

Sachdokumentation:

Signatur: DS 3769

Permalink: www.sachdokumentation.ch/bestand/ds/3769



Nutzungsbestimmungen

Dieses elektronische Dokument wird vom Schweizerischen Sozialarchiv zur Verfügung gestellt. Es kann in der angebotenen Form für den Eigengebrauch reproduziert und genutzt werden (private Verwendung, inkl. Lehre und Forschung). Für das Einhalten der urheberrechtlichen Bestimmungen ist der/die Nutzer/in verantwortlich. Jede Verwendung muss mit einem Quellennachweis versehen sein.

Zitierweise für graue Literatur

Elektronische Broschüren und Flugschriften (DS) aus den Dossiers der Sachdokumentation des Sozialarchivs werden gemäss den üblichen Zitierrichtlinien für wissenschaftliche Literatur wenn möglich einzeln zitiert. Es ist jedoch sinnvoll, die verwendeten thematischen Dossiers ebenfalls zu zitieren. Anzugeben sind demnach die Signatur des einzelnen Dokuments sowie das zugehörige Dossier.



Kurz-Argumentarium

NEIN zur Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung (Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung)»

Abstimmung **13.2.2022**

Worum geht es?

Die Initiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» will «jede Art von Werbung für Tabakprodukte verbieten, die Kinder und Jugendliche erreichen» kann. Dabei ist Werbung an Kinder und Jugendliche in der Schweiz bereits seit 1995 verboten. Unter das rigide Verbot, welches die Initiative fordert, fällt vielmehr auch Werbung, die Erwachsene anspricht. Sie wird untersagt, sobald die geringste Möglichkeit besteht, dass diese von Minderjährigen wahrgenommen werden könnte. Da es kaum Orte gibt, in denen sich Jugendliche nicht aufhalten, und kaum Medien, welche nicht auch von Jugendlichen eingesehen werden könnten, führt die Initiative in der Praxis zu einem vollständigen Werbeverbot. **Deshalb ist die Volksinitiative in Tat und Wahrheit eine Werbe-Verbotsinitiative!**

Pragmatische Lösung anstatt extreme Verbote

Auch dem Bundesrat geht die Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» zu weit. Die Initiative führt faktisch zu einem Totalverbot der Werbung für Tabakprodukte. Dieser Weg ist extrem. Er negiert die Eigenverantwortung erwachsener Konsumentinnen und Konsumenten. Auch berechnete Interessen von Wirtschaft und Kultur werden ausgeklammert, denn sie sind auf Werbe- und Sponsoringeinnahmen angewiesen. Im Gegensatz dazu bietet das Tabakproduktegesetz eine pragmatische Lösung. **Das neue Gesetz ist der indirekte Gegenvorschlag zur Initiative und tritt bei einem Nein zur Initiative automatisch in Kraft.**

5 gute Gründe für ein Nein:

1. Nein zu extremen und unverhältnismässigen Werbeverboten

Bundesrat und Parlament lehnen die Initiative «zum Schutz vor Tabakwerbung» entschieden ab. Sie geht zu weit. **Jugendschutz ist wichtig, aber die Initiative ist völlig unverhältnismässig und extrem. Die Initiative kommt einem Totalverbot von Tabakwerbung gleich.** Sie will jede Art von Werbung für Tabakprodukte, welche Kinder und Jugendliche in irgendeiner Form erreichen kann, komplett verbieten. Dasselbe Totalverbot soll auch für weniger schädliche Alternativprodukte, wie elektronische Zigaretten und Tabakprodukte zum Erhitzen, gelten. **Mit dem neuen Tabakproduktegesetz hat das Parlament einen guten Kompromiss gefunden.** Es balanciert die Interessen an griffigem Jugendschutz und an wirtschaftlicher Freiheit aus. Die Bevormundung

durch den Staat wird nicht masslos übertrieben. Das neue Gesetz verbietet neu landesweit die Abgabe von Tabak- und Alternativprodukten an Minderjährige. Plakat- und Kinowerbung für herkömmliche Tabak- und Alternativprodukte im öffentlichen Raum wird verboten. Wenn sich Werbung in Zeitungen, Zeitschriften oder im Internet jedoch an Erwachsene richtet, bleibt sie weiterhin erlaubt. **Letztlich ist jeder erwachsene Bürger für seine Gesundheit selbst verantwortlich.**

