



Zusammenfassung

23. Symposium des wissenschaftlichen Kuratoriums der DHS

03. – 04. September 2025, Berlin

Suchtprävention und Lobbyismus: Zwischen Prävention und Profit

Vorwort

Bei der Planung dieses Symposiums lag dem Wissenschaftlichen Kuratorium das gewählte Thema besonders am Herzen. Der Konsum legaler Substanzen, welche die Gesundheit maßgeblich schädigen und zu Sucht führen können, ist in Deutschland vergleichsweise wenig reglementiert. Wirtschaftsinteressen haben dazu beigetragen, dass sich dieser Status quo in den letzten Jahrzehnten kaum verändert hat. Auch im Bereich der Verhaltenssuchte ist das Spannungsfeld zwischen dem Schutz der Konsumenten und der Gewinnmaximierung offensichtlich. Dadurch werden Public-Health-Bestrebungen zurückgeworfen und beschränken sich in der Regel auf Maßnahmen der Verhaltensprävention mit insgesamt wenig Wirkungskraft. Ziel des Symposiums des Wissenschaftlichen Kuratoriums der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) war es deshalb, nicht nur die aktuelle Situation zu beschreiben, sondern ebenso Impulse für eine Änderung zu geben. Die namhaften Referentinnen und Referenten aus dem In- und Ausland haben dazu in hervorragender Weise beigetragen, und die Teilnehmenden haben die Anregungen durch die fruchtbare Diskussion belebt und bestärkt. Ziel sollte es aus Sicht des Kuratoriums nun sein, den entstandenen Schwung zu nutzen und auf Entscheidungsträgerinnen und -träger zuzugehen.

Wir wünschen den Leserinnen und Lesern dieser Dokumentation einen gewinnbringenden Einblick in diesen spannenden Diskurs.

Prof. Dr. Hans-Jürgen Rumpf

Sprecher des Wissenschaftlichen Kuratoriums der DHS

Wichtiger Hinweis:

Diese Zusammenfassung widmet sich den Inhalten des 23. Symposium des wissenschaftlichen Kuratoriums der DHS, welches vom 03. bis 04. September 2025 in der Alice Salomon Hochschule in Berlin stattfand.

Sie fasst die zentralen Inhalte, Ergebnisse und teilweise auch Diskussionen der Veranstaltung zusammen und soll dazu beitragen, die während der Tagung gewonnenen Erkenntnisse festzuhalten, weiterführende Impulse zugänglich zu machen und den Austausch rund um das Thema Lobbyismus nachhaltig zu unterstützen.

Diese Tagungszusammenfassung wurde nach bestem Wissen erstellt, erhebt jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es kamen weder Künstliche Intelligenz noch automatisierte Systeme für einen Mitschnitt zum Einsatz.

Für die inhaltlichen Aussagen sind ausschließlich die jeweiligen Referentinnen und Referenten verantwortlich. Sie spiegeln nicht zwangsläufig die Meinung und/oder Position der DHS bzw. des Landes Berlin wider.

Die hier abgebildeten Zusammenfassungen der Vorträge sowie die Inhalte der Podiumsdiskussion wurden den Referierenden vorgelegt und durch diese autorisiert.

Wir danken allen Mitwirkenden für ihre engagierte Teilnahme und hoffen, dass diese Dokumentation als hilfreiche Grundlage für die weitere Arbeit und den fortlaufenden Dialog dient.

Hintergrund

Trotz wachsender regulatorischer Bemühungen behaupten sich Unternehmen der Suchtgüterindustrien - etwa aus den Bereichen Alkohol, Tabak oder Glücksspiel - weiterhin mit bemerkenswerter Stabilität und Innovationskraft am Markt. Ihr Erfolg beruht nicht nur auf wirtschaftlichem Kalkül, sondern vor allem auf hochgradig anpassungsfähigen Managementstrukturen, die rasch und gezielt auf neue gesetzliche Rahmenbedingungen reagieren können. Ein weiteres zentrales Mittel ihres Erfolgs ist die strategisch eingesetzte Lobbyarbeit: Sie wirkt, trotz Lobbyregister und Bemühungen der Transparenz, oft im Verborgenen. Sie ist jedoch entscheidend dafür, politische Regulierungsansätze abzuschwächen, hinauszuzögern oder gänzlich zu blockieren.

Angesichts der bestehenden und stetig wachsenden Verflechtung von Industrieinteressen und suchtpolitischen Entscheidungen rückt die kritische Auseinandersetzung mit dem Einfluss von Lobbyismus stärker in den Fokus.

Das 23. Symposium des wissenschaftlichen Kuratoriums der DHS fand vom 03. bis 04. September 2025 in der Alice Salomon Hochschule in Berlin statt.

Im Rahmen eines interdisziplinären Dialogs war das zentrale Anliegen dieser Tagung, die Entwicklung konkreter, wissenschaftlich fundierter und tragfähiger Empfehlungen für eine nachhaltige und gerechte Suchtpolitik sowie die Stärkung der Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft, Politik und Praxis. Gleichzeitig sollten die Öffentlichkeit sowie politische Akteure für die Auswirkungen industrienahe Einflussnahme sensibilisiert und ein faktenbasierter, transparenter Dialog über die Zukunft der Suchtpolitik - im Spannungsfeld von Prävention und Profit – gefördert werden.

Das wissenschaftliche Kuratorium der DHS und das Land Berlin luden alle Referierenden und Teilnehmenden des Symposiums herzlich ein, sich aktiv am fachlichen Austausch über diese aktuellen suchtpolitischen Fragestellungen zu beteiligen.

Wir danken dem Land Berlin für die finanzielle Förderung dieser Veranstaltung!

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| Die Übermacht der Wirtschaftslobby Dr. Florian Spohr, Universität Stuttgart | 5 |
| Zwischen Regulierung und Einfluss: Die Entwicklung der Alkoholpolitik im Zielkonflikt von Suchtprävention und Lobbyismus Prof. Dr. Jürgen Rehm, Zentrum für Interdisziplinäre Suchtforschung (ZIS) der Universität Hamburg | 7 |
| Lobbyismus und Cannabislegalisierung: Eine Bestandsaufnahme Dr. Jakob Manthey, Zentrum für Interdisziplinäre Suchtforschung (ZIS) der Universität Hamburg | 11 |
| It's all about the money: Wie die Glücksspiel-Industrie ökonomische Interessen wahrt und effektive Suchtprävention verhindert Dr. Tobias Hayer, Universität Bremen | 13 |
| Gesetzgebung im Spannungsfeld von Gesundheitsschutz und Interessenvertretung: Politische Verantwortung in der Suchtpolitik Manuela Ripa, MdEP, ÖDP | 16 |
| Blauer Dunst – die Strategien der Tabakindustrie Dr. Katrin Schaller, Deutsches Krebsforschungszentrum (DKFZ), Heidelberg | 19 |
| Der bittere Nachgeschmack des Zuckers: Warum wir unbequem bleiben müssen Franziska Fey, Deutsche Diabetes Gesellschaft, Berlin, Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) | 21 |
| Strategien, Stolpersteine, Spielräume: Lehren aus Skandinavien und der Welt für die deutsche Alkoholpolitik Maik Dünnbier, Movendi International, Stockholm | 23 |
| Alkohol, Drogen und Verhaltenssuchte aus der Perspektive der Weltgesundheitsorganisation Anja Busse, World Health Organization (WHO), Genf | 25 |
| Podiumsdiskussion | 27 |
| AUSGEWÄHLTE THESEN der Referierenden | 30 |

BEITRÄGE

Die Übermacht der Wirtschaftslobby Dr. Florian Spohr, Universität Stuttgart

Aktuelle empirische Studien belegen, dass politische Entscheidungen in modernen Demokratien deutlich häufiger den Präferenzen wirtschaftlicher Akteure und der gesellschaftlichen Oberschicht entsprechen als den Interessen mittlerer und unterer Einkommensgruppen oder jenen Organisationen, die schwache Interessen vertreten. Insbesondere das Lobbying wirtschaftlicher Interessengruppen trägt maßgeblich zu signifikanten Abweichungen vom Mehrheitswillen der Wähler:innen bei.

Inside-Lobbying:

Direkte Versuche auf politische Entscheidungsprozesse einzuwirken.

Vorrangig mittels Informationen über gesellschaftliche und wirtschaftliche Präferenzen.

Die Strategien wirtschaftlicher Interessenvertretung manifestieren sich in verschiedenen Formen des Inside-Lobbying. Auf der Ebene formalisierter Kommunikation – etwa im Rahmen von Verbändekonsultationen oder Anhörungen im Gesetzgebungsprozess – besteht nominell eine relative Gleichheit der Zugangsmöglichkeiten. Gleichwohl weisen Untersuchungen darauf hin, dass wirtschaftliche Akteure in diesen Verfahren einen deutlich größeren Einfluss ausüben als andere Interessengruppen.

