

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

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 festigen.

In grundsätzlichem Widerspruch hierzu steht das Bemühen von Suchtprävention und Suchthilfe, im gesundheitlichen Interesse der gesamten Bevölkerung 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. Auch die nachdrücklichen Bestrebungen der pharmazeutischen Industrie, das mächtige Werbeverbot für verschreibungspflichtige Arzneimittel zu beenden, konnten bislang abgewehrt werden.

Diese Entwicklungen gehen einher mit einem teilweise sinkenden Image der genannten Produkte und ihrer Produzenten. Als Reaktion darauf ist seit geraumer Zeit das intensive Engagement der Suchtmittelindustrie im Bereich des Sponsoring zu beobachten. Von Sportveranstaltungen bis zu Parteitag 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 untergraben, 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 oder Freizeitvergnügen mündiger, erwachsener Bürger zu positionieren. Denn erstens ist das Vorbild Erwachsener ein hervorragender Anreiz gerade für Kinder und Jugendliche, und zweitens beginnt beinahe jede Abhängigkeit mit dem zunächst geringfügigen Konsum von Suchtmitteln bzw. gelegentlichem Glücksspielen. Dies gilt für Zigaretten und Alkoholika wie auch für Geldspielautomaten.

In ähnlicher Weise verfährt die pharmazeutische Industrie. Auch sie ist mit Hilfe von Sponsoring bestrebt, den Absatz ihrer Produkte und ihr Image zu fördern. Sie sponsert v.a. Forschungsvorhaben, Tagungen und Referenten/Referentinnen, jedoch auch Patienten- und Selbsthilfeorganisationen in derart großem Umfang, dass Beeinträchtigungen von Unabhängigkeit und Urteilsvermögen unvermeidbar sind. Mangelnde Transparenz bei Förderern und Geförderten mindern darüber hinaus deren Glaubwürdigkeit. Letztlich sind die Kranken die doppelt Geschädigten: Ihr Wunsch nach objektiver Information und nach Heilung wird zu Zwecken der Absatzerhöhung ausgenutzt.

Aus den genannten Gründen betrachtet die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen Präventionsarbeit, Forschung und Selbsthilfeförderung mit Beteiligung oder Sponsoring der Suchtmittel- sowie der Pharmaindustrie als besonders subtile Maßnahme der Konsum- bzw. Absatzförderung. Vor diesem Hintergrund lehnt die DHS jede finanzielle Beteiligung der Suchtmittelindustrie und der Pharmaindustrie an ihrer Arbeit grundsätzlich ab. Im Interesse des Gesundheitsschutzes empfiehlt sie dieses Verhalten ebenso 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 Suchtmittel- und Pharmaindustrie 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 unterbleibt sowie jegliche Produkt-, Label-, oder Firmenwerbung ausgeschlossen ist und
- dem Mittelgeber die Werbung mit seiner finanziellen Beteiligung untersagt, der Empfänger hingegen zur Bekanntgabe der Zusammenarbeit 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 sowie die verschiedenen Angebote der Glücksspielbranche zur Finanzierung dauerhafter und flächendeckender Präventionsarbeit.

Hamm, im September 2014
Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V.

Vom Vorstand der DHS nach Diskussion am 10. Dezember 2014 verabschiedet.