

Zu jung zum Rauchen

ta 2
29/7/12

Verbraucherzentrale klagt gegen Zigarettenhersteller, weil dieser gegen Werberegeln verstoßen habe: Camel-Model sieht zu jung aus, meint der Leiter der Gesundheitsabteilung Steglitz-Zehlendorf

von SABINE AM ORDE

Johannes Spatz ist hartnäckig. Seit Jahren kämpft der grüne Gesundheitsfachmann, der inzwischen die Gesundheitsabteilung im Bezirksamt Steglitz-Zehlendorf leitet, gegen das Rauchen – und gegen die Werbung der Tabakindustrie. Bald könnte er in seinem Kampf einen großen Schritt weiter sein: Auf Anraten von Spatz hat jetzt der Bundesverband der Verbraucherzentralen (vzbv) den Zigarettenhersteller JT International, der früher Reynolds hieß, wegen jugendbe-

zogener Werbung verklagt. „Das könnte ein Grundsatzurteil werden“, sagt Egbert Grootte, der zuständige Jurist des vzbv.

Auslöser ist ein Werbeplakat der Marke Camel, das derzeit vielerorts in Berlin hängt. Es zeigt eine rauchende junge Frau, die entspannt auf einem Sofa liegt. Der Text dazu: „Slow down – pleasure up“. Aus Sicht des vzbv ist diese Werbung ein Verstoß gegen das Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz (LMBG) und unvereinbar mit der Selbstverpflichtung der Zigarettenindustrie zur Unterlassung jugendbezogener Werbung.

Laut LMBG ist Tabakwerbung verboten, die besonders dazu geeignet ist, Jugendliche zum Rauchen zu verleiten. Konkretisiert wird dieses Verbot durch eine freiwillige Richtlinie der Zigarettenindustrie. Darin verpflichtet sie sich, in der Zigarettenwerbung nicht mit Personen zu werben, die jünger als 30 Jahre sind – oder von Jugendlichen für jünger als 30 Jahre gehalten werden.

„Genau das ist aber bei diesem Plakat der Fall“, sagt Johannes Spatz. Seine Abteilung hat mehr als 50 Jugendliche um einer Altersschätzung der abgebildeten Frau gebeten. Das Ergebnis: „Die

meisten haben sie für jünger als 25 gehalten.“ Das hat Spatz zu nächst dem zuständigen Aufsichtsamt des Bezirks mitgeteilt. „Das aber hat keine Chance für eine Klage gesehen.“ Jetzt prüfe die Gesundheitsverwaltung des Senats den Vorgang.

Die Verbraucherzentrale dagegen hat sich schnell zu einer Klage entschlossen. „Wir erwarten, dass die beanstandete Werbung im Interesse des Jugendschutzes gerichtlich untersagt wird“, sagt Edda Müller, Vorstandsmitglied der vzbv. Es dürfe nicht sein, dass Jugendliche zum Rauchen verleitet würden und der Werbung schutzlos ausgeliefert seien. Für Spatz ist das Camel-Motiv kein Einzelfall. Seit vier Jahren beobachtet er die Zigarettenreklame und hat zahlreiche Fotos gemacht. 24 davon würden eindeutig gegen die Selbstverpflichtung verstoßen. Spatz: „Häufig werden Models genommen, die zwar über 30 sind, aber viel jünger aussehen.“

Verbraucherzentralen verklagen Tabakfirma

Die Verbraucherzentralen verklagen die Tabakfirma JT International wegen jugendbezogener Zigarettenwerbung. Die Darstellung junger Menschen auf einem Werbeplakat für die Marke Camel verleite Jugendliche zum Rauchen, teilte der Bundesverband der Verbraucherzentrale mit. Eine Umfrage des Bezirksamtes Steglitz-Zehlendorf hatte ergeben, dass die Mehrheit der Jugendlichen die Plakatmodelle für jünger als 30 Jahre hielt. (ddp)

Berliner Zeitung 26. Juli 2012

Berliner Arzt verklagt Zigarettenfirma, weil sie mit einer jungen Frau wirbt

Von H. BRUNS
Slow down. Pleasure up. (Mach' langsam. Hab Spaß.)

Relaxt auf einer Couch eine junge Schöne mit Zigarette – und ein Berliner Arzt geht hoch, wie früher das HB-Männchen.

Dr. Johannes Spatz vom Gesundheitsamt Steglitz macht Dampf und jetzt klagt die Verbraucher-Zentrale gegen Camel (JT Inter-

national). Grund: Das Model auf der Couch sieht zu jung aus.

Jedenfalls jünger als 30. Fanden auch die meisten Jugendlichen, die Dr. Spatz das Alter der Schönen schätzen ließ. Die Zigarettenindustrie hat sich aber verpflichtet, nicht mit jüngeren Leuten zu werben. Auch nicht mit solchen, die nur jünger aussehen.

Dr. Spatz: „Die Kids wissen ja nicht,

dass Rauchen eine Sucht ist.“ In Berlin liegt das Nikotin-Einstiegsalter bei nur 13 Jahren, bundesweit bei 13,8 Jahren.

Marketing-Chef Marcel Löffler über die globale Kampagne von Camel: „Die Models sind über 30, da gibt's keinen Zweifel. Wir haben uns an den rechtlichen Rahmen gehalten.“

Dr. Edda Müller, Vorstand der Verbrau-

cherzentrale: „Es darf nicht sein, dass Jugendliche der Werbung schutzlos aus-

geliefert sind. Wir erwarten, dass diese Werbung gerichtlich untersagt wird.“



Dr. Johannes Spatz gab den Anstoß zur Camel-Klage: Das Model wirkt zu jung

Fotos: STEINERT

Bild 3d/12