

Dicke Luft

Früher war Rauchen cool. Jetzt ist es plötzlich uncool. Wie hat die Nichtraucher-Lobby das hingekriegt?

Text: Tobias Zick

»Rauchen macht dumm, es macht unfähig zum Denken und Dichten, es ist auch nur für Müßiggänger, für Menschen, die Langeweile haben. Die Raucher verpesten die Luft weit und breit (...). Wer ist denn imstande, in das Zimmer eines Rauchers zu treten, ohne Übelkeit zu empfinden?« Das schrieb Goethe. Es hat ein wenig gedauert, bis diese Ansicht Mainstream wurde, heute ist sie es. Es ging zuletzt sehr schnell. Im vergangenen Jahrzehnt sank der Anteil der Raucher unter den jungen Erwachsenen in Deutschland von 44,5 auf 36,8 Prozent. Noch rasanter kam der Wandel bei den Jugendlichen, die für die Tabakindustrie mit ihrem Motto »Hook 'em young, hook 'em for life« so wichtig sind: Bei den deutschen 12- bis 17-Jährigen fiel die Raucherquote von 27,5 Prozent - dem damals zweithöchsten Wert weltweit, übertroffen nur in Grönland - auf 11,7 Prozent.

Und bei diesem verbliebenen guten Zehntel handelt es sich »vor allem um Jugendliche mit geringerer Bildung«, wie der Jugendforscher Klaus Hurrelmann sagt: »Haupt- und Förderschüler, für die anderen ist es out.« Erwachsene bekommen von Karriereexperten die dringende Empfehlung, sich nicht als Raucher zu erkennen zu geben: Sonst wird ihnen unterstellt, sie kämen mit Stress nicht zurecht.

Dabei ist das 20. Jahrhundert, das Zeitalter des Rauchens, gerade erst vorbei. Der Philosoph Jean-Paul Sartre schrieb in seinem Werk »Das Sein und das Nichts«, das 1943 erschien: »Ein Leben ohne Zigaretten ist ein bisschen weniger lebenswert.« James Dean, Marlene Dietrich, Humphrey Bogart, Audrey Hepburn: Sie alle sind ohne Zigarette kaum denkbar. Die Krimiautorin Agatha Christie sah sich genötigt, sich für ihr Nichtrauchen zu entschuldigen: Sie habe es oft versucht, aber ihr gelinge nicht, es zu mögen. Die Feministinnen erhoben die Zigarette zur »Fackel der Freiheit«. Und die Raucherecke in der Schule war das Zentrum der Coolness.

Als könnte sie selbst nicht recht glauben, wie schnell sich der Wind gedreht hat, schwärmt die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung von einer »historischen Zeitenwende«.

Vom Marlboro-Cowboy zum Nikotinjunkie, vom Individualisten zum Marketingopfer, vom Duft der großen weiten Welt zum Hartz-IV-Mief.

Aber wie konnte das gelingen - gegen eine Lobby, die zu den mächtigsten der Welt gehört, und obendrein in so kurzer Zeit?

Wenn es so etwas wie eine Zentrale des globalen Kampfes gegen die Macht der Tabakindustrie gibt, dann in Genf, im Büro von Armando Peruga, dem Leiter der »Tobacco Free Initiative« der Weltgesundheitsorganisation WHO. »Weltweit betrachtet, können wir zwar noch nicht von einem starken Rückgang des Tabakkonsums sprechen«, sagt Peruga, »aber es gelingt uns zunehmend, die Botschaft zu verbreiten:

Tabakkonsum ist nicht mehr korrekt, er ist schädlich. Wir beginnen, jenes Trugbild zu zerschlagen, das die Industrie über Jahrzehnte aufgebaut hat: dass Tabak unmittelbar mit den schönen Dingen des Lebens verknüpft sei, mit Sportlichkeit, Abenteuer, Männlichkeit, gesellschaftlichem Status.« Nach Perugas Ansicht steht der Imageverfall vor allem auf zwei Säulen: immer entschlossenerer Einschränkungen von Tabakmarketing - und Rauchverbote in Innenräumen. »Wenn sich die Botschaft verbreitet, dass Nichtrauchen der Normalzustand ist, verbunden mit Werbeverböten, dann entsteht in der Summe der Eindruck: Rauchen ist nicht cool.« Dass ihn die Geschwindigkeit des Wandels selbst beeindruckt, kann Peruga nicht ganz verhehlen. Erst im Februar 2005 trat die »WHO Framework Convention on Tobacco Control« in Kraft, ein weltweites Abkommen, mit dem

sich 168 Mitgliedsstaaten der WHO gemeinsam dazu verpflichteten, beim Nichtraucherschutz zusammenzuarbeiten - inspiriert von Mammutprozessen in den USA, in denen die Tabakindustrie zu milliardenschweren Schadenersatzzahlungen verurteilt worden waren.

