

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte:

Empfehlungen für bildliche Warnhinweise auf Tabakprodukten in Deutschland

Hintergrund

Mitte der 1990er Jahre klagten deutsche Tabakkonzerne vor dem Bundesverfassungsgericht gegen die Verpflichtung, auf Packungen von Tabakerzeugnissen Warnungen vor den Gesundheitsgefahren des Rauchens anbringen zu müssen. Das Bundesverfassungsgericht stellte im Urteil vom 22. Januar 1997 fest, dass „die Warnung vor diesen Gesundheitsgefahren (...) zu den legitimen Aufgaben des Staates (gehört)“ und: „Diese staatliche Aufklärung dient daher dem Schutz der Bevölkerung vor Gesundheitsgefahren. (...) Die Warnungen sind geeignet, den Verbraucher zumindest von einem bedenkenlosen Konsum von Tabak abzuhalten“. Damit wies das höchste Gericht Deutschlands nachdrücklich die Versuche der Tabakindustrie zurück, über eine Verfassungsbeschwerde die bereits eingeführten textgestützten Warnhinweise außer Kraft zu setzen und ebnete den Weg für die Einführung neuer Warnhinweise.

Inzwischen hat die EU empfohlen, neben den textgestützten Warnhinweisen auf der Vorderseite von Zigarettenpackungen zusätzlich auf der Rückseite Fotos aufzudrucken, die die Folgen des Rauchens und Passivrauchens drastisch aufzeigen (2003/641/EG). Diese neuen bildlichen Warnhinweise wurden in Belgien 2006 und werden in Großbritannien 2008 eingeführt. Weitere Mitgliedsstaaten der EU erwägen ebenfalls deren Einführung. Deutschland sollte einen Schritt weiter gehen und den neuesten Empfehlungen von Experten der Weltgesundheitsorganisation folgen, die auf den oberen 50 Prozent der Vorder- und Rückseite der Packung ein abschreckendes Bild fordern, das ergänzt wird durch einen erklärenden Text und eine Hotline-Nummer zum Rauchstopp.

Warnhinweise auf Zigarettenpackungen wirken

Viele Raucher sind nur unzureichend über die konkreten Gesundheitsgefahren des Tabakkonsums informiert und unterschätzen diese.

• Warnhinweise informieren

Warnhinweise informieren den Raucher unmittelbar und kontinuierlich, da sie jedes Mal, wenn der Raucher die Packung in die Hand nimmt, wahrgenommen werden.

• Bildliche Warnhinweise erreichen jeden

Soziale Gruppen, die selten oder gar nicht lesen, entziehen sich der gesundheitlichen Aufklärung, die auf Texten basiert, sodass das Gesundheitswissen dieser Gruppen mangelhaft ist. Bildliche Warnhinweise erreichen besonders gut gerade diese aufklärungsresistenten gesellschaftlichen Gruppen. Bildliche Warnhinweise erreichen auch Raucher, die nicht die Landessprache sprechen oder nicht lesen können.

• Warnhinweise fördern den Ausstieg

Warnhinweise auf Tabakprodukten können den Raucher auch darin bestärken, mit dem Rauchen aufzuhören und sie können potenzielle Raucher vom Einstieg in den Tabakkonsum abhalten.

Empfehlungen für neue Warnhinweise

• Je größer, desto besser

Warnhinweise sollten 50 Prozent der Vorder- und Rückseite einer Zigarettenpackung einnehmen.

• Ein Bild sagt mehr als tausend Worte

Eine Botschaft in Bildform ist schneller zu erfassen und leichter zu verstehen als ein Text und prägt sich besser ins Gedächtnis ein.

• Kombination von Text und Bild

Kombinierte Warnhinweise aus Text und Bild sind am effektivsten.

• Einfache, klare Botschaften

Warnhinweise sollen auf die Gesundheitsgefahren für den Raucher selbst und auf die Gesundheitsgefahren durch Passivrauchen für andere Menschen aufmerksam machen. Zusätzlich sollten Warnhinweise auch nicht auf die Gesundheit bezogene Botschaften übermitteln wie „Nicht-rauchen spart Geld“.

• Emotionen wecken durch Bilder

Die Warnhinweise sollten eine emotionale Reaktion auslösen, da diese besser im Gedächtnis haftet und zum Nachdenken über die gesundheitlichen Schäden anregt.

• Motivation zum Rauchstopp

Alle Warnhinweise sollten durch eine Hotlinenummer zum Rauchstopp ergänzt werden.

