

SCHWEIZERISCHES AKTIONSKOMITEE
GEGEN BEVORMUNDUNG DURCH REKLAMEVERBOT

Volksinitiative "gegen Suchtmittelreklame"

Zur Eidgenössischen Volksabstimmung vom 18.2.1979

M U S T E R R E F E R A T

1. Einleitung

Ueber die Zielsetzung der Volksinitiative der Schweizer Guttempler-Jugend, zu der Volk und Stände am 18. Februar 1979 Stellung nehmen, besteht wohl eine seltene Uebereinstimmung der Meinungen. Der Kampf gegen Alkohol- und Nikotinmissbrauch ist ein Anliegen, dem sich kaum jemand entgegensetzen wird. Trotzdem haben sowohl der Bundesrat wie auch die Mehrheit der Eidgenössischen Räte beschlossen, Volk und Ständen diese Initiative ohne Gegenvorschlag zur Abstimmung zu unterbreiten und Ablehnung zu empfehlen.

2. Die Initiative - ein untaugliches Instrument

Die Initiative schlägt folgenden neuen Artikel der Bundesverfassung vor:

Art. 32quinquies:

"Jede Reklame für Raucherwaren und alkoholische Getränke ist verboten. Von diesem Verbot kann durch eine vom Bund zu bestimmende Behörde für ausländische Druckerzeugnisse, die in der Schweiz eine unbedeutende Verkaufsauflage erreichen, eine Ausnahmegewilligung erteilt werden."

Der Kampf gegen den Missbrauch von alkoholischen Getränken und Tabakwaren soll also dadurch aufgenommen werden, dass sämtliche Werbung dafür verboten wird. Die Initianten betrachten das Reklameverbot als einzig gangbaren Weg, um vor allem dem Anliegen des Jugendschutzes gerecht zu werden. Sie sind der Ansicht, junge Leute würden vorab durch die Reklame zum Einstieg in die später verhängnisvollen Konsumgewohnheiten veranlasst.

2.1. Negative Erfahrungen im Ausland

Verschiedene europäische Staaten haben nun aus ähnlichen Überlegungen in den letzten Jahren vollständige oder teilweise Reklameverbote für Alkohol und Nikotin erlassen. Durchwegs hat sich aber gezeigt, dass der Konsum nicht oder nur ganz unwesentlich zurückgeht und dass findige Produzenten immer neue Mittel und Wege finden, das Verbot zu umgehen. So hat zum Beispiel in Finnland die Zigarettenreklame - nach Einführung des Verbotes - indirekt auch in dem vorher "verschonten" Fernsehen Eingang gefunden. Niemand kann es nämlich einer Zigarettenfirma verwehren, auch Herrenhemden, Musikkassetten oder ähnliches herzustellen und für den Produktnamen dann Werbung zu treiben. Und so ist denn die "indirekte Zigarettenwerbung" sichergestellt! Aber auch ein weiteres Beispiel weist auf die Unhaltbarkeit der These hin, die Reklame sei ausschlaggebend für den Genussmittelmisbrauch. Die Länder des kommunistischen Ostens kennen aus Gründen des Wirtschaftssystems überhaupt keine Werbung, weder für Genussmittel noch für irgendwelche anderen Produkte. Der westliche Tourist ist aber erschüttert vom Ausmass des Nikotinmissbrauchs in China, und aus Russland z.B. vernimmt man immer neue Klagen über die enorme Verbreitung des Alkoholismus: drei Viertel aller Zwölfjährigen und 90 % aller Sechzehnjährigen sollen regelmässig trinken!

Aber auch das wachsende Problem des Drogenmissbrauchs weist darauf hin, dass die Ursachen viel tiefer liegen. Für eigentliche Drogen ist nicht nur jede Werbung verboten, sondern auch Handel und Konsum sind untersagt und werden streng bestraft. Trotz diesen Massnahmen versuchen viele Jugendliche, ihre Probleme mit Hilfe von Drogen zu "lösen".

2.2. Schwierige Durchführung

Aber selbst wenn man der Reklame eine gewisse Wirkung auf das Konsumverhalten nicht absprechen wollte, so würde doch die Durchsetzung des sehr absolut formulierten Werbeverbotes praktisch unüberwindliche Schwierigkeiten bereiten. Der Staat müsste dafür sorgen, dass keine Zeitungen und Zeitschriften mit Suchtmittelwerbung in unser Land eindringen. Es gälte also, die rund 2 Mio. Zeitschriften, die wöchentlich in die Schweiz eingeführt werden, sowie die unzähligen ausländischen Tageszeitungen in allen erdenklichen Sprachen zu kontrollieren. Trotzdem bestünde natürlich die Möglichkeit, dass in verschlossenen Briefen und Paketen Werbematerial eingeführt würde. Müsste man also zu einer eigentlichen Zensur greifen?