Noch stärker ausgeprägt ist diese Asymmetrie im Bereich informeller Kommunikation: Finanzielle Leistungen wie Parteispenden oder das Sponsoring politischer Veranstaltungen eröffnen privilegierte Zugänge, ebenso wie personelle Verflechtungen über sogenannte Drehtür-Effekte, bei denen ehemalige Politiker:innen in Lobbyfunktionen wechseln. Diese Mechanismen schaffen eine strukturelle Ungleichheit zugunsten ökonomisch potenter Akteure. Hinzu kommt die interne Einflussnahme über Abgeordnete selbst, die historisch vor allem über verbandliche Hintergründe vermittelt war, heute jedoch eher über umfangreiche Nebentätigkeiten sichtbar wird – mit teils erheblichen Unterschieden zwischen den parlamentarischen Fraktionen.

Outside-Lobbying

Indirekter Druck auf die Politik über die Mobilisierung der Öffentlichkeit.

Vermittelt über Proteste, multimediale Kampagnen und Public Relations.

Komplementär zum Inside-Lobbying nutzen wirtschaftliche Interessengruppen Strategien des Outside-Lobbying, die auf öffentliche Meinungsbildung abzielen. Dazu zählt der Einsatz medienwirksamer Marketingkampagnen, wie etwa die werblichen Botschaften von Wein- und Sektverbänden, die den Konsum alkoholischer Produkte mit einem gesunden Lebensstil in Verbindung zu bringen versuchen. Ebenso betreibt die Alkoholindustrie systematisch Präventionskampagnen, die vorrangig darauf abzielen, staatlichen Regulierungsmaßnahmen vorzubeugen und den Konsum gesellschaftlich zu normalisieren. Advokatorische Think-Tanks, die Lobbyinteressen unter dem Deckmantel unabhängiger Expertise vertreten, ergänzen dieses Repertoire.

Die Argumentationsmuster wirtschaftlicher Akteure folgen dabei häufig wiederkehrenden Linien. Ökonomische Argumente, etwa die vermeintliche Gefährdung von Standorten oder Arbeitsplätzen, werden ebenso vorgebracht wie die Interessen von Proxys, darunter Sportverbände oder Medienhäuser, die indirekt von Werbeeinnahmen profitieren. Ergänzt wird dies durch gesellschaftspolitische Argumente, die etwa auf die geringe Popularität regulatorischer Eingriffe verweisen, sowie durch selektive Studien, die die Wirksamkeit von Regulierungen in Zweifel ziehen oder die Gefährlichkeit bestimmter Suchtmittel relativieren.

Um dem strukturellen Übergewicht wirtschaftlicher Lobbyinteressen wirksam zu begegnen, erscheinen mehrere Ansätze erfolgversprechend. Dazu zählen der konsequente Verweis auf die erheblichen gesundheitlichen und langfristigen ökonomischen Folgen substanzbezogener Süchte, die Hervorhebung gesellschaftlicher Mehrheiten zugunsten bestimmter regulativer Maßnahmen sowie die Orientierung an internationalen „Best Practices“, die erfolgreiche Ansätze anderer Länder dokumentieren. Diese Elemente können zusammenwirken, um eine evidenzbasierte, gemeinwohlorientierte Regulierungspolitik zu stärken und die demokratische Responsivität gegenüber breiteren Bevölkerungsinteressen zu erhöhen.

Zwischen Regulierung und Einfluss: Die Entwicklung der Alkoholpolitik im Zielkonflikt von Suchtprävention und Lobbyismus

Prof. Dr. Jürgen Rehm, Zentrum für Interdisziplinäre Sucht-forschung (ZIS) der Universität Hamburg

Alkoholpolitik umfasst weit mehr als die reine Suchtprävention. Dies zeigt auch das Fazit der WHO im Global Alcohol Action Plan. Dieser besagt unter anderem:

- Die Alkoholindustrie sollte nicht in staatliche Entscheidungen über alkoholpolitische Kontrollmaßnahmen eingebunden werden.
- Bei der Entwicklung entsprechender Politiken sollten die Kontakte zur Industrie auf notwendige Informationsweitergaben beschränkt bleiben.

Was sind kommerzielle Determinanten von Gesundheit?

Macht: Zunahme des ökonomischen Gewichts und der Einflussmacht des kommerziellen Sektors bei gleichzeitiger Erosion staatlicher Einnahmebasis und staatlicher Handlungskapazitäten.

Normen: die im Sinne der Interessen kommerzieller Eliten ausgestaltet werden.

Externalitäten: Die anfallenden Kosten werden auf staatliche Institutionen und die breite Gesellschaft abgewälzt.

Beispiele, wie die Alkoholindustrie versucht, das gesellschaftliche Image von Alkohol zu beeinflussen

Ein zentrales Problem in der Umsetzung von Suchtprävention auf Gesetzesebene besteht darin, dass bei Gesetzesänderungen verschiedene Ministerien mit unterschiedlichen Interessen und Prioritäten beteiligt sind, beispielsweise das Bundesministerium für Gesundheit (BMG) und das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). Dies erschwert eine einheitliche und gesundheitspolitisch konsequente Linie.

Besonders sichtbar wird dies beim Thema der Erhöhung der Alkoholbesteuerung. Die Industrie nutzt die sogenannte SCARE-Taktik zur politischen Einflussnahme. Die Argumente dahinter sind jedoch widerlegt:

Increased Smuggling & Illicit Trade: Nicht erfasster Konsum ist einer der Faktoren, die Regierungen bei der Umsetzung fiskalischer Maßnahmen berücksichtigen müssen. Ob Steuererhöhungen zu einem Anstieg des nicht erfassten Konsums führen, hängt von verschiedenen Faktoren ab (Art des nicht erfassten Konsums; Anteil und Verfügbarkeit nicht erfassten Konsums vor der Steuerreform; Infrastruktur; Gegenmaßnahmen). In Thailand ist der nicht erfasste Konsum gering und blieb auch nach Steueranhebungen stabil. Internationale Beispiele zeigen zudem, dass gezielte politische Maßnahmen nicht erfassten Konsum wirksam begrenzen können. Empirisch gesehen gibt es keinen Automatismus, wonach Steuererhöhungen zwangsläufig zu mehr nicht erfasstem Konsum führen.

Court & Legal Challenges: Bezüglich Steuererhebungen sind keine Klagen der Industrie bekannt.

Anti-poor Rhetoric: Negatively Impact the Poor: Im Gegenteil: Eine höhere Besteuerung steht in Verbindung mit einem geringeren gesundheitlichen Ungleichgewicht bezüglich der Mortalität. Die Einnahmen aus der Alkoholsteuer liegen in Deutschland weit unter den Kosten, die durch alkoholbedingte Gesundheitsschäden und gesellschaftliche Folgeschäden entstehen.

Revenue Reduction: Dies konnte bislang nicht beobachtet werden. Zudem könnte Deutschland seine Alkoholsteuer vervierfachen – der Preis wäre noch immer günstiger als in einigen anderen EU-Ländern. Dennoch hält sich das Argument, *es müsse der Alkoholindustrie gut gehen, damit es dem Land gut gehe* – insbesondere mit Blick auf Steuereinnahmen. Die OECD stellte jedoch fest, dass der Beitrag der Alkoholindustrie zum Gesamtwirtschaftswachstum bereits ab wenigen Litern Pro-Kopf-Konsum negativ wird. Aus gesamtwirtschaftlicher Perspektive wirkt die Alkoholindustrie somit eher belastend als förderlich.

Employment Impact is Negative: Durch Alkohol sinkt die Lebenserwartung. Die durch Alkoholkonsum verursachten gesundheitlichen Auswirkungen (direkt und indirekt) kosten die Gesellschaft jedes Jahr viel Geld. Durch Alkohol verursachte Verdienstauffälle, Unfälle sowie die Verminderung der Arbeitsleistung haben, auf vielen unterschiedlichen Ebenen, einen negativen Einfluss auf den Arbeitsplatz.

Die Industrie selbst erkennt inzwischen an, dass Alkohol ein Karzinogen ist. Dennoch setzt sie ein Narrativ fort, dem zufolge nur „hoher, verantwortungsloser Konsum“ Krebs

verursache. Damit verlagert sie die Verantwortung zudem bewusst auf die konsumierenden Personen und nicht auf das Produkt oder die Rahmenbedingungen, die den Konsum begünstigen.

Standpunkte und Empfehlungen der WHO:

- Keine Beteiligung an der Entwicklung von Alkoholpolitik;
- keine Partnerschaften oder Kooperationen mit der Alkoholindustrie im Bereich öffentlicher Gesundheitsmaßnahmen.
- Die WHO akzeptiert weder finanzielle Mittel noch Sachleistungen aus der Alkoholindustrie.
- Der Austausch mit der Alkoholindustrie ist auf die Weitergabe von Informationen zum Nutzen der öffentlichen Gesundheit beschränkt.

Die WHO weist darauf hin, dass Entscheidungen über den Umgang mit der Alkoholindustrie im Ermessen jedes einzelnen Mitgliedstaates liegen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass alle Mitgliedstaaten die *WHO Global strategy to reduce the harmful use of alcohol* gebilligt sowie den *WHO Global Action Plan* einschließlich der darin enthaltenen Leitprinzipien und vorgeschlagenen Maßnahmen verabschiedet haben.

