

78.018

Suchtmittelreklame. Volkinitiative
Publicité pour des produits qui engendrent
la dépendance. Initiative populaire

Amtliches Bulletin der Bundesversammlung **Bulletin officiel de l'Assemblée fédérale**

Verhandlungen des Nationalrates und des Ständerates

Délibérations du Conseil national et du Conseil des Etats



DOKUMENTATIONSDIENST DER BUNDESVERSAMMLUNG
SERVICE DE DOCUMENTATION DE L'ASSEMBLÉE FÉDÉRALE

INHALT

	<u>Seiten</u>
Uebersicht über die Verhandlungen	II
Synoptische Darstellung	III
Rednerliste	IV
 <u>Verhandlungen</u>	
Nationalrat (21./22.6.1978)	1
Ständerat (20.9.1978)	21
 <u>Schlussabstimmungen</u>	
Nationalrat (6.10.1978)	29
Ständerat (6.10.1978)	31

TABLE DES MATIERES

	<u>Pages</u>
Résumé des délibérations	II
Tableau synoptique	III
Liste des orateurs	IV
 <u>Délibérations</u>	
Conseil national (21./22.6.1978)	1
Conseil des Etats (20.9.1978)	21
 <u>Votations finales</u>	
Conseil national (6.10.1978)	29
Conseil des Etats (6.10.1978)	31

× 77/78.018 n Suchtmittelreklame. Volksinitiative

Botschaft und Beschlussesentwurf vom 22. März 1978 (BBl I, 1097) über die Volksinitiative «gegen Suchtmittelreklame».

N *Zwygart, Bretscher, Bundi, Cantieni, Corbat, Deneys, Dirren, Früh, Gassmann, Girard, Hungerbühler, Hunziker, Meyer Helen, Mugny, Rätz, Salzmann, Schaffer, Sigrist, Waldner* (19)

S *Bächtold, Andermatt, Bürgi, Debétaz, Dillier, Genoud, Herzog, Lieberherr, Ulrich, Wenk, Zumbühl* (11)

1978 22. Juni. Beschluss des Nationalrates nach Entwurf des Bundesrates.

1978 20. September. Beschluss des Ständerates: Zustimmung.

1978 6. Oktober. Beschluss des Nationalrates: Der Bundesbeschluss wird in der Schlussabstimmung angenommen.

1978 6. Oktober. Beschluss des Ständerates: Der Bundesbeschluss wird in der Schlussabstimmung angenommen.

Bundesblatt II, 888

× 77/78.018 n Publicité pour des produits qui engendrent la dépendance. Initiative populaire

Message et projet d'arrêté du 22 mars 1978 (FF I, 1105) concernant l'initiative populaire «contre la publicité pour des produits qui engendrent la dépendance.»

N *Zwygart, Bretscher, Bundi, Cantieni, Corbat, Deneys, Dirren, Früh, Gassmann, Girard, Hungerbühler, Hunziker, Meyer Helen, Mugny, Rätz, Salzmann, Schaffer, Sigrist, Waldner* (19)

E *Bächtold, Andermatt, Bürgi, Debétaz, Dillier, Genoud, Herzog, Lieberherr, Ulrich, Wenk, Zumbühl* (11)

1978 22 juin. Décision du Conseil national conforme au projet du Conseil fédéral.

1978 20 septembre. Décision du Conseil des Etats: Adhésion.

1978 6 octobre. Décision du Conseil national: L'arrêté est adopté au vote final.

1978 6 octobre. Décision du Conseil des Etats: L'arrêté est adopté au vote final.

Feuille fédérale II, 903

78.018 n Suchtmittelreklame. Volksinitiative
Publicité pour des produits qui engendrent la dépendance. Initiative populaire

Nationalrat - Conseil national (21./22.6.1978)

Ständerat - Conseil des Etats (20.9.1978)

Seite
page

Seite
page

3	<u>Zwygart, Berichterstatter</u>	23	<u>Bächtold, Berichterstatter</u>
5	<u>Mugny, rapporteur</u>	24	<u>Lieberherr (Gegenvorschlag)</u>
5	<u>Dirren (CVP-Fraktion)</u>	25	<u>Andermatt (Ablehnung)</u>
7	<u>Bretscher (SVP-Fraktion)</u>	26	<u>Dillier (Ablehnung)</u>
7	<u>Deneys (Groupe socialiste et proposition d'accepter)</u>	26	<u>Donzé (contre-projet)</u>
9	<u>Sigrist (Fdp-Fraktion)</u>	27	<u>Bundesrat Hürlimann</u>
10	<u>Ammann-St. Gallen (Gegenvorschlag)</u>	28	<u>Abstimmung</u>
11	<u>Spreng (acceptation ou éventuelle-ment contre-projet)</u>		
12	<u>Schaffer (Gegenvorschlag oder wird eine Motion einreichen*)</u>		
12	<u>Bauer (acceptation ou contre-projet)</u>		
13	<u>Braunschweig (Zustimmung oder Gegen-vorschlag)</u>		
14	<u>Gautier (rejet)</u>		
15	<u>Oehen (Zustimmung oder Gegenvorschlag)</u>		
16	<u>Zwygart, Berichterstatter</u>		
16	<u>Mugny, rapporteur</u>		
17	<u>Bundesrat Hürlimann</u>		
19	<u>Abstimmung</u>		

23	<u>Bächtold, Berichterstatter</u>		
24	<u>Lieberherr (Gegenvorschlag)</u>		
25	<u>Andermatt (Ablehnung)</u>		
26	<u>Dillier (Ablehnung)</u>		
26	<u>Donzé (contre-projet)</u>		
27	<u>Bundesrat Hürlimann</u>		
28	<u>Abstimmung</u>		

*) Motion Schaffer vom 21. Juni 1978 über Suchtkrankheiten. Vorbeugung (Nationalrat: 4.10.1978, Ständerat: 12.12.1978)

Rednerliste - Liste des orateurs

Nationalrat - Conseil national

Ammann-St. Gallen 10
Bauer 12
Bretscher 7
Braunschweig 13
Deneys 7
Dirren 5
Gautier 14
Bundesrat Hürlimann 17
Mugny, rapporteur 5, 16
Oehen 15
Schaffer 12
Sigrist 9
Spreng 11
Zwygart, Berichterstatter 3, 16

Ständerat - Conseil des Etats

Andermatt 25
Bächtold, Berichterstatter 23
Dillier 26
Donzé 26
Bundesrat Hürlimann 27
Lieberherr 24

Nationalrat
Sitzung vom 21./22.6.1978

Conseil national
Séance des 21./22.6.1978

78.018

Suchtmittelreklame. Volksinitiative
Publicité pour des produits qui engendrent
la dépendance. Initiative populaire

Botschaft und Beschlusssentwurf vom 22 März 1978 (BB II, 1097)
 Message et projet d'arrêté du 22 mars 1978 (FF I, 1105)

Antrag der Kommission

Eintreten

Antrag Deneys

Art. 2

Volk und Ständen wird die Annahme der Volksinitiative empfohlen.

Subsidiärantrag Ammann-St. Gallen

(subsidiär zum Antrag Deneys auf Zustimmung zur Volksinitiative)

Art. 1a

Gleichzeitig wird Volk und Ständen der Gegenvorschlag der Bundesversammlung zur Abstimmung unterbreitet.

Er lautet:

In die Bundesverfassung wird ein neuer Artikel 32quinquies mit folgendem Wortlaut aufgenommen:

«Reklame für Raucherwaren und alkoholische Getränke ist grundsätzlich untersagt. Die Bundesgesetzgebung kann Ausnahmen gestatten, vor allem für Reklame in Fachzeitschriften und innerhalb von Verkaufsstellen.»

Art. 2

Die Bundesversammlung empfiehlt Volk und Ständen, die Volksinitiative zu verwerfen und den Gegenvorschlag anzunehmen.

Proposition de la commission

Entrer en matière

Proposition Deneys

Art. 2

Le peuple et les cantons sont invités à accepter l'initiative populaire.

Proposition subsidiaire Ammann-St-Gall

(subsidiäre à la proposition Deneys recommandant d'adopter l'initiative)

Art. 1a

Le contre-projet de l'Assemblée fédérale est également soumis à la votation. Il demande l'insertion dans la constitution d'un nouvel article 32quinquies ayant la teneur suivante:

«La publicité en faveur des produits pour fumeurs et des boissons alcooliques est interdite. La législation fédérale peut admettre des dérogations, en particulier pour la publicité dans la presse professionnelle et à l'intérieur des points de vente.»

Art. 2

Le peuple et les cantons sont invités à rejeter l'initiative populaire et à accepter le contre-projet de l'Assemblée fédérale.

Zwygart, Berichterstatter: Die am 10. April 1976 von der Schweizer Guttempler-Jugend mit 77 515 gültigen Unterschriften eingereichte Initiative verlangt, dass jede Reklame für Raucherwaren und alle alkoholischen Getränke untersagt wird.

Den Initianten geht es vor allem um die Förderung der Volksgesundheit, hat man doch errechnet, dass die volkswirtschaftlichen Schäden durch den Missbrauch von Alkohol und Nikotin jährlich in die Milliarden gehen. Deshalb ist das Hauptziel der Initianten, vor allem die Heranwachsenden und jungen Erwachsenen vor den Gefahren des gewohnheitsmässigen Rauchens und Alkoholtrinkens zu bewahren. Von 1964 bis 1976 sind im Nationalrat nicht weniger als 14 Vorstösse in derselben Frage erfolgt. Davon sind 7 Postulate vom Bundesrat entgegengenommen worden, jedoch bisher ohne sichtbare Wirkung geblieben. Weil diese Eingaben in der vorliegenden Botschaft nicht erwähnt sind, zähle ich sie in chronologischer Reihenfolge auf:

1. Postulat Welter vom 30. September 1964 betreffend die unverantwortliche und verhängliche Zigarettenreklame.
2. Postulat Schaffer vom 29. November 1966 verlangt vermehrte Bekämpfung des Alkoholismus.
3. Petition Cartensen vom 11. September 1967 bittet, die Reklame für Raucherwaren und Alkohol zu verbieten.
4. Postulat Schalcher vom 3. September 1969 bittet den Bundesrat, die Suchtmittelreklame wirkungsvoll einzuschränken.
5. Kleine Anfrage Gerosa vom 11. März 1970. Gerosa möchte wissen, ob Wettbewerbe, welche Jugendliche zum Alkoholgenuss animieren, nicht zu verbieten seien.
6. Postulat Oehen vom 14. März 1972 möchte jegliche Reklame für Zigaretten ausserhalb der Verkaufsstellen verbieten.
7. Kleine Anfrage Sahlfeld vom 15. März 1972 bittet um Auskunft über die Suchtmittelwerbung bei den SBB und über den Stand bei der Vorbereitung des Alkoholgesetzes.
8. Petition des Verbandes schweizerischer Medizinstudenten vom 11. April 1972. Diese möchte die Tabakwerbung wirksam einschränken.
9. Petition des Bundes schweizerischer abstinenter Frauen vom 13. Mai 1972 Sie wendet sich gegen die überhandnehmende Reklame für Alkohol und Zigaretten.
10. Petition des schweizerischen Vereins abstinenter Lehrer und Lehrerinnen vom 6. Juli 1972. Sie geisselt die überbordende Reklame für alkoholische Getränke und Zigaretten.
11. Postulat Reich vom 1. Oktober 1974. Es möchte jegliche Reklame für Alkoholika und Tabakwaren untersagen.
12. Postulat Renschler vom 4. Oktober 1974 fordert die Beschränkung der Alkohol- und Tabakreklame.
13. Einfache Anfrage Bräm vom 30. September 1975 regt die Einschränkung der Reklame für Tabakerzeugnisse an.
14. Postulat Ziegler-Genf vom 19. März 1976 regt das Rauchverbot in öffentlichen Gebäuden und das Verbot der Tabakwerbung an.

Diese vielen Eingaben der letzten Jahre zeigen, dass vor allem vom Bund, aber auch von den Kantonen und Gemeinden wirksame Massnahmen erwartet werden, die die gesundheitsschädigenden Auswirkungen von Alkohol- und Tabakmissbrauch nach Möglichkeit einschränken helfen. In den letzten 30 Jahren haben sich die Todesfälle an Lungenkrebs verdreifacht, seit 1931 sogar verachtfacht. Kaum besser steht es um die Schäden beim Alkoholmissbrauch, wobei man die beunruhigende Feststellung machen muss, dass in letzter Zeit der Frauen- und Jugendalkoholismus stark zugenommen hat. Fachleute haben errechnet, dass jährlich 28 000 Lebensjahre durch übermässigen Alkoholgenuss in der Schweiz verlorengehen.

Die Einschränkung der Suchtmittelreklame ist nur ein Mittel zur Verringerung des Konsums. Die Erziehung, die Aufklärung, vor allem die guten Beispiele der Erzieher sind wirksame Mittel gegen jeglichen Missbrauch. Hiezu wirken aber die heutigen Werbemethoden kontraproduktiv. Deshalb haben sich die verschiedenen Verbände mit Petitionen beim Nationalrat gemeldet. 1976 wurden in der

Schweiz die Aufwendungen für Tabakreklamen mit 80 Millionen Franken und für Alkoholika mit 40 Millionen Franken eingesetzt. Wenn sich diese Ausgaben nicht bezahlt machen würden, würde der Handel sicher nicht so grosse Reklamesummen einsetzen. Anerkennen wollen wir, dass aufgrund des geltenden Rechts die Suchtmittelreklame in Kinderbüchern, bei den PTT, auch in einigen Gemeinden auf öffentlichem Grund und entlang den Autobahnen, dazu in Radio und Fernsehen jegliche Reklame für Alkoholika und Raucherwaren heute schon verboten ist.

In andern Staaten ist man diesbezüglich aber noch um einiges fortschrittlicher als in der Schweiz. Suchtmittelreklame ist verboten oder doch stark eingeschränkt in Norwegen, Schweden, Finnland, Island, Ungarn, Italien, Frankreich, der Bundesrepublik, in Spanien, Irland, Grossbritannien, den Niederlanden und in den USA.

Der Europarat empfiehlt ein diesbezügliches Verbot bzw. eine Einschränkung.

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfiehlt ebenfalls eine Beschränkung der Suchtmittelreklame. Der Schweizer Vertreter hat dort auch zugestimmt.

1975 stellte eine repräsentative Umfrage der SGJ-Gruppe «Alternative» in Basel und Umgebung fest, dass 73 Prozent der Befragten ein Verbot der heutigen Suchtmittelreklame wünschen. Sicher unterstützt die Mehrzahl des Schweizer Volkes alle solchen Massnahmen zum Schutz der Jugend. Freilich ist ein Verbot der Suchtmittelreklame als isolierte Massnahme zu betrachten. Es möchte die andern – bestehenden und geplanten – Bemühungen des Bundes, der Kantone, der Gemeinden und Privater, die Suchterkrankungen auf ein Minimum zu beschränken, hilfreich unterstützen.

Die in letzter Zeit gemachten Erfahrungen haben aber deutlich gezeigt, dass unser Volk nicht noch mehr Staat will; aber es ist Aufgabe der Öffentlichkeit, zu informieren, aufzuklären, um Missbräuche möglichst zu verhindern. Mit Verboten allein ist das freilich nicht zu erreichen, weil sie ja immer umgangen werden können. Drogeninserate zum Beispiel dürfen keine gemacht werden, und doch nimmt der Drogenkonsum ständig zu. Dagegen kann positiv aufklärende Erziehungsarbeit einflussreiche Wirkung tun. Andererseits müssen Erzieher und Fürsorger wiederum feststellen, dass ihre Aufklärungsarbeit, die sie zu Hause und im Unterrichtszimmer tun, dann auf den öffentlichen Plätzen durch die Reklamen arg beeinträchtigt wird.

Der Bundesrat seinerseits ist der Meinung, dass eine wirklich realisierbare Massnahme auf Verfassungsebene, wie es die Initianten wünschen, kaum zu verwirklichen ist. Dagegen möchte er auf Gesetzes- und Verordnungsebene den Wünschen der Jung-Guttempler möglichst weit entgegenkommen. Er verzichtet deshalb auf einen Gegenvorschlag zur Initiative. Als erste Massnahme sieht er die Ergänzung von Artikel 420 der Lebensmittelverordnung vor, welche eine Warnaufschrift auf den Packungen der Zigaretten und eine Einschränkung der Werbung zum Schutze Minderjähriger vorsieht.

Unsere Frage an den Bundesrat: Wann wird diese versprochene Verordnung erlassen?

Als zweite Massnahme soll in der nächsten Legislatur das revidierte Alkoholgesetz endlich vorgelegt werden. Dort soll vor allem das Verbot der Schnapsreklame zum Schutze der Minderjährigen stipuliert werden.

Schliesslich soll ein Präventivgesetz, in welchem Drogen, Alkohol und Tabak miteinbezogen sind, ausgearbeitet werden. Auch hier stellt sich die ganz konkrete Frage an den Bundesrat: Wann kann mit der Inkraftsetzung dieses Gesetzes gerechnet werden?

In unserer Kommissionssitzung vom 29. Mai reichte Kollegin Madame Girard einen Gegenvorschlag zur Initiative ein, zog diesen aber nach gewalteter Diskussion und unter dem Eindruck der bundesrätlichen Zusicherung, dass mit der Suchtmittelbekämpfung im ganzen Lande wirklich ernst gemacht werden soll, zurück. In der Erwartung, dass die Initianten, die mit ihrer eindrücklichen Unterschriften-

zahl ihr wertvolles volksgesundheitliches Anliegen ein wesentliches Stück auf Bundesebene haben fördern können, ihre Initiative vor der Volksabstimmung zurückziehen werden, schlägt Ihnen Ihre Kommission mit 14 zu 0 Stimmen bei 4 Enthaltungen vor, die Initiative sei Volk und Ständen ohne Gegenvorschlag zur Verwerfung zu empfehlen.

M. Mugny, rapporteur: L'initiative dont nous nous occupons maintenant présente d'emblée un aspect sympathique. Il faut en effet reconnaître que l'abus du tabac et de l'alcool, dans notre pays comme dans d'autres pays, n'est pas sans causer des inquiétudes, comme le rappelle le message. Ces problèmes touchent la santé: incontestablement, un certain nombre de cancers sont dus à l'abus du tabac. Ils touchent aussi le secteur économique: le coût des traitements dus à ces abus, le coût des accidents et de leurs conséquences – invalidités, décès prématurés – dus à l'abus de l'alcool au volant. Je ne parle pas de ceux qui abusent longuement de l'alcool et du tabac et qui perdent progressivement quelques-unes de leurs qualités humaines.

La question est de savoir ce qu'il faut faire. Il est impossible d'interdire la consommation du tabac et de l'alcool. Les pays qui l'ont essayé, comme les Etats-Unis pendant la prohibition, ont dû se rendre à l'évidence que ce sont des mesures inapplicables.

On peut se demander si la loi peut imposer une règle morale, une règle de conduite qui soit appliquée par l'opinion publique même si elle est en contradiction avec l'état des mœurs à un moment donné. Il faut reconnaître aussi qu'il y a une différence entre la drogue, qui est un mal en soi, et le tabac et l'alcool dont il faut éliminer les abus. Mais comment définir un abus, où commence-t-il, où finit-il? Ce sont des problèmes évidemment difficiles à résoudre.

Aussi, puisque nous ne pouvons pas interdire la consommation du tabac et de l'alcool, interdisons au moins la publicité pour ces produits, se sont dit les Jeunes Bons-Templiers, car incontestablement la publicité est un moyen d'augmenter la consommation, sinon personne ne ferait de publicité.

Dès lors, la question est posée: l'interdiction de la publicité permettra-t-elle de diminuer la consommation de tabac et d'alcool? Existe-t-il d'autres moyens plus efficaces que l'initiative et si oui quels moyens et comment les mettre en action? Ce qui est important, c'est d'éviter la publicité auprès des jeunes. Examinons les inconvénients qui résulteraient de l'interdiction de la publicité. Nous vivons en Suisse dans un petit pays qui importe beaucoup de journaux et de revues étrangères. Ces journaux et ces revues contiennent de la publicité pour l'alcool et pour le tabac. Il faudrait donc les interdire, fermer les frontières à toutes ces revues parce qu'il serait évidemment impossible d'obliger ces revues et ces journaux à éliminer la publicité concernant le tabac et l'alcool. La difficulté pratique d'application existe donc.

On sait que la publicité prend souvent des formes extrêmement subtiles, au cinéma par exemple. Il suffit de montrer certains acteurs fumant ou présentant quelques paquets de cigarettes pour dire que c'est de la publicité. Il faudrait à ce moment-là supprimer tous ces passages dans les films. On sait aussi que la publicité revêt des formes très complexes, les fabricants suisses de tabac ou d'alcool pourraient par exemple faire paraître leur publicité dans les journaux étrangers ou dans les émissions de télévision étrangère, ce qui n'est pas exclu. Nous avons interdit, dans nos programmes de télévision, la publicité pour l'alcool et le tabac. Une autre difficulté serait le coût de l'opération. Il faudrait des fonctionnaires, des agents de police qui, dans l'exercice de leur métier, risqueraient des critiques, des contestations, voire des procès.

Je crois qu'il faut ôter cette idée de l'esprit: on n'avancera guère, dans cette direction, en promulguant des interdictions. La loi ne peut pas tout faire et par conséquent il

vaut mieux chercher d'autres formules et d'autres solutions. C'est la raison pour laquelle le Conseil fédéral et votre commission ne vous proposent pas de contre-projet. Les difficultés seraient les mêmes dans le cas du contre-projet qu'avec l'initiative.

Il faut bien reconnaître que l'interdiction de la publicité ne changerait pas grand-chose à la situation actuelle. Les fumeurs continueraient de fumer et ceux qui malheureusement font un abus de l'alcool continueraient de boire. Peut-être peut-on espérer qu'il y aurait un changement pour les fumeurs en puissance et les futurs consommateurs d'alcool.

Votre commission pense qu'il est difficile de faire le bonheur des gens malgré eux et elle a relevé que les fabricants de cigarettes et les producteurs de vin se sont imposé une certaine discipline pour limiter la publicité. Elle a reconnu aussi l'activité efficace et bienfaisante des sociétés antialcooliques comme la Croix bleue, la Croix d'or, les Bons-Templiers.

Voyons quelles sont les mesures positives que votre commission vous propose avec le Conseil fédéral. Il faut d'abord reconnaître que les dispositions constitutionnelles actuelles seraient suffisantes pour publier une loi interdisant la publicité sur l'alcool et le tabac si on le voulait. Le problème est à l'étude.

Tout d'abord, la révision de l'article 420 de l'ordonnance sur les denrées alimentaires. Cette révision permettra la déclaration obligatoire des composants des cigarettes. Il est important de connaître la quantité de goudron et de nicotine contenue dans les cigarettes. Ensuite, une déclaration sera imposée sur les paquets de tabac. Elle aura probablement la teneur suivante: «Fumer peut nuire à votre santé.» C'est la seconde proposition. D'autres dispositions viseront à limiter, voire interdire, la publicité qui s'adresse spécialement aux jeunes.

Pour l'alcool, la révision de la loi sur l'alcool est en cours. Le projet à l'examen au Département fédéral des finances permettrait, dans ses nouvelles dispositions, d'éviter ou en tout cas de limiter la publicité non objective pour les eaux-de-vie. Ce que votre commission et le Conseil fédéral proposent de plus, c'est de prendre des mesures positives, efficaces, des mesures qui permettraient par exemple une information beaucoup mieux faite sur les conséquences fâcheuses de l'abus de l'alcool et du tabac. C'est de mettre au point la collaboration des cantons pour avoir une dynamique beaucoup plus grande, éventuellement pousser la recherche dans ce domaine, la recherche médicale en particulier. Enfin, élaborer une loi favorisant les mesures préventives concernant les abus de l'alcool et du tabac. Vous voyez donc que des propositions sont à l'étude. Ce qui est maintenant nécessaire, c'est que le Conseil fédéral arrive bientôt avec des propositions concrètes, et nous attendons, la commission l'a déclaré expressément, que les travaux en cours soient accélérés et que notre conseil puisse prendre des mesures efficaces.

