

Ergebnisse der Aktion

**„Tabak-Bannmeile in Berlin“**

Fachstelle für Suchtprävention  
im Land Berlin

## **Inhalt**

1. Projektziel und Vorgehen
2. Stichprobe
3. Ergebnisse
4. Fazit und Konsequenzen
5. Anhang (Selbstverpflichtungserklärungen, Fragebogen)

### **1. Projektziel und Vorgehen**

Die Fachstelle für Suchtprävention im Land Berlin wurde im Dezember 2005 eröffnet. Träger der Fachstelle ist der Verein pad e. V. (pad steht für: parents and youngsters against drug abuse = Eltern, Kinder und Jugendliche gegen Drogenmissbrauch), anerkannter Träger der freien Jugendhilfe und Mitglied im Paritätischen Wohlfahrtsverband.

Ziele der Arbeit der Fachstelle für Suchtprävention sind insbesondere

- den Konsum von Tabak, Alkohol, Cannabis etc. zu reduzieren
- Suchtkarrieren rechtzeitig zu stoppen

Daher sahen wir es als eine unserer ersten Aufgaben im Land Berlin, die Selbstverpflichtungserklärungen des Verbandes der Cigarettenindustrie und dem Bundesverband Deutscher Tabakwaren- Großhändler und Automatenaufsteller

1. Abbau von Zigarettenwerbung um Schulen und Jugendzentren, 1993
2. Abbau von Zigarettenautomaten um Schulen und Jugendzentren, 1997

hinsichtlich Ihrer Umsetzung im Umfeld von Berliner Schulen und Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtungen zu überprüfen.

Inhalte der Erklärungen sind, die Verpflichtung:

- keine Plakatwerbung für Zigaretten an Straßen und Haltestellen um Schulen und Jugendzentren, sowie vor dem Haupteingang von Schulen und Jugendzentren aus einsehbarem Bereich bis zu 100 Meter Entfernung aufzuhängen

- keine Zigarettenautomaten in einem Sichtfeld von 50 Metern vom Haupteingang einer Schule und eines Jugendzentrums und innerhalb der diese Einrichtungen umlaufenden Straßenabschnitte aufzustellen.

Die Selbstverpflichtungserklärungen der Tabakindustrie werden laut ersten Aussagen des bundesweiten Nichtraucherwettbewerbes „Be smart – Don’t Start“ bundesweit nicht eingehalten. 2004 wurde diesbezüglich eine bundesweite Umfrage durchgeführt, bei der 241 Verstöße an 302 untersuchten Schulen und Jugendzentren festgestellt wurden.

Die gesetzliche Ausgangslage untersagt Jugendlichen unter 16 Jahren das Rauchen sowie die Abgabe von Tabakwaren an eben diese Altersgruppe. Ebenso gilt laut einem Rundschreiben der Senatsverwaltung für Bildung an allen Berliner Schulen ein Rauchverbot. Unterstützend zur Umsetzung dieser gesetzlichen Regelungen ist es unserer Meinung nach unbedingt erforderlich, um Schulen und Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtungen konsequent die Selbstverpflichtungserklärungen der Tabakindustrie einzuhalten.

Der Zusammenhang zwischen der Werbung für Tabakprodukte und Konsumverhalten ist mittlerweile belegt. Die Tabakwerbung beeinflusst nicht nur die Markenwahl der Raucher, sondern erhöht auch die gesamte Nachfrage für Tabakprodukte. Insbesondere für Jugendliche ist nachgewiesen, dass Tabakwerbung eine konsumfördernde Wirkung hat. Studien zeigen, dass Tabakwerbung für Marktanteile vor allem ein Kampf der Hersteller um junge Verbraucher ist. Der Erfolg einer bestimmten Zigarettenmarke unter Jugendlichen führt für die Tabakindustrie zu einem größeren Verkauf der Marke.

Zur erfolgreichen Absenkung des Rauchverhaltens von Kindern und Jugendlichen gehört ebenso die Abschaffung von Zigarettenautomaten. Durch die dennoch breite Verfügbarkeit von Automaten in Deutschland wird Kindern und Jugendlichen der Zugriff auf Zigaretten erleichtert. Obgleich seit 2007 die Nutzung der Automaten durch die Einführung der Chipkarte mit Altersmerkmal für Zigarettenautomaten erstmals erschwert wurde, kritisieren Fachleute seit langem, dass diese Hürde für die betreffenden Jugendlichen nur eine geringe Einschränkung darstellt.

