

## Zweite Sitzung – Deuxième séance

Mittwoch, 2. Juni 1993, Vormittag  
 Mercredi 2 juin 1993, matin

08.00 h

Vorsitz – Présidence: Herr Schmidhalter/Frau Haller

92.031

### Verminderung der Tabak- und Alkoholprobleme. Volksinitiativen

### Prévention des problèmes liés au tabac et à l'alcool. Initiatives populaires

Botschaft, Beschluss- und Gesetzentwürfe vom 9. März 1992  
 (BBl II 1149)  
 Message, projets d'arrêté et de lois du 9 mars 1992 (FF II 1141)  
 Beschluss des Ständerates vom 2. März 1993  
 Décision du Conseil des Etats du 2 mars 1993  
 Kategorie III, Art. 68 GRN – Catégorie III, art. 68 RCN

*Ordnungsantrag Bundi*  
 Behandlung in Kategorie I  
*Motion d'ordre Bundi*  
 Traiter l'objet en catégorie I

**Bundi:** Gemäss meinen Erkundigungen hatte die Kommission vorgeschlagen, dieses Geschäft in Kategorie II einzureihen. Das Büro hat es aber in Kategorie III eingereiht. Ich schlage Ihnen vor, Kategorie I zu beschliessen. Das Kategoriensystem handhaben wir seit ungefähr drei Jahren im Rat. Es wurde in einer ausserordentlichen Session im Februar 1990 mit einer Aenderung des Geschäftsreglementes beschlossen. Diese Aenderung stand im Zusammenhang mit einer parlamentarischen Initiative Ott, die eine rationellere Abwicklung unseres Ratsbetriebes zum Hauptziel hatte. In diesem Zusammenhang dachte man vor allem daran, Geschäfte, die völlig unbestritten sind, nach dem schriftlichen Verfahren durchzuführen, und schlug dementsprechend die Kategorien IV und V vor. In bezug auf die Kategorien I, II und III war man der Auffassung, dass man möglichst flexibel sein soll, und es war nie die Rede davon, dass die Kategorie I während einer ganzen Session überhaupt ausgeschlossen werden soll. Man hat damals gesagt, dass für wichtige Vorlagen die Debatte voll geöffnet werden solle, also Kategorie I beschlossen werden solle. Ich meine nun, dass eigentlich jede Volksinitiative eine wichtige Vorlage ist, gleichgültig, wie der Stellenwert des Inhalts dieser Initiative sein mag. Beim vorliegenden Geschäft haben wir es nämlich im Grunde genommen mit insgesamt vier Vorlagen zu tun, nämlich mit zwei Volksinitiativen und zwei Gesetzesrevisionen. Da meine ich, dass mindestens die Eintretensdebatte dazu in Kategorie I erfolgen muss. Ich muss darauf hinweisen, dass für jede Volksinitiative ein sehr grosser Aufwand betrieben wird. Auch für diese beiden sind 110 648 und 115 210 Unterschriften gesammelt worden. Dieses Volksrecht nehmen wir ja sonst sehr ernst, wir halten es sehr hoch. Deshalb ist es auch richtig, dass wir die parlamentarische Behandlung einer Volksinitiative ebenso ernst nehmen.

Darum möchte ich Sie bitten, meinem Ordnungsantrag zuzustimmen.

#### Abstimmung – Vote

Für den Ordnungsantrag Bundi	46 Stimmen
Dagegen	55 Stimmen

**Reimann Maximilian**, Berichterstatter: Die Mehrheit unserer Kommission hat am 3. Mai 1993 (jeweils mit einer Stimmenzahl von 13 zu 10) beschlossen, Ihnen – und damit auch Volk und Ständen – die beiden Initiativen zur Ablehnung zu empfehlen. Ebenfalls empfiehlt Ihnen die Mehrheit der Kommission für Rechtsfragen – mit 12 zu 8 Stimmen –, den indirekten Gegenvorschlag des Bundesrates abzulehnen.

Die Mehrheit der Kommission hat sich damit voll und ganz dem Ständerat angeschlossen, der in der Märzsession mit dem sehr deutlichen Resultat von 38 zu 4 Stimmen die beiden Initiativen und mit 34 zu 8 Stimmen den Gegenvorschlag des Bundesrates klar abgelehnt hat.

Im Gegensatz zur ständerätlichen Kommission hat unsere Kommission auf die Anhörung von Experten verzichtet. Es standen uns aber sämtliche Protokolle über die Hearings in der ständerätlichen Kommission zur Verfügung. Auf unser Interesse sind dabei insbesondere die Ausführungen von Professor Bergler gestossen, dem Direktor des Psychologischen Institutes der Universität Bonn. Er hatte konkret zur Frage Stellung genommen, ob Werbeverbote gesundheitliche Probleme zu lösen vermögen. Hier seine Kernaussage: «Werbeverbote sind ... das untauglichste Mittel, gravierende Gesundheitsprobleme der Gesellschaft zu lösen. Deshalb sind solche Verbote wissenschaftlich sinnlos.»

Von dieser Argumentation liess sich auch die Mehrheit unserer Kommission überzeugen. Suchtprobleme werden durch Werbeverbote nicht gelöst. Werbeverbote sind keine wirkungsvollen Massnahmen zur Reduktion des Konsums von gesundheitsgefährdenden Suchtmitteln. Deshalb ist die Stossrichtung der «Zwillings-Initiativen» (der Volksinitiative «zur Verminderung der Alkoholprobleme» und der Volksinitiative «zur Verminderung der Tabakprobleme»), die ein totales Verbot der Alkohol- und Tabakwerbung zum Inhalt haben, eben falsch. Ich betone das ganz besonders in einer Zeit, in der wir, wie kaum je zuvor, der Deregulierung verpflichtet sind. Ziehen Sie aber bitte nicht den falschen Schluss, dass demnach in der Schweiz für alkoholische Getränke und Tabakwaren eine schrankenlose Werbefreiheit gelte. Unsere Gesetzgebung schränkt bereits heute die Werbung in diesen beiden Bereichen deutlich ein. Radio- und Fernsehwerbung sind beispielsweise absolut verboten, ebenso die Werbung auf öffentlichen Gebäuden, Verkehrsmitteln und Sportplätzen. Zudem haben wir letztes Jahr bei der Totalrevision des Lebensmittelgesetzes dem Bundesrat die Kompetenz erteilt, die Werbung für alkoholische Getränke und für Tabakwaren, welche sich speziell an die Jugend richtet, einzuschränken. Der Bundesrat wird, wenn die beiden Initiativen wie auch der Gegenvorschlag verworfen werden, zweifellos zum Schutz der Minderjährigen auf dem Verordnungsweg von dieser Kompetenz Gebrauch machen. Ich wäre Ihnen deshalb sehr dankbar, Frau Bundesrätin, wenn Sie uns heute die Meinung des Bundesrates über diese Möglichkeit näher darlegen würden.

Erlauben Sie mir, noch ein anderes Argument gegen die beiden Initiativen aufzuzeigen, das die Kommissionsmehrheit ebenfalls in ihrer ablehnenden Haltung bestärkt hat, ein Argument, das auf dem jetzt so labilen Weg des integrationspolitischen Alleinganges der Schweiz von besonderer Bedeutung ist. Die vorgeschlagenen Werbeverbote benachteiligen die schweizerische Wirtschaft und schaffen Marktvorteile für ausländische Anbieter. Ueber ausländische Medien, seien es nun Print- oder elektronische Medien, wird in der Schweiz auch bei Annahme der Initiativen weiterhin Werbung für alkoholische Getränke und Tabakwaren gemacht werden können. Das muss logischerweise zu Wettbewerbsverzerrungen zugunsten ausländischer Produkte führen und diskriminiert unnötigerweise die schweizerischen Hersteller von Konkurrenzprodukten.

Leidtragende der vorgeschlagenen totalen Werbeverbote wä-

ren insbesondere – dies eine letzte Bemerkung zu den Initiativen – die Bereiche Kultur und Sport. Die Tabakindustrie gibt heute jährlich für das Sponsoring schweizerischer Kultur rund 15 Millionen Franken und für den Sportbetrieb weitere 10 Millionen Franken aus. Produzenten von Alkoholika fördern den Sport und die Kultur mit rund 5 Millionen Franken. Gerade den Kulturschaffenden und ihren Anhängern muss bei dieser Gelegenheit in Erinnerung gerufen werden, dass der neue Verfassungsartikel über die Kulturförderung noch längst nicht die Hürden des Volks- und Ständemehrs genommen hat. Deshalb täte man gut daran, sich doppelt zu überlegen, ob man sich die heute zur Diskussion stehende Sponsoringquelle ohne Not versiegen lassen will.

Die Kommissionsmehrheit empfiehlt Ihnen, die Zwillings-Initiativen – wie schon im Jahre 1979 die Guttempler-Initiative ähnlichen Inhalts – abzulehnen.

Warum aber lehnt die Kommissionsmehrheit auch den indirekten Gegenvorschlag des Bundesrates ab, und zwar noch etwas deutlicher als die Initiativen? Dazu folgendes: Der Bundesrat strebt auf dem Weg über die Revision des Lebensmittel- und des Alkoholgesetzes ebenfalls im Grundsatz Werbeverbote an, will sie aber mit einer Reihe von Ausnahmeregelungen lockern. Dieser Weg erschien uns zu einem wesentlichen Teil unpraktikabel; zudem stellt er die Kantone vor erhebliche Vollzugsprobleme.

Ein Schwachpunkt im Gegenvorschlag ist zudem die Verletzung des Gleichheitsprinzips, und zwar in bezug auf die Werbewirtschaft. Warum sollen Kino- und Aussenwerbung für alkoholische Getränke und Tabakwaren verboten sein, Werbung für dieselben Produkte in Zeitungen und Zeitschriften hingegen nicht? Es gibt keine plausiblen Gründe für diese willkürliche Differenzierung, was selbst der Direktor des Bundesamtes für Gesundheitswesen in der Kommission zugeben musste, der in Vertretung des Bundesrates unsere Kommissionsarbeit begleitete.

Vermutlich wollte der Bundesrat damit eine Geste gegenüber den rezessionsgeplagten Printmedien machen. Es mutet aber doch recht befremdend an, wenn der Bundesrat ausgerechnet über die Lockerung des Verbotes der Alkohol- und Tabakwerbung Strukturhaltung für die Presse zu machen gedenkt. Das ist doch völlig willkürlich und inkonsequent, vor allem, wenn der Bundesrat diese Differenzierung noch mit dem Hinweis auf verbesserten Jugendschutz begründet! Die Jugendlichen von heute blättern doch ebenso in Zeitungen und Zeitschriften wie die Erwachsenen. Also hüten wir uns davor, halberzige Gesetze und Verbote zu erlassen, die im Endeffekt nichts taugen, sondern bloss die Regulierungsdichte erhöhen.

Die Kommissionsmehrheit empfiehlt Ihnen deshalb, auf den Gegenvorschlag des Bundesrates nicht einzutreten, hingegen ermuntert die Kommission den Bundesrat, von seinem Recht auf Einschränkung jener Werbung Gebrauch zu machen, die sich speziell an die Jugend richtet.

