

Geschäftsstelle
Kappelergasse 14
8001 Zürich

T +41 44 211 40 11
F +41 44 211 80 18
info@ks-cs.ch

ks/cs

Kommunikation Schweiz
Communication Suisse
Comunicazione Svizzera
Communication Switzerland

Per E-Mail an dm@bag.admin.ch und
tabakprodukte@bag.admin.ch

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Bundesamt für Gesundheit BAG
Herr Michael Anderegg, Projektleiter TabPG
3003 Bern



Zürich, 20. März 2018

Stellungnahme von KS/CS zum zweiten Vorentwurf zum Tabakproduktegesetz

Sehr geehrter Herr Bundesrat Berset
Sehr geehrte Damen und Herren

Vorbemerkungen

Die Bedeutung und Aufgabe von KC/CS Kommunikation Schweiz

KS/CS Kommunikation Schweiz nimmt in allen wirtschaftlichen, rechtlichen und politischen Fragen der kommerziellen Kommunikation die gemeinsamen Interessen der Werbeaufraggeber (Unternehmen), der Werbe-, Directmarketing- und Mediaagenturen wie auch der privaten und öffentlich-rechtlichen Medienanbieter wahr. Sie repräsentiert damit einen vitalen Wirtschaftszweig mit annähernd 22'000 Vollzeitstellen und einem Jahresumsatz von rund CHF 7.3 Mia. In dieser Funktion verteidigt KS/CS Kommunikation Schweiz die verfassungsmässig garantierte Werbefreiheit. KS/CS Kommunikation Schweiz ist sich gleichzeitig aber auch der gesellschaftlichen und sozialen Verantwortung der kommerziellen Kommunikation bewusst. In diesem Sinne nimmt KS/CS Kommunikation Schweiz auch nur zu den Werbebestimmungen im Entwurf Stellung.

Umsetzung des Rückweisungsantrages des Parlaments

Im Rahmen des Rückweisungsbeschlusses des Parlamentes zum ersten Entwurf des Tabakproduktegesetzes kam der eindeutige Wille des Gesetzgebers zum Ausdruck, dass der neue Entwurf keine weiteren Werbeeinschränkungen enthalten soll.

Das BAG selber hat auf seiner Website den Auftrag des Parlaments im Rahmen der Rückweisung des ersten Entwurfes wie folgt zusammengefasst:

Überführung der wichtigsten Punkte der Tabakverordnung in das Gesetz, wobei zusätzliche Einschränkungen im Bereich Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring davon auszunehmen sind. (<https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/themen/mensch-gesundheit/sucht/tabak/tabakpolitik-schweiz/entwurf-tabakproduktegesetz.html>)





Die bestehenden Bestimmungen, dass sich Tabakwerbung nicht speziell an Minderjährige richten darf und gesundheitliche Anpreisungen unzulässig sind, wurden vom Gesetzgeber somit als angemessen und genügend erachtet. Das ist auch insofern schlüssig und nachvollziehbar, als die Tabakindustrie im Rahmen einer Selbstregulierung bereits vor Jahren unzählige weitere Werbeeinschränkungen festgeschrieben hat, die weit über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus gingen und der gesundheitlichen Problematik des Produktes Rechnung tragen. Dazu zählen der Warnhinweis auf den Packungen, der grundsätzliche Verzicht auf Werbung im Internet, der Verzicht auf verschiedene Imageaussagen wie gesellschaftlicher oder beruflicher Erfolg, das Prinzip der Whitelist der Printmedien, in denen Tabakwerbung zulässig ist, Grössen- und Mengenbeschränkungen zu Tabakwerbung in Printmedien usw. (siehe dazu: Vereinbarung zwischen Swiss Cigarette und der Schweizerischen Lauterkeitskommission, einsehbar unter www.faire-werbung.ch/dokumentation). Diese Selbstregulierungen der Tabakindustrie werden in der Praxis rigoros umgesetzt und haben dazu geführt, dass sie von einem Grossteil der Konsumentinnen und Konsumenten als gesetzliche Vorgaben angeschaut werden. Das beweist, dass diese Selbstregulierung zielführend und wirkungsvoll ist.

Es gibt daher keinerlei Veranlassung, nun im Rahmen eines zweiten Entwurfes erneut neue Werbeverbote und -einschränkungen einzuführen.

Stellungnahme

Basierend darauf nimmt KC/CS Kommunikation Schweiz zu den Werbebestimmungen im Entwurf wie folgt Stellung:

Art. 17 Abs. 2

Wir beantragen, diesen Absatz ersatzlos zu streichen.

Mit Art. 17 Abs. 2 werden neue Werbeverbote eingeführt, welche deutlich weiter gehen als die bestehenden Bestimmungen unter Art. 17 Abs. 1. Dies widerspricht dem Willen des Parlaments und schießt weit über den Rückweisungsauftrag hinaus. Zudem öffnet es weiteren unbegründeten Verboten – auch in anderen Regulierungsbereichen – Tür und Tor. Aus diesem Grund ist der ganze Absatz ersatzlos zu streichen.

Art. 18 Abs. 1 und 2

Wir beantragen, diesen Artikel ersatzlos zu streichen.

Die Ausgestaltung des Warnhinweises in der Werbung ist bereits detailliert und umfassend in der Selbstregulierung der Branche geregelt (Art. 1.3 der Vereinbarung von Swiss Cigarette mit der Schweizerischen Lauterkeitskommission). Diese Selbstregulierung hat sich in der Praxis derart stark durchgesetzt, dass vielerorts die Auffassung besteht, dass dieser Warnhinweis gesetzlich vorgeschrieben sei. Wo sich eine Selbstregulierung bewährt hat, gibt es keinen Grund, eine obrigkeitliche staatliche Regelung einzuführen. Das entspricht auch der Haltung des Bundesrats wie der EU und OECD, die die aussergerichtliche Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution, ADR) fördern, um die Gerichte zu entlasten.





Art. 19

Wir beantragen, diesen Artikel ersatzlos zu streichen.

Den Kantonen die allgemeine, uneingeschränkte Kompetenz einzuräumen, strengere Werbevorschriften zu erlassen, widerspricht sämtlichen rechtsstaatlichen Vorstellungen von Rechtssicherheit, Rechtseinheitlichkeit und Gleichbehandlung. Kommerzielle Kommunikation ist naturgemäss nicht an Kantonsgrenzen gebunden. Zudem würde die Einführung einer solchen generellen unbestimmten Kompetenznorm zugunsten der Kantone den geschilderten Parlamentswillen, dass keine weitergehenden Werbeeinschränkungen erlassen werden sollen, unterlaufen und ins Gegenteil verkehrt.

Freundliche Grüsse

Kommunikation Schweiz

Präsident

Ständerat Filippo Lombardi

Präsidenten und Vizepräsidentin Sektionen

Christian Merk
Sektion Deutschschweiz

François Besençon
Section Suisse Romande

Maria Luisa Bernini
Sezione Svizzera Italiana

