

Viel Rauch um ein Werbeverbot

Eine Volksinitiative will, dass Jugendliche keine Tabakwerbung mehr zu sehen bekommen. Bundesrat und Parlament geht das zu weit.

Christoph Bernet

1 Weshalb stimmen wir darüber ab?

Am 12. September 2019 wurde die Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» mit 109 969 gültigen Unterschriften eingereicht. Der Bundesrat und eine Mehrheit des Parlaments lehnen die Initiative ab. Als indirekten Gegenvorschlag verabschiedete das Parlament im Oktober 2021 eine Änderung des Tabakproduktegesetzes. Doch den Initianten gingen diese Anpassungen zu wenig weit. Deshalb entschieden sie sich dagegen, die Initiative zurückzuziehen. Sie kommt nun am 13. Februar 2022 zur Abstimmung.

2 Was will die Initiative?

Im Initiativtext wird ein Verbot jeder Art von Werbung für Tabakprodukte verlangt, die Kinder und Jugendliche erreicht. Zudem will die Initiative Bund und Kantone dazu verpflichten, die Gesundheit von Kindern und Jugendlichen zu fördern. Wie das im Detail geschehen soll, überlässt der Initiativtext dem für die Umsetzung im Gesetz zuständigen Parlament.

3 Wie ist die Situation bei der Tabakwerbung heute?

In der Schweiz rauchen rund 2 Millionen Menschen, darunter 100 000 Jugendliche zwischen 15 und 19 Jahren. Mehr als die Hälfte der Rauchenden hat vor dem 18. Lebensjahr damit begonnen. Jährlich sterben 9500 Personen vorzeitig an den Folgen des Rauchens. Gemäss der aktuellen Gesetzeslage ist Tabakwerbung in der Schweiz mit Einschränkungen erlaubt. Diese

Einschränkungen gehen deutlich weniger weit als in den meisten anderen europäischen Ländern. Auf Bundesebene verboten sind lediglich Radio- und TV-Werbung sowie die Abgabe von Gratismustern an Minderjährige. In der ganzen Schweiz erlaubt ist Werbung in der Presse, im Internet, an Verkaufsstellen wie Kiosken sowie per Postversand oder Flyerabgabe an Erwachsene. Die meisten Kantone kennen weitergehende Einschränkungen, etwa für Plakat- und Kinowerbung.

4 Was würde sich bei einem Ja zur Initiative ändern?

Mit dem Verbot jeglicher Art von Tabakwerbung, die «Kinder und Jugendliche erreicht», wäre Werbung nur noch dort zugelassen, wo sie ausschliesslich von Erwachsenen gesehen werden kann. Damit würden die meisten heute (zumindest in manchen Kantonen) noch zulässigen Werbeformen künftig verboten: So etwa auf Plakaten im öffentlichen Raum, im ÖV, auf Sportplätzen und in öffentlich zugänglichen Verkaufsstellen. Auch im Internet, in der Presse und in den sozialen Medien wäre ein weitgehendes Werbeverbot zu erwarten. Das Gleiche wäre beim Sponsoring von Anlässen der Fall, von denen Kinder und Jugendliche nicht aufgrund von Einlasskontrollen ausgeschlossen sind. Wird die Initiative angenommen, müssten die von ihr abweichenden Bestimmungen des revidierten Tabakproduktegesetzes angepasst werden.

5 Was würde sich bei einem Nein zur Initiative ändern?

Bei einer Ablehnung der Initia-



Am 13. Februar stimmt die Schweiz über ein Tabakwerbeverbot für Minderjährige ab.

Bild: Getty

tive träten die in den meisten Bereichen weniger weitgehenden Regeln des revidierten Tabakproduktegesetzes in Kraft. Neben den Bestimmungen bezüglich Werbung regelt dieses auch die Zusammensetzung, die Verpackung, den Verkauf und die Kontrolle von Tabakprodukten und elektronischen Zigaretten. Es sieht ein landesweites Verkaufsverbot solcher Produkte an Minderjährige vor. Bisher lag die Altersgrenze in 15 Kantonen bei 18 Jahren, in neun Kantonen bei 16 Jahren, zwei Kantone kannten keine Altersgrenze.

