

Auf der Kippe

Nicht rauchen ist vernünftig, denn **Zigaretten** sind ungesund, teuer, sozial geächtet. Aber da war doch was. Eine Liebeserklärung an das einst so coole Accessoire

TEXT VON **BRUNO GAIGL**

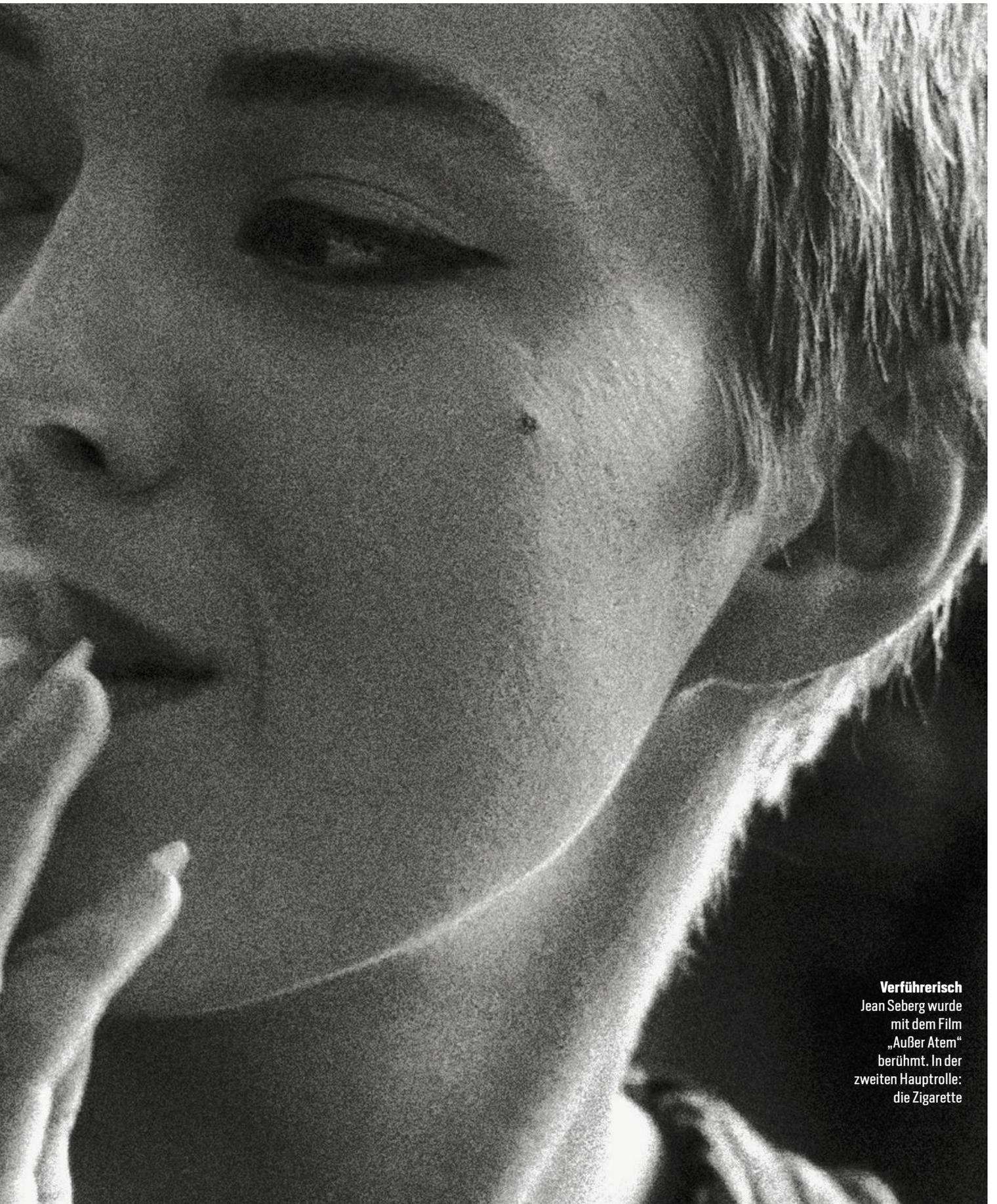
Seit den 1970er Jahren steht er auf dem Dach und raucht. Er trägt ein Lasso über der Schulter und ist mehrere Meter groß. Früher produzierte Philip Morris International (PMI) in den Hallen unter seinen Stiefeln 20 000 Zigaretten pro Minute. Seit 2020 wird der Tabak anderswo gestopft.

