

Leo Burnett: Werbeagentur sieht in Maybe-Kampagne keinen Verstoß gegen geltendes Recht

Die Werbeagentur Leo Burnett gehört zu den 20 größten Werbeagenturen der Welt, eine ihrer bekanntesten Figuren ist der Marlboro Man, mit dem sie der Zigarettenmarke des Philip Morris Konzerns ein männliches Image verpassen wollte. Die Marke war ursprünglich unter dem Motto „Mild as May – Mild wie der Mai“ für den Verkauf an Frauen gedacht. In Deutschland arbeitet Leo Burnett seit 1972 für Philip Morris. Auch die „Don't be a Maybe – Be Marlboro“ Kampagne geht auf das Konto von Leo Burnett.

Nachdem die Kampagne von mehreren Landesbehörden und vom Bundesministerium für Verbraucherschutz als gesetzeswidrig eingestuft wurde, zog Philip Morris die Außenplakatwerbung vorläufig zurück, obwohl der Konzern keinen Verstoß gegen geltendes Recht sah. Das Forum Rauchfrei schrieb darauf auch Leo Burnett an und bat um eine Stellungnahme. In dem Antwortschreiben erklärte die Agentur, sie möchte sich in die Diskussion zwischen ihrem Kunden Philip Morris und dem zuständigen Landratsamt in München nicht einmischen, verriet aber immerhin, dass auch sie der Meinung sei, die Kampagne stimme mit geltendem Recht überein.

Eine Einmischung in die Diskussion zwischen Philip Morris und dem Münchner Landratsamt wäre nach Auffassung des Forum Rauchfrei durchaus wünschenswert. Schließlich läuft diese Diskussion schon eine ganze Weile, während die Kampagne weiter läuft – zumindest an Verkaufsstellen in Innenräumen.

Auf den Vorschlag des Forum Rauchfrei, freiwillig auf Aufträge aus der Tabakindustrie zu verzichten, ging die Werbeagentur nicht ein.