

ABSTIMMUNG

Tabakwerbung: Darum will das Par

Die Tabak- und die Werbebranche haben beste Verbindungen ins Parlament: Mindestens zwei Dutzend National- und Stände räte stehen deren Lobbys nahe. Folge: Keine griffigen Regeln für die Tabakwerbung. Nun will eine Volksinitiative Jugendliche besser schützen.

Am 13. Februar kommt die Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» zur Abstimmung. Ihr Hauptziel ist ein Verbot für «jede Art von Werbung für Tabakprodukte, die Kinder und Jugendliche für Zigaretten und weitere Produkte wie etwa Snus (siehe Kasten) wäre also nur noch erlaubt, wenn sie aus schliesslich Erwachsenen zugänglich ist.

Zahnloses Gesetz erarbeitet

National- und Ständerat hätten es in der Hand gehabt, den Rückzug der Volksinitiative zu erwirken. Sie arbeiteten sieben Jahre an einem neuen Tabakgesetz. Doch sie schafften keinen grossen Wurf. Ge-
 Erstaunlich ist es nicht, dass das Parlament kein
 Bundestrat Alain Berset sagte bei der Parlamentsdebatte im September 2021, das Gesetz bringe «keine nennenswerten Fortschritte im Jugendschutz». Es tritt in Kraft, wenn die Initiative am 13. Februar abgelehnt wird. Bei einem Ja muss es angepasst werden. Erstaunlich ist es nicht, dass das Parlament kein
 Bundestrat Alain Berset sagte bei der Parlamentsdebatte im September 2021, das Gesetz bringe «keine nennenswerten Fortschritte im Jugendschutz». Es tritt in Kraft, wenn die Initiative am 13. Februar abgelehnt wird. Bei einem Ja muss es angepasst werden. Erstaunlich ist es nicht, dass das Parlament kein



Engte Beziehungen zur Tabak- und Werbebranche (von links): Gregor Rutz (SVP), Regine Sauter (FDP), Therese Schläpfer (SVP) und Jacques Bourgeois (FDP)

umfassendes Werbeverbot ist in der Schweiz sehr stark. Drei der weltweit grössten Tabakkonzerne haben hier ihren Hauptsitz oder zumindest wichtige Zentren: Japan Tobacco International in Genf und Dagmarcel-Boncourt JU, Philip Morris in Lausanne und Neuenburg. Die Schweizer Ableger der drei Riesen bilden zusammen den Lobbyverband Swiss Cigarette. Dieser wiederum unterstützt die «Allianz der Wirtschaft für eine massvolle Präventionspolitik», der auch der Verband der Werbebranche (KS/CS) angehört.
 Der einflussreiche Verband Schweizer Medien engagiert sich ebenfalls gegen die Initiative. Er ist auch sonst aktiv im Bundeshaus und organisiert mit dem Werbeverband KS/CS währ-

KESTINE (A)

rend laufender Sessionen sogenannte «Lunchveranstaltungen». Sie sollen «für die grundsätzlichen Belange der Medien und ihrer Finanzierung durch die Werbung» sensibilisieren.
 Viele Parlamentarier pflegen enge Beziehungen zu Firmen, Verbänden und Organisationsstrukturen aus der Tabak- und Werbebranche. Einige Beispiele:
 ■ Nationalrat Gregor Rutz (SVP, ZH) ist Präsident der Vereinigung des Schweizerischen Tabakwarenhandels. Und er präsidentiert die IG Freiheit, die sich gegen «den Erlass unnötiger Gesetze, Verbote und Vorschriften» stemmt. Weitere Mitglieder der IG sind zum Beispiel Mitte-Präsident Gerhard Pfister, Ex-FDP-Nationalrat Jacques Bourgeois (FDP, FR) ermöglicht es mit seiner Zutritttskarten Francis Egger, im Bundeshaus zu wirken. Egger ist Vizelektor des

geschiäftsführerausschuss des Wirtschaftsdachverbands Economiesuisse. Im Vorstand sitzen zahlreiche Parlamentarier und Wirtschaftsführer – darunter auch Brenda Ponsignon von British American Tobacco Switzerland.
 ■ Nationalrätin Therese Schläpfer (SVP, ZH) ist Vorstandsmitglied des Vereins Vision Konsum, der sich nach eigenen Angaben unter anderem dafür einsetzt, dass «Konsumenten eigenverantwortlich entscheiden können, was und wie sie etwas geniessen wollen». Zu den Vereinsmitgliedern gehört gemäss Lobbywatch.ch auch der Tabakkonzern Japan Tobacco.
 ■ Nationalrat Jacques Bourgeois (FDP, FR) ermöglicht es mit seiner Zutritttskarten Francis Egger, im Bundeshaus zu wirken. Egger ist Vizelektor des



zur extremen Verbots-Initiative

Morgen
Bratwurst?
Heute
Tabak!
Werbe-Verbote