

# Aktion für die Gesundheit

Komitee für ein Reklameverbot für Alkohol und Tabak

Präsidenten des Patronatskomitees  
Prof. Dr. med. Meinrad Schär, Nationalrat,  
Zürich

# Campagne pour la santé

Comité pour l'interdiction de la publicité en faveur de l'alcool et du tabac

Présidents du comité de patronage  
Mme Heidi Deneys, conseillère nationale,  
La Chaux-de-Fonds

# Azione per la salute

Comitato per l'interdizione della pubblicità per le bevande alcoliche e il tabacco

Presidenti del comitato di patronaggio  
Prof. Carlo Speziali, consigliere nazionale,  
Locarno

Case postale 549  
1001 Lausanne  
Tél. (021) 26 23 25

AfG-Informationsdienst

Februar 1979 / 1

Lausanne, 5.2.1979 HH/bf

Sehr geehrte Dame,  
Sehr geehrter Herr,

Ich freue mich, Ihnen neben unserem Informationsdienst zur Abstimmung vom 18. Februar 1979 auch noch ein Exemplar der Abstimmungszeitung zustellen zu dürfen. Sie wird in diesen Tagen in die Haushaltungen in unserem Land flattern und enthält die wichtigsten Argumente, die für eine Annahme der Initiative "gegen Suchtmittelreklame" sprechen.

Sollte es Ihnen möglich sein, in Ihrer Zeitung einen Hinweis darauf zu machen, würde dies der Sache ganz bestimmt dienen.

Ich hoffe auch, dass unser Informationsdienst, der diesmal etwas umfangreicher ausgefallen ist, jene Unterlagen enthält, die Sie für Ihren Abstimmungsservice benötigen. Da wir als nicht eben finanzstarke Aktion nicht in dem Mass wie unsere Gegner an die Öffentlichkeit gelangen können, bitte ich Sie, unseren Anliegen redaktionell Goodwill entgegenzubringen.

Mit freundlichen Grüssen

AKTION FUER DIE GESUNDHEIT

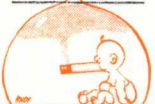


Hannes Heldstab



Beat Lehner

Beilagen



12 gewichtige Gründe für ein JA zum Verbot der Suchtmittelreklame

Die Initiative "gegen Suchtmittelreklame" wird zur Annahme empfohlen, weil

- es höchste Zeit ist, dass wir der Gesundheitserziehung unserer Kinder und Jugendlichen den Boden ebnen, damit sie nicht mehr von Reklamemillionen für Tabak und Alkohol zunichte gemacht wird;
- die Zahl der Tabak- und Alkoholabhängigen und -kranken in unserem Land nicht noch höher steigen soll;
- endlich jenen Schranken gesetzt werden müssen, welche unser freiheitliches Marktwirtschaftssystem schamlos ausnützen und mit gesundheitsschädigenden Produkten und der Reklame dafür Millionen-Gewinne scheffeln;
- ein Reklameverbot ein erwiesenermassen wirksames Mittel ist, den Konsum von Raucherwaren und alkoholischen Getränken zu senken;
- sie uns Geld einsparen hilft, da wir bei sinkendem Suchtmittelkonsum weniger Schäden haben und damit die daraus resultierenden Kosten massiv gesenkt werden können;
- ein Reklameverbot für Tabak und Alkohol ohne grossen, zusätzlichen staatlichen Kontrollapparat und praktisch ohne Kosten realisiert werden kann, wie ausländische Beispiele beweisen;
- jeder Schweizer Bürger mündig genug ist, um unbeeinflusst von psychologisch raffinierter und perfider Reklame zu entscheiden, was er rauchen und trinken will;
- wir aus Verantwortung für die Gesundheit unseres Volkes und vor allem unserer Jugend im Jahre des Kindes Taten statt leere Worte unser Tun bestimmen sollen;
- niemand in Frage stellen kann, dass Raucherwaren und Alkoholika abhängig und krank machen können;
- sowohl die Weltgesundheitsorganisation (WHO) als auch der Europarat ein Verbot der Suchtmittelreklame empfehlen;
- unser Volkswohl über die Interessen von Profiteuren zu stellen ist;
- ein Suchtmittelreklameverbot die Bürger nicht bevormundet, sondern ihnen die volle Freiheit lässt, verantwortungsbewusst zu entscheiden und zu handeln.