Der Reklame-Cowboy steht trotzdem noch hier, auf dem Werk in Berlin-Neukölln. Mit einer Zigarette im Mundwinkel, die mindestens genauso ikonisch ist wie der Marlboro-Mann selbst.

Während die Macho-Legende nach und nach von deutschen Leinwänden und Plakattafeln verschwand, weil seine Zigarette noch unter uns. Doch auch sie könnte bald ein Relikt der Vergangenheit sein.

Mit einem Markenwert von 35 Milliarden US-Dollar ist Marlboro immer noch das wertvollste Produkt von PMI. Dennoch geht der Absatz zurück. Das gilt nicht nur für den US-amerikanischen Konzern, sondern für den gesamten Markt. Getrieben von immer härteren Regularien, befindet sich die Tabakbranche derzeit im größten Transformationsprozess ihrer Geschichte. Und sieht in sogenannten schadstoffreduzierten Produkten, wie E-Zigaretten oder Tabakerhitzern, die große Chance, ihr ▶





Verführerisch
Jean Seberg wurde
mit dem Film
„Außer Atem“
berühmt. In der
zweiten Hauptrolle:
die Zigarette

angeschlagenes Geschäft für die Zukunft neu aufzustellen.

So gesehen eigentlich nur konsequent, dass PMI im vergangenen Sommer angekündigt hat, die Produktion der herkömmlichen Zigarette in den nächsten Jahren komplett einstellen zu wollen. CEO Jacek Olczak verkündete: „Zigaretten gehören ins Museum.“

Und trotzdem ist es eine Nachricht, die mindestens eine große Frage aufwirft: Kann man die Zigarette wirklich abschaffen? Sie gefährdet die Gesundheit und verschmutzt die Umwelt. Sie ist ein Produkt kompletter Unvernunft. Aber wird sie nicht genau deswegen geraucht?

Rauchen als Symbol für Freiheit

Kippe, Glimmstängel, Zichte, Fluppe, Zigi, Sargnagel, die schönsten Spitznamen hat sie bekommen. Aber Zigaretten hatten nicht immer das böse Image, das gesundheitsbewusste Selbstoptimierer heute – zugegebenermaßen zu Recht – in ihr sehen. Anfang des letzten Jahrhunderts waren Raucher noch keine Charakter schwächlinge, Zigaretten gehörten zur feinen Gesellschaft wie Lackschuhe, Smoking und schöne Autos.

An den Fronten des Ersten und Zweiten Weltkriegs waren Kippen eine Allzweckwaffe: Sie dienten als Nahrungseratz, vertrieben die Langeweile, hielten wach und standen im Zentrum eines der wenigen Rituale, die man gemeinsam begehen konnte.

Als Rauchen in den späten 1940er Jahren zunehmend mit Lungenkrebs in Verbindung gebracht wurde, interessierte das noch niemanden so richtig. Ganz im Gegenteil: Zigaretten begleiteten das bundesdeutsche Aufstiegsszenario, waren Inbegriff des modernen Menschen. Mit dem Marlboro-Mann flackerte eine Dekade später das Märchen vom Geschmack nach Freiheit und Abenteuer über die Fernsehbildschirme. Die Botschaft: Als Raucher kann jeder ein bisschen Weltbürger sein. Noch in den 70ern und 80ern hielt sich der Coolness-Faktor. Man qualmte in Flugzeugen, Talkshows, Büros. Zeitgleich wurde die Zigarette aber auch immer toxischer. Belege für ihre Schädlichkeit häuften sich. Das Ableben berühmter Raucher, Filmlegende Steve McQueen zum Beispiel, befeuerte zudem den Imagewandel.

Im 21. Jahrhundert erzählt die Geschichte des Rauchens nicht mehr von Glamour und Freiheit, sondern von Alpträumen – mit schwarzen Lungen und grauen Raucherbeinen auf Zigaretenschachteln. Raucher wurden in die Peripherie verbannt, in kleine,



Für die Gesundheit

In den 1940er Jahren empfahlen sogar Ärzte den Griff zur Zigarette



Legendär Das Cartoon-Maskottchen Joe Camel warb ab den 80ern für die Sorte mit dem Kamel

Cholerisch Nur Rauchen half HB-Männchen Bruno gegen die Wut



Abenteurer Von den Kinoleinwänden ist er längst verschwunden. Doch auf einer alten Zigarettenfabrik in Berlin raucht der Marlboro-Mann noch heute

gelbe Quadrate auf Bahnsteigen und neblige Aquarien an Flughäfen.