Schliesslich noch ein Wort zu den beiden Kommissionsvorstössen.

Wir empfehlen Ihnen, die Motion des Ständerates betreffend Gesundheitserziehung mit Mitteln der Tabaksteuer (93.3026) nur in Form eines Postulates zu überweisen. Wir tun dies mit der erdrückenden Mehrheit von 13 zu 2 Stimmen. Die Zielrichtung der Motion ist zweifellos unbestritten. Das Mittel dazu ist aber die Erhöhung der Tabaksteuer, denn sämtliche bisherigen Erträge aus der Tabaksteuer sind ja zweckgebunden für die AHV und IV einzusetzen. Ausgerechnet in der jetzigen Zeit, wo schon andere indirekte Steuern erhöht werden, auch noch eine Verfassungsänderung hinsichtlich Tabaksteuer in die Wege leiten wollen, scheint der Kommission nicht opportun zu sein. Wir ziehen deshalb den Weg über das weniger verbindliche Postulat vor. Dieser Weg ist flexibler und gibt dem Bundesrat andere und schnellere Möglichkeiten, zum gleichen Ziel zu gelangen. Folgen Sie also in der Frage Motion oder Postulat der Kommission, und entscheiden Sie sich für das Postulat!

Das Postulat unserer Kommission betreffend Massnahmen gegen Gefährdungen der Gesundheit (93.3240) ist nur mit einem Zufallsmehr von 7 zu 6 Stimmen bei vielen Enthaltungen zustande gekommen. Es bezweckt eine bessere Koordination

von staatlichen Aktivitäten und Massnahmen im Kampf gegen eine ganze Serie von gesundheitlichen Gefährdungen. Ausserdem soll der Einsatz der Mittel in finanzieller und personeller Hinsicht nach Prioritäten optimiert werden. Dieses Postulat verdient wohl Ihre Unterstützung.

Ich bitte Sie deshalb, auch dieses Postulat zu unterstützen.

**M. Ducret**, rapporteur: Les deux initiatives populaires pour la prévention des problèmes liés à l'alcool et pour la prévention des problèmes liés au tabac, dites initiatives jumelles, ont été déposées le 11 octobre 1989 par un comité hors parti, munies respectivement de 110 648 signatures et 115 210 signatures valables. Elles visent à réduire la consommation des boissons alcooliques et du tabac en interdisant la publicité directe ou indirecte pour ces produits. Elle prévoit en outre d'utiliser 1 pour cent au moins du produit de l'impôt sur le tabac à la prévention des maladies dues au tabac. Ces deux initiatives revêtent la forme d'un projet rédigé de toutes pièces, leur unité de forme ne fait dès lors aucun doute. Quant au fond, l'unité de la matière est également réalisée pour chacune d'elle; il existe, en effet, une corrélation matérielle entre leurs différentes composantes, c'est-à-dire la prévention des problèmes liés à l'alcool et au tabac, d'une part, et l'interdiction de la publicité en faveur de ces produits, d'autre part.

Dans son message du 9 mars 1992, le Conseil fédéral s'oppose à ces deux initiatives aussi bien pour des raisons formelles que matérielles. Sur le plan formel tout d'abord, les bases constitutionnelles permettant d'interdire la publicité ou d'exécuter des mesures de prévention existent déjà dans la constitution aux articles 69 et 69bis. Il est donc inutile dans ces conditions d'ajouter une interdiction de la publicité. Sur le plan matériel, le gouvernement partage les préoccupations des auteurs des initiatives et reconnaît les conséquences directes et indirectes des deux fléaux que constituent l'alcool et le tabac lorsque leur consommation devient excessive. En Suisse, selon les chiffres publiés par le comité d'action des initiatives lui-même, 150 000 personnes sont dépendantes de l'alcool et 3000 personnes meurent chaque année parce qu'elles ont trop bu ou que d'autres ont trop bu. Quant au tabac, ce sont 10 000 personnes qui seraient décédées en 1990 des suites directes de la consommation.

Au surplus, les coûts économiques occasionnés par ces abus représentent près de 2,2 milliards de francs par an pour l'alcool, alors que les recettes de la Confédération provenant des impôts spéciaux et des droits de douane sur l'alcool se montent à environ 880 millions de francs par an. Ces mêmes coûts s'élèvent à plus de 1 milliard de francs par an pour le tabac, alors que le produit net de l'imposition du tabac au profit de l'AVS et de l'AI s'élève à environ 980 millions de francs par an. Tant pour des raisons de santé publique que pour des motifs économiques, le Conseil fédéral partage donc l'avis que l'interdiction de la publicité, pour autant toutefois qu'elle soit assortie de mesures d'accompagnement et d'information, peut conduire à une diminution de la consommation globale. Il rappelle, par ailleurs, que de telles expériences ont été tentées avec succès dans d'autres pays et que l'OMS soutient pour sa part l'interdiction de toute forme de publicité pour le tabac, car celle-ci contredit la politique de prévention qui devrait s'imposer à tous les gouvernements.

Cela étant, le Conseil fédéral «considère l'interdiction totale de la publicité .... comme disproportionnée, en raison des répercussions trop radicales d'une telle mesure sur d'autres biens juridiques». Il propose, en conséquence, d'opposer aux initiatives jumelles un contre-projet indirect qui confirme le principe de l'interdiction tout en prévoyant une série d'exceptions qui sont censées mettre en balance des intérêts divergents et répondre aux arguments des opposants. Par ces exceptions, il entend améliorer l'objectivité de l'information, assurer l'égalité de traitement par rapport aux supports publicitaires étrangers et sauvegarder la défense d'intérêts sociaux, culturels et sportifs liés au parrainage ou, pour parler anglais, au sponsoring.

Nous reviendrons tout à l'heure sur le contre-projet, mais il faut rappeler que le droit positif suisse n'ignore pas la question de la publicité pour l'alcool et le tabac. Ainsi, la loi sur l'alcool prévoit que la publicité pour les boissons distillées, qu'elle soit le

fait du texte, de l'image ou du son, ne doit contenir que des indications ou des représentations ayant directement trait au produit et à ses propriétés. La publicité pour les boissons distillées est interdite à la radio et à la télévision, dans et sur les bâtiments destinés à des usages publics, ainsi que dans et sur les véhicules de transports publics, sur les terrains de sport et lors des manifestations auxquelles participent surtout des enfants et des adolescents, ou qui sont organisées spécialement pour eux. La publicité pour les boissons distillées n'est pas non plus admise dans les commerces ou établissements qui vendent des médicaments ainsi que sur les emballages et objets usuels qui ne contiennent pas de boissons distillées et n'ont aucun rapport avec elles.

De plus, la nouvelle loi fédérale sur la radio et la télévision, entrée en vigueur l'année dernière, prohibe la publicité pour les boissons alcoolisées et le tabac. Enfin, il convient de rappeler que cette question a été abondamment discutée à l'occasion des débats consacrés l'année dernière à la loi fédérale sur les denrées alimentaires. En cette circonstance, il faut se souvenir que les Chambres fédérales avaient adopté un article 60 qui stipule que le Conseil fédéral peut restreindre la publicité, en faveur des boissons alcooliques et du tabac, destinée spécialement aux jeunes jusqu'à ce que des dispositions particulières soient introduites dans la loi. Le rapporteur de l'époque avait alors précisé qu'une interdiction totale de la publicité saboterait l'économie de marché et irait à l'encontre des intérêts des consommateurs. Elle créerait de ce fait une nouvelle discrimination et aurait pour conséquence également de nier aux adultes leur capacité de discernement.

Sur la base de cette législation, le Conseil fédéral a déjà engagé ou annoncé des actions destinées à lutter contre l'alcoolisme et le tabagisme. La commission entend appuyer ces efforts, car ils vont dans la bonne direction, surtout s'ils concernent la jeunesse. Il est évident, en effet, que celle-ci doit être la cible privilégiée d'une politique de prévention qui se veut réaliste et efficace. Si le contre-projet d'aujourd'hui est rejeté en tant que tel, il appartiendra donc au gouvernement de proposer à la prochaine occasion une adjonction à la loi fédérale sur les denrées alimentaires qui pourrait reprendre le texte de l'article 13, tel qu'il avait été voté par notre conseil le 29 janvier 1992, c'est-à-dire avant que cet article soit intégré dans les dispositions transitoires de la loi.

En revanche, la majorité de la commission part du constat que les restrictions de la publicité pour l'alcool et le tabac n'ont pas d'effets visibles incontestables sur la consommation. Les données statistiques en la matière sont sujettes à caution et ne peuvent servir de base à une politique de la santé que dans une mesure limitée. Les experts, et même parmi eux des médecins, ont sur ce sujet, et ce n'est pas pour nous étonner, des avis qui sont fondamentalement divergents. On en veut pour preuve les auditions organisées par la commission du Conseil des Etats, auditions résumées dans le rapport de M. Huber devant la Chambre des cantons. On en veut pour preuve également les résultats plutôt contradictoires des expériences tentées dans plusieurs pays européens.

Une chose apparaît certaine cependant, ce n'est pas la publicité qui conduit principalement à la consommation d'alcool et de tabac, mais l'environnement social. Les pays d'Europe centrale, où la publicité est embryonnaire, témoignent, en effet, que ce n'est pas celle-ci qui pousse à boire et à fumer.

En 1979 déjà, le peuple suisse s'opposait, à une nette majorité de près de 60 pour cent, à une initiative pour l'interdiction des produits engendrant la dépendance, initiative dite «des Bons Templiers». A l'époque, le Conseil fédéral n'avait pas cherché à opposer un contre-projet à cette initiative; nous croyons pouvoir dire qu'il en avait été bien inspiré.

Au surplus, les raisons suivantes, au nombre de six, militent contre les restrictions de la publicité sur l'alcool et sur le tabac:

1. Les exigences des initiatives jumelles et du contre-projet du Conseil fédéral tendent à considérer le consommateur comme un citoyen à protéger. Elles le déresponsabilisent et constituent une immixtion tout à fait discutable dans sa sphère privée. Cette tendance paternaliste de l'Etat doit être rejetée. Et c'est d'ailleurs, à mon avis, le sens qu'il faut donner à la récente votation populaire sur les casinos.

2. Les interdictions de publicités sont disproportionnées et elles enfreignent la liberté du commerce et de l'industrie. Il n'est pas acceptable, en effet, de restreindre la liberté d'une entreprise qui fabrique et vend des marchandises dont la consommation est légale, au contraire des drogues, par exemple. Cette restriction est susceptible de causer de graves dommages économiques. En outre, les interdictions de publicité sont aussi préjudiciables à une information objective. Elles empêchent des innovations, provoquent des distorsions de concurrence et nuisent à l'économie du pays face à la concurrence étrangère. Enfin, l'existence de nombreuses manifestations sociales, culturelles et sportives pourraient être remise en cause si la publicité pour l'alcool et le tabac était en grande partie interdite. Cela provoquerait finalement la perte de milliers d'emplois, alors que les perspectives d'impact de l'interdiction de publicité sur la consommation de tabac et d'alcool sont éminemment incertaines.