Auch im Landesinnern hätten die Polizeiorgane alle Hände voll zu tun. Sie müssten gegen alle möglichen Werbeträger vorgehen: gegen die Bierteller und Reklameaschenbecher in den Restaurants, gegen die Einkaufstaschen mit Firmenaufdruck, gegen das Bierfuhrwerk, gegen das Wirtshausschild mit Bierreklame usw. Vielleicht müsste man sogar die Durchführung des "Fête des Vignerons" verbieten, da es dabei ja um ein eigentliches Feiern des "Suchtmittels" Wein geht! Auch die Textspalten der Zeitungen müssten einer strengen Kontrolle unterzogen werden, und es entstünden Schwierigkeiten bei der Abgrenzung zwischen Information und Werbung. Ein Artikel über die diesjährige Weinernte im Waadtland wäre jedenfalls nicht unverdächtig.

2.3. Wirtschaftliche Ueberlegungen

Wenn es um die Volksgesundheit geht, dürfen natürlich finanzielle Interessen nicht in den Vordergrund gestellt werden. Trotzdem wollen wir nicht vergessen, dass Tausende von

Schweizerinnen und Schweizern ihr Auskommen direkt oder indirekt aus dem Verkauf von Alkohol- und Tabakwaren verdienen. Direkt betroffen von einem Werbeverbot wären die Reklamebranche, das graphische Gewerbe und die Presse. Für kleinere Zeitungen könnte der Wegfall der entsprechenden Inserate zur Existenzfrage werden, bei anderen brächte sie mindestens einen massiven Anstieg der Verkaufspreise.

Da die Initiative ja langfristig eine massive Senkung des Alkohol- und Tabakkonsums anstrebt, müssten auch alle Herstellerbranchen im Laufe der Zeit betroffen werden. Rund 1100 Schweizer Bauern verdienen ihr Auskommen mit dem Anbau von Tabak, für rund 20'000 Bauern ist der Rebbau Haupt- oder wichtiger Nebenerwerb. Dazu kommen rund 1/4 Mio. Menschen, die ihr Leben in Produktion und Vertrieb von Tabakwaren und Spirituosen sowie in der Bierbrauerei-Industrie verdienen.

Auch der Bund müsste mit finanziellen Einbussen rechnen. Heute bringen die Tabaksteuern der AHV jährlich rund 600 Mio. Franken ein, die Einkünfte aus dem Alkoholmonopol zusätzlich rund 250 Mio. Bestimmt müssten auch Kantone und Gemeinden mit massiv höheren Personalkosten rechnen, wollten sie ein einwandfreies Durchsetzen des Verbotes sicherstellen.

2.4. Staatspolitische Bedenken

Bedeutungsvoll ist es für den verantwortungsbewussten Staatsbürger aber auch, dass die grosse Mehrzahl der Produzenten sowohl von Tabak wie von Wein im Welschland ansässig sind. Wollen wir mit der Diskriminierung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse unserer welschen Bauern einen weiteren Graben zwischen den Landesteilen aufreissen? Wollen wir die Rebbauern im Waadtland oder im Wallis als "Suchtmittelprodu-

zenten" und unsere welschen Mitbürger, weil das tägliche Gläschen Wein zu ihren natürlichen Lebensgewohnheiten gehört, als "Süchtige" abstempeln? Auch die Rebbauern im Tessin und in der Ostschweiz werden dies von sich weisen!

Auch der verantwortliche Bürger in den anderen Landesteilen wird es sich aber nicht gefallen lassen, durch ein weiteres Verbot in der Bundesverfassung einen zusätzlichen Schritt näher zur Bevormundung geführt zu werden. Er will sich anhand der Reklame selbst ein Bild machen über das, was ihm bekommt, und er will auch die verschiedenen Produkte objektiv miteinander vergleichen können.

Bei einer kürzlichen Revision des Gesetzes über die politischen Rechte hat man beschlossen, den wegen Trunksucht bevormundeten Mitbürgern das Stimmrecht zu belassen. Wir trauen ihnen also zu, über komplizierte Fragen unseres Staatswesens, über die Neuordnung der Bundesfinanzen, über Raumplanung usw. mitzureden, wollen aber gleichzeitig alle Schweizerinnen und Schweizer einer "Vormundschaft" hinsichtlich des Entscheides über die Rauch- und Trinkgewohnheiten unterstellen. Wir entscheiden am gleichen 18. Februar darüber, ob bereits unsere 18-Jährigen das Stimmrecht erhalten sollen - und wir wollen generell die Alkohol- und Tabakwerbung verbieten, um diese Jugendlichen vor Verführung zu bewahren. Umfassende Verantwortung für das Staatswesen auf der einen Seite verträgt sich niemals mit einer Bevormundung im persönlichen Bereich. Der Schweizer beklagt sich oft über das Schrumpfen des Freiheitsraumes im modernen Staat, Volksinitiativen verlangen aber immer neue Massnahmen, die dieser Tendenz Vorschub leisten. Staatsverdrossenheit und das berühmte "helvetische Malaise" sind die unausweichliche Folge.