2. Nein zu weiteren Werbeverboten wie für Cervelats oder Süswaren

Unsere Marktwirtschaft ist auf Werbung angewiesen. Es gehört zur fundamentalen Wirtschafts- und Gewerbefreiheit, dass legale Produkte beworben werden dürfen. Erwachsene sollen eigenverantwortlich entscheiden, was sie konsumieren wollen und was nicht. Extreme Werbeverbote für Tabakprodukte bevormunden. Und sie sind nur der erste Schritt: Kommt ein Totalverbot beim Tabak, drohen weitere Werbeverbote – bei Fleischwaren wie Würsten, Alkohol, Süssigkeiten, fetthaltigen Lebensmitteln oder Autos. Die Liste möglicher weiterer Einschränkungen ist lang. Es droht eine totale Bevormundung. Extreme Werbeverbote gehen von schwachen Bürgerinnen und Bürgern aus, die keine Verantwortung für ihren Konsum übernehmen können. Die Freiheit wird mit Füßen getreten.

3. Nein zu gefährlichen Werbeverboten für KMU, Kultur und Medien

Extreme Werbeverbote richten grossen wirtschaftlichen Schaden an. Betroffen sind viele KMU, Kulturveranstaltungen und auch die Medien. Einige Unternehmen mit wertvollen Arbeitsplätzen sind gar in ihrer Existenz gefährdet. Ein wichtiger Grundsatz wird über den Haufen geworfen: Zur Wirtschafts- und Gewerbefreiheit gehört, dass für legale Produkte geworben werden darf. Werbeverbote verhindern Innovation. Sie verbieten es den Herstellern, über neue, bessere und potenziell weniger schädliche Produkte zu sprechen. Das ist absurd und schadet letztlich den Konsumentinnen und Konsumenten.

4. Nein zu Werbeverboten, die unser aller Leben verteuern

Bei extremen Werbeverboten werden letztlich Konsumentinnen und Konsumenten zur Kasse gebeten. Denn Werbung finanziert wichtige Güter und Dienstleistungen mit. Ohne Werbung werden Zeitungen und Zeitschriften sowie kulturelle Veranstaltungen teurer. Die Zeche zahlen wir alle. Viele werden sich den Besuch eines Open Airs oder einer Kulturveranstaltung nicht mehr



leisten können. Auch Zeitungen wären nicht länger für alle erschwinglich.

5. Nein zur überflüssigen Verbots-Initiative


Die Volksinitiative ist nicht nur extrem und gefährlich, sondern auch überflüssig! So hat das Parlament in der Herbstsession 2021 ein Tabakproduktgesetz mit neuen Werbe- und Sponsoringvorschriften beschlossen. Mit dem Gesetz wird der Jugendschutz bei Tabakprodukten gesetzlich verankert. Im Gegensatz zur extremen Volksinitiative ist das neue Tabakproduktegesetz verhältnismässig: So wird Tabakwerbung in der Presse und im Internet auch künftig nicht per se untersagt. Vielmehr beinhaltet das neue Tabakproduktegesetz ein Werbeverbot für jene Zeitungen, Zeitschriften und Internetseiten, «die für Minderjährige bestimmt sind». Es verbietet Plakatwerbung von Tabakprodukten und E-Zigaretten sowie Werbung in Kinos, in öffentlichen Verkehrsmitteln und Gebäuden und auf Sportplätzen. Ebenso verboten wird auch das Sponsoring für Veranstaltungen in der Schweiz, wenn diese internationalen Charakter haben oder auf ein minderjähriges Publikum abzielen.

Breite Allianz gegen extreme Werbe-Verbote

Die Initiative wird abgelehnt von:

- Bundesrat
- Nationalrat und Ständerat
- FDP, Die Liberalen, Fraktion; SVP, Fraktion; Die Mitte, Fraktion sowie Teile der GLP
- Bürgerliche Jungparteien JSVP und Jungfreisinnige Schweiz
- Wirtschaftsdachverbände
- Zahlreiche Branchenverbände

Gegen Bevormundung und Verbote! So stimmen Sie am 13. Februar richtig ab:

 Schweizerische Eidgenossenschaft Confédération suisse Confederazione Svizzera Confederaziun svizra	2
Stimmzettel für die Volksabstimmung vom 13. Februar 2022	
Wollen Sie die Volksinitiative vom 12. September 2019 «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung (Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung)» annehmen?	Antwort Nein