3. La restriction de la publicité pour le tabac et l'alcool n'est pas cohérente. Une telle mesure pourrait être appliquée à beaucoup d'autres produits tout aussi dangereux pour la santé. Elle risquerait donc de créer un précédent que d'aucuns ne manqueraient pas d'invoquer pour justifier de nouveaux interdits.

4. La santé de la population doit être préservée à l'aide d'autres mesures que des interdictions et des restrictions rigoureuses de la publicité. Parmi celles-ci figurent notamment l'information et l'éducation, seuls véritables moyens de faire évoluer un phénomène de société. A cet égard, il faut souligner notamment les efforts déployés par la Commission suisse pour la loyauté en publicité et l'Association suisse des fabricants de cigarettes, lesquels s'emploient, au travers de règles et d'accords librement consentis, à arrêter les bases d'une éthique de la publicité destinée à définir ses limites tant qualitatives que quantitatives.

5. La Constitution fédérale permet déjà au Conseil fédéral de mener une politique active dans le domaine de la prévention. Il n'est pas nécessaire d'ajouter à notre charte fondamentale un interdit supplémentaire.

6. Le contre-projet du Conseil fédéral est contradictoire dans la mesure où la Confédération subventionne aussi bien la culture du tabac que celle de la vigne, alors que les interdictions de publicité envisagées ont pour but, sinon pour conséquence, de limiter la consommation, mais aurait également pour effet de réduire la production. Au surplus, ce contre-projet est hypocrite et beaucoup trop compliqué dans son application. Mieux vaut mettre le peuple suisse devant un vrai choix et de vraies responsabilités, que de lui proposer une loi qui constitue, une fois de plus, un compromis qui ne résout rien et qui ne donne satisfaction à personne.

De son côté, le Conseil des Etats, au cours de la session de printemps 1993, a rejeté par 38 voix contre 4, respectivement par 34 voix contre 8, les initiatives jumelles et le contre-projet du Conseil fédéral. Le Conseil des Etats a reconnu que la consommation d'alcool et de tabac engendre de graves conséquences sociales, et, partant, des coûts économiques importants. Il a estimé toutefois que ce problème ne saurait être résolu par l'interdiction ou par des restrictions de la publicité. Au travers d'une motion, la Chambre des cantons s'est toutefois prononcée en faveur d'efforts accrus en matière de prévention, préférant privilégier la voie de mesures éducatives dans les milieux à hauts facteurs de risques comme la jeunesse.

Rejoignant les conclusions du Conseil des Etats, la majorité de notre commission recommande à la fois le rejet des deux initiatives, que l'ensemble des commissaires juge excessives, et l'entrée en matière sur le contre-projet du Conseil fédéral. Les deux initiatives ont été refusées par 13 voix contre 10; quant au contre-projet, il a été repoussé par 12 voix contre 8.

La commission s'est également penchée sur la motion du Conseil des Etats (93.3026) demandant que le Conseil fédéral élabore un projet de loi, afin de mettre à disposition de la Confédération et des cantons une part appropriée du produit de l'imposition du tabac à des fins de prévention et d'éducation pour la santé, ceci pour autant que cette prestation ne soit pas faite au détriment des taxes prélevées en faveur de

l'AVS/AI. Dans un avis de droit qui lui a été demandé par la Communauté de l'industrie suisse de la cigarette, le professeur Etienne Grisel, de l'Université de Lausanne, s'interroge sur le but de la motion et sur le moyen de la concrétiser. Il rappelle que l'imposition du tabac est déjà visée par les articles 34quater alinéa 2 lettre b et 41bis alinéa 1 lettre c de la constitution. Il en résulte que l'ensemble du produit net de l'impôt doit servir à la contribution fédérale aux assurances sociales, ce qui suppose en tout état de cause qu'il est exclu que les taux de l'impôt sur le tabac restent les mêmes si l'on veut à la fois que la prévention bénéficie de 5 pour cent des recettes et que la contribution fédérale à l'AVS/AI demeure inchangée. Au surplus, l'article 34quater exige clairement que toute imposition du tabac, indépendamment des taux, soit affectée à l'AVS/AI. Pour en distraire 5 pour cent au bénéfice de la prévention, il importerait donc de réviser cette disposition.

A cette controverse s'en ajoute une autre, signalée par le professeur Grisel: elle concerne la répartition des compétences entre la Confédération et les cantons. S'agissant de la prévention de la consommation du tabac et de l'alcool, on peut considérer qu'elle est visée par l'article 32bis alinéa 9 de la constitution, qui confie explicitement aux cantons le soin de combattre, dans leurs causes et dans leurs effets, l'alcoolisme, l'abus des stupéfiants et autres substances engendrant la dépendance, tel le tabac. Dès lors et à première vue, la motion du Conseil des Etats nécessiterait une modification assez fondamentale des principes actuellement admis par la Constitution fédérale.

Pour cette raison, notre commission, tout en approuvant les objectifs de cette motion, propose de la transformer en postulat par 13 voix contre 2.

Enfin, la commission a également adopté, par 7 voix contre 6, un postulat (93.3240) demandant au Conseil fédéral d'établir un rapport et de faire des propositions sur la question de savoir si et comment les activités et les mesures de la Confédération en matière de lutte contre les différents dangers pour la santé, tels que l'abus de drogues, de stupéfiants, de médicaments, d'alcool et de tabac, la pollution de l'air, la radioactivité, etc., pourraient être mieux coordonnées et optimisées à l'aide d'une stratégie générale claire et ordonnée, selon des priorités. Il s'agit donc de définir une véritable politique de santé et de prévention qui fait cruellement défaut dans notre pays.

Il doit être relevé qu'une minorité de la commission s'est essentiellement opposée à ce postulat pour des raisons qui tiennent à l'efficacité de la démarche, d'une part, et à la répartition des compétences entre la Commission des affaires juridiques, la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique et la Commission de gestion, d'autre part.

En conclusion, la majorité de la commission vous propose, dans un premier temps, de rejeter les deux initiatives ainsi que l'entrée en matière sur le projet du Conseil fédéral. La commission vous invite également, dans une deuxième phase, à transformer la motion du Conseil des Etats en postulat des deux conseils et à soutenir son propre postulat.

**Frau Grendelmeier**, Sprecherin der Minderheit: Es ist in diesem Haus üblich, dass man seine Abhängigkeiten bekanntgibt, bevor man sich zu einer Glaubensfrage äussert, und ich gebe mich bekannt als starke Raucherin und bin hiermit wohl die unverdächtigste Werberin für ein Verbot von Tabak- und Alkoholwerbung.

Für ein Suchtmittel zu werben ist nicht nur im wahrsten Sinne des Wortes schizophran, sondern in meinen Augen zutiefst unethisch, heuchlerisch und zynisch. Wenn wir heute von Sucht reden, so reden wir in aller Regel und ziemlich vorschnell von den illegalen Drogen, ein Problem, das die Schweiz, besonders aber Zürich und Bern – wie wir wissen –, weltberühmt gemacht hat. Wenn wir ehrlich sind, so hat dafür noch niemand eine gültige Lösung gefunden, auch wenn von allen Seiten fieberhaft danach gesucht wird, vor allem aber auch wacker versucht wird, daraus politisches Kapital zu schlagen mit sogenannten Patentlösungen. Dabei müssen wir uns doch eingestehen, dass wir insgesamt eine süchtige Gesellschaft sind. Ich habe das in diesem Hause schon einmal betont. Und als solche süchtige Gesellschaft sollten wir doch

auch wissen, dass die Nachfrage das Angebot bestimmt. Solange die Nachfrage, in diesem Fall die Nachfrage nach Suchtmitteln, da ist, wird auch das Angebot nicht fehlen. Noch nie aber wäre in diesem Land oder sonstwo jemand auf die Idee gekommen, für Haschisch, Heroin oder eine andere illegale Droge zu werben, und zwar nicht nur, weil es verboten ist, weil es illegal ist, sondern vor allem auch, weil nur eine Minderheit davon Gebrauch macht, von der wir uns distanzieren: die jungen Drogensüchtigen, mit denen niemand etwas zu tun haben will und mit denen sich niemand identifiziert – weil sich somit auch niemand davon betroffen fühlt. Drogensüchtige haben sich von der Normalgesellschaft verabschiedet und wir uns von ihnen. Gleichzeitig erlaubt uns das Problem der illegalen Drogen, am viel grösseren Problem des legalen Drogenkonsums, Tabak und Alkohol, vorbeizuschauen und es zu verharmlosen, vor allem aber, an diesen Produkten massiv zu verdienen, als Produzenten, als Händler oder eben als Werber. Und hier wird die Sache im eigentlichen Sinne schizophran. Wir praktizieren eine veritable doppelte Buchführung.

Niemand bestreitet, dass Tabak- und Alkoholabusus zu immensen Gesundheitsschäden und damit auch zu enormen volkswirtschaftlichen Ausfällen führen. Es geht hier offenbar wieder einmal um die Glaubensfrage: übergeordnetes Gut versus Markt bzw. Gesundheit versus Geld.

Was wollen nun diese Zwillings-Initiativen? Sie wollen keineswegs den Konsum verbieten, vor allem aber wollen sie nichts Neues. Seit Jahrzehnten diskutieren wir nun schon über ein Werbeverbot, und um ein Werbeverbot geht es auch in diesen Initiativen. Und gegen diese harmlose Massnahme wird nun mit Argumenten der Handels- und Gewerbefreiheit Sturm gelaufen. Einerseits versucht man mit allen Mitteln, auf die Schädlichkeit von Tabak- und Alkoholkonsum hinzuweisen, die Schäden einzuschränken und zu bekämpfen, und andererseits will man ebenso mit allen Mitteln dafür Werbung machen. Zu allem Ueberfluss behauptet nun aber die Werbebranche allen Ernstes, die Werbung könne und wolle niemanden beeinflussen und vor allem nütze sie nichts. Das ist nun wirklich der reinste Aberwitz! Das ist ein Salto mortale oder «Salto Mortadella», wie Sie wollen!