Der Kampf gegen die qualmende Gefahr hält an, wird aber in den Ländern der Welt ganz unterschiedlich geführt. Wer beispielsweise in der nigerianischen Hauptstadt Abuja in der Öffentlichkeit raucht, kann festgenommen und angeklagt werden. Während man es in Australien mit saftigen Preisen probiert – eine Schachtel kostet dort durchschnittlich 24 Euro –, plante Neuseeland bis vor Kurzem den kalten Entzug. Der Plan: Menschen, die nach einem bestimmten Datum auf die Welt kommen, sollten niemals in ihrem Leben legal Tabak kaufen können. Eine neue Regierung verwarf die Idee.

Eine Strategie, die tatsächlich Erfolg zu haben scheint, hat mit nicht brennbaren Alternativen zu tun. In Schweden ist man stolz darauf, beinahe rauchfrei zu sein, also eine Raucherquote von unter fünf Prozent zu haben. Diese Errungenschaft ist vor allem auf die Beliebtheit von Snus zurückzuführen, einem traditionell genutzten Feucht-Tabak, der hinter die Oberlippe geklemmt wird. Nikotin ist auch darin enthalten. Aber es qualmt halt nicht.

Also: Nikotin ja, verbrennen nein. Das ist auch das neue Credo der Tabakkonzerne.

Nikotin macht süchtig und ist schädlich – aber dass die Nutzung von nicht brennbaren Produkten gesundheitliche Risiken senkt, ist mittlerweile auch auf offizieller Seite Konsens. Die größten Krebserreger würden beim Rauchen durch Schadstoffe wie Teer aufgenommen, die beim Verbrennen des Tabaks entstehen, sagt Heino Stöver, Professor für Suchtforschung an der University of Applied Science in Frankfurt. Das sei allerdings eine Information, die noch zu wenigen Rauchern durchgedrungen sei.

Dieser Meinung ist man auch im Hause PMI. Bei Philip Morris möchte man die Vergangenheit eines Konzerns, der den Menschen Schaden zufügte, hinter sich lassen. Es ist vor allem ein Produkt, das für das neue Aufklärer-Selbstbild des Unternehmens steht: Der Tabakerhitzer IQOS. Und tatsächlich enthält der Tabakdampf bis zu 95 Prozent weniger Schadstoffe als die herkömmliche Zigarette.

Wenn vom Wandel der Zigarettenindustrie die Rede ist, geht es meist um schadstoffärmere Alternativen für Menschen, die eh schon rauchen. Aber was ist mit jenen, die gerade erst anfangen? Und das vielleicht gar nicht tun würden, wenn Vapen nicht bei den Jungen heute so cool



Über den Wolken Selbst in Flugzeugen rauchte man früher – so wie Schauspielerin Vera Oelschlegel

Rauchende Runde

In der Talkshow „Internationaler Frühschoppen“ (WDR, 1952–1987) stritten Journalisten bei Wein und Zigaretten über Politik



Im Dunstkreis Auch in der ZDF-Sendung „Literarisches Colloquium“ (1969–1976) wurde gequarzt ohne Ende – wie in der Erstausgabe im Oktober 1969

Auf eine Zigarette Ex-Bundeskanzler Helmut Schmidt qualmte sein Leben lang. Hier raucht er beim Henri-Nannen-Preis 2010 in Hamburg

wäre wie die Zigarette danach Anfang der 90er? Schmeckt ja auch lecker nach Vanille und Mango statt nach Aschenbecher.