Leitprinzip der Strategie: Politik und Interventionen zur Prävention und Reduzierung alkoholbedingter Schäden sollten von den Interessen der öffentlichen Gesundheit geleitet werden und auf klaren gesundheitspolitischen Zielen sowie Evidenz basieren.

Vorgeschlagene Maßnahmen für Wirtschaftsakteure in der Alkoholproduktion und im Alkoholhandel im WHO Global Action Plan Alkohol (Ausschnitt):

- Sich jeglicher Einflussnahme auf die Entwicklung der Alkoholpolitik zu enthalten und von Aktivitäten abzusehen, welche die Entwicklung, Verabschiedung, Umsetzung und Durchsetzung von Strategien und Interventionen zur Verringerung des schädlichen Alkoholkonsums verhindern, verzögern oder behindern könnten;
- konkrete Schritte unternehmen, um Marketing und Werbung für alkoholische Produkte gegenüber Minderjährigen zu beenden;
- davon abzusehen, Alkoholkonsum zu fördern sowie alle positiven Gesundheitsbehauptungen im Zusammenhang mit Alkohol zu beseitigen und zu verhindern;
- zur Beendigung von Marketing und Verkauf alkoholischer Getränke an Minderjährige sowie zur Abschaffung kommerzieller Aktivitäten beizutragen, die sich an andere Hochrisikogruppen richten;

- von der Finanzierung gesundheits- und politikbezogener Aktivitäten sowie von Forschung abzusehen, um mögliche Verzerrungen der Agenda-Setzung infolge von Interessenkonflikten zu vermeiden;
- die Förderung (Sponsoring) wissenschaftlicher Forschung zu den Public-Health-Aspekten des Alkoholkonsums und der Alkoholpolitik einzustellen sowie deren Nutzung zu Marketing- oder Lobbying Zwecken zu beenden.

Lobbyismus und Cannabislegalisierung: Eine Bestandsaufnahme Dr. Jakob Manthey, Zentrum für Interdisziplinäre Suchtforschung (ZIS) der Universität Hamburg

Der Referent betont: es handelt sich bei den präsentierten Erkenntnissen aus Mangel an wissenschaftlichen Veröffentlichungen zum Thema vorwiegend um frei verfügbare Informationen aus unterschiedlichen Quellen (z.B. Medienberichte, Lobbyregister).

Die Cannabisindustrie lässt sich als Akteursfeld beschreiben, das Personen und Organisationen umfasst, deren ökonomische Lage direkt vom Cannabishandel beeinflusst wird und die folglich ein besonderes Interesse an politischen Weichenstellungen in diesem Bereich haben.

Eine zentrale Besonderheit des Produkts Cannabis ist seine Doppelfunktion als medizinisch eingesetzte Substanz und als Rauschmittel, was zu einer komplexen Gemengelage wirtschaftlicher, gesundheitspolitischer und regulatorischer Interessen führt.

Aktuelle Schätzungen beziffern das weltweite Marktvolumen auf etwa 44 bis 60 Milliarden US-Dollar, wobei rund 60 % auf den non-medical-Sektor entfallen und der restliche Anteil dem medizinischen bzw. dem sogenannten „Wellness-Bereich“ zugerechnet wird. Unternehmen aus Nordamerika agieren als globale Anbieter und exportieren unter anderem medizinisches Cannabis (MedCan) nach Deutschland bzw. sind auch hierzulande selbst tätig.

Trotz dieser Marktdynamik ist die Branche von starken Kursverlusten geprägt, was auf die Diskrepanz zwischen hohen Wachstumserwartungen und einem anhaltenden wirtschaftlichen Druck verweist. Diese Entwicklung zeigt sich z.B. in Kanada, wo hohe Investitionen seit Jahren auf stagnierende Absatzzahlen treffen. Als Reaktion kritisiert die Cannabisindustrie dort häufig eine „Überregulierung“ im Sinne von Public-Health-Prinzipien. Zugleich führen Überkapazitäten und ein intensiver Preiskampf dazu, dass die Produktionskosten bei vielen Unternehmen deutlich über den erzielbaren Verkaufserlösen liegen. Nur wenige Betriebe erwirtschaften Gewinne, was den ökonomischen Druck auf die gesamte Branche weiter verstärkt.

Im internationalen Kontext bestehen enge Verflechtungen zwischen der Cannabisindustrie und anderen Suchtmittelindustrien, insbesondere dem Alkohol- und Tabaksektor. Da die internationale Kontrollpolitik das Wachstum der Tabakindustrie zunehmend hemmt, suchen Tabakkonzerne nach neuen Absatzmärkten. Ein Beispiel hierfür ist die von Philip Morris International formulierte „beyond nicotine“-Strategie, in deren Rahmen Investitionen und strategische Partnerschaften mit Cannabisunternehmen eingegangen werden.

Auch seitens der Alkoholindustrie finden sich zahlreiche Beteiligungen an Cannabisfirmen sowie Personalwechsel – insbesondere im Bereich strategischer und Managementfunktionen. Expertise aus dem Alkoholmarkt wird gezielt genutzt, um Cannabismärkte in den Bereichen Marketing, Produktdesign und Lobbying zu

entwickeln. Recherchen weisen zudem auf Synergien zwischen Alkohol- und Cannabisindustrie hin, ebenso wie auf mögliche Substitutionseffekte, bei denen Alkoholkonsum durch Cannabis oder durch die kombinierte Nutzung mehrerer Substanzen ersetzt wird. Insgesamt bestehen vielfältige Verflechtungen zwischen den Industriezweigen Alkohol, Tabak, Cannabis und zunehmend auch Pharma.

Für Deutschland wird bis 2025 ein Marktvolumen von rund einer Milliarde Euro erwartet. Bis 2024 machte der CBD-Bereich den größten Marktanteil aus; seither dominiert der MedCan-Sektor, für den ein starkes Wachstum prognostiziert wird.

Die politische Einflussnahme der Branche erfolgt über klassische Instrumente des Lobbyismus. Dazu zählen Kontakte zwischen Lobbygruppen und Abgeordneten, Einladungen zu parlamentarischen Abenden oder Fachkonferenzen, die Teilnahme an Ausschusssitzungen, die Publikation von Interviews auf sozialen Medien sowie Stellungnahmen und Änderungsvorschläge zu Gesetzesentwürfen. Das Lobbyregister weist derzeit 71 Einträge mit dem Stichwort „Cannabis“ aus – im Vergleich zu 58 im Bereich Alkohol, 64 bei Bier, 162 bei Wein, 15 bei Spirituosen, 50 bei Tabak und 25 bei Nikotin. Im Feld vertreten sind neben Cannabis- und Pharmaunternehmen diverse Lobbyorganisationen sowie Interessenvertretungen aus angrenzenden Bereichen wie der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen, der Bundesärztekammer oder dem ADAC. Die Aktivitäten reichen von Formulierungshilfen für Koalitionsverhandlungen über Appelle zur Förderung von Modellprojekten bis hin zu gezielten Austauschformaten mit Abgeordneten zum MedCan-Sektor.

Erste Hinweise auf Substitutionseffekte zwischen Alkohol und Cannabis sowie polytoxischen Konsummustern unterstreichen die Relevanz einer integrierten Betrachtung verschiedener Substanzmärkte. Zudem werden erste Kontakte zwischen Industrievertreter:innen und Wissenschaft beobachtet, deren Relevanz vor dem Hintergrund potenzieller Modellprojekte weiter zunehmen dürfte. Da die öffentliche Forschungsförderung im Bereich Cannabis häufig durch begrenzte Mittel und administrative Hürden eingeschränkt ist, steigt die Attraktivität einer industriefinanzierten Forschung. In der Diskussion wurde angeregt, einen staatlich verwalteten Fonds zur Forschungsförderung einzurichten, der aus verpflichtenden Abgaben der Industrie gespeist wird. Ein solches Modell, das in Kanada bereits zu einer intensiveren Forschungsförderung beigetragen hat, würde in Deutschland allerdings einer sorgfältigen rechtlichen und politischen Ausgestaltung bedürfen.

Insgesamt zeigt sich, dass in Deutschland ein aktives, aber kein aggressives Lobbying der Cannabisindustrie beobachtbar ist. Gleichwohl könnte eine stärkere Vernetzung mit Akteur:innen anderer Suchthilfebereiche und Branchen – insbesondere im Hinblick auf polytoxikologische Konsummuster – dazu beitragen, gemeinsame evidenzbasierte Positionen zu entwickeln und politische Wirkung zu erhöhen. Ein systematisches Monitoring des Lobbyregisters sowie eine intensivere wissenschaftliche Analyse der entstehenden Verflechtungen erscheinen daher als wichtige Schritte für die zukünftige Forschung und Politikberatung.