Den Weg bereitet für die globale Nichtraucherschutzinitiative hatte auch die University of California in San Francisco: Anfang 1999 stellte sie mehr als 2000 Seiten interner Dokumente der Tabakindustrie online, die belegten, wie die Konzerne verdeckte Lobbyarbeit betrieben, die Gefahren des Rauchens verharmlosten, Wissenschaftler und Journalisten korrumpiert hatten.

Die Glaubwürdigkeit der Branche - wenn es die denn jemals gab - war ramponiert.

Kurz bevor das WHO-Abkommen in Kraft trat, hatte Irland als erstes Land der Welt das Rauchen in öffentlichen Innenräumen verboten. »Und heute, acht Jahre später«, sagt Peruga, »haben wir weltweit schon 31 Länder. Irland war ein mächtiges Signal.« Es war ein Mann namens Micheál Martin, irischer Gesundheitsminister, der in seinem Land den Kampf gegen die Tabaklobby aufnahm, um ein nationales Rauchverbot an Arbeitsplätzen durchzusetzen - und damit auch in Restaurants, Bars und Pubs. Die Widerstände waren gewaltig. Der Gastwirte-Lobbyverband IHIA machte sich mit der Zigarettenindustrie gemein und prognostizierte, ein echtes Rauchverbot in der Gastronomie würde 65 000 Arbeitsplätze vernichten. Ein Lobbyist verglich Barpersonal, das sich für ein Rauchverbot am Arbeitsplatz einsetzte, mit »Truthähnen, die für Weihnachten stimmen«.

Es nutzte nichts, Micheál Martin ließ sich nicht beirren. In öffentlichen Reden gemahnte er an die irischen Kinder: »Entweder geben wir ihnen die saubere Luft, auf die sie ein Recht haben, oder wir zwingen sie, die fünfzig krebserregenden Substanzen und krank machenden Chemikalien in Tabakrauch einzusatmen.« Am 29. März 2004 trat das Gesetz in Kraft - und die Lobbywarnungen vor einem Arbeitsplatzschwund in der Gastronomie erwiesen sich als nichtig. Irlands Pubkultur prosperiert weiter, auch wenn die Aschenbecher draußen vor der Tür stehen. Nach einem kurzen Zwischentief stiegen die Einnahmen sogar, weil nun immer mehr Familien gemeinsam in Pubs gehen.

Und auch die Warnung, wegen des Rauchverbots in Kneipen würde im Gegenzug mehr zu Hause geraucht - in Gegenwart wehrloser Kinder -, wurde schnell widerlegt: Die Zahl der Raucherhaushalte sank laut einer staatlichen Studie von 58 auf 50 Prozent.

Norwegen folgte im Juni 2004 mit einem ähnlichen Verbot, Italien Anfang 2005, Großbritannien 2007. Und Deutschland?

Deutschland hatte auch in diesem Punkt ein Problem mit Adolf Hitler. Für Hitler waren Zigaretten die »Rache des roten Mannes« dafür, dass der »weiße Mann« ihn mit Alkohol zugrunde gerichtet habe. Die Nazis sahen im Rauchen eine Gefährdung des »Volkkörpers«, der Wehrfähigkeit, Fruchtbarkeit und Reinheit aller Deutschen. In der Erforschung von Tabakgefahren waren Wissenschaftler des Dritten Reiches führend.

In der Nachkriegszeit galt Rauchen folglich als antifaschistisch, antiautoritär, rebellisch - und war damit Konsens unter den politisch Korrekten.

1995 zog der Tabakkonzern Philip Morris unverblümt die Nazikarte und veröffentlichte Anzeigen, die Straßenkarten europäischer Hauptstädte zeigten; jeweils ein kleines Areal nahe dem historischen jüdischen Viertel war darin abgegrenzt und mit dem Schriftzug »Raucherzone« versehen. Dazu Überschriften wie: »Wo werden sie den Schlußstrich ziehen?« (Berlin) oder »Wollen wir ein neues Ghetto schaffen?« (Rom).

Und erst im März 2012 beschimpfte der ZDF-Journalist Wolfgang Herles den jungen Initiator des Volksbegehrens für das bayerische Rauchverbot, Sebastian Frankenberger, in einer Fernsehtalkshow als »wild gewordenen Jungfaschisten« - was dieser per Unterlassungserklärung zurückwies.

Zuletzt kassierte der ZDF-Fernsehrat eine Beschwerde, weil in den Sendungen »Stuckrad Late Night« und »Roche & Böhnermann« geraucht werden darf.