J'aimerais terminer en vous disant que la commission par 14 voix contre zéro et quelques abstentions vous propose, selon le projet du Conseil fédéral, de recommander au peuple le rejet de l'initiative sans contre-projet parce que, à notre avis, l'initiative n'est pas propre à remplir les buts qu'elle poursuit.

Enfin je vous rappellerai un petit proverbe qui, je crois, est d'un sage chinois – je ne voudrais pas dire que c'est une chinoiserie – mais il me semble que c'est vrai, ce proverbe dit que la vertu est comme le plaisir, il vaut mieux ne pas trop en abuser.

Dürren: Im April 1976 wurde die vorerwähnte Initiative mit dem Reklameverbot für Raucherwaren und alkoholische Getränke deponiert. Der Bundesrat beantragt uns in seiner Botschaft vom März 1978, diese Volksinitiative ohne Gegenvorschlag abzulehnen. Die Argumentationsweise des Bundesrates, die Kürze und bisweilen fast widersprechende Art vermag nicht durchwegs zu überzeugen und bedarf

einiger Klärungen. Der Hintergrund, die Vorgeschichte und die hängigen Vorstösse müssen deshalb auch mitbetrachtet werden. Bestrebungen zur Bekämpfung der Suchtmittelreklame sind schon seit längerer Zeit im Gange. Der letzte Geschäftsbericht aus dem Jahre 1977 gibt uns hierüber ausführlich Auskunft.

Die Postulate: Bekämpfung des Alkoholismus, Einschränkung des Handels mit gebrannten Wassern und Massnahmen zur Verminderung des Konsums von Spirituosen haben zur Revision des fünften Abschnittes des Alkoholgesetzes geführt.

Am 9. November wurde ein Vernehmlassungsverfahren eröffnet, nachdem sich zuvor eine Expertengruppe in einem ausführlichen Bericht zum Spirituosenhandel auseinandergesetzt hatte. Aufgrund dieses Vernehmlassungsverfahrens wurde ein Botschaftsentwurf erarbeitet, der allerdings nicht weiterverfolgt wurde. Im Jahresbericht der Alkoholverwaltung wird dazu ausgeführt: «Die Botschaft betreffend die Aenderung des fünften Abschnittes des Alkoholgesetzes über den Handel mit gebrannten Wassern zu Trinkzwecken wurde fertiggestellt und dem Bundesrat zugeleitet. Dieser beschloss jedoch, die Vorlage bis auf weiteres zurückzustellen, weil sie nach den Richtlinien über die Regierungspolitik nicht unter den Prioritätsgeschäften aufgeführt ist.»

In der heute vorliegenden Botschaft zur Volksinitiative wird auf diese Gesetzesänderung hingewiesen. Der Bundesrat will aber offenbar auch in diesem Zusammenhang nicht auf seinen Beschluss zurückkommen, und die Revision wird weiterhin verzögert.

Noch weit zahlreicher sind jene Vorstösse, die eine Einschränkung der Tabakwerbung fordern, zum Beispiel Eindämmung des Zigarettenrauchens, Zigarettenreklame, Fachstelle für Raucherwaren, Krebswarnung auf Zigarettenverpackung, Gesundheitsvorsorge und so weiter. Sie alle werden vom Bundesrat entgegengenommen, immer mit viel Verständnis für die Notwendigkeit, ohne dass in den letzten Jahren eine spürbare Beschleunigung der Gesetzgebungsvorhaben in diesem Bereich zu verzeichnen gewesen wäre.

So führte Bundesrat Tschudi am 20. Dezember 1972 anlässlich der Stellungnahme zur Motion Oehen aus: «Artikel 420 der Lebensmittelverordnung, welche den Tabak betrifft, wird gegenwärtig revidiert. Eine Arbeitsgruppe der Eidgenössischen Ernährungscommission hat einen Vorentwurf ausgearbeitet, der als Unterlage für die kommenden Beratungen dient, der weitgehende Einschränkungen der Reklame vorsieht. Dieser Vorentwurf wird nun dem Bundesrat unterbreitet. Der Bundesrat wird zweifellos beschliessen, das übliche Vernehmlassungsverfahren durchzuführen. Dieses kann Anfang nächsten Jahres eingeleitet werden. Vorschläge für eine entsprechende Einschränkung der Alkoholreklame, ebenfalls aufgrund der Lebensmittelverordnung, sollten demnächst formuliert werden.»

Weniger verbindlich tönte es anlässlich der Beantwortung einer Motion Reich, in der der Bundesrat ausführte: «... dass wir jetzt schon daran sind, im Zusammenhang mit der Lebensmittelgesetzgebung die Frage der Reklame für Tabakwaren vor allem gegenüber Jugendlichen einer gründlichen Prüfung zu unterziehen. In dieser Hinsicht wurden schon wiederholt Vorstösse unternommen, und seitens meines Vorgängers wurden Vorschläge unterbreitet, die dann aber wegen der Komplexität des ganzen Problems nicht weiterverfolgt werden konnten. Ich denke etwa an die Interessen, die seitens der Zeitungsverleger in diesem Zusammenhang geltend gemacht werden. Wir sind jedoch bestrebt, eine Lösung – wahrscheinlich auf dem Verordnungsweg – zu finden.»

Ein Postulat Renschler, Alkohol- und Tabakmissbrauch, wird ohne Stellungnahme des Bundesrates überwiesen. In der Begründung macht Renschler ausdrücklich darauf aufmerksam, dass angesichts der lancierten Initiative der Guttempler eine rasche Inkraftsetzung der angekündigten Massnahmen sich aufdränge.

Die sehr knapp gehaltene Botschaft gibt wenig Aufschluss einerseits über konkrete weitere Schritte und andererseits über den gesamten angeschnittenen Problembereich. Wir haben heute die notwendigen verfassungsmässigen Grundlagen, um den Initianten teilweise entgegenzukommen. Erkundigungen haben ergeben, dass die Revision der Lebensmittelverordnung mit der Werbebeschränkung beschlussreif wäre, dass aber der Zeitpunkt eines Beschlusses noch nicht fixiert ist.

Das Schicksal der Revision des Alkoholgesetzes (das ausserdem ohnehin nur die gebrannten Wassern umfassen würde) habe ich bereits kurz erwähnt. Es besteht weiterhin Unklarheit, und der Bundesrat zeigt von sich aus wenig Interesse, diese Vorlage noch in der laufenden Legislaturperiode einzubringen.

Das Präventivgesetz gegen Suchtkrankheiten, das unter anderem auch durch eine Motion Meyer Helen angeregt wurde, ruht noch im Dunkeln. Es werden wenig Angaben über einen möglichen Inhalt gemacht, und insbesondere ist der Zeitpunkt des Inkrafttretens noch in weiter Ferne, obschon dieses Gesetz die Koordination in den Kantonen, die Information zur Gesundheitserziehung, die Antiwerbung und anderes mehr beinhalten sollte.

Das alleinige Werbeverbot ohne flankierende Massnahmen nützt wenig. Die Prävention, die Erziehung zum korrekten Trink- und Raucherverhalten, ist unumgänglich. Wenn wir die Entscheidungskriterien unter die Lupe nehmen, ersehen wir, dass der Bundesrat das Volksbegehren unter Hinweis auf das Verhältnismässigkeitsprinzip, die wirtschaftlichen Auswirkungen und die Vollzugsschwierigkeiten ablehnt. Dieser Argumentation stimmen wir teilweise zu, wohlwissend, dass die Tabak- und Alkoholindustrie als vorzügliche Fiskalobjekte, als Garant von über 10 000 bis 15 000 Arbeitsplätzen und sicheren Familieneinkommen einerseits, der Hebung der Volksgesundheit und der Bekämpfung der Suchtmittel und deren Auswirkungen andererseits gegenübersteht.

Indessen fehlt eine präzise Aussage zum Problem, inwiefern zwischen Suchtmittelwerbung und Sucht beziehungsweise Suchtmittelschäden ein Zusammenhang besteht. Der Bundesrat führt aus, dass zwar wahrscheinlich ein Zusammenhang zwischen Reklame und Verbrauch besteht, dass aber auch die gegenteilige Meinung vertreten wird (siehe Botschaft S. 9). Diese gleiche Aussage wurde schon im Bericht des Eidgenössischen Finanz- und Zolldepartements zum Entwurf der Expertenkommission über die Revision des Alkoholgesetzes gemacht.

Wenn der Bundesrat in seiner Beurteilung schon den Grundsatz der Verhältnismässigkeit anruft, müsste er immerhin ausführen, was zueinander in einem angemessenen Verhältnis stehen müsste. So kommt es nämlich nicht auf dasselbe heraus, ob man Reklamebeschränkungen im Verhältnis zur Handels- und Gewerbefreiheit sieht oder aber ob man sie im Verhältnis zu den dadurch verminderten sozialen und gesellschaftlichen Schäden betrachtet. Auf der andern Seite ist immerhin anzunehmen, dass die Suchtmittelwerbung nicht gar so unwirksam ist, wie das etwa von der Werbebranche behauptet wird, sondern dass nur für eine wirksame Werbung darart immense Summen eingesetzt werden. Die Reklame hat sicher das Ziel, den Konsum zu fördern oder zumindest zu stabilisieren und leistet dem Missbrauch vielleicht dann Vorschub, wenn vor allem der Neukonsum, die Jugend in der Entwicklungsphase, als Zielpublikum anvisiert wird.

Man muss allerdings hier der schweizerischen Werbewirtschaft anerkennen, dass sie Selbstkontrollen mit selbstdisziplinärem Charakter eingeführt hat und bestrebt ist, die internationalen Richtlinien und damit das Werbeverbot bei Jugendlichen einzuhalten und nicht zum Missbrauch anzuleiten. Inwieweit die fehlende Reklame zum Minderkonsum von Suchtmitteln beiträgt, steht zurzeit noch nicht fest, und es stellt sich hier die Frage, ob die Materie nicht am besten und zweckmässigsten in einem allgemeinen Reklamegesetz geordnet werden sollte.

Im Zeitpunkt der Diskussion um Kostendämpfung im Gesundheitswesen könnte es durchaus lohnend sein, auch einmal die Sucht-Kosten etwas näher zu betrachten. Die Eidgenössische Kommission gegen den Alkoholismus schätzt die volkswirtschaftlichen Kosten des Alkoholkonsums auf etwa 1,5 Milliarden Franken, und die sozialen Kosten sollen sich auf rund 850 Millionen belaufen. Nach einer derartigen Vorgeschichte und in Anbetracht der mangelhaften Entscheidungsgrundlagen zum Zusammenhang Werbung/Sucht tönt es nicht gerade verheissungsvoll, wenn der Bundesrat im Hinblick auf die «indirekten Gegenvorschläge» die Ablehnung empfiehlt. Wenn er am Schluss der Botschaft gar ausführt, die grosse Bedeutung der Suchtmittelbekämpfung verkenne er nicht. Wie die bisherigen und beabsichtigten Massnahmen beweisen, wirkt dies nicht sehr überzeugend.

Im Aktionsprogramm 1975 fordert unsere Partei: «Eine umfassende Gesundheitsvorsorge erfordert schliesslich auch zielstrebige Massnahmen... zur Eindämmung des zunehmenden Alkohol-, Nikotin- und Drogenkonsums, der die Volksgesundheit in erheblicher Weise schädigt und immense soziale Kosten verursacht...».

Ablehnung der Initiative und Zuwarten dürften deshalb wohl der schlechteste Weg sein. Andererseits ist ein Reklameverbot in der vorgesehenen Form ein zu schwerwiegender Einschnitt. Es ginge deshalb darum, massvolle Lösungen zu suchen, wobei der vom Bundesrat aufgezeichnete Weg durchaus gangbar sein dürfte, sofern er wirklich beschritten werden sollte. Der Guttempler-Jugend müssen wir für die Initiative fast dankbar sein, denn sie hat den Bundesrat zum Handeln veranlasst und uns für diese Probleme noch mehr sensibilisiert. Die indirekten Vorschläge müssen als solche erkennbar sein und wirksam werden, ein Inaussichtstellen allein genügt nicht. Dies vor allem aus taktischen Gründen, weil man in einer späteren eventuellen Abstimmungsphase in einer derart wichtigen Sache nicht mit leeren Händen dastehen darf. Ausserdem ist doch das Instrument der Initiative in einem gewissen Sinne dazu da, Neuerungen zu provozieren, deren Dringlichkeit ohne Initiative offenbar nicht oder mit ungenügender Gewichtung erkannt wird.

Obwohl die ungenügenden Entscheidungsgrundlagen zum Problem der Suchtmittelwerbung erst geschaffen werden müssten, kann nicht auf das Vorliegen eines entsprechenden Berichtes gewartet werden. Vielmehr ist zusammen mit der beschleunigten Gesetzgebung im vorgezeichneten Rahmen die Grundlagenarbeit zu leisten, um in einem späteren Zeitpunkt zu erkennen, ob eine verschärfte Reklamebeschränkung notwendig und zur Eindämmung der Suchtkrankheit wirksam wäre.

Die Initiative beinhaltet die Rückzugsklausel; wir sind uns der offenen, partnerschaftlichen Haltung der Initianten bewusst und glauben, dass der Bundesrat mit entscheidenden Schritten entgegenkommen kann und dass die Initianten von einem Volksentscheid absehen würden.

Namens unserer Fraktion lehnen wir die Initiative in der vorliegenden Form ab und damit auch den Antrag von Frau Deneys, der sich mit der Initiative deckt. In gleicher Weise beantragen wir zum gegenwärtigen Zeitpunkt den Antrag Ammann, der zwar der Kommission nicht vorlag, abzulehnen. Frau Girard hat in der Kommission einen ähnlich lautenden Gegenvorschlag eingebracht und diesen nach den Beratungen aufgrund einiger Zusicherungen zurückgezogen.

Wenn wir zwar den Antrag des Bundesrates, den die Kommission mit 14 zu 0 Stimmen unterstützte, gegenwärtig gutheissen, kommen wir nicht umhin, vom Bundesrat eine raschere Gangart zu verlangen und wir wünschen klare Stellungnahmen zu folgenden Punkten, bevor wir diese in Motionsform unterbreiten müssen. Im Kampf gegen ein weiteres Umsichgreifen der Suchtmittel Alkohol und Tabak wird deshalb der Bundesrat ersucht:

1. Unverzüglich und ungeachtet einer Prioritätenliste, die schon längst vorbereitete Revision des 5. Abschnittes des

Alkoholgesetzes noch in dieser Legislaturperiode vor das Parlament zu bringen.

2. Unverzüglich Beschluss zu fassen über die Revisionsvorlage zur Aenderung von Artikel 420 der Lebensmittelverordnung, die schon seit einiger Zeit in allen Einzelheiten beschlussreif vorbereitet ist und ein wirksames Mittel zur Bekämpfung der Tabakwerbung darstellt.

3. Die Vorarbeiten für das Präventivgesetz raschestmöglich zum Abschluss zu bringen und dem Parlament eine entsprechende Botschaft zuzuleiten.

4. Die Möglichkeiten von Werbebeschränkungen für nicht-gebrannte alkoholische Getränke über den Weg der Lebensmittelverordnung zu prüfen.

In diesem Sinne sind wir für Eintreten.

Bretscher: Die Fraktion der SVP schliesst sich dem Antrag des Bundesrates auf Verwerfung der Volksinitiative an. Wir anerkennen den guten Willen der Initianten und möchten wünschen, dass auch ohne Verbote die Reklamen für Tabak und Alkohol sich mässigen würden. Wir haben in der letzten Zeit aber erfahren, dass unser Volk eine Abneigung hat gegen Vorlagen, die Verbote und Einschränkungs-massnahmen bringen. Dies würde ganz besonders auch unsere Presse treffen, haben wir doch gehört, dass allein die Tabakindustrie jährlich über 30 Millionen Franken für Reklame ausgibt. Dabei ist allerdings festzustellen, dass die kleinen Zeitungen davon bedeutend weniger profitieren als zum Beispiel die Illustrierten oder die grossen Tageszeitungen. Andererseits würden wir bei einem Verbot in unserem Land einfach vom Ausland her massiv mit Druckerzeugnissen überschwemmt, was wir nicht verhindern könnten. Bei uns ist ja bereits zu Recht bei Radio und Fernsehen ein Reklameverbot für Suchtmittel statuiert. Man könnte dies auch noch auf alle öffentlichen Bauten und Einrichtungen, wie zum Beispiel Plakate in den Bahnhöfen, ausdehnen. Ein allgemeines Verbot wäre aber bei unserm Stimmvolk kaum durchzubringen. Wir müssen in dieser Angelegenheit an die Eltern und auch an die Lehrkräfte der Schulen appellieren, vermehrt aufklärend zu wirken, um die Schlagwörter der Suchtmittel-Reklame zu entkräften.

Wir sind uns alle einig, dass dem Missbrauch von Alkohol und Tabak entgegengesteuert werden muss; ganz verbieten möchte ich aber weder Alkohol noch Tabak, sondern wünschen, dass alle Konsumenten mehr masshalten würden. Wir haben schliesslich unsere Weinberge, wir pflanzen auch in bescheidenem Rahmen Tabak an. Diese Produkte könnten wir ohne oder dann mit sehr bescheidener Reklame verkaufen. Weit mehr wird aber importiert, und hier könnte man mit vermehrten Zollmassnahmen wirkungsvoll eine Einschränkung im Konsum von Alkohol und Tabak machen.

Abschliessend möchte ich nochmals erwähnen, dass unsere Fraktion den guten Willen der Initianten schätzt, aber ein generelles Reklameverbot als untaugliches Mittel betrachtet und dem Bundesrat zustimmt, ohne Gegenvorschlag die Initiative abzulehnen.

Mme Deneys: Je signale que j'exposerai en même temps la position de la majorité du groupe socialiste et la proposition que j'ai faite d'appuyer l'initiative. Je ferai remarquer que nous avons le temps puisque le match, qui est aussi un de ces produits qui engendrent la dépendance, se termine seulement à 19 h 10. (*Rires*)

Le groupe socialiste attache une importance particulière à l'initiative déposée par les jeunes Bons-Templiers, parce que le problème qu'elle pose relève plus ou moins directement d'une des interrogations majeures de notre société. Jusqu'où s'étend le cercle de la responsabilité et de la liberté individuelle? Jusqu'où s'étend la responsabilité des entreprises? Sont-elles vraiment en mesure de l'assumer dans une économie de marché qui sanctionne durement l'échec financier? Jusqu'où s'étend le cercle de la responsabilité collective, sociale, politique, celle que nous devrions, ici, dans ce Parlement, prendre à notre charge?

Nous constatons, comme dans bien d'autres cas de la vie, que les forces respectives des différents protagonistes, individus – et il peut s'agir ici d'enfants et d'adolescents – entreprises plus ou moins activement constituées en groupes de pression, collectivités publiques qui enregistrent, dans des comptes bien différents, les profits réalisés sur le tabac et l'alcool et les pertes dues à leur consommation. Les forces donc de ces différentes entités sont fondamentalement inégales. Il faut s'en souvenir, lorsqu'on évoque l'individu – la famille ou l'école, dont on reconnaît si volontiers le rôle fondamental qu'elles ont à jouer dans la formation du sens des responsabilités – ne disposent d'aucun moyen de défense face à la toute-puissance de la publicité. J'entends si souvent des personnes bien intentionnées se répandre en lamentations sur la famille ou l'école qui ne sont plus ce qu'elles devraient être, que je tiens à attirer votre attention sur les possibilités réelles d'agir qu'ont l'une et l'autre, quand les enfants, très tôt utilisés comme supports publicitaires, sont constamment modelés, sollicités, motivés en vue de la consommation. Que croyez-vous que puisse réellement faire la maîtresse d'école, qui dispose, au mieux, de quelques images vieillottes et austères, montrant bien mal les effets du tabagisme sur l'organisme humain, alors que tous les enfants voient, étalées sur les murs, en pleine page dans les magazines illustrés qu'ils aiment tant, de «géniales» photos associant la jeunesse, la santé, la joie de vivre, le bonheur, le déassement, le bien-être, l'aventure, à l'acte de fumer. Le libre-choix de l'individu suppose, au préalable, une information complète, fondée sur des éléments d'appréciation identiques. Eh bien, j'affirme que la pomme des 10 heures, prise en charge par plusieurs cantons, sur la part de la dime de l'alcool qu'ils sont censés consacrer à la prévention, ne fait vraiment pas le poids, et je dis aussi que les montants consacrés à la prévention sont dérisoires en face des montants destinés à inciter à la consommation d'alcool ou de tabac. Seule serait valable l'information objective, raisonnable. En termes économiques, on devrait admettre qu'il s'agit de domaines où l'offre ne doit pas susciter la demande.

Avant d'aborder la critique du message du Conseil fédéral, je tiens à attirer votre attention sur un point encore. En effet, le problème soulevé par les initiants est un de ceux qui dérangent parce qu'il met en cause des normes sociales et des comportements individuels qui traduisent une plus ou moins bonne adaptation à ces normes. Offrir une cigarette, partager trois décis ou un demi, boire ensemble une bière, sont des gestes de fraternité, d'autant plus importants, d'autant plus valorisés qu'ils sont rares en bien d'autres domaines. C'est encore plus vrai pour les jeunes qui voient là un symbole d'affranchissement et d'intégration au monde des adultes. Celui qui quémande une cigarette réclame aussi un geste d'amitié, celui qui a besoin d'un verre d'alcool pour se sentir bien dans sa peau, admis, accepté par les autres, manifeste aussi une forme de désarroi caractéristique de nos rapports sociaux.

C'est pourquoi le problème de l'alcoolisme et du tabagisme est difficile à appréhender sur le plan objectif. Peu de gens admettent qu'ils sont des alcooliques. On est prêt aussi bien à les excuser qu'à rire de ceux qui ne boivent pas. Ou encore, on se réfugie derrière des idées toutes faites, des stéréotypes aussi surprenants qu'infondés. Un exemple: dans la commission, un des membres a laissé entendre qu'accepter la proposition du Conseil fédéral marquerait un geste de solidarité avec «nos amis romands». Faut-il dire que les Romands, la plupart d'entre eux en tout cas, attendent bien autre chose de la solidarité confédérale ou bien faut-il faire remarquer que l'alcoolisme est un fléau suffisamment répandu dans l'ensemble du pays pour que l'on s'abstienne d'en faire encore une caractéristique romande?

Venons-en au message du Conseil fédéral. Personne ne conteste la gravité de la dépendance à l'égard de l'alcool et du tabac. Personne ne conteste que l'accroissement de la consommation moyenne augmente aussi sensiblement

que le nombre des personnes qui deviennent dépendantes. Les chiffres sont là pour traduire en francs, dans le cas du tabagisme, les décès prématurés dus aux cancers bronchopulmonaires, aux maladies coronariennes, aux bronchites chroniques, les risques accrus d'ulcère à l'estomac, les réels dangers pour la femme enceinte et son enfant; dans le cas de l'alcoolisme, les journées de travail perdues, les accidents de la circulation, les délits commis en état d'ébriété, les risques accrus en cas de maladie, la perturbation irréversible des facultés intellectuelles et psychiques. Il faudrait dire encore les drames familiaux, les violences exercées sur les femmes ou les enfants, les difficultés matérielles incessantes, les divorces, les chocs psychologiques et affectifs dont souffrent inévitablement les personnes en cause. Pour certains d'entre vous, ce sont là sans doute des mots, comme il s'en prononce tant ici. Permettez-moi de dire que je sais très concrètement de quoi je parle et c'est pourquoi je m'arrête là. Simplement, les statistiques ne rendent pas compte de cette réalité.

