

Herrn Bundesrat
Moritz Leuenberger
Vorsteher Departement für Umwelt,
Verkehr, Energie und Kommunikation
UVEK
Bundeshaus Nord
3003 Bern

Herrn Bundesrat
Joseph Deiss
Vorsteher
Volkswirtschaftsdepartement EVD
Bundeshaus Ost
3003 Bern

Bern, 26. November 2003

Kampagne „www.stopp-werbeverbote.ch“

Sehr geehrter Herr Bundesrat Leuenberger, sehr geehrter Herr Bundesrat Deiss

Der Bundesrat hat im Juni 2001 das Nationale Tabak-Präventionsprogramm 2001-2005 (NPTP) verabschiedet. Das Programm hat sich u.a. zum Ziel gesetzt, dass sich Tabakwerbung und –promotion ausschliesslich an Konsumierende richten soll. Konsequenterweise sieht das Programm deshalb Werbeeinschränkungen für Tabak vor.

Verschiedene Entwicklungen in den letzten beiden Jahren unterstützen dieses wichtige, auch vom Bundesrat angestrebte Ziel:

- Am 21. Mai 2003 hat die WHO anlässlich der 56. Weltgesundheitsversammlung dem Rahmenübereinkommen zur Eindämmung des Tabakgebrauchs zugestimmt. Darin wird u.a. auch die Einschränkung der Tabakwerbung gefordert.
- Die EU hat am 26. Mai 2003 die Richtlinie 2003/33 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen verabschiedet.
- Das Bundesgericht hat am 28. 03. 2002 einen wegweisenden Entscheid zugunsten eines Tabakwerbeverbots im Kanton Genf gefällt.
- Die SGK NR hat am 31.10.2003 der Parlamentarischen Initiative Grobet zugestimmt, die u.a. auch ein Tabakwerbeverbot fordert. Zudem hat NR Ursula Wyss am 13.12.2002 die Motion 02.3784, Verbot von Tabakwerbung auch in der Schweiz, eingereicht. Die Behandlung im Plenum steht dazu noch aus.

- Mehrere Kantone haben in der Folge Anstrengungen unternommen, die Tabakwerbung in ihrem Kompetenzbereich einzuschränken. In den meisten Kantonen haben sich die Parlamente hinter entsprechende Vorstösse gestellt.
- Die Sanitätsdirektorenkonferenz unterstützt die kantonalen Bestrebungen ausdrücklich.

Dieses begrüssenswerte Engagement stösst nun jedoch auf massiven Widerstand von Seiten einiger Wirtschaftsverbände, die mit markantem Werbeaufwand das Erreichen dieses Ziels unterlaufen. Ihre Kampagne „www.stopp-werbeverbote.ch“ wird derzeit auf Plakaten, in Inseraten und TV-Spots mit einem Mediabudget von 4 Mio. Franken landesweit umgesetzt. Darin stellen sie das ausschliesslich aus präventiven Überlegungen verfolgte Ziel der Einschränkung von Tabakwerbung in Frage, indem sie daraus eine Auseinandersetzung für oder gegen Werbung konstruieren.

Auseinandersetzungen und Konflikte gehören zur Demokratie. Das Vorgehen einzelner Mitglieder der Allianz gegen Werbeverbote ist jedoch aus Sicht der BürgerInnen und SteuerzahlerInnen stossend.

- Die SRG und ihre Tochtergesellschaft Publisuisse strahlen Werbespots der Allianz aus, obwohl diese Spots eindeutig im Umfeld (kantonalen) politischer Entscheide stehen. Bei SRG und Publisuisse handelt es sich bekanntlicherweise um Betriebe in Bundesverantwortung. Es ist sogar anzunehmen, dass die Werbespots der Allianz im SF-DRS unentgeltlich geschaltet werden. In der neuesten Ausgabe der Zeitschrift "Marketing und Kommunikation" schreibt der Sekretär der "Allianz gegen Werbeverbote", Pierre Schäfer, dass die Kampagne "www.stopp-werbeverbote.ch" erfolgreich gestartet worden sei: Zitat: „*Der Dank geht vor allem auch an alle Medienanbieter (Plakatgesellschaft, Privatradios, Kinos öffentliche und private TVs): Nur ihre grosszügige Bereitschaft, unentgeltlich Zeit und Raum für die Verbreitung anzubieten, macht einen landesweit erkennbaren Impact möglich.*“ Zitat Ende.
- Die Swisscom stellt eigene Werbung im Rahmen der Kampagne „www.stopp-werbeverbote.ch“ der Allianz zur Verfügung und erlaubt deren Ausstrahlung bzw. Publikation. Die Swisscom ist nach wie vor ein Betrieb, der mehrheitlich im Bundesbesitz ist.
- Ebenso stellen Emmi und der SMP ihre Werbung im Rahmen der Kampagne der Allianz zur Verfügung. Emmi und SMP sind Nutzniesser von Bundesgeldern (Absatzförderung, Inlandverbilligung und Exportsubvention).

**KONSUMENTEN
S C H U T Z**

Wir bitten deshalb den Bundesrat eindringlich:

- in der Öffentlichkeit klar Stellung zu nehmen zugunsten der Präventionsanstrengungen im Tabakbereich und dabei insbesondere auf die Bedeutung von Werbeeinschränkungen für Tabak hinzuweisen.
- seine Verantwortung als Oberaufsichtsbehörde von Bundesanstalten und als Miteigentümer privater Betriebe wahrzunehmen und insbesondere Transparenz bei den Bedingungen zwischen Publisuisse, SRG und der Allianz gegen Werbeverbote für die Ausstrahlung ihrer TV-Spots am SF DRS zu verlangen.
- seinen Einfluss zu Gunsten der Tabakprävention geltend zu machen und sich öffentlich davon zu distanzieren, dass eigene oder mit Bundesmitteln unterstützte Betriebe und Verbände gesundheitspolitisch zentrale Anliegen des Bundesrates zu unterlaufen versuchen.

Wir bedanken uns für Ihre Stellungnahme und verbleiben mit freundlichen Grüßen

Stiftung für Konsumentenschutz



Jacqueline Bachmann
Geschäftsführerin

PS: Bitte nehmen Sie zur Kenntnis, dass wir die Medien im Rahmen einer Pressekonferenz vom Freitag, 28. November 2003 – unter anderem auch über dieses Schreiben an Sie informieren und den Brief zur Verfügung halten werden.