Die erste entscheidende Person, die das Rauchen in Deutschland uncooler machen wollte, war eine Medizinerin namens Martina Pötschke-Langer, Leiterin der Stabsstelle Krebsprävention beim Deutschen Krebsforschungszentrum in Heidelberg. Schon früh war sie mit den Gesundheitsrisiken des Rauchens hautnah konfrontiert, ihr Vater war an Lungenkrebs gestorben, ihr erster OP-Einsatz als Ärztin war ein Raucherbein. Die Nichtrauchergesetze in anderen Ländern nahm sie zum Anlass, den deutschen Gesetzgeber mit Zahlen zu alarmieren:

3300 Tote jährlich, allein an den Folgen des Passivrauchens; 130 000 tote Raucher, verendet an Herz- und Hirninfarkten, an Krebs. »Die Diskussion ist nicht von der Politik ausgegangen«, sagt sie, »sondern von der Wissenschaft.« Die zweite entscheidende Person war der Mann, der den Funken von der Wissenschaft in die Politik trug: Lothar Binding, ein SPD-Abgeordneter aus Heidelberg. Im Frühjahr 2006 folgte er als einziger Politiker der Einladung zu einem Infogespräch im Büro von Pötschke-Langer, las in den folgenden Tagen das Dossier, das sie ihm in die Hand gedrückt hatte, die Zahlen ließen ihn nicht mehr los: 8,5 Millionen Nichtraucher, die allein am Arbeitsplatz Tabakrauch ausgesetzt sind, einem Gemisch aus tausenden Substanzen, davon Dutzende nachweislich krebserregend. Im Mai 2006 initiierte Binding im Bundestag einen Gruppenantrag mehrerer Abgeordneter, einen »Entwurf eines Gesetzes für rauchfreie öffentliche Einrichtungen und Arbeitsplätze«. Nach und nach war es ihm gelungen, insgesamt 143 Parlamentarier als Mitunterzeichner zu gewinnen.

Viele SPD-Genossen wiederum, darunter der Arbeitsminister Franz Müntefering (Zigarilloraucher) und der Fraktionschef Peter Struck (Pfeifenraucher), wollten nichts davon wissen.

Es war der Startschuss für das politische Theater, das bis heute aufgeführt wird: die Verwässerung von Gesetzentwürfen bis an den Rand der Wirkungslosigkeit, die Einführung von Rauchverböten auf Länderebene und ihre Außerkraftsetzung durch zahllose Ausnahmen; Klagen, Bürgerbegehren, juristische Spitzfindigkeiten um die Frage, ob das Servieren hausgemachter Buletten eine Eckkneipe zur Speisegaststätte macht, im Unterschied zu Kloppen aus der Packung. Und für eine Welle des Lobbyismus gegen die Anstifter der Nichtraucherpolitik. »Offene Briefe« an die Krebsforscherin Pötschke-Langer etwa.

Die wichtigsten Meilensteine, sagt sie, seien dann zwei Urteile des Bundesverfassungsgerichts gewesen: Am 30. Juli 2008 verkündete es, dass der »Schutz vor Gesundheitsgefährdungen durch Passivrauchen als Gemeinwohlbelang« anzuerkennen sei. Damit gelten auch strikte Rauchverbote in Gaststätten als rechtmäßig und verhältnismäßig. Im August 2010 wies das höchste deutsche Gericht zudem eine Verfassungsklage gegen das bayerische Nichtraucherschutzgesetz ab, das allerstrenge in Deutschland, das der viel beschimpfte Sebastian Frankenberger per Volksentscheid durchgeföchten hatte.

Doch Verbote allein machen noch keinen Imagewandel, schon gar nicht, wenn sie so lückenhaft sind wie in Deutschland. Reiner Hanewinkel, Leiter des Kieler Instituts für Therapie- und Gesundheitsforschung, beschäftigt sich mit der Frage, inwieweit die Darstellung in Kino und Fernsehen das Image des Rauchens in der Gesellschaft prägt.

In einer großen Studie stellte er 2006 fest, dass in deutschen Filmen doppelt so viel geraucht wird wie im internationalen Durchschnitt. »Tausend Erklärungen kommen nicht dagegen an, wenn falsche Rollenmodelle assoziieren, Rauchen sei cool«, erklärt Hanewinkel. Ein Aktionsbündnis, in dem Hanewinkel und Pötschke-Langer gemeinsam agieren, zeichnete daher die ARD-Serie »In aller Freundschaft« im Dezember 2011 mit dem »Rauchfrei-Siegel« aus, weil die Serie konsequent auf rauchende Darsteller verzichtete.