Volksinitiative "gegen Suchtmittelreklame":

Das Reklameverbot für Tabak und Alkohol ist notwendig

Die Volksinitiative "gegen Suchtmittelreklame" wurde von der Schweizer Guttempler-Jugend lanciert, nachdem seit dem Jahr 1966 im Parlament 25 Vorstösse und vier Petitionen ohne nennenswerte Wirkung blieben. Sie hat bereits bewirkt, dass der Bundesrat Teilrevisionen der Lebensmittelverordnung und des Alkoholgesetzes (Handel mit gebrannten Wassern) beschleunigte.

Voraussetzung für Gesundheitserziehung

Ein Reklameverbot für Tabak und Alkohol ist eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Gesundheitserziehung. Denn die Aufklärungs- und Erziehungsmassnahmen können erst dann richtig zum Tragen kommen, wenn sie nicht permanent durch psychologisch geschickt gemachte Reklame ("Hart sein, leicht rauchen", "Der Geschmack von Freiheit und Abenteuer", etc.) zunichte gemacht werden.

Vor allem zum Schutz der Heranwachsenden soll die Suchtmittelreklame untersagt werden. Denn Kinder und Jugendliche, während der Suche nach ihrer Identität, sind für die Praktiken der Zigaretten- und Alkoholika-Werber besonders anfällig. Das hat ein Reklamestratege sogar einmal zugegeben: "Wenn wir sie mit 17 nicht erwischen, sind sie für uns verloren."

Damit diese Konsumenten von morgen nicht mehr einfach "erwischt" werden, soll das Verbot der Suchtmittelreklame in der Verfassung verankert werden. Denn Teilverbote, wie sie der Bundesrat in der Lebensmittelverordnung für Zigaretten verlangt ("Zudem soll die Werbung überall dort untersagt werden, wo sie sich an Jugendliche richtet."), nützen nichts. Sie kommen einer Alibiübung gleich. Dies stellt sogar der Bundesrat selber fest, indem er in seiner Botschaft zur Initiative festhält: "Werbung ist zu ausgeklügelt, als dass sie sich vordergründig an Jugendliche zu wenden bräuchte."

Reklameverbot nützt

Erfahrungen aus dem Ausland zeigen, dass Teilverbote immer umgangen werden. Aus diesem Grunde haben sich die norwegischen Gesetzgeber entschlossen, ein allgemeines Reklameverbot für Tabak und Alkoholika zu erlassen. Verwirklicht wurde dies in den Jahren 1973-1975. Mit Erfolg, wie Fakten belegen. Der Anteil jugendlicher Raucher hat, laut Angaben der Regierung, seither deutlich und stetig abgenommen. Klar verringert hat sich auch der Alkoholkonsum der Jugend. Bei

den 16jährigen sank er von 2,9 Litern reinen Alkohols im Jahr 1975 auf 1,6 Liter im Jahr 1976. Dies, nachdem er Jahre zuvor ständig angestiegen war.

Einen weiteren Beweis für die Wirksamkeit eines Suchtmittelreklameverbots liefert auch ein Ost-West-Vergleich. Die Behauptung gewisser Kreise, in Ostländern werde, trotz Reklameverbot, mehr geraucht und getrunken als bei uns, lässt sich klar widerlegen: Der Pro-Kopf-Verbrauch von 100%igem Alkohol ist beispielsweise in der Sowjetunion wesentlich geringer als bei uns. 1977 betrug er 6,1 Liter gegenüber 10,4 Litern in unserem Land (Quelle: Niederländischer Spirituosenhändler-Verband). Und der Zigarettenkonsum betrug im selben Jahr pro Einwohner 1470 Stück. In der Schweiz hingegen: 2510 Stück. Entsprechend geringer sind in der Sowjetunion auch die Schäden. Allerdings fallen sie in osteuropäischen Staaten wegen den nicht mit den unsrigen vergleichbaren Verhältnissen viel stärker auf.

#### Weniger Konsum - weniger Schäden

Mit einem Suchtmittelreklameverbot soll ein Konsumrückgang bewirkt werden. Dass dies möglich ist, weist der Amerikaner J.L. Simon in seinem Buch "Issues in the Economics of Advertising" nach. Er spricht von einer Reduktion um fünf Prozent und stellt gleichzeitig fest, dass mit einem Teilreklameverbot kein Konsumrückgang bewirkt wird.