Alle zwei Monate lässt das Gesundheitsministerium eine repräsentative Umfrage zum Rauchverhalten der Deutschen (DEBRA) durchführen. Der Befragung nach ist die Gruppe der Raucher in den letzten Jahren wieder gewachsen. Insbesondere unter jüngeren Menschen, die auch wieder häufiger zur echten Zigarette greifen. Suchtforscher Stöver nennt die Pandemie als Grund: „Durch das Homeoffice und die damit weggefallene soziale Kontrolle müssen sich die Leute keine Mühe mehr geben, nicht zu rauchen.“

Wer das Rauchverhalten in aktuellen Serien analysiert, könnte zumindest auf den Plattformen der Streamingdienste ein Comeback der Zigarette ausmachen. In der erfolgreichen Teenie-Serie „Euphoria“ gibt es kaum eine Szene, in der nicht gequalmt wird, ebenso im Netflix-Hit

„Stranger Things“. Laut der Anti-Raucher-Vereinigung „Truth Initiative“ wurden noch vor ein paar Jahren in etwa der Hälfte aller Original-Serien von Amazon & Co. Zigaretten geraucht.

Mitte des letzten Jahrhunderts dürfte diese Zahl sehr wahrscheinlich gen 100 gegangen sein. Die Zigarette war eine der wichtigsten Requisiten im Filmgeschäft. James Dean oder Humphrey Bogart ohne permanentes Quarzen? Unvorstellbar.

Die Zigarette diente dem Kino lange Zeit als probates Mittel zur Charakterisierung seiner Helden. Während Rauchen in „Casablanca“ noch weitgehend Männersache war, machte die Zigarette Leinwand-Ikone Audrey Hepburn in „Frühstück bei Tiffany“ zur Symbolfigur der modernen Frau. Doch auch Hollywood musste irgendwann reagieren, als die Schädlichkeit des Rauchens nicht mehr zu leugnen war. Und so nahm man der Kippe ihre Hauptrolle und degradierte sie zum Utensil der Gangster und Fieslin-

ge. Helden, die für die gute Sache kämpfen, sind Nichtraucher. James Bond, einst elegant mit Zigarette in Gestalt von Sean Connery, qualmt selbstredend auch nicht mehr. Ein Wunder, dass er überhaupt noch seinen Wodka Martini trinkt.

Geschaffen für die Ewigkeit

Meist ist es heute das Autorenkino, in dem der Zigarette noch Raum gelassen wird: Tarantino-Filme wie „Once upon a Time in Hollywood“ oder „Coffee and Cigarettes“ von Jim Jarmusch. Filme sogenannter Arthouse-Regisseure, deren Werke etwas gemein haben: Es sind zeitlose Klassiker, die ungeachtet jeglicher Trends ihren ganz eigenen Ideen folgen.

Ist nicht auch die Zigarette ein Produkt, das wie die Schallplatte, die mit ihrer Ästhetik dem technologischen Fortschritt trotz, entgegen allen wissenschaftlichen Erkenntnissen einfach nicht totzukriegen ist? Ein stilvolles Mittel, um dem Optimierungswahn unserer Tage zumindest für eine Kippenlänge zu entkommen?

Jan Mücke, Geschäftsführer des Deutschen Zigarettenverbandes, hält die Zahlen der DEBRA-Befragung ganz seiner Position entsprechend für wenig repräsentativ. Und weiß auch mit der Theorie des bewussten Zeitgeistbruchs nicht so viel anzufangen. Ein Szenario, das für ihn aber immer theoretisch bleiben wird, ist das Ende der Zigarette: „Es wird sie ewig geben.“ Der Film sei auch nicht das Ende der Zeitung gewesen, der Fernseher bedeutete nicht den Tod fürs Kino. „So wie es heute verschiedenste Medien gibt, um Inhalte zu transportieren, wird sich auch das Nikotingeschäft immer weiter diversifizieren“, so Mücke.

Der Marktanteil der Zigarette wird kleiner, doch momentan ist sie noch mit Abstand das Hauptprodukt der Tabakindustrie. Von den über 14 Milliarden Steuereinnahmen, die der deutsche Staat 2022 generierte, kamen immerhin 12 Millionen von der Zigarette. Philip Morris' Ankündigung, eines Tages rauchfrei zu sein? Das sei allenfalls gutes Marketing, erklärt der Lobbyist.

Man werde nicht von heute auf morgen die Zigarettenproduktion einstellen, heißt es auch von PMI. Doch ganz gleich, ob die Zichte wieder cooler wird oder nicht – beim zweitgrößten Tabakkonzern der Welt wird weiter auf den großen Wandel gesetzt. Was mit dem stillgelegten Werk in Neukölln geschieht, ist noch unklar. Nur eins ist sicher: Der Marlboro-Mann wird auch in Zukunft auf dem Dach rauchen. ■