Zudem hat Hanewinkel das europaweite Projekt »Be smart - don't start« mitgestaltet, das als ausschlaggebend für den Imagewandel des Rauchens vor allem unter Jugendlichen in Deutschland gilt. Im Rahmen des Projekts, das inzwischen seit fünfzehn Jahren läuft und allein in Deutschland 250 000 Schüler pro Jahr erreicht, lernt man in einem Quiz etwa, wie viel Geld Sylvester Stallone von der Zigarettenindustrie dafür bekommen hat, dass er in fünf Filmen raucht (Antwort: 500 000

Dollar).

Und wie sieht die Tabakindustrie den Imageverfall der Zigarette? Raphael Dörr, Sprecher von Philip Morris Deutschland, »begrüßt« die sinkenden Raucherquoten unter Jugendlichen: »Wir wollen nicht, dass Kinder und Jugendliche rauchen. Deshalb richten wir uns ausschließlich an erwachsene Raucher.« Doch wird es nicht auch da immer schwieriger, Zigaretten per Marketing und Werbung mit einem positiven Image zu belegen? Der Cowboydarsteller aus der ursprünglichen Marlboro-Kampagne ist tot; 1992 an Lungenkrebs gestorben. Jetzt wirbt der Hersteller Philip Morris mit dem Slogan »Don't be a Maybe« und jungen Stadtmenschen.

Trotzdem, die Werbebotschaft bleibt die gleiche: »Nach wie vor stehen Abenteuer und Freiheit im Fokus«, erklärt Raphael Dörr. »Auch ein Cowboy würde klare Entscheidungen treffen und niemals ›vielleicht‹ sagen.« Der Siegeszug des Nichtraucherschutzes ist in Deutschland noch nicht ganz sicher. Laut einer Studie des Deutschen Krebsforschungszentrums funktionieren die Rauchverbote in den untersuchten Großstädten nur in München einigermaßen konsequent, im Rest Deutschlands dagegen bestimmen Ausnahmen oder schlichte Verstöße das Gesamtbild.

Für Armando Peruga von der WHO passt das ins Bild: »Wenn man sich die Karte von Europa anschaut, sieht man ein recht kuriose Muster: Der Norden und der Süden sind ziemlich weit fortgeschritten, was Nichtraucherschutz angeht. In der Mitte dagegen ballen sich Länder, die eher hinterherhinken. Tschechien, Holland, Österreich - und natürlich Deutschland.

Wenn man Deutschland mit den fortschrittlichsten Ländern der Welt vergleicht, hat es noch viel zu tun.« Die - im Sinne des Nichtraucherschutzes - fortschrittlichsten Länder der Welt: Das sind demnach etwa Norwegen, wo seit 2009 das offene Zurschaustellen von Zigaretenschachteln im Laden verboten ist; man bekommt sie weiterhin, aber nur, wenn man ausdrücklich danach fragt. Und Australien, wo der Anteil der Raucher ohnehin schon wesentlich niedriger liegt als in Deutschland. Die australische Regierung hat kürzlich das »Plain Packaging« durchgesetzt: Ab Dezember 2012 muss auf jeder Zigaretenschachtel ein großes Foto - eine Detailaufnahme von Mundkrebsgeschwüren, lungenkranken Kindern, abgestorbenen Zehen - prangen, der jeweilige Markenname in kleiner Schrift darunter. Abgesehen davon darf keinerlei Variation in Gestaltung, Schriftgröße, Farbe irgendwelche noch so unterschwelligem Marketingbotschaften transportieren. Natürlich laufen die Konzerne dagegen Sturm. Philipp Morris hat über seinen asiatischen Unternehmenszweig Klage eingereicht und beruft sich auf ein Investitionsabkommen zwischen Hongkong und Australien aus den Neunzigerjahren, das durch das »Plain Packaging«-Gebot verletzt werde. Auch die EU-Kommission hat für die kommenden Monate eine neue Tabakrichtlinie angekündigt; möglicherweise ebenfalls mit »Plain Packaging«-Gebot.

Armando Perugas Hauptsorge aber gilt nicht möglichen Gerichtsprozessen, sondern einem anderen Schachzug der Konzerne: »Während die Tabakindustrie an vielen Fronten auf dem Rückzug ist, nimmt sie zur selben Zeit neue Ziele ins Visier - vor allem Frauen, junge Leute und Menschen in Ländern mit niedrigen und mittleren Einkommen in Afrika und Asien.« In China etwa rauchen derzeit rund fünfzig Prozent der Männer, aber nicht mal zwei Prozent der Frauen. Ein gewaltiges Potenzial. »Eigentlich ist es eine ganz simple Rechnung«, sagt Peruga: »Die Industrie braucht ständig neue Konsumenten - allein schon um jene Hälfte der jetzigen zu ersetzen, die an tabakbedingten Krankheiten vorzeitig sterben.«

erschienen in NEON, 16. Juli 2012