It's all about the money: Wie die Glücksspiel-Industrie ökonomische Interessen wahrt und effektive Suchtprävention verhindert Dr. Tobias Hayer, Universität Bremen

Die Umsätze der Glücksspielindustrie übersteigen die der Alkoholindustrie bei Weitem. Steuereinnahmen durch Glücksspiel lagen zuletzt deutlich über 6 Mrd. Euro jährlich – das entspricht dem Doppelten der Einnahmen aus der Alkoholindustrie. Währenddessen haben ca. 1,4 Millionen Menschen in Deutschland gemäß DSM-5 eine Glücksspielstörung, 3,5 Millionen gelten als riskant Spielende. Schätzungen zufolge stammen etwa 32% der Glücksspielausgaben von problematisch bzw. pathologisch Spielenden.

Zur Erreichung ihrer Ziele investiert die Glücksspielindustrie über Jahrzehnte Milliarden in die Lobbyarbeit. Auch wenn für Deutschland keine genauen Zahlen vorliegen: Die Ausgaben dürften deutlich höher als in der Alkohol- und Tabakindustrie ausfallen.

Zudem gestaltet sich die Erhebung valider Daten schwierig: Die Glücksspielindustrie ist national wie international Hauptgeldgeber für Glücksspielforschung, was zu einer selektiven Auswahl von Forschungsfragen bzw. Forschungsthemen und somit zu einer eingeschränkten Evidenzbasis führt.

Das Framing, das problematisches Verhalten, ein individuelles Problem sei, trägt zur Fehl kategorisierung und Stigmatisierung derjenigen bei, die durch suchtgefährdende Glücksspielangebote geschädigt werden. Zudem untergräbt es die Prävention. Diese Taktik soll die Aufmerksamkeit von schädlichen Produkten und Praktiken der Wirtschaftsunternehmen ablenken und mögliche „Positiveffekte“ eines Konsumverhaltens übermäßig betonen. Ziel dieser Strategie ist es, glücksspielbedingte negative Folgen zu bagatellisieren, anzuzweifeln oder umzudeuten. Darüber hinaus entsteht der Nebeneffekt, dass Verantwortung für entstandene Gesundheitsprobleme heruntergespielt und die Glücksspielunternehmen als Teil der Problemlösung präsentiert wird. Die Industrie präsentiert sich also paradoxerweise als Präventionsexpertin.

Wie gestaltet sich die Einflussnahme auf die Forschung?

- institutionelle Förderungen,
- Mitfinanzierung von Fachtagungen,
- Gründung bzw. Unterstützung von Forschungstiftungen,
- Diskreditierung von Forschenden, die industrieunabhängige Forschung im Auftrag der öffentlichen Hand durchführen,
- Auftragsgutachten.

Darüber hinaus werden zunehmend ausschließlich (kausale) Evidenzen ohne jedwede Unsicherheit als alleinige Grundlage für politisches Handeln eingefordert, um die dem Gesetzgeber obliegende Einschätzungsprärogative zu untergraben. Dieser Ansatz setzt unrealistische Maßstäbe, verkennt die Grenzen empirischer Wissenschaft und führt in der Folge zu einer Entwertung von Forschung.

Strategien der Industrie:

- Normalisierung des Glücksspiels über Werbung im öffentlichen Raum (als spannende und kurzweilige Variante der Freizeitgestaltung),
- Darstellung von Positiveffekten - Arbeitsplätze oder Steuern,
- Überbetonung des Nutzens von Glücksspieleinnahmen (gemeinnütziger Zwecke, Finanzierung von kulturellen, gesundheitsbezogenen und sozialen Einrichtungen),
- narrativ, dass sich legale Glücksspielanbieter (in Abgrenzung zu illegalen Glücksspielanbietenden) ernsthaft (z.T. freiwillig) um den Schutz der Spielenden bemühen.

Es wird in ganz unterschiedlichem Rahmen Einfluss auf die Politik genommen: Parlamentarische Abende, Anzeigen in Parteizeitschriften, Infostände auf Parteitagen, Stellungnahmen bei parlamentarischen Anhörungen, Gründungen von Interessensverbänden, Vergabe von Parteispenden, Vertretung durch ehemalige Politiker:innen, Initiierung von Klageverfahren u.v.m. Zudem profitieren weitere Interessengruppen von der ökonomischen Bedeutung des Glücksspielmarktes und unterstützen ihn daher: z.B. Medienunternehmen über Werbeeinnahmen, Sportvereine und -organisationen über Sponsoring, Finanzdienstleistungsunternehmen zur Sicherstellung der Finanzströme und viele weitere Dienstleistende im Umfeld der Glücksspielindustrie („Glücksspiel-Ökosystem“).

Bei der Untergrabung von Präventionsbemühungen wird im Wording häufig auf basale Menschenbilder bzw. demokratische Grundprinzipien zurückgegriffen: „nanny state“ („Kinder mädchen Staat“), „Paternalismus“; staatliche Eingriffe jeglicher Art werden als Bevormundung angesehen.

Diskussion:

- Trennung wissenschaftlicher und wirtschaftlicher (vs. politischer) Diskurs,
- Vergabepaxis von Forschungsmitteln,
- Bedarf an Forschung zu kommerziellen Determinanten von Gesundheit,
- Einordnung von Studien, die durch die Industrie finanziert werden,
- Notwendigkeit eng begrenzter „Kooperation“ mit der Industrie für den Zugang zu forschungsrelevanten Datenressourcen,
- Verbote lösen u.U. Reaktanz aus - nicht nur die Forschung zu Suchtmitteln ist von Bedeutung, auch Forschung und Kompetenzen in der Risikokommunikation.

Gesetzgebung im Spannungsfeld von Gesundheitsschutz und Interessenvertretung: Politische Verantwortung in der Suchtpolitik

Manuela Ripa, MdEP, ÖDP

Im Rahmen des Tagungsbeitrags berichtete Frau Ripa aus ihrer Arbeit im Committee on Beating Cancer (BECA) des Europäischen Parlaments und beleuchtete exemplarisch, wie industrielles Lobbying gesundheitspolitische Prozesse beeinflusst. Der Ausschuss befasste sich neben der Behandlung von Krebserkrankungen vor allem mit präventionspolitischen Fragen. Zentraler Bestandteil des Arbeitsprozesses waren Expert:innenanhörungen, in denen umfangreiche wissenschaftliche Evidenzen vorgestellt wurden. Diese bestätigten u.a. die eindeutige Einstufung von Alkohol als Karzinogen der Gruppe 1 und verdeutlichten den erheblichen Einfluss alkoholbezogener Risiken auf das Krebsgeschehen.

1. Erarbeitete Maßnahmen im Ausschuss

Auf Basis dieser Evidenzlage wurden fraktionsübergreifend mehrere präventionsorientierte Maßnahmen formuliert:

- Einführung verpflichtender Gesundheitswarnhinweise auf allen alkoholischen Getränken,
- Verbot von Alkoholwerbung und Alkoholsponsoring bei Sportveranstaltungen,
- verpflichtende Nährwert- und Zutatenkennzeichnungen, ergänzt durch den Hinweis, dass jeglicher Alkoholkonsum gesundheitsschädlich ist.

Diese Vorschläge fanden im Ausschuss breite Zustimmung und wurden als zentrale Elemente einer effektiven Krebsprävention erachtet.

2. Einflussnahme im Plenumsverfahren

Im Plenum zeigte sich jedoch, dass die Alkoholindustrie erheblichen politischen Druck ausübte. Eine Vielzahl von Änderungsanträgen zielte darauf ab, die zuvor erarbeiteten Maßnahmen abzuschwächen oder umzuformulieren. So wurde der Zusammenhang zwischen Alkoholkonsum und Krebsrisiko relativiert, indem lediglich „schädlicher Konsum“ als risikobehaftet dargestellt wurde. Gesundheitswarnungen wurden verwässert und um Hinweise zu „verantwortungsvollem Konsum“ ergänzt.

Besonders schwerwiegend war die Abschwächung des Sponsoringverbots, das fortan nur noch für Veranstaltungen gelten sollte, die überwiegend von Minderjährigen besucht werden. Zudem wurde die klare WHO-Aussage „es gibt keinen sicheren Konsum“ zu einer unverbindlicheren Empfehlung umformuliert, wonach „kein Alkoholkonsum der sicherste Weg zur Krebsprävention“ sei. Diese Veränderungen

finden eine Mehrheit im Plenum – getragen durch einen fraktionsübergreifenden Zusammenschluss von Abgeordneten.

3. Strategien der Einflussnahme

Dieser Erfolg der Industrie beruhte auf einer gezielten und mehrschichtigen Lobbystrategie. Dazu gehörten:

- Direkte Kontaktaufnahme durch Industrievertreter und Sportvereine, die postalisch ihre Kritik an den geplanten Regulierungen äußerten.
- Diskursives Framing, durch das Kennzeichnungspflichten als „versteckte Verbote“ dargestellt wurden.
- Verweis auf wirtschaftliche Abhängigkeiten, insbesondere im Bereich des Sports, wo die Alkoholindustrie als unverzichtbare Partnerin inszeniert wurde.
- Öffentliche Kampagnen, einschließlich der Einrichtung einer Webseite, die die Maßnahmen als unverhältnismäßig und existenzgefährdend darstellten.

