Anti-Zigaretten-Reklame

Autor(en): **Abelin, T.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Jugend und Sport : Fachzeitschrift für Leibesübungen der Eidgenössischen Turn- und Sportschule Magglingen**

Band (Jahr): **30 (1973)**

Heft 3

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-994820

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Anti-Zigaretten-Reklame

Prof. Dr. med. Th. Abelin, Direktor des Instituts für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Bern

Die Frage des Zigarettenverkaufs und besonders der Zigarettenreklame ist zu einem *juristischen Problem* geworden. Parlamentarische Vorstösse auf eidgenössischer und kantonaler Ebene sind bisher mit Hinweisen auf die Handels- und Gewerbefreiheit abgewiesen worden, obwohl zugegeben wird, dass Einschränkungen der Reklame für Raucherwaren im Interesse der Volksgesundheit lägen. Andere Postulate, Motionen und Kleine Anfragen harren noch der Beantwortung.
Die Angelegenheit wird durch eine von 4196 Aerzten sowie 40 eidgenössischen Parlamentariern unterzeichnete und im April 1972 eingereichte Petition unterstrichen, in der vom Bundesrat gefordert wird, «dass die Tabakwerbung in allen Massenmedien, wie Tagespresse, Magazinen, Plakaten, Kino, anderen Kommunikationsmitteln sowie an Massenveranstaltungen und anderen Zusammenkünften, einzustellen oder zumindest wirksam einzuschränken sei». In diesem, von der Sektion Basel des Verbandes der schweizerischen Medizinstudenten ausgegangenen Vorstoss, wird mit Nachdruck die Ansicht vertreten, «dass zwischen der Auslegung der Handels- und Gewerbefreiheit und den gesundheitlichen Folgen einer nahezu unbeschränkten Tabakwerbung ein Missverhältnis entstanden ist».

Warten auf den Gesetzgeber

Als die Zigaretten begannen, den Tabakmarkt zu erobern, war noch nicht bekannt, dass sie Krebs erzeugen und das Leben deutlich verkürzen. Man meinte, ihr Vertrieb lasse sich durch das Prinzip der Gewerbefreiheit regeln, und sie wurden, im irrigen Glauben an ihre Unschädlichkeit, dem *Lebensmittelgesetz* unterstellt. Nachdem die Gefahren des Rauchens für die Gesundheit heute offen zu Tage liegen, sind neue Regelungen am Platz. Denn mag das Rauchen auch noch so schädlich sein, Verzicht und freiwillige Lösungen sind nicht zu erwarten, solange der Markt frei ist und die Konkurrenz ohne Verzug in jede Lücke springen würde. Mitten im Alltag des Geldverdienens und Geschäftemachens bliebe der Verzicht eines einzelnen ohne Bedeutung. Die Grossen müssen verzichten — die Zigarettenfirmen selbst und die Reklamemedien — und wenn sie es nicht tun, so obliegt es den Behörden, die Interessen der anonymen Oeffentlichkeit durch gesetzliche Regelung zu schützen.

Die heute geltende Ordnung vermag den Interessen der Oeffentlichkeit nicht mehr gerecht zu werden.

