



## **Mehr als Verbraucherschutz: Das neue EU-Werbeverbot für Zigaretten**

Von Harald Zulauf

Durch das Rauchen sterben in Deutschland Jahr für Jahr mehr Menschen als an Verkehrsunfällen, AIDS, Alkohol, illegalen Drogen, Morden und Selbstmorden zusammen. Zigaretten sind das einzige Konsumgut, das tötet, auch wenn es maßvoll verwendet wird. Aufgabe der Gesellschaft ist es deshalb, den Verkauf und den Konsum von Tabakerzeugnissen einzuschränken.

Partielle Werbeverbote jedoch - so wie sie bisher gelten - haben sich als stumpfes Schwert im Kampf gegen das Rauchen erwiesen. Die Industrie nutzt sehr geschickt die noch verbliebenen Werbemöglichkeiten. Und die sprechen vor allem junge Leute an: Ob für Promotion-Aktionen oder Werbeartikel, für Kinowerbung oder das Sponsoring von Sport- und Musikveranstaltungen – gewaltige Summen fließen in das Marketing im Bereich jugendaffiner Lebenswelten.

„Das neue EU-Werbeverbot für Tabakprodukte ab dem 31. Juli 2005 ist deshalb ein wichtiges Instrument, um den Tabakkonsum - gerade unter Jugendlichen - europaweit einzudämmen. Die neue Regelung ist mehr als Verbraucherschutz. Sie hilft mit, in Zukunft den Tod von bisher jährlich mehr als 500.000 Menschen in Europa durch Zigarettenkonsum zu verhindern“, meint Harald Zulauf, Geschäftsführer des Werbe- und PR-Agentur-Networks MEDIA CONSULTA. Angesichts der schockierenden Fakten über das Rauchen bekennt sich der Kommunikationsfachmann bereits seit Jahren dazu, aus gesellschaftspolitischen Gründen auf das Geschäft mit dem blauen Dunst zu verzichten: „Gesundheit vor Geschäft, vor Werbegeschäft!“, so Zulauf.