D'ailleurs le Conseil fédéral ne conteste pas cette analyse. Ses conclusions sur ce point rejoignent les nôtres. C'est sur les moyens à mettre en œuvre pour porter remède, dans toute la mesure du possible, au coût social élevé de l'alcoolisme et du tabagisme, que nous aboutissons à une complète divergence. Pour justifier le rejet de l'initiative, le Conseil fédéral laisse entendre que la publicité n'aurait qu'une influence très limitée, voire nulle sur la consommation. Sa suppression n'aurait donc, en aucun cas, l'effet escompté. Il est bien clair, et les initiants en sont conscients comme nous, que la publicité est un des facteurs parmi d'autres qui incitent à la consommation. Mais il serait surprenant que les entreprises concernées consacrent des millions de francs – même s'ils sont payés par les consommateurs – dans le seul but d'aider la presse. D'autre part, si la publicité n'a pas, ou presque pas, d'effets, pourquoi l'a-t-on interdite pour un certain nombre de produits? Pourquoi l'a-t-on interdite en ce qui concerne les boissons alcooliques et les produits pour fumeurs à la télévision? Pourquoi interdit-on la réclame qui s'adresse manifestement aux mineurs? Pourquoi envisage-t-on, dans la révision du chapitre V de la loi sur l'alcool, d'interdire la réclame «non objective» et celle qui s'adresse aux jeunes gens?

Mais il est parfaitement illusoire de croire qu'on peut protéger une petite partie de la population des atteintes de la publicité, parce que la publicité est omniprésente aujourd'hui. L'éducation sanitaire en laquelle le Conseil fédéral met beaucoup d'espoir pour prévenir les toxicomanies constitue certainement un aspect fondamental de la lutte qu'il faudrait mener. Mais nous sommes sans illusion encore. Nous savons bien que les moyens financiers qu'on y consacrerait seront toujours chichement mesurés parce qu'ils dépendent des collectivités publiques qui ne s'estiment plus en mesure – l'a-t-on assez répété aujourd'hui – d'assumer de nouvelles charges.

Le réalisme politique m'oblige à dire que certains bureaux du Palais fédéral sont pavés de bonnes intentions. On pourra aussi se demander, par ailleurs, pourquoi la collectivité devrait assumer à la fois le coût social de l'alcoolisme et du tabagisme, et en plus, prendre à sa charge la contre-information rendue nécessaire par une publicité qui vise surtout à accroître le profit d'entreprises privées. Serait-il impossible de concevoir une taxe sur la publicité qui permettrait de financer la contre-information indispensable?

Pour nous, il n'y a pas d'autres solutions que d'interdire en principe toute publicité pour les produits qui engendrent la dépendance, même s'il s'agit là d'une mesure parmi d'autres.

Le deuxième type d'arguments du Conseil fédéral a trait à la situation économique et financière. La diminution, qu'il conteste par ailleurs, de la consommation d'alcool et de tabac, porterait préjudice à l'emploi dans les arts graphiques, à l'agriculture et à la viticulture, aux assurances sociales, notamment. Sur le premier point, il faut mention-

ner que les emplois supprimés dans les arts graphiques n'ont pas jusqu'ici soulevé l'émotion du Conseil fédéral et nous savons pourtant qu'il y en a eu beaucoup. Si l'on poursuit son raisonnement, pourquoi ne pas craindre aussi que des emplois de travailleurs sociaux, d'avocats, d'infirmiers ou d'infirmières, de médecins ne soient menacés? Pourquoi ne dirait-on pas aussi que nous tenons à avoir des tribunaux occupés, des hôpitaux pleins, des maisons de rééducation en pleine activité, des garagistes et des carrossiers occupés 24 heures sur 24, par exemple? Nous nous opposons à une conception aussi fallacieuse qu'aberrante du produit national brut calculé de cette manière. Nous savons bien que, dans un certain nombre d'activités, il ne s'agit finalement que de recoller les pots cassés.

Quant à l'agriculture et à la viticulture, je ferai remarquer d'abord qu'aucune région de la Suisse n'a tout naturellement la vocation de la culture du tabac. Pour avoir travaillé dans une fabrique de cigarettes, je sais que le tabac produit en Suisse doit être soigneusement mélangé à des tabacs importés, et encore en petites quantités, pour assurer une qualité convenable au produit fini. Les entreprises suisses sont obligées de le prendre en charge. Les terres consacrées à la culture du tabac conviendraient objectivement mieux à d'autres cultures et personne n'aurait rien à y perdre, même pas la Confédération qui cesserait de subventionner une production de qualité et de quantité si aléatoires.

Pour ce qui est de l'agriculture et de la viticulture, je rappellerai aussi qu'une grande part de la publicité incite à la consommation d'alcools importés. Ensuite, je tiens pour certain qu'un vin de bonne qualité, par exemple, n'a pas besoin de support publicitaire. Il se fait lui-même sa propre réclame. Enfin si, comme on le pense, la consommation d'alcool ne diminue pas dans une très importante proportion, ni la viticulture, ni l'agriculture suisses ne seront sérieusement touchées.

Troisième argument d'ordre économique ou financier: Les ressources de l'AVS et de l'AI seraient diminuées. Il faudrait, avant d'avancer une telle objection, disposer de données précises sur les coûts de l'alcoolisme et du tabagisme, pour l'assurance-invalidité, pour les assurances-maladie, pour les collectivités publiques, communes, cantons et Confédération. Seulement le coût social «externe», c'est-à-dire à la charge de tierces personnes, de l'alcoolisme, s'éleverait selon l'étude de Leu et Lutz, citée dans le message, à un montant de l'ordre de 850 millions de francs en 1977. Il est clair qu'on ne peut pas à la fois vouloir sérieusement s'attaquer à la consommation abusive d'alcool et de tabac et encaisser un maximum d'impôts et de taxes sur cette consommation.

Sur un point encore, nous tenons à réfuter l'argumentation du Conseil fédéral, d'autant plus que nous la jugeons indigne de notre gouvernement. Il est en effet astucieux et habile d'induire le citoyen en erreur en lui présentant l'interdiction de la publicité comme une mesure liberticide analogue à la prohibition. Je comprends qu'une telle démarche vienne tout naturellement de l'Association des liquoristes. Je ne comprends pas que le Conseil fédéral s'y prête et établisse une relation entre le refus par le peuple des douze dimanches sans voiture et l'initiative proposée par les Jeunes Bons-Templiers. Celle-ci ne prévoit, je le souligne, rien d'autre qu'une interdiction de principe de la publicité dans un domaine où la santé publique est en cause.

Si l'on ne peut pas faire le bonheur des gens malgré eux, on peut au moins éviter de contribuer à leur malheur. C'est tout ce que demande l'initiative.

Pour toutes les raisons que j'ai dites, aussi à cause de l'extrême lenteur mise par le Conseil fédéral à prendre des mesures législatives qui viseraient à une véritable prévention, plutôt qu'à une certaine protection du consommateur, à cause du peu de clarté qu'il apporte dans le débat – on ne sait toujours pas bien s'il entend sérieusement prendre toutes les mesures utiles en vue de limiter

la consommation d'alcool et de tabac, ou bien s'il souhaite plutôt encaisser davantage d'argent sur cette consommation – nous ne pouvons accepter les mesures législatives prévues comme des contre-projets indirects à l'initiative.

Nous savons que l'interdiction de la publicité existe pour d'autres produits. C'est donc une mesure parfaitement réaliste. Nous constatons que le contrôle d'une interdiction nette de la publicité apparaît comme bien moins difficile à exercer que l'examen, par exemple, de la non-objectivité de la réclame prévue dans la révision de la loi sur l'alcool. C'est pourquoi nous souhaitons que l'on renonce, pour une fois, à faire compliqué quand on peut faire simple.

Nous demandons que l'on ne sacrifie pas la véritable liberté des enfants et des adolescents qui est d'échapper au matraquage d'une publicité à sens unique, à celle des fabricants de cigarettes et de liqueurs. C'est dans cet esprit que nous vous invitons vivement à repousser l'article 2 de l'arrêté fédéral qui nous est soumis et à accepter notre proposition, c'est-à-dire engager le peuple et les cantons à accepter l'Initiative populaire.

Sigrist: Es ist bedauerlich und stellt unserem Parlament keine besonders gute Note aus, dass ein Fussballmatch soviel interessanter zu sein scheint, als eine Volksinitiative der Guttempler-Jugend, immerhin eine Volksinitiative von Leuten, die es ernst nehmen. Wir behandeln da eine Initiative, die an sich noch umstritten ist. Es ist also eine Angelegenheit, der wir ruhig unsere Aufmerksamkeit schenken dürfen.

Ich habe eine hohe Achtung vor der Guttempler-Jugend, die sicher mit ihrer Initiative unsere Bevölkerung vor beklagenswerten gesundheitlichen Schäden bewahren will, genauso wie es andere Organisationen, zum Beispiel die Blaukreuz-Organisationen, tun. Die Tätigkeit dieser von ihrer Aufgabe im Innersten überzeugten Leute hat schon manches in Bewegung gesetzt und viele vor Unglück und Schäden bewahrt. So wird denn sicher auch diese Initiative, auch wenn sie, wie ich hoffe, nicht zur Abstimmung kommen sollte, ihre segensreichen Auswirkungen haben. So, wie wir Kämpfern gegen Alkohol und Nikotin den guten Glauben an die Nützlichkeit ihres Tuns zubilligen, erhoffen wir andererseits auch von ihnen ein gewisses Verständnis für unsere Ueberlegungen, die uns dazu führen, die Initiative abzulehnen.

1. Wirtschaftliche Ueberlegungen im Zusammenhang mit der Bedeutung der Tabakindustrie in unserem Land, mit dem graphischen Gewerbe, der Reklamebranche, einem Teil der Presse dürfen sicher angestellt, aber nicht in den Vordergrund gestellt werden.

Feststellen darf man aber sicher wenigstens, dass die Förderung des Absatzes von Rebbaerzeugnissen und des Weinexportes durch den Bund in einem Zielkonflikt mit den Bestrebungen der Initiative steht.

2. Die Durchführung des Verbotes dürfte auf Schwierigkeiten stossen. Es handelt sich ja nicht nur um die allzu störenden marktschreierischen Inserate, die den Raucher oder Alkoholgeniesser zum Helden stempeln. Auch Reklame auf Biertellern oder die uns ständig ins Haus flatternden Angebote von Weinlieferanten wären ja verboten. Zudem wäre es sicher nicht ein befriedigender Zustand, wenn Reklame verboten wäre für Waren, deren Konsum in keiner Weise gesetzlich verboten oder eingeschränkt, das heisst also erlaubt ist.

3. Am schwerwiegendsten scheint mir jedoch der Eingriff in die persönliche Freiheit des Individuums zu sein. Der Schweizer ist mehrheitlich nicht gewillt, sich vom Staate vorschreiben zu lassen, was ihm frommt und was er zu unterlassen hat. Die kürzlichen Abstimmungsergebnisse, zum Beispiel über die Albatros-Initiative, autofreie Sonntage oder der Widerstand erheblicher Volksteile gegen die noch am ehesten wissenschaftlich begründbare Gurten-tragpflicht deuten in diese Richtung. Was gesund oder

ungesund ist, kann mir nicht der Staat vorschreiben, das kann man dem Volk nur durch Aufklärung sagen, aber niemals durch Verbote durchsetzen.

4. Kaum ein Raucher oder Trinker wird sich durch das Verschwinden der Reklame von seinem schädlichen Tun abhalten lassen. Auch die Initianten sehen das ein. Sie glauben jedoch, dass die Reklame weitgehend Schuld trage am erstmaligen Rauchen und Trinken von Jugendlichen. Ich glaube, dass sie den Einfluss der Reklame auch auf die Jugendlichen gewaltig überschätzen. Sitten und Gebräuche und das schlechte Vorbild der Erwachsenen tragen sicher viel mehr dazu bei; seelische und psychische Ursachen stehen für den Griff zum Alkohol oder zur Zigarette im Vordergrund.

5. Wenn man von den verheerenden Schäden von Alkohol und Nikotin so überzeugt ist wie die Initianten, müsste man zum Verbot des Genusses schreiten, also zur Prohibition, und das ist sicher auch das Endziel der Initianten, die aber gescheit genug sind, von einem solchen Vorhaben, das ja durch Volksentscheid sanktioniert werden müsste, abzusehen. Dass das Endziel der Initianten aber die Prohibition ist, beweisen sie in Ihrer Botschaft zur Initiative selbst, indem sie die Nützlichkeit der Prohibition in Amerika von 1851-1932 zu beweisen versuchen und auch verteidigen.

6. Damit kommen wir zum sicher unerfreulichen Abstimmungskampf, der uns bevorstehen würde. Wir könnten mit Sicherheit davon ausgehen, dass die Slogans der Gegner der Initiative sich nicht um eine Reklameverbot, sondern ganz einfach um Alkohol und Nikotin 'Ja oder Nein' drehen würden. Ein solcher Abstimmungskampf würde der Sache aber sicher mehr schaden als nützen.

7. Noch ein paar Bemerkungen zum volkswirtschaftlichen Schaden, der durch die Initianten als Folge des Suchtmittelkonsums auf jährlich drei Milliarden Franken geschätzt wird. Diese Zahl ist nicht beweisbar. Ihr gegenüber steht aber ein Ertrag von ausgewiesenen 250 Millionen der Alkoholverwaltung und 550 Millionen aus Tabaksteuern, zusammen 800 Millionen Franken, die zur Bekämpfung der Schäden zur Verfügung stehen. Dieses Geld nützlich einzusetzen, ist unser aller Bestreben. Es dürfte mehr dazu beitragen, zum Beispiel durch Gegenreklame, Aufklärungsaktionen die Schäden zu vermindern als das Verbot der Reklame selbst. Eine gute Uebersicht über die Anstrengungen auf dem Gebiet Alkohol gibt der Bericht über den Alkoholzehntel, den wir hier vor einigen Tagen verabschiedet haben.

8. Dem kaum bezifferbaren Schaden des Suchtmittelkonsums könnte man – so meine ich – auch einen nicht bezifferbaren volkswirtschaftlichen oder gar staatspolitischen Nutzen von vernünftigem Genuss von Alkohol oder Nikotin entgegenstellen. Man könnte sich nämlich vorstellen, dass ein gutes Glas Wein zur rechten Zeit schon manch einem über schwere Stunden in seinem Leben hinweggeholfen hat, die er vielleicht nicht einmal mit Hilfe eines Psychiaters hätte meistern können. Auch Fröhlichkeit, die, ob wir es wahrhaben wollen oder nicht, sich nach Genuss von Wein, Bier oder anderen solchen Getränken ausbreiten kann, kann echt, freundschafts- oder geselligkeitsfördernd sein.

9. Wir sollten nicht den Kampf gegen Alkohol und Nikotin ganz allgemein aufnehmen wollen, sondern gegen ihren Missbrauch. Dass in dieser Richtung etwas geschieht, ist erwiesen, und dass der Anstoss der Initiative zu vermehrtem Tun in dieser Richtung führen kann, hängt von unserem guten Willen ab. Wir werden den Bundesrat in seinen Bestrebungen in dieser Richtung unterstützen, und die Initianten dürfen daran glauben, dass es uns ernst dabei ist. Es geht um die Massnahmen, die Herr Bundesrat Hürlimann versprochen hat und die bereits vom Referenten angetönt worden sind. Diese Zusicherungen ernsthaft zu unterstützen, versprechen wir. Das ist der sichtbare Erfolg der Initiative der Guttempler-Jugend, mit dem sie sich für den Moment zufriedengeben sollten. Das Erzwingen einer

Volksabstimmung mit sicher negativem Erfolg würde der guten Sache mehr schaden als nützen.

Die FdP-Fraktion ist für Eintreten und bittet Sie, dem Antrag des Bundesrates zu folgen, die Initiative ohne Gegenvorschlag dem Volk mit der Empfehlung auf Ablehnung zu unterbreiten. Wir verbinden damit die Hoffnung auf die Einsicht der Initianten, die Initiative zurückzuziehen und mit uns allen zusammen den Kampf gegen den Missbrauch von Suchtmitteln ohne weitere Verbote weiterzuführen. Ich bitte Sie auch, den Antrag von Madame Deneys sowie den Subsidiärantrag Ammann abzulehnen.

Ammann-St. Gallen: Die vorliegende Initiative hat mich sehr beschäftigt. Noch stärker beschäftigt hat mich aber die unbefriedigende, um nicht zu sagen unverständliche Art und Weise, in der das wertvolle Anliegen der Initianten nun gewissermassen bestattet werden soll. Wenn wir die aufgeworfenen Fragen ernst nehmen, müssen wir bei der Ablehnung des Initiativtextes ebenso ernsthaft nach einer besseren Lösung suchen. Mit mehr oder weniger wohlmeinenden Bemerkungen und Vertröstungen, wie sie der Bundesrat in seiner Botschaft formuliert, ist es meines Erachtens nicht getan. Ich gestatte mir deshalb, Ihnen einen Gegenvorschlag zur Volksinitiative mit folgendem Wortlaut vorzuschlagen:

«Reklame für Raucherwaren und alkoholische Getränke ist grundsätzlich untersagt. Die Bundesgesetzgebung kann Ausnahmen gestatten, vor allem für Reklame in Fachzeitschriften und innerhalb von Verkaufsstellen.»

Um es unmissverständlich vorwegzunehmen: Es geht hier nicht um ein irgendwie geartetes Verbot des Alkohol- und Tabakkonsums, sondern ganz allein um eine wirksame Einschränkung der überbordenden Reklame, einer Reklame, von der man oft nicht recht weiss, ob man sie nun als dummlich, infantil oder aber als hinterhältig und brandgefährlich bezeichnen soll. Oft ist sie wohl beides gleichzeitig. Dass sie äusserst wirksam ist, daran besteht kein Zweifel. Wie würden sonst jährliche Aufwendungen von gegen 120 Millionen Franken zur Förderung des Alkohol- und Tabakkonsums getätigt?

Die harten Tatsachen, an denen diese Werbung zumindest in hohem Masse mitschuldig ist, sind in der Botschaft wohl zutreffend erwähnt. 130 000 Alkoholranke mit schweren körperlichen und seelischen Schäden sowie volkswirtschaftliche Kosten von mindestens 1,5 Milliarden Franken sind allein im Kleinstaat Schweiz zu verzeichnen! Wenn wir in Betracht ziehen, dass mit den Familienangehörigen insgesamt 300 000 bis 400 000 Menschen direkt oder indirekt in Mitleidenschaft gezogen werden, so erscheinen mir mögliche Einbussen bei den Fiskalerträgen beinahe wie ein entgangenes Trinkgeld.

Gehen Sie hin und sprechen Sie mit solchen Direktbetroffenen, Frauen, Kindern, Fürsorgern. Sprechen Sie mit ihnen über die Freiheit, über die Freiheit der Produzenten und Händler im Namen der Handels- und Gewerbefreiheit. Gibt es nicht auch eine Freiheit, etwas nicht zu tun, sich einzuschränken? Ist es etwa nicht freiheitlich, wenn wir uns als Gemeinschaft mit demokratischem Mehr dazu entschliessen, auf Werbemethoden zu verzichten, von denen wir wissen, dass sie allzu vielen zum Unglück gereichen?

Etlliche werden hier einwenden, jeder habe die Folgen seines Verhaltens schliesslich selber zu tragen. Wenn wir jedoch nebst den bereits genannten volkswirtschaftlichen Kosten in Betracht ziehen, dass bei den tödlichen Verkehrsunfällen nunmehr schon jedes fünfte Opfer dem Konto Alkohol zu belasten ist, so können wir dieses Problem nicht mehr länger individualisieren. Wenn beim Lungenkrebs das relative Sterberisiko für einen Zigarettenraucher nahezu elfmal grösser ist als für einen Nichtraucher, so ist das nicht Privatsache, sondern ein gesellschaftliches Problem. Vermehrte Aufwendungen für Krankenkassen und Hinterlassenenrenten sind ja nach wie vor durch die Gesamtheit der Versicherten zu tragen.

Wir sind wohl alle an einer Senkung der Suchtgefährdung in diesem Lande interessiert. Hier kann uns eine Studie

von Herrn Prof. Dr. Bättig, ETH Zürich, den Weg weisen. Ich entnehme daraus den Hinweis: «Je höher der Durchschnittskonsum einer Bevölkerung, um so höher ist deren Zahl exzessiver Trinker. Dies bedeutet, dass es für eine Abnahme des Alkoholismus eine Verminderung des allgemeinen Konsumniveaus braucht.»

Länder wie Norwegen, Island, Finnland, Schweden und Ungarn, die zu den Ländern mit dem niedrigsten Alkoholkonsum Europas gehören, beweisen, dass das Verbot der Suchtmittelreklame geeignet ist, das allgemeine Konsumniveau zu senken. Nordischer Rat, Europarat und Weltgesundheitsorganisation empfehlen uns übereinstimmend ein Verbot bzw. eine Beschränkung der Suchtmittelreklame. Weshalb also noch Zeit verlieren mit ungenügendem Flickwerk an Gesetzen, wie es der Bundesrat uns vorschlägt?

Die bundesrätlichen Vorschläge dienen allenfalls als wertvolle Ergänzung zu den von mir beantragten Reklamebeschränkungen. Sie können jedoch eine neue Verfassungsbestimmung niemals ersetzen. Das beabsichtigte Verbot der unsachlichen Reklame im Alkoholgesetz, insbesondere wo sie sich an Jugendliche richtet, sowie der Ausbau des Jugendschutzes im Tabakartikel der Lebensmittelverordnung wird kaum viel fruchten. Selbst die Regierung räumt auf Seite 6 der Botschaft ein, dass «Werbung zu ausgeklügelt sei, als dass sie sich vordergründig nur an Jugendliche zu wenden bräuchte». Ich verzichte an dieser Stelle auf die Wiedergabe des ganzen Abschnittes. Ich empfinde es überdies als schwerwiegenden Mangel, dass nur gerade die gebrannten Wasser dem besagten Alkoholgesetz unterstehen.

Seit Einreichung der Postulate Weiter und Schaffer in den Jahren 1964 und 1966, die bereits damals Reklamebeschränkungen für Zigarettenreklame und alkoholische Getränke forderten, gingen nun 12 Jahre ins Land, aber zugleich auch 12 weitere Vorstöße an den Bundesrat. In diesen Jahren wurde nun fleissig «an die Hand genommen, vorgeschlagen, unterbreitet, vorgesehen, bereinigt und eingehend geprüft». Doch selbst das Präventivgesetz gegen die Suchtkrankheiten verspürt erst zaghafte Vorwehen. Es ist wohl das Vorrecht meiner Jugend, wenn ich ob all diesem Zaudern und Zagen etwas ungeduldig geworden bin. Ich fühle mich nicht einsam in diesem Saale, wenn ich nun zuversichtlich an meinem Antrag festhalte. Gewiss, es ist dies nicht die Stunde der Maximalforderungen. Wir müssen Mittler sein zwischen einem Bundesrat und einem Komitee, die einander näherstehen, als es scheint. Ist es vermessen zu hoffen, dass diese Brücke – ich meine den Gegenvorschlag – beide trägt?

Dem Bundesrat und auch den Räten wäre es damit möglich, für besonders strittige Punkte auf Gesetzesesebene eine angemessene Lösung zu finden und dabei zugleich allfällige Vollzugsschwierigkeiten zu vermeiden. – Ich denke da besonders an Ausnahmen auf dem Gebiete der ausländischen Presseerzeugnisse sowie die Bedienung von Kunden auf deren Wunsch mit Preislisten und dergleichen. Den Initianten andererseits böte die abschliessende Aufzählung der Ausnahmen auf Gesetzesstufe die Sicherheit vor allzu grossem Substanzverlust.

Mit der schriftlichen Zusage – sie ist in meinem Besitz –, die Initiative bei Annahme dieses Gegenvorschlages in beiden Räten zurückzuziehen, macht das Initiativkomitee den ersten Schritt. Es ist nun an uns, die dargebotene Hand nicht auszuschlagen, sondern zu ergreifen. Ich bitte Sie deshalb, meinem Gegenvorschlag zuzustimmen.

