

"Kinder sind Goldstaub für die Tabakindustrie"

Ein Interview von [Claus Hecking](#)

Nirgends in der EU darf die Tabakindustrie Jugendliche so ungehemmt mit Plakaten ködern wie in Deutschland. Im Interview erklärt Karl Lauterbach, welcher Politiker ein Werbeverbot blockiert.

SPIEGEL ONLINE: Herr Lauterbach, Rauchen trägt laut einer aktuellen Studie massiv dazu bei, dass sozial schwache Menschen in Deutschland schneller krank werden und früher sterben. [Als SPIEGEL ONLINE kürzlich darüber berichtet hat](#), haben Sie getwittert: "Es ist ein Versagen, dass wir so große Unterschiede zwischen Arm und Reich dulden, gerade bei Kindern".

Karl Lauterbach: Und dieses Gesundheitsgefälle wird zu einem erheblichen Teil von der Zigarette verursacht. Rauchen in jeder Form und Dosierung ist der mit Abstand größte Risikofaktor - weit vor Übergewicht, Bewegungsmangel oder schlechter Ernährung. Es verursacht nicht nur Lungenkrebs, sondern auch eine Reihe anderer Tumoren, Schlaganfälle, Demenz und zahlreiche weitere Krankheiten. Wir dürfen nicht länger zulassen, dass die Tabakindustrie gerade Kinder und Jugendliche aus sozial benachteiligten Schichten süchtig macht. Wir brauchen endlich ein umfassendes Tabakwerbeverbot in Deutschland.

SPIEGEL ONLINE: Aber Ihre schwarz-rote Bundesregierung schreibt im neuen Koalitionsvertrag kein Wort über ein Tabakwerbeverbot - obwohl alle anderen EU-Staaten längst großflächige Reklame auf Plakaten oder im Kino untersagen. Und obwohl sich Deutschland schon 2004 gegenüber der [Weltgesundheitsorganisation](#) verpflichtet hat, ein umfassendes Verbot bis 2010 einzuführen.

Lauterbach: Wir Gesundheitspolitiker von der SPD und der Union wollten das in den Koalitionsvertrag aufnehmen. In unserem gemeinsamen Entwurf der Arbeitsgruppe Gesundheit hatten wir uns schon auf das Werbeverbot geeinigt. Hermann Gröhe (bis vor Kurzem CDU-Gesundheitsminister - d. Red) ist da voll mitgezogen. Aber dann ist das Verbot in der Spitzenrunde rausgeflogen: Wie wir hören, auf Initiative von CDU-Fraktionschef Volker Kauder.

SPIEGEL ONLINE: Hat Sie das überrascht? Schließlich hat die CDU-Bundestagsfraktion schon in der vergangenen Legislaturperiode einen bereits von der Bundesregierung abgesegneten Entwurf des CSU-Ministers Christian Schmidt zur Tabakwerbung blockiert - indem sie das Thema [einfach bis zur Wahl ausgesessen hat](#).

Lauterbach: Ich hatte trotzdem nicht damit gerechnet. Es war der einzige Punkt aus dem Gesundheitsbereich, der in der Spitzenrunde gekippt wurde. Aber offenbar ist es einigen Leuten in der Unionsspitze ganz wichtig, dass die Tabaklobby die Kinder weiter mithilfe von Werbung süchtig machen kann. Da stellt man sich schon die Frage, ob Gesundheit wirklich das optimale Ressort für die Union ist.

SPIEGEL ONLINE: Und nun? Ist das Thema tot?

Lauterbach: Nein. Ich werde einen Vorstoß für das Werbeverbot in die Koalition einbringen, und zwar noch in diesem Jahr. Wissen Sie, ich bin selbst Mediziner, und ich sehe, was Rauchen anrichtet. Ich muss mich jetzt dafür selbst stärker engagieren, als ich das in der Vergangenheit gemacht habe. Und ich erwarte auch von Herrn Spahn, dass er sich dafür einsetzt: zum Schutz unserer Kinder. Denn die Tabakwerbung richtet sich gezielt an Minderjährige. Kinder und Jugendliche sind Goldstaub für die Tabakindustrie. Wenn es gelingt, die Kinder süchtig zu machen, hat man sie für Jahrzehnte als Kunden.

SPIEGEL ONLINE: Die Tabakindustrie behauptet, sie richte ihre Werbung nicht auf Minderjährige aus - etwa indem sie auf den Plakaten nur Erwachsene zeigt.

Lauterbach: Nehmen Sie mal die "Maybe"-Kampagne von Marlboro. Da waren gar keine Menschen abgebildet, aber immer der Slogan "Don't be a maybe". Das war sehr, sehr gut gemachte Werbung. Sie zielte darauf ab, die Unsicherheiten der Pubertät zu nutzen, wenn Jugendliche oft nach ihrer Identität suchen. Wer Marlboro raucht, der weiß, was er will, lautete die Botschaft. Den erkenne man dann an der "richtigen" Zigarette.

SPIEGEL ONLINE: Unionfraktionschef Kauder meint, die Zigarettenwerbung sei schon "so gut wie abgeschafft". Es gebe nur noch wenige Plakate im öffentlichen Raum.

Lauterbach: Schauen Sie sich doch auf der Straße um. Da hängt überall Zigarettenreklame. Fakt ist: Die Tabakindustrie hat 2016 mehr als 80 Millionen Euro für Plakatwerbung ausgegeben. Dazu kommen mehr als 100 Millionen Euro für Promotion und Sponsoring.

SPIEGEL ONLINE: Die Unionsspitze verteidigt ihren Widerstand damit, dass die Zigarette ein legales Produkt sei. Kann man nach einem Tabakwerbeverbot noch Reklame für Alkohol oder zuckerhaltige Lebensmittel erlauben?

Lauterbach: Die Zigarette ist ein ganz besonderes legales Produkt. Es ist so gesundheitsschädlich wie kein zweites. Anders als Alkohol oder Lebensmittel schadet die Zigarette in jeder Dosis. Es gibt sehr geringe Mengen Alkohol, von denen keine Gefahr ausgeht. Aber schon die erste Zigarette am Tag **hat negative Folgen für den Körper**. Das wäre so, als würden Sie Vollkornbrot mit Arsen essen oder Blei-Limonade trinken. Es gibt nichts, was gegen ein Tabakwerbeverbot spricht - bis auf den Druck der Tabak- und Werbelobby.

SPIEGEL ONLINE: Aber deren Arm ist lang. Seit Jahrzehnten sponsert die Tabakindustrie Parteiveranstaltungen: nicht nur von der Union, sondern auch von der SPD. Haben Sie überhaupt genug Unterstützung in Ihren eigenen Reihen?

Lauterbach: Mich macht es traurig, dass wir Sponsoring von der Tabakindustrie annehmen. Ich setze mich in unserer Partei dafür ein, dass das beendet wird. Das ist noch nicht gelungen. Aber beeinflusst das unsere Politik? Nein. Das Sponsoring zeigt keine Wirkung. Ich kriege innerhalb der SPD für das Werbeverbot alle Unterstützung, die ich benötige. Meine Partei steht hinter mir.

