



Pressekonferenz

**"Einführung bildgestützter Warnhinweise auf Tabakwaren in Deutschland"
am 29. Mai 2009**

**Ort: Presseraum im Bundesministerium für Gesundheit,
Friedrichstraße 108, 10117 Berlin**

Statement

**Dr. Martina Pötschke-Langer,
Leiterin Stabsstelle Krebsprävention und WHO-Kollaborationszentrum für
Tabakkontrolle
im
Deutschen Krebsforschungszentrum, Heidelberg**

Wirksamkeit von Warnhinweisen aus Bild und Text auf Tabakverpackungen zur gesundheitlichen Aufklärung belegt - politisches Handeln anempfohlen

Kombinierte Warnhinweise aus Bild und Text auf Tabakverpackungen sind wirksamer als ein Text allein - dies ist das Ergebnis von Studien, die im neuen Report des Deutschen Krebsforschungszentrums "Ein Bild sagt mehr als tausend Worte" vorgestellt werden.

Danach werden Bilder

- besser wahrgenommen,
- vermitteln nachdrücklicher Gesundheitswissen und
- werden häufiger als Quelle für Gesundheitsinformationen genannt als Texte.

Die zumeist drastischen Darstellungen der Folgekrankheiten des Rauchens lösen häufig negative Emotionen aus. Solche Reaktionen erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass Raucher ihren Konsum reduzieren und motiviert sind zu einem Rauchstopp. Bildgestützte Warnhinweise auf Tabakprodukten haben außerdem das Potential, Ex-Raucher bei der Aufrechterhaltung ihrer Abstinenz zu unterstützen und Kinder und Jugendliche vom Rauchen abzuhalten.

Der Report des Deutschen Krebsforschungszentrums enthält eine umfassende Analyse aller seit dem Jahr 2000 veröffentlichten Fachartikel zur Wirksamkeit kombinierter Warnhinweise aus Bild und Text. Die Fachartikel wurden in der bibliographischen Referenzdatenbank PubMed, welche mehr als 5.200 biomedizinische Fachzeitschriften umfasst, gelistet und Mitte April 2009 ausgewertet.

Der Report geht auch auf die Bedeutung der Tabakverpackungen als Marketinginstrument der Tabakindustrie ein und kommt zu dem Schluss, dass die Verpackung unbedingt zur

gesundheitlichen Aufklärung genutzt werden müsse, denn Warnhinweise auf Tabakverpackungen erreichen jeden Raucher. Bei einem Konsum von 20 Zigaretten pro Tag wird der Raucher jährlich 7000 bis 8000 Mal mit den Warnhinweisen konfrontiert. Eine effektivere und kostengünstigere Gegenwerbung ist kaum machbar. Vor allem erreichen die Warnhinweise auch soziale Schichten, die selten oder gar nicht lesen. Insbesondere bildgestützte Warnhinweise erreichen auch Raucher, die die Landessprache nicht sprechen oder diese nicht lesen können.

Die Tabakindustrie hat die Bedeutung der Verpackung als Werbeträger schon frühzeitig erkannt. In Deutschland forschten bereits in den 1920er Jahren die ersten Werbeexperten der Reemtsma-Werke zum Verpackungsdesign. Die Verpackung macht auf das Produkt aufmerksam, liefert Informationen über dieses und trägt zur Verkaufssteigerung bei. Dies gilt ganz besonders für Zigarettenverpackungen. Hierzu zwei Zitate aus dem Report, welche die Sicht der Tabakindustrie verdeutlichen: „ Die Hauptaufgabe der Verpackung besteht darin, ein Verlangen zu wecken, ein Produkt zu kaufen und auszuprobieren. Um dies zu gewährleisten, muss es neu und andersartig genug aussehen, um die Aufmerksamkeit des Verbrauchers zu wecken.“ (Arthur D Little Inc., 1997) „Eine Zigarettenverpackung ist einzigartig, weil der Konsument sie den ganzen Tag mit sich trägt sie ist Teil der Kleidung des Rauchers, und wenn er in eine Bar kommt und sie hinwirft, macht er eine Aussage über sich selbst.“ (Koten J, 1980). [beide Zitate S. 15]

Hinsichtlich des Designs und einer erfolgreichen Einführung von bildgestützten Warnhinweisen enthält der Bericht klare Handlungsempfehlungen, die auf den Erfahrungen von Ländern wie Kanada, Brasilien oder Australien basieren, welche bereits seit Jahren kombinierte Warnhinweise haben. Weltweit haben übrigens bereits 30 Länder kombinierte Warnhinweise eingeführt. Die Warnhinweise sollten mindestens 50 Prozent der Packungsvorder- und rückseite bedecken, aus einem emotionalisierenden Bild, einem kurzem erklärenden Text sowie einer Hotlinenummer zum Rauchstopp bestehen. **Und** die Einführung dieser neuen Warnhinweise sollte durch eine nationale Kampagne mit Veröffentlichungen über das neueste Wissen zu den Gesundheitsgefahren des Tabakkonsums begleitet werden.

Bedeutsam für die Politik ist auch, dass der Aufdruck von Warnhinweisen auf Tabakproduktverpackungen verfassungsgemäß ist, was das Bundesverfassungsgericht in der Zurückweisung einer Klage der Tabakindustrie bereits zum 22.Januar 1997 deutlich gemacht hat.

Die Veröffentlichung des Deutschen Krebsforschungszentrums "Ein Bild sagt mehr als tausend Worte: Kombinierte Warnhinweise aus Bild und Text auf Tabakprodukten" kann bestellt werden bei der Stabsstelle Krebsprävention unter who-cc@dkfz.de oder abgerufen werden unter www.tabakkontrolle.de

Das Deutsche Krebsforschungszentrum (DKFZ) ist die größte biomedizinische Forschungseinrichtung in Deutschland und Mitglied in der Helmholtz-Gemeinschaft deutscher Forschungszentren. Über 2.000 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, davon 850 Wissenschaftler, erforschen die Mechanismen der Krebsentstehung und arbeiten an der Erfassung von Krebsrisikofaktoren. Sie liefern die Grundlagen für die Entwicklung neuer Ansätze in der Vorbeugung, Diagnose und Therapie von Krebserkrankungen. Daneben klären die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen des Krebsinformationsdienstes (KID) Betroffene, Angehörige und interessierte Bürger über die Volkskrankheit Krebs auf. Das Zentrum wird zu 90 Prozent vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und zu 10 Prozent vom Land Baden-Württemberg finanziert.