Mme Spreng: La plus brillante médaille a son revers. Nous songeons aux plaisirs d'une fête, aux apéritifs joyeux, aux vins délicieux, aux discussions entre amis dans la douce fumée des cigares et des cigarettes, mais nous oublions que nombreux sont ceux qui abusent de ces biens et ruinent leur santé et l'équilibre de leur existence. Peu à peu, ils ne peuvent plus se passer de ce que l'excès a transformé en poison pour l'organisme. Ils sont devenus dépendants d'un vice. Le message distribué par le Conseil fédé-

ral nous le dit fort bien. 130 000 personnes, 2 pour cent de la population, sont connues en Suisse comme alcooliques. Combien ne sont pas connues dans cette statistique et ces seules 130 000 personnes causent un dommage économique de 1,5 milliard de francs par an. C'est environ la valeur du déficit de nos finances fédérales, qui pèse si lourdement sur nos délibérations. Or le message ne parle que des cas connus, oublie les accidents de la circulation dus à un excès d'alcool, leurs suites souvent irréparables et l'influence tragique des intoxiqués sur le développement de leurs enfants, sur la vie de leur famille.

Certes, il y a longtemps que la Confédération lutte contre ce fléau, sachant que la dépendance de l'alcool entraîne des transformations du caractère: incapacité de travailler avec suite, paresse, laisser-aller dans tous les domaines, brutalités causant la ruine économique et morale des familles. 130 000 alcooliques, ce sont combien de malheureux?

L'on a vu, hélas! que l'augmentation très forte des taxes sur les alcools forts n'en a pas diminué la consommation. Les alcools plus légers sont, à vrai dire, peu touchés et leur effet est très grave également. Ainsi, l'augmentation très nette des cas d'alcoolisme chez les femmes, nouvelle maladie de notre civilisation, est due en grande partie aux abus d'apéritifs, de whiskies et autres. L'initiative que l'on nous propose aujourd'hui tente de prendre le mal à sa racine en demandant l'interdiction de la réclame sur les produits engendrant la dépendance. La publicité n'agit guère sur l'adulte conscient, dont le sens critique est formé; elle agit sur les jeunes, malheureusement, sur les adolescents, dont le développement est encore inachevé, les cellules cérébrales plus sensibles aux toxiques et qui deviendront plus facilement les victimes de l'accoutumance. La publicité est, d'autre part, catastrophique pour ceux qui ont lutté longuement contre une dépendance, se sont libérés, mais risquent une rechute devant tant d'affiches alléchantes.

L'idée de supprimer la réclame n'est ni nouvelle ni utopique. Les médicaments, eux aussi très utiles, sauveurs même en doses normales, mais dangereux s'ils sont pris de façon abusive, ont vu leur réclame interdite.

La recommandation 716 du Conseil de l'Europe de 1973 recommande la réglementation très stricte, voire l'interdiction de la publicité pour le tabac et l'alcool, ainsi que l'interdiction de leur utilisation dans les locaux publics.

Le message insiste, à juste titre, sur la nécessité de ménager le plus possible la liberté individuelle. Or, quelle est cette liberté chez celui qui ne peut plus cesser de fumer ou de boire de l'alcool, tout en réalisant les dégâts qu'il provoque à sa santé et au bonheur de sa famille? N'oublions pas que nous parlons de produits engendrant la dépendance. Cette dépendance n'est-elle pas justement la perte de toute liberté chez des individus malades? Il vaut vraiment la peine de faire un effort maximum pour venir en aide et pour tout faire pour rendre à ces malheureux intoxiqués leur pleine valeur humaine, leur vraie liberté. Il ne s'agit aucunement d'interdire la consommation, mais d'en éviter les excès.

Supprimer la publicité, c'est prendre le mal à l'une de ses racines; ce n'est pas une panacée, mais il vaut la peine d'en tenter l'essai. Si l'interdiction de certaines réclames peut éviter même un faible pourcentage de cas de dépendance grave, il vaut la peine d'en tenter l'expérience.

On nous parle de difficultés dites insurmontables, telles la publicité dans des magazines étrangers. Il s'agit de quelques journaux à grand tirage qu'il sera certainement facile d'avertir d'une réglementation qui a du reste bien des chances d'être bientôt appliquée dans les pays voisins.

Je ne pense, du reste, pas que ce soit la lecture la plus fréquente, vu son prix, des adolescents concernés. N'oublions pas que les abus manifestes nuisent certainement aux producteurs. La plantation du tabac, celle de la vigne sont des ressources indispensables d'un grand nombre de nos concitoyens et des plus sympathiques. Les limitations

qu'on nous promet, les difficultés que le Conseil fédéral veut introduire risquent de leur nuire. Il faudrait agir avant. Et je vous dirai qu'un alcoolique qui cause du scandale nuit à long terme beaucoup plus à l'écoulement de nos vins que ne le ferait une diminution d'une publicité souvent exagérée et s'adressant inévitablement à notre jeunesse, même par voie détournée. Les sommes économisées permettraient un effort accru de recherche pour l'écoulement des vins et contre la toxicité de ces différents produits.

Je proposerai donc la présentation de l'initiative au peuple en conseillant l'acceptation ou éventuellement un contre-projet.

Schaffer: Manchmal beschleicht mich das unangenehme Gefühl, dem Wert des Geldes werde höhere Bedeutung beigemessen als dem Wert des Menschen, vor allem des schwachen Menschen. Wir leben unzweifelhaft in einem sozialen Rechtsstaat. Auch wenn wir als nicht unfehlbare Menschen wohl nie ein vollkommenes Staatssystem erreichen werden, so haben wir doch die Pflicht, alles zu unternehmen, um einem Idealziel möglichst nahezukommen. Ich mache diese einleitenden Bemerkungen, weil – was schon gesagt worden ist – acht parlamentarische Vorstösse für die Revision des Alkoholgesetzes ihrer Verwirklichung harren. Ich habe selber im Jahre 1966, also vor 12 Jahren, den Auftakt gemacht. Nebst diversen prophylaktischen Massnahmen anderer Art verlangte ich unter Ziffer 2 meines Postulates die Einschränkung der Reklame für alkoholische Getränke.

Es dürfte kein Zweifel darüber bestehen, dass die Volksinitiative gegen Suchtmittelreklame eine Folge der dauernden Hinauszögerung der Revision verschiedener Bestimmungen des Alkoholgesetzes wie des Erlasses eines Bundesgesetzes mit prophylaktischen Massnahmen gegen Suchtkrankheiten ist. Dazu schreiben die Initianten in einem Bulletin: «Noch weiss niemand, wann diese Gesetze und Verordnungen das Licht der Welt erblicken, noch weiss niemand, welches Resultat sich aus den in der Botschaft erwähnten Bereinigungen, Ueberprüfungen, Absichten und Möglichkeiten ergibt.»

Ich möchte nur in einem Punkt auf meine damalige Postulatsbegründung zurückkommen, weil sie jetzt gerade aktuell ist: Ich verlangte unter anderem ein Verbot der Werbung für alkoholische Getränke in öffentlichen Anlagen und auf öffentlichen oder öffentlich bewilligten Anschlagstellen, in öffentlichen Verkehrsmitteln und ferner auf Sportplätzen. Des weitern galt mein Vorstoss der Unterbindung einer unseriösen oder gar abstossenden Werbung in Zeitungen und Zeitschriften. Ferner verlangte ich schärfere Bestimmungen beim Handel mit gebrannten Wassern, beispielsweise wegen nebenberuflicher Bestellaufnahmen bei Arbeitskollegen, Vereinsmitgliedern oder andern näheren Bekannten. Angepeilt wurden ferner die Lockpreisangebote und Wettbewerbe. Viele Geschäfte sind dazu übergegangen, Spirituosen teilweise sogar unter dem Selbstkostenpreis vor ihren Geschäftshäusern als Lockmittel zu präsentieren, damit weitere Waren dazugekauft werden. Es ist das bestimmt eine besonders verwerfliche Art der Reklame.

Die Alkoholverwaltung, das Finanz- und Zolldepartement und schliesslich eine Expertenkommission haben sich ausserordentlich viel Mühe gegeben, eine sinnvolle Teilrevision des Alkoholgesetzes zu erarbeiten. Das Vernehmlassungsverfahren ist im Jahre 1973 – also schon vor fünf Jahren – in die Wege geleitet und 1974 abgeschlossen worden. Der Gesetzentwurf liegt demnach schon seit einigen Jahren vor. Das Department trifft keine Schuld, dass die Vorlage nicht längst verabschiedet ist. Weil als zu wenig dringend oder bedeutungsvoll angesehen, wurde die Revision nicht in die Ziele der Regierungspolitik der laufenden Legislaturperiode aufgenommen. Jetzt haben wir die Gegenreaktion mit der Volksinitiative. Ich warte ab, wie die Anträge von Frau Deneys und Herrn Ammann be-

handelt werden; sofern sie nicht die Gnade des Rates finden sollten, würde ich noch heute eine Motion einreichen, mit dem Zweck, dem Parlament kurzfristig die Revision des Alkoholgesetzes vorzulegen. Es ist das nach meiner Ansicht die einzige Möglichkeit, die eingefrorene Vorlage von den Beschlüssen über die Legislaturziele loszulösen. Ich beziehe ferner die Intensivierung der Arbeiten für die Schaffung eines Präventivgesetzes gegen Suchtkrankheiten in meinen Vorstoss ein und ausserdem in Postulatsform den Erlass der massgebenden Bestimmungen in Artikel 420 der Lebensmittelverordnung bezüglich der Werbung für Tabakartikel.

Was das Präventivgesetz anbelangt, so sind die Hinweise in der Botschaft des Bundesrates auf den Seiten 7 und 8 sehr vage. Immerhin wird festgehalten, dass trotz noch unterschiedlichen Auffassungen die Mehrheit der Kantone mit dem Erlass eines solchen Gesetzes grundsätzlich einverstanden ist. Mit meinem Vorstoss möchte ich ebenfalls den Vorarbeiten neue Impulse geben.

Schliesslich wäre es erfreulich, wenn die Vorschriften über die Tabakwerbung in Bälde erlassen würden. Hier möchte ich beifügen, dass sich wohl viele Jugendliche erfreulicherweise das Rauchen enthalten, dass aber festzustellen ist, dass Schulpflichtige in vermehrter Masse – und das in aller Öffentlichkeit – dem Rauchen verfallen sind. Bei vielen ist das die Vorstufe zum Drogenkonsum.

Es ist mir klar, dass es ausserordentlich schwer ist, ein Reklameverbot so zu formulieren, dass die Werbung für den Nikotingenuss durch Minderjährige ausgeschlossen ist. Mit wenigen Ausnahmen enthält bekanntlich die Bildreklame jugendliche Raucher, also eine raffinierte Methode, jungen Leuten weiszumachen, das vermeintliche Erwachsensein oder Erwachsenwerden könne auf diese Weise unterstrichen werden. Wer einmal raucht, hat bekanntlich Mühe, dieses Uebel loszuwerden, besonders wenn er zum chronischen Raucher geworden ist. Es ist unsere Aufgabe, im Interesse der Gesunderhaltung des Volkes zahlreiche uns bekannte Unzulänglichkeiten endlich auszumerzen.

Mit der Zustimmung zur Volksinitiative wäre eine Radikallösung gegeben. Persönlich stimme ich für den Antrag Ammann. Sofern sich die Mehrheit des Rates nicht dazu sollte entschliessen können, den Anträgen Deneys oder Ammann zuzustimmen, würde ich, wie erwähnt, Motion und Postulat einreichen. Wir dürfen es uns auf keinen Fall leisten, nach der Behandlung des Volksbegehrens längere Zeit mit leeren Händen dazustehen.

Mme Bauer: Les préoccupations exprimées par les auteurs de l'initiative populaire contre la publicité pour des produits qui engendrent la dépendance ont été maintes fois évoquées dans ce Parlement. En effet, au cours des dix dernières années, il n'y eut pas moins de 14 interventions de députés ou pétitions aux Chambres fédérales concernant les méfaits de l'alcool ou du tabac. A chaque fois, le Conseil fédéral répondit en utilisant à peu de chose près les termes utilisés pour répondre aux jeunes Bons-Templiers. Il admet que l'abus des substances qui engendrent la dépendance est nuisible à la santé et que les articles 32bis, 32quater et 69bis obligent les autorités fédérales à prendre des mesures pour améliorer la santé publique. Quant aux buts visés, il estime que les objectifs des auteurs de l'initiative et les intentions des autorités fédérales concordent, mais il note qu'il y a divergence quant aux moyens d'y parvenir. Une série de mesures ont déjà été prises; d'autres mesures sont en préparation, assure-t-il. Parmi ces mesures il cite la révision de la loi sur l'alcool et de l'ordonnance sur les denrées alimentaires, l'augmentation de l'impôt sur le tabac et l'élaboration d'une loi sur la prévention des toxicomanies.

En fait, on a le sentiment pénible, une fois de plus, qu'il en reste au stade des intentions et que, pour toutes sortes de bonnes raisons, il tarde à passer aux actes. Et pourtant il est grand temps, il est urgent d'agir. Pour s'en convaincre, il suffit de faire le point de la situation tant sur l'al-

coolisme que sur le tabagisme qui sévissent dans notre pays.

Mais, avant de poursuivre, qu'il soit tout d'abord clairement établi que nous nous référons aux excès d'alcool et aux excès de tabac et qu'il n'est pas question de condamner globalement une consommation modérée et raisonnable de ces deux produits.

En octobre 1977 a eu lieu, à Lausanne, le premier colloque national sur l'alcoolisme, auquel prirent part quelque 200 participants, tous engagés dans la prévention de l'alcoolisme. Au cours des débats, on fit mention des informations suivantes: en Suisse, selon une étude publiée par l'Institut suisse de prophylaxie de l'alcoolisme, le taux de consommation excessive d'alcool a augmenté de 21 pour cent entre 1960 et 1970. En 1975, par exemple, près de 20 pour cent des décès par accident étaient imputables à l'alcool, ainsi que 38 pour cent de toutes les condamnations pour infractions à la loi sur la circulation routière.

Autre statistique éloquente: selon Leu et Lutz, qui ont publié en 1975 une étude sur les aspects économiques de la consommation d'alcool dans notre pays, le coût global de l'abus de l'alcool est évalué à plus d'un milliard, alors que pour 1972, par exemple, les recettes globales n'atteignaient que 483 millions.

Ces chiffres prouvent, si besoin en était, que l'alcoolisme représente un problème de santé publique et que ses implications sur notre économie sont importantes. Il n'est pas seulement responsable des cirrhoses hépatiques, il est un des facteurs essentiels qui conduit à l'hospitalisation et l'une des causes importantes de l'absentéisme professionnel. Enfin, l'alcool est de plus en plus associé à la consommation d'autres drogues et les médecins sont actuellement confrontés à la génération des jeunes polytoxiques qui passent de la morphine et de l'héroïne à l'alcool et vice versa.

Mais venons-en au problème du tabac. En 1977, les cahiers médico-sociaux édités par *Médecine et Hygiène* à Genève ont consacré un numéro au tabagisme et à ses méfaits. Les médecins qui ont collaboré à la rédaction de ce cahier, internistes, pneumatologues, cardiologues, insistent tous sur la nocivité du tabac et sur le polymorphisme de sa toxicité. En effet, si celle de la nicotine est connue depuis longtemps, on réalise depuis relativement peu de temps les dangers que présentent d'autres composants de la cigarette, à savoir le goudron, le monoxyde de carbone, l'oxyde d'azote, l'acroléine, etc. D'autre part, ce n'est que récemment qu'on a pris conscience de la relation entre le fait de fumer et la fréquence d'affections telles que le cancer des poumons, la bronchite chronique et l'emphysème, ainsi que des maladies cardio-vasculaires.

Publié en 1964, le rapport Terry qui établit cette corrélation a été confirmé depuis par des centaines d'enquêtes scientifiques et le Dr Arnold, président de l'Association suisse contre la tuberculose et les maladies pulmonaires, n'hésite pas à écrire ceci: «Si l'usage du tabac était d'apparition récente, on peut se demander si cette herbe ne serait pas soumise à la même interdiction que la marijuana; elle le mériterait en tout cas.» Et il affirme que sur 2000 décès annuels à la suite de cancer du poumon, en Suisse, on estime à 1900 ceux qui sont dus à la cigarette.

Le professeur Riotton, directeur du Centre de cytologie et de dépistage du cancer, estime que l'augmentation du nombre des cancers des bronches a pris ces dernières années une allure épidémique. Il en rend responsable la cigarette, «dont la fumée, assure-t-il, est une combinaison remarquable de poisons qui contribuent à tuer précocement, voire à rendre infirmes ceux qui en abusent». Il déplore que le Conseil fédéral, cédant aux pressions de l'industrie du tabac, renonce à une augmentation de l'impôt sur le tabac. Il condamne l'argument économique à court terme selon lequel cette augmentation provoquerait une diminution des ventes, donc une diminution des recettes de l'Etat.

A ce sujet, il convient de préciser qu'en 1976, l'AVS/AI,

présentée généralement comme la grande bénéficiaire des taxes sur le tabac, a été alimentée à raison de 5 pour cent seulement par cette industrie et le professeur Riotton souligne, en contrepartie, les énormes dépenses de santé publique qu'entraîne l'abus du tabac en frais médicaux, hospitalisation, invalidité, absentéisme.

Enfin, l'Organisation mondiale de la santé a publié un tiré-à-part intitulé *Usage du tabac et santé* dans lequel il est souligné notamment que la mortalité, chez les fumeurs de cigarettes, dépasse en moyenne de 30 à 80 pour cent ce qu'elle est chez les non-fumeurs, que la surmortalité augmente avec la consommation de cigarettes, et qu'elle est plus forte chez les individus qui commencent à fumer jeunes. Or, nous le savons, on commence à fumer de plus en plus jeune et les jeunes filles, comme le rappelait Mme Spreng, tendent à dépasser les garçons.

L'Organisation mondiale de la santé a même été jusqu'à lancer le slogan suivant: «La cigarette est un instrument de mort à l'égard duquel la neutralité n'est pas possible.»

Je ne veux pas allonger davantage la liste des citations. Elles sont accablantes. Face à des statistiques, à des faits de ce genre, relatés par des praticiens qui sont journellement confrontés à ces formes de toxicomanie, l'avis d'une poignée de scientifiques, en général non médecins, mis en évidence par l'industrie du tabac pour vanter sa marchandise, ne saurait être retenu, pas plus que certains arguments économiques à court terme. Il importe par conséquent de prendre au sérieux l'initiative des Jeunes Bons-Templiers, qui exprime des préoccupations bien réelles et partagées, on ne le soulignera jamais assez, par tous ceux qui sont confrontés à ces fléaux que sont l'abus d'alcool et de tabac.

La législation de notre pays en la matière accuse un retard important comparée à celle de nombreux pays. En France, par exemple, depuis 1976, la réclame en faveur du tabac est interdite à la radio, à la TV, au cinéma, au théâtre et dans les salles de spectacle, dans les prospectus et sur les affiches. La surface accordée dans les journaux est limitée. En Italie, depuis 1962 déjà, toute publicité pour articles de fumeurs est interdite. L'association «Tabagisme», organisation faitière qui groupe une cinquantaine d'institutions et organisations de Suisse et dont le président est le professeur Abelin, directeur de l'Institut de médecine préventive de l'Université de Berne, insiste sur l'urgence d'une réglementation légale qui porterait notamment: 1) sur l'interdiction de la publicité en faveur du tabac telle qu'elle est pratiquée en France; 2) sur l'avertissement obligatoire qui devrait figurer sur chaque paquet de cigarettes concernant les risques pour la santé et la déclaration des substances nocives telle qu'elle existe aux Etats-Unis; enfin, 3) sur l'interdiction de remettre aux mineurs des échantillons de cigarettes et de vendre des cigarettes sans emballage.

Certes, la limitation de la publicité ne représente qu'un moyen de prévention parmi beaucoup d'autres, tels que l'information dans les écoles, à la radio, à la TV, mais ce moyen doit être utilisé. Il n'est pas admissible qu'on continue à présenter la cigarette comme un symbole de réussite sociale ou sentimentale. Il n'est pas davantage admissible que, pour se donner bonne conscience, l'industrie du tabac crée à grand renfort de publicité – il en est d'ailleurs de même de l'alcool – des fondations pour la protection de l'environnement ou dote d'appareils coûteux des hôpitaux qu'elle contribue largement à remplir.

Pour toutes ces raisons, il faut regretter que le Conseil fédéral, suivi par une majorité de la commission du Conseil national, n'ait pas jugé bon de soutenir l'initiative des Jeunes Bons-Templiers ou de présenter un contre-projet. Pour notre part, nous soutiendrons l'initiative et, à défaut, nous soutiendrons le contre-projet de M. Ammann.

Braunschweig: Ich verzichte darauf, jenen Teil der Botschaft zu kritisieren, der heute nachmittag bereits von an-

derer Seite kritisiert worden ist. Auf etwas anderes aber möchte ich hinweisen: Der Text der Botschaft ist den jungen Initianten gegenüber (ähnlich wie gewisse Voten von heute nachmittag) sehr wohlwollend abgefasst. Aber es ist ein väterliches Wohlwollen; ich möchte beinahe sagen: Etwas «zuviel väterlich», sozusagen grossväterlich oder ur-grossväterlich. Ich befürchte, dass die Initianten sowohl der Botschaft wie unserer Debatte diesen Ton nicht abnehmen. Ich glaube sogar, sie haben recht damit; wir hätten das früher auch nicht getan. Junge Leute lieben das richtigerweise nicht. Sie haben auch gute, handfeste Gründe: Die Versprechungen, die man ihnen anbietet, sind nicht konkret. Man sollte ihnen aber etwas Verbindliches anbieten.

Das sind die Gründe, weshalb ich mich für ein Ja zu dieser Initiative entschieden habe, allenfalls ein Ja zum Gegenvorschlag. Mit weniger geht es nicht. Das würden auch Sie nicht tun, weder als Verhandlungspartner noch im Geschäftsleben.

Ich möchte noch auf einen anderen Aspekt aufmerksam machen, der nicht genau den gesundheitspolitischen Aspekt betrifft, der zu sehr im Vordergrund unserer heutigen Debatte stand. Es geht ja nicht nur um den Alkoholismus und nicht nur um das Nikotin, es geht um sehr viel weniger, nämlich nur um die Reklame, um die Werbung dafür. Ich erlaube mir, an dieser Stelle Herrn Sigrist zu antworten, der sogar von Prohibition gesprochen und diese Absicht den Initianten unterschoben hat. Ich kann ausdrücklich erklären, dass die Prohibition nie das Ziel der Initianten war, weder in ihrer übrigen Tätigkeit noch bei dieser Initiative. Ich kenne diese Organisation seit einigen Jahrzehnten; ich habe ihre Publikationen verfolgt und kann erklären, dass die Absage an die Prohibition immer die gleiche war und nicht jetzt aus abstimmungstaktischen Gründen so gedreht worden wäre. Solche Befürchtungen sind völlig fehl am Platz.

Ich bitte Sie, in Ihre Ueberlegungen das folgende einzubeziehen: Das ist nicht die einzige Initiative, über die wir zu diskutieren haben; einige weitere stehen bevor, sie wurden heute teilweise ausdrücklich erwähnt. Eines ist diesen Initiativen gemeinsam (und damit sollten wir uns befassen): Sie wurden von kleinen, sehr aktiven Gruppen eingereicht, meist bestehend aus jungen Menschen, die einer gemeinsamen Idee verpflichtet sind und das Mittel der Volksinitiative für die politische Auseinandersetzung gewählt haben. Es geht dabei um Fragen des öffentlichen oder privaten Verkehrs, des Umweltschutzes, der Energie oder des wirtschaftlichen Wachstums. Das Gemeinsame dieser Vorstösse kommt auch hier – wo es um das Reklameverbot geht – zum Ausdruck, nämlich das Unbehagen gegen das ungezügelte Wirtschaftswachstum der letzten Jahrzehnte, die Auffassung, dass die technischen Fortschritte nicht mehr der Lebenserleichterung dienen, sondern zur Bedrohung der Menschen geworden sind; die Steigerung des Lebensstandards erhöht die Lebensqualität nicht mehr, sondern gibt zu Sorgen Anlass und zeigt gewisse Kehrseiten auf.

