

Geschäftsstelle
Ernastrasse 22
8004 Zürich

T +41 44 211 40 11
info@ks-cs.ch
www.ks-cs.ch

„ks/cs“
Kommunikation Schweiz
Communication Suisse
Comunicazione Svizzera
Communication Switzerland



PROMARCA



Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Utenti Svizzeri Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers



Schweizer Dialogmarketing Verband



SCHWEIZER MEDIEN
MÉDIAS SUISSES | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA

Bern/Zürich, 11. Januar 2022

Medienmitteilung

Marketing- und Kommunikationsverbände lehnen Tabakinitiative vom 13. Februar 2022 ab

7x Nein zu einem extremen Werbeverbot

Jugendschutz ist wichtig. Die extreme Initiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» geht aber zu weit. Sie will de facto jede Form der Werbung verbieten. Auch solche, die Erwachsene erreicht. Die unterzeichnenden Marketing- und Kommunikationsverbände lehnen sie deshalb vehement ab und setzen sich für das Tabakproduktegesetz des Parlaments ein. Es verstärkt den Jugendschutz ohne ein faktisches Werbeverbot.

Dass Kinder und Jugendliche vor Tabak zu schützen sind, ist unbestritten. Nach dem Willen von Bundesrat und Parlament sollen die bisherigen Instrumente durch ein neues Tabakproduktegesetz ergänzt und verschärft werden. Damit wird der Jugendschutz verstärkt. Neben den grossen Wirtschaftsverbänden - wie Economiesuisse und Gewerbeverband - engagieren sich jetzt auch sieben Verbände aus Marketing- und Kommunikation gegen die neuen Werbeverbote. Es handelt sich um KS/CS Kommunikation Schweiz, IAA Swiss Chapter, IAB Switzerland, der Schweizerische Markenartikelverband Promarca, Schweizer Dialogmarketing Verband (SDV), Verband Schweizer Medien (VSM) und der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA).

Indem die Initiative jede Art von Werbung für Tabakprodukte verbieten will, die Kinder und Jugendliche erreichen könnte, führt sie letztlich zu einem faktisch vollständigen Werbeverbot. Das ist für die unterzeichnenden Marketing- und Kommunikationsverbände inakzeptabel und verstösst gegen den Grundsatz der Wirtschaftsfreiheit. Werbeverbote sind höchstens dann letzte Mittel, um gesellschaftliche Probleme zu lösen, wenn sie





zielgerichtet eingesetzt werden. Die Initiative schiesst aber weit über dieses Ziel hinaus und will Werbung auch für Menschen verbieten, die nicht zur Zielgruppe gehören.

Werbung ist ein wichtiger Bestandteil einer funktionierenden Volkswirtschaft und verfassungsrechtlich garantiert. Ein Werbeverbot für ein legales Produkt käme einem Kommunikationsverbot eines Unternehmens gleich. Für Konsumentinnen und Konsumenten trägt Werbung im Wesentlichen zur Information bei. Es ist bedenklich, dass die Initianten das Verhalten mündiger Bürgerinnen und Bürger mit solchen Verböten steuern wollen. Ein Werbeverbot für legale Tabakprodukte würde zugleich auch den Weg für weitere Werbeverböte für Produkte und Dienstleistungen ebnet, welche als gesundheitsschädlich gelten (z.B. Zucker oder Alkohol).

Die unterzeichnenden Verbände unterstützen den Gegenvorschlag des Parlaments und empfehlen die Ablehnung der Initiative, weil diese nicht zielführend ist. Der verabschiedete Gegenvorschlag des Parlaments ist griffig und umfassend, da er sowohl Kinder und Jugendliche schützt und auch weitere Bereiche abdeckt. Er vereint einen wirksamen und zielgerichtetem Jugendschutz mit den Interessen der Wirtschaft, Gewerbe und Kultur.

Unterzeichnende Verbände:

KS/CS Kommunikation Schweiz
IAA Swiss Chapter
IAB Switzerland Association
Promarca, Schweizerischer Markenartikelverband
Schweizer Dialogmarketingverband (SDV)
Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA)
Verband Schweizer Medien (VSM)

Auskunft:

Jürg Bachmann
Präsident KS/CS Kommunikation Schweiz
E-Mail: bachmann@ks-cs.ch
Tel. +41 79 600 32 62

