

## **Antrag**

**der Abgeordneten Niema Movassat, Dr. André Hahn, Ulla Jelpke, Dr. Kirsten Tackmann und der Fraktion DIE LINKE.**

### **Ein umfassendes Tabakwerbeverbot schaffen**

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

An den Folgen des Tabakkonsums sterben jährlich schätzungsweise 120.000 Menschen (Drogen- und Suchtbericht der Bundesregierung 2017, S. 30). Das sind etwa 13,5 % aller Todesfälle in Deutschland (Kuntz et al. 2018: Tabak – Zahlen und Fakten zum Konsum). Die volkswirtschaftlichen Kosten, die auf das Rauchen zurückzuführen sind, belaufen sich jährlich auf 79,09 Mrd. Euro (Deutsches Krebsforschungszentrum 2015: Die Kosten des Rauchens in Deutschland).

Die jetzige Drogenpolitik ist voller Widersprüche. Bestimmte Drogen werden legal, andere illegal behandelt, unabhängig von ihrem Gefahrenpotenzial. Die legalisierten Drogen wie Tabak und Alkohol sind frei zugänglich, auch darf für sie geworben werden, obwohl sie tausende Todesfälle und immense volkswirtschaftliche Kosten verursachen. Hingegen werden Konsumentinnen und Konsumenten illegalisierter Drogen wie Cannabis kriminalisiert. Das Kriterium für die ungleiche Behandlung verschiedener Drogen knüpft nicht an sachliche Kriterien wie etwa an das gesundheitliche Schadenspotenzial an. Eine britische Studie vertritt sogar die These, dass Alkohol als die Droge mit dem höchsten Schadenspotenzial zu werten ist – noch vor Heroin und Crack ([www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736%2810%2961462-6/abstract?code=lancet-site](http://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736%2810%2961462-6/abstract?code=lancet-site)).

Tabakwerbung hat einen nicht unerheblichen Einfluss auf das Konsumverhalten. Nicht umsonst hat Deutschland das Rahmenübereinkommen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zur Eindämmung des Tabakgebrauchs unterzeichnet. Die Konvention sieht insbesondere ein „umfassendes Verbot aller Formen von Tabakwerbung, Förderung des Tabakverkaufs und Tabak sponsoring“ vor. Als Werbung wird „jede Form der kommerziellen Kommunikation, Empfehlung oder Handlung mit dem Ziel, der Wirkung oder der wahrscheinlichen Wirkung, ein Tabakerzeugnis oder den Tabakgebrauch unmittelbar oder mittelbar fördern“ verstanden. Um Jugendliche zum Rauchen zu verleiten, werden sie heutzutage auf kostenlose Werbepartys in die Räume der Tabakindustrie mit dem Motto „Rauchen, Feiern, Genießen“ eingeladen. 2015 hat die Tabakindustrie 133 Mio. Euro für Promotion ausgegeben (siehe Antwort zu Frage 1 der Kleinen Anfrage der Fraktion DIE LINKE., Bundestagsdrucksache 18/11368).

Die WHO-Konvention hätte fünf Jahre nach Inkrafttreten im Jahr 2005 umgesetzt werden müssen. Seit 2010 stellt die fehlende Umsetzung der Konvention einen laufenden Völkerrechtsbruch durch die Bundesrepublik Deutschland dar. Denn die Bundesregierung rechtfertigt die unvollständige Umsetzung der Konvention mit den in Artikel 13 Absatz 4 Buchstabe f festgelegten Mindestanforderungen (<http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/17/116/1711613.pdf>). Diese sind jedoch nur anzuwenden, wenn verfassungsrechtliche Gründe gegen ein umfassendes Verbot sprechen, was selbst laut

Bundesregierung in Deutschland grundsätzlich nicht gegeben ist (<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/18/113/1811368.pdf>).