Aus diesen Initiativen geht immer wieder eines hervor: Wir müssen umdenken. Das wurde heute morgen im Zusammenhang mit der Entwicklungszusammenarbeit ebenso erwähnt; wir sollten das viel ernster nehmen.

Ueberlegen wir uns einmal: Einstmals war die Reklame eine Hilfsfunktion für die Wirtschaft; heute ist sie zur Reklameflut, beinahe zum Selbstzweck geworden.

In der Botschaft ist davon die Rede, dass wir auf die Arbeitsplätze im graphischen Gewerbe Rücksicht zu nehmen hätten. Damit ist die Reklame zum Selbstzweck geworden. Jetzt geht es um die Reklame für Suchtmittel; es könnte ebensogut um jene für Autos, Banken oder Versicherungen gehen, um jene Branchen zu erwähnen, in denen die Reklame besonders mass- und uferlos geworden ist. Diese Reklame ist mitverantwortlich für das unkontrollierte und planlose Wachstum. Wir wissen um die damit verbundene Rohstoff- und Energieverschwendung. Wir alle kennen den

Papierkrieg und regen uns darüber auf; wir hören Meinungen rund um uns, die in die gleiche Richtung gehen. Wir haben uns alle schon geärgert über die vollen Briefkästen, die raffinierten Zusendungen, die wir erhalten und mit denen wir umgarnt werden sollen. Wir wissen, wie oft die Reklame zur Verschandelung der Natur und der Umwelt führt. Wir können ihr nicht Einhalt gebieten, wir wissen keine Antwort und haben auch nur ganz spärliche Vorschläge zu machen. – Es ist ungenügend, dieses Nein auszusprechen, wenn konkrete Versprechungen fehlen.

Der Hinweis auf die persönliche Freiheit «sticht» nicht; vielmehr ist es ja gerade umgekehrt: Wir wollen die persönliche Freiheit zurückgewinnen, indem wir weniger von Reklame in Beschlag genommen werden.

Der Bundesrat argumentiert mit der Handels- und Gewerbefreiheit. Wenn das geschieht, weiss man immer auch das andere: Es sind handfeste Interessen im Spiel. Leider ist das nur zwischen den Zeilen zu lesen. Aber diese Handels- und Gewerbefreiheit, von der hier die Rede sein müsste, ist ja eine Werbe- und Manipulationsfreiheit geworden. So war die Handels- und Gewerbefreiheit ursprünglich nicht gemeint. Wenn ich hier das Wort «Manipulationsfreiheit» benütze, führe ich bewusst das Freiheitsgerede *ad absurdum*, denn die Freiheit zu manipulieren, ist ein Widerspruch in sich selbst. Die Manipulationsfreiheit hat keine Grundlage in unserer Verfassung, zum Glück.

Ein Ja zur Initiative oder wenigstens zum Gegenvorschlag wäre für viele junge Menschen, aber auch für Arbeitnehmer, für Konsumenten, für Mieter, für Verkehrsteilnehmer, kurz für das Volk, von dem wir heute morgen so viel gesprochen haben, ein Hoffnungszeichen: Wir sind nicht den harten Gesetzen und Sachzwängen der Privatwirtschaft ohnmächtig und hilflos ausgeliefert.

Was bleibt eigentlich jungen Menschen in unserer Zeit, die sich für ein Anliegen einsetzen, die sich politisch engagieren und eine Niederlage in einer Volksabstimmung in Kauf nehmen? Die Folgen sind uns bekannt, aber wir bejammern sie immer erst hinterher. Die einen der Jugendlichen resignieren, andere geraten in die Isolation, sie nehmen am politischen Leben nicht mehr teil. Wenn sie und wir Glück haben, dann rebellieren sie mit guten Gründen, und die zweitbeste Lösung ist die Flucht in die Drogen. Das wissen wir sehr genau, und wir wissen es glücklicherweise schon heute, zum voraus. Wir haben es in der Hand, die Entwicklung zu steuern. Nur sollten wir den Mut haben, aus dem Teufelskreis auszubrechen.

In diesem Sinne beantrage ich Ihnen, der Initiative oder dem Gegenvorschlag zuzustimmen.

M. Gautler: Rassurez-vous, je vais tenter d'être particulièrement bref. On a déjà dit beaucoup de choses et je crois que dans cette salle, à peu près tout le monde est d'accord sur un point: Il faut lutter contre les abus de l'alcool et du tabac. Là où nous ne sommes pas d'accord, c'est sur la question de savoir comment atteindre ce but.

A mon avis, ce n'est pas en interdisant la publicité que nous y parviendrons. Je pense que ce que l'on peut faire, c'est tenter d'éduquer les jeunes et les adolescents dans le sens de ne pas fumer et de ne pas boire.

J'en donne acte à Mme Deneys: je reconnais que cela n'est pas facile mais je crois que c'est un effort qui vaudrait la peine d'être accompli, mieux qu'il ne l'a été jusqu'à présent et auquel on pourrait consacrer des forces et des moyens plus importants. Je ne veux pas entrer ici dans le détail. Je pense surtout qu'il est absurde de vouloir interdire la publicité dans ce but. En effet, la publicité pour le tabac et l'alcool ne se fait pas pour les jeunes par voie d'affiches, ni dans la presse, elle se fait de bouche à oreille, dans les écoles, chez les copains: on se passe une cigarette, on s'offre un verre d'alcool. Ce n'est pas pour rien que les jeunes se droguent: il n'y a pas de publicité pour la drogue, les jeunes s'en passent quand même ou s'en recommandent, font du prosélytisme pour celle-ci,

comme pour l'alcool et le tabac. Les jeunes ne sont pas impressionnés par la publicité payante des journaux et des affiches, mais bien plutôt par ce que leur racontent leurs copains ou par ce que leur montrent leurs parents. En l'occurrence, vouloir diminuer chez les jeunes la consommation d'alcool et de tabac, est l'affaire de l'école et, avant tout, l'affaire de la famille. Ce n'est point en légiférant – surtout au niveau constitutionnel – sur la publicité que nous parviendrons à améliorer la situation.

Oehen: Wir sind auf dem besten Wege, eine weitere Gruppe positiv denkender, junger Demokraten zu vergrämen. Der Bundesrat empfiehlt schlicht und einfach, die Initiative gegen die Suchtmittelreklame abzulehnen – wobei man selbstverständlich einmal mehr die Zielsetzung mit gnädigem Wohlwollen würdigt, die Motivation der Initianten hoch lobt, aber den vorgeschlagenen Weg mit zum Teil doch recht fadenscheinigen Argumenten brutal ablehnt. Ganz so wie bei der Albatros-Initiative, der Initiative Weber und der Burgdorfer Initiative.

Glauben Sie wirklich, die positiven, idealistischen Kreise unseres Landes, die für die Volksgesundheit und eine langfristig gesicherte wirtschaftliche Zukunft, für eine menschenwürdige Gesellschaft und ein Leben in echter Freiheit kämpfen, könnten auf diese Weise tatsächlich ihren so erwünschten und wichtigen gesellschaftspolitischen Beitrag leisten? Wenn wir immer wieder alle jene frustrieren, die ohne Eigennutz und Gewinnabsichten in reinem demokratischen Geiste mitarbeiten, brauchen wir uns nicht zu wundern, wenn wir uns schlussendlich mit einer enttäuschten, politisch passiven Jugend oder gar mit frustrierten Antidemokraten herumzuschlagen haben.

Wenn wir zur Sache einige Ausführungen machen möchten, dann nur soviel: Die Werbung für alkoholische Getränke und Raucherwaren ist ganz offensichtlich darauf ausgerichtet, den Konsum zu erhöhen. Sie weckt Bedürfnisse, die sonst nur in bescheidenerem Umfang vorhanden wären. Entgegen der Behauptung in der Botschaft ist es überhaupt nicht zu bestreiten, dass die Suchtmittelreklame den Konsum der Suchtmittel steigert. Alle jene Kreise, seien es Bierbrauer oder Weinproduzenten, die Millionen für die Gemeinschaftswerbung ausgeben, wären ja ausgewachsene Dummköpfe, wäre es nicht so. Und Dummköpfe sind diese Leute ganz gewiss nicht, sondern sehr gut rechnende Geschäftsleute.

Auf Seite 10 in unserer Botschaft steht eine Aussage, die in ihrer materialistischen Schamlosigkeit alles in den Schatten stellt, was in den vergangenen Monaten und Jahren bei der Bekämpfung von Vorlagen zum Umwelt- und Menschenschutz ins Feld geführt wurde. Wir lesen dort: «Ein generelles Werbeverbot würde kurzfristig die Reklamembranche, das graphische Gewerbe und einen Teil der Presse treffen. Längerfristig könnte ein Werbeverbot eventuell einen Konsumrückgang und somit Auswirkungen für die Produzenten und Händler zur Folge haben.» Dann wird besänftigend erklärt: «Wenn ein Werbeverbot tatsächlich einen durchschlagenden Erfolg im Sinne der Hebung der Volksgesundheit hätte, so müssten wohl diese nachteiligen Folgen in Kauf genommen werden.» Weil also nur ein Teilerfolg erwartet werden kann, machen wir lieber nichts, heisst das auf deutsch. Als ob es überhaupt irgendeine Massnahme gäbe, die einen durchschlagenden Erfolg zur Hebung der Volksgesundheit hätte. Wir wissen doch ganz genau, dass eine Unzahl mehr oder weniger bedeutungsvoller Faktoren für das Absinken der Volksgesundheit verantwortlich sind. Jedesmal aber, wenn irgendwo an einer Ecke das Problem angepackt werden soll, kommen die Gralshüter der absolut verstandenen Handels- und Gewerbefreiheit herbeigestürzt, um voller Mitgefühl zu verhindern, dass irgendein Erwerbszweig unserer Industrie- und Wachstumsgesellschaft in Mitleidenschaft gezogen werden könnte. Aber völlig mitleidlos ist man gegenüber den Opfern dieser Politik. Zynisch heisst es dann, es sei ja jeder frei zu rauchen, zu trinken, sich zu verglotzen und zu verfetten und so weiter. So, als ob nicht durch die Werbung

geradezu gesellschaftliche Zwänge geschaffen würden, denen nur wenige widerstehen können. Man zweifelt, ob mit der vorgeschlagenen Massnahme das anvisierte Ziel erreicht werde, schlägt dafür mehr oder weniger wirksame andere Massnahmen, mit denen das Ziel aber auch nicht oder noch viel weniger erreicht wird, vor, die aber vor allem niemandem weh tun. Geben wir uns eigentlich Rechenschaft, dass wir mit dieser Politik unsere bürgerliche Gesellschaft, die wir zu verteidigen wännen, immer mehr in Misskredit bringen? Es wäre höchste Zeit, dass wir unsere Wertskala neu überprüfen und die entsprechenden Folgerungen ziehen. Wenn wir mit Hilfe des vorgeschlagenen Reklameverbots den Konsum an Tabakwaren und Alkoholika nur um sagen wir einmal 15 Prozent senken könnten – ich bin persönlich überzeugt, dass es langfristig mehr sein werden –, lohnen sich die Umstellungsschwierigkeiten für das graphische Gewerbe und die Bundeskasse. Für die Pressevielfalt brauchen wir übrigens nicht zu fürchten, da ohnehin vor allem die Pressegiganten von der Suchtmittelreklame profitieren und mit diesem Profit die Kleinen auffressen können. Die Vollzugsschwierigkeiten sind selbstverständlich zu bewältigen, wobei wir allerdings festzustellen haben, dass wir nur für unser Land und nicht für die Nachbarstaaten verantwortlich zeichnen können.

Zum Schluss möchte ich in aller Form gegen die Gesamtwürdigung der Initiative durch den Bundesrat protestieren. Das von den Initianten vorgeschlagene allgemeine Werbeverbot für Raucherwaren und alkoholische Getränke, so sagt der Bundesrat, ist daher als einseitige, unverhältnismässige und unzweckmässige Massnahme abzulehnen. Diese Aussage ist diskriminierend und zudem falsch, da das Werbeverbot keineswegs als alleinige Massnahme vorgeschlagen wird, sondern durch komplementäre Vorkehrungen ergänzt werden kann und soll. Kein Mensch nimmt übrigens an, mit dem Reklameverbot sei das Suchtproblem gelöst. Hingegen – und das ist der Kern meiner Aussage – sabotiert man mit der Werbung enorm viele positive Bemühungen zur Vermeidung und Rettung der Suchtkranken, und das ist ganz einfach nicht weiter verantwortbar.

Ich bitte Sie deshalb, den Antrag von Frau Kollegin Deveys oder von Herrn Ammann zu unterstützen.

*Hier wird die Beratung dieses Geschäftes unterbrochen
Le débat sur cet objet est interrompu*

*Schluss der Sitzung um 19.50 Uhr
La séance est levée à 19 h 50*

Dreizehnte Sitzung – Treizième séance**Donnerstag, 22. Juni 1978, Vormittag****Jeu-di 22 ju-ni 1978, matin**

8.00 h

Vorsitz – Présidence: Herr Bussey

78.018

**Suchtmittelreklame. Volksinitiative
Publicité pour des produits qui engendrent
la dépendance. Initiative populaire**

Fortsetzung – Suite

Siehe Seite 924 hiervoor — Voir page 924 ci-devant

Zwygart, Berichterstatter: Es liegt mir daran zu bezeugen, dass in der Kommission unser Departementschef seine Haltung, in dieser ganzen schwierigen Lage helfen zu wollen, eindrücklich bekundete; aber ein Stück weit sind ihm die Hände gebunden: die Situation liegt so, dass der ganze Fragenkomplex bei vier Departementen liegt. Einmal ist natürlich die Gesundheitsdirektion sehr daran interessiert, dass in diesen Fragen (Suchtmittelreklame) etwas geschieht; auf der andern Seite liegt das Alkoholgesetz beim Finanz- und Zolldepartement, und dieses hat wahrhaftig gegenwärtig andere Sorgen als das Alkoholgesetz und hat es deshalb in zweite Priorität gesetzt. Da kann das Departement des Innern wenig machen. Es liegt an uns, dem Departementschef heute den Rücken zu stärken in dieser Sache. Dann ist das Justizdepartement betroffen. Das hat letzthin eine Mitteilung zur Alkoholpromillegrenze erlassen und mitgeteilt, die Festlegung des Alkoholpromille-Satzes sei bloss eine Komponente in dieser ganzen Frage. Also lässt man auch diese Komponente weg, und damit fällt wieder ein Steinchen aus dem ganzen Mosaik. Dann haben wir das Volkswirtschaftsdepartement. Das hat ein grosses Interesse, dass unser Gewerbe blüht – das Druckereigewerbe, das Zeitungsgewerbe, das Bierbrauergewerbe; das ist sein volles Recht. So ist ein Departement gegen das andere, und das ist die schwierige Situation, in der sich unser Departement des Innern befindet. Diesen Eindruck hatte man in unserer Sitzung, und ich möchte unsern Kollegen Schaffer ermuntern, seine angekündigten Anträge, seine Motion, sein Postulat einzureichen, je nachdem, wie unsere Abstimmungen ausgehen; er könnte dem Departement des Innern dadurch den Rücken stärken. Das wäre eine grosse Hilfe.

Nun ganz kurz zu den gestern gefallenen Voten. Herr Gautier hat recht, wenn er die Eltern und Erzieher als Hauptverantwortliche darstellt. Aber nun möchte ich aus der Praxis folgendes sagen: Wir haben im Kanton Bern seinerzeit – noch unter der Direktion unseres früheren Kollegen Kohler – sehr gute Broschüren erhalten gegen den Alkoholmissbrauch, gegen den Tabakmissbrauch; aber es passierte folgendes: Man hat diese Broschüren mit den Schülern besprochen, die Schüler gingen in die Pause, und an der Plakatwand vor dem Pausenplatz hing das schöne Bild «Bier ist etwas Gutes»; oder dann sprach man gegen das Rauchen. Nach diese Stunde trafen die Schüler das prächtige Plakat «Sei ein Mann und rauche Stumpen». So wird kontraproduktiv gearbeitet, und das ist falsch. Man muss begreifen, wenn Lehrerorganisationen hier eine Petition eingereicht haben, weil sie sich von der Öffentlichkeit betrogen fühlen in ihrem Dienst. Weiter wurde gestern

behauptet, die Guttempler-Jugend strebe die Prohibition an. Das ist eine ganz böse Unterschiebung. Ich darf bezeugen, dass diese jungen Leute niemandem den Alkohol verbieten wollen; sie arbeiten ja nur in der Richtung der Gefährdeten, der Unselbständigen; die 90 Prozent der soliden Schweizer und Schweizerinnen braucht man nicht zu bemuttern, denen braucht man nichts zu verbieten. Das sehen ganz sicher auch diese Jungguttempler ein, davon bin ich fest überzeugt. Es wäre aber nicht recht, wenn wir die uneigennütigen Bestrebungen dieser jungen Leute nicht irgendwie unterstützen wollten. Sie sollten ein Entgegenkommen spüren. Das zu den gestrigen Voten.

Und nun zu den Anträgen. Madame Deneys hat den Antrag gestellt, die Initiative gutzuheissen und sie dem Volk zur Annahme zu empfehlen. Wenn ich an die Verhandlungen in der Kommission zurückdenke, liegt die Situation eindeutig. Wir hatten eine Abstimmung mit 14 Stimmen für die Anträge des Bundesrates (kein Gegenvorschlag, Ablehnung der Initiative) und 4 Enthaltungen. Das ist die Haltung der Kommission, und diesen Antrag habe ich Ihnen wiederzugeben.

Als Zweites folgt der Antrag Ammann, im Fall, dass der Antrag Deneys abgelehnt wird. Herr Ammann hat gestern mitteilen können, die Initianten seien bereit, die Initiative zugunsten seines Gegenvorschlages zurückzuziehen. Ich habe es in der Kommission übernommen, mit den Initianten zu reden und sie zum Rückzug zu bewegen. Meine Mission ist damit erfüllt. Wir haben es nun in der Hand, unser Rat entscheidet heute, welche Abstimmung zu erfolgen hat; entweder wird die Initiative dem Volk vorgelegt oder der flexiblere Antrag Ammann, der nicht so restriktiv, nicht so eng ist wie die Initiative. Diesen Entscheid muss ich Ihnen überlassen. Die Kommission hat zum Antrag Ammann keine Stellung nehmen können; sie hat – wie ich schon gesagt habe – zur Initiative eindeutig Stellung genommen, und diese Stellung habe ich hier zu vertreten.

M. Mugny, rapporteur: Je me bornerai, dans ce débat, à répondre aux deux propositions qui sont faites d'un côté par Mme Deneys et de l'autre par M. Ammann.

Nous sommes tous d'accord sur les buts à atteindre, c'est-à-dire éviter les abus de la consommation d'alcool et de tabac et leurs conséquences. Comme toujours, les avis divergent au moment où il s'agit de mettre en place des moyens d'action. Comme l'a dit, je crois, M. Sigrist, la conséquence logique de la proposition des Jeunes Bons-Templiers serait d'interdire la consommation de l'alcool et du tabac. Mais chacun se rend bien compte que ce n'est pas possible. En conséquence, les Jeunes Bons-Templiers ont pris une position intermédiaire: faisons un effort quand même et interdisons la publicité.

C'est sur cette question-là que j'aimerais revenir. Est-ce que c'est bien là un moyen propre à atteindre le but?

Mme Deneys, qui faisait partie de la commission, n'a pas présenté sa proposition dans le cadre de la commission. Elle s'est abstenue à la votation finale. Je ne peux donc pas lui répondre au nom de la commission, mais en mon nom personnel. La commission, comme telle, s'est prononcée sur le problème du contre-projet éventuel et sur celui de l'initiative. Sur ces points, je puis répondre en son nom. J'aimerais, pour mieux voir le problème, prendre quelques exemples. Mme Deneys vient d'une région de Suisse qui est une région vinicole, qui produit du vin; heureusement, on en a encore en Suisse! Comment se fait la publicité pour le vin? Je laisse de côté maintenant le problème de la publicité dans les journaux et dans les affiches des gares. Mais si les commerçants en vin veulent vendre leur marchandise, il faut bien qu'ils aient des représentants. Est-ce que les représentants font partie de la publicité ou non? Or les représentants sont quand même l'un des instruments de promotion des ventes les plus importants qui existent actuellement. Certains commerces de vins n'ont pas de représentants. Comment font-ils pour vendre leur marchandise? Ils s'adressent directement à la clientèle. Vous recevez certainement, de temps en temps, dans vos

boîtes aux lettres, des offres qui sont faites par des commerçants en vins ou par des producteurs de vins pour leurs produits. Est-ce que cette publicité sera interdite ou non, suivant qu'elle est faite d'une manière générale, par distribution de prospectus dans les boîtes aux lettres, ou qu'elle est adressée directement à certaines personnes choisies? Comment va-t-on délimiter exactement le problème de la publicité, où va-t-on s'arrêter?

La publicité pour le tabac: l'un des soucis qui s'est manifesté hier, c'est d'éviter que les échantillons de cigarettes ne soient distribués également aux jeunes. C'est un point sur lequel on peut se mettre d'accord: interdire la distribution des échantillons à la jeunesse. Bien! Il est possible de le faire dans le cadre actuel des dispositions constitutionnelles. Nous n'avons pas besoin, pour cela, d'une nouvelle disposition constitutionnelle. Il suffit de le prévoir dans la loi. Mais si on veut aller plus loin, si on veut, en définitive, interdire toute publicité pour le tabac? Vous savez que l'industrie du tabac fait des efforts importants, en particulier dans la recherche en matière de filtres, pour éliminer les inconvénients du tabac, la nicotine et le goudron. Avec l'initiative, on aboutirait à empêcher que des progrès puissent se faire dans cette direction puisqu'on ne pourra pas présenter les produits nouveaux. En outre, quand on proposera des mesures concrètes et positives visant à informer les jeunes, à attirer l'attention de la population sur les inconvénients des abus du tabac et de l'alcool, il faudra bien parler du tabac et de l'alcool! Ce sera aussi une publicité indirecte qui sera faite.

Il me paraît donc que, dans ce cadre-là, vouloir interdire toute publicité, c'est prendre des mesures qui vont au-delà de ce qu'on peut légitimement attendre, au-delà des buts que l'on vise. Ces buts peuvent être atteints par d'autres moyens. Je répète que pour nous l'essentiel - c'est sur ce point que M. Hürlimann, conseiller fédéral, donnera des garanties - consiste à prendre des mesures positives dans le cadre de l'information, de la formation, de la propagande positive pour attirer l'attention de la population sur les dangers que font courir les abus dans le domaine de l'alcool et du tabac. C'est dans ce sens-là, à notre avis, que doit porter l'effort essentiel, non pas donc en interdisant, mais en prenant des mesures positives dans le sens souhaité qu'on aboutira le plus sûrement aux objectifs visés avec lesquels, encore une fois, nous sommes d'accord.

