

Positionspapier der DHS zur Verwendung von Geldern der Tabak-, Alkohol- und Glücksspielindustrie

Neben Produkt- und Preisgestaltung sowie der Verfügbarkeit ist die Werbung der dritte umsatzrelevante Faktor von Waren und Dienstleistungen. Dies gilt auch für die Produkte der Suchtmittelindustrie. Extrem hohe Werbeausgaben belegen dies: Der Gesamtetat für tabak- und alkoholhaltige Produkte beträgt gegenwärtig rund 1 Milliarde Euro. Zielgruppen der damit finanzierten Kampagnen sind Altkonsumenten wie auch bislang nicht oder geringfügig erreichte Verbrauchergruppen (Frauen, Jugendliche, Kinder). Es entspricht der selbstverständlichen Ausrichtung wirtschaftlichen Handelns, mit diesen Maßnahmen den Konsum der beworbenen Produkte weitgehend zu erhöhen oder, wo dies unerreichbar scheint, auf möglichst hohem Niveau zu stabilisieren. In elementarem Widerspruch hierzu steht das Bemühen von Suchtprävention und Suchthilfe, im gesundheitlichen Interesse aller den Suchtmittelkonsum nachhaltig zu verringern sowie den Einstieg in diesen zu verhindern. Dabei wurden in den vergangenen Jahren zwar keineswegs genügende, doch Teilerfolge erzielt: Werbebeschränkungen, Altersgrenzen für den Kauf von Alkoholika und Zigaretten, Konsumbeschränkungen am Arbeitsplatz sowie in der Öffentlichkeit sind hier vor allem zu nennen. Dies geht einher mit einem teilweise sinkenden Image der genannten Produkte und ihrer Produzenten. Als Reaktion auf diese Entwicklungen ist seit geraumer Zeit das intensive Engagement der Suchtmittelindustrie im Bereich des Sponsoring zu beobachten. Von Sportveranstaltungen bis zu Parteitagen werden allgemein anerkannte Ereignisse des öffentlichen Lebens finanziert und unterstützt. Diese Strategie indirekter Werbung und Imageförderung ist in jüngerer Zeit in eine neue Dimension vorgestoßen: Durch finanzielles Engagement werden einerseits Maßnahmen der Suchtprävention materiell gefördert, ideell jedoch negativ beeinflusst. Als Beispiel hierfür sei die Vereinbarung zwischen deutscher Zigarettenindustrie und Bundesregierung genannt, die u.a. gewährleisten soll, dass in der Tabakprävention der Bundesregierung negative Aussagen über das Suchtmittel Zigarette unterbleiben. Neben solch direkter Einflussnahme wird durch derartige Kooperationen einerseits die Glaubwürdigkeit von Prävention gemindert, andererseits eine Atmosphäre geschaffen, die wohlwollende Zugeständnisse geradezu provoziert. Beides entspricht den wirtschaftlichen Interessen der Suchtmittelindustrie. Den gesundheitspolitischen Zielen der Suchtkrankenhilfe widerspricht es. Dies gilt insbesondere auch für die grundsätzliche Bemühung der Suchtmittelindustrie, ihre Produkte als Genussmittel mündiger, erwachsener Bürger zu positionieren. Denn erstens ist der Konsum Erwachsener ein hervorragender Anreiz gerade für Kinder und Jugendliche, und zweitens beginnt beinahe jede Abhängigkeit mit dem zunächst geringfügigen Konsum des Suchtmittels. Dies gilt insbesondere für Zigaretten und Alkoholika. Aus den genannten Gründen betrachtet die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen jegliche Präventionsarbeit unter Beteiligung der Suchtmittelindustrie als besonders subtile Maßnahme der Konsumförderung. Vor diesem Hintergrund lehnt die DHS jede finanzielle Beteiligung der Suchtmittelindustrie an ihrer Arbeit grundsätzlich ab. Im Interesse des Gesundheitsschutzes empfiehlt sie dieses Verhalten ebenso allen in der Suchtprävention und Suchthilfe tätigen Institutionen und Verbänden, insbesondere den Mitgliedsverbänden der DHS, ihren Untergliederungen und Einrichtungen. Angesichts bereits vorhandener Kooperationen empfiehlt die DHS dringend, im Falle der Verwendung von Geldern der Suchtmittelindustrie zunächst zu gewährleisten, dass in entsprechenden Verträgen

- keinerlei Einschränkung oder Beeinflussung von Aussagen oder Zielgruppen erfolgt und · eine Beteiligung des Mittelgebers an Konzeption, Durchführung und Evaluation der Mittelverwendung ausdrücklich verneint wird und · jegliche Produkt-, Label-, oder Firmenwerbung ausgeschlossen ist und
- dem Mittelgeber die Werbung mit seiner finanziellen Beteiligung untersagt, der Empfänger hingegen zur Bekanntgabe der Kooperation verpflichtet wird.
- Die DHS betont, dass die genannten Zielkonflikte zwischen Absatzsteigerung bzw. -stabilisierung und Präventionsarbeit jedoch grundsätzlich auch unter diesen Voraussetzungen bestehen bleiben. Im Sinne der Produzentenhaftung fordert sie daher erneut und nachdrücklich die Erhebung von Pflichtabgaben auf sämtliche legalen Suchtmittel zur Finanzierung dauerhafter und flächendeckender Präventionsarbeit.

Hamm, im Juni 2003
Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V.