

Außerordentliche Bundesdelegiertenkonferenz

14./15. Juni 2003, Messe, Cottbus

Grüne

Beschluss

Tabakwerbeverbot durchsetzen

Die Bundesversammlung möge beschließen:

Der Bundesvorstand von BÜNDNIS 90 90/Die GRÜNEN wird aufgefordert,

5

1. sich konsequent für ein umfassendes nationales Tabakwerbeverbot einzusetzen
2. die Bundesregierung dazu zu bewegen, das Tabakwerbeverbot der Europäischen Union zu unterstützen und eine Klage vor dem Europäischen Gerichtshof zu verhindern.
3. die Bundesregierung dazu zu bewegen, die Verabschiedung der Tabakrahmenkonvention der Weltgesundheitsorganisation (WHO) nicht länger zu blockieren und einem absoluten Werbeverbot für Tabakwaren weltweit zuzustimmen.
4. Tabakwerbung in eigenen Parteizeitschriften zu unterbinden.

10

15

Begründung:

Immer wieder taucht in unseren Programmen das Bekenntnis zum Werbeverbot für Tabakwaren auf. Zuletzt im Wahlprogramm 2002-2006. Auch der Koalitionsvertrag 2002-2006 zwischen der SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN enthält den Satz "Suchtstoffübergreifend wollen wir die strukturelle Prävention und den Kinder- und Jugendschutz stärken, ...". Was kann das anderes bedeuten, als ein umfassendes Verbot der Werbung für Tabakwaren? Das Regierungshandeln sieht anders aus. Auch das erneute Tabakwerbeverbot der Europäischen Union wird genau wie das Erste von der Bundesregierung abgelehnt, nur hat die Bundesregierung inzwischen gewechselt. Als Einziges von 191 Mitgliedsstaaten der Weltgesundheitsorganisation (WHO) blockiert Deutschland die Verabschiedung der Tabakrahmenkonvention, weil diese ein weltweites absolutes Werbeverbot für Tabakwaren enthält. Das ist nicht zum Wohle und nicht im Sinne der Mehrheit der Bevölke-

20

25

30



rung. Wir wollen, dass es nicht mehr möglich ist, dieser unserer rot-GRÜNEN Bundesregierung vorzuwerfen, sie sei zu stark mit der Tabakindustrie verwo-
ben, wie in der TAZ am 28. Februar 2003 geschehen.

- 35 Ausserdem gab es in der Vergangenheit immer wieder Tabakwerbung in Par-
teizeitschriften von BÜNDNIS 90/Die GRÜNEN. Solche Werbung schadet
unserem Image, verstösst gegen unsere Überzeugung und ist daher zu un-
terbinden.