Quant à la proposition de M. Ammann, la commission s'est prononcée sur le principe même du contre-projet. Voici quel est son avis: M. Ammann interdit en principe la publicité avec des réserves, avec des autorisations; «elle est interdite, sauf...» Il cite deux cas particuliers, à savoir la publicité dans la presse professionnelle et à l'intérieur des points de vente. Je comprends ces propositions. On ne peut pas, dans un restaurant, interdire de faire de la publicité pour le vin, pas plus que dans un magasin, un kiosque à tabac, interdire la publicité pour le tabac. On va donc la tolérer à certaines conditions, à certains moments, dans certaines circonstances. Mais alors il est clair qu'on n'aboutit pas au résultat, parce que la publicité se fait quand même. Il suffit que la presse professionnelle étende son activité pour que le résultat qu'on veut atteindre soit complètement mis de côté. Ou bien on suit Mme Deneys et on interdit toute publicité ou bien on la tolère en l'interdisant dans des secteurs très particuliers, comme par exemple à la TV, sous forme de distribution d'échantillons de tabac aux jeunes, deux points particuliers où il est facile de faire des contrôles, où par conséquent on peut atteindre un résultat certain.

Voilà pourquoi, à notre avis, les propositions de Mme Deneys et de M. Ammann doivent être rejetées.

J'insiste encore sur un point: vous savez qu'on se plaint beaucoup, actuellement, de la machine législative, de la Confédération. On édicte trop de lois, trop d'arrêtés, trop de dispositions dans tous les domaines. Or, sur cette matière, si on suit les initiants, on va encore faire d'autres lois, d'autres arrêtés, poser d'autres interdictions. Pour

important qu'il soit, est-ce que, franchement, c'est un secteur qui exige que l'on prenne encore en sus des mesures dans le sens proposé par l'initiative? Ou au contraire, ne faut-il pas, comme la commission et le Conseil fédéral vous le proposent, utiliser des moyens efficaces mais positifs qui alors, eux, permettraient beaucoup mieux de donner aux gens l'occasion de prendre leurs propres responsabilités, de respecter leur liberté et, quitte à prendre des mesures de protection efficaces pour ceux qui doivent être protégés, en particulier pour les jeunes, des mesures limitées à certains secteurs précis?

C'est dans cette direction-là que votre commission vous propose de vous engager et de rejeter l'initiative et le contre-projet.

Bundesrat **Hürlimann**: Die Vorlage, die Sie heute und gestern beraten haben, ist in mancher Hinsicht symptomatisch für unsere Zeit. Sie wirft ein grelles Licht auf ungelöste Probleme unserer Gesellschaft: die Abhängigkeit vieler Menschen von Alkohol, Tabak und Drogen. Andererseits - auch das wiederum ist symptomatisch - erwartet sie vom Staat Massnahmen zur Bekämpfung von Missständen, deren tiefere Ursachen letztlich ausserhalb staatlicher Einwirkungsmöglichkeiten liegen. Einmal mehr wird vom Staat erwartet, dass er zur Meisterung von Problemen mit Eingriffen beiträgt, die letztlich nur im einzelnen, von der Erziehung (ich denke an die Schule), von den Eltern und der Familie, zusammen mit andern privaten initiativen Kräften erfolgreich angegangen werden können. Es ist unbestritten: Der übermässige Alkoholkonsum - das wurde gestern auch hier in der Debatte deutlich gemacht -, die Flucht in die Drogen, der übersteigerte Tabakgenuss führen zu schweren körperlichen und psychischen Schäden mit gewaltigen sozialen, gesundheitlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen. Der Kampf gegen den Alkoholismus, das gewohnheitsmässige Rauchen, hat nichts von seiner Aktualität eingebüsst, im Gegenteil. Der Bundesrat steht deshalb diesem Grundanliegen der Initiative mit grösster Sympathie gegenüber, und er teilt vor allem die Sorgen der Initianten. Die Notwendigkeit der Bekämpfung war nie bestritten, und vermutlich muss niemand in diesem Saal, auch der Bundesrat nicht, davon überzeugt werden. Die Initianten dürfen für sich in Anspruch nehmen, ein Problem aufgegriffen zu haben, dessen Schwere zwar vielen bewusst ist, das wir aber aus allerlei Gründen gerne verdrängen. Herr Braunschweig wird vielleicht nun denken und sagen: Das ist wiederum eine sehr väterliche Aussage. Aber, Herr Braunschweig, die väterlichen Ratschläge waren noch nie die schlechtesten.

Wir kommen trotzdem zur Ablehnung der Initiative, und zwar nicht, weil wir die Absicht bekämpfen, sondern aus dem einfachen Grund, weil wir das Mittel nicht als tauglich erachten. Das vorgeschlagene absolute Reklameverbot für Alkohol und Tabak ist nicht wirksam und nicht geeignet, um diese Ziele zu erreichen. Das Verbot, würde es auf Verfassungsstufe beschlossen, wäre nicht durchsetzbar und mit der Grundhaltung unserer eigenen, jetzt bestehenden Verfassung nicht vereinbar. Das waren auch die Überlegungen Ihrer Kommission, die bei ihren gründlichen Auseinandersetzungen dem Vorschlag des Bundesrates gefolgt ist. Ich möchte der Kommission und den beiden Referenten, Herrn Zwygart und Herrn Mugny, für die Darlegungen bei den Beratungen in der Kommission sehr danken.

Gestatten Sie mir noch - bevor Sie zur Abstimmung schreiten - drei Überlegungen.

Eine erste: ein Wort zur Wirksamkeit von Verboten. Die hinter uns liegende Abstimmung vom 28. Mai und frühere Abstimmungen haben es deutlich gemacht: Die Erfolgchancen für Volksinitiativen sind geringer geworden. Das Volk will offensichtlich im Augenblick weniger Staat, weniger Vorschriften, und es will seine persönliche Freiheit. Das ist das souveräne Recht, Herr Nationalrat Oehen, des Volkes. Demokratie besteht nicht darin, dass man eine eigene Meinung und eine persönliche Auffassung à tout

prix durchsetzen kann, sondern sie besteht darin, dass man den Entscheid der Mehrheit respektiert. Es gehört deshalb zu den Erfahrungen in diesem Staat, dass Verbote, mögen sie noch so gut gemeint sein, vom einzelnen als Beschränkung seiner Freiheit aufgefasst werden. Niemand will sich offensichtlich zu seinem Glück durch den Staat zwingen lassen. Der einzelne ist sogar eher bereit, unverhältnismässige Risiken in Kauf zu nehmen, wenn er meint, es gehe um die Beraubung seiner persönlichen Freiheit. Vieles, was wir gegenwärtig in unserer Freizeit tun, ist offensichtlich – das zeigt ebenfalls die Erfahrung – mit Risiken verbunden, und trotzdem kommen wir nicht dazu, dieses Tun oder auch die Propagierung dieses Tuns zu verbieten.

Es kommt dazu ein weiteres, das, wir mir scheint, bei der ganzen Debatte etwas zu kurz gekommen ist: Die Erfahrungen in andern Staaten, auch in Staaten, die aufgrund eines andern Wirtschaftssystems keinerlei Werbung kennen, zeigen, dass der Alkohol- und Tabakmissbrauch nicht weniger gravierend ist. Was heisst dies für uns? Mit Verboten allein können wir das Problem nicht lösen. So würden wir mit einem Reklameverbot nur falsche Hoffnungen wecken. Viel wichtiger scheint uns eine Intensivierung der Aufklärungs- und Erziehungsmassnahmen auf allen Stufen zu sein. Wenn Kinder heute rauchen, dann dürfen Sie dafür nicht die Reklame verantwortlich machen; dann tragen andere die Verantwortung für diese beileibe bedenkliche Feststellung und Tatsache. Motivation und Erziehung zum richtigen, zum gesunden Verhalten ist auch in diesem Bereich wichtiger als der vom Staate erhobene Drohfinger, der gar nicht geschätzt wird. Der Bund ist auch bereit, hier das Seine zu leisten, und Herr Sigrist hat gestern sehr zu Recht ausgeführt, dass der Bund heute schon Millionen für die Präventivmassnahmen und für Massnahmen zur Bekämpfung von Missbräuchen zur Verfügung stellt. Es wäre ungerecht, in diesem Zusammenhang nicht die Bemühungen der Kantone – ich denke an die sozialmedizinischen Dienste –, die Arbeit der Fürsorgeämter, der Gemeinden und vieler privater Organisationen zu erwähnen, weil allzu fest der Eindruck entstand, als ob auf diesem Gebiete nichts geschehe. Es wird einiges, vielleicht noch nicht alles, aber es wird viel getan.

Ein Wort zu den Auswirkungen der Initiative: Ein integrales Reklameverbot wäre mit einer Reihe schwerwiegender Nachteile verbunden. Es wäre praktisch nicht durchführbar. Täglich kommen Hunderttausende von ausländischen Zeitungen und Zeitschriften in unser Land. Wir müssten diese Importe verbieten, wenn darin entsprechende Reklame für Alkohol und Tabakwaren enthalten wäre. Ich weiss nicht, wie der Schweizer auf ein solches Verbot reagieren würde, das natürlich eine sehr einschränkende Massnahme in bezug auf seine persönliche Freiheit wäre, wenn es dann auf der Stufe Verwaltung/Gesetzgebung durchgesetzt werden müsste.

Der Gegenvorschlag verbietet grundsätzlich die Reklame, während die Initiative Druckerzeugnisse aus dem Ausland mit einer kleinen Auflage allenfalls als zulässig betrachten würde. Ich möchte hier lediglich die ungleiche Behandlung von Druckerzeugnissen mit kleinen Auflagen im eigenen Land erwähnen; hier würden also Druckerzeugnisse mit kleinen Auflagen, die aus dem Ausland stammen, besser behandelt als jene aus dem Inland, die vielleicht ohnehin Schwierigkeiten zu überwinden haben. Ein integrales Verbot gemäss Initiative müsste eben durchgesetzt werden.

Im Gegenvorschlag von Herrn Ammann ist die Reklame grundsätzlich verboten. Das bedeutet nach meiner Meinung, wie wir diese Bestimmungen auslegen, ein integrales Verbot. Entweder setzen wir dieses Verbot durch, wie es die Initianten wollen – ich glaube, das wäre die Konsequenz –, oder aber wir öffnen gleichzeitig soundso viele Türen, durch die dann allenfalls Ausnahmen möglich wären. Sie müssen bedenken, dass ein solches Verbot durch die Verwaltung durchgesetzt werden müsste, und zwar sowohl an der Grenze wie im Inland. Ich brauche nicht wei-

ter zu erläutern, was das an zusätzlicher Administration auslösen müsste, nicht nur bei den Kantonen, sondern auch auf der Stufe des Bundes. Es geht hier nicht um die gute Idee, sondern um die Frage, ob das tatsächlich durchführbar sei.

Wir lehnen diese Initiative nicht deshalb ab, weil wir wirtschaftliche Interessen zu schützen hätten; aber wir haben zu untersuchen – das ist letztlich auch Ihnen bei der Abstimmung zur Ueberlegung übertragen –, ob die Einschränkung der Freiheit und anderer Rechtsgüter, auch der Gewerbefreiheit, proportional zur erhofften Wirkung sei, die mit diesem Verbot erzielt werden soll. Es geht nicht primär ums Geld, aber um die Grundfrage unserer wirtschaftspolitischen und unserer staatsrechtlichen Ordnung; es geht um die richtige und effiziente Verwirklichung eines guten Zieles.

Nach dem Votum des Herrn Braunschweig von gestern Abend bin ich etwas hellhörig geworden; er machte sehr deutlich, dass er eigentlich mit dieser Initiative ganz andere Ziele im Auge hat als das, was die Initianten wollen. Wenn man auf diese Art und Weise unsere wirtschaftspolitische Ordnung angehen will, dann wird man eben eher skeptisch, wenn jemand für diese Initiative eintritt.

Warum kein formeller Gegenvorschlag? Aus der Argumentation der Initianten wird deutlich, dass ein Hauptziel der Initiative ist, vor allem die Heranwachsenden und jungen Erwachsenen vor den Gefahren des gewohnheitsmässigen Rauchens und Trinkens zu bewahren. Wir sind zur Ueberzeugung gelangt, dass man diesem wichtigen und berechtigten Anliegen weitgehend ohne Aenderung der Verfassung Rechnung tragen kann, sofern man nicht ein integrales Reklameverbot will. Ein solches Verbot müsste auf die Stufe der Verfassung gehoben werden. Ich habe Ihnen dargelegt, dass dies mit unserer Auffassung über die Grundhaltung und -ordnung in diesem Staate nicht vereinbar ist.

Aufgrund des geltenden Verfassungsrechtes sind nämlich schon eine Reihe von Massnahmen zur Bekämpfung des Alkohol- und Tabakmissbrauches getroffen worden; weitere Massnahmen, die in hohem Masse den Anliegen der Initianten Rechnung tragen, sind auf Gesetzes- und Verordnungsstufe vorgesehen. Noch in diesem Jahr wird mein Departement dem Bundesrat eine Revision des Tabakartikels der Lebensmittelverordnung vorschlagen. Mein Vorgänger hat das bereits einmal getan, das muss ich zu seiner Ehrenrettung festhalten. Der damalige Bundesrat hat dann aber die Verordnung nicht weiterbehandelt, sondern er hat über eine zusätzliche steuerliche Belastung des Tabaks eine erste Massnahme in gleicher Richtung an die Hand genommen.

Ferner hat der Bundesrat für die nächste Legislaturperiode eine Aenderung des Alkoholgesetzes vorgesehen, und in meinem Departement sind wir an den Vorarbeiten zu einem Präventivgesetz gegen Suchtkrankheiten.

Darf ich diese politischen Absichten vor allem auch mit Rücksicht auf die Fragen, die Herr Dirren stellte, noch etwas konkretisieren? Der Entwurf für die neue Lebensmittelverordnung sieht vor, jede Werbung zu verbieten, die bezweckt, die Minderjährigen zum Tabakgenuss zu veranlassen; zusammen mit der Einführung einer obligatorischen Warnaufschrift auf allen Packungen sieht der Entwurf auch die Pflicht der Produzenten vor, den Gehalt an Schadstoffen Teer, Nikotin, Stickstoff und Kohlenmonoxyd zu deklarieren. Herr Schaffer, aller Voraussicht nach werden wir die Verordnung im Bundesrat beraten, bevor wir in diesem Rat dazu kommen, Ihren Vorstoss in bezug auf die Lebensmittelverordnung zu behandeln.

Was die Revision des Alkoholgesetzes betrifft, sollen dort nach Möglichkeit einschränkende Vorschriften über die Gestaltung der Reklame vorgeschlagen werden, unter anderem ein Verbot der ursachlichen Reklame. Zudem soll die Werbung für Branntwein überall dort untersagt werden, wo sie sich an Jugendliche richtet.

Ich darf in diesem Zusammenhang ebenfalls eine Erklärung in bezug auf den Zeitplan zu diesem Gesetz abge-

ben: verantwortlich ist das Finanz- und Zolldepartement. Es ist richtig, dass die Vorlage behandlungsfähig wäre. Aber Sie waren es, die dem Bundesrat im Zusammenhang mit den Richtlinien für diese Legislaturperiode deutlich gemacht haben, das Parlament sei überfordert und wäre nicht in der Lage, alle diese Vorlagen aus dem Bundesrat zu behandeln; Sie haben uns gezwungen, Prioritäten zu setzen. Selbstverständlich ist es Ihr gutes Recht, hier wieder eine andere Meinung zu haben, und wir werden den Vorstoss, der schon angemeldet ist wie üblich auch im Lichte der neuen Verhältnisse prüfen. Aber Sie dürfen nicht vergessen, was in diesem Rate noch ansteht und was wir allein an Vorstössen noch nicht behandelt haben. Für jede Session haben wir sie aufgrund der eingetretenen Entwicklung neu zu überprüfen. In meinem Departement sind derzeit rund 70 Vorstösse noch nicht behandelt. Sie müssen sich selber überlegen, welche Gangart Sie einhalten wollen. Aber wie gesagt: das Anliegen ist im Bundesrat in der Richtung, wie Sie es gestern, Herr Dirren und Herr Schaffer, vorgetragen haben, bereit. Es ist eine Frage der Zeit und der Möglichkeit, die Vorlagen vor allem im Nationalrat behandeln zu können.

Noch ein Wort zum vorgesehenen Präventivgesetz. Aufgrund der verschiedenen Vorstösse – Herr Präsident Zwygart hat sie gestern erwähnt – kamen wir in meinem Departement zur Ueberzeugung, was ich bereits einleitend ausgeführt habe, dass es, vor allem in bezug auf die Bekämpfung des Drogenmissbrauchs, besser wäre, vorzubeugen statt zu heilen. Ich habe vorhin angetönt, dass hier sowohl in den Kantonen und in den Gemeinden wie auch durch private Organisationen sehr viel geschieht. Die Idee des Präventivgesetzes wäre, diese Anstrengungen zu koordinieren und vor allem die Gesundheitserziehung und die Gesundheitswerbung zu fördern. Das wäre die Grundlinie für ein solches Gesetz, und ich hoffe sehr, dass – wenn wir es vor Ihrem Rat und dem Ständerat beraten –, viele der in diese Richtung weisenden Vorstösse abgebaut werden können.

Mit einem Wort: Es geschieht etwas, es tut sich jetzt schon einiges, und wir haben ganz konkrete Absichten, sowohl auf dem Weg der Gesetzgebung als auch der Verordnung, das Problem immer wieder neu anzugehen. Einiges soll demnächst – das habe ich deutlich versprochen, was mein Departement betrifft – an die Hand genommen werden. Aber eine Verfassungsbestimmung, wie sie sowohl durch die Initianten als auch durch den Gegenvorschlag angeregt wird, ist nicht notwendig, um auf Gesetzesstufe und auf dem Verordnungswege ganz echte Ziele zu erreichen.

Wenn der Bundesrat die Ablehnung der Initiative beantragt, dann heisst das nicht – ich betone es nochmals –, dass er dem Grundanliegen der verstärkten Bekämpfung des Alkohol- und Tabakmissbrauches ablehnend gegenübersteht; im Gegenteil. Was wir Ihnen vorschlagen, sind lediglich andere, wirksamere und der Rechtsordnung entsprechende Wege. Mit meinen Ausführungen wollte ich auch unterstreichen, für wie wichtig wir diese Aufgabe halten. Die Initianten haben ein aktuelles Problem aufgegriffen. Ich danke ihnen und möchte in diesen Dank vor allem aber auch alle andern Organisationen einschliessen, die in selbstloser Hingabe und unter grossen persönlichen Opfern den vielen Menschen helfen, die durch ihre Abhängigkeit von Alkohol und Drogen sich selbst, ihre Gesundheit, ihre berufliche Stellung und die Familie gefährden. Ich möchte diesen Dank stellvertretend an das Blaue Kreuz richten, das letztes Jahr auf eine 100jährige Tätigkeit zurückblicken konnte. Dort wurde bei einer Versammlung von über 10 000 Menschen deutlich, dass in dieser Hinsicht mehr erreicht wird, wenn man von einer Sache innerlich überzeugt ist, als wenn man sie mit staatlichen Verboten und mit dem Drohfinger erzielen will. Ich hatte einen ausgezeichneten Eindruck von jener Art, sich einem Problem und einem Anliegen anzunehmen und es auch vorzuleben. Damit wird mehr erreicht, als immer wieder den Staat herbeizurufen mit Diktaten und mit Verboten.

Deshalb beantrage ich Ihnen, dem Bundesrat und der Kommission zuzustimmen und die Anträge von Madame Deneys und Herrn Ammann abzulehnen.

Eintreten ist obligatorisch

L'entrée en matière est acquise de plein droit

Detailberatung – Discussion par articles

Titel und Ingress

Antrag der Kommission

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Titre et préambule

Proposition de la commission

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Angenommen – Adopté

Le président: Nous avons une proposition de Mme Deneys et une proposition de M. Ammann-St-Gall. Je vous propose la procédure de vote suivante: dans une première votation, nous opposerons la proposition Deneys à la proposition Ammann. Le résultat, en votation définitive, sera opposé au texte de la commission et du Conseil fédéral.

Anträge siehe Seite 924 hiervor

Propositions voir page 924 ci-devant

Abstimmung – Vote

Eventuell – A titre préliminaire

Für den Antrag Deneys

32 Stimmen

Für den Antrag Ammann-St. Gallen

80 Stimmen

Definitiv – Définitivement

Für den Antrag der Kommission

73 Stimmen

Für den Antrag Ammann-St. Gallen

64 Stimmen

Art. 1, 2

Antrag der Kommission

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Proposition de la commission

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Angenommen – Adopté

Gesamtstimmung – Vote sur l'ensemble

Für Annahme des Beschlussentwurfes

84 Stimmen

Dagegen

46 Stimmen

An den Ständerat – Au Conseil des Etats

Proposition de la commission

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Angenommen – Adopté

Gesamtabstimmung – Vote sur l'ensemble

Für Annahme des Gesetzentwurfes	28 Stimmen
Dagegen	1 Stimme

Abschreibung eines Postulates

Classement d'un postulat

Das Postulat Honegger (Oeffentliche Sicherheit, Nr. 75.399) wird abgeschrieben.

An den Nationalrat – Au Conseil national

Ständerat
Sitzung vom 20.9.1978

Conseil des Etats
Séance du 20.9.1978

Dritte Sitzung – Troisième séance**Mittwoch, 20. September 1978, Vormittag****Mercredi 20 septembre 1978, matin**

9.00 h

Vorsitz – Présidence: Herr Reimann

78.018

**Suchtmittelreklame. Volksinitiative
Publicité pour des produits qui engendrent
la dépendance. Initiative populaire**

Botschaft und Beschlussentwurf vom 22. März 1978 (BBI I, 1097)

Message et projet d'arrêté du 22 mars 1978 (FF I, 1105)

Beschluss des Nationalrates vom 22. Juni 1978

Décision du Conseil national du 22 juin 1978

Antrag der Kommission

Zustimmung zum Beschluss des Nationalrates

Proposition de la commission

Adhérer à la décision du Conseil national

*Antrag Lieberherr**Art. 1a*

Gleichzeitig wird Volk und Ständen der Gegenvorschlag der Bundesversammlung zur Abstimmung unterbreitet.

Er lautet: In die Bundesverfassung wird ein neuer Artikel 32quinquies mit folgendem Wortlaut aufgenommen:

«Reklame für Raucherwaren und alkoholische Getränke ist grundsätzlich untersagt. Die Bundesgesetzgebung kann Ausnahmen gestatten, vor allem für Reklame in Fachzeitschriften und innerhalb von Verkaufsstellen.»

Art. 2

Die Bundesversammlung empfiehlt Volk und Ständen, die Volksinitiative zu verwerfen und den Gegenvorschlag anzunehmen.

*Proposition Lieberherr**Art. 1a*

Le contre-projet de l'Assemblée fédérale est également soumis à la votation. Il demande l'insertion dans la constitution d'un nouvel article 32quinquies ayant la teneur suivante:

«En règle générale, la publicité en faveur des produits pour fumeurs et des boissons alcooliques est interdite. La législation fédérale peut admettre des dérogations, en particulier pour la publicité dans la presse professionnelle et à l'intérieur des points de vente.»

Art. 2

Le peuple et les cantons sont invités à rejeter l'initiative populaire et à accepter le contre-projet de l'Assemblée fédérale.

Bächtold, Berichterstatter: Ich möchte Ihnen nicht die Botschaft des Bundesrates resümieren, sondern vor allem über den Verlauf der Kommissionsberatungen berichten.

Die Kommissionssitzung vom 17. August hat den erwarteten Verlauf genommen. Sämtliche Kommissionsmitglieder haben ihre Ausführungen und Stellungnahmen mit einer

Sympathieerklärung für die Initiative der Schweizer Guttempler-Jugend begonnen, die mit 77 515 gültigen Unterschriften eingereicht wurde und verlangt, dass jede Reklame für Raucherwaren und alkoholische Getränke verboten werde.

