



Abstimmungsvorlage vom 13.02.2022

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

Ausgangslage

Rund 32% der Jugendlichen zwischen 15 und 25 Jahren rauchen täglich oder gelegentlich. Damit liegt diese Altersgruppe über dem Schnitt der Gesamtbevölkerung. Mehr als die Hälfte der rauchenden Bevölkerung hat vor 18 Jahren begonnen regelmässig zu rauchen.

Das Parlament hat in der Herbstsession das Tabakproduktegesetz verabschiedet. Dieses regelt unter anderem Werbeverbote, welche spezifisch auf Minderjährige abzielen oder Beschriftungsvorgaben von Tabakprodukten, um vor Gesundheitsschäden zu warnen. Das Gesetz tritt unabhängig von der Initiative in Kraft, Dem Initiativkomitee geht es jedoch zu wenig weit, weshalb an der Initiative festgehalten wird.

Inhalt der Vorlage

Die Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» wurde von mehreren Gesundheitsorganisationen, Sportverbänden und der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände (SAJV) lanciert und am 12. September 2019 mit 113'500 gültigen Unterschriften eingereicht. Die EVP hat die Initiative in der Sammelphase unterstützt.

Ziel der Vorlage ist es, dem hohen Anteil der Rauchenden, den damit verbundenen negativen Gesundheitsfolgen und der auf Jugendliche ausgerichtete Werbestrategie der Tabakbranche entgegenzuwirken. Die Initiative fordert ein Verbot für jegliche Art von Werbung für Tabakprodukte, die Kinder und Jugendliche erreicht. Dazu gehören beispielsweise Werbung im öffentlichen Raum und bei Verkaufsstellen, Inserate, Online-Werbung oder Sponsoring von Veranstaltungen, an welchen Jugendliche teilnehmen.

Initiative im Wortlaut

Art. 41 Abs. 1 Bst. g

1 Bund und Kantone setzen sich in Ergänzung zu persönlicher Verantwortung und privater Initiative dafür ein, dass:

*g. Kinder und Jugendliche in ihrer Entwicklung zu selbstständigen und sozial verantwortlichen Personen gefördert und in ihrer sozialen, kulturellen und politischen Integration unterstützt werden **sowie ihre Gesundheit gefördert wird.***

Art. 118 Abs. 2 Bst. b

2 Er erlässt Vorschriften über:

*b. die Bekämpfung übertragbarer, stark verbreiteter oder bösartiger Krankheiten von Menschen und Tieren; **er verbietet namentlich jede Art von Werbung für Tabakprodukte, die Kinder und Jugendliche erreicht;***

Art. 197 Ziff. 122

12. Übergangsbestimmung zu Art. 118 Abs. 2 Bst. b (Schutz der Gesundheit)

Die Bundesversammlung verabschiedet die gesetzlichen Ausführungsbestimmungen innert drei Jahren seit Annahme von Artikel 118 Absatz 2 Buchstabe b durch Volk und Stände.

Empfehlungen

Bundesrat, Nationalrat (88:101) und Ständerat (14:29) lehnen die Initiative ab.

Argumente

Pro kinderohnetabak.ch	Kontra bag.admin.ch
<ul style="list-style-type: none">• Werbung zielt auf Jugendliche Tabakhersteller versuchen Jugendliche bereits im jungen Alter von Nikotin abhängig zu machen. Diese Werbestrategie ist missbräuchlich und gehört verboten.• Untergräbt Gesundheitserziehung Bund und Kantone investieren in die Gesundheitserziehung und Suchtprävention. Die Tabakwerbung sabotiert diese Bemühungen.• Gesundheitsförderung Verhinderung von Krankheiten und Reduktion von Gesundheitskosten• Aktuell zu lasche Regelung Das Tabakproduktegesetz des Parlaments ist zahnlos. Mit Werbung im Internet, Gratiszeitungen und an Festivals dürfen und werden Tabakproduzenten immer noch gezielt Jugendliche und Kinder erreicht werden. Internationale Erhebungen zeigen überdies, dass die Schweiz zu den Ländern mit dem stärksten Einfluss der Tabakfirmen gehört und die Werbung von Tabakprodukten vergleichsweise gering reguliert.	<ul style="list-style-type: none">• Werbung verunmöglicht Ein Werbeverbot ist eine unverhältnismässig starke Einschränkung der Wirtschafts- und Werbefreiheit.• Selbstregulierung funktioniert Die Kommunikationsbranche verhindert bereits heute auf freiwilliger Basis die Werbung für Tabak, welche auf Jugendliche abzielt.• Schaden für Zeitungen, Kinos etc. Werbeplattformen sind bereits heute von tieferen Werbeeinnahmen betroffen und sind auf die Einnahmen der Tabakbranche angewiesen.• Keine Förderung von Alternativen Die Initiative verbietet die Werbung für sämtliche Tabakprodukte. Auch solche welche weniger Gesundheitsrisiken mit sich bringen und den Um-/ Ausstieg von Rauchenden fördern sollen. Dies schadet der Innovation.• Neues Gesetz reicht aus Das Parlament hat mit dem neuen Tabakproduktegesetz bereits ausreichende Regeln geschaffen (Werbeverbote, die auf Minderjährige abzielt).