Die Bundesregierung missachtet damit auch den Deutschen Bundestag, der schon im Jahr 2004 mit der Verabschiedung des Gesetzes zum Tabakrahmenübereinkommen der Bundesregierung einen eindeutigen Handlungsauftrag gegeben hat, den Vertragstext umzusetzen und damit alle Formen des Tabakmarketings zu unterbinden. Deutschland steht in dieser Frage zudem sehr einsam da, denn es ist das einzige Land in der Europäischen Union, in dem Tabakwerbung noch erlaubt ist.

Die Reduktion des Tabakkonsums ist auch als nationales Gesundheitsziel definiert. Zur Umsetzung wurde von der zuständigen Experten-Arbeitsgemeinschaft bereits im Jahr 2003 ein „vollständiges Verbot direkter und indirekter Tabakwerbung“ empfohlen. Die damalige rot-grüne Bundesregierung blieb aber tatenlos.

Die Werbeausgaben der Tabakindustrie steigen: von 182 Mio. Euro im Jahr 2005 auf knapp 232 Mio. Euro im Jahr 2015 (Drogen- und Suchtbericht der Bundesregierung 2017). Zwischen 2010 und 2015 hat allein der Tabakkonzern Philip Morris 544.000 Euro für Parteievents von CDU, CSU, SPD und FDP sowie deren parteinahen Organisationen gezahlt ([www.lobbycontrol.de/2016/12/philip-morris/](http://www.lobbycontrol.de/2016/12/philip-morris/)). Die Tabakindustrie erkaufte sich seit Jahren das Wohlgefallen der Politik und verhindert so umfassende Werbeverbote. Die Gesundheit von Millionen Menschen wird aufs Spiel gesetzt für die Profite einiger weniger Konzerne. Dies geht zulasten der Gesundheit von Kindern und Jugendlichen, die sich mit der Plakatwerbung beispielsweise auf dem Weg zur Schule konfrontiert sehen können.

Deutschland ist ein Lobbyparadies für die Zigarettenindustrie. Dies sieht auch die Tabaklobby so, die offen zugibt, man habe „über Jahrzehnte einen guten Draht zur Politik aufgebaut“. Zudem sei es in keinem anderen Land so einfach, mit der Politik ins Gespräch zu kommen wie in Deutschland ([www.fr-online.de/wirtschaft/tabakindustrie-im-dunstkreis-der-tabak-lobby,1472780,20775826.html](http://www.fr-online.de/wirtschaft/tabakindustrie-im-dunstkreis-der-tabak-lobby,1472780,20775826.html)). Es erstaunt daher nicht, dass CDU/CSU und FDP nach Berichten der „Frankfurter Rundschau“ von Lobbyisten der Tabakindustrie noch im November 2012 als „Verbündete“ bezeichnet wurden ([www.fr-online.de/wirtschaft/tabakindustrie-im-dunstkreis-der-tabak-lobby,1472780,20775826.html](http://www.fr-online.de/wirtschaft/tabakindustrie-im-dunstkreis-der-tabak-lobby,1472780,20775826.html)). In der letzten Legislaturperiode hat es die Tabaklobby geschafft, einen bereits abgestimmten Gesetzentwurf zur Begrenzung der Tabakwerbung zu verhindern (siehe Stellungnahme des Bundesrates, Bundesratsdrucksache 229/16).

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

der Umsetzungspflicht des Tabakrahmenübereinkommens nachzukommen und insbesondere zur vollständigen Unterbindung der Tabakwerbung im Sinne des Vertragstextes und der entsprechenden Leitlinien unverzüglich einen Gesetzentwurf vorzulegen, der

1. ein umfassendes Verbot aller Formen der Kino- und Außenwerbung für Tabakprodukte,
  2. ein Verbot der kostenlosen Abgabe von Tabakerzeugnissen,
  3. ein Verbot des Tabaksponsorings sowie
  4. ein Verbot aller sonstigen Formen von Marketingmaßnahmen, bezüglich Tabak, die sich gezielt an Jugendliche richten,
- vorsieht.

Berlin, den 6. Juni 2018

**Dr. Sahra Wagenknecht, Dr. Dietmar Bartsch und Fraktion**