

## Werbeverbot für E-Zigaretten stoppt Tabak-Stopp

**In der Anhörung des Ausschusses für Ernährung und Landwirtschaft zum Thema Tabakwerbeverbot hat die Mehrzahl der Sachverständigen die Forderung von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN unterstützt, sowohl für Tabakprodukte als auch für E-Zigaretten ein komplettes Werbeverbot zu verhängen. Eine Umsetzung dieses Konzepts gefährdet mögliche Erfolge in der Gesundheitspolitik. Denn E-Zigarettenwerbung ist ein wichtiges Mittel zur Aufklärung der Raucher.**

Berlin, 11.12.2018. „Es ist leicht mit dem Rauchen anzufangen – und unendlich schwer, damit aufzuhören“. Das stellte Prof. Daniel Kotz von der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf in der Anhörung im Landwirtschaftsausschuss des Bundestages zu einem geplanten Werbeverbot für Tabak und E-Zigaretten fest. Im nächsten Schritt schlussfolgerte der Suchtforscher, dass ein Werbeverbot für Tabak inklusive E-Zigaretten unabdingbar sei. Klar liegt es in der Natur der Sache einer Anhörung, dass problematisiert wird, dass Werbung „verführt“. Zu Recht. Werbung spricht uns häufig an, etwas haben zu wollen, was wir gar nicht brauchen oder sogar schädlich für uns ist. Sei es Alkohol, Schokoriegel oder eben Tabak.

### Werbung als Mittel zur Aufklärung

Werbung kann aber auch in einigen – vielleicht seltenen – Fällen zu einem Produkt aufklären und informieren. Und das ist bei der E-Zigarette genau der Punkt. Noch ist viel zu wenigen Rauchern in Deutschland bekannt, dass sie per E-Zigarette erfolgreich mit dem Rauchen aufhören können. Dabei sprechen die Zahlen eine klare Sprache: Raucher, die E-Zigaretten beim Tabakstopp einsetzen, haben eine um 60 Prozent höhere Erfolgsquote, als wenn sie z.B. auf Nikotinersatzpräparate wie Kaugummi oder Pflaster setzen. Bleiben Sie bei der E-Zigarette, konsumieren sie ein Produkt, das 95 Prozent weniger schädlich ist als die Tabak-Zigarette. Und genau diese Zahlen sprechen auch dafür, aktiv für die E-Zigarette zu werben. Gerade deswegen, weil es für Raucher – wie Herr Prof. Kotz zu Recht bemerkt – „unendlich schwer ist“, eine Vollbremsung zu machen.

Heißt: Wenn es wirklich so ist, dass Werbung Menschen dazu bringen kann, schädliche Dinge – wie etwa Tabak-Zigaretten – zu konsumieren, dann kann seriöse und regelkonforme Werbung sie auch genau davon wieder abbringen. Sprich: Sie kann Raucher auch wieder zu Nichtrauchern machen. Genau diese Mechanik hat das BfTG in seiner schriftlichen Stellungnahme im Vorfeld der Anhörung thematisiert. Zusätzlich wurde auf Länder verwiesen, die bei der „Werbung“ zur E-Zigarette noch einen Gang höher schalten. Länder wie Großbritannien, die Niederlande, Belgien oder sogar Neuseeland machen die Aufklärungsarbeit zur E-Zigarette gleich zur „Chefsache“ und werben mit staatlich finanzierten Informationskampagnen für das Produkt als effektives Mittel zum Tabak-Stopp. Offensichtlich mit Erfolg: Die britische Regierung schätzt, dass bis 2016 zwei Millionen Konsumenten durch die E-Zigarette vom Tabak loskamen und etwa eine halbe Million auf dem Weg dahin sind, zu Nichtrauchern zu werden.

## Presseinformation

### Rückkehr zur sachlichen Debatte

Um auch bei uns diesen Weg – sei es mit klassischer Werbung oder sogar staatlichen Kampagnen – zu gehen, muss die Diskussion dringend wieder sachlicher und weniger gesinnungsethisch geführt werden. Das Thema hat sich zu einem echten politischen Dauerbrenner in der Großen Koalition entwickelt. Wird jetzt auch der E-Zigarette per Schnellschuss ein Werbeverbot von oben verordnet, gibt die Politik ein wichtiges Werkzeug aus der Hand, um mehr Raucher zu Nichtrauchern zu machen.

### Über das BfTG

Das BfTG vertritt seit 2015 kleine und mittelständische Unternehmen der deutschen E-Zigaretten-Branche. Es repräsentiert rund drei Viertel des Marktes und agiert absolut unabhängig von der Tabakindustrie. Dabei setzt es sich für einen sachlichen Dialog zu notwendigen Regulierungen sowie dem gesundheits- und wirtschaftspolitischen Potenzial der E-Zigarette ein. Zu den Mitgliedern zählen namhafte Liquid- und Hardwarehersteller sowie Groß- und Einzelhändler aus ganz Deutschland.

### Rückfragen & Kontakt

Bündnis für Tabakfreien Genuss e.V.

Vorsitzender: Dustin Dahlmann

Pressesprecher: Philip Drögemüller

Telefon: +49 (0) 30 209 240 80

E-Mail: [presse@bftg.org](mailto:presse@bftg.org)

Web: [www.tabakfreiergenuss.org](http://www.tabakfreiergenuss.org)