Aufgrund dieser Tatsachen hat die Fachstelle für Suchtprävention im Land Berlin alle Schulen und Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtungen aufgerufen, einen Beitrag zur Tabakprävention in Berlin zu leisten. Im Zuge der Entwicklungen der Tabakprävention in Berlin hat die Fachstelle einen Fragebogen verteilt, um den aktuellen Stand der Erfüllung der

Selbstverpflichtungserklärungen der Tabakindustrie in Berlin zu überprüfen und zu erheben. Als Verteiler der Fragebögen wurden alle Bezirksstadträte für Gesundheit, Schule und Jugend, alle Suchthilfekordinatoren, alle Jugendämter, die Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung, die Senatsverwaltung für Gesundheit, Umwelt und Verbraucherschutz und alle bezirklichen Koordinatoren für Suchtprophylaxe an Schulen aufgerufen, alle Ihnen bekannten Einrichtungen aufzufordern, sich an der Umfrage zu beteiligen. Auftakt der Umfrage war das 1. Landesforum „Runder Tisch Suchtprävention“ im Land Berlin am 05. April 2006.

## 2. Stichprobe

An der Befragung, die im Zeitraum vom 05. April bis zum 06. Oktober 2006 stattfand, haben insgesamt 202 Institutionen teilgenommen. Davon konnten 17 Fragebögen wegen unvollständiger Angaben nicht ausgewertet werden.

Daher sind 185 Fragebögen von Schulen und Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtungen in die Auswertung eingeflossen.

## 3. Ergebnisse

### 3.1. Rücklauf insgesamt

An der gesamtstädtischen Umfrage zur „Tabak-Bannmeile“ in Berlin ist eine höherer Beteiligung von Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtungen zu verzeichnen. 116 Fragebögen wurden von Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtungen und 68 von Schulen ausgefüllt.

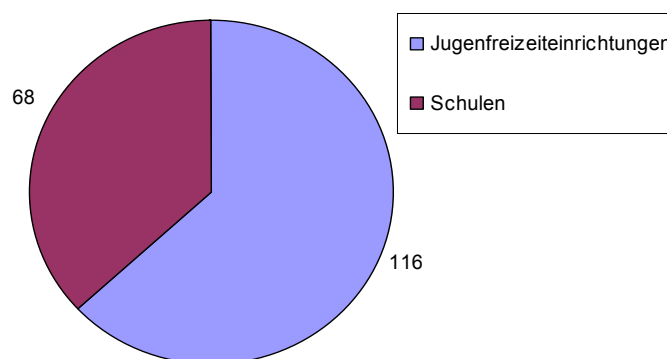


Abbildung 1: Fragebogenrücklauf nach Institutionen

### 3.2. Rücklauf nach Berliner Regionen

Der Rücklauf der Fragebögen hinsichtlich der Aufteilung Berlins in verschiedenen Regionen, war ebenfalls unterschiedlich. Die Aufteilung gliedert sich wie folgt:

- Region 1: Tempelhof-Schöneberg, Steglitz-Zehlendorf
- Region 2: Charlottenburg-Wilmersdorf, Spandau
- Region 3: Pankow, Reinickendorf
- Region 4: Lichtenberg, Marzahn-Hellersdorf
- Region 5: Neukölln, Treptow-Köpenick
- Region 6: Mitte, Tiergarten, Wedding, Friedrichshain-Kreuzberg

Die höchste Rücklaufquote hat im Rahmen dieser Umfrage die Region 3 erreicht.