Ueber die gesundheitsschädigenden Auswirkungen des Tabak- und Alkoholmissbrauchs sprechen die Statistiken und die uns zahlreich unterbreiteten Dokumente eine deutliche Sprache. Die Initianten selber schätzen den volkswirtschaftlichen Schaden als Folge des Suchtmittelkonsums auf an die 3 Milliarden Franken im Jahr. In den letzten 30 Jahren haben sich die Todesfälle durch Lungenkrebs verdreifacht, und der Kausalzusammenhang zwischen Rauchen und Krankheit gilt heute als medizinisch erwiesen. Das Volksbegehren hat das Verdienst, die Allgemeinheit auf ein unbestreitbar wichtiges und aktuelles Problem hinzuweisen und die Volksmeinung zu sensibilisieren.

Die Sympathien der vorberatenden Kommission gelten dem Einsatz und Mut der jungen Guttempler, offensichtliche Missstände aufzudecken. Sie gelten nicht den Mitteln und Instrumenten, die uns die Initianten vorschlagen. Die Mehrheit der Kommission ist der Auffassung, dass das Verbot jeder Werbung für Raucherwaren und Alkoholika weder geeignet noch genügend wirksam sei, um das gute Ziel der Hebung der Volksgesundheit zu erreichen. Wir folgen der Argumentation des Bundesrates, der das Volksbegehren – wie Sie in der Botschaft lesen können – vor allem mit dem Hinweis auf das Prinzip der Verhältnismässigkeit, auf die Vollzugsschwierigkeiten und die wirtschaftlichen Auswirkungen ablehnt, wobei letztere aber keineswegs im Vordergrund stehen. Eine Massnahme auf Verfassungsebene, wie sie die Initiative bringen will, ist nicht zu realisieren, vor allem die Kontrolle ausländischer Zeitungen und Zeitschriften an der Grenze mit Konfiskationen wäre äusserst schwierig, werden doch in der Schweiz pro Woche durchschnittlich über 2 Millionen ausländische illustrierte Zeitschriften verkauft. Zudem gelangen ausländische Zeitschriften oft vom Verleger als Briefpost direkt an den schweizerischen Abonnenten, und in solchen Fällen wäre eine Zollkontrolle praktisch ausgeschlossen. Auch im Inland bedürfte es eines erheblichen Kontrollapparates gegen verdeckte Reklame, denn die heutigen Werbemethoden sind zum Teil sehr raffiniert. Ein umfassendes Werbeverbot würde nicht nur die Gewerbefreiheit an sich berühren, sondern auch die persönliche Freiheit vieler Bürger, jener zum Beispiel, die es gewohnt sind, ausländische Zeitungen zu lesen, welche dann an der Grenze allenfalls zurückgewiesen werden müssten.

Die Mehrheit der Kommission kommt also zum Schluss, dass die Initiative praktisch nicht, oder nur mit unverhältnismässig grossem Aufwand, durchzusetzen wäre. Wieweit zwischen der Suchtmittelwerbung und den Suchtmittelschäden ein Zusammenhang besteht, darüber lassen sich keine präzisen und klar beweisbaren Aussagen machen. Wenn die Werbung unwirksam wäre, würden wohl kaum derart enorme Summen eingesetzt werden. In der Kommission wurde aber von verschiedenen Mitgliedern die Meinung geäussert, dass die Wirksamkeit eines Werbeverbotes überschätzt werde und dass für übermässiges Rauchen und Trinken psychische und gesellschaftliche Ursachen im Vordergrund stehen. Drogeninserate zum Beispiel dürfen keine gemacht werden, und doch nimmt der Drogenkonsum ständig zu. Auch konnten wir nicht völlig übersehen, dass ein Werbeverbot das graphische Gewerbe und die sich ohnehin teilweise in einer schwierigen Lage befindende Presse treffen würde.

Ein gewichtiges Argument beim Entscheid der Kommission wie auch des Nationalrates, der das Volksbegehren mit 84 gegen 46 Stimmen ablehnte, war, dass der Schweizer Bürger offensichtlich eine immer stärker werdende Abneigung gegen Verbote hat. Wie die Abstimmungen über die Albatros- und die Burgdorfer Initiative zeigten, will er nicht bevormundet werden und nimmt lieber gewisse Risiken in

Kauf als die Beschneidung der persönlichen Freiheit. Das Reklameverbot würde wahrscheinlich nur falsche Hoffnungen wecken. Die Erfahrungen in anderen Staaten mit Reklameverboten beweisen, dass dort der Tabak- und Alkoholmissbrauch nicht weniger gravierend ist. Einig sind wir uns darin, dass blosse Sympathiekundgebungen an die Adresse der Initianten nicht genügen. Auch in unserer Kommission wurden Stimmen der Ungeduld darüber laut, dass bisher dem Uebel nur zögernd auf den Leib gerückt wurde und dass die rechtlichen Möglichkeiten auf Gesetzesstufe noch keineswegs ausgeschöpft worden sind. Wenn man dem Bundesrat gegenüber den Vorwurf erhebt, dass gewisse Gesetzesrevisionen allzu lange auf sich warten lassen, so müssen wir allerdings auch zugeben, dass das Parlament selber diesem Problem bisher nicht äusserste Dringlichkeit beigemessen hat. Die Behauptung, es sei nichts vorgekehrt worden, ist allerdings nicht zutreffend. Aufgrund des geltenden Rechts ist die Suchtmittelreklame in Kinderbüchern, bei den PTT, entlang den Autobahnen sowie an Radio und Fernsehen verboten, in manchen Gemeinden auch auf öffentlichem Grund.

Die Botschaft gibt ja ausführlich Auskunft über die bereits getroffenen Massnahmen. Mit dem Willen, den Forderungen der Guttempler-Jugend auf Gesetzes- und Verordnungsstufe soweit wie möglich entgegenzukommen, wünschte und erhielt die Kommission Auskunft über gesetzgeberische Vorhaben, die man in ihrer Gesamtheit doch als Gegenvorschlag zur Initiative betrachten könnte. Wir hörten mit Genugtuung in der Kommission, dass der Entwurf zur Revision des Tabakartikels in der Lebensmittelverordnung dem Bundesrat vorliegt. Beim Departement des Innern ist ein Präventivgesetz gegen Suchtkrankheit in Vorbereitung. Das Alkoholgesetz wird revidiert, und sicher ist es absolut notwendig, dass mit der Ausrichtung des Alkoholzehntels schärfere Auflagen verbunden werden. Ich denke, Herr Bundesrat Hürlimann wird Ihnen über den Stand der Dinge noch nähere Auskunft geben.

Es ist der ausdrückliche Wunsch der Kommission, dass der Bundesrat – es sind ja verschiedene Departemente beteiligt – vorwärts macht mit diesen positiven Massnahmen, die uns geeigneter erscheinen als Verbote und mit denen man dem Anliegen der Guttempler-Jugend besser Rechnung tragen kann als mit ihrer Initiative. Dass diese beiträgt, die Arbeiten zu intensivieren, ist ihr Verdienst. Wir sind in der Kommission zur Auffassung gekommen, dass die Hauptursachen des Alkohol- und Tabakmissbrauchs ausserhalb des staatlichen Einwirkungsbereichs liegen. Es war der Zahnarzt in unserer Kommission, der uns sehr eindrücklich sagte, man müsse das Uebel auch hier an der Wurzel packen, d. h. an gewissen bestehenden Erscheinungen der menschlichen Gesellschaft. Wenn der Einzelne, die Familie, die Gemeinwesen versagen, kann der Staat nicht mit dirigistischen Massnahmen und Verboten für das Volkswohl sorgen. Die Kommission meint, dass es vor allem Sache der Erziehung und Aufklärung der Eltern und der Schule sei, zusammen mit privaten Kräften, wie etwa dem Blauen Kreuz, die Probleme zu lösen.

Herr Kollege Wenk hat in der Kommissionssitzung den Gegenvorschlag von Nationalrat Ammann-St. Gallen aufgenommen, der im Nationalrat nur knapp, nämlich mit 73 zu 64 Stimmen, abgelehnt worden ist. Kurz vor seiner Erkrankung hat mir Herr Wenk erklärt, dass er diesen Antrag auch im Plenum verfechten werde. Nun hat sich Frau Lieberherr dieser Aufgabe angenommen. Sie haben den Text des Antrages vor sich, der meint, es wäre möglich, für besonders strittige Punkte auf Gesetzesebene angemessene Lösungen zu finden und dabei die schlimmsten Vollzugsschwierigkeiten zu vermeiden. Eine grosse Mehrheit der Kommission ist aber der Auffassung, dass diesem Gegenvorschlag die gleichen Schwächen anhaften wie der Initiative selber und dass es falsch wäre, ein grundsätzliches Verbot in der Verfassung auszusprechen und dann doch wieder Ausnahmen zuzulassen. So ist der Antrag Wenk in der Kommission mit 8 gegen 2 Stimmen abgelehnt worden. Mit demselben Stimmenverhältnis schlägt Ihnen

die Kommission vor, die Initiative sei Volk und Ständen zur Ablehnung zu empfehlen.

Frau **Lieberherr**: In der vorbereitenden Kommission – Herr Bächtold hat Ihnen dies bereits erklärt – hat Herr Wenk einen Gegenvorschlag eingereicht. Ich bin sehr gerne bereit, diesen hier zu vertreten, da ich ihn selber auch in der vorbereitenden Kommission mitunterstützt habe.

Lassen Sie mir meiner Begründung zuerst ein paar grundsätzliche Bemerkungen vorangehen. Wir haben in diesem Rate immer wieder mit Volksinitiativen zu tun. Wir hatten gestern eine Volksinitiative Fuss- und Wanderwege, und ich mache da die Erfahrung im Rat, aber auch in der Kommission, dass man diesen Volksinitiativen im Prinzip grosse Sympathien entgegenbringt. Herr Bächtold hat vorhin gesagt, es seien von allen Seiten gegenüber dieser Guttempler-Initiative Sympathien bekundet worden. Aber wenn man dann etwas machen muss, dann schwinden die Sympathien zu verbalen Erklärungen, und es wird schlussendlich diesen Volksinitiativen doch nicht Folge geleistet.

Die heute zu beratende Initiative ist eine Initiative der Guttempler-Jugend, einer Jugend, die sich speziell gerade wieder für andere Jugendliche engagiert. Sie haben dabei ein Mittel angewandt, das legal ist. Ich glaube, wir sollten doch bedenken, wie unsere Entscheidung auf die Jugend wirkt, wenn wir einfach grundsätzlich zu einer Initiative nein sagen. Diese Guttempler-Jugend möchte sich engagieren für geschädigte oder für in Gefahr stehende Jugendliche, die den Süchten verfallen könnten. Ich glaube, wenn ich mich zurückerinnere an die Diskussion in der Kommission, hat jedermann zugestanden, auch Herr Bundesrat Hürlimann, dass Alkoholismus und übermässiger Tabakkonsum ein grosses Problem sind. Und jedermann hat gesagt: Man sollte etwas tun. Ich befürchte sehr, dass auch im Rat hier nun eine derartige Sympathiewelle sich breit macht, dass man aber schlussendlich doch nicht ja zu dieser Initiative sagt; es liegt denn auch ein Antrag auf Ablehnung aus der Kommission hier auf dem Tisch.

Was wir machen, sind Lippenbekenntnisse. Wir möchten etwas unternehmen gegen die Auswirkung von Süchten, möchten aber dabei niemandem wehtun; wir möchten, wie wir so sagen, die Freiheit von Wirtschaftsgruppen nicht einschränken, schränken aber, indem wir nichts tun, die Freiheit auf Selbstentfaltung junger Menschen ein.

Nun zum materiellen Gehalt meines Gegenvorschlages: Ich möchte Sie natürlich keineswegs zur Abstinenz belehren. Aber ich glaube, wir müssen uns klar sein: Die Suchtschäden sind stärker und grösser, als wir in der Regel annehmen. Die Botschaft des Bundesrates spricht von anderthalb Milliarden Franken Schäden; die Guttempler-Jugend spricht von grösseren Schäden. Ich glaube, die Wahrheit liegt irgendwo in der Mitte. Die Botschaft spricht von 130 000 Alkoholkranken. Wenn ich allein die Zahl der Alkoholkranken in der Stadt Zürich betrachte, muss ich sagen, dass diese sehr wahrscheinlich zu tief gegriffen ist. Aber bereits 1,5 Milliarden volkswirtschaftliche Schäden sind sehr viel. Denken wir auch an die grossen Schäden, die im Beziehungsbereich der Geschädigten entstehen, in der Ehe, in der Familie, am Arbeitsplatz, in einer Freundschaft; sie reichen hin bis zu der Verwahrlosung von Menschen.

Man hat in der Kommission gesagt, dass die Jugendlichen vielleicht nicht mehr so stark gefährdet sind wie früher, weil Sport und andere sinnvolle Freizeitbeschäftigungen von Süchten fernhält. Die Erfahrung bei uns in Zürich zeigt etwas anderes. Wir machen die Erfahrung, dass die Anfälligkeit nur immer grösser wird. Eine Untersuchung der psychiatrischen Universitätsklinik des Kantons Zürich zeigt zum Beispiel folgendes: Im Verlauf der drei Jahre 1971 bis 1974 ist die Zahl der 19jährigen Alkoholabhängigen von 10 auf 20 Prozent der Alkoholabhängigen gestiegen. Die Erfahrung zeigt gerade aufgrund dieser Untersuchung, dass die ständige Abhängigkeit vom Alkohol sehr stark gestiegen ist. Immer jüngere Menschen werden tabak- und alkoholabhängig.

Bei der Initiative, wie aber auch beim Gegenvorschlag, der auch im Nationalrat zur Diskussion stand, geht es nicht um ein Konsumverbot, das möchte ich ganz klar sagen. Man spricht immer von der Beeinträchtigung der persönlichen Freiheit, als ob man hier eine Prohibition einführen wollte. Mitnichten! Es geht hier nicht um eine Tangierung der Konsumfreiheit. Ich möchte Ihnen ganz klar sagen: Ich bin eine Anhängerin der Konsumfreiheit, aber ich glaube, um eine Konsumfreiheit sinnvoll ausüben zu können, muss man informiert und gut darauf vorbereitet sein. Aber dort, wo die Gesundheit, wo die Integrität Junger und Schwacher gefährdet ist, wo es um die Volksgesundheit geht, müssen nach meinem Dafürhalten Schranken errichtet werden, auch wenn dabei vielleicht irgendwo Freiheiten tangiert werden. Nun spielt beim Konsum von Alkohol und von Tabak die Werbung eine Schlüsselrolle, und zwar sowohl beim Entscheid, welche Konsumbedürfnisse man befriedigen will, als auch beim Entscheid, welche Konsumgüter man schlussendlich kaufen will. Die Beeinflussung durch die Werbung ist bekannt. Die Werbung bedient sich dabei nicht nur allgemeiner Mittel, sondern auch tiefenpsychologischer Mittel. Man spricht sehr oft davon, dass man über die Werbung Konsumbedürfnisse wecken oder umleiten kann. Wir wissen, dass die Werbung gerade bei der Jugend eine besondere Macht hat, indem sie Konsumleitbilder schafft, und die Jugend aufgrund dieser Konsumleitbilder unter Umständen nachher ihre Konsumbedürfnisse befriedigt. Also: Die Werbung kann nicht nur den bestehenden Alkoholiker oder Alkoholkonsumenten oder Tabakkonsumenten zu einem Kauf bewegen, sondern den Einstieg in ein Bedürfnisfeld bewirken. Und das finde ich gerade in bezug auf junge Menschen etwas ausserordentlich Wichtiges. Der Junge wird durch die Werbung dazu ermuntert, zu rauchen oder Alkohol zu konsumieren. Meine Herren, betrachten Sie die Werbebotschaften! Beim Trinken wird doch sehr oft an die Männlichkeit appelliert: Sei ein Mann und trinke das und das. Bitte, ich will hier keine Schleichwerbung machen! Oder beim Rauchen: Je länger, je mehr richtet sich die Werbung für Raucherwaren an die jungen Mädchen, an die jungen Frauen, und zwar sehr oft mit dem Hinweis darauf: Man bekommt Sicherheit durch das Rauchen, Sicherheit und Frische.

Ich bin also der Meinung, dass man hier Einfluss nehmen sollte, da die Werbung ein so zentrales Impulsmittel ist, um diese Konsumgattung anzuregen. Ich glaube allerdings auch, mit Herrn Bundesrat Hürlimann, dass die Prophylaxe eine grosse Rolle spielt. Ich betrachte die Prophylaxe in allen sozialen Verhaltensweisen als etwas ausserordentlich Wichtiges, und ich begrüsse es sehr, dass Herr Bundesrat Hürlimann das Präventivgesetz in Aussicht gestellt hat. Aber ich glaube, allein mit dem Präventivgesetz und allein mit den Massnahmen, die Herr Bundesrat Hürlimann in der Kommission in Aussicht gestellt hat, bekommen wir dieses Problem ganz einfach nicht in den Griff. Ueber die Werbung sollte man deshalb zusätzlich noch etwas machen. Wir haben im Gegenvorschlag Einschränkungen gemacht in bezug auf die Werbung, Einschränkungen, wonach zum Beispiel in Fachzeitschriften Werbung gemacht werden darf, oder auch in den Verkaufsstellen. Das scheint mir etwas sehr Wichtiges zu sein, es scheint mir eine vertretbare Einschränkung zu sein, die die Wirkung nicht allzusehr herabsetzt.

Zum Schluss möchte ich sagen: Die Eindämmung der Süchte Alkohol und Rauchen ist etwas sehr Schwieriges, und zwar deshalb, weil diese beiden Süchte gesellschaftsfähige Süchte sind. Man gibt sich kein schlechtes Image, wenn man raucht oder trinkt, weil es etwas ist, das allgemein von der Gesellschaft akzeptiert wird. Deshalb müssen wir Erwachsene eine besonders grosse Verantwortung tragen gegenüber den Jungen, die eben nicht im gleichen Masse Alkohol so sinnvoll und beschränkt konsumieren können wie wir. Halbherzige Massnahmen, Sympathiegebungen nützen in diesem Falle nichts. Es nützt auch nicht der Hinweis darauf, dass man das Drogenproblem mit Verboten nicht in den Griff bekommt. Das Dro-

genproblem ist etwas ganz anderes. Drogen sind nicht gesellschaftsfähig, Drogen sind etwas Verbotenes, und es stimmt, dass das Verbotene mehr Anreiz hat. Aber hier geht es um ein Konsumgut, das man mit Mass sicher geniessen darf. – Ich wende mich hier ja nicht gegen den mässigen Konsum von Alkohol und Tabak, es wäre pharisäerhaft, wenn ich das tun würde, aber ich bekämpfe den übermässigen, den schädlichen und die Volksgesundheit vermindern den Konsum.

Ich möchte Sie also bitten, den Gegenvorschlag nicht einfach als etwas abzutun, das wieder einmal die Freiheit tangiert. Wägen Sie bitte ab: Welche Freiheit ist uns wichtiger, die Freiheit, dass wir Schranken setzen, damit unser Volk, unsere Jugend sich psychisch, körperlich und geistig gesund entwickeln kann, oder eine Freiheit, die diesen Süchten Tür und Tor offenlässt? In diesem Sinn möchte ich Sie bitten, dem Gegenvorschlag zuzustimmen.

Andermatt: Auch ich kann mich mit den gesundheitspolitischen Zielen der Initianten einverstanden erklären. Das Rauchen und der Alkoholgenuss können unzweifelhaft zu schweren gesundheitlichen Schäden führen. Die Initianten und die ihnen nahestehenden Gruppen leisten für die Volksgesundheit eine grosse Arbeit, und es ist durchaus richtig und auch verständlich, dass sie vom Gesetzgeber vermehrte Unterstützung fordern. Auch die breite Diskussion um die Probleme des Rauchens und des Alkohols, ausgelöst durch die Initianten, ist positiv zu beurteilen. Schäden, verursacht durch Suchtmittel, sind in jedem Fall für den einzelnen, für dessen Familie und auch für die Gesellschaft eine schwere Belastung. Ausgehend von dieser Erkenntnis lassen sich zweifellos Massnahmen des Gesetzgebers rechtfertigen. Die Frage lautet nun für uns aber: Welche Massnahmen sind in einem freien, demokratischen Staat angemessen? Besonders sorgfältig ist diese Frage zu prüfen, wenn es sich um eine Verfassungsänderung handelt, wenn ein Verbot sanktioniert werden soll, wenn eine repressive Massnahme ergriffen werden soll.

Ob nach einem Reklameverbot die Zahl der Raucher und der Trinker zurückgehen würde, steht gar nicht fest, denn die Ursachen für das Rauchen und das Trinken sind mit Sicherheit nicht bei der Reklame zu finden. Die Ursachen liegen tiefer und können nicht durch ein Reklameverbot angegangen werden. Es sind nach meinem Dafürhalten positive Massnahmen nötig. Diese können aber ohne Verfassungsänderung an die Hand genommen werden. Es ist zu hoffen – es ist uns auch versprochen worden –, dass sofort auf dem Wege einer Aenderung der Lebensmittelverordnung und des Alkoholgesetzes erste Schritte vom Bundesrat und vom Parlament eingeleitet werden. Ferner soll die Ausarbeitung des Präventivgesetzes vorangetrieben werden. Statt Personal und Mittel in eine Verbotskontrolle zu investieren, ist es sicher besser, die Prophylaxe zu unterstützen.

Dieser Weg ist zugegebenermassen mühsamer und weniger spektakulär. Dies können die Initianten sicher bezeugen. Dieser Weg ist aber sicher, und es lohnt sich, langfristig diesen Weg zu begehen. Dieser Weg ist auch demokratischer und schweizerischer. Wir wehren uns nicht gegen die Anliegen der Guttempler-Jugend; wir sind auch bereit, etwas für diese Anliegen zu tun.

Noch ein anderer Aspekt – er wurde bereits von dem Herrn Kommissionspräsidenten angeführt –: Mit einem Reklameverbot würden wir kundtun, dass wir den Schweizer und die Schweizerin nicht für fähig halten, Reklame – eine Erscheinung unserer Gesellschaft – selbständig zu beurteilen. – Es erstaunt mich, dass Frau Lieberherr uns einen Gegenvorschlag unterbreitet, der sich nur unwesentlich von der Initiative unterscheidet. Als liberaler Politiker halte ich den Schweizer für mündig und auch für fähig, Reklame selbständig und richtig zu beurteilen. Es ist erstaunlich, dass gerade von einer Seite, die sich gerne progressiv gibt, die immer wieder von der Mündigkeit der Bürger spricht, solche Vorschläge kommen. Wenn wir das Problem anders angehen wollen, ist dies – Frau Lieberherr –

nach meinem Dafürhalten kein Lippenbekenntnis. Sie haben selbst davon gesprochen, dass Verbote eher dazu führen, Jugendliche zum Konsum, zum Versuch, zu veranlassen. Ich möchte fast meinen, dass Lippenbekenntnisse diejenigen Leute abgeben, die genau wissen, dass die von ihnen vorgeschlagenen Massnahmen undurchführbar und zum Teil unwirksam sind. Ich lehne deshalb die Initiative und den Gegenvorschlag ab; beide sind unverhältnismässig, und mit andern Mitteln kann das angestrebte Ziel sicher besser erreicht werden.

