere zu veranlassen, ein Produkt zu kaufen, völlig ins Leere, da indirekte Aufforderungen („moralischer Druck“) sehr viel wirkungsvoller sein können. Auch der Grundsatz, die Spieleidenschaft solle nicht ausgenutzt werden, wird angesichts von Sammelbildchen und Spielzeug, die den Süßwaren beigelegt werden, unterlaufen.

Als grobe Irreführung muß es bewertet werden, wenn für Süßigkeiten mit gesundheitsbezogenen Aussagen geworben wird, so

z. B. mit dem Hinweis auf den Mineralstoff- und Vitamingehalt oder den hohen Milchanteil der Produkte. Etwaige Befürchtungen der Eltern, ihren Kindern zuviel Süßes zu geben und damit eine einseitige, ungesunde Ernährung zu fördern, werden dadurch geschickt manipuliert: Den Eltern wird durch scheinwissenschaftliche Werbeaussagen vorgegaukelt, die betreffenden süßen Produkte seien der Gesundheit, der Leistungsfähigkeit oder dem Wohlbefinden förderlich.

Wenn sich aber sogar hohe Regierungsvertreter wie Bundesernährungsminister Kiechle zur Absatzförderung zuckerhaltiger Produkte hergeben – gemeinsam mit einem Kind demonstrierte Bundesminister Kiechle auf Zeitungsphotos, wie gut „unsere gute Butter“ mit Schokoladen- und Honiggeschmack schmeckt –, so ist dies völlig unhaltbar.

Ferner sind die Bundesmittel für Aufklärungsmaßnahmen auf dem Gebiet der Ernährung in Höhe von rund 10 Millionen DM kein adäquates Gegengewicht zu der massiven Werbung der Zucker- und Süßwarenindustrie, die dafür ca. 300 Millionen DM pro Jahr aufwendet.

Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, daß sich Ernährungswissenschaftler, amtliche Stellen und Krankenkassen seit Jahren ohne sichtbaren Erfolg um eine Gesundheitsaufklärung mit dem Ziel eines stark verringerten Zuckerkonsums bemühen.

