



Initiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» am 13. Februar 2022

Tabakprävention: Alibi-Regulierungen seit dreissig Jahren

Rainer M. Kaelin

Dr. med., Facharzt für Pneumologie und Innere Medizin, vormals Vizepräsident der Lungenliga Schweiz und der Lungenliga Waadt, Vizepräsident von OxyRomandie/OxySuisse; Mitglied der FMH

Das seit 2015 in Bearbeitung stehende Tabakproduktegesetz ist der letzte Akt der Mehrheitsparlamentarier für Prävention und Jugendschutz. Seit mehreren Jahrzehnten bestimmt die Tabakindustrie die Tabakprävention in unserem Land.

Der Bundesrat legte 2014 seinen Entwurf zum Tabakproduktegesetz vor, in dem Tabak- und Nikotinprodukte in einem eigenen Gesetz geregelt werden sollten. Der Bundesrat erklärte, mit seinem Entwurf die Jugend vor Werbung und Konsum schützen zu wollen. Das Gesetz sollte auch für die Tabakindustrie tragbar sein: Es erlaubte Ausnahmen für Werbung an Verkaufsstellen, auf tabakassoziierten Werbeträgern, sowie Sponsoring für nationale Anlässe; nikotinfreie E-Zigaretten sollten vom Gesetz ausgenommen werden [1]. Trotz der «moderaten Bestimmungen» gingen die Werbe-, Promotions- und Sponsoringverbote den Mehrheitsparlamentariern zu weit; sie wiesen den Entwurf zurück und beauftragten den Bundesrat mit der Unmöglichkeit, den Jugendschutz im Gesetz zu verankern, aber die Werbeeinschränkungen zu streichen! Die so modifizierte Vorlage war für Gesundheits- und Präventionsorganisationen unakzeptabel und mit der

Ratifizierung der WHO-Rahmenkonvention, die ein «umfassendes Verbot von Werbung, Verkaufsförderung im Internet und Sponsoring» gebietet, noch weniger vereinbar als der erste Vorschlag [2]. Nachdem Ständerat Dittli (FDP/UR), der seinerzeit die Rückweisung befürwortet hatte, in der Gesundheitskommission der kleinen Kammer für die Ratifizierung der WHO-Rahmenkonvention eintrat, erarbeitete das Parlament das vorliegende Tabakproduktegesetz, indirekter Gegenvorschlag zur Initiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» (info@kinderohnetabac.ch). Es betrifft gleichermaßen Tabak- und Nikotinprodukte, E-Zigaretten und geheizten Tabak und verbietet wie die bestehende «Selbstkontrolle» die an Jugendliche gerichtete Werbung in Zeitschriften. Sie erlaubt aber die wirksamste Promotion von Nikotin- und Tabakprodukten an Jugendliche, nämlich die Werbung und Promotion im Internet.

«Zwillingsinitiative» 1993

Schon die Zwillingsinitiative sollte Werbung für Tabak verbieten. Sie wurde unter massivem PR-Einsatz der «Alliierten» der Tabakindustrie, d.h. des Gewerbeverbandes, der Medienverbände und der Werbeindustrie, zu 75% der Stimmenden abgelehnt. Dem Volk wurde vorgegaukelt, es handle sich um ein Verbot der Werbung überhaupt, Werbung habe auf das «Gesellschaftsproblem Tabak» keinen Einfluss. Die Selbstkontrolle der Tabakindustrie durch die Lauterkeitskommission «verhindere» Werbung an Jugendliche. Wie die Archive der Tabakindustrie zeigen, war die Selbstkontrolle Teil der Strategie, gesetzliche Regelungen als unnötig darzustellen. Denn tatsächlich sieht die 2005 und 2018 revidierte Vereinbarung zwischen *Swiss Cigarette* und Werbeverband vor, von der Lauterkeitskommission bestätigte Beanstandungen nicht zu sanktionieren, sondern lediglich weiterzuleiten an ... *Swiss Cigarette* [3].