Insbesondere die Gleichsetzung von Warnhinweisen mit Verbotspolitik zeigte sich besonders wirksam, da sie direkt an bestehende gesellschaftliche Narrative anknüpfte.

4. Politische Konsequenzen und Umsetzungsdefizite

Obwohl der Europe's Beating Cancer Plan (EBCP) ambitionierte Ziele formuliert – darunter eine Reduktion des Alkoholkonsums um 10 % bis 2025 sowie die verpflichtende Einführung von Warnhinweisen und Nährwertkennzeichnungen – wurde bislang keine dieser Maßnahmen umgesetzt. Die Diskrepanz zwischen politischen Ankündigungen und realer Implementierung verweist auf einen erheblichen Einfluss ökonomischer Akteure auf europäische Gesundheitspolitik.

5. Schlussfolgerungen

Aus diesen Erfahrungen lassen sich übergeordnete Befunde ableiten:

- Wirtschaftliche Einflussnahme schwächt evidenzbasierte Politik, nicht über wissenschaftliche Argumente, sondern über strategische Einflussnahme, Verzögerung und Verwässerung.
- Lobbyismus wirkt nicht nur sichtbar, sondern häufig hinter verschlossenen Türen, etwa in informellen Gesprächen oder gezielten Kommunikationskampagnen.
- Das gesellschaftliche Narrativ über Alkohol bedarf einer grundlegenden Neubewertung, insbesondere angesichts der wachsenden Rolle sozialer Medien als Werbe- und Einflussplattform.
- Effektiver Gesundheitsschutz erfordert auch politische Strukturen, die gesundes Verhalten ermöglichen, anstatt Verantwortung ausschließlich auf individuelle Entscheidungen zu verlagern.

- Wissenschaftliche Evidenz darf nicht als „Meinungsmache“ delegitimiert werden, sondern muss konsequent Grundlage für Präventionspolitik bleiben.

Diskussion:

Hilfreich: ÖDP nimmt keine Unternehmensspenden an.

Teilnehmer bringt Volksbegehren der ÖDP in Bayern zum Nichtraucherschutz ein, welches zunächst belächelt wurde und dann aber unfassbar großen Erfolg hatte, weil es den Nerv der Zeit traf – ähnlich müsse man es in der Kommunikation um Maßnahmen auch heute erreichen.

Es macht einen Unterschied, wenn man bestimmte Politiker:innen für sich gewinnen kann. Schreiben Sie ihrem Abgeordneten im Wahlkreis. Und zwar individuell. Dies hat einen deutlich höheren Impact. Wenn viele dieselbe Nachricht schicken, laufen diese oftmals direkt in den Spamfilter.

Blauer Dunst – die Strategien der Tabakindustrie Dr. Katrin Schaller, Deutsches Krebsforschungszentrum (DKFZ), Heidelberg

Die Tabakindustrie befindet sich in einem grundlegenden Dilemma: Ihr Geschäftsmodell beruht darauf, ein Produkt zu vertreiben, dessen tödliche Folgen wissenschaftlich eindeutig belegt und in der breiten Öffentlichkeit weitgehend anerkannt sind. Anders als in anderen Industrien, etwa der Alkoholwirtschaft, hat sich das Wissen um die gesundheitlichen Risiken des Tabakkonsums gesellschaftlich tief verankert. Vor diesem Hintergrund verfolgt die Tabakindustrie umfassende kommunikative Strategien, um das Rauchen weiterhin attraktiv erscheinen zu lassen. Sie inszeniert Tabakkonsum als Ausdruck von Freiheit, Unabhängigkeit und sozialer Zugehörigkeit. Werbebotschaften greifen häufig Naturmotive, weite Landschaften und Szenen der Gruppenverbundenheit auf und präsentieren Zigaretten als Instrument sozialer Akzeptanz sowie symbolischer Individualität und Entschlossenheit.

Neben klassischem Marketing nutzt die Tabakindustrie Maßnahmen der sogenannten Corporate Social Responsibility (CSR), um öffentliche Legitimität zu gewinnen. Beispiele hierfür sind Umweltprojekte, soziale Sponsoringmaßnahmen sowie die Vergabe hochdotierter Förderpreise, deren Jurys teils mit aktiven oder ehemaligen politischen Entscheidungsträgern besetzt sind. Diese Aktivitäten dienen dem Zweck, die Industrie als verantwortungsbewusste gesellschaftliche Akteurin zu inszenieren, obwohl ihr Kerngeschäft im Widerspruch zu öffentlichen Gesundheitszielen steht.

Die politische Einflussnahme umfasst darüber hinaus strategisch gestaltete Kommunikationsmaßnahmen, die darauf abzielen, Tabakkonzerne als vertrauenswürdige Partner von Politik, Wissenschaft und Wirtschaft erscheinen zu lassen. Instrumente hierfür sind Parteispenden, regelmäßige Gespräche mit hochrangigen politischen Vertreter:innen sowie die Pflege persönlicher Netzwerke. Diese Einflussstrategien tragen nachweislich zu einer Verzögerung regulatorischer Maßnahmen, zu weitreichenden Ausnahmeregelungen und zu einer schrittweisen, in ihrer Wirksamkeit abgeschwächten Einführung von Werbe- und Marketingverboten bei.

Ein zentrales Element aktueller Lobbyanstrengungen besteht in der Vermarktung neuer Nikotinprodukte als Instrumente der „Harm Reduction“. Während Produkte wie E-Zigaretten oder Tabakerhitzer offiziell als Alternativen für erwachsene Rauchende beworben werden, richtet sich die tatsächliche Marketingpraxis häufig an Jugendliche und junge Erwachsene. Die Industrie nutzt zudem Berufsgruppen mit hohem Vertrauensvorsprung – beispielsweise Zahnärztinnen und Zahnärzte –, um neue Produkte z.B. unter dem Deckmantel „zahnmedizinischer Prävention“ zu bewerben. Dies geschieht unter anderem durch kostenfreie Fortbildungen, die indirekt als Produktpromotion fungieren.

Um wissenschaftliche Erkenntnisse zu untergraben und regulatorische Prozesse zu beeinflussen, veröffentlicht die Industrie eigene Studien, produziert umfangreiche

Datenmengen („Datenfluten“) und greift selektiv auf seriöse wissenschaftliche Quellen – etwa des Deutschen Krebsforschungszentrums (DKFZ) – zurück, um den Anschein wissenschaftlicher Seriosität zu erzeugen. Zudem werden Wissenschaftler:innen in unternehmensnahe Forschung eingebunden. Frontorganisationen treten als unabhängig auf, verfolgen jedoch faktisch das Ziel, alternative Nikotinprodukte zu fördern und politische Maßnahmen gegen Tabak- und Nikotinprodukte insgesamt abzuschwächen.

Als zentrale Gegenmaßnahme gilt das Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) der Weltgesundheitsorganisation (WHO). Besonders relevant ist Artikel 5.3, der Staaten verpflichtet, ihre Interaktionen mit der Tabakindustrie auf das notwendige Minimum zu reduzieren und politische Entscheidungsprozesse vor industrieller Einflussnahme zu schützen. Diese Verpflichtung beruht auf dem fundamentalen Interessenkonflikt zwischen öffentlicher Gesundheitspolitik und den kommerziellen Zielen der Tabakindustrie. Konkret fordern die Leitlinien Transparenz über Treffen und Kontakte, die Veröffentlichung entsprechender Protokolle, klare Regeln zur Vermeidung von Interessenkonflikten in Wissenschaft und Politik sowie Verbote von Sponsoring und Parteispenden durch die Industrie.

Gesundheitspolitische Akteure agieren in einem strukturell asymmetrischen Umfeld. Hinzu kommt, dass in Teilen der wissenschaftlichen Publikationslandschaft Interessenkonflikte weiterhin unzureichend offengelegt werden.

Insgesamt zeigt sich, dass die Tabakindustrie eine Vielzahl ineinandergreifender Strategien nutzt, um politische Regulierung zu verzögern, zu verwässern oder zu verhindern. Ein wirksamer Gesundheitsschutz erfordert daher transparente politische Prozesse, die konsequente Umsetzung des FCTC und eine Stärkung unabhängiger wissenschaftlicher Beratung. Nur so kann verhindert werden, dass wissenschaftliche Evidenz durch wirtschaftliche Interessen relativiert oder als bloße Meinung delegitimiert wird.

Der bittere Nachgeschmack des Zuckers: Warum wir unbequem bleiben müssen Franziska Fey, Deutsche Diabetes Gesellschaft, Berlin, Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK)

Ein zentrales Element wirksamer Public Health-Politik besteht darin, evidenzbasiertes Wissen zu generieren, zu verbreiten und in politische Entscheidungsprozesse einzuspeisen. Akteure der Präventions- und Gesundheitsförderungslandschaft bedienen sich hierfür unterschiedlicher Strategien: Sie initiieren wissenschaftliche Studien, entwickeln Kampagnen, pflegen direkte Kontakte in politische Institutionen, betreiben proaktive wie reaktive Pressearbeit und sensibilisieren die wissenschaftliche Community für gesundheitsrelevante Themen. Diese strategischen Maßnahmen dienen dazu, sachliche Evidenz gegenüber ökonomisch motivierten Narrativen zu stärken und präventionspolitische Anliegen im politischen Raum zu verankern.