• Regelmäßiger Wechsel

Warnhinweise sollten regelmäßig in kurzen Zeitabständen (zwei bis drei Jahre) ausgetauscht werden. Durch einen Wechsel können die Informationen im Hinblick auf neue wissenschaftliche Erkenntnisse kontinuierlich verbessert werden. Außerdem werden so Gewöhnungseffekte vermieden.

• Warnhinweise auf dem oberen Teil der Packung

Da in den Verkaufsregalen der Supermärkte der untere Teil der Zigarettenpackung meist abgedeckt wird, sollten die neuen Warnhinweise unbedingt auf den oberen Teil der Packung gedruckt werden. Nur so werden sie täglich von Millionen von Kunden gesehen.

• Entfernen der irreführenden Informationen der Tabakhersteller

Die maschinelle Messung der Teer- und Nikotinwerte nach ISO-Standards hat keine Aussagekraft für die Aufnahme dieser Stoffe durch den Raucher. So kann die Nikotinzufuhr aufgrund des individuellen Rauchverhaltens um das bis zu Achtfache höher sein als die maschinell ermittelten Werte.



Farbiges Foto auf 50 Prozent der Gesamtfläche im oberen Teil der Vorder- und Rückseite

Erklärender Text

Aufdruck einer Hotlinenummer zum Rauchstopp

MARKE

Der Verbraucher interpretiert zudem die Zahlenangaben zum Teer- und Nikotingehalt der Zigaretten meist falsch.

• **Zusätzliche Gesundheitsinformationen auf der Packungsseite**

Die irreführenden Herstellerinformationen zu Teer- und Nikotinmengen auf der Packungsseite sollten durch leicht ver-

ständliche Informationen ersetzt werden wie beispielsweise „Rauchen setzt Sie zahllosen giftigen Substanzen aus“ und „Diese Substanzen schädigen die Blutgefäße, Blutzellen und das Immunsystem“.



Beispiele für aus Bild und Text kombinierte Warnhinweise. (Empfehlungen der Europäischen Union, http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/Tobacco/Documents/de_pictures.pdf.)

Preiswerteste Gegenwerbung

Ein Raucher mit einem täglichen Konsum von einer Packung mit 20 Zigaretten wird mindestens 7000- bis 8000-mal im Jahr mit Warnhinweisen konfrontiert. Bei jährlich mehr als 6,5 Milliarden verkauften Zigarettenpackungen in Deutschland sind das mehr als 100 Milliarden Kontakte. **Damit stellen Warnhinweise das wichtigste und kosteneffektivste Mittel der gesundheitlichen Aufklärung dar: Sie erreichen jeden Raucher, und die Kosten tragen die Hersteller, nicht die Allgemeinheit.**

Bildliche Warnhinweise wirken

Die Erfahrungen aus verschiedenen Ländern bestätigen, dass große Warnhinweise auf Tabakpackungen, die aus einer Kombination von Text und Bild bestehen, wirksam sind:

- Raucher in Ländern mit **bildlichen** Warnhinweisen wissen besser über die Gefahren des Rauchens Bescheid als Raucher in Ländern mit **textgestützten** Hinweisen. So wussten fast 60 Prozent der Raucher in Kanada, wo sich zum Studienzeitpunkt 16 große, bildliche Warnhinweise auf den Packungen abwechselten, und nur rund 36 Prozent der Raucher in Großbritannien, wo sechs verschiedene Textwarnungen sechs Prozent der Packung einnahmen, dass Rauchen impotent macht.
- Je besser Raucher über die Gesundheitsgefahren informiert sind, desto eher wollen sie mit dem Rauchen aufhören (Umfragen in Kanada, Australien, USA, Großbritannien).
- In Australien bewerteten Raucher fast ausnahmslos die kombinierten Warnhinweise aus Text und Bild im Vergleich zu nur textgestützten Hinweisen als ein wirksames Mittel, Gesundheitsinformationen zu vermitteln.
- Die für eine Abschreckung am besten geeigneten Bilder sind nach Meinung von Rauchern und Nichtraucher die Abbildungen von erkrankten Zähnen und Lungentumoren auf kanadischen Zigarettenpackungen bzw. die Darstellung des Lungenkrebses und des zu früh geborenen Babys auf brasilianischen Tabakprodukten.

