

«Es gibt kein Zurück mehr»

Philip Morris will die Zigarettenproduktion einstellen. Wie ist es dazu gekommen? *Interview von Madeleine Nufer*

Dominique Leroux, CEO von Philip Morris Schweiz, erklärt, warum sein Unternehmen den Verkauf von Zigaretten einstellen will und wie es diesen Wandel mithilfe von Forschung und Innovation meistert.

In der langen Geschichte Ihres Unternehmens waren Zigaretten bis vor Kurzem das einzige Produkt und ihre Vermarktung die einzige Priorität. Ist eine so radikale Kursänderung nach derart langer Zeit überhaupt möglich?

Ich arbeite nun seit über 20 Jahren hier. Wenn Sie so lange in einem Unternehmen sind und sehen, dass Sie die Bedürfnisse der Zigarettenraucher erfüllen, aber auch das eine grundlegende Problem – unser Produkt – lösen können, indem Sie etwas entwickeln, das besser ist für die Konsumenten, dann ist der Umbau des Unternehmens unabdingbar. Das motiviert enorm. Wir arbeiten hart daran, eine wirkliche Veränderung herbeizuführen. Eingeleitet haben wir sie mit unserem ausgereiftesten risikoreduzierten Produkt namens IQOS, das Tabak erhitzt, statt ihn zu verbrennen. IQOS erzeugt im Vergleich zu Zigaretten 95 Prozent weniger schädliche Chemikalien. Doch wie bei anderen nikotin- oder tabakhaltigen Produkten auch, bedeutet das indes nicht, dass IQOS risikofrei ist.

Wenn Sie ernsthaft wollen, dass die Leute aufhören zu rauchen, warum stellen Sie dann den Verkauf von Zigaretten nicht sofort ein?

Wenn Philip Morris International einfach aufhört, Zigaretten zu verkaufen, dann ändert das nichts. Die Raucher würden einfach zu einer anderen Zigarettenmarke greifen. Heute rauchen über eine Milliarde Menschen. 2025 wird es laut WHO nach wie vor mehr als eine Milliarde Raucher geben. Seit Jahrzehnten ist erwiesen, dass Rauchen gesundheitsschädlich ist. Daher besteht eine gesellschaftliche Verantwortung, Rauchern Lösungen aufzuzeigen, wie sie mit dem Rauchen aufhören können, und denjenigen, die nicht aufhören, weniger schädliche Alternativen anzubieten. Wir haben daher beschlossen, wissenschaft-

lich basierte und technologieorientierte Produkte zu entwickeln, die für Menschen, die sonst weiter Zigaretten rauchen würden, eine bessere Alternative darstellen.

Sie sagen, dass Philip Morris International einen drastischen Wandel durchläuft. Wie sieht das im Unternehmen aus? Eben arbeiten Ihre Wissenschaftler noch an Zigaretten und am nächsten Tag...?

Die meisten der an diesem Projekt beteiligten Wissenschaftler sind in der Tat neu im Unternehmen. Sie arbeiten mit Leidenschaft daran, sinnvolle Lösungen für Menschen zu entwickeln, die rauchen. Sie sind zu uns gekommen in der Überzeugung, etwas zum Guten verändern zu können. Das ist wichtig, weil alles, was wir sagen, aufs Genaueste geprüft werden wird. Glauben Sie, wir bekommen noch eine weitere Chance? Entweder dieses Vorhaben gelingt – oder wir sind weg.

Was konkret machen Sie in der Schweiz, um etwas zu verändern?

Zuerst einmal habe ich vor einem Jahr beschlossen, dass wir sämtliche Werbung für herkömmliche Zigaretten in Zeitungen, auf Werbeflächen und im Kino einstellen und fortan in diesen Kanälen nur noch für IQOS werben. Gleichzeitig haben wir den Online-Verkauf von Zigaretten über alle unsere

«Wissenschaftlich fundierte Produkte haben das Potenzial, das Risiko von Erkrankungen zu verringern.»

Plattformen eingestellt. Zudem gab ich das Ziel aus, alles daranzusetzen, bis Ende Jahr in der Schweiz die Zahl von 100 000 erwachsenen IQOS-Benutzern zu erreichen. Zwei Jahre zuvor hatten wir bereits 30 Millionen Franken investiert, um in unserer Fabrik in Neuenburg zwei Produktionsanlagen für herkömmliche Zigaretten durch zwei Pro-

duktionsanlagen für Tabakerhitzer zu ersetzen. Der Umbau erfolgt also auf allen Ebenen.

Wir hören immer wieder den Begriff «risikoreduziert» im Zusammenhang mit diesen Produkten – heisst das, dass sie nicht komplett sicher sind?