Das zeigte sich jüngst, als das Eidgenössische Gesundheitsamt gebeten wurde, dafür zu sorgen, dass vom Bund subventionierte Zuckerfabriken davon absehen, auf ihren Verpackungen Zigarettenreklame erscheinen zu lassn. Anlass für die Eingabe war die Anklage eines jungen Drogensüchtigen, durch diese Zigarettenreklame fördere sogar der Bund die Sucht. Das Gesundheitsamt anerkannte die Berechtigung des Wunsches und besprach sich mehrmals mit Vertretern der betreffenden Zuckerfabriken. Ein freiwilliger Verzicht auf die Zigarettenreklame war jedoch nicht zu erlangen: Die Verordnung über den Verkehr mit Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen gebe keine Möglichkeit dagegen einzuschreiten, und aus der Tatsache, dass die Zuckerfabrik aus rein agrarwirtschaftlichen Gründen Bundessubventionen bekomme, ergebe sich ebenfalls keine Möglichkeit, irgendeinen Druck auszuüben... Hier liegt der entscheidende Punkt. Es gibt Situationen, in denen *Widersprüche zwischen Freiheit und öffentlichem Interesse* bestehen, und *die nach Einschränkungen der Freiheit* durch Verordnungen und Gesetze *rufen.* Wo es um Diebstahl und Totschlag, Betrug und Bestechung ging, sind Gesetze längst eingeführt worden. Auch aus volksgesundheitlichen Gründen sind Freiheiten schon beschränkt worden, zum Beispiel die Bewegungsfreiheit in den Quarantänebestimmungen und die Handels- und Gewerbefreiheit im Zusammenhang mit dem Verkauf giftiger Stoffe.
Während zum Beispiel in den Vereinigten Staaten die amtliche «Federal Trade Commission» als Anwalt des öffentlichen Interesses auftritt und eigene Juristen einsetzt, um geeignete Verordnungen zu entwickeln und sogar vor Gericht durchzusetzen, und während in den letzten Jahren in vielen andern Ländern Einschränkungen der Zigarettenreklame eingeführt worden sind, ist man in der Schweiz mit entsprechenden Schritten eher zögernd. Fast scheint es, als ob die Berechtigung einer Neuordnung des Raucherwarenvertriebs anerkannt würde, die rechtliche Formel dafür aber fehle. Hier eine Lösung zu formulieren, wäre eine würdige und *dringende Aufgabe für sozial engagierte Verfassungsjuristen.*

Die Werbung muss «umgedreht» werden

Werbefachleute vertreten die Ansicht, mit einem Verzicht auf Zigarettenwerbung sei dem Tabakkonsum noch lange kein Riegel geschoben. Die amerikanische Erfahrung bestätigt diese Bedenken teilweise, hat sich doch dort gezeigt, dass eine reklametechnisch geschickt geführte Werbung *gegen* das Rauchen mindestens ebenso wichtig ist wie die Einschränkung der Werbung *für* das Rauchen. Führende Reklamespezialisten in den USA haben sich, meist ehrenamtlich, zur Verfügung gestellt, um die Aktion gegen das Rauchen zu leiten. Wenn in der Schweiz der volksgesundheitliche Schaden, den das Rauchen anrichtet, durch eine Einschränkung der Tabakreklame offiziell anerkannt würde, so wäre eine gleichzeitige Bewilligung von Mitteln für die Werbung gegen das Rauchen ein konsequenter Schritt darnach. Damit könnte den Auswirkungen jahrzehntelanger Zigarettenreklame wenigstens teilweise entgegengewirkt werden. Eine auch noch so geringe *Erhöhung der Zigarettensteuer* könnte grosse Summen auch für diesen Zweck freisetzen. Den Werbefachleuten böte dieser Schritt eine attraktive Gelegenheit, werbetechnische und werbeethische Bestrebungen zu vereinen und ihre kreativen Leistungen in den Dienst der Gesundheit zu stellen.

AHV-Finanzierung contra Gesundheit?

Einer derart naheliegenden Finanzierung der Anti-Zigaretten-Reklame sind einstweilen allerdings Riegel geschoben. Die Bundesverfassung bestimmt zurzeit, dass der gesamte Ertrag aus der Tabaksteuer der AHV zufliessen müsse, und so stehen wir auch hier vor einer juristischen Frage — einer *Rechtsfrage von erheblicher politischer Tragweite.* Aber gerade jetzt, wo die Finanzierung der grossen Sozialwerke des Bundes für weitere Jahrzehnte sichergestellt werden muss, ist es zweckmässig und nützlich, gesundheits- und sozialpolitische Erfordernisse von politischen Traditionen zu unterscheiden. *Es ist heute an der Zeit, die Finanzierung der sozialen Sicherung inkl. Gesundheitspflege im gesamten neu zu überdenken. Dabei ist nicht zu übersehen, dass jede noch so geringe Einschränkung des Tabakkonsums sowohl die Krankenversicherung als auch die Hinterlassenenversicherung finanziell zu entlasten vermag.*