**Dunkle Vorahnung: Die Marke HB versah ihre „Undercover"-Sonderedition in den 90er Jahren mit schwarzen Aufklebern, die sich nach dem Kauf abziehen ließen. Zum Vorschein kamen diese Motive.**

# Aufstieg und Fall

**Hat das Tabakrauchen überhaupt noch eine Zukunft? Mehr als 20 Milliarden Euro im Jahr setzt der deutsche Handel noch immer mit Zigaretten um. Doch der Tabakkonsum könnte in Europa nach 400 Jahren im nächsten Jahrzehnt sein Ende finden. | Christoph Murmann**

Der Vorstandschef von Marlboro-Hersteller Philip Morris, André Calantzopoulos, hält einen Ausstieg aus dem Zigarettengeschäft in den nächsten zehn Jahren nicht nur für möglich – der Hersteller der größten Zigarettenmarke der Welt wünscht ihn sich sogar. Das hat er mehrmals öffentlich geäußert. So weit ist bisher bei Altria, BAT, Imperial und Japan Tobacco noch keiner gegangen, aber alle großen internationalen Zigarettenkonzerne – und auch die kleineren – arbeiten an Strategien für den Ausstieg aus dem klassischen lukrativen Zigarettengeschäft.

Milliarden haben die Hersteller in die Entwicklung von Alternativen investiert. Die meisten setzen auf elektrische Verdampfer, die ganz ohne Tabak und Feuer oder sogar ohne Nikotin auskommen, trotzdem aber als E-Zigaretten in vielen Ländern den Restriktionen der Anti-Tabak-Gesetzgebung unterworfen sind. Als einziger unter den Großen favorisiert Philip Morris eine Technik, mit der Tabak erhitzt, jedoch nicht verbrannt wird, und die eine ähnliche Verringerung gesundheitsschädlicher Inhaltsstoffe verspricht. Ein teurer Wettkampf der Systeme: Der derzeit noch größte Zigarettenanbieter der Welt glaubt daran, dass die Verwendung von „echtem Tabak" in seinen Geräten mehr Raucher zum Umstieg bewegt als eine flüssige Mischung aus Propylenglykol, Glyzerin und Aromen.

Weitere Hybridtechniken werden vereinzelt getestet, spielen in den Konzernstrategien und auf dem Markt jedoch kaum eine Rolle. Vor allem legen alle Anbieter größten Wert auf die Feststellung, dass die neuen Produkte einzig und allein für Raucher geschaffen wurden. Studien bestätigen, dass zu über 90 Prozent ehemalige Tabakraucher die elektrischen Alternativen nutzen. Der Anteil der Verwender ohne Raucherfahrung ist nach einer Untersuchung des Zentrums für interdisziplinäre Suchtforschung in Hamburg mit 1 Prozent gering. Meldungen, wonach die E-Zigarette vielen Jugendlichen den Einstieg in den Zigarettenkonsum erleichtere, ließen die Alarmglocken klingeln, wurden aber in Studien nicht erhärtet. Das gesetzliche Verbot der Abgabe an Jugendliche würde einem solchen „Gateway"-Effekt auf jeden Fall vorbeugen.

In Deutschland war der erste Reflex der Politik, die E-Zigaretten als Medikamente zu behandeln und damit vom Markt zu drängen. Auch nachdem die Gerichte das verhindert haben und immer mehr Untersuchungen die Risikominimierung durch die Verdampfer bestätigen, hält das Deutsche Krebsforschungszentrum als Speerspitze der Anti-Tabak-Lobby hierzulande daran fest, der E-Zigarette „mehr Schadenspotenzial als Nutzen" nachzusagen. Die Heidelberger argwöhnen, mit den Produkten werde der Nikotinkonsum bagatellisiert und der Weg in die Sucht geebnet.

Dagegen empfiehlt die britische Gesundheitsbehörde Public Health England die E-Zigaretten als geeignetes Mittel, die Gesundheitsgefahren des Nikotinkonsums zu verringern und vielen Süchtigen den Ausstieg zu ermöglichen. Der Frankfurter Suchtforscher Prof. Heino Stöver vertritt dieselbe Auffassung. Die fast einstimmige Ablehnung der neuen Produkte wecke in ihm den Verdacht, dass eine Phalanx deutscher Suchtforscher von der Pharmaindustrie beeinflusst sei und bei Aufgabe der Extremposition ihren Ausschluss aus einflussreichen Gremien fürchten müsse. Die geringe Verbreitung der Produkte im Vergleich zu anderen Ländern wie England und Frankreich führt Stöver auf die Diffamierungskampagne dieser Gruppen zurück und auf die Verunsi-

*Fortsetzung auf Seite 35*

**DDR-Design aus den 60ern: Zigarettenpackung zu Ehren der Stadt Dresden.**

**Botschaften: Dosen aus der Zeit vor und während des Ersten Weltkriegs.**

*Fortsetzung von Seite 34*

cherung durch Äußerungen wie etwa die der Bundesfamilienministerin, die E-Zigaretten genauso schädlich nannte wie konventionelle Zigaretten.

„Die konventionelle Zigarette hat keine Zukunft mehr", meint Stöver. Der Frankfurter Sozialwissenschaftler ist beileibe kein Freund der Tabakindustrie. Er kritisiert die deutsche Tabakpolitik als viel zu industriefreundlich. Im strengeren Großbritannien sei die Raucherquote mit 17 Prozent deutlich geringer als in Deutschland, wo noch immer ein Viertel der Erwachsenen Raucher sind. London nutzt gezielt die E-Zigarette für die weitere Zurückdrängung des Tabakkonsums. 2020 sollen schon mehr Briten die neuen Produkte nutzen als Zigaretten rauchen.

