

### Prozess gegen Reynolds wegen Zigarettenwerbung für Kinder

Die Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. hat am 18. Juli 2002 einen Klageauftrag gegen Reynolds (Inzwischen JT International) wegen jugendbezogener Werbung erteilt. In der Sache geht es darum, dass Reynolds für die Marke Camel u.E. Darstellungen auf Werbeplakaten zeigte, die besonders geeignet sind, Jugendliche anzusprechen und zum Rauchen zu animieren, da ausschließlich jugendliche Personen abgebildet wurden.

Bezirksstadträtin Anke Otto hatte die Verbraucherzentrale darauf aufmerksam gemacht, dass eine ganze Serie von Werbeplakaten mit Personen, die den Anschein erweckten, dass sie jünger als 30 Jahre sind, in den Straßen von Steglitz-Zehlendorf gezeigt wurden. Gesundheit 21, Dienststelle des Bezirksamtes, hatte vorher Jugendliche nach dem geschätzten Alter der auf den Plakaten von Camel dargestellten Personen befragt. Es stellte sich heraus, dass die Jugendlichen die Personen überwiegend für jünger als 30 Jahre hielten.

Ausgangspunkt ist die „Richtlinie für die Werbung auf dem deutschen Zigarettenmarkt (Richtlinien 1966)“ des Verbandes der Zigarettenindustrie. Die Zigarettenindustrie legt sich in dieser Richtlinie unter dem Stichwort „Jugendbezogene Werbung“ darauf fest, dass es bei dem zulässigen Alter der Modelle nicht nur um den formalen Nachweis des Lebensalters geht, sondern ebenso um die Frage, ob Jugendliche (Altersgruppe von 14 bis 21 Jahre) die Personen für jünger als 30 Jahre halten. Auch ist es gesetzlich verboten, durch Zigarettenwerbung Jugendliche zum Rauchen zu veranlassen (Lebensmittel- und Bedarfsgegenstände-gesetz: § 22 Werbeverbot).

Frau Otto hofft, dass endlich vor Gericht geklärt wird, in welcher Form die Zigarettenfirmen Jugendliche umwerben. Nach ihrer Auffassung handelt es sich hier um einen eindeutigen Verstoß gegen die Selbstverpflichtung der Zigarettenindustrie. Sie meint, dass es sich um eine gefestigte Werberichtlinie handelt, deren Verletzung wie ein Verstoß gegen ein wertbezogenes – weil von gesundheitlicher Relevanz – Gesetz zu werten ist.

Die Überprüfung des Werbeverhaltens der Zigarettenindustrie in Steglitz-Zehlendorf ist Teil der Gesundheitskampagne „Leben ohne Qualm“, die sich auch für Nichtraucherbereiche in Restaurants und rauchfreie Krankenhäuser einsetzt. Die Kampagne, die von Gesundheit 21 koordiniert wird, fördert auch ein Projekt an Grundschulen, das Kindern gegen Sucht stark machen soll. Schließlich kümmert sich Gesundheit 21 darum, dass Zigarettenautomaten in der Nähe von Schulen abgebaut werden.

Weitere Informationen bei Gesundheit 21, Johannes Spatz., Tel.: 63214703; 01707354867