Das revidierte Tabakproduktegesetz würde zwar Werbung auf Plakaten, im Kino, im ÖV, im öffentlichen Raum, auf Sportplätzen sowie bei Veranstaltungen von internationalem Charakter untersagen.

Erlaubt hingegen bliebe Tabakwerbung in der Presse sowie im Internet, ausser bei Angeboten, die für Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren bestimmt sind. Ebenfalls erlaubt bliebe Werbung an Verkaufsstellen sowie im Rahmen von nationalen Anlässen, ausser wenn diese auf Minderjährige abzielen.

6 Wer sind die Befürworter was sind ihre Argumente?

Hinter der Initiative stehen die Berufsverbände der Ärzteschaft, der Apothekerinnen und zahlreicher anderer Gesundheitsberufe. Auch Organisationen aus dem Bereich der Suchtprävention, der Lehrerverband, die Jugendverbände und Swiss Olympic, die Dachorganisation der Sportverbände, unterstützen das Anliegen. Ebenso dafür sind die Parteien SP, Grüne, GLP, EVP und EDU.

Für die Unterstützer braucht ein konsequenter Jugendschutz

auch ein konsequentes Verbot von Tabakwerbung, die Jugendliche erreicht. Sie verweisen auf Studien, wonach Jugendliche häufiger mit dem Rauchen anfangen, wenn sie mit Tabakwerbung in Kontakt kommen. Tabakkonsum verursacht jährlich immense gesundheitliche und wirtschaftliche Schäden. Der indirekte Gegenvorschlag sei eine «Alibiübung», da genau jene Werbeformen weiterhin erlaubt wären, die Jugendliche besonders effektiv erreichten.

7 Wer sind die Gegner und was sind ihre Argumente?

Gegen die Initiative sprechen sich Economiesuisse, der Gewerbeverband, der Verband Schweizer Medien, das Konsumentenforum und zahlreiche Verbände der Werbe- und Marketingbranche aus. Während die FDP bereits die Nein-Parole beschlossen hat, stehen die Parolen von SVP und Mitte noch aus. Im Parlament waren sie mehrheitlich gegen die Initiative.

Für ihre Gegner ist die Initiative ein «extremes und unnötiges Werbeverbot». Auch der Gegenvorschlag nehme den Jugendschutz mit der Alterslimite von 18 Jahren und dem Verbot von auf Jugendliche ausgerichteter Werbung ernst. Die Initiative hingegen greife die Wirtschaftsfreiheit frontal an. Das «totale Werbeverbot» schade Verkaufsstellen von Tabakprodukten sowie Veranstaltern und Medien, die von Sponsoring- und Werbeeinnahmen profitierten. In Ländern mit strikteren Werbeverboten rauchten ausserdem nicht weniger Jugendliche als in der Schweiz.

Überfällig oder unnötig? Die Debatte zur Initiative

Grünen-Nationalrätin Manuela Weichelt ist für die Vorlage, FDP-Ständerat Damian Müller dagegen.

Pro: «Kinder und Jugendliche vor Tabakwerbung schützen»

Haben Sie gewusst, dass wir in der Schweiz jeden Tag 26 Todesfälle, verursacht durch den Tabakkonsum, haben? Das sind deutlich mehr als die 18 Personen, die seit März 2020 täglich an Covid-19 sterben und durchschnittlich älter sind als die Tabakopfer. Wir könnten jährlich 9500 von diesen Tabak-Todesopfern vermeiden.