Die Forschungslage zeigt klar, dass die Forderungen der Deutschen Allianz Nichtübertragbarer Krankheiten (DANK) nach einer stärkeren Verhältnisprävention wissenschaftlich gut begründet und gesundheitspolitisch wirksam wären. Dazu gehört insbesondere die Beschränkung der Werbung für ungesunde Produkte, vor allem dann, wenn diese auf Kinder und Jugendliche abzielt.

Dennoch sieht sich DANK erheblichen Widerständen seitens wirtschaftlicher Interessengruppen ausgesetzt. Ein Beispiel hierfür ist eine von der Industrie unterstützte Webseite, die das Narrativ bedient, regulatorische Maßnahmen wie Werbebeschränkungen würden die Autonomie der Bürger:innen einschränken oder gar deren Freiheitsrechte gefährden.

In solchen Kontexten wird häufig versucht, wissenschaftliche Evidenz infrage zu stellen, Verantwortung auf das Individuum zu verschieben („Eltern müssen sich kümmern!“) und kulturelle sowie sportliche Strukturen als durch den Wegfall von Sponsoring gefährdet darzustellen. Dadurch verschiebt sich die öffentliche Debatte von der Chance eines gesundheitsförderlichen Aufwachsens hin zur vermeintlichen Angst vor Verboten.

Eines von vielen Beispielen für die Wirksamkeit verhältnispräventiver Maßnahmen ist die Besteuerung zuckerhaltiger Produkte. Erfahrungen aus Großbritannien zeigen, dass die dort eingeführte Herstellerabgabe erhebliche Effekte erzielt: Der durchschnittliche Zuckergehalt in Softdrinks sank von 5,3 auf 3,8 Gramm pro 100 Milliliter. Erste wissenschaftliche Auswertungen deuten darauf hin, dass diese Reform nicht nur das Konsumverhalten verändert, sondern auch gesundheitliche Parameter – etwa das Risiko für Übergewicht – positiv beeinflussen kann. Auch der so oft prognostizierte Zusammenbruch des Marktes blieb aus, was die wiederholt genutzten wirtschaftlichen Gegenargumente entkräftet.

In Deutschland hingegen sind kaum Fortschritte erkennbar. Wirtschaftsnahe politische Akteure torpedieren die Einführung einer Zuckersteuer regelmäßig mit dem Argument, dieses Instrument sei ungeeignet oder politisch nicht durchsetzbar. Sie plädieren

stattdessen für alternative – oft weniger wirksame – Maßnahmen. Damit wird ein zentraler Hebel der Verhältnisprävention blockiert, obwohl internationale empirische Evidenz deutlich auf dessen Potenzial hinweist.

Insgesamt verdeutlichen diese Beispiele, dass wissenschaftliche Erkenntnisse und präventionspolitische Empfehlungen häufig im Spannungsfeld zwischen Public Health und wirtschaftlichen Interessen stehen. Eine konsequente Stärkung verhältnispräventiver Maßnahmen erfordert daher nicht nur eine solide wissenschaftliche Basis, sondern auch die Fähigkeit, politische Narrative konstruktiv zu beeinflussen und evidenzbasierte Argumente gegenüber gut organisierten Lobbyinteressen sichtbar zu machen.

Strategien, Stolpersteine, Spielräume: Lehren aus Skandinavien und der Welt für die deutsche Alkoholpolitik Maik Dünnbier, Movendi International, Stockholm

Movendi International unterstützt derzeit in über 40 Ländern Regierungen dabei, evidenzbasierte Maßnahmen zur Alkoholpolitik zu entwickeln und umzusetzen. Ein zentraler Bestandteil dieser Arbeit ist die Initiative Big Alcohol Exposed, die umfassende Informationen über die Strategien der Alkoholindustrie, deren Frontgruppen und unethische Praktiken, bereitstellt. Ziel ist es, systematisch Transparenz zu schaffen, ohne der Industrie zusätzliche öffentliche Aufmerksamkeit oder Plattformen zu geben. Stattdessen analysiert Movendi die Akteure, identifiziert und beobachtet ihre Maßnahmen und trägt die Erkenntnisse strukturiert in die Öffentlichkeit. Auffällig ist, dass weltweit dieselben Unternehmen intervenieren und dabei auf globale, systematisch koordinierte Strategien zurückgreifen.

Die Erfolge von Movendi International basieren auf mehreren strategischen Elementen:

- Erstens wird mit klaren Werten geführt, indem gemeinsame Anliegen und übergeordnete Ziele in den Vordergrund gestellt werden.
- Zweitens werden gesellschaftliche Normen bewusst adressiert (Social Norming), um die Grundlage für Veränderung zu schaffen.
- Drittens wird deutlich gemacht, dass Handeln einen Unterschied macht, indem transparent aufgezeigt wird, welche Schäden die Industrie verursacht und wie präventive Maßnahmen dem entgegenwirken.
- Viertens vermittelt Movendi Lösungen, die allen zugutekommen, und macht damit die positiven Effekte von Prävention erlebbar („We can have nice things“).

Ein weiterer Kernpunkt ist die strategische Willensbildung: negative Begriffe werden bewusst mit der Alkoholindustrie assoziiert, positive Begriffe hingegen mit Präventionsarbeit und gesundheitsförderlichen Maßnahmen.

Ein zentrales Problemfeld ergibt sich aus politischen Entscheidungen, die teilweise entgegen dem öffentlichen Interesse getroffen werden. Traditionell agieren NGOs oft nur reaktiv und treten vor allem gegen die Forderungen der Industrie auf. Dies kann jedoch dazu führen, dass ihre Arbeit als zu negativ wahrgenommen wird, da sie lediglich Widerstand leisten. Movendi verfolgt daher einen proaktiveren Ansatz, indem Ideen und Lösungsansätze bereitgestellt werden, bevor Industrieinteressen die politische Agenda prägen.

Für die Kommunikation im Bereich Health Promotion ist es zudem entscheidend, sich der Wirkung einzelner Begriffe bewusst zu sein. Viele Begriffe sind bereits negativ belastet. Unbeabsichtigtes Wiederholen der Industrie-Narrative kann zudem deren

Wirkung verstärken. Movendi setzt daher auf eigene Geschichten, die auf Werten und nicht ausschließlich auf Fakten basieren, und berücksichtigt die potenzielle Stigmatisierung von Sprache. Durch diese strategische Kommunikation wird nicht nur Transparenz geschaffen, sondern auch das öffentliche Bewusstsein für die systematischen Einflussnahmen der Alkoholindustrie geschärft.

Diskussion:

Wir müssen das Thema „sexy“ kriegen. Wir brauchen eine gute Öffentlichkeitsarbeit, Lösungen benennen und nicht immer auf Probleme aufmerksam machen. Eine gesunde Entscheidung muss die einfachere Entscheidung sein.

Kommunikation: Mit Werten anfangen und mit dem, was uns verbindet, aufhören (Story-Struktur). Fakten haben eine sehr wichtige Rolle, aber nicht die alleinige Rolle.

Alkohol, Drogen und Verhaltenssuchte aus der Perspektive der Weltgesundheitsorganisation Anja Busse, World Health Organization (WHO), Genf

Als Teil Ihres Mandates arbeitet die Weltgesundheitsorganisation (WHO) weltweit daran, die Gesundheit und das Wohlbefinden von Bevölkerungen zu verbessern, indem evidenzbasierte Politiken, Strategien und Interventionen zur Verringerung der mit Alkohol, Drogen und suchtbedingten Verhaltensweisen verbundenen Belastung formuliert, gefördert, unterstützt und überwacht werden.

Anders als im Bereich der Drogen- oder Tabakkontrolle gibt es derzeit keine international verbindliche Konvention zur Alkoholkontrolle oder im Bereich der Verhaltenssuchte. Die WHO arbeitet im Rahmen ihres Mandates mit Mitgliedsstaaten weltweit, um die Alkoholpolitik evidenzbasiert zu gestalten. Ein zentrales Instrument ist der Globale Alkohol Aktionsplan, der nicht nur Maßnahmen für staatliche Akteure, die WHO und Zivilgesellschaft, sondern auch für Wirtschaftsakteure vorsieht und in Bezug auf letztere insbesondere den Schutz vor Interessenskonflikten betont. Eine Schlüsselinitiative zur Umsetzung des Aktionsplanes ist das Programm SAFER, das effektive Strategien bereitstellt, um schädlichen Alkoholkonsum wirksam zu reduzieren.