Die Passivrauchgesetzgebung

Die parlamentarische Initiative Professor Felix Gutzwillers «Schutz der Bevölkerung und der Wirtschaft vor Passivrauchen» führte nach einem Hindernislauf im Parlament 2008 zum Passivrauchschutzgesetz. Es enthält folgende Ausnahmen: Das Rauchverbot betrifft nur öffentliche Lokale von mehr als 80 m², kleinere Betriebe können selbst entscheiden, ob geraucht werden darf; Betreiber dürfen Fumoirs einrichten, die vom Personal bedient sein können; die Kantone sind ermächtigt, strengere Regelungen zu erlassen. Das Alibi-Gesetz hält keiner Kritik stand: Warum sollten die Gesetzgeber durch Lücken im Bundesgesetz die Kantone für bessere Regelungen anspornen? Wenn die Gesetz-

geber landesweit für den Gesundheitsschutz ein Rauchverbot im öffentlichen Raum erlassen, dann darf das Personal bestimmter Lokale nicht ausgenommen werden. Die Bedingung, dass die betroffenen Arbeitnehmenden sich im Arbeitsvertrag damit einverstanden erklären, ist ein Unding im Arbeitsrecht. Als das Gesetz verabschiedet wurde, waren mehrere Kantone daran, einen besseren Schutz ihrer Bevölkerung zu verankern, oder hatten dies bereits umgesetzt. Um ein griffiges, einheitliches Bundesgesetz zu erreichen, hatte die Lungenliga die Volksinitiative «Schutz der Bevölkerung vor Passivrauch» eingereicht, die 2012 zur Abstimmung kam; gemäss Meinungsumfrage waren 60% der Bevölkerung ihr günstig gesinnt. Die intensiv koordinierte PR-Aktion der gegnerischen «Allianz für eine mässige Prävention» in den Medien gegen die «Gesundheitstalibane» [4], von Politikern, Gewerbe-, Wirtschafts- und Werbeverbänden, sowie die Desinformation der von Philip Morris unterwanderten Gastro-suisse («Les Suisses ne veulent pas des restaurants sans fumée») [5] hatte Erfolg über die als «totales Rauchverbot» hingestellte Initiative. Das Schweigen der Ärzte-, Präventions- und Gesundheitsorganisationen in der öffentlichen Diskussion hatte das Seinige zu ihrem Scheitern beigetragen [6].

Das Tabakproduktegesetz von 2021

Tabelle 1 [7] zeigt auf, dass dieses Gesetz, entgegen der Behauptung von Regierung und Gesetzgebern, den Jugendschutz nicht fördert: Das Verbot von Kinowerbung und Plakaten besteht schon in vielen Kantonen. Das Sponsoring internationaler Anlässe ist seit Jahren frei von Tabakwerbung wegen der EU-Direktive über grenzüberschreitende Werbung. Das Verkaufsverbot an Minderjährige ohne umfassendes Werbeverbot

Tabelle 1: Vergleich: Volksinitiative – Tabakproduktegesetz – heutiges Recht.

Massnahme	Volksinitiative	TabPG	Geltendes Recht
Abgabe an unter 18-Jährige	verboten	verboten	kantonal geregelt
Werbung, die Kinder und Jugendliche erreicht	verboten	erlaubt	erlaubt
Plakatwerbung	verboten	verboten	kantonal geregelt
Kinowerbespots	verboten	verboten	kantonal geregelt
Printwerbung	teilweise verboten*	erlaubt	erlaubt
Internetwerbung	teilweise verboten*	erlaubt	erlaubt
Werbung auf Gebrauchsartikeln	verboten	teilweise verboten	erlaubt
Promotion (Verkaufsförderung)	teilweise verboten*	teilweise verboten	erlaubt
Sponsoring international	verboten	verboten	erlaubt (de facto verboten)
Sponsoring national	teilweise verboten*	erlaubt	erlaubt
Werbung an Verkaufsstellen	teilweise verboten*	erlaubt	erlaubt
E-Zigaretten/Produkte zum Erhitzen	kein Unterschied zu herkömmlichen Zigaretten (und allen Tabakprodukten)		keines oder kantonal geregelt

* Verbot gilt, wenn Minderjährige Zugang haben.

sabotiert den Schutz der Jugend, da es genau für dieses Publikum die Attraktivität der auf dem Internet beworbenen Produkte verstärkt.

So haben die Bundesparlamentarier sich erneut dem Diktat der Tabakindustrie gebeugt und den Gesundheitsschutz dem wirtschaftlichen Vorteil geopfert. Sie haben dabei auch die Kosten der auf der Nikotinsucht beruhenden Tabakepidemie ignoriert, die jährlich mehrere Milliarden Franken für die Behandlung der nichtübertragbaren Krankheiten betragen. Die seit 2005 bestehende Weigerung der Mehrheitsparlamentarier, die WHO-Tabakrahmenkonvention zu ratifizieren, ist Grund und Folge ihrer Haltung, die bei uns beheimatete multinationale Tabakindustrie zu fördern.

Die Abstimmungskampagne wird den politisch neutralen Gesundheitsstandpunkt einem sehr intensiven Gegenwind der Desinformation aussetzen.