Ein Konsumrückgang von fünf Prozent bei Raucherwaren und Alkoholika zieht unweigerlich auch eine Reduktion der Schäden nach sich, welche diese Suchtmittel unserem Land jährlich verursachen. Fachleute errechneten deren Kosten auf über zwei Milliarden Franken, nicht mitgezählt die Todesfälle von Frauen und Männern, die aus dem Erwerbsleben gerissen werden. Um 100 Millionen Franken würden diese Verluste reduziert, und statistisch betrachtet bringen fünf Prozent Konsumrückgang einen Gesamtgewinn von 20 000 Lebensjahren pro Jahr.

Wissenschaftlich eindeutig nachgewiesen ist der Zusammenhang zwischen dem Durchschnittskonsum von Tabak und Alkohol und den dadurch verursachten negativen Folgen. Wenn zum Beispiel in einem Land der Alkoholkonsum steigt, nimmt auch die Zahl der Leberzirrhose-Fälle zu. Auch die Zahl der Lungenkrebs-Toten hängt eng mit dem Zigarettenkonsum zusammen. Wenn also die durch Tabak und Alkohol verursachten enormen Kosten gesenkt werden sollen, muss der Durchschnittskonsum gesenkt werden. Eine Möglichkeit dazu bietet das Reklameverbot.

### Einfach durchführbar

Die Staaten, welche bereits über ein Suchtmittelreklameverbot verfügen und damit den Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation und des Europa-Rates folgten, zeigen, dass dies durchaus machbar ist. Und zwar ohne Aufblähung des staatlichen Kontrollapparates. Wer das Schreckgespenst vom "Monsieur le bureau" beschwört, unterstellt damit den Werbetreibenden, den Produzenten und dem Handel automatisch, sie wollten von vornherein das Reklameverbot übertreten.

### Kein Verlust unserer Freiheit...

Es versteht sich, dass mit einem Suchtmittelreklameverbot kein Kettenraucher von seiner Sucht befreit und kein Alkoholkranker geheilt wird. Doch es bewirkt, dass die Zahl der Abhängigen und Kranken kleiner wird. Es ebnet den Boden für eine wirksamere Gesundheitserziehung unserer Jugend. Es befreit uns aber auch von der täglichen Beeinflussung unseres Unterbewusstseins, die darauf hinausläuft, uns zum Kauf von Raucherwaren oder Alkoholika zu veranlassen. Zu Produkten, die nachgewiesenermassen abhängig machen können, also Suchtmittel sind, und gesundheitsschädigende Auswirkungen haben. Ein Suchtmittelreklameverbot bedeutet auch nicht einen Verlust unserer Freiheit. Es setzt lediglich jenen Schranken, welche ihre Freiheiten bisher weidlich ausgenützt haben und damit die Gesundheit und Integrität Junger und Schwacher gefährdeten.

### ...und keine Bevormundung

Mit Bevormundung des Bürgers hat dies nichts zu tun. Denn ein Reklameverbot hindert niemanden daran, sein Bier oder sein Glas Wein zu trinken oder Zigaretten zu rauchen. Es hindert auch niemanden daran, im Laden oder Restaurant seine Wahl zu treffen. Ausgeschaltet werden hingegen sämtliche direkten Versuche, für gesundheitsschädigende Produkte neue Kunden zu finden.

Denn dass die Zigarettenreklame - so behaupten es die Werber - lediglich zur Profilierung einzelner Marken dient und nichts mit einer Vergrößerung des Absatzes zu tun haben soll, ist reine Augenwischerei. Noch immer gilt nämlich, was vor wenigen Jahren der Werbechef der Zigaretten-Giganten Reemtsma, R. Domizlaff, festhielt: "Die beste Gemeinschaftswerbung für eine Warengattung ist die Einzelwerbung für gute Marken...".

### Zum Schutz unserer Jugend

Wer also noch davon spricht, die Reklameaufwendungen (laut Schmidt und Pohlmann 1976 allein in Schweizer Tageszeitungen und Publikumszeitschriften für Zigaretten 34,175 Millionen Franken) seien bloss dazu da, um Marktanteile zwischen den Konkurrenten zu verschieben, wirkt nicht sehr glaubwürdig. Darüber täuschen auch Hinweise auf einen rückläufigen Zigarettenkonsum in unserem Land nicht hinweg. Denn: Eine grosse Zahl von Rauchern hört jedes Jahr auf, dem blauen Dunst zu frönen. Doch aus Kreisen der Jugendlichen wird stets eine neue Schar von regelmässigen Konsumenten gewonnen. Dies belegt auch die Repräsentativ-Untersuchung der Schweizerischen Fachstelle für Alkoholprobleme, welche die Zigaretten- und Alkoholkonsum-Gewohnheiten von 3540 Schweizer Schülerinnen und Schülern im 6., 7. und 8. Schuljahr (12-16 Jahre alt) untersuchte. Fast ein Fünftel der 16jährigen raucht bereits regelmässig! Und nahezu ein Drittel der 16jährigen Mädchen und Knaben haben laut eigenen Angaben mindestens einmal in- nert zwei Monaten einen Alkoholrausch. Das sind Ergebnisse, die zu denken geben. Ein JA am 18. Februar zur Initiative "gegen Suchtmittelreklame" dient deshalb dem Wohl unserer Volksgesundheit und ist notwendig.