## 400 Jahre Tabakkultur

Anders als Stöver bedauert Hans-Georg Böcher den Untergang der Zigarettenindustrie. „Feigheit vor dem Feind" wirft im LZ-Interview der Direktor des Deutschen Verpackungsmuseums in Heidelberg den Managern der Zigarettenkonzerne vor, die sich nicht gegen die politische Diskriminierung ihrer Unternehmen und für die Freiheit des Tabakgenusses einsetzten. Böcher ist nicht Mediziner oder Suchtforscher, er hat Kunstgeschichte, Philosophie und Volkskunde studiert und genießt Renommee als Designexperte. Die ideale Verpackung ist für ihn die von Ritter Sport. „Die steht für ‚kernig', die brechen Sie durch." Kopierversuche von Milka könnten nicht funktionieren. „Milka muss rascheln."

Der Marken-Fan hat einen ganzen Prachtband über Zigarettenverpackungen geschrieben, „Kleine Schätze". Für ihn haben die Dosen und Faltschachteln der Tabakkonzerne mit ihrer Farbigkeit und mit der Vielfalt ihrer Motive schon vor hundert Jahren Maßstäbe gesetzt. In einer Warenwelt, die noch weitgehend farblos war, setzten die exotischen Bilder auf den Packungen und den beigelegten Sammelkarten neue Maßstäbe. Französische oder englische Namen verwiesen auf die Herkunft orientalischer Kolonialreiche, tatsächlich war Dresden die europäische Hauptstadt der Zigarettenproduktion.

400 Jahre alt ist die Kultur des Tabakkonsums in der Alten Welt. Von den Indianern hatten sich die Europäer das Tabakrauchen abgeguckt. Im Dreißigjährigen Krieg verbreiteten erst Matrosen, später die Soldateska das „Tabaktrinken". Dazu wurden bis Anfang des 19. Jahrhunderts in der Regel Pfeifen gestopft, eine zeitaufwendige Prozedur, die mit Behaglichkeit und Entspannung assoziiert wurde. Daran änderte sich wenig, als im 19. Jahrhundert die Zigarre zur üblichen Form des Tabakkonsums und zum bürgerlichen Wohlstandssymbol avancierte. Die Zigarre war der erste Schritt zur Vereinfachung und Beschleunigung des Rauchens, der ein halbes Jahrhundert später mit der Zigarette abgeschlossen wurde. Man stellte sie nicht selbst her, sondern kaufte sie als fertiges Manufakturprodukt.

Wieder war es ein Krieg, der die nächste Entwicklungsstufe herbeiführte. Im Krimkrieg lernten ab 1853 die englischen und französischen Soldaten von den russischen, ihren Tabak in Papier einzuwickeln. Aus dem genussvollen Paffen von Pfeifen und Zigarren wurde der schnelle Nikotin-Kick in einer kurzen Zigarettenlänge. Und Zigaretten konnten industriell gefertigt werden. 1897 wurden in Deutschland schon 1 Milliarde Zigaretten hergestellt, 1911 waren es 12,4 Milliarden.

Seit den Sechzigerjahren hat sich die Zahl der Raucher im Land halbiert, aber auch heute noch produzieren deutsche Fabriken 180 Milliarden Zigaretten im Jahr, moderne Maschinen schaffen 20 000 Stück davon in der Minute. Auf dem deutschen Markt haben die Erhöhungen der Tabaksteuer die stetigen Absatzrückgänge von 1 bis 2 Prozent im Jahr mehr als kompensiert. Ein sicheres Geschäft, auch für den Einzelhandel. Der LEH machte in den vergangenen zwölf Monaten 8,5 Milliarden Euro Umsatz mit Tabakwaren. Betrieben wird das Geschäft aber mit schlechtem Gewissen – und mit weniger Engagement, als diese lukrative Warengruppe verdienen würde, klagen die Vertriebsleute der Zigarettenkonzerne. Das Image des Zigarettenrauchens hat sich völlig gewandelt. Lange war Rauchen ein Ausweis der Adoleszenz und der gehobenen Lebensart. Frauen emanzipierten sich damit, junge Männer betonten ihre Männlichkeit. Unternehmer rauchten Zigarre, Intellektuelle rauchten Zigaretten. Doch inzwischen wird Rauchen zunehmend mit niedrigem sozialem Status und mit Charakterschwäche in Verbindung gebracht.

**Schrill: Weihnachtsedition aus dem Hause Reemtsma.**

Den Zigarettenherstellern fehlen in Zeiten der Werbeverbote, obligatorischer Schockfotos und Einheitspackungen die Mittel, dem wirkungsvoll entgegenzutreten. Niemand in der Branche sagt es offen, aber die Hoffnung geht dahin, dass eine technische Revolution den Nikotinkonsum wieder modern macht. Die Anleger an den Börsen scheinen daran zu glauben. Die Aktienkurse der Tabakkonzerne stiegen, der von Philip Morris in diesem Jahr schon um 20 Prozent. Und Markenprodukte wie Iqos und Vype wecken mit ihrem an modernster Unterhaltungselektronik orientierten Ästhetik sogar Hoffnung auf eine Fortsetzung einer großen Designtradition. *lz 37-17*