Das Umfeld, in dem diese Initiative der Haus- und Kinderärzte zur Abstimmung kommt, ist vergleichbar mit dem der Passivrauchinitiative der Lungenliga vor zehn Jahren. Wiederum wurden in den vergangenen Jahren die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger durch Medienbeiträge und Editorials, mit bezahlter, als redaktionelle Artikel getarnter Desinformation berieselt. Aus dem Prinzip der Wirtschaftsfreiheit wird die Freiheit für Suchtmittelwerbung abgeleitet; die Parole «legale Produkte dürfen legal beworben werden» unter schlägt, dass Werbung für Sucht erzeugende Mittel, selbst für nicht rezeptpflichtige, mit guten Gründen seit langem gemäss Heilmittelgesetz unzulässig ist; im Namen der «Schadensminderung durch Innovation» wird das Suchtpotenzial von Nikotin banalisiert, das unter Umgehung der Parlamentsdebatte durch die Hintertür eines formaljuristischen Gerichtsentscheidens legalisiert wurde. Das Promotionsargument, E-Zigaretten weniger strengen Regeln zu unterwerfen, weil sie süchtigen Rauchern helfen, sich von ihrer Abhängigkeit zu befreien, und so der öffentlichen Gesundheit nützen, ist hinfällig: Die Raucherquoten sind seit Einführung der E-Zigaretten 2005 nicht gesunken, und ihr Konsum hat sich wegen der freien Werbung

gerade bei den Jungen verbreitet, so dass ihre Nikotinabhängigkeit zum öffentlichen Gesundheitsproblem geworden ist.

Die Abstimmungskampagne zur Initiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» wird den politisch neutralen Gesundheitsstandpunkt einem sehr intensiven Gegenwind der Desinformation aussetzen. Die Mitglieder der Allianz für ein starkes Tabakproduktegesetz sind aufgerufen, mit allen zur Verfügung stehenden Informationskanälen, Newslettern, Websites, sozialen Netzwerken etc. und in öffentlichen Auftritten ihre Angestellten, Mitglieder, Spender und alle Sympathisanten für ein JA zur Initiative zu motivieren. Um das Feld der öffentlichen Debatte nicht der Industrie, ihren Verbündeten und ihren politischen Lobbyisten zu überlassen.

Bildnachweis

Christefme | Dreamstime.com

Literatur

- 1 Kaelin RM. Unterwanderung des Jugendschutzes und Verletzung der WHO-Rahmenkonvention. Schweiz Ärztztg. 2014;95(37):1383–4.
- 2 Kaelin RM, Niedermann R. Zweiter Entwurf zum Tabakproduktegesetz: Mogelpackung! Schweiz Ärztztg. 2018;99(24):811–3.
- 3 Kaelin RM. Jugendschutz ohne Tabakwerbverbot? Schweiz Ärztztg. 2017;98(41):1347–9.
- 4 Patrick Lucca, Sprecher des Gewerbeverbandes, Gewerbezeitung vom 22.4.2008.
- 5 «Les Suisses ne veulent pas des restaurants sans fumée». Interview avec Florian Hew. Le Matin, 4.6.2006.
- 6 Kaelin RM. Schweigen zur Initiative «Schutz der Bevölkerung vor Passivrauch». Schweiz Ärztztg. 2015;96(19):700–2.
- 7 <https://www.at-schweiz.ch/news-medien/news?id=83&Keine-Ratifizierung-der-FCTC>

Das Wichtigste in Kürze

- Wirksame Tabakprävention wird seit bald 30 Jahren durch massiven Lobby- und PR-Aufwand abgewürgt und in tabakfreundliche Alibiregelungen verwandelt.
- Das bisherige Schweigen der Ärzte-, Präventions- und Gesundheitsorganisationen in der öffentlichen Diskussion trug das Seinige zum Scheitern wirksamer Prävention bei.
- Die Raucherquoten sind seit Einführung der E-Zigaretten 2005 nicht gesunken, und ihr Konsum hat sich wegen der freien Werbung gerade bei den Jungen verbreitet.
- Die Mitglieder der Allianz für ein starkes Tabakproduktegesetz sind aufgerufen, sich mit allen Mitteln für ein JA einzusetzen und die öffentliche Debatte nicht der Industrie, ihren Verbündeten und ihren politischen Lobbyisten zu überlassen.

Dr. Rainer M. Kaelin
Plantay 53
CH-1163 Ettoy VD
palmier.kaelin[at]bluewin.ch