- Kanadische Untersuchungen zeigen, dass beängstigende und/oder abstoßende Bilder häufiger dazu führen, dass sich Raucher mit den Warnhinweisen auseinandersetzen und sich damit die Wahrscheinlichkeit eines Rauchstopps erhöht.
- In Kanada empfanden vor allem Jugendliche die bildlichen Warnhinweise als effektive Informationsvermittlung (9 von 10 Jugendlichen, 7 von 10 Erwachsenen).
- Einer Umfrage in Kanada zufolge rauchten rund 20 Prozent der Raucher wegen der abschreckenden Warnhinweise weniger Zigaretten.
- In einer weiteren kanadischen Befragung gaben 31 Prozent der Raucher an, dass die bildlichen Warnhinweise sie dazu motivierten, in naher Zukunft mit dem Rauchen aufzuhören.
- Außerdem berichteten 27 Prozent der erfolgreichen Exraucher, dass die Warnhinweise eine hilfreiche Rückfallprophylaxe darstellen.

Hohe Akzeptanz von Warnhinweisen bei der Bevölkerung

- Die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung akzeptiert Warnhinweise grundsätzlich. Internationale Erfahrungen zeigen, dass bis zu 80 Prozent aller Nichtraucher und 70 Prozent aller Raucher diese für wichtig erachten.
- Bis zu 80 Prozent aller Raucher glauben, die Einführung von Warnhinweisen habe einen Einfluss auf ihr Verhalten. Bei diesen informierten Rauchern werden Aufhörversuche und erfolgreiche Rauchstopps wahrscheinlicher. Besonders wenn Warnhinweise drastisch auf die Gesundheitsgefahren für den Raucher selbst sowie für die Umgebung durch Passivrauchen aufmerksam machen und möglichst eine emotionale Reaktion auslösen, können sie Raucher dazu motivieren, mit dem Rauchen aufzuhören, und potenzielle Raucher vom Konsum abhalten.

Warnhinweise müssen auffällig sein und eine möglichst große Fläche auf der Verpackung einnehmen. Je größer und auffälliger die Warnhinweise sind, desto eher werden sie wahrgenommen und können Informationen über Gesundheitsgefahren vermitteln – und desto weniger Platz lassen sie für die Abbildung der Zigarettenmarke.

Impressum

© 2007 Deutsches Krebsforschungszentrum, Heidelberg

Autoren: Maren Schenk, Dagmar Anders, Dr. Martina Pötschke-Langer

Verantwortlich für den Inhalt:

Dr. Martina Pötschke-Langer

Stabsstelle Krebsprävention und

WHO-Kollaborationszentrum für Tabakkontrolle

Im Neuenheimer Feld 280

69210 Heidelberg

Fax: 06221 – 423020, E-mail: who-cc@dkfz.de

Zitierweise:

Deutsches Krebsforschungszentrum (Hrsg.):

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte: Empfehlungen für bildliche Warnhinweise auf Tabakprodukten in Deutschland

Heidelberg, 2007

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte:
Empfehlungen für bildliche Warnhinweise auf Tabakprodukten in Deutschland**Literatur**