Werbung ist ein Geschäft, und Werber sind gute Geschäftsleute, die gerne gut und sehr professionell Geld verdienen, und zwar mit dem Mittel der Beeinflussung, mit dem Mittel der Ueberzeugung, und das auf sehr subtile Art. Wenn Werbung tatsächlich nichts nützen würde, gäbe es kein Unternehmen, aber nicht ein einziges, das auch nur einen Rappen dafür ausgäbe! Wenn Werbung für Tabakwaren und alkoholische Getränke nichts bringen würde, dann müsste ja eigentlich die Werbebranche als allererste die Zwillings-Initiativen unterstützen, denn sie könnte ohne Gesichtverlust auf diese Weise aus einem offensichtlichen Flopgeschäft aussteigen. Das tut sie aber nicht. Sie wehrt sich mit Zähnen und Krallen dagegen und bringt damit eigentlich den allerbesten Beweis dafür, dass Werbung tatsächlich etwas nützt. Selbstverständlich nicht bei Kettenrauchern, selbstverständlich nicht bei Alkoholikern, die kommen auch sonst zu Tabak und Alkohol. Die Werbung konzentriert sich – und das auf sehr geschickte Weise – auf Neueinsteiger, auf junge Menschen, die noch unsicher sind, die suchen, und sie tut das auf keinen Fall plump, indem sie irgendwelche Zigaretten oder Alkoholika anbietet. Sie tut es raffiniert und bietet den Halbwüchsigen das an, was sie suchen: Identifikationsmöglichkeiten, Identität. Sie bietet ihnen Erwachsensein an, sie bietet ihnen Freiheit, Abenteuer, Romantik, Lifestyle, In-Sein, Dazugehörigkeit, Akzeptiertsein, ja sogar Geliebte an. Kurz: Sie bietet ihnen «das Leben» an. Natürlich nützt diese Werbung, sonst müssten keine Rauch- und Alkoholverbote in Schulhäusern und auf Pausenplätzen ausgesprochen werden.

Ich bilde mir keineswegs ein, dass diese Zwillings-Initiativen das Alkohol- und Rauchproblem allein lösen könnten, aber sie könnten mithelfen, die Folgen etwas zu vermindern. Die Werbebranche – glauben Sie mir – wird nicht zusammenbrechen, denn erstens – der Herr Kommissionssprecher hat es gesagt – kennt die Schweiz bereits jede Menge Werbeeinschränkungen auf diesem Gebiet. Das ist gar nichts Neues. Zweitens ist im benachbarten Ausland schon weitgehend ein Werbeverbot

vorhanden, so dass also ein unlauterer Wettbewerb nicht zu befürchten ist oder nur in ganz geringem Ausmass. Schliesslich wird weiterhin geraucht und getrunken. Dass jedoch ein Wirtschaftszweig für gesundheitsschädigendes Verhalten belohnt werden soll, gesundheitsschädigendes Verhalten fördern dürfen soll und sich dabei noch eine goldene Nase verdient, ist nicht nur schizophren, wie ich zu Beginn gesagt habe, sondern zynisch und unmoralisch. Empfehlen Sie also dem Volk, ich bitte Sie auch im Namen meiner Fraktion, die Zwillings-Initiativen zur Annahme.

**M. de Dardel**, porte-parole de la minorité: Je m'exprimerai à l'appui de la proposition de la minorité qui demande de soutenir le contre-projet du Conseil fédéral, mais je m'exprimerai également comme porte-parole du groupe socialiste pour l'ensemble de cette question, tout en précisant que je partage mon temps de parole avec M<sup>me</sup> Caspar-Hutter.

Notre première préoccupation, évidemment, ce sont les préjudices sociaux, dans le domaine de la santé publique, que subit la population à cause de la consommation du tabac et de l'alcool. Il ne s'agit pas seulement de milliers de morts – les chiffres ont été cités tout à l'heure –, mais aussi, et surtout, des conséquences sur les maladies de la population ainsi que de l'énormité de l'augmentation des coûts de ces maladies supportés par les pouvoirs publics et par l'ensemble de la collectivité. Tous ces dommages conduisent à ce que toutes les mesures possibles de prévention soient prises, et tout particulièrement dans le domaine de la publicité que nous abordons aujourd'hui.

Il ne s'agit pas seulement d'une mesure isolée, comme le dit d'ailleurs le Conseil fédéral, mais d'une mesure qui doit être combinée avec d'autres mesures de prévention, comme l'encouragement aux mesures thérapeutiques, aux mesures de désaccoutumance, à une politique d'augmentation des prix, à une politique d'information générale de la population. Il est évidemment inutile de dépenser des millions pour essayer de convaincre la population des préjudices causés par le tabac et l'alcool si, parallèlement, une publicité commerciale se développe et dit exactement le contraire à la population en rendant sympathique et attrayante la consommation de l'alcool et du tabac.

On dit que la publicité commerciale – c'est là en effet le grand problème de cette affaire – n'augmente pas le nombre global des consommateurs de tabac et d'alcool. A notre avis, cette affirmation est fautive et hypocrite. De toute évidence, la publicité joue un rôle, peut-être pas le premier rôle, mais un rôle important malgré tout, dans l'augmentation du nombre de consommateurs puisque chaque année de nouveaux consommateurs d'alcool et de tabac se présentent sur le marché et sont encouragés par la publicité. Ces nouveaux consommateurs, ce sont évidemment les jeunes, essentiellement entre 14 et 17 ans. C'est cela que tant les initiatives que le contre-projet du Conseil fédéral veulent combattre avant tout, avec raison.

Pourquoi soutenons-nous le contre-projet du Conseil fédéral? Tout d'abord, il y a un argument formel avancé par le Conseil fédéral, qui est exact, c'est que l'objet d'une interdiction ou d'une limitation de la publicité pour l'alcool et le tabac se trouve plutôt dans la loi que dans la constitution, c'est évident. Sur le fond, le contre-projet a le grand avantage, à notre avis – même s'il a été très décrié par le Conseil des Etats et la commission du Conseil national – d'instituer des mesures suffisantes pour limiter précisément l'effet de la publicité sur l'augmentation du nombre de consommateurs, et notamment sur l'accès des couches jeunes de la population au marché et à la consommation du tabac et de l'alcool.

On a critiqué le fait, et cela a été l'un des arguments importants dans la commission du Conseil national, que le projet du Conseil fédéral permettait la publicité dans la presse écrite alors qu'il l'interdisait dans les autres médias. A notre avis, ce reproche n'est pas valable pour plusieurs raisons. D'abord, il nous semble opportun, ou en tout cas tout à fait concevable, d'avantager la presse écrite par rapport aux autres médias, compte tenu des difficultés de celle-ci, notamment à maintenir une multiplicité de journaux d'opinion. D'autre part, une série

de sondages ont établi que la presse écrite, lorsqu'elle n'est pas destinée exclusivement ou essentiellement à la jeunesse, est peu lue par les jeunes de la tranche d'âge de 14 à 17 ans, c'est-à-dire précisément les couches qui sont la cible de l'interdiction de la publicité.

Ensuite, un problème se pose avec les initiatives, à savoir celui de l'égalité de traitement entre les médias écrits étrangers, dont on ne peut évidemment pas interdire l'importation en Suisse – ce qui serait un comble! –, et les médias écrits nationaux. Selon leur loi d'origine, les médias étrangers ne seraient soumis, le cas échéant, à aucun contrôle, ou à d'autres contrôles beaucoup plus limités de la publicité en matière d'alcool et de tabac, et il y aurait une inégalité par rapport aux médias helvétiques.

En ce qui concerne d'autres arguments avancés par les adversaires des initiatives et du contre-projet, nous sommes d'avis que l'argument qui porte sur la liberté individuelle, l'atteinte à la sphère privée, doit être balayé compte tenu des exigences de santé publique qui s'imposent. D'ailleurs, la dépendance à des substances comme l'alcool et le tabac, ou à d'autres drogues éventuelles, légales ou illégales, est la négation même de la liberté individuelle et nous pensons qu'il faut placer la liberté individuelle avant la liberté commerciale puisque c'est de ça qu'il s'agit, de la liberté de faire de la publicité et de faire commerce d'alcool et de tabac.

On nous dit que l'alcool et le tabac sont des produits légaux et que, par conséquent, la logique veut que la publicité soit également légale pour ces produits. A notre avis, il s'agit là d'un pur sophisme. Il n'est pas question d'interdire les produits responsables de la dépendance, mais simplement de prendre des mesures d'accompagnement qui visent exclusivement un aspect commercial et publicitaire.

En fait, il y va de la crédibilité de toute la politique des autorités en matière de drogue, en matière de substances engendrant la dépendance en général. Je pense que, dans le discours que nous adressons à la jeunesse, nous n'avons aucune crédibilité à encourager la lutte contre la dépendance vis-à-vis des substances toxiques illégales – comme par exemple le haschich ou l'héroïne – si nous ne faisons pas tout notre possible contre l'alcool et le tabac.

Il y va aussi de la crédibilité de notre pays sur le plan international. Nous tenons de grands discours au niveau international, en accord avec l'OMS. Nous prétendons participer à la campagne contre le tabac engagée de manière magnifique par l'OMS, mais à la première occasion nous reculons, ou en tout cas la majorité de votre commission et le Conseil des Etats reculent, lorsqu'il s'agit de prendre des mesures qui coûtent un peu à certains secteurs de l'économie.

En conclusion, nous soutenons le Conseil fédéral, nous appuyons son contre-projet que nous considérons comme équilibré et suffisant, mais les défis posés par cette affaire sont tels que, si le Parlement devait refuser ce contre-projet – ce qui malheureusement semble être l'hypothèse la plus vraisemblable –, nous soutiendrions alors les initiatives, car elles nous semblent indispensables dans un tel cas.

**Wick:** Ich habe maximal drei Minuten Zeit für eine Zusatzklärung. Ich möchte Ihnen die Annahme der Initiative zur Verminderung der Tabakprobleme wärmsten empfehlen. Warum?

1. Die FMH, die Vereinigung der Schweizer Aerzte, steht hinter dieser Initiative. Ich muss Ihnen das vielleicht nicht mehr erklären. Wenn Sie als junger Student, wie mir das passiert ist, bei der Sektion einer 35 Jahre jungen Frau mit Lungenkrebs dabei waren – sie hatte ihren Lungenkrebs wirklich bekommen, weil sie ununterbrochen geraucht hatte –, dann stellt sich die Frage für Sie nicht mehr, ob Sie Tabakwerbung erlauben wollen oder nicht. Dann muss man die Tabakwerbung eben verbieten.

2. Die Zustimmung zu dieser Initiative soll eine Todsünde gegen den freien Markt sein. Wenn der absolut freie Markt die höchste Staatsmaxime überhaupt wäre, dann wäre das wirklich eine Todsünde. Aber es gibt eben keinen uneingeschränkt freien Markt, der freie Markt muss immer durch übergeordnete Prinzipien eingeschränkt sein. Die Fürsorge für unsere Nächsten – auch wenn die Staatsfürsorge heute zum

Schimpfwort einiger Rechtsparteien geworden ist –, diese Art von Staatsfürsorge, ist eben nötig. Sie geben Ihre Exkremte auch nicht mehr in jeden beliebigen Bach, sondern in die Kanalisation. Das ist auch Präventivmedizin, und das ist auch eine Beschränkung Ihrer persönlichen Freiheit, und Sie denken überhaupt nicht daran, das zu negieren. Genauso wäre es nach wenigen Jahren, wenn man die Tabakwerbung verbieten würde.