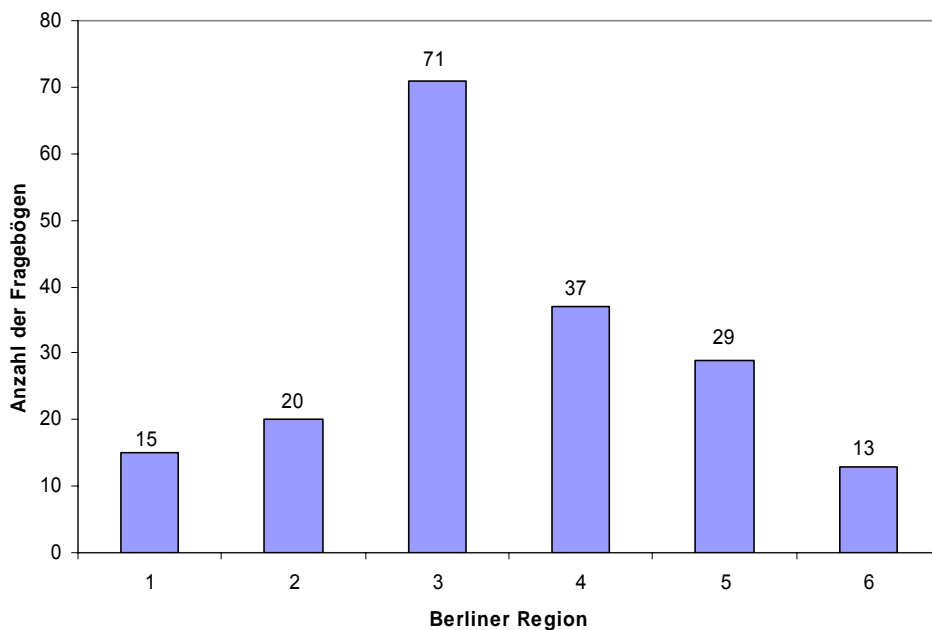


Abbildung 2: Fragebogenrücklauf nach Berliner Regionen

### 3.3. Gesamtergebnis aller Institutionen

Ein Drittel der 185 an der Umfrage teilgenommenen Institutionen melden Verstöße gegen die Selbstverpflichtungserklärung der Tabakindustrie. Das heißt in absoluten Zahlen, dass insgesamt 78 Verstöße von den an der Umfrage beteiligten Institutionen angegeben wurden. Durch eine Häufung von 2 oder 3 Verstößen an einer Institution gibt es daher insgesamt 61 Einrichtungen, die Verstöße melden.

Gegen die Selbstverpflichtung, keine Plakatwerbung für Zigaretten an Straßen und Haltestellen um Schulen und Jugendzentren aufzuhängen, wurde laut Angabe der Institutionen am häufigsten verstoßen. Dicht gefolgt von der Angabe der Schulen und Jugendfreizeiteinrichtungen, die von 32 Verstößen gegen die Selbstverpflichtungserklärung, keine Zigarettenautomaten im Sichtfeld von 50 Metern vom Haupteingang von Schulen und Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtungen aufzuhängen, berichten.

Eine Jugendfreizeiteinrichtung gab an, dass es sogar einen Zigarettenautomaten auf dem Grundstück auf dem sich die Einrichtung befindet, gibt.

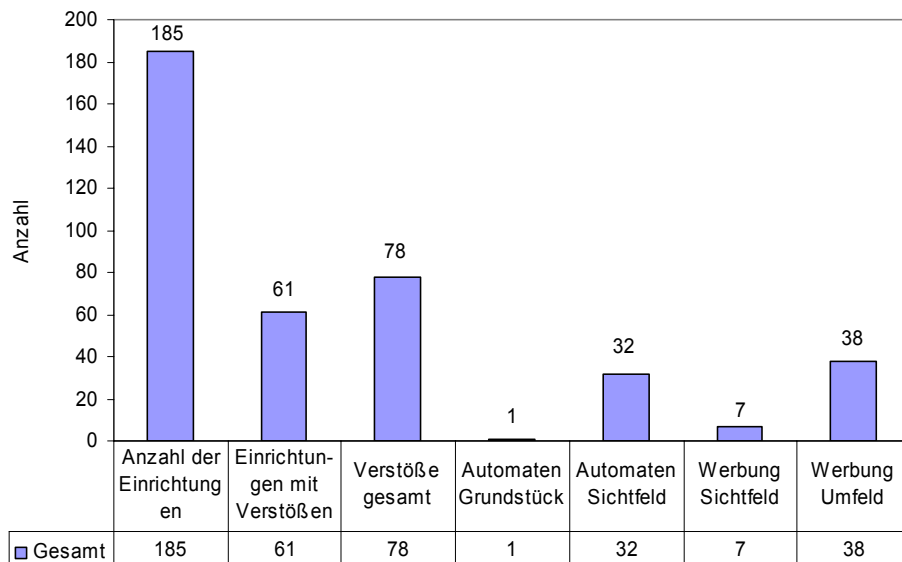


Abbildung 3: Gesamtergebnis der Umfrage aller Einrichtungen nach Verstößen

### 3.4. Verstöße im Umfeld von Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtungen

42 Einrichtungen meldeten, dass insgesamt 54 Verstöße gegen die Selbstverpflichtungserklärungen der Tabakindustrie vorliegen. Am häufigsten wird gegen die Selbstverpflichtung, keine Plakatwerbung für Zigaretten an Straßen und Haltestellen um Schulen und Jugendzentren aufzuhängen, verstoßen.