Für Konsumenten, die um ihre Gesundheit besorgt sind, ist die beste Entscheidung, den Tabak- und Nikotinkonsum ganz aufzugeben – oder besser gar nicht erst damit anzufangen. Das ist unsere Botschaft. Rauchfreie Produkte sind nicht risikofrei. Wir sind jedoch überzeugt, dass wissenschaftlich fundierte Produkte im Vergleich zu fortgesetztem Rauchen das Potenzial haben, das Risiko tabakbedingter Erkrankungen zu verringern. Aus diesem Grund entwickeln wir ein breites Portfolio an Produkten mit und ohne Tabak, um im Hinblick auf rauchfreie Produkte den Vorlieben möglichst vieler erwachsener Raucher gerecht zu werden.

Einige dieser neuen rauchfreien Produkte enthalten dennoch Tabak und geben Nikotin ab. Diese Substanzen sind die Ursache des Problems. Warum soll also dieses Mal alles anders werden?

Wissenschaftlichen Untersuchungen zufolge entsteht die grosse Mehrheit der schädlichen Chemikalien, die rauchbedingte Erkrankungen verursachen, durch das Verbrennen des Tabaks. Wird der Tabak nicht verbrannt, trägt dies entscheidend dazu bei, dass weniger schädliche Chemikalien entstehen. Nehmen Sie das Beispiel Erdöl: Solange es unter dem Meeresboden liegt oder unter der Wüste, schadet es der Umwelt nicht. Problematisch wird es erst, wenn man es verbrennt.

Welche Belege gibt es dafür, dass diese Produkte besser sind, als wenn man weiter Zigaretten raucht?

Wir haben für unsere erhitzten Tabakprodukte, die wir in vielen Ländern verkaufen, in Zusammenarbeit mit Auftragsforschungsinstituten zahlreiche klinische und nichtklinische Studien durchgeführt. Es gibt also umfangreiche Labor- und klinische Daten, die das Potenzial einer Risikoreduktion im Vergleich zu Zigaretten stützen.

Was halten Sie von der Kritik an Ihren Forschungsarbeiten?

In dem Augenblick, wo wir die Forschung finanzieren, scheint sie bereits fraglich. Das ist nachvollziehbar. Wir sind jedoch von den angewandten Methoden und den daraus gewonnenen Erkenntnissen überzeugt. Tatsächlich kommen die meisten unabhängigen Studien, die zu unseren Produkten durchgeführt wurden, zu ähnlichen Ergebnissen wie wir. Kritik kommt überwiegend von Personen und Organisationen, die die Tabakindustrie in die Knie zwingen möchten und nicht darauf aus sind, Lösungen zu finden, die das Leben von Rauchern verbessern können, die andernfalls weiter rauchen würden. Wir achten sehr darauf, dass unsere Forschungsarbeiten nicht verzerrt wiedergegeben werden.

Wollen Sie damit sagen, dass jemand, der Ihre Forschungsarbeiten ablehnt, im Unrecht ist?

Wenn er sie nur deshalb ablehnt, weil wir sie als Tabakunternehmen finanziert haben, dann ja. Forschung kann und sollte dazu genutzt werden, das Leben von Menschen zu verbessern und fundierte Entscheidungen zu ermöglichen. Sie sollte nicht einfach abgelehnt werden, weil sie jemand Bestimmtes finanziert hat. Sie sollte mit grösster Sorgfalt geprüft und nicht einfach als irrelevant abgetan werden. Das Thema ist zu wichtig, um ignoriert zu werden – es geht um vielversprechende Produkte, die durch Nachweise aus hochwertigen wissenschaftlichen Studien untermauert werden.

Wachsende Sorgen macht den Behörden die Benutzung von E-Zigaretten durch Mittel- und Oberschüler. Fürchten Sie nicht, dass auch Jugendliche versucht sein könnten, Ihre erhitzten Tabakprodukte auszuprobieren?

Wir legen grossen Wert auf die verantwortungsvolle Vermarktung unserer Produkte und achten sehr darauf, dass diese in Ländern, in denen wir präsent sind, weder gegenüber Minderjährigen beworben noch an diese verkauft werden. Dies werden wir in unseren Märkten weiterhin so handhaben. Laut einer jüngsten Studie von Sucht Schweiz sind erhitzte Tabakprodukte für Jugendliche nicht attraktiv. Dies lässt darauf schliessen, dass wir unsere Produkte verantwortungsvoll vermarkten.

Sie sagten, Ihr Ziel sei es, «Menschen so rasch wie möglich von den Zigaretten wegzubringen». Wie lange wird das dauern?

Ich denke nicht, dass die Welt in zehn, fünfzehn Jahren komplett rauchfrei sein wird. Das braucht seine Zeit. In dem Augenblick jedoch, wo Industrie und Behörden zusammenarbeiten, um den Zugriff auf richtige und nicht irreführende Infor-

«Es besteht eine gesellschaftliche Verantwortung, Rauchern Lösungen aufzuzeigen, wie sie damit aufhören können.»

mationen über bessere Alternativen zum Rauchen zu ermöglichen, lässt sich dieses Ziel sicher schneller erreichen. Und wenn sich innovative Produkte positiv auf die Bevölkerung auswirken können: Sollte sie nicht davon profitieren können? Und zwar bald?

