

Zigarettenwerbung in Hollywood-Filmen

Im Jahr 1989 wollte die USA-Regierung Tabakwerbung in Unterhaltungsfilmern verbieten, um vor allem die jungen Zuschauer vom Tabakkonsum abzuhalten. Bis zu diesem Zeitpunkt wurden von der Tabakindustrie große Summen bezahlt, um ihre Produkte in Hollywood-Filmen zu platzieren. Dem drohenden Verbot dieser versteckten Werbung kam die Filmindustrie durch die Verkündung eines freiwilligen Verzichts auf diese Art der Zigarettenwerbung zuvor.

10 Jahre nach dieser Absichtserklärung untersuchte nun eine Gruppe von Kinderärzten, Familienmedizinern und Psychologen, ob das Vorhaben auch in die Tat umgesetzt wurde (Sargent, J.D., et al.: Lancet [2001, 357, 29](#)). Die Wissenschaftler schauten jeweils die 25 erfolgreichsten Kinofilme aus den vergangenen 10 Jahren (1988-1997) auf Raucherszenen durch, also insgesamt 250 Filme. Die Raucherszenen wurden klassifiziert in Szenen, bei denen eine Zigarettenmarke oder deren Logo im Hintergrund des Bildes erscheint und in Szenen, bei denen ein Darsteller eindeutig eine bestimmte Marke raucht und damit aktiv wirbt.

Ergebnisse: Bei insgesamt 87% aller erfolgreichen Filmproduktionen aus den Jahren 1988-1997 wurden Raucherszenen gefunden. Bei 27% der Filme war eine Zigarettenmarke eindeutig im Bild erkennbar und bei 8% rauchte ein Darsteller klar erkennbar eine bestimmte Marke. In den Filmen, die Jugendliche als Zielgruppe hatten, wurde ebenso häufig geraucht wie in den Filmen für Erwachsene (32% bzw. 35%). Entgegen der Absichtserklärung der Filmindustrie wurde in den Filmen nach 1989 unverändert häufig geraucht und bestimmte Zigarettenmarken gezeigt. Ein Unterschied fand sich jedoch: in den Filmen nach dem „Werbungs-Verzicht“ wurden wesentlich mehr Szenen gefunden, bei denen die Darsteller gut erkennbar eine bestimmte Marke rauchten (6% vs. 1%).

Fazit: Trotz aller Absichtserklärungen wird in US-amerikanischen Filmen unverändert weiter geraucht. Die Produktionsfirmen möchten offenbar auf dieses Zubrot nicht verzichten. Für die Tabakindustrie ist ein rauchender Filmstar ein sehr wichtiger Werbeträger. Erst kommt das Geschäft, dann die Moral.