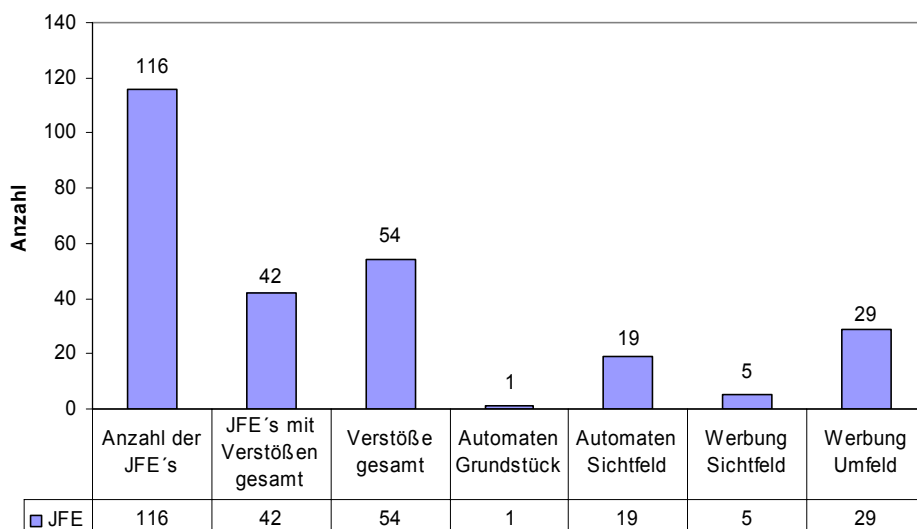


Abbildung 4: Verstöße gegen die Selbstverpflichtungen an Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtungen

### 3.5. Verstöße im Umfeld von Schulen

Von den 68 Schulen, die sich beteiligt haben, wurden von 19 Schulen insgesamt 24 Verstöße vermeldet. Es befinden sich hierbei 13 Zigarettenautomaten im unmittelbaren Sichtfeld der Schulen. In 9 Fällen befindet sich Plakatwerbung für Zigaretten im unmittelbaren Umfeld von Schulen in den Straßen und an Haltestellen.

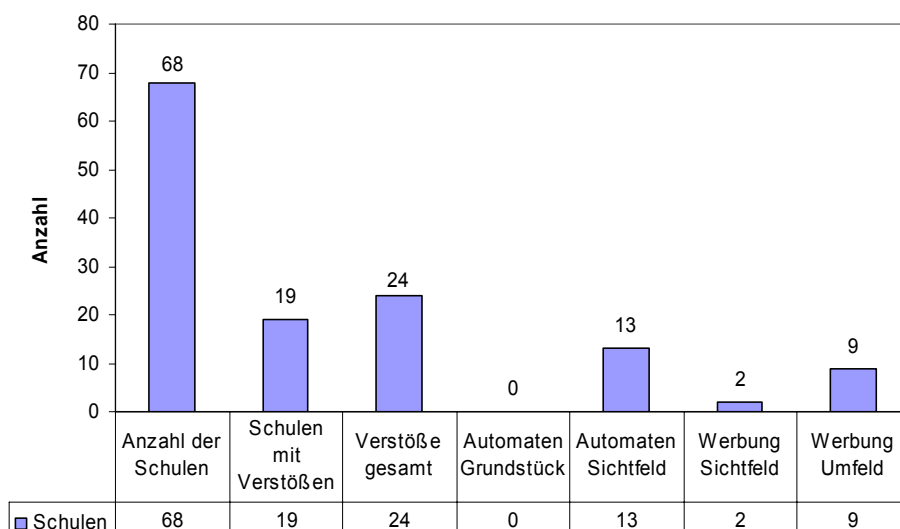


Abbildung 5: Verstöße gegen die Selbstverpflichtungserklärungen an Schulen

#### 4. Fazit und Konsequenzen

Mit dem Ziel, die Verfügbarkeit von Tabakprodukten für Kinder und Jugendliche eindeutig einzuschränken und somit dem Jugendschutz stärker Rechnung tragen zu können, hat die Tabakindustrie 1993 und 1997 ihre Selbstverpflichtungserklärungen bekannt gegeben. Die Fachstelle für Suchtprävention hat nun anhand der Ergebnisse der Umfrage Berlinweit festgestellt, dass das Instrument der Selbstverpflichtungserklärungen der Tabakindustrie und der Automatenaufsteller weitgehend nicht tauglich ist, solange keine Kontrollen stattfinden.