Das Mandat im Bereich der Verhaltenssuchte ist derzeit eher unspezifisch und Teil von weiter gefassten internationalen Vereinbarungen, z.B. im Bereich der psychischen Gesundheit. Die Aufnahme der Computerspielabhängigkeit durch die WHO in die International Classification of Diseases (ICD-11) stellt einen wichtigen Schritt dar, um diese Gesundheitsprobleme systematisch zu erfassen und zu behandeln. Eine Interessennahme der Industrie kann auch im Bereich der Verhaltenssuchte festgestellt werden: Dabei werden beispielsweise wirtschaftlich positive Ergebnisse von der Industrie breit gestreut, während negative wissenschaftliche Befunde häufig verschwiegen, verzögert veröffentlicht oder in ihrer Validität angezweifelt werden. Dieses selektive Vorgehen erschwert die Umsetzung evidenzbasierter Maßnahmen.

Ein bewährtes Mittel, diesen Herausforderungen zu begegnen, ist der Einbezug der Zivilgesellschaft sowie der internationale Erfahrungsaustausch. Länder profitieren davon, voneinander zu lernen, die Umsetzung erfolgreicher Präventionsmaßnahmen zu beobachten und zu adaptieren. Dies stärkt nicht nur die Handlungsfähigkeit von Entscheidungstragenden und Fachkräften, sondern erhöht auch die Legitimität und Akzeptanz präventiver Maßnahmen auf nationaler Ebene.

Insgesamt zeigt sich, dass rechtsverbindliche internationale Konventionen zur Kontrolle von Tabak und Drogen bereits existieren, nicht jedoch für Alkohol, Glücksspiel, Computerspiele oder andere verhaltensbezogene Süchte. Die WHO als globale Akteurin betont die Notwendigkeit evidenzbasierter, gesundheitspolitisch orientierter Maßnahmen, um die negativen Auswirkungen von Substanzkonsum und verhaltensbezogenen Süchten zu reduzieren.

Diskussion:

Lobbyismus der Industrie dokumentieren? Problem: bündelt viele Ressourcen, für die WHO aktuell eine finanzielle Herausforderung und braucht deswegen breite Partnerschaften, inklusive von Zivilgesellschaft und Mitgliedsstaaten

Podiumsdiskussion

Moderation: **Christina Rummel, Prof. Dr. Hans-Jürgen Rumpf**

Teilnehmende auf dem Podium: **Dr. Tobias Effertz, Universität Hamburg; Linda Heitmann, MdB, Bündnis 90 Die Grünen; Michael Leydecker, Tannenhof Berlin-Brandenburg; Dr. Anna-Maija Mertens, Deutsches Institut für Compliance e.V. (DICO), Berlin; Dr. Katrin Schaller, Deutsches Krebsforschungszentrum (DKFZ), Heidelberg.**

Im Rahmen der Podiumsdiskussion hob Frau Dr. Mertens die hohe Komplexität politischer Entscheidungsprozesse im Bereich der Gesundheitsprävention hervor. Sie betonte insbesondere die Bedeutung normativer Abwägungen, welche in gesellschaftlichen Bereichen reguliert werden sollten und welchen Akteursgruppen in einer Demokratie kein unverhältnismäßiger Einfluss auf politische Entscheidungen eingeräumt werden dürfe. Eine faire und demokratische Entscheidungsfindung erfordere in diesem Zusammenhang ein Höchstmaß an Transparenz in der Interessensvertretung. Wo andere Mittel versagten, könnten öffentlichkeitswirksame Formen des Drucks – etwa „Naming und Shaming“, wie bspw. im Kontext des Maskenskandals – zu wirksamen Impulsen politischer Reformen führen, was unter anderem die Einführung des Lobbyregisters gezeigt habe. Zugleich warnte Dr. Mertens vor politischer und gesellschaftlicher Polarisierung. Unternehmen fürchteten Reputationsschäden und bemühten sich um ethisch verantwortliches Handeln, nicht zuletzt, weil auch Beschäftigte zunehmend Wert auf glaubwürdige Unternehmensintegrität legten. Daher sei es zentral, stets die menschliche Ebene und mögliche gemeinsame Werte anzusprechen.

Frau Heitmann verwies auf ein grundlegendes Problem der gesundheitspolitischen Regulierung in Deutschland: Maßnahmen würden häufig vorschnell als Bevormundung oder Verbot interpretiert. Ein Narrativ, das durch mediale Darstellungen weiter verstärkt werde. Dies erschwere die politische Durchsetzung evidenzbasierter Regulierung erheblich. Um dennoch Fortschritte zu erzielen, sei es notwendig, an bereits vorhandene positive gesellschaftliche Narrative anzuknüpfen und diese gezielt zu stärken. „Framing“ stelle dabei ein zentrales strategisches Instrument dar.

Aus Sicht von Frau Dr. Schaller bedarf es einer umfassenden, alle Politikbereiche einschließenden Präventionsstrategie. Angesichts knapper öffentlicher Haushalte sei hervorzuheben, dass effektive Prävention langfristig erhebliche finanzielle Ressourcen einspare. Prävention sei folglich weniger ein Kostenfaktor als vielmehr eine Investition in eine leistungsfähige Gesellschaft. Darüber hinaus müsse auch das Freiheitsnarrativ neu interpretiert werden: „Prävention schafft Freiheit“. Denn nur eine nicht durch Werbung manipulierte Person könne tatsächlich selbstbestimmte Entscheidungen treffen. Insbesondere im Kinder- und Jugendschutz bestehe diesbezüglich bereits ein breiter gesellschaftlicher Konsens. Herr Leydecker ergänzte, gesundheitsbezogene Maßnahmen könnten durch zweckgebundene Abgaben finanziert werden – sowohl

hinsichtlich präventiver Maßnahmen als auch im Bereich der Behandlungskosten. Für Suchtberatungsstellen wäre eine gesicherte Finanzierung wichtig, statt des bisherigen System auf Basis freiwilliger kommunaler Leistungen. Auch Herr Leydecker verwies auf die Wichtigkeit präventiver Maßnahmen, sowohl auf die/den Einzelne:n bezogen als auch auf struktureller Ebene. Strukturell sei es weiterhin auch wichtig den Diskurs um die Ent-Stigmatisierung von Suchtbetroffenen zu führen. Frau Dr. Schaller verwies zudem auf das Potenzial struktureller Präventionsmaßnahmen, langfristig nicht nur Kosten zu reduzieren, sondern zusätzliche Einnahmen zu generieren. Beispielsweise über gesundheitsorientierte Steuern oder Herstellerabgaben, wie sie etwa in der Schweiz existieren.

Frau Fey lenkte die Aufmerksamkeit auf die Diskrepanz zwischen politischen Äußerungen und öffentlichen Einstellungen. Politiker:innen äußerten sich in gesundheitspolitischen Fragen bisweilen in irritierender Weise, teilweise entgegen der Mehrheitsmeinung in der Bevölkerung. Herr Dünnbier betonte in diesem Zusammenhang die Relevanz öffentlicher Meinung, da politische Entscheidungsträger:innen berücksichtigen müssten, was die Bevölkerung wünsche. In Deutschland zeigten Umfragen z.B. eine breite Zustimmung zu strengeren Regulierungen im Bereich von Alkohol und Tabak. Frau Dr. Schaller verwies auf gelungene kommunikative Strategien im Nichtraucherschutz, etwa das erfolgreiche Framing unter dem Begriff „RauchFREIHEIT“. Frau Heitmann erinnerte daran, dass eine vom damaligen Beauftragten der Bundesregierung für Sucht- und Drogenfragen, Herr Blienert, beauftragte Studie ergeben habe, dass mehr als 80 % der Bevölkerung eine stärkere Regulierung oder sogar ein Verbot von Alkoholwerbung unterstützten.

Ein Teilnehmer merkte an, dass Deutschland im internationalen Vergleich – insbesondere im Umgang mit der Tabakindustrie – als überdurchschnittlich industriefreundlich gelte. Frau Heitmann führte dies auf die starke negative Konnotation des sogenannten Verbotsnarrativs in der deutschen Politik zurück. In anderen Staaten begegne man regulativen Maßnahmen wesentlich verständnisvoller. Frau Dr. Schaller ergänzte, dass die wirtschaftliche Struktur Deutschlands als Industrienation eine gewisse Nähe zu Industrieinteressen begünstige. Verstärkt werde dies durch die fragmentierte Zuständigkeit: Während in Ländern wie Irland das Gesundheitsministerium zentral über Tabakregulierung entscheide, seien in Deutschland mehrere Ressorts involviert – darunter auch solche, die gesundheitspolitische Aspekte kaum berücksichtigten.

Herr Dr. Effertz betonte, dass sich die Gesundheitskosten einer Bevölkerung durch wirksame Prävention insgesamt deutlich senken ließen. Politische Forderungen erzielten dann besondere Wirkung, wenn die relevanten Akteure geeint aufträten und geschlossen argumentierten. Vor diesem Hintergrund wurde diskutiert, weshalb es der Public Health-Gemeinschaft bislang nicht gelungen sei, eine schlagkräftige Bewegung zu etablieren. Trotz umfangreicher wissenschaftlicher Erkenntnisse fehle es an der nötigen Empörung und Entschlossenheit, um politische Veränderungen energisch voranzutreiben. Herr Leydecker vermutete, die Community sei in ihren politischen Forderungen „zu brav“. Es existierten zwar gute Ansätze, doch mangle es an einer dauerhaften Lobbypräsenz in Berlin. Zudem lägen entscheidende

Einflussmöglichkeiten häufig im Wirtschaftsressort, nicht im Gesundheitsbereich. Er plädierte zudem für eine stärkere Vernetzung mit kommunalen Trägern und Verbänden, um Veränderungen auf lokaler Ebene anzustoßen.