3. Ist das Verbot der Tabakwerbung tatsächlich der Todesstoss für die graphische Industrie und die Werbebranche? Nehmen wir einmal an, es sei so. Um diesem vorzubeugen, habe ich gestern eine parlamentarische Initiative eingereicht. Ich schlage Ihnen folgendes vor: Die 14 Rappen pro Tabakpäckchen, die bis jetzt für Werbung und Sponsoring ausgegeben wurden, können einer Stiftung zugesprochen werden, die Werbung und Sponsoring macht – allerdings in einer anderen Richtung, nämlich in Richtung Gesundheitsförderung statt Gesundheitsuntergrabung.

Diese parlamentarische Initiative habe ich nur für den Fall eingereicht, dass die Initiative angenommen wird. Wenn sie angenommen wird, können wir damit der Werbung und dem Sponsoring genausoviel Geld zufließen lassen, wie sie jetzt schon erhalten haben. Dieses Argument sticht deshalb nicht. Ich bitte Sie, meiner parlamentarischen Initiative zuzustimmen.

**Frau Gonseth:** Tabak und Alkohol sind in unserem Land die Drogen Nummer eins. Schweizerinnen und Schweizer stehen an der Spitze der internationalen Konsumrangliste: Beim Rauchen nehmen wir den vierten Platz ein, beim Alkohol sogar den dritten Platz. Unser Gesundheitswesen, die Öffentlichkeit und die Wirtschaft bezahlen teuer für die Folgen des Tabak- und übermässigen Alkoholkonsums. Deshalb lässt sich Publikumswerbung für Tabak und Alkohol ebensowenig rechtfertigen wie für Medikamente oder andere Drogen, die zu Abhängigkeit und Sucht führen. Auch der Bundesrat erachtet deshalb in der Uebersicht zu seiner Botschaft «Werbebeschränkungen als sinnvoll, ja unerlässlich. Denn selbst umfassende Präventionsbestrebungen führen nicht zu den gewünschten Resultaten, wenn sie durch allgegenwärtige Alkohol- und Tabakwerbung laufend durchkreuzt werden». Allerdings bleibt der Bundesrat mit seinem indirekten Gegenvorschlag dann auf halbem Weg stehen und durchlöchert seine Aussagen dermassen, dass der Gegenvorschlag nichts mehr bringt und deshalb weder der Ständerat noch die Mehrheit der Kommission des Nationalrates darauf eingetreten sind.

Ich meine deshalb, dass Sie als Gesundheitsministerin, Frau Bundesrätin, heute – nach der voraussehbaren Absage an den indirekten Vorschlag durch das Parlament – die Zwillings-Initiativen befürworten müssten; denn die Zwillings-Initiativen sind ein notwendiger Mosaikstein in einer kohärenten, konsequenten und sinnvollen Gesundheitspolitik. Wir können nicht ständig die steigenden Gesundheitskosten beklagen und gleichzeitig Werbung für unsere Drogen Nummer eins betreiben. Rauchen ist die wichtigste vermeidbare Einzelursache von Krankheiten und vorzeitigem Tod in der Schweiz, und keine andere Droge verursacht in unserem Land so viel Leid und so hohe soziale Kosten wie Alkohol.

Gemäss Botschaft ergeben Schätzungen, dass die durch das Rauchen verursachten volkswirtschaftlichen Kosten durch ärztliche Behandlung, Rehabilitation und Produktionsausfall gesamtschweizerisch mehr als eine Milliarde Franken betragen. Die volkswirtschaftlichen Kosten durch übermässigen Alkoholkonsum belaufen sich gemäss Bericht der Eidgenössischen Alkoholverwaltung von 1989 auf rund 2,2 Milliarden Franken pro Jahr.

Nur ein Verzicht auf Tabak- und Alkoholwerbung, zusammen mit Prävention, macht unsere Gesundheitspolitik deshalb glaubwürdig. Präventivmassnahmen zur Reduktion des Konsums finden ja breite Zustimmung und werden von links bis rechts gefordert.

Der Ständerat hat deshalb auch eine entsprechende Motion überwiesen, welche wir Grünen sehr unterstützen. Auch der Bundesrat schreibt in seiner Botschaft: «Statistiken lassen jedoch darauf schliessen, dass Werbeverbote insbesondere

dann, wenn sie durch flankierende Massnahmen wie Warnaufschriften, Preiserhöhungen, Erhältlichkeitsbeschränkungen oder Aufklärungskampagnen ergänzt werden, zu einer deutlichen Verminderung des Gesamtkonsums führen können.» (Ziff. 142.3)

Als konkretes Beispiel gilt Norwegen, wo gestützt auf ein Werbeverbot der Konsum bei 16- bis 24jährigen von über 40 Prozent auf unter 30 Prozent der täglich Rauchenden zurückgegangen ist. Der Chefökonom im britischen Gesundheitsministerium, Smee, hat kürzlich darauf hingewiesen, dass in Ländern wie Norwegen, Finnland, Kanada und Neuseeland Werbeverbote zu markanten Rückgängen des Konsums pro Kopf der erwachsenen Bevölkerung (von 4 bis 9 Prozent) geführt haben. Immer mehr Länder folgen diesen überzeugenden Zahlen und haben inzwischen ebenfalls Werbeverbote erlassen, so Anfang Jahr Frankreich und kürzlich Schweden. Bald bildet die Schweiz, zusammen mit dem Hardliner Deutschland, eine Insel in Europa, wo immer noch Werbung für Tabakwaren gemacht werden kann.

Die WHO und die Mehrheit der EG-Länder fordern ein Werbeverbot, und in der Schweiz sind es namhafte Organisationen aus dem Gesundheitswesen, so die Verbindung der Schweizer Aertinnen und Aerzte (FMH), und Fachorganisationen aus der Prävention, etwa die Schweizerische Gesellschaft für Sozial- und Präventivmedizin usw.

Ich bin schockiert über die Schlussfolgerungen der Mehrheit der vorberatenden Kommission, welche in Anbetracht der überragenden tangierten Rechtsgüter wie der Handels- und Gewerbefreiheit die Zwillings-Initiativen als unverhältnismässig ablehnt. Hier wird das Dogma der freien Marktwirtschaft wirklich ad absurdum geführt!

Es ist an der Zeit, dass wir in Anbetracht der grossen gesellschaftlichen Auswirkungen und sozialen Kosten auch in der Schweiz endlich die Bekämpfung der Suchtmittel durch Prävention und Werbeverbot ernst nehmen.

Im Namen der grünen Fraktion bitte ich Sie, klare Signale in der Suchtmittelbekämpfung zu setzen und den Zwillings-Initiativen zuzustimmen.

**Frau Robert:** Die grüne Fraktion ist von Verboten nicht begeistert. Wir sind für das Verursacherprinzip und für Kostenwahrheit. Wir sind aber auch überzeugt: Wenn diese beiden Grundsätze spielen würden und die Werbung für Tabak und Alkohol die volkswirtschaftlichen Schäden, die sie anrichtet, selber bezahlen müsste, würde die Alkohol- und Tabakwerbung augenblicklich von selber aufhören. Doch: Verursacherprinzip und Kostenwahrheit sind zwar in aller Munde, aber in Wirklichkeit verdienen zu viele Leute daran, dass diese Prinzipien nicht realisiert sind, dass die Gewinne privat bleiben und die Verluste zu Lasten der Gesellschaft gehen. Wir müssen darum nach realistischen Varianten suchen, nach möglichst wirksamen Mitteln gegen die Ruinierung der Volksgesundheit und gegen die Verführung Minderjähriger zum Drogenkonsum.

Trotz Psychologe Bergler, der hier eingangs zitiert wurde, belegen zahlreiche Studien aus allen Industrieländern, dass nur ein Werbeverbot in Kombination mit hohen Preisen und mit Gesundheitserziehung und Prävention eine echte Eindämmung der Volksseuche Tabak- und Alkoholmissbrauch bringen kann.

Es geht in erster Linie um den Schutz der Kinder und der Jugendlichen vor Verführung zu Drogenkonsum und zur Abhängigkeit. Das Einstiegsalter für diese Drogen liegt zwischen 12 bis 20 Jahren. An diese Altersgruppe richtet sich denn auch die Werbung – wenn auch nicht expressis verbis –, es wird an sie appelliert; es wird eine Erwachsenenwelt vorgespiegelt, mit der sich Jugendliche identifizieren, es werden Erwachsene gezeigt, die so sind, wie die Jugendlichen sein möchten: fröhlich, schön, locker, selbstbewusst, geliebt, die Abenteuer und Freiheit erleben. 50 000 Tabakraucherabgänger müssen jedes Jahr kompensiert werden. Dafür ist die Werbung da, und sie rekrutiert die Einsteiger und Einsteigerinnen bei diesen jungen Jahrgängen, die noch beeinflussbar sind.

Jede Gesellschaft hat eine ganz besondere Verantwortung für ihre Kinder und für ihre Jugendlichen. Kinder haben Rechte. Auch wir werden die Kinderkonvention nächstens unterzeich-

nen. Es gehört zu den Grundrechten, dass Kinder und Jugendliche nicht zu einem Verhalten verführt werden, das ihnen schadet und sie in eine Abhängigkeit führt. Was punkto Alkohol und Tabak bei uns passiert, ist unverantwortlich, es ist unethisch, und es ist heuchlerisch.

Zu Recht erschallt der Ruf nach mehr Gesundheitsförderung und Prävention, nach Gesundheitserziehung und Drogenprävention in den Schulen, weil es sich keine Gesellschaft auf die Dauer leisten kann, staatlich abgeseget Krankheitsförderung zu betreiben, wobei der Gewinn Privaten in die Tasche fliesst und die Gesellschaft nachher mit viel Aufwand die Schäden zu reparieren versuchen muss – meistens erfolglos.

Aber auch dieser Ruf nach Prävention ist heuchlerisch und doppelzünftig. Er ist verlogen, weil jeder pädagogische Erfolg einzig und allein durch Glaubwürdigkeit möglich wird und das, was wir machen, doppelt unglaubwürdig ist: Es ist unglaubwürdig, staatlich Werbung zu sanktionieren, raffinierte Werbung, die zur Sucht verführt, und gleichzeitig zu predigen: «Macht dann das ja nicht, was wir euch hier überall zeigen; das führt euch ins Verderben.» Das kann nur schiefgehen.

Prävention kann nur in Kombination mit einem Werbeverbot wirksam werden. Wer Prävention will, muss auch ein Werbeverbot akzeptieren. Die Wirkung der Drogenprävention ist aber auch deshalb so verzweifelt klein, weil die Doppelmoral betreffend illegale und legale Drogen immer noch nicht beseitigt ist. Wir können doch nicht Werbung mit allen Mitteln für legale Drogen gutheissen und die illegalen Drogen, die unendlich weniger Schaden anrichten als die legalen, mit allen Mitteln bekämpfen. Diese Doppelmoral geht nicht auf.