Bei 33% aller von Kindern und Jugendlichen besuchten Einrichtungen, die sich an der Umfrage beteiligt haben, verstößt die Tabakindustrie gegen ihre eigenen Selbstverpflichtungserklärungen, da dort Zigarettenautomaten angebracht sind oder Tabakwerbung plakatiert ist.

Das Ergebnis der Berlinweiten Aktion „Tabak-Bannmeile“, verdeutlicht, dass es für die Tabakindustrie in Berlin unverzüglichen Handlungsbedarf gibt. Mit der Übergabe dieser Ergebnisse an den Verband ist die Aufforderung der Fachstelle an die Tabakindustrie verbunden, die Zigarettenautomaten und Plakatwerbung um Schulen und Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtungen zu entfernen. Die Fachstelle für Suchtprävention überprüft Ende 2007 erneut den Stand der Einhaltung der Selbstverpflichtungserklärungen und wird diese Ergebnisse dann erneut veröffentlichen.

## 5. Anhang

### Fragebogen

#### Zur Einhaltung der Selbstverpflichtungserklärungen der Tabakindustrie in Berlin:

Zigarettenautomaten sind für Kinder und Jugendliche die wichtigste Bezugsquelle für Tabakwaren. Die Folgen sind erschreckend: 34,7% der Berliner Jugendlichen im Alter von 15/16 Jahren geben an, täglich zu rauchen<sup>1</sup>.

#### Wir wollen hiermit feststellen, ob die Tabakindustrie sich an die Selbstverpflichtungserklärungen halten.

Diese lauten:

- keine Plakatwerbung für Zigaretten an Straßen und Haltestellen um Schulen und Jugendzentren, sowie vor dem Haupteingang von Schulen und Jugendzentren aus einsehbarem Bereich bis zu hundert Meter Entfernung
- keine Zigarettenautomaten in einem Sichtfeld von 50 Metern vom Haupteingang einer Schule und eines Jugendzentrums und innerhalb der diese Einrichtungen umlaufenden Straßenabschnitte.

#### 1. Adresse Schule/ Jugendfreizeiteinrichtung:

#### 2. Gibt es Automaten:

- auf dem Grundstück der Schule/ Jugendfreizeiteinrichtung?
  - Wenn ja, wo:
  - nein
- im Sichtfeld oder in umlaufenden Straßenabschnitten der Schule/ Jugendfreizeiteinrichtung?
  - Wenn ja, wo:
  - nein

#### 3. Gibt es Tabakwerbung:

- im Sichtfeld, am Haupteingang der Schule/ Jugendfreizeiteinrichtung?
  - Wenn ja, wo:
  - nein
- in den umliegenden Straßen an Haltestellen um die Schule/ Jugendfreizeiteinrichtung?
  - Wenn ja, wo:
  - nein

Datum/ Unterschrift: \_\_\_\_\_

**Vielen Dank für Ihre Unterstützung!!!**

<sup>1</sup> SenGSV, Referat für Drogen und Sucht „Bericht über die Drogen und Suchtsituation in Berlin, 2005“

## **Pressemitteilung Nr. 41**

### Zigarettenwerbung um Schulen wird abgebaut

In intensiven Gesprächen hat das Bundesgesundheitsministerium erreicht, dass die Mitglieder des Verbandes der Zigarettenindustrie ihre Selbstbeschränkungsvereinbarungen zur Werbung ausbauen. Der Verband hat nach einem Treffen mit Staatssekretär Baldur Wagner weitere Beschränkungen der Zigarettenwerbung zugesagt, die im Laufe dieses Jahres umgesetzt werden.

