



www.forum-rauchfrei.de
post@forum-rauchfrei.de

Sprecher(in) und Anschrift

Johannes Spatz, ☎ (030) 7475-5922, Fax: -
5925
Müllenhoffstr. 17
10967 Berlin

Dr. Jörn Reimann, ☎ (030) 72 119 08
Dr. Henry Stahl ☎ (030) 865 26256

Berlin, 09.12.2008

Frau
Dr. Ursula von der Leyen
Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

- Offener Brief -

Denormalisierung des „sozialen Engagements“ der Tabakindustrie

Sehr geehrte Frau Dr. von der Leyen,

bereits vor einem Jahr hatten wir Sie darauf aufmerksam gemacht, dass der Tabakkonzern British American Tobacco (BAT) mit Ihrem Foto und mit Ihrer Teilnahme an einer Veranstaltung der BAT-eigenen Stiftung für Zukunftsfragen im Internet wirbt. Im Zusammenhang mit Ihrem Foto zeigt der Tabakkonzern sein Firmenlogo. Wir baten Sie mit unserer E-Mail vom 16. Dezember 2007, sich dafür einzusetzen, dass BAT Ihr Foto nicht weiter verwendet. Nachdem ein Jahr vergangen ist, müssen wir bedauerlicherweise feststellen, dass weder BAT diese Werbeaktion gestoppt hat, noch dass Sie uns geantwortet haben.

Die Tätigkeit der Stiftung für Zukunftsfragen von BAT steht als ein klassisches Beispiel für die von Tabakkonzernen praktizierte „Corporate Social Responsibility“ (soziales Engagement). Hier wird ein Projekt unternehmerischer Sozialverantwortung von einem Konzern benutzt, um von der Verantwortung für Krankheit und Tod abzulenken. Das soziale Engagement soll das angeschlagene Image des Tabakkonzerns aufpolieren.

Die WHO-Konferenz, die vor zwei Wochen mit 600 Vertretern/-innen von über 130 Regierungen in Durban, Südafrika, stattgefunden hat, hat sich deshalb vehement gegen Corporate Social Responsibility (CSR) der Tabakindustrie ausgesprochen⁽¹⁾ und ausdrücklich empfohlen, jedes soziale

Engagement der Tabakindustrie zu ächten. Die Konferenz hat darüber Einigkeit erlangt, dass die sozialen Projekte der Tabakindustrie dazu dienen, das eigene Image zu verbessern und von der tödlichen Natur ihrer Produkte abzurücken. Das soziale Engagement (CSR) der Tabakindustrie lässt sich nicht von dem tödlichen Charakter ihrer Produkte trennen. Die Kernfunktion dieser Industrie befindet sich in einem unüberwindbaren Widerspruch zur Gesundheitspolitik in Bezug auf Tabakkontrolle.^[2]

Die Konferenz ist zu dem Ergebnis gelangt, dass die Tabakindustrie über viele Jahre hinweg eine wirksame Gesundheitspolitik in Bezug auf Tabakkontrolle verhindert hat. Daher sei der Schutz der Gesundheitspolitik vor der Einflussnahme der Tabakindustrie dringend geboten. Von den Regierungen müsse deshalb verlangt werden, über den wahren Zweck und Aufgabenbereich der sozialen Aktivitäten der Tabakfirmen zu informieren. Sie sollen sich deshalb ausdrücklich nicht an den „sozialen“ Aktivitäten der Tabakkonzerne beteiligen.^[3] Diese Aktivitäten, die von der Tabakindustrie Corporate Social Responsibility (soziales Engagement) genannt werden, müssen vielmehr „denormalisiert“ werden.^[4]

Auch die Vertreter/-innen der Bundesregierung, die in Durban anwesend waren, haben diese Empfehlungen mitgetragen.

Wir begrüßen diese Empfehlungen der WHO-Konferenz außerordentlich. Sie müssen schnellstmöglich auch in Deutschland umgesetzt werden, weil hier ein besonders großer Nachholbedarf besteht.

Bitte distanzieren Sie sich daher von der todbringenden Tabakindustrie. Beteiligen Sie sich bitte nicht daran, von der Verantwortung des Konzerns British American Tobacco für Krankheit und Tod abzulenken. Bitte fordern Sie BAT auf, Ihr Foto aus dem Internetauftritt des Konzerns zu entfernen und verhindern Sie damit, dass BAT mit Ihrem Namen weiterhin sein Ansehen stärkt.

Mit freundlichen Grüßen

Johannes Spatz
Sprecher des Forum Rauchfrei

^[1] Im Internet zu finden unter: www.who.int/gb/fctc/PDF/cop3/FCTC_COP3_5-en.pdf

^[2] 23. The tobacco industry conducts corporate social responsibility activities to distance its image from the lethal nature of the product it produces and sells or to interfere with the setting and implementation of public health policies. Corporate social responsibility by the tobacco industry,

aiming at the promotion of tobacco consumption, is a marketing as well as public relations strategy that falls within the Convention's definition of advertising, promotion and sponsorship.

24. The corporate social responsibility of the tobacco industry is, according to WHO,¹ an inherent contradiction, as industry's core functions are in conflict with the goals of public health policies with respect to tobacco control.

(Provisional agenda 4.2 FCTC/COP/3/5, 21 August 2008, Conference of the Parties to the WHO Framework Convention on Tobacco Control, Third session, Durban, South Africa, 17–22 November 2008, Elaboration of guidelines for implementation of Article 5.3 of the Convention)

^[3] Parties should not endorse, support, form partnerships with or participate in corporate social responsibility activities of the tobacco industry.

^[4] Denormalize and regulate activities described as „corporate social responsibility“ by the tobacco industry.