Der Widerstand gegenüber Neuerungen im Tabaksektor ist gross. Warum ist das Ihrer Meinung nach so?

In der Gesundheitspolitik waren bisher viele der Überzeugung, dass die bestehenden Strategien zur Tabakprävention und zur Raucherentwöhnung ausreichen, um das Problem zu lösen. Meine Frage ist: Warum kann Innovation und Technik nicht ergänzend dazu beitragen? In sämtlichen anderen grossen Branchen sieht man Technik als entscheidendes Mittel, um zu besseren Ergebnissen zu kommen. Jeder, der abstreitet, dass Tech-

nik dazu beitragen kann, die Schädlichkeit von Tabakprodukten zu verringern, widersetzt sich dem Fortschritt und nimmt Rauchern die Chance, sich gesundheitsbewusster zu verhalten.

Worin besteht die grösste Hürde für eine Anerkennung durch die Behörden?

Produktinnovationen erfolgen in der Regel in einem weit höheren Tempo als Veränderungen der rechtlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen. Da stellt Tabak keine Ausnahme dar. Wir haben unsere neuen, verbrennungsfreien Tabakprodukte weltweit unter Einhaltung

«Für die Mehrheit derjenigen, die bereits rauchen, muss es eine sinnvolle Alternative geben.»

der bestehenden Tabakgesetzgebung auf den Markt gebracht. Diese Gesetze sind viele Jahre alt, berücksichtigen nicht immer den technischen Stand des 21. Jahrhunderts und stellen mitunter eine unbeabsichtigte oder auch unsinnige Einschränkung für bessere Konsumentenentscheidungen dar. Es braucht unbedingt strenge Vorschriften, aber sie müssen zeitgemäss sein. Beispielsweise ist es widersinnig, wenn ein rauchfreies Produkt erwiesenermassen weniger schädlich ist, Sie Raucher aber nicht darüber in Kenntnis setzen dürfen, weil die Vorschriften keinen Unterschied machen zwischen Zigaretten und verbrennungsfreien Produkten. Die laufende Debatte über ein neues Bundesgesetz für Tabakprodukte in der Schweiz ist eine grosse Chance, ein innovatives und zukunftsweisendes rechtliches Rahmenwerk zu schaffen.

Läuft es letztlich bei dem Widerstand nicht darauf hinaus: Tabak ist Tabak?

Möglich. Aber es ist einfach nicht richtig zu sagen, dass alle Tabakprodukte gleich oder alle Tabakprodukte gleich schädlich sind. Der Tabak in einer brennenden Zigarette verbrennt. Das ist bei den innovativen verbrennungsfreien Produkten nicht der Fall. Entscheidend ist, was der Konsument inhaliert. Der Unterschied zwischen dem Rauch einer brennenden Zigarette und dem Aerosol eines verbrennungsfreien Produkts ist enorm. Wenn wissenschaftlich erwiesen ist, dass es einen Unterschied zwischen diesen Produkten gibt, sollten sie dann nicht auch unterschiedlich behandelt werden? Und sollten die Millionen Menschen, die heute Zigaretten rauchen, nicht über diesen Unterschied in Kenntnis gesetzt werden?

Gesundheitsbehörden und NGOs fordern seit Jahrzehnten, Tabakunternehmen sollten weniger schädliche Alternativen zu Zigaretten erforschen, entwickeln und auf den Markt bringen. Warum gibt es dann jetzt diesen Widerstand?

Antirauch-Kampagnen konzentrieren sich vorrangig darauf, den Einstieg in das Rauchen zu verhindern und die Raucherentwöhnung zu fördern. Darin sind sich alle einig. Aber für die Mehrheit derjenigen, die bereits Zigaretten rauchen und andernfalls weiter rauchen werden, muss es eine sinnvolle Alternative geben. Die Behörden können viel für diese Menschen tun, wenn sie Rahmenbedingungen schaffen, die aufgeklärte Konsumentenentscheidungen ermöglichen und einen kompletten Umstieg unterstützen.

Wir tun alles, was wir können: Wir führen Tausende Tests und Versuche durch, veröffentlichen die Daten, publizieren in Fachzeitschriften und öffnen die Türen unseres Forschungs- und Entwicklungszentrums, um Menschen Einblick in die Qualität unserer Arbeit zu geben. Dafür bekommen wir zunehmend Unterstützung. Ich bin überzeugt, dass wir auf dem richtigen Weg sind, um zu erreichen, was wir uns vorgenommen haben.

Dominique Leroux ist CEO von Philip Morris Schweiz.



«Warum kann Innovation und Technik nicht ergänzend dazu beitragen?», fragt Dominique Leroux.