Frau Heitmann betonte darüber hinaus die Chance, über europäische Vorgaben politischen Druck auf Deutschland auszuüben – wie es bereits im Bereich des Tabakschutzes erfolgreich praktiziert wurde. Der Schutz Dritter, wie beim Passivrauchen, eigne sich ebenfalls als überzeugendes Argumentationsmuster. Frau Dr. Mertens unterstrich zudem die Bedeutung europäischer Allianzen, insbesondere unter Bedingungen begrenzter Ressourcen. Kooperationen – auch mit Akteursgruppen, denen man unter anderen Umständen kritisch gegenüberstehe – könnten wirkungsvolle Schnittmengen eröffnen. Darüber hinaus könnten europäische Vorbilder und Vergleiche genutzt werden, um politischen Druck aufzubauen: „Wenn es in den Ländern nebenan geht – warum nicht auch hier?“. Frau Dr. Schaller schlug vor, eine umfassende Präventionsstrategie zu entwickeln, unabhängig davon, ob diese unmittelbar politisch umgesetzt werde. Ein solches Strategiepapier könne ein wichtiges Signal aussenden.

Zum Abschluss betonte Dr. Effertz, dass es notwendig sei, mutige Entscheidungen zu treffen, selbst wenn die Evidenzlage noch nicht vollständig sei. In vielen Fällen müsse auf Grundlage fundierter, wissenschaftlich gestützter Annahmen – „educated guesses“ – gehandelt und diese Positionen zugleich offen kommuniziert werden.

AUSGEWÄHLTE THESEN der Referierenden

Dr. Florian Spohr, Universität Stuttgart

- Die Übermacht der Wirtschaftslobby in der Suchtpolitik zeigt sich in ihren Lobbybudgets. Für die Wirtschaft sind Lobbyausgaben lohnende Investitionen. Daher bedarf es der öffentlichen Unterstützung allgemeinwohlorientierter Organisationen.
- Ein Problem besteht darin, dass Regulierungen in der Suchtpolitik langfristig wirken, die Politik aber den kurzfristigen wirtschaftlichen Schaden fürchtet.
- Chancen, sich gegen diese Übermacht durchzusetzen, bestehen in gesellschaftlichen Mehrheiten für bestimmte Regulierungen. Auch öffentlichkeitswirksame Studien zu negativen Auswirkungen von Süchten sind ein gutes Argument.
- Regulierungen in der Suchtpolitik stellen eine Erfolgsgeschichte „schwacher“ Interessen dar.

Dr. Jakob Manthey, Zentrum für Interdisziplinäre Suchtforschung (ZIS) der Universität Hamburg

- Die Cannabisindustrie erwartet starkes Umsatzwachstum, jedoch stehen viele Unternehmen auch durch sehr hohe Investitionen stark unter Druck.
- Unternehmen im Bereich Medizinal- und Konsumcannabis gehen strategische Partnerschaften mit der Tabak- und Alkoholindustrie ein und erhalten umfassende Investitionen.
- Auch deutsche Cannabisunternehmen haben bereits Investitionen aus der Tabakindustrie erhalten.
- Aus dem Lobbyregister geht hervor, dass die deutsche Cannabisindustrie u.a. durch Appelle, Formulierungshilfen, gemeinsame Veranstaltungen, Wechsel von Politik in Unternehmen versucht Einfluss auf die Gesetzgebungsprozesse zu nehmen.
- Die Zusammenarbeit zwischen Cannabisunternehmen und einzelnen Wissenschaftler:innen kann in Deutschland beobachtet werden, wobei keine Informationen zu Forschungsförderung und möglicher Einflussnahme bekannt sind.

Dr. Tobias Hayer, Universität Bremen

- Die ökonomischen Interessen der Glücksspielindustrie stehen im Widerspruch zu einer effektiven Suchtprävention und einem wirksamen Spielerschutz.
- Die Glücksspielindustrie bildet eine Hauptmittelgebende für Forschungen im Glücksspielbereich, was auf eine Unterfinanzierung von Forschungsprojekten durch die öffentliche Hand zurückzuführen ist. Entsprechend wird die

wissenschaftliche Befundlage auch ein Stück weit durch die Glücksspielindustrie beeinflusst.

- Bei der Einflussnahme auf die öffentliche Wahrnehmung geht es der Glücksspielindustrie primär um Aspekte der Selbstdarstellung und des Images mit der Stoßrichtung, positiv konnotierte Werte und Normen in Verbindung mit dem eigenen Geschäftsmodell zu verankern.
- Eine zentrale Facette der Einflussnahme auf Politik besteht darin, über die Initiierung von Klageverfahren nach nationalem oder internationalem Recht auf Zeit zu spielen und politische Entscheidungsprozesse zu verzögern bzw. zu behindern. Gerade die Glücksspielindustrie gilt als eine sehr klagefreudige Branche.
- In der Suchtpolitik bedarf es eines Paradigmenwechsels mit einem Public Health-Ansatz als Leitbild, das die von Glücksspielen ausgehenden Gefahren ernst nimmt und gesundheitsförderliche Strukturen etabliert.

Manuela Ripa, MdEP, ÖDP

- Prävention ist der entscheidende Hebel - nicht nur in der Suchtpolitik, sondern in der öffentlichen Gesundheit insgesamt.
Politische Verantwortung erfordert, den Einfluss wirtschaftlicher Lobbygruppen klar zu begrenzen, um effektive Prävention nicht durch Profitinteressen zu schwächen.
- Die Politik muss dafür sorgen, dass die gesunde Wahl auch die einfachere Wahl wird und das gilt für Alkohol, andere Suchtfaktoren, gesunde Ernährung und das Nichtrauchen gleichermaßen. Denn die Verantwortung liegt nicht allein beim Individuum, sondern auch bei uns Gesetzgebern, die die Rahmenbedingungen gestalten.
- Gesundheitsschutz darf kein Nebensatz in politischen Texten sein - und kein Spielball von Interessengruppen. Denn wissenschaftliche Wahrheit darf nicht zur Meinungssache werden. Wenn Produkte jährlich Millionen Menschenleben kosten, ist Nicht-Handeln keine Option mehr.

Dr. Katrin Schaller, Deutsches Krebsforschungszentrum (DKFZ), Heidelberg

- Die Tabakindustrie arbeitet gewinnorientiert und verkauft ein Produkt, das bei bestimmungsgemäßem Gebrauch die Hälfte der Konsumierenden tötet.
- Über Marketing, Corporate Social Responsibility und Beeinflussung der Wissenschaft täuscht die Tabakindustrie Öffentlichkeit und Politik über die Schädlichkeit ihrer Produkte und positioniert sich als verantwortungsvoller Industriezweig und Partner der Politik.
- Über direkte Einflussnahme auf die Politik verhindert die Tabakindustrie gesundheitspolitische Maßnahmen oder schwächt diese ab oder verzögert deren Einführung.
- Ziel der Strategien der Tabakindustrie ist es, Zweifel an wissenschaftlicher Evidenz zu säen, eigene Narrative zu verbreiten und eigene Themen zu setzen, um eine möglichst weiche Regulierung ihrer Produkte zu erwirken.

- Um gesundheitspolitische Entscheidungen vor der Einflussnahme durch die Tabakindustrie zu schützen, muss Artikel 5.3 aus FCTC konsequent umgesetzt werden.

Franziska Fey, Deutsche Diabetes Gesellschaft, Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK), Berlin

- Wir können es uns nicht länger leisten, abzuwarten und untätig zu bleiben. Es stehen Lebensjahre und Lebensqualität auf dem Spiel. Wir brauchen verbindliche und gesamtgesellschaftliche Präventionsmaßnahmen, die alle Menschen in unserem Land erreichen.
- Das Potenzial der „Zuckersteuer“ in Deutschland bleibt ungenutzt, obwohl sie ernährungsbedingte Erkrankungen verhindern könnte und volkswirtschaftliche Einsparungen nach sich ziehen könnte.
- Nach den ersten 100 Tagen der neuen Bundesregierung verfestigt sich der Eindruck, dass zwar gern und viel über Prävention gesprochen wird, politisch aber noch immer keine oder die falschen Schlüsse gezogen werden.

Impressum

Herausgeberin

Das Wissenschaftliche Kuratorium der DHS



Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e. V. (DHS)

Westenwall 4, 59065 Hamm

Tel. +49 2381 9015-0

Fax +49 2381 9015-30

info@dhs.de

www.dhs.de

Text und Redaktion

Charlotte Höke

Christina Rummel

Prof. Dr. Hans-Jürgen Rumpf

Wir danken dem Land Berlin für die finanzielle Förderung



Copyright: DHS e.V.

Alle Rechte vorbehalten. Druck, auch auszugsweise, nur mit vorheriger schriftlicher Einwilligung der DHS.