Noch ein Wort zur freien Marktwirtschaft und zur Handels- und Gewerbefreiheit: Natürlich sind auch wir dafür; aber wir sind dagegen, dass man sie verabsolutiert und daraus eine irrationale Ideologie macht. Es braucht eine Güterabwägung, wenn ein höheres Gut bedroht ist; und ein solches Gut ist die Gesundheit der Kinder und der Jugendlichen. Deshalb muss die Handels- und Gewerbefreiheit eingeschränkt werden. Wenn die unersättliche heilige Kuh «Marktwirtschaft» ihre Kinder frisst – und das tut sie in diesem Falle im wahrsten Sinne des Wortes –, dann muss man ihr das Maul verbinden.

Wir sind deshalb für die beiden Initiativen. Wenn sie abgelehnt werden, sind wir, in absteigender Reihenfolge, für die nächstwirksamen Vorschläge.

**Frau Hollenstein:** Hauptgrund für ein Ja zu den beiden Initiativen ist für mich ein gewisser Schutz Jugendlicher vor dem Einstieg in den Alkohol- oder Tabakkonsum. Die Gesundheit Jugendlicher und Erwachsener muss Vorrang vor rein wirtschaftlichen Interessen haben. Alkohol- und Tabakreklame laufen sämtlichen präventiven Massnahmen zuwider.

Im folgenden möchte ich auf einen Aspekt hinweisen, dem im Zusammenhang mit dem Tabakkonsum wenig Beachtung geschenkt wird. Das Werbeverbot soll ja den Tabakkonsum insgesamt reduzieren helfen. Dies ist nicht nur aus gesundheitspolitischer Sicht dringend, der Tabakanbau braucht auch Ackerland, und ein Grossteil des Tabaks wird in den sogenannten Drittweltländern angebaut. Dazu müssen entweder Wälder abgebrannt werden, oder fruchtbare Gebiete werden für Tabakmonokulturen gebraucht, was auf Kosten von Grundnahrungsmitteln geht. Wo unfruchtbare Gebiete am Wüstenrand urbar gemacht werden, versteppen sie infolge der Austrocknung durch die Tabakpflanzen bald.

Zudem muss frisch geernteter Tabak fermentiert werden, dies braucht viel Wärme, zu deren Erzeugung Unmengen von Holz verbrannt werden. Rund jeder achte auf der Erde gefällte Baum wird dem Tabak geopfert. Umgerechnet heisst dies: Für die täglichen 20 Zigaretten müssen pro Jahr 25 Bäume verbrannt werden. Die Folgen für die Drittweltländer sind verheerend. Der abgeholzte, früher fruchtbare Boden erodiert, wird weggeschwemmt, der Grundwasserspiegel sinkt, und in Regenzeiten beschleunigen Ueberschwemmungen die irreversible Verwüstung.

Zudem benötigt Tabak mehr als 15 Pestizidbehandlungen pro Ernte. Gespritzt wird häufig ohne Schutzmassnahmen für Arbeiterinnen und Arbeiter und mit Chemikalien, die in den Industrieländern längst verboten sind.

Den Menschen in den Drittweltländern wird durch den Tabakanbau wertvoller Boden für den Anbau der täglich benötigten Nahrungsmittel entzogen, worauf diese für teure Devisen wieder importiert werden müssen. So wird Geld absorbiert, das für die Gesundheitsdienste dringend nötig wäre.

Aufgrund der grossen negativen Auswirkungen des Tabakanbaus in der sogenannten Dritten Welt hat die WHO schon vor Jahren alle Mitgliedstaaten aufgefordert, den Kampf gegen den Tabakkonsum aufzunehmen. FAO, Weltbank und die nationalen Werke der Entwicklungszusammenarbeit wurden aufgefordert, keine Tabakanbauprojekte mehr zu beginnen oder zu unterstützen. Mit der Einschränkung des Tabakkonsums bei uns könnte den verheerenden Auswirkungen in Drittweltländern ein klein wenig Einhalt geboten werden. Die Nachfrage bestimmt auch hier das Angebot.

Es geht um ein lokales Handeln gegenüber einem globalen Problem. Ich bitte Sie, diesen Aspekt in Ihre Ueberlegungen mit einzubeziehen und den Initiativen zuzustimmen.

**Frau Caspar-Hutter:** Unter dem Schlagwort «Freiheit bewahren» wird hier die Suchtmittelwerbung verteidigt. Ich möchte aber gerade jene, die jetzt den freien Markt verteidigen, einmal bitten, ganz ehrlich zu sein. Schauen wir doch einmal die Gesetze des Marktes und die Gesetze der Werbung an! Wenn eine Käuferschicht ausfällt oder eine Absatzgruppe eingeschränkt wird, dann ist es doch nicht so, dass der Handel sagt: «Jetzt hören wir auf, jetzt schränken wir unser Handelsvolumen ein», sondern dann werden neue Märkte erschlossen.

Bei den Suchtmitteln ist es genau gleich. Wir kennen das übrigens auch aus der Drogenproblematik. Wenn also die Präventionsbemühungen bei einer Zielgruppe Erfolg haben, wenn die Konsumenten dazugelernt haben und Tabak- und Alkoholkonsum eingeschränkt werden, dann ist es doch nicht so, dass die Anstrengungen des Handels aufhören und sich der Handel damit abfindet, dass der Umsatz zurückgeht, sondern dann erschliesst der Handel neue Käuferschichten, d. h., er konzentriert sich auf jene, die von der Verführung noch nicht erfasst sind.

Bei den Drogen sagt man dem: «Es wird angefixt.» Und die Drogenkonsumentinnen und -konsumenten werden immer jünger. Man geht schon auf die Schulhöfe zum Anfixen. Anfixen geschieht übrigens so, dass mit falschen Bildern verführt wird: Es ist anfänglich gratis, es gibt das Gefühl des Dazugehörens. Genau mit denselben Mitteln arbeitet die Werbung auch in anderen Bereichen, z. B. in der Automobilbranche und vor allem auch bei den Suchtmitteln. Es wird also neues Kundenpotential rekrutiert, und das sind eben jene, die noch nicht erfasst sind, so kommen jährlich neue Käuferschichten dazu. Das sind die Jugendlichen, und es sind, vor allem in den letzten Jahren, die Frauen gewesen. Sie werden durch falsche, verlogene Bilder beeinflusst. Darüber hat uns Kollegin Verena Grendelmeier schon ziemlich ausführlich berichtet.

Es werden in diesen Bildern aber nicht etwa Jugendliche dargestellt; denn die Jugendlichen orientieren sich nicht in erster Linie an Jugendlichen, sondern sie orientieren sich an Erwachsenen, an jenen, die ihnen Vorbilder sind. Es bringt also nichts, wenn die Werbung verspricht, die Werbung bei Jugendlichen freiwillig einzustellen oder zu reduzieren. Wenn einfach auf Jugendliche in der Werbung verzichtet wird, trifft das gar nicht jene, die man meint, denn die Jugendlichen – das ist erwiesen – orientieren sich an den Bildern von Erwachsenen. Die Jugendlichen und die Frauen werden also gezielt als neue Käuferschichten für Tabak und Alkohol angeworben, ich erlaube mir zu sagen: angefixt.

Sie in diesem Saal gehören nicht mehr zur rentablen Zielgruppe der Werbung. Entweder sind Sie schon abhängig, oder Sie sind schon immun dagegen. Gehen Sie also nicht von Ihrer eigenen Verführbarkeit und von sich selbst als Zielgruppe aus, wenn Sie beurteilen müssen, ob das, was mit dieser Werbung geschieht, wirklich so gefährlich ist. Aber die Jugendlichen und zunehmend auch die Frauen sind von einer allgegenwärtigen Suchtmittelwerbung überflutet. Das Gegenmittel zu dieser allgegenwärtigen Ueberflutung wären ehrlicherweise gleich hohe Ausgaben für die Prävention wie für die Werbung und die volle Kostendeckung für die entstandenen

Schäden nach dem Verursacherprinzip. Sie müssten einmal zusammenrechnen, wie gross diese Schäden sind, was diese Sozialschäden ausmachen, nicht nur die Gesundheitsschäden, sondern wenn ganze Familien durch Alkoholismus ruiniert werden!

Ich habe in meinem beruflichen Umfeld sehr oft damit zu tun. Und Sie müssten auch die Unfälle, die verursacht werden, in Betracht ziehen.

Weil aber die Ausgaben für die Prävention im Vergleich zu den enormen Werbebudgets lächerlich sind, gibt es nur die Einschränkung der Werbung bzw. das Verbot. Die Freiheit zum Konsumieren wird nicht eingeschränkt, aber die Verführung. Die Spiesse werden für beide Seiten gleich lang, für jene, die vor den Schäden und der Verführung warnen, und für die Verführer.

Grosse Firmen – ich denke an die Swissair, aber auch an die öffentliche Verwaltung, an die PTT und weitere Unternehmungen – führen seit Jahren Suchtpräventionsprogramme durch, weil sie nämlich erkennen mussten, dass der volkswirtschaftliche Schaden, der durch den Suchtmittelkonsum entsteht, für den Betrieb ganz enorm ist. In einem solchen Programm arbeite ich auch mit. Es ist wirklich deprimierend, erkennen zu müssen, dass all diese Bemühungen, die Zeit, das Geld, das in die Prävention investiert wird, lächerlich sind im Vergleich zur Werbung, mit der wir konfrontiert sind.

Noch etwas zu den Bildern, die vermittelt werden: Bilder von Freiheit, Eigenständigkeit und Unabhängigkeit werden suggeriert. Dabei wird aber genau das Gegenteil ermöglicht und erzeugt, nämlich Abhängigkeit, und das Produkt hat überhaupt nichts mit dem zu tun, was suggeriert und vorgetäuscht wird.

Besonders tragisch ist – und das sage ich auch aus der Erfahrung als Frau –, dass immer mehr jüngere Frauen zum Beispiel rauchen. In den Spitälern müssen mit Neugeborenen eigentliche Entzugsprogramme durchgeführt werden. Stellen Sie sich einmal vor, dass Neugeborene bereits Tabak- und Alkoholzug, aber auch Drogenentzug durchleiden müssen! Wenn Sie diese Probleme ernst nehmen, nützt es nichts, wenn Sie diese Abteilungen in den Spitälern ausbauen, sondern dann müssten Sie bei den Wurzeln ansetzen, das heisst bei der Alkohol- und Tabakwerbung.

Ich möchte Sie einladen, in dieser Frage radikal zu sein, und zwar nicht aus einer moralisierenden Haltung. Ich gönne Ihnen Ihr Gläschen und den Genuss Ihres Tabaks, wenn Sie gelernt haben, mit Mass zu konsumieren. Aber ich möchte Sie bitten, im Sinne des Wortes radikal zu sein, das heisst, an die Wurzeln zu gehen. Nicht erst dort, wo die Auswirkungen sind, zu investieren, oder dort, wo wir schon die Schäden haben, zu warnen, sondern endlich bei den Ursachen anzusetzen, und das heisst: der Verführung Grenzen setzen!

Darum möchte ich Sie bitten, den Zwillings-Initiativen zuzustimmen und den Antrag der Kommissionsmehrheit abzulehnen.