Dillier: Ich gehöre auch zur Kommissionsmehrheit, die empfiehlt, sowohl die Initiative als auch den Gegenvorschlag abzulehnen. Ich kann mich den Ausführungen anschliessen, die bereits der Herr Kommissionsreferent Bächtold und Herr Kollege Andermatt soeben gemacht haben. Ich bin der gleichen Auffassung: der Grundgedanke – Bekämpfung der Suchtmittel – ist sicher unterstützenswert; das Mittel ist aber genau zu prüfen. Im speziellen möchte ich mich noch zum Gegenvorschlag von Frau Lieberherr äussern. Frau Lieberherr hat – es ist naheliegend – einleitend auf das hingewiesen, was wir gestern und vorgestern behandelt haben: die Initiative und den Gegenvorschlag zum Thema Fuss- und Wanderwege. Es ist richtig: Da haben wir einem Gegenvorschlag – nach langer Ueberlegung – den Vorzug gegeben und haben ihm grossmehrheitlich zugestimmt. Aber es besteht ein wesentlicher Unterschied zwischen dem Gegenvorschlag für die Fuss- und Wanderweginitiative und dem Gegenvorschlag, den wir heute zu behandeln haben. Bei der Fuss- und Wanderweginitiative hat der Gegenvorschlag grundsätzlich eine andere Richtung eingeschlagen als der Initiativtext. Er erklärt die Aufgabe, für Fuss- und Wanderwege zu sorgen, ausdrücklich zur Sache der Kantone, und gibt dem Bund ausdrücklich nur untergeordnete Funktionen auf diesem Gebiet, im Gegensatz zum Initiativtext selber. Das ist der grundsätzliche Unterschied, die entgegengesetzte Marschrichtung, die es den meisten von uns erlaubt hat, dem Gegenvorschlag im Gegensatz zum Initiativtext zuzustimmen.

Der Gegenvorschlag, den wir heute zu behandeln haben, behält – genau wie die Initiative – das generelle Verbot bei. Er gibt durch die Tatsache, dass ein Gegenvorschlag gemacht wird, zu, dass die Initiative zu weit geht. Der Gegenvorschlag hat trotzdem den gleichen Geburtsfehler – wenn ich so sagen darf – wie die Initiative, indem er das generelle Verbot aufrechterhält und erklärt: Es darf keine Reklame auf dem Gebiet des Alkohols und des Tabakkonsums geben; allerdings ist die Gesetzgebung befugt, bestimmte Ausnahmen zu schaffen. Initiative und Gegenvorschlag sind also grundsätzlich gleich und daher aus den gleichen Gründen abzulehnen.

Im speziellen zum Gegenvorschlag: Wir würden eine sehr schwere Aufgabe bekommen, wenn wir als Gesetzgeber die Ausnahmen umschreiben müssten. Auf den ersten Blick scheint dies einfach zu sein: ausgenommen vom Reklameverbot für Alkohol und Tabak sind Anschläge innerhalb von Lokalen und Besprechungen in Fachzeitungen. Aber wie sich das in der Praxis dann auswirken würde, ist kaum zu übersehen! Nur ein Beispiel: Was geschieht, wenn eine Fachzeitschrift ausnahmsweise – oder mehr oder weniger regelmässig – an weitere Kreise verteilt wird? Schliesslich dürfen sich Fachzeitschriften normalerweise auch an andere Leute wenden; müsste man dann genau abgrenzen, wer ist Fachmann auf dem Gebiete des Alkoholkonsums und wer nicht? Das wäre schon schwierig, wenn wir das innerhalb unseres Gremiums festlegen müssten, geschweige denn in der Eidgenossenschaft! Grenzen gibt es bei jeder Gesetzgebung, das müssen wir zugeben, aber diese Grenzen können oft stossende Härtefälle erzeugen und hier und da sogar lächerliche Auswirkungen haben, die wir dann in gewissen Zeitschriften – «Beobachter» usw. – lesen; dann müssen wir uns jeweils sagen: An das haben wir beim Erlass dieses Gesetzes auch zu wenig gedacht. Wir müssen also schon zu

Beginn aufpassen, ob wir uns die Aufgabe, solche Gesetze zu erlassen, überhaupt überbürden wollen und können.

Ein zweites: der Polizeistaat. Herr Kollege Andermatt hat schon darauf hingewiesen. Frau Lieberherr sagt: Wir schränken die Freiheit eigentlich nicht ein, sondern wir wollen den Jugendlichen die Freiheit der richtigen Entscheidung erhalten. Diese Ueberlegung macht man praktisch bei jeder Verbotsmassnahme. Man macht die Verbotsmassnahme meistens nicht, um die Leute zu ärgern, sondern in einer guten Absicht. Man will sie vor sich selber schützen. Man muss sich gut überlegen, ob das auf diesem Gebiet richtig sei. Ich glaube, eher nicht.

Ein letztes: die Gesetzesmaschinerie. Wie oft haben wir hier schon gesagt, man sollte einschränken, man sollte nicht soweit gehen! Nun wollen wir – wenn wir den Gegenvorschlag annehmen – eine Verfassungsbestimmung dem Volk vorschlagen, wonach wir wieder zum Erlass zahlreicher gesetzlicher Bestimmungen verpflichtet würden. Es würde nicht aufhören; die Probleme würden immer wieder kommen, es würden sich wieder neue Fälle ergeben, vor denen man sagen würde: Ja, die sollte man doch noch besser umschreiben. Ich glaube, dass man da sagen muss: Wehret den Anfängen! Allerdings, eine Ausnahme – das hat die Kommissionsmehrheit auch gesagt, das muss auch ich zugeben – das Alkoholgesetz sollte nun doch vorgebracht werden, obwohl wir bisher eher gebremst haben. Die Initianten haben uns gezeigt, dass das nun etwas ist, das Dringlichkeitscharakter hat. Die Aenderung eines Artikels in der Lebensmittelverordnung betreffend Anpreisungen von Tabakwaren und Raucherwaren ist ebenfalls überfällig; schliesslich auch das Präventivgesetz, von dem in der Botschaft gesprochen wurde, das muss auch vorgebracht werden. In diesem Sinne haben die Initianten sicher etwas Positives erreicht. Wir müssen hier die Nachteile in Kauf nehmen, die ich soeben gegenüber der Gesetzesmaschinerie selbst erwähnt habe.

Noch etwas Grundsätzliches zu den Auswirkungen der Reklame auf den Suchtmittelkonsum. Es ist bereits von den Drogen gesprochen worden, Herr Kollege Andermatt hat dazu auch Stellung genommen. Ich möchte nur noch sagen: Starke Parallelen zwischen Drogen als Suchtmittel und den anderen Suchtmitteln bestehen trotz allem, wenn auch Unterschiede zuzugeben sind, Unterschiede, die uns veranlassen haben, den Drogenkonsum als Ganzes zu verbieten. Dass das automatisch wieder Anreize gibt, wissen wir leider auch.

Noch ein letztes: Wir haben Länder, in denen die Reklame nicht so sehr wegen des Alkohols und des Tabaks, sondern wegen des ordnungspolitischen Systems überhaupt verboten ist. In den kommunistischen Staaten, speziell in Russland, ist der Alkoholmissbrauch nach wie vor ein grosses Problem. Das beweist also: das Reklameverbot bringt letzten Endes wenig. Wenn wir also abwägen, was wir dem Bürger mit dem Verbot zumuten und was wir erreichen, dann müssen wir sagen: sowohl Initiative als auch Gegenvorschlag sind abzulehnen, obwohl unterstützenswerte Gedanken dahinterstecken. Im Grundgedanken, der Bekämpfung des Suchtmittelmissbrauchs, sind wir uns alle einig.

M. Donzé: Je ne crois pas que l'acceptation du contre-projet, même l'acceptation de l'initiative, conduirait à ce que l'on crée chez nous une société puritaine, triste, conduisant à la prohibition de l'alcool ou du tabac. Je crois qu'il faut mettre les choses à leur juste place.

Je voudrais m'exprimer comme responsable de la santé dans un canton important en disant d'emblée – je le répète – que je suis contre toute prohibition, étant moi-même d'ailleurs, comme le journal le dit aujourd'hui, un homme qui sait boire son verre, qui a même abusé du tabac et qui est heureux maintenant d'avoir arrêté. Le problème n'est pas celui-là. C'est celui des mesures que l'on doit prendre dans le domaine préventif en faveur de la santé.

Combien de fois n'avons-nous pas entendu, ici ou ailleurs, quand on pose la question des subventions à l'assurance-maladie, dire «plutôt que de perfectionner les moyens curatifs, il faudrait mettre en place des mesures d'éducation pour que le peuple évite les abus dans de nombreux domaines». Or, nous essayons, en particulier dans le canton de Genève, de faire ces efforts d'éducation dans les écoles et je suis persuadé que certaine publicité remet en cause, précisément, les habitudes que l'on essaie d'inculquer à la jeunesse. C'est pourquoi, personnellement, je trouve que les initiants nous ont posé un problème fondamental et que nous ne pouvons pas échapper à une réponse. Je salue l'effort qui a été fait par M. Willi Wenk, d'abord, et Mme Lieberherr, ensuite, pour que l'on essaie de donner une réponse, pour que l'on s'efforce de limiter les dégâts faits par l'alcool et le tabac et quand on fréquente quelque peu, comme je suis professionnellement obligé de le faire, les hôpitaux et en particulier les hôpitaux psychiatriques, force nous est de reconnaître que le nombre de malades qui ont vu leur situation se dégrader et qui en arrivent à être des malades chroniques depuis souvent déjà l'âge de cinquante ans, dans nos hôpitaux, nous oblige à faire quelque chose. Ce que l'on doit faire c'est donc prendre des mesures d'éducation, d'abord – ce n'est pas, en tout premier lieu d'interdire la publicité – mais il est certain que ces mesures sont mises en cause par une publicité très souvent habile; il n'y a qu'à regarder, actuellement, les panneaux d'affichage où l'on voit des affiches extrêmement suggestives et particulièrement bien faites, en faveur du tabac, pour nous convaincre qu'il faut vraiment faire quelque chose et je vous demande d'appuyer le contre-projet présenté par Mme Lieberherr.

Bundesrat Hürlimann: Ich möchte zunächst Herrn Ständerat Bächtold sehr herzlich danken für die objektive Darstellung der Beratungen in der Kommission, die sich übrigens sehr eingehend mit der Zielsetzung dieser Initiative auseinandergesetzt hat.

Das Problem, das uns hier beschäftigt, lässt sich letztlich auf die Frage reduzieren: Sind die vorgeschlagenen Massnahmen die geeigneten Mittel, um den unbestrittenen Zweck zu erreichen? Darf ich nochmals festhalten: Jedermann in diesem Saal dürfte davon überzeugt sein, dass wir geeignete Wege finden müssen, um den Missbrauch von Alkohol und Tabak zu bekämpfen. Die Sorge, wie sie heute in diesen Voten zum Ausdruck kam, ist eine Sorge, die wir alle miteinander teilen und miteinander auch tragen. Wir nehmen sie auch ernst. Ich möchte nochmals wiederholen, dass wir vom Bundesrat aus – Sie haben es der Botschaft entnehmen können – das vorgeschlagene Mittel nicht akzeptieren können, nämlich die Verfassungsregelung des Problems, und ich möchte im Anschluss an die Diskussion, die wir gestern im Zusammenhang mit einer andern Volksinitiative hatten, beifügen, dass ich die Ausführungen von Herrn Dillier vollumfänglich teile. Ich glaube, hierin liegen tatsächlich die Unterschiede, und zwar, wie ich nachher noch darlegen werde, weil wir für geeignete Massnahmen eine zusätzliche Verfassungsbestimmung in diesem Sinne nicht brauchen. Wenn man von Mitteln auf der Stufe von Verfassung und Gesetzgebung spricht, dann stellt sich sofort das Problem der Verhältnismässigkeit. Ich habe in der Kommission anhand der Rechtslehre über das Prinzip der Verhältnismässigkeit im öffentlichen Recht dargelegt, dass allen jenen Kriterien, die man in bezug auf die Verhältnismässigkeit eines Mittels aufstellt, das integrale Reklameverbot der Initiative nicht gerecht werden kann. Ich unterstreiche gleichzeitig die Schwierigkeit des Vollzugs. Es ist sehr leicht, eine Initiative bzw. einen Verfassungstext über Raumplanung, Umweltschutz zu bejahen, aber es braucht dann schon einige Mühe – Sie erleben es als Gesetzgeber selbst –, diese auf Verfassungsebene unbestrittene Zielsetzung dann auf Gesetzesebene durchzusetzen und vor allem dann auch zu vollziehen. Für den Vollzug eines solchen Verbots wären wir wieder – mit der Verwaltung – verant-

wortlich. Ich brauche nicht darzulegen, dass sich dieser Vollzug – vor allem mit Rücksicht auf die Tatsache, dass wir ein viersprachiges Land sind – erschwert, da wir aus mehreren Sprachgebieten aus dem Ausland Zeitschriften und Zeitungen in unserem Lande haben. Wir wären kaum in der Lage, dieses Verbot integral durchzusetzen. Man sollte in unserem Rechtsstaat keine Verbote erlassen, die man nicht kontrollieren und die man auch nicht durchsetzen kann.

Ich halte nochmals fest: Die Sorge und die Zielsetzung bleiben. Es sind nun die geeigneten Mittel, die wir finden müssen.

Bevor ich von diesen Massnahmen spreche, möchte ich doch noch auf das Grundproblem eingehen. Es wurde in der Diskussion auch angetönt: Welchen Einfluss hat eigentlich die Reklame auf Trink- und Rauchergewohnheiten? Am 9. September ist eine Beilage zum Bulletin unseres Eidgenössischen Gesundheitsamtes erschienen. Darin sind aufgrund einer Befragung die Tabakrauchergewohnheiten von 4000 Rekruten analysiert worden. Man hat ihnen u. a. folgende Fragen gestellt: (Ich erwähne nur jene, die dann auch in der Auswertung von entscheidender Bedeutung waren.)

1. Welche Motive und Vorbilder führen Raucher für ihren Tabakkonsum an? Welche Rolle kommt dabei dem Elternhaus zu?
2. Hat die familiäre und eheliche Situation der Eltern einen Einfluss auf die Rauchergewohnheiten der Kinder?
3. Führen persönliche Probleme und Unzufriedenheit mit der sozialen Umgebung zu vermehrtem Tabakkonsum?

Ich habe auch die Antworten bei der Motivation zum Rauchen nachgelesen und keinen einzigen dieser 4000 Männer gefunden, der als Motiv für sein Rauchen die Reklame angegeben hat. Ich weiss, Frau Lieberherr, diese Reklame hat tiefenpsychologische Wirkungen. Was uns zu denken gibt, sind die Gewohnheiten der Eltern, das Beispiel der Eltern und die allgemeine Situation im Elternhaus. Dies hat die Befragten ganz wesentlich zum Rauchen veranlasst. Was uns aber zu denken geben muss, ist die Tatsache, dass von diesen 4000 Rekruten 98 Prozent erklärt haben, sie wüssten, dass Rauchen schädlich sei. Nur 2 Prozent haben angegeben, nach ihrer Auffassung sei Rauchen nicht schädlich. Gegen 80 Prozent von diesen 98 Prozent haben erklärt, sie rauchten, obwohl sie wüssten, dass das sehr schädlich sei – nicht nur schädlich, sondern sehr schädlich. Ich möchte hier einfach nochmals zu bedenken geben, dass wir vielleicht doch diesen Ursachen etwas mehr und tiefer nachgehen und dort ansetzen, wo tatsächlich die Schwierigkeiten liegen. Ich unterstreiche, was Herr Ständerat Donzé gesagt hat; ich messe beispielsweise der Gesundheitserziehung – vor allem jener der Kinder in der Schule, mit dem Aufzeigen der Konsequenzen von übermässigem Rauchen und Trinken – eine sehr grosse Bedeutung bei, ebenso der Antiwerbung. Nach Erfahrungen im Ausland ist die Antiwerbung ein ausserordentlich gutes Mittel, um vor allem darauf aufmerksam zu machen, wie schädlich der Missbrauch ist. Mich ärgern gewisse Reklamen auch, und ich bin durchaus der Meinung, dass es Möglichkeiten geben soll und muss, um mindestens die Reklamen, die vor allem auf Jugendliche wirken, einzuschränken.

Darf ich in einem dritten und letzten Punkt festhalten, dass wir wissen, dass Probleme, die auch den Staat angehen, bestehen. Welches sind nun nach unserer Auffassung die zweckmässigen, die der Verhältnismässigkeit entsprechenden Mittel, wie das Herr Ständerat Andermatt ebenfalls dargelegt hat? Wir haben gegenwärtig folgende Massnahmen in dieser Richtung zu berücksichtigen: Einmal, was wir tun können, ohne dass eine entsprechende Gesetzgebung notwendig ist: Der Bund ist in verschiedenen Bereichen Konzessionsgeber. Wir haben aufgrund dieses Rechts der Konzession beispielsweise dem Fernsehen zur Auflage gemacht, dass keine Reklame für Alkohol und Tabak gesendet werden darf; das ist eine nach meiner

Meinung sehr zweckmässige und notwendige Massnahme. Wir sind gegenwärtig mit dem Militärdepartement in Verbindung, und ich muss erklären, dass vor allem der Ausbildungschef hier grösstes Verständnis zeigt. Wir sind der Ansicht, dass in den Kasernen, vor allem in den Rekrutenschulen, jede Werbung für Tabak- und Alkoholkonsum verboten werden soll. Die Erfahrung zeigt, dass viele junge Leute nicht geraucht haben bis zum Zeitpunkt, als sie in die Rekrutenschule eingerückt sind. Mit der pädagogisch nicht sehr geschickten Zigarettenpause, die im Militär üblich ist, beginnt oftmals die Rauchergewohnheit.

Gesetzgeberisch sehen wir folgendes vor – Herr Ständerat Bächtold hat das angetönt –: Mein Departement hat dem Bundesrat die Vorschläge zur Revision der Tabakartikel in der Lebensmittelverordnung unterbreitet. Mit dieser Revision sehen wir vor, Zigarettenhändler und -fabrikanten zum verpflichten, den Nikotin- und Teergehalt zu deklarieren. Auf den für den Verkauf im Detailhandel bestimmten Pakungen für Raucherwaren soll ausserdem eine Warnaufschrift angebracht werden. Werbebeschränkungen zum Schutz Minderjähriger sind in dieser Verordnung ebenfalls vorgesehen. Ich hoffe, dass die Vorlage demnächst vom Bundesrat verabschiedet werden kann. Interessanterweise hat der Tabakartikel unter dem Titel der Genussmittel in die Lebensmittelverordnung Eingang gefunden.

Ein zweites Ziel ist die Revision des 5. Abschnittes des Alkoholgesetzes. Wir hatten die Revision dieses Gesetzes ursprünglich während der laufenden Legislaturperiode vorgesehen. Doch haben Sie uns bei der Beratung der Legislaturziele selber gebeten und es deutlich zum Ausdruck gebracht, dass man mit dieser sehr hektischen Gesetzgebung endlich aufhören sollte. Wir haben nun bei der Beratung der zur Behandlung stehenden Initiative im Nationalrat zwei Motionen eingereicht erhalten, wonach man nun vorwärts machen müsse, und wir haben in der vorletzten Sitzung des Bundesrates, als wir die umfangreichen Vorstösse der eidgenössischen Räte behandelt haben, beschlossen, dass wir die beiden Motionen entgegennehmen, in der Meinung, dass wir dieses Gesetz also vorziehen und es noch in dieser Legislaturperiode vor die eidgenössischen Räte bringen. Wir sind daran interessiert, dass dieses Gesetz aus den nun dargelegten Gründen doch als echter Gegenvorschlag behandelt werden kann, nachdem die Probleme und Sorgen gerade durch diese Initiative manifest geworden sind. Die Vorstösse sollen wenn immer möglich noch in dieser Session behandelt werden. Ihr Rat wird dann, sofern die Vorstösse – was anzunehmen ist – im Nationalrat unbestritten bleiben, zu diesen Motionen Stellung nehmen können.

Und drittens – es wurde ebenfalls erwähnt, und ich danke für die positive Aufnahme dieses Vorschlags auch in Ihrem Rat und in Ihrer Kommission – ist die Schaffung eines Präventivgesetzes vorgesehen. Wir sind heute in der Gesundheitspolitik ganz allgemein der Ueberzeugung, dass wir eher mit Präventionen, mit präventiven Massnahmen, verhindern sollten, dass man später heilen muss. Dieses Präventivgesetz hätte vor allem eine Koordinationsaufgabe zwischen den Kantonen und privaten Organisationen zu erfüllen und im weitern die Gesundheitserziehung zu fördern. Man darf bei dieser Gelegenheit doch beifügen, dass in diesem Bereich viel Positives geschieht, durch private Organisationen und durch verschiedene Instanzen auch der Kantone. Denken Sie an die Erziehungsdirektionen mit ihren Gesundheitserziehungs-Programmen und auch an die sozialmedizinischen Dienste, die praktisch in allen Kantonen bestehen. Ich habe in der Kommission gesagt, dass wir von unserem Alkoholertrag einen Zehntel für solche Massnahmen abzweigen. Es würde sich vielleicht doch lohnen, diese Gelder gezielter gerade für diese Präventivmassnahmen einzusetzen.

Wenn Kinder rauchen, dann ist das nicht die Schuld der Reklame, dann liegt der Grund für diese Tatsache tiefer. Ich glaube, diese Tatsache muss alle Verantwortlichen verpflichten. Man kann, gerade in solchen Fällen, nicht glauben, mit einer Initiative allein und mit einer entspre-

chenden Gesetzgebung könnten wir diesem Umstand Rechnung tragen. Ich habe vor etwa acht Tagen in einer Kommission Ihres Rates das Problem des Beitrages an den Drogenfonds der UNO erläutert. Wir haben jede Reklame für Betäubungsmittel verboten; Sie haben darauf hingewiesen. Ich teile Ihre Beurteilung, Frau Lieberherr. Aber wenn diese Dinge in unserm Land passieren, dann liegen die Gründe einfach in unserer gesellschaftspolitischen Situation, in unserer gegenwärtigen Lage, auch im Verhältnis Eltern-Kinder-Familie-Staat, und ich glaube, dass hier letztlich alles daran gesetzt werden muss, dass die Gefahren, die in diesem Bereich den jungen Menschen und damit auch unserem Staat drohen, gebannt werden. Alle sind dazu aufgerufen: Eltern, Schule, private Institutionen und – mit approbaten und dem Grundsatz der Verhältnismässigkeit gerechten Mitteln – auch der Staat. Aber nicht unverhältnismässig! Aus diesem Grunde muss ich daher sowohl die Initiative als auch den Gegenvorschlag gemäss Antrag von Frau Ständerat Lieberherr namens des Bundesrates ablehnen. Ich bitte Sie, im Sinne Ihrer Kommission dies ebenfalls zu tun.

Eintreten ist obligatorisch

L'entrée en matière est acquise de plein droit

Präsident: Die Kommissionsmehrheit und der Bundesrat schlagen Ihnen vor, sowohl die Volksinitiative als auch den Gegenvorschlag zu verwerfen. Frau Lieberherr beantragt die Annahme eines Gegenvorschlags.

Titel und Ingress

Antrag der Kommission

Zustimmung zum Beschluss des Nationalrates

Titre et préambule

Proposition de la commission

Adhérer à la décision du Conseil national

Angenommen – Adopté

Art. 1, 1a, 2

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Kommission

25 Stimmen

Für den Antrag Lieberherr

6 Stimmen

An den Nationalrat – Au Conseil national

Nationalrat
Sitzung vom 6.10.1978

Conseil national
Séance du 6.10.1978

78.018

Suchtmittelreklame. Volksinitiative
Publicité pour des produits qui engendrent
la dépendance. Initiative populaire

Siehe Seite 924 hiervor — Voir page 924 ci-devant

Beschluss des Ständerates vom 20. September 1978
Décision du Conseil des Etats du 20 septembre 1978

Schlussabstimmung – Vote final

Für Annahme des Beschlussentwurfes	89 Stimmen
Dagegen	49 Stimmen

An den Ständerat – Au Conseil des Etats

Ständerat
Sitzung vom 6.10.1978

Conseil des Etats
Séance du 6.10.1978

78.018

Suchtmittelreklame. Volksinitiative
Publicité pour des produits qui engendrent
la dépendance. Initiative populaire

Siehe Seite 407 hiervor — Voir page 407 ci-devant

Beschluss des Nationalrates vom 6. Oktober 1978
Décision du Conseil national du 6 octobre 1978

Schlussabstimmung – Vote final

Für Annahme des Beschlussentwurfes	29 Stimmen
Dagegen	4 Stimmen

An den Bundesrat – Au Conseil fédéral

