

Medieninformation

Tabakproduktegesetz: Zweifel an der Verfassungsmässigkeit der Werbeverbote

Zürich, 22. Mai 2014 – SW Schweizer Werbung ist über die weitgehenden Werberestriktionen, die der Bundesrat in seinem Vorentwurf zum Tabakproduktegesetz formuliert hat, äusserst beunruhigt. Nach einer ersten Prüfung ist der Dachverband der kommerziellen Kommunikation der Ansicht, dass auch im Lichte der bisherigen Rechtsprechung Zweifel an der Verfassungsmässigkeit angebracht sind. Der Verband wird den Vorentwurf analysieren und zu einem späteren Zeitpunkt detailliert Stellung beziehen.

Die Bundesverfassung der Schweiz verlangt unter anderem, dass sämtliche Verbote und Einschränkungen der verfassungsmässig garantierten Freiheitsrechte zweckmässig und angemessen sein müssen. Das gilt auch für die Werbung als Teil der Wirtschaftsfreiheit und ist für den Bundesrat ebenfalls bindend. SW Schweizer Werbung ist äusserst besorgt, dass diese Güterabwägung im Vorentwurf des Tabakproduktegesetzes missachtet wird; umso mehr, als die Möglichkeiten, Tabakprodukte zu bewerben, bereits sehr stark eingeschränkt sind. Daran ändert die bisherige Rechtsprechung nichts, da sie lediglich Plakate im öffentlichen Raum zum Gegenstand hatte. Der vorliegende Vorentwurf geht dagegen viel weiter. Der Dachverband der kommerziellen Kommunikation wird den Vorentwurf detailliert analysieren und im Rahmen der Vernehmlassung, die bis 12. September 2014 dauert, Stellung beziehen.

Werbeverbote erzielen kaum je die erhoffte Wirkung

Grundsätzlich lehnt SW Schweizer Werbung jegliche Einschränkungen der Werbefreiheit ab, solange ein Produkt legal erworben werden kann. Werbeverbote erzielen kaum je die Wirkung, die von ihren Initianten erhofft wird, sondern sind in aller Regel Scheinlösungen. Das bestätigt die Entwicklung der Zigarettenverkäufe in der Schweiz in den letzten Jahren. Die Verkäufe sind seit 2009 von knapp 12,5 Milliarden auf weniger als 11 Milliarden zurückgegangen, während die Werbeausgaben für Tabakprodukte überproportional von CHF 8 Mio. auf heute rund CHF 21 Mio. gestiegen sind. Ein Werbeverbot würde also primär die Kommunikationsbranche treffen und kaum grossen Einfluss auf das Konsumverhalten zeitigen.

SW Schweizer Werbung
Thomas Meier
SW-Kommunikationsbeauftragter
thomas.meier@sw-ps.ch
T 044 211 40 11
N 079 674 30 74

SW Schweizer Werbung ist der Dachverband der kommerziellen Kommunikation. Er vertritt die Interessen von Werbeauftraggebern, Auftragnehmern bzw. Medienunternehmen sowie Werbeagenturen und repräsentiert damit hierzulande annähernd 22 000 Angestellte mit einem Jahresumsatz von rund CHF 7,2 Mia. Auf politischer Ebene strebt SW Schweizer Werbung eine liberale Gesetzgebung an. Als Stifterin und Gründungsmitglied der unabhängigen paritätischen Schweizerischen Lauterkeitskommission setzt sie sich dafür ein, dass die Werbung rechtmässig, wahrheitsgemäss und nicht diskriminierend ist. Darüber hinaus engagiert sie sich für die Aus- und Weiterbildung der Branche und führt im Auftrag des Bundes die entsprechenden eidgenössischen Berufsprüfungen durch.