Hans-Ruedi Ganser

\*\*\*

### Reklame gegen die Gesundheit ist nicht mehr zeitgemäss!

1. Ueber die Kostensteigerung im Gesundheitswesen wird viel geklagt und geschrieben. Am 18. Februar bietet sich eine gute Gelegenheit, etwas Konkretes dagegen zu tun. Wenn es durch eine Beseitigung der aufdringlichen Propaganda für Alkoholika und Raucherwaren gelingt, den Verbrauch auch nur ein wenig einzudämmen, ist damit ein wertvoller Beitrag zur Verbesserung der Volksgesundheit geleistet worden.
2. Verführung durch Reklame gelingt bei vielen Jugendlichen relativ leicht. Auch wer gelegentlich einen guten Tropfen oder eine Zigarette zu schätzen weiss, muss einsehen, dass auf derlei Werbung mit Rücksicht auf die Volksgesundheit zu verzichten ist.
3. Es zeugt von Verantwortungsbewusstsein und Weitblick, dass die Schweizer Guttempler-Jugend mit dieser Initiative den wahren Interessen kommender Generationen dienen will. Da mir dieser von Idealismus getragene Einsatz für eine gute Sache überaus sympathisch ist, bin ich gerne bereit, diesen Vorstoss vorbehaltlos zu unterstützen.

Prof. Dr. med. Hugo Aebi  
Medizinisch-Chemisches Institut  
der Universität Bern

Eine Untersuchung der Schweizerischen Fachstelle für Alkoholprobleme beweist:  
Vor allem unsere Jugend muss mit einem Suchtmittelreklameverbot geschützt werden

Lausanne - Wie dringend notwendig ein Verbot der Reklame von Tabak und Alkohol ist, zeigt mit erschreckender Deutlichkeit eine Repräsentativ-Untersuchung der Schweizerischen Fachstelle für Alkoholprobleme (SFA) in Lausanne: Von 3541 Schweizer Schülerinnen und Schülern im Alter von 12 bis 16 Jahren (6., 7. und 8. Schuljahr) raucht fast ein Fünftel der 16jährigen regelmässig täglich mehr als drei Zigaretten und nahezu ein Drittel erklärte, innert zweier Monate mindestens einmal einen Alkoholrausch zu haben!

Befragt nach Ursachen und Gründen für dieses Tabak- und Alkoholverhalten führten zahlreiche Schüler schulisches Unbehagen als Grund an. Mit Alkoholika und Zigaretten versuchen sie den Alltag zu verändern. Sie orientieren sich dabei an den fröhlichen, sportlichen und charmanten Vorbildern, die ihnen die Reklame präsentiert. Und bei einem Glas Bier oder mit der Zigarette im Mundwinkel fühlen sie sich dann bereits viel erwachsener. Dies - auch dafür lieferte die Untersuchung Ergebnisse -, obschon sie beispielsweise über die gesundheitlichen Gefahren des Zigarettenkonsums recht gut Bescheid wissen.

Mit anderen Worten: Die Gesundheitserziehungsmassnahmen von Elternhaus und Schule werden von der Suchtmittelreklame-Lawine dauernd zunichte gemacht. Aus diesem Grunde setzen sich die Aktion für die Gesundheit und mit ihr zahllose Politiker, Erzieher, Präventivmediziner, Aerzte, Wissenschaftler und an Gesundheitsproblemen interessierte Organisationen für das Suchtmittelreklameverbot ein. Denn es ist bewiesen, dass es als eine wichtige Massnahme innerhalb eines ganzen Pakets einen wesentlichen Beitrag zur Hebung der Volksgesundheit leisten kann.

Aus diesem Grunde verdient die Initiative "gegen Suchtmittelreklame" die breite Unterstützung der Schweizer Stimmbürgerinnen und Stimmbürger.

Hannes Heldstab