



Das ist keine PFEIFE

Mit elektronischem Rauchgerät will Marlboro-Hersteller Philip Morris Umsatzeinbußen wettmachen – und Millionen an Steuern sparen

Es sind nur wenige Schritte vom Kurfürstendamm zu dem modernen Laden mit dem violettgrünen Neonschild; innen verstärkt der weiße Fußboden das Kunstlicht und macht alles noch viel heller. „Your Berlin will change“, „dein Berlin wird sich verändern“, prangt in großen Lettern an der Wand. Den langen Tisch in der Raummitte zieren Blumenvasen, die Verkäufer bieten Wasser und Kaffee an. Auf den Regalen an den Wänden liegen kleine bunte Päckchen. Einzig die Aufschrift darauf irritiert: „Rauchen kann tödlich sein.“

VON BIRGER NICOLAI

Was wirkt wie das Besprechungszimmer einer teuren Privatklinik, ist in Wirklichkeit ein Verkaufsraum für elektronische Rauchgeräte – und die Wette eines Tabakriesen auf den Milliardenmarkt Rauchen. Der Marlboro-Konzern Philip Morris testet hier sein neues Ersatzprodukt für die Zigarette, das er im kommenden Jahr in ganz Deutschland einführen und mit zweistelligen Millionenbeträgen bewerben wird. Wie seine Konkurrenten leidet er in westlichen Märkten darunter, dass die Menschen weniger rauchen. Binnen zehn Jahren ist der Absatz allein in Deutschland von mehr als 100 Milliarden Fabrikzigaretten pro Jahr auf unter 80 Milliarden Stück gefallen. Das Gerät namens Iqos, das Minizigaretten auf 300 Grad erhitzt, statt sie dreimal so heiß zu verbrennen, ist die Antwort von Konzernchef André Calantzopoulos auf diesen Trend. Und es ist ein Ärgernis für den Bundesfinanzminister.

Denn anders als bei der klassischen Marlboro wird der Brennstoff für das Produkt als Pfeifentabak versteuert. Die Steuer beträgt nur rund ein Viertel der normalen Zigarettensteuer. Hat Philip Morris in Deutschland einen ähnlichen Erfolg wie in Japan, wo Iqos binnen kurzer Zeit einen Marktanteil von fünf Prozent erreicht hat, dann kann sich Calantzopoulos über ein großes Geschenk vom Finanzministerium freuen. Die Er-

sparnis bei der Tabaksteuer würde sich dann auf jährlich bis zu 500 Millionen Euro summieren – für den Hersteller. Von den Kunden verlangt Iqos sechs Euro für 20 „Heets“, das entspricht in etwa dem Preis normaler Zigaretten.

Der Trick mit dem Pfeifentabak hat für Philip Morris noch einen anderen Vorteil: Fotos von verfaulten Zähnen, von Krebs befallenem Lungengewebe oder anderen hässlichen Folgen des Rauchens sucht man auf den Packungen vergeblich. Denn Pfeifentabak ist laut EU-Richtlinie von der Pflicht ausgenommen, die Schockbilder zu zeigen.

Offensichtlich hat Calantzopoulos, der vergangene Woche schon das Ende der Zigarette ausrief, hierzulande ein lukratives Schlupfloch im Regulierungsdickicht rund ums Rauchen gefunden. Außerdem behauptet der Konzern, dass die neue Rauchmethode weniger Giftstoffe freisetze und daher weniger schädlich für die Gesundheit sei.

Gesundheitsexperten und Politiker sind darüber entsetzt. „Es gibt noch keine unabhängigen wissenschaftlichen Studien darüber, ob Iqos weniger schädlich ist als eine normale Zigarette“, sagt

etwa Ute Mons, die die Stabsstelle Krebsprävention im Deutschen Krebsforschungszentrum leitet. Die Medizinerin hält die Unterstützung des Zigarettenkonzerns über die Tabaksteuer mindestens für fraglich. Schließlich bleibe es das Interesse von Philip Morris, Menschen vom Nikotin abhängig zu machen, kritisiert Mons.

