

MARLBORO-WERBUNG

Maybe ein Fehler



Marlboro stoppt seine umstrittene Werbekampagne.
Foto: dapd

Von Daniel Baumann

Der Tabakriese Philip Morris setzt eine umstrittene Plakatkampagne für die Marke Marlboro aus. Die aufdringlichen Slogans richten sich nach Ansicht vieler Kritiker zu sehr an Jugendliche.

Es war eine der verhänglichsten und aus Sicht der Werber mit Sicherheit gelungensten Zigarettenkampagnen der letzten Jahre. Mit dem Spruch „Don't be a Maybe – be Marlboro“, hat der Tabakriese Philip Morris International in den vergangenen Monaten für Marlboro-Zigaretten geworben. Nun setzt der Konzern nach Informationen der Frankfurter Rundschau die umstrittene Plakatkampagne aus. Er reagiert damit auf Druck der Aufsichtsbehörden.

Nach überwiegender Auffassung der zuständigen Landesbehörden und des Bundesverbraucherschutzministeriums verstößt die Kampagne gegen das Vorläufige Tabakgesetz. Demnach ist es verboten, Tabakprodukte so zu bewerben, dass damit Jugendliche und Heranwachsende zum Rauchen veranlasst werden.

Der Spruch „Don't be a Maybe“ lässt sich kaum übersetzen. Er heißt in etwa: Sei kein Unentschlossener, sei Marlboro. Die Kampagne wurde mit Sprüchen wie „Maybe never fell in Love“ (Maybe hat sich nie verliebt) oder „Maybe never feels free“ (Maybe fühlt sich nie frei) ergänzt. Er suggerierte, dass ohne Marlboro-Zigaretten zu rauchen wichtige menschliche Bedürfnisse nie in Erfüllung gehen werden. Illustriert wurde die Kampagne zum Beispiel mit knutschenden jungen Menschen in einer Diskothek.

Der Philip Morris International wurde vom Landratsamt München schriftlich über die Bedenken der Aufsichtsbehörden informiert. „Wir sind zwar der Überzeugung, dass die Marlboro-Plakatkampagne den einschlägigen Gesetzen entspricht“, erklärte am Donnerstag eine Sprecherin des Unternehmens auf Anfrage. „Wir haben uns jedoch entschlossen, die Marlboro-Maybe-Außenwerbeplakate auszusetzen, während wir diese Beschwerden untersuchen und unsere Gespräche mit den Behörden fortsetzen.“

Das Bundesverbraucherschutzministerium teilte mit, dass das Unternehmen auf „freiwilliger Basis unverzüglich die Verwendung von Außenwerbeplakaten für die genannte Kampagne in Deutschland aussetzen“ wird.

In den vergangenen Tagen war zu beobachten, dass frisch geklebte „Maybe“-Plakate bereits nach außerordentlich kurzer Dauer überklebt wurden. Der Sprecher des Forums Rauchfrei, Johannes Spatz, zeigte sich erfreut über die Entscheidung. „Das ist ein Durchbruch“, sagte er. Es sei das erste Mal, dass eine Aufsichtsbehörde gegen eine derartige Tabakkampagne vorgehe. Spatz äußerte die Hoffnung, dass das der Beginn einer stärkeren Einschränkung der Tabakwerbung sein könnte.

Artikel URL: <http://www.fr-online.de/wirtschaft/marlboro-werbung-maybe-ein-fehler,1472780,16726246.html>

Copyright © 2010 Frankfurter Rundschau