

Philip Morris, Berliner Initiative gegen häusliche Gewalt (BIG) und der Staat

Am 21. Februar 2006 findet in Berlin eine Pressekonferenz statt, die zu dem Thema „Philip Morris übergibt Spende an BIG-Hotline gegen häusliche Gewalt“ angekündigt worden war. Die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen hatte dazu in das Rote Rathaus, Sitz des Regierenden Bürgermeisters, eingeladen. Folgende TeilnehmerInnen waren angekündigt:

Susanne Ahlers, Staatssekretärin Wirtschaft, Arbeit und Frauen
Elfriede Buben, Philip Morris GmbH
Boris Aljinovic, Schauspieler
Andreas Hoppe, Schauspieler
Irma Leisle, BIG Hotline
Beate Nink, BIG Hotline

Zwar lassen sich die Schauspieler entschuldigen, dafür aber sind zwei Fernsehsender gekommen. Sonst sind noch zwei oder drei Zeitungsredaktionen vertreten.

Originalton Staatssekretärin Ahlers: „Ich freue mich sehr, dass ich bei der Scheckübergabe dabei sein darf“. Philip Morris sei ein „Vorbild“ auch für andere Industrien. Ich frage auf der Pressekonferenz, warum nicht der Staat die „Mobile Intervention“ von BIG Hotline finanziere, da das Projekt doch zu den Kernaufgaben des Staates gehöre. Dazu Frau Ahlers: Die Mobile Intervention sei „ein zusätzliches Angebot, neben einer ganzen Reihe weiterer Projekte. Im Übrigen „ist Philip Morris ein legales Unternehmen, das Steuern zahlt. So lange es sich um ein legales Unternehmen handelt, habe ich damit überhaupt keine Probleme.“ Sie verteidigt Philip Morris offensiv: Das Rauchen sei schließlich die Sache eines jeden einzelnen und nicht von Philip Morris zu verantworten. In gleicher Weise reagiert die Staatssekretärin auf kritische Fragen eines Journalisten.

Ich frage Frau Nink, ob BIG hier nicht ausgenutzt würde für die Interessen von Philip Morris. Sie zeigt vollkommenes Unverständnis. Vielmehr sei sie „beeindruckt, wie das Unternehmen sehr tiefgründig sich mit dem Thema auseinandersetzt.“ Die Vertreterinnen von Philip Morris würden über eine „tiefgründige Kompetenz“ verfügen. Sie sähe keinerlei Verbindung zwischen Philip Morris und den Folgen des Rauchens.

Als ich mich erneut zu Wort melde, wird dies übergangen und die Pressekonferenz eilig beendet.

Die Berliner Senatsverwaltung finanziert mit jährlich 6 Millionen Euro Maßnahmen gegen häusliche Gewalt. Es ist überhaupt nicht nachvollziehbar, warum die Mobile Intervention, eine Kernaufgabe des Staates, nicht zu diesen Maßnahmen zu zählen ist.

Abgesehen davon, dass sich BIG offenbar nicht mit dem Charakter seines Sponsors und mit den Beweggründen seiner Großzügigkeit auseinandersetzt, bekommt man den Eindruck, dass dem Projekt BIG der nötige Abstand zu seinem Großsponsor abhanden gekommen ist. So hat BIG Philip Morris in seinem Tätigkeitsbericht (5 Jahre Hilfe für Frauen und deren Kinder, die von häuslicher Gewalt betroffen sind, 2004) eine ganze Seite zur Selbstdarstellung zur Verfügung gestellt. Dort darf Elfriede Buben, Manager Public Affairs Philip Morris GmbH, über das wohltätige Engagement von PM berichten. Auch hier wird die enge Verbindung zwischen BIG und PM deutlich, wenn sie sagt, „wir haben gemeinsam initiiert“ (gemeint ist die Übersetzung eines Flyers) und sie von einem „gemeinsamen“ Modellversuch spricht (gemeint ist die Anfangsphase der Mobilen Intervention).

Seit 2002 erhält BIG Hotline jährlich 100.000 EURO von Philip Morris. Welche strategisch hoch angesetzte Werbung damit betrieben wird, kann man auf der Homepage von Philip Morris nachlesen: „2002 hatte Hermann Waldemar, Vorsitzender der Geschäftsführung der Philip Morris GmbH, im Rahmen der Veranstaltung „Philip Morris Treffpunkt Berlin“ im Kuppelrestaurant des Reichstages den Scheck über 100.000 an Beate Link, Leiterin der BIG-Hotline überreicht. Zu der Veranstaltung sind Vertreter von Politik, Wirtschaft und Medien eingeladen.“

Wenn man sich weiter im Internet umschaute, findet man, dass Philip Morris auch bei anderen Ereignissen BIG Hotline unter die Arme greift. Hierzu Beispiele: Finanzielle Unterstützung des Internetauftritts; Werbeaktion mit Brötchentüten, die auf das Anliegen von BIG aufmerksam machen; Großzügige Spende zur Finanzierung eines Benefizballs.

Im Gegenzug für das Sponsoring zeigt BIG bereits auf der ersten Seite seiner Homepage das Projektlogo von Philip Morris mit dem Zusatz „Unterstützt durch die Initiative der Philip Morris GmbH“. Dieses Logo zusammen mit dem Hinweis auf den Unterstützer Philip Morris ist auch auf BIG-Plakaten zu sehen, auf denen sich Schauspieler gegen häusliche Gewalt aussprechen. Ein weiteres Beispiel dieses engen Zusammenspiels ist die Pressemappe von BIG Hotline. Sie enthält eine farbige Glanzbroschüre „Die Philip Morris GmbH in Berlin“. In der 13-seitigen Broschüre wird auf sieben Seiten das Werk von PM in Berlin beschrieben. Auf den weiteren 5 Seiten wird auf „Initiativen im sozialen Bereich, aber auch Kunst und Kultur“ eingegangen. Eine Seite zeigt im großen Format ein Foto mit Frau Leisle und Frau Link mit einem Hinweis auf die Förderung von BIG. Weiterhin geht die Broschüre auf den Forschungspreis, Kunstförderung in Berlin und unter „Rauchen – Bitte nur Erwachsene“ auf die Internetförderung der Senatsverwaltung für Bildung ein. So wirbt Philip Morris für sich und stellt sich als großen Wohltäter dar.

Unerwähnt bleibt bei BIG, dass das Berliner Werk von Philip Morris jährlich 60 Milliarden Zigaretten produziert und damit der bundesdeutsche größte Standort zur Herstellung von Zigaretten ist, einem Produkt, das bei bestimmungsgemäßer Anwendung bei jedem zweiten dauerhaften Konsumenten zum vorzeitigen Tod führt.

Johannes Spatz, Sprecher Forum Rauchfrei