



aktionszentrum@forum-rauchfrei.de

Sprecher und Anschrift:
Johannes Spatz 017624419964
01774495369; 030 / 7875921
Dr. Henry Stahl 017610207105
Aktionszentrum Forum Rauchfrei
Mühlenhoffstr.17 · 10967 Berlin
(030)74755922 Fax (030)74755925
www.forum-rauchfrei.de

01.07.2013

Presseerklärung

Anzeige gegen Tabakwerbung, die Kleinkinder umwirbt

Das Forum Rauchfrei hat heute den Tabakkonzern Reemtsma bei dem Wirtschaftsstadtrat Oliver Schworck des Bezirksamts Tempelhof-Schöneberg von Berlin angezeigt. Der Konzern wirbt direkt gegenüber dem Eingang einer Kita.

Wenn Tabakwerbung vor einer Kita gezeigt wird, richtet sie sich bereits wegen ihrer direkten Nähe zu der Kita besonders an Kinder. Auf dem Plakat werben drei Personen für die Zigarettenmarke Gauloises. Sie rollen auf einer Treppe Rasen aus. Kindern wird der Eindruck vermittelt, dass Rauchen ein selbstverständlicher Bestandteil des Alltags ist. Die erwachsenen Personen könnten auch zu ihrer Familie gehören. Wenn Kinder diese Plakate sehen, werden sie schon früh an das Rauchen herangeführt.

Das Plakat ist auf eine Plakatwand geklebt, die am Bürgersteig der Belziger Straße in Schöneberg steht. Direkt gegenüber auf der anderen Straßenseite befindet sich der Eingang der Integrationskita „Pestalozzi-Fröbel-Haus“, Belziger Straße 12 – 14, 10823 Berlin.

Johannes Spatz, Sprecher des Forum Rauchfrei, einer bundesweiten Nichtraucherorganisation, ist empört über die Hemmungslosigkeit des Tabakkonzerns Reemtsma, der sich nicht scheut, Kleinkinder an seine Plakate zu gewöhnen. Es gibt wissenschaftliche Studien, die zeigen, dass sich Tabakwerbung bereits bei Kleinkindern sehr stark einprägt.ⁱ ⁱⁱ Diese Ergebnisse weisen darauf hin, dass Zigarettenwerbung direkt im Umfeld einer Kita einen stark prägenden Einfluss auf Kleinkinder ausübt. Eine jüngst veröffentlichte Studie des Instituts für Therapie- und Gesundheitsforschung kommt zu dem Ergebnis, dass je mehr Jugendliche mit Tabakwerbung konfrontiert werden, desto mehr rauchen sie.ⁱⁱⁱ

Aus Sicht des Forum Rauchfrei verstößt die vor der Kita gezeigte Werbung gegen § 22 des Vorläufigen Tabakgesetzes, wonach Tabakwerbung nicht besonders geeignet sein darf, Jugendliche zum Rauchen zu veranlassen. Auch bestünden ausdrückliche Beschränkungen durch die Selbstverpflichtung des Deutschen Zigarettenverbandes (DZV). Der Werbekodex des DZV sagt zu dieser Problematik:

„Marketingaktivitäten dürfen in ihrer Platzierung nicht darauf gerichtet sein, Kinder und Jugendliche anzusprechen: Es ist grundsätzlich unzulässig, im werblichen Wirkungsbereich von Schulen und Jugendzentren zu werben. Es wird nicht in den Abschnitten von Straßen und öffentlichen Verkehrsflächen geworben, die unmittelbar an die Schulen und Jugendzentren angrenzen und die in einem Umkreis von 100 Metern vom Haupteingang der Schulen und Jugendzentren (maßgebend ist der Eingang zum Grundstück) aus einsehbar sind.“

Das Forum Rauchfrei hatte vor vierzehn Tagen bereits die gleiche Werbung beim Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg angezeigt. Das Plakat wurde auf dem Gehweg gezeigt, der an das Grundstück einer Kita angrenzt. Die Referentin des zuständigen Bezirksstadtrats Dr. Peter Beckers antwortete dem Forum Rauchfrei am 26.06.2013 und befand, das Plakat „befindet sich in einer Entfernung von mehr als 100 Meter zur Litfaßsäule. Unabhängig davon sind Kitas nicht von dem werblichen Wirkungsbereich erfasst (nur Schulen und Jugendzentren). Obwohl kein rechtswidriges Verhalten vorlag, hatte das Ordnungsamt die Firma Reemtsma über den Sachverhalt informiert und gebeten, die Werbung zu entfernen und an dieser Örtlichkeit zukünftig keine Werbung anzubringen.“

Die Einschätzung, dass „kein rechtswidriges Verhalten vorlag“, wird vom Forum Rauchfrei nicht geteilt. Wenn es doch so wäre, dann allerdings liegt ein dringlicher Bedarf vor, eine gesetzliche Regelung im Sinne des Kinderschutzes herbeizuführen.

Das Plakat wurde am Montag, den 17. Juni angezeigt, am darauf folgenden Freitag, den 21. Juni wurde Reemtsma angesprochen und am 24. Juni war das Plakat überklebt worden. Ob es in Folge der Anzeige überklebt worden war, ist ungewiss, da Werbeplakate grundsätzlich in kurzen Abständen ausgetauscht werden.

ⁱ Fischer, P.M., Schwartz, M.P., Richards, J.W. Jr, Goldstein, A.O., Rojas, T.H.: Brand logo recognition by children aged 3 to 6 years. Mickey Mouse and Old Joe the Camel. JAMA. 1991 Dec 11; 266 (22): 3145-8

ⁱⁱ siehe auch „Marketing der Tabakkonzerne“: http://www.forum-rauchfrei.de/files/Machenschaften_der_Tabakindustrie.pdf

ⁱⁱⁱ <http://bmjopen.bmj.com/content/3/6/e002907.full> British Medical Journal, Juni 2013