Der Gegenvorschlag des Bundesrates wäre eine akzeptable Variante. Aber auf gar keinen Fall können wir es uns leisten, eine solche Kluft zwischen Anspruch und Wirklichkeit bestehenzulassen und beides – die Initiativen oder den Gegenvorschlag des Bundesrates – abzulehnen.

**Keller Rudolf:** Die sogenannten Zwillings-Initiativen, die eine zur Verminderung der Alkoholprobleme, die andere zur Verminderung der Tabakprobleme, sprechen ein wichtiges gesellschaftliches Thema an. Wir müssen uns beispielsweise bewusst werden, dass die häufigste Todesursache in den Industriestaaten das Rauchen ist. Andererseits gibt es noch immer viel zu viele Strassenverkehrsunfälle, die auf übermässigen Alkoholkonsum zurückzuführen sind. Wir stehen also vor der Tatsache hoher Kosten im Gesundheitswesen – auch das muss einmal gesagt werden –: Uebermässiger Alkohol- und Tabakkonsum bringen es leider mit sich, dass sich immer mehr Leute in ärztliche oder gar in Spitalbehandlung begeben müssen. Diese Gesundheitskosten treiben die Krankenkassenprämien auch in die Höhe. Auch das sollten wir in unserem Rat zur Kenntnis nehmen.

Werbung hat ja das Ziel, zum Konsum zu verführen, Bedürf-

nisse zu wecken. Was für andere Produkte werbemässig durchaus legitim ist und gut sein kann, ist für Suchtmittel in unseren Augen gesehen eben gar nicht gut: Es schadet der Volksgesundheit.

Für uns Schweizer Demokraten gilt der Einwand nicht, dass ja die Fernsehsender und die Zeitschriften der umliegenden Länder auch Werbung für Tabak- und Alkoholprodukte betreiben. Ich meine, jemand muss anfangen. Ueber kurz oder lang werden auch europaweit Werbeverbote kommen müssen. Frankreich und Schweden haben das unlängst beschlossen. Wir sind also nicht mehr allein. In anderen Ländern diskutiert man das auch sehr ernsthaft.

Wir wollen und können – und das muss man selbstverständlich in dieser Debatte auch sagen – niemandem das Rauchen und das Trinken verbieten. Aber ich gestehe Ihnen frank und frei: Als Nichtraucher fühle ich mich bei manchen Gelegenheiten belästigt, wenn in meiner Gegenwart geraucht wird. Das erlebe ich im Beruf, in der Öffentlichkeit, manchmal auch bei grossen Veranstaltungen. Vielleicht geht es auch dem einen oder anderen unter Ihnen so. Sogar in der eigenen Fraktion wird halt eben geraucht. Hier würden wir alle etwas mehr gesellschaftliche Zurückhaltung erwarten, Zurückhaltung gegenüber denjenigen, die unter dem «Rauch» eben leiden. Es gibt solche Leute, und ich zähle mich dazu. Ich hatte gesundheitliche Probleme, weil bei mir zu Hause zu viel geraucht wurde.

Die Mehrheit der SD/Lega-Fraktion ist deshalb für die Zwillings-Initiativen. Sie unterstützt alle Vorstösse, die in diese Richtung gehen. Wir sind auch für den indirekten Gegenvorschlag des Bundesrates, obwohl er in der Kommission nicht ernsthaft diskutiert worden ist.

Es muss unbedingt mehr für die Vorsorge und Aufklärung über Suchtmittel getan werden. Auch im Parteiprogramm der Schweizer Demokraten haben wir festgehalten, dass eine bewusste Förderung der gesunden Lebensweise, eine verbesserte Aufklärung über die Folgen des Drogen-, Nikotin- und Medikamentenmissbrauchs und ein Verbot der Werbung für diese Suchtmittel notwendig sind.

Unterstützen Sie deshalb all die Vorschläge, die in diese Richtung gehen.

**On. Borradori:** Il tabagismo e l'alcolismo rappresentano un pericolo vasto e reale. Il consumo eccessivo di tabacco e l'abuso di bevande alcoliche costituiscono dei flagelli da combattere per le loro conseguenze nefaste sull'individuo, sulla famiglia e sulla società. L'odierna discussione ha dunque il merito di richiamare l'attenzione dell'opinione pubblica su uno dei grandi temi che occupano, e giustamente preoccupano, tutte le persone attente ad uno sviluppo più armonioso della nostra vita.

Fatta questa premessa, entro nel merito per rilevare che non risulta possibile stabilire con certezza se un divieto di pubblicità è suscettibile di provocare una diminuzione nel consumo di alcool e tabacco. I Paesi in cui la pubblicità non è ammessa denotano infatti dei consumi che non si discostano, in modo significativo, da quelli riscontrabili dove la pubblicità è invece, di principio, autorizzata.

E allora, in questa situazione nebulosa, in cui una relazione di causa-effetto non può essere dimostrata, vogliamo introdurre un'ulteriore massiccia limitazione, essenzialmente arbitraria in quanto lesiva del principio della proporzionalità? Vogliamo farlo proprio ora, dopo avere giustamente liberalizzato il gioco d'azzardo in nome della coscienza individuale e della responsabilità del cittadino?

In una società liberale, fondata sull'economia di mercato, risulta pericoloso concedere spazio a nuove prescrizioni e a nuovi divieti, specie oggi, dove il filo conduttore dovrebbe piuttosto essere la deregolamentazione. Se è indispensabile promuovere una moderna politica di prevenzione per meglio proteggere i giovani, particolarmente vulnerabili nei confronti dei pericoli legati alle varie forme di tossicomania, è altresì necessario considerare gli adulti consumatori di alcool e tabacco come persone responsabili e libere nelle loro scelte.

L'obiettivo a cui mirano gli iniziativaisti e il Consiglio federale è lodevole. Il mezzo scelto per raggiungere tale fine è però ina-

deguato! Accettare il divieto di pubblicità significa anche ammettere a medio termine un'importante distorsione della concorrenza che finirà con il favorire le grandi imprese già ben consolidate e quelle attive all'estero che potranno continuare a promuovere liberamente, qui da noi, i loro prodotti attraverso i media stranieri.

E che dire poi delle conseguenze per i giornali e per le riviste nazionali, che già oggi devono far fronte ad una precaria situazione finanziaria, non da ultimo a causa della diminuzione congiunturale del volume pubblicitario? Da non sottovalutare infine, in caso di scomparsa del «padrinato» da parte della pubblicità, gli effetti deleteri per molte manifestazioni sportive e culturali. Si tratta di danni concreti, reali, a cui si contrappone un obiettivo la cui realizzazione è invece puramente ipotetica. Il controprogetto, ibrido e artificioso, del Consiglio federale denota, seppur in misura minore visto che rappresenta una sorta di vino annacquato, le medesime pecche delle iniziative: inadeguatezza rispetto al fine da raggiungere, difficoltà di applicazione, distorsione arbitraria della concorrenza e mancanza di efficacia.

Mi sembra da ultimo ipocrita e paradossale voler proibire la pubblicità per alcool e tabacco, quando la loro produzione e il loro consumo non solo sono legali, ma sono addirittura sostenuti da sovvenzioni federali.

Che gli iniziativaisti proponano allora «tout court» l'abolizione di queste ultime o – perché no? – lo sradicamento dei vigneti e la soppressione della coltivazione del tabacco nel nostro Paese! Non è con interventi statali contraddittori che si risolve il problema, ma piuttosto intensificando gli sforzi dell'ente pubblico verso delle opportune misure preventive, così da accrescere il senso di responsabilità del singolo nei confronti della sua salute. Si passerebbe in tal modo da una sterile «strategia del divieto» ad una ben più costruttiva «strategia dello stimolo, dell'incentivo».

Per questi motivi, una minoranza della nostra frazione respinge sia le iniziative che il controprogetto.

**M. Comby:** Nous ne voulons pas d'une société où l'on ne boirait que de la camomille, ce serait trop triste, ça manquerait de chaleur et de couleur!

Indéniablement, le tabagisme et l'alcoolisme causent des ravages au sein de notre société. En effet, la consommation excessive de tabac et l'abus d'alcool sont des fléaux qu'il faut combattre, car ils engendrent une série de conséquences très négatives sur les individus, les familles et l'ensemble de la société. Les statistiques relatives à ce type de toxicomanie en font la démonstration éloquent: chaque année, quelque 10 000 personnes meurent prématurément des suites directes du tabagisme et 2500 à 3000 décès sont dus à l'alcoolisme. Il faut donc agir avec plus d'efficacité encore pour lutter contre le tabagisme et l'alcoolisme, mais d'une autre manière. En effet, le but poursuivi par les initiateurs et par le Conseil fédéral dans son contre-projet est certes louable, mais les moyens choisis ne sont pas du tout adéquats, et c'est là qu'il y a divergence entre les différents intervenants.

Au nom du groupe radical qui l'a fait à l'unanimité, je vous propose de refuser les deux initiatives pour les quatre raisons suivantes.

Premièrement, dans une société libérale, fondée notamment sur l'économie de marché, il est dangereux d'introduire toute une série de nouvelles restrictions et de nouveaux interdits. S'il est bien sûr indispensable de mieux protéger l'enfance et l'adolescence – le rapporteur de langue française a parlé de la possibilité de le faire notamment par la modification de la loi fédérale sur les denrées alimentaires –, il faut aussi considérer les adultes consommateurs de tabac ou d'alcool comme des gens responsables et libres de leur choix. Cette conception paternaliste de l'Etat est inadmissible. Ce n'est pas en imposant une camisole de force à tous les individus que l'on va résoudre à l'avenir les problèmes de notre société.

Deuxièmement, à notre connaissance, le soi-disant lien de causalité entre l'interdiction de la publicité et la consommation n'est pas démontré à satisfaction, mais une chose est certaine: l'interdiction de la publicité pour l'alcool et le tabac aurait des conséquences négatives, non seulement pour les deux

secteurs directement concernés, pour toute une série de régions qui en vivent partiellement, mais aussi pour plusieurs activités économiques, sportives et culturelles. Tout à l'heure, on a évoqué avec pertinence ce problème. En effet, une interdiction généralisée de la publicité pour le tabac et l'alcool se traduirait par un coup grave porté à de nombreuses activités culturelles et sportives. Or, dans la situation économique actuelle, il est de plus en plus difficile de soutenir ce genre d'activité. Alors, n'allez pas dire qu'en interdisant la publicité pour le tabac et l'alcool on va encore mieux résoudre à l'avenir l'encouragement de ce genre d'activité.

Troisièmement, il ne faut pas négliger le rôle important joué par la publicité au niveau de l'information relative aux différents produits. Faute de publicité en effet, la clientèle ne serait plus renseignée sur les innovations introduites, par exemple – et là je cite le message du Conseil fédéral – «les cigarettes comportant moins de substances nocives grâce à un filtre amélioré».

Quatrièmement, les milieux suisses concernés par les industries du tabac et de l'alcool subiraient une inégalité de traitement par l'interdiction de la publicité, car les supports publicitaires étrangers parvenant en Suisse subsisteraient. C'est à mon avis un élément qu'il ne faut pas négliger. En effet, les distributeurs locaux d'alcool et de tabac qui vendent leurs produits sur le marché suisse, ainsi que la presse écrite helvétique, seraient fortement pénalisés.