- (1) Bates C, McNeill A, Jarvis M et al. (1999) The future of tobacco product regulation and labelling in Europe: implications for the forthcoming European Union directive. *Tobacco Control*, 8, 225–235
- (2) Bundesrat (2002) Tabakprodukt-Verordnung vom 20. November 2002. *Bundesgesetzblatt*, 82, 4434–4437
- (3) Cohen JB (1996) Smokers' knowledge and understanding of advertised tar numbers: health policy implications. *American Journal of Public Health*, 86, 18–24
- (4) Commonwealth Department of Health and Ageing (2001) Review of health warnings on tobacco products in Australia. Commonwealth Department of Health and Ageing, Canberra
- (5) Das Europäische Parlament und der Rat der Europäischen Union (2003) Entscheidung der Kommission vom 5. September 2003 über die Verwendung von Farbfotos oder anderen Abbildungen als gesundheitsbezogene Warnhinweise auf Verpackungen von Tabakerzeugnissen. Aktenzeichen K(2003) 3184, L 226/24-L 226/ 26
- (6) Elliott and Shanahan Research (2001) Evaluation of the health warnings and explanatory health messages on tobacco products. Commonwealth Department of Health and Ages Care, Canberra
- (7) Elliott and Shanahan Research (2003) Developmental research for new Australian health warnings on tobacco products. Stage 2. Population Health Division, Department of Health and Ageing, Canberra
- (8) Environics Research Group (1999) Qualitative (focus group) report regarding health warning labels and images on cigarette packages. Health Canada, Office of Tobacco Control, Toronto
- (9) Europäische Union (2001) Strenge EU-Vorschriften über die Herstellung, die Aufmachung und den Verkauf von Tabakerzeugnissen angenommen. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/01/702&format=HTML&aged=1&language=DE&guiLanguage=en-IP/01/702> (abgerufen am 04.09.2007)
- (10) Europäische Union (2003) Ein Bild sagt mehr als tausend Worte: Kommission entscheidet über visuelle Gesundheitswarnungen auf Zigarettenpackungen. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/03/1213&format=HTML&aged=1&language=DE&guiLanguage=de-IP/03/1213> (abgerufen am 04.09.2007)
- (11) Europäische Union (2004) Der Kampf der EU gegen Tabakmissbrauch geht weiter, mit visuellen Warnhinweisen und einer 72 Millionen Euro-Medienkampagne. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/04/1284&format=HTML&aged=1&language=DE&guiLanguage=en-IP/04/1284> (abgerufen am 04.09.2007)
- (12) Framework Convention Alliance (2007) Briefing Paper. Guidelines on Article 11 (Packaging and labelling of tobacco products). Second Session of the Conference of the Parties to the WHO FCTC Bangkok, Thailand, 30 June – 6 July 2007
- (13) Giovino GA, Tomar SL, Reddy MN et al. (1996) Attitudes, knowledge, and beliefs about low-yield cigarettes among adolescents and adults. In: US Department of Health and Human Services: Smoking and tobacco control. 39–56
- (14) Hammond D, Fong GT, Borland R et al. (2007) Text and graphic warnings on cigarette packages: findings from the international tobacco control four country study. *American Journal of Preventive Medicine*, 32, 202–209
- (15) Hammond D, Fong GT, McDonald PW et al. (2004) Graphic canadian cigarette warning labels and adverse outcomes: evidence from canadian smokers. *American Journal of Public Health*, 94, 1442–1445
- (16) Hammond D, Fong GT, McDonald PW et al. (2003) Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tobacco Control*, 12, 391–395
- (17) Hammond D, Fong GT, McNeill A et al. (2006) Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *Tobacco Control*, 15 Suppl 3, iii19–iii25
- (18) Hammond D, McDonald PW, Fong GT et al. (2004) The impact of cigarette warning labels and smoke-free bylaws on smoking cessation: evidence from former smokers. *Canadian Journal of Public Health*, 95, 201–204
- (19) Jarvis M, Boreham R, Primatesta P et al. (2001) Nicotine yield from machine-smoked cigarettes and nicotine intakes in smokers: evidence from a representative population survey. *Journal of the National Cancer Institute*, 93, 134–138
- (20) Kozlowski LT, Goldberg ME, Berwood AY et al. (1998) Smokers' misperceptions of light and ultra-light cigarettes may keep them smoking. *American Journal of Preventive Medicine*, 15, 9–16
- (21) Liefeld J (1999) The relative importance of the size, content & pictures on cigarette package warning messages. University of Guelph, Department of Consumer Studies, Guelph
- (22) Mahood G (1999) Warnings that tell the truth: breaking new ground in Canada. *Tobacco Control*, 8, 356–361
- (23) Physicians for a Smoke-Free Canada (2007) Health warnings with pictures are a very effective way to reduce smoking. <http://www.smoke-free.ca/warnings/default.htm> (abgerufen am 04.09.2007)
- (24) Pötschke-Langer M, Schulze A (2005) Warnhinweise auf Zigaretenschachteln. *Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz*, 48, 464–468
- (25) Strahan EJ, White K, Fong GT et al. (2002) Enhancing the effectiveness of tobacco package warning labels: a social psychological perspective. *Tobacco Control*, 11, 183–190
- (26) Teeboom Y (2002) Warnings on cigarette packets. NIPO the market research institute, Amsterdam
- (27) West R, McNeill A, Raw M (2000) Smoking cessation guidelines for health professionals: an update. *Thorax*, 55, 987–999
- (28) Wilkenfeld J, Henningfield J, Slade J et al. (2000) It's time for a change: Cigarette smokers deserve meaningful information about their cigarettes. *Journal of the National Cancer Institute*, 92, 90–92
- (29) Willemsen MC, Simons C, Zeeman G (2002) Impact of the new EU health warnings on the Dutch quit line. *Tobacco Control*, 11, 381–382
- (30) World Health Organization (2004) Rahmenübereinkommen der WHO zur Eindämmung des Tabakgebrauchs vom 21. Mai 2003, Genf. Amtliche deutsche Übersetzung, 02.04.2004