1. An Straßen und Haltestellen um Schulen und Jugendzentren sowie in dem vom Haupteingang von Schulen und Jugendzentren aus einsehbaren Bereich bis zu einhundert Meter Entfernung wird es künftig keine Plakatwerbung für Zigaretten mehr geben.
2. Die Industrie verzichtet darauf, öffentlich Gratispackungen zu verteilen (sog. Sampling).
3. Im Kino wird in Zukunft nach jedem Werbefilm für Zigaretten ein Warnhinweis gezeigt.
4. Die Fläche für den Warnhinweis („Die EG-Gesundheitsminister: Rauchen gefährdet die Gesundheit“) und die Angabe von Nikotin- und Kondensatwerten wird auf 10 Prozent der Plakat- oder Anzeigefläche erweitert und damit mehr als verdreifacht.
6. Die Zigarettenindustrie verzichtet auf gemeinschaftliche Werbung für das Rauchen.

Im vergangenen Sommer hatte die Bundesregierung einen Bericht über Möglichkeiten der weiteren Einschränkung der Werbung für Tabakerzeugnisse vorgelegt. Die Tabakindustrie wurde aufgefordert, Mißstände in der Werbung abzustellen und dem Gedanken des Jugendschutzes stärker Rechnung zu tragen. Die jetzt vereinbarten Maßnahmen entsprechen den hauptsächlichen Forderungen in diesem Bericht. Bundesminister Horst Seehofer wertet das Angebot der Industrie als einen weiteren Schritt zu einem verbesserten Schutz der Jugend. Eine Kombination gesetzlicher Rahmenvorschriften mit effektiver Selbstkontrolle der Wirtschaft sei einem totalen Werbeverbot für Tabakerzeugnisse vorzuziehen. Die dahingehende Forderung der Kommission der Europäischen Gemeinschaft werde von der Bundesregierung nach wie vor abgelehnt, weil sie dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit staatlicher Maßnahmen nicht entspreche. Erkenntnisse der Sozialforschung und Vergleiche mit dem Ausland lassen den Schluss zu, dass ein Totalverbot der Werbung für Tabakerzeugnisse im Hinblick auf das Rauchverhalten Jugendlicher dem in Deutschland beschrittenen Weg nicht überlegen sei.

Wichtiger seien das Vorbild der Erwachsenen und eine jugendgemäße intensive Aufklärung über die Vorzüge eines gesunden Lebensstils ohne Rauchen. Der Anteil der Nichtraucher unter den jungen Menschen sei in den vergangenen Jahren ständig gestiegen; dennoch bleibt gegenüber dem in etwa gleich gebliebenen harten Kern regelmäßiger jugendlicher Raucher noch viel Aufklärungsarbeit zu leisten. Die erfreuliche Zunahme an Nichtrauchern ermutige die Bundesregierung, auf ihrem eingeschlagenen Weg weiter zu gehen. Die Tabakwerbung ist im Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz geregelt und wird flankiert durch umfangreiche Selbstbeschränkungsabkommen der Zigarettenwirtschaft. Die wesentlichen Inhalte sind in der Anlage zusammengestellt.

### **Anlage**

## Einschränkung der Zigarettenwerbung in der Bundesrepublik Deutschland

Die Werbung für Zigaretten ist in Deutschland gesetzlich und durch Selbstbeschränkungsvereinbarungen der Wirtschaft geregelt. Die gesetzlichen Beschränkungen stehen vor allem in § 22 des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes (LMBG) vom 15.08.1974 (BGBl. I, Seite 1946). Die Selbstbeschränkung der Wirtschaft findet sich in umfangreichen Vereinbarungen der Zigarettenhersteller, die seit 1966 beschlossen und weiterentwickelt worden sind. Verstöße gegen die gesetzlichen Regelungen sind mit Geldbußen bis zu 50.000,- DM bedroht und werden von den Lebensmittelüberwachungsbehörden kontrolliert. Über die Einhaltung der Selbstbeschränkungsvereinbarungen der Wirtschaft wacht ein Schiedsgericht aus Berufsrichtern, das Geldbußen bis zu 300.000,- DM verhängen kann. Für die Einhaltung der allgemeinen Werberegeln ist außerdem der beim Zentralverband der Werbewirtschaft eingerichtete Deutsche Werberat zuständig.

### 1. Die gesetzlichen Vorschriften enthalten vor allem:

- Verbot der Radio- und Fernsehwerbung;
- Verbot jeglicher Werbung, die das Rauchen als unschädlich, gesund oder als ein Mittel zur Anregung des körperlichen Wohlbefindens oder der Leistungsfähigkeit darstellt;
- Verbot jeglicher Werbung, die das Inhalieren als nachahmenswert darstellt;
- Verbot von Werbung, die ihrer Art nach besonders geeignet ist, Jugendliche oder Heranwachsende zum Rauchen zu veranlassen.