Auch die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, die CSU-Politikerin **Marlene Mortler**, ärgert sich über das Verwirrspiel um den neuen Zigarettentyp. „Wenn wir mehr über die Schädlichkeit der Produkte wissen, muss die Steuer darauf überprüft werden“, sagte **Mortler**. Die aktuellen Tabakgesetze, auf die sich der Konzern in Deutschland berufe, gäben derzeit jedoch keine andere Lösung her. „Ob die Gefährlichkeit der Iqos-Zigarette bislang wirklich

in die Besteuerung des Produkts einfließt, erscheint mir sehr fraglich“, sagt **Mortler**.

Tatsächlich sei ein wesentliches Merkmal für die steuerrechtliche Zuordnung, ob eine Zigarette direkt geraucht werden könne, heißt es dazu im Finanzministerium.

„Iqos ist mit einer Aluminiumfolie ummantelt, wodurch dieser Stick nicht unmittelbar zum Rauchen geeignet ist. Steuerrechtlich handelt es sich somit nicht um eine Zigarette.“

Diese Argumentation bringt auch Konkurrenten von Philip Morris in Rage. „Den Tabak für das Produkt Iqos als Pfeifentabak zu besteuern, spiegelt nicht die Realität wider“, sagt Michael von Foerster, Hauptgeschäftsführer des Verbandes der deutschen Rauchtabakindustrie. Seine Begründung: Der Tabak für eine Pfeife sei kein fertiges Produkt, dazu werde er erst durch das Zusammenfügen mehrerer Bestandteile. Der

WENN WIR MEHR
ÜBER DIE
SCHÄDLICHKEIT
DER PRODUKTE
WISSEN, MUSS DIE
STEUER DARAUF
ÜBERPRÜFT
WERDEN

MARLENE MORTLER,

Drogenbeauftragte der Bundesregierung

Lobbyist sorgt sich darum, dass der Steuervorteil der Pfeifenraucher fallen könnte, sollte Iqos ein Erfolg werden.

Daran arbeiten die Verkäufer im Berliner Laden mit Hochdruck. Gerade zeigt einer von ihnen seinem Kunden das Ladegerät für unterwegs, das etwa



so groß ist wie ein älteres Handy. Es folgen 20 Minuten Erklärung: Wo das Gerät angeschaltet wird, wie die Stummelzigarette hineingesteckt wird und wie man die Tabakreste aus dem Inneren des Apparates entfernt. Statt Cowboy-Romantik bietet der Verkäufer ein Kurzseminar für Technik-Nerds – und er folgt damit einem großen Plan.

Wie alle, die mit Tabak Geld verdienen, muss auch Philip Morris zusehen, was man dem schwierigen Marktumfeld entgegen setzen kann. Noch verdient das Unterneh-

men sieben Milliarden Dollar pro Jahr nach Steuern. Aber es wird von Jahr zu Jahr weniger. Und das Siechtum ist allgegenwärtig: Für den deutschen Markt reicht Philip Morris inzwischen ein einziges großes Zigarettenwerk, Konkurrent BAT schließt seine weltweit größte Produktionsstätte in Bayreuth nahezu komplett, Impe-

rial Tobacco macht in Frankreich seine

Gauloises-Fabrik dicht. Der Wettlauf um Technologieführerschaft hat neuerdings auch die Tabakbranche im Griff: All jenen Unternehmen, die es nicht schaffen, im Geschäft mit dem elektronischen Äquivalent zur Zigarette mitzuspielen, könnte es ähnlich ergehen wie der Fotografie-Ikone Kodak oder dem Handy-Pionier Nokia. Beide haben die technologische Entwicklung verschlafen. Kodak verpasste den Sprung von der analogen zur digitalen Fototechnik, Nokia wurde bei der Entwicklung des Smartphones abgehängt.