Die Tabakindustrie ist leider – um es richtig ungefiltert auszudrücken – stets auf der Suche nach Nachwuchs-Konsumentinnen und -Konsumenten. Eine lukrative Zielgruppe sind Kinder und Jugendliche: 98 Prozent aller Rauchenden beginnen vor ihrem 21. Lebensjahr mit dem Tabakkonsum. Ein Viertel der unter 17-Jährigen in der Schweiz raucht. Hinzu kommen Produkte wie E-Zigaretten: Vermarktet als einfaches Mittel,

um mit dem Rauchen aufzuhören, sind sie in Wahrheit eine Einstiegshilfe in den Tabakkonsum für Jugendliche. Die Initiative «Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung» geht diesen Missstand an. Sie verbietet jegliche Werbung für Tabakprodukte, die Jugendliche erreicht – insbesondere im Netz und in Gratiszeitungen.

Die Haus- und Kinderärzte Schweiz, Pädiatrie Schweiz, der Schweizerische Apothekerverband, kantonale Lungenligen, der Schweizerische Drogenverband, die FMH, Swiss Olympic, der Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz, Kinderschutz Schweiz und viele mehr stehen hinter der Initiative. Es geht um den Schutz der jungen Generation.

Das Parlament stellt der Initiative einen weitgehend nutzlo-

sen Gegenvorschlag entgegen. Dieser sieht vor allem Massnahmen vor, welche in vielen Kantonen bereits jetzt in Kraft sind. Mit diesem ungenügenden indirekten Gegenvorschlag würde die Schweiz nicht einmal die Voraussetzungen erfüllen, um dem Übereinkommen der Weltgesundheitsorganisation WHO zur Eindämmung des Tabakgebrauchs beizutreten.

Darum: Stimmen Sie am 13. Februar Ja zur Initiative zum Schutz der Kinder vor Tabakwerbung!



Manuela Weichelt
Nationalrätin Grüne/ZG

Contra: «Das Tabakproduktegesetz greift, die Initiative ist unnötig»

Einverstanden, Kinder und Jugendliche müssen vor dem Tabakkonsum geschützt werden. Die Frage stellt sich jedoch, welches der beste Weg ist, dieses Ziel zu erreichen. Dem Bundesrat und dem Parlament geht die Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» deutlich zu weit. Die Initiative fordert unterm Strich ein Totalverbot der Werbung für Tabakprodukte. Dieser extreme Weg ignoriert die Eigenverantwortung der erwachsenen Konsumentinnen und Konsumenten.

Diese Initiative sieht ein totales Werbeverbot vor – auch für Erwachsene. Das kommt einem massiven Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit gleich. Der Jugendschutz ist wichtig, allerdings darf er nicht als Vorwand missbraucht werden, um Werbung

für legale Produkte komplett zu verbieten. Soll als Nächstes etwa die Werbung für Süßes, Autos oder Fleisch verboten werden?

Die Volksinitiative ist nicht nur extrem, sondern auch unnötig. Das Parlament hat in der Herbstsession 2021 ein Tabakproduktegesetz beschlossen, das neue Werbe- und Sponsoringvorschriften vorsieht. Die Gegner verkennen, dass ein unverhältnismässiges Werbeverbot die Schweiz nicht zu einem Nichtraucherstaat macht. Im Gegenteil: So rauchen in Frankreich oder Italien, wo Werbung für Tabakprodukte weitgehend verboten ist, viel mehr Leute als hierzulande.

Im Gegensatz zur extremen Volksinitiative ist der indirekte Gegenvorschlag durchdacht und setzt richtig um: So ver-

schwindet Tabakwerbung aus dem öffentlichen Raum und wird nur noch dort erlaubt, wo sie sich gezielt an Erwachsene richtet. Viel wichtiger als die Werbung ist jedoch, dass mit diesem Gesetz Minderjährige gar keine Tabakprodukte mehr kaufen können.

Die eidgenössischen Räte kamen zum Schluss, dass mit diesem Gegenvorschlag ein griffiger Jugendschutz sichergestellt werden kann, und sagten klar Nein zur Werbeverbot-Initiative. Ein vernünftiger Entscheid.



Damian Müller
Ständerat FDP/LU