2.5. Unnötige Verfassungsbestimmung

Die Initiative der Guttempler-Jugend erweist sich bei näherem Hinsehen aber nicht nur als untauglich, sondern auch als absolut unnötig. Der Bund besitzt aufgrund bestehender Verfassungsbestimmungen eine ganze Reihe von Kompetenzen, um auf dem Gebiete des Alkohol- und Tabakkonsums gesetzgeberisch tätig zu werden. Und er hat dies auch in grossem Umfang bereits getan. Verschiedene gesetzliche Bestimmungen sind zudem gegenwärtig in Revision, und überall geht es darum, die Vorschriften über Alkohol- und Tabakhandel zu verschärfen. Mit einer Revision des Alkoholgesetzes, die den Eidg. Räten noch im Verlaufe dieser Legislaturperiode vorgelegt wird, sollen einschränkende Vorschriften über die Alkoholreklame erlassen werden, besonders dort, wo sie sich an Jugendliche wendet. Eine Revision der Lebensmittelverordnung bringt das Verbot jeglicher Tabakwerbung, die sich an Jugendliche richtet, sowie eine Pflicht zur Deklaration der in den Zigaretten enthaltenen Schadstoffe. Auf allen Zigarettenpackungen muss zudem in Zukunft die Warnung aufgedruckt werden, dass übermässiges Rauchen gesundheitsschädigend sein kann.

Schliesslich ist für die nächste Legislaturperiode der Erlass eines Präventivgesetzes gegen Suchtkrankheiten in Vorbereitung. Damit soll das Uebel an der Wurzel bekämpft, der Gesundheitserziehung vermehrte Beachtung geschenkt werden.

Es darf auch darauf hingewiesen werden, dass der Bund als Konzessionsgeber von Anfang an jede Werbung für Alkoholika und Raucherwaren am Fernsehen untersagt hat, dass die PTT-Betriebe für ihren Bereich das gleiche tun und dass der Bund durch Beitragsleistungen wesentlich an Aufklärungs- und Forschungstätigkeiten privater Organisationen zur Bekämpfung des Suchtmittel-Missbrauchs beteiligt ist.

3. Zusammenfassung

Die Initiative "gegen Suchtmittelreklame" verstösst gegen einen elementaren Grundsatz unseres Staatswesens: sie schlägt ein untaugliches Instrument vor, das unverhältnismässige Eingriffe in die Rechte der Bürger mit sich bringt. Ein Reklameverbot bietet nach allen Erfahrungen im Ausland keine Gewähr dafür, dass der Alkohol- und Tabakmissbrauch auf die Dauer zurückgeht. Trotzdem auferlegt es der grossen Mehrzahl der Bürger, die von den Genussmitteln einen absolut vernünftigen Gebrauch machen wollen, einschneidende Beschränkungen. Die Initiative behandelt den stimmberechtigten Schweizerbürger als unmündig, als unfähig, selbst über seine Konsumgewohnheiten zu entscheiden. Mit gleicher Begründung müssten auch andere Produkte, deren übermässiger oder unvernünftiger Gebrauch gesundheitsschädigend sein kann, einem Werbeverbot unterstellt werden: Autos verursachen schwere Verletzungen und Todesfälle und bringen damit seelisches und körperliches Leid in zahllose Familien, Skiunfälle sind schon heute eine grosse Belastung unserer Sozialversicherung, Süssigkeiten schädigen bei übermässigem Gebrauch nicht nur die Zähne, sondern führen zu Uebergewicht und damit zu zahlreichen schweren Erkrankungen, um nur einige wenige Beispiele zu nennen. Werden wir also bald auch Werbeverbote für Autos, für Süssigkeiten, für Skis usw. in unsere Bundesverfassung aufnehmen müssen? Ein solches Denken ist mit unserer Staatsidee des verantwortlichen Bürgers nicht vereinbar.

Die Initiative ist aber auch gar nicht nötig, denn das angestrebte Ziel einer Reduktion des Suchtmittelmissbrauchs kann durch die zahlreichen bereits an die Hand genommenen Gesetzes- und Ordnungsrevisionen weit besser erreicht werden. Vor allem das geplante Präventivgesetz gegen Suchtkrankheiten verspricht eine Bekämpfung des Problems an seinen Wurzeln.

Schliesslich führt die Initiative zu einem weiteren Anwachsen der Bürokratie und damit des Staatsapparates. Sie bringt in einem gewissen Bereich sogar eine Pressezensur. Alles zusammen wird der ohnehin um sich greifenden Staatsverdrossenheit vieler Mitbürger weiter Vorschub leisten, denn die zahllosen kleinen Einschränkungen unserer persönlichen Freiheit summieren sich und werden immer spürbarer.

Das Problem des Tabak- und Alkoholmissbrauchs müssen wir sicher ernst nehmen und uns für die Bekämpfung der Ursachen einsetzen! Untaugliche Mittel aber, die nur Symptombekämpfung sind und zu einer weiteren Bevormundung führen, lehnen wir aufs Entschiedenste ab. Deshalb NEIN zum Reklameverbot!