### 2. Die Selbstbeschränkungsvereinbarungen der Zigarettenindustrie sind quantitativer und qualitativer Art.

Bei den quantitativen Beschränkungen geht es vor allem um:

- Begrenzung der Größe und der Dichte von Ganzstellen in der Plakatwerbung;
- Beschränkungen in der Anzeigengröße und -häufigkeit in Magazinen und Zeitschriften;

Die qualitativen Beschränkungen beziehen sich auf:

- keine gesundheitsbezogene Werbung;
- keine Werbung, die sich an Jugendliche richtet;
- keine Werbung mit Elementen, die typisch für die Welt der Jugendlichen sind;
- keine Werbung mit Prominenten oder Leistungssportlern;
- keine Werbung in Verbindung mit Leistungssport;
- keine Werbung mit Modellen unter 30 Jahren;
- Einschränkung der Werbebegriffe „leicht und mild“;
- Verzicht auf bestimmte Werbemedien;
- keine Werbung in Jugendzeitschriften;
- keine Werbung in Sportstätten;
- keine Werbung auf öffentlichen Verkehrsmitteln;
- keine Werbung mittels Luftfahrzeugen;
- keine Leuchtmittelwerbung.

Hinzu kommen Verbraucherinformationen in der Werbung:

- Gesundheitsbezogene Warnhinweise;
- Bekanntgabe des Kondensat- und Nikotingehaltes von Zigaretten.

**Bundesministerium  
für Gesundheit**

Am PropsthoF 78 a  
5300 Bonn 1  
14. April 1997

**Pressemitteilung Nr. 30**

Abbau von Zigarettenautomaten um Schulen und Jugendzentren

In intensiven Gesprächen zwischen dem Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller (BDTA) und dem Bundesministerium für Gesundheit konnte eine freiwillige Selbstbeschränkung bei der Aufstellung von Zigarettenautomaten im Umfeld von Schulen und Jugendzentren erreicht werden. Die wesentlichen Punkte der Selbstbeschränkung, der sich die einzelnen Automatenaufsteller anschließen sollen sind:

- a) Zigarettenautomaten, die an Schulgebäuden oder an Jugendzentren oder auf deren Grundstücken aufgestellt sind, werden innerhalb von drei Monaten abgebaut; an solchen Standorten werden zukünftig keine Automaten mehr angebracht.
- b) In einem Sichtfeld von 50 m vom Haupteingang einer Schule oder eines Jugendzentrums und innerhalb der diese Einrichtungen umlaufenden Straßenabschnitte werden ab sofort keine zusätzlichen Automaten mehr aufgestellt. Die in diesen Bereichen bereits aufgestellten Automaten werden im Einvernehmen mit den Vertragspartnern in einem Zeitraum von drei Jahren schrittweise abgebaut.
- c) Auf Außenautomaten wird keine tabakbezogene Werbung zugelassen.

Die Einhaltung dieser Verpflichtung wird vom BDTA überwacht, und Verstöße werden von einem Schiedsgericht mit Vertragsstrafen von bis zu 1.000,- DM geahndet. Staatssekretär Baldur Wagner bezeichnet die Selbstbeschränkung des BDTA als einen weiteren Schritt in die richtige Richtung zu einem verbesserten Schutz von Kindern und Jugendlichen. Das Bundesministerium für Gesundheit erwartet von den einzelnen Automatenaufstellern, dass sie sich der Selbstbeschränkung des BDTA anschließen. Ein wirksamer Schutz vor dem Rauchen insbesondere für Kinder und Jugendliche wird durch ein Maßnahmenbündel erreicht.

Die Förderung des Nichtrauchens, wie sie von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung in Köln seit vielen Jahren intensiv durchgeführt wird, bedarf der Unterstützung durch strukturelle Maßnahmen wie jetzt durch den Abbau von Außenautomaten. Das Ziel der Bemühungen der Bundesregierung ist es, die Vorzüge eines gesunden Lebensstils ohne Rauchen zu bekräftigen. Dabei ist jedoch neben einer intensiven Aufklärung und freiwilligen Beschränkung der entsprechenden Wirtschaftszweige auch die Unterstützung durch Eltern notwendig.