Par ailleurs, je crois qu'il faut éviter aussi de tomber dans le piège des statistiques, et je vous citerai rapidement deux exemples. Le premier concerne la consommation de tabac en Suisse. Il est vrai que notre pays est parmi les plus importants consommateurs de cigarettes dans le monde. Toutefois, il faut tenir compte d'un élément, qu'a d'ailleurs relevé, en fin connaisseur, M. Frey Claude, en commission: on consomme en Suisse, bon an mal an, 11 kilos de chocolat, mais si l'on fait une comparaison avec d'autres pays, en tenant compte du facteur de distorsion dû au tourisme, la consommation n'est guère plus importante qu'ailleurs. Il en va de même pour la consommation de cigarettes.

Deuxième exemple: il est intéressant de relever que si l'on prend en considération les pays où l'on a interdit la publicité pour le tabac – la Norvège et la Finlande, par exemple –, dans la catégorie des jeunes de 15 ans, 36 pour cent sont fumeurs en Norvège et 21 pour cent en Finlande, alors qu'en Suisse, où l'on n'a pas interdit complètement la publicité pour le tabac, 8 pour cent des jeunes de cette catégorie sont des fumeurs. Ces chiffres devraient quand même nous faire réfléchir.

Quant au contre-projet du Conseil fédéral, il faut le combattre également, car il s'agit d'une demi-mesure qui ne donne satisfaction à personne. Il comporte de trop nombreux effets pervers et son application poserait plus de problèmes qu'elle n'en résoudrait. A l'avenir, afin de lutter efficacement entre autres contre le tabagisme et l'alcoolisme, il faudra plutôt intensifier les efforts dans le domaine de la prévention en s'efforçant, chacun, de réaliser l'autogestion de sa santé. Lorsqu'on examine la proportion des montants affectés à la prévention par rapport aux sommes investies dans les mesures curatives, il faut bien reconnaître qu'ils sont dérisoires. Ce constat s'explique en partie par le caractère de long terme lié à la prévention.

Cette promotion de la santé par la prévention devrait être orientée dans les deux directions suivantes: une éducation globale à la santé, intégrée dans les programmes scolaires dès la petite enfance, et, enfin, des actions spécifiques ciblées en direction des publics à risques, tels par exemple les médiateurs-jeunesse, l'éducation routière et la lutte contre les toxicomanies. Dans ces programmes de promotion de la santé, il faudrait tenir compte du concept de santé qui ne se définit plus seulement par l'absence de maladie, mais comme un état de bien-être physique, mental et social. Il faudrait aussi prendre en considération l'évolution de la maladie dont l'origine est de moins en moins infectieuse et de plus en plus sociale.

En conclusion, à l'instar de la majorité de la Commission des affaires juridiques et de la forte majorité du Conseil des Etats et au nom du groupe radical, je vous invite à refuser les initiatives jumelles et à combattre le contre-projet du Conseil fédéral. Je vous invite également à approuver la motion du Conseil des

Etats (93.3026) sous la forme moins contraignante d'un postulat. Cette solution paraît en effet plus efficace afin de promouvoir l'éducation à la santé et la prévention, obéissant à une stratégie globale, tout en évitant, justement, une fixation sur certaines toxicomanies.

**Zwygart:** Die LdU/EVP-Fraktion will klare Signale zur Suchtmittelbekämpfung setzen und stimmt den Zwillings-Initiativen zu. Wir befürworten ebenso die Aenderung des Lebensmittelgesetzes – falls auf den Entwurf eingetreten wird.

Der Alkohol- und der Tabakkonsum stellen die grösste gesundheitspolitische Herausforderung der Gegenwart dar. Das wurde hier schon mehrfach dargelegt. Jeder vierte Mann im Erwerbsalter stirbt wegen Tabakkonsum, und zwar im Alter von 57 Jahren – das ist ein Durchschnittsalter; viele sterben also früher. So fehlen dann z. B. in Familien die Väter; es fehlt der Ehemann.

Aehnliches gilt beim Alkohol. Nur ist es da noch viel tragischer, weil die familiären Probleme sich viel stärker auswirken. Es ist deshalb nicht verwunderlich, wenn die Verbindung der Schweizer Aerzte (FMH) aktiv eingegriffen hat. Die 10 000 Tabaktoten und die 3000 Alkoholtoten pro Jahr wären teilweise vermeidbar. Weltweit nehmen wir Schweizer im Tabakkonsum eine Spitzenstellung ein, den siebten Rang, europäisch gesehen sogar den vierten Rang. Die WHO warnt uns Schweizer deshalb besonders vor den Gefahren des Tabak- und Alkoholkonsums, und zwar, wie wir sehen, zu Recht.

Diese Tatsachen weisen auf einem dringenden Handlungsbedarf hin. Sie rufen nach einer wirksamen Gesundheitspolitik. Eine lebensbejahende Prävention und ein Werbeverbot gesundheitsschädigender Genussmittel sind zwei der wirksamsten Standbeine einer kohärenten Gesundheitspolitik. Der Bundesrat selber hält auf Seite 8 der Botschaft zu den Zwillings-Initiativen fest: «Auch die wissenschaftliche Literatur kommt zum Schluss, dass Werbebeschränkungen in Kombination mit weiteren Massnahmen das wirksamste Mittel zur Reduktion des Gesamtkonsums darstellen.» Ein Vergleich mit Ländern, in denen die Tabakwerbung verboten ist, zeigt, dass ein durchschnittlicher Konsumrückgang von 6 Prozent zu erwarten ist. Dieser Rückgang hat erhebliche Auswirkungen auf die Volksgesundheit.

Aus schlüssigen Daten kann man berechnen, dass ohne Tabakwerbung nicht nur 700 Todesfälle pro Jahr vermeidbar wären, sondern auch bei den ständig anwachsenden Gesundheitskosten massive Reduktionen zu erzielen wären. In der gesamten Gesundheitspolitik gibt es keine Massnahme, die so wirksam ist.

Die Initiativen möchten zudem Finanzen bereitstellen, um eine verstärkte Prävention zu ermöglichen. Artikel 69 der Bundesverfassung hält fest, dass die Förderung und der Schutz der Gesundheit zur Verantwortung des Bundes gehören. Nehmen wir die Chance wahr, diesen Verfassungsauftrag durch Zustimmung zu den Zwillings-Initiativen besser zu erfüllen.

Der gegenwärtige Umgang mit den Suchtmitteln ist mehr als zwiespältig. Die sogenannten harten Drogen verursachen dreisigmal weniger Todesfälle, sind aber mit einem Konsumverbot und einem Werbeverbot belegt. Für Alkohol und Tabak, die beiden Suchtmittel mit den verheerendsten gesundheitlichen und sozialen Folgen, darf aber jährlich mit 100 Millionen Franken geworben werden. Weil sie bei uns alteingesessen und von der Gesellschaft akzeptiert sind, lässt man sie nicht nur zu, sondern sie haben sich durch ihre wirtschaftliche Position viele Freiräume geschaffen und die Machtposition voll ausgenutzt. Gleichzeitig werden die Belastungen der öffentlichen Hand, das soziale Elend von einzelnen und Familien, ja die vermeidbaren Toten einfach negiert.

Die Zwillings-Initiativen möchten diesen Widerspruch beenden. Ein verstärkter Gesundheitsschutz ist wegen unserer Jugend nötig. Der Früheinstieg wird gefördert, weil der junge Mensch doch erwachsen erscheinen will. In der schwierigen Zeit der Pubertät haben Kinder ein Recht auf faire Information, was Rauchen und Trinken anbelangt. Sie können die sogenannte heile Welt, die verlogene Welt der Reklame, nicht durchschauen. Sie können die Folgen körperlicher und psychisch suchtbildender Substanzen überhaupt nicht abschätzen.

Die Tabakindustrie bestreitet bis heute die gesundheitsschädigende Wirkung des Rauchens. Ihre Argumentation ist auch deshalb ungläubwürdig, weil sie sogar auf Monopolmärkten Werbung betreibt, und zwar massiv, z. B. in Kenia. Umgekehrt hat man Beweise, dass in unserem Nachbarland Frankreich, wo jegliche Werbung verboten ist, eine neue Zigarette mit Erfolg lanciert werden kann. «Philip Morris» hat seine neue, ovale Zigarette erfolgreich auf den Markt gebracht, mit erheblichen Marktanteilen. Es war einzig nötig, in der Anfangsphase an den Verkaufsorten eine gute Platzierung zu realisieren.

Keine Freiheit ist absolut. Jede Freiheit findet ihre natürliche Grenze dort, wo die Freiheit, ja der einzelne Mensch zerstört werden. Diese Grenze ist bei Tabak und Alkohol eindeutig gegeben. Die Gewerbefreiheit hat keinen höheren Stellenwert; denn die Werbefreiheit dieser Produkte führt zur langfristigen Schädigung der Lebensgrundlagen des Menschen.

Wirtschaftliche Freiheit um jeden Preis oder ethische Verantwortung im Suchtmittelbereich? Das ist hier die Frage. Hier wird wieder vor allem mit ökonomischen Argumenten gefochten. Was hingegen fehlt, ist eine volkswirtschaftliche Gesamtschau. Betriebswirtschaftlich hat die Suchtmittelwerbung einen bedeutenden Umsatz. Wir stellen das auch fest, wenn wir die schon seit langer Zeit laufende Antiwerbung betrachten. Volkswirtschaftlich gesehen haben wir aber etwa 3 Milliarden Franken negative Folgekosten wegen dem Alkohol- und Tabakkonsum. Raucherinnen und Raucher z. B. fehlen – statistisch gesehen – 50 Prozent häufiger an ihrem Arbeitsplatz.

Solange für die schädlichsten Suchtmittel die aufwendigste Werbung überhaupt betrieben werden kann, so lange ist staatliche Gesundheits- und Drogenpräventionspolitik ungläubwürdig. Nicht nur die Glaubwürdigkeit ist in Frage gestellt, sondern es wird gleichzeitig unserer Gesundheitspolitik massiv in den Rücken geschossen. Wir versuchen, die Kosten beim Krankenkassenwesen in den Griff zu bekommen; aber ohne Einschränkung wird gesundheitsschädliches Verhalten unter staatlicher Obhut zugelassen. Von den Privatpersonen verlangt man dann Solidarität beim Bezahlen der Krankenkassenprämien und von der öffentlichen Hand Beiträge, welche nicht der Verursacher bezahlt.

Mindestens der heranwachsenden Generation gegenüber haben wir eine Verpflichtung. Wollen wir sie wirklich schützen, oder bleibt es bei verbalen Beteuerungen?

Die Zwillings-Initiativen sind der Tatbeweis für eine zukunftsweisende Gesundheitspolitik. Die Zwillings-Initiativen sind ein Ausweg aus der Sackgasse, in die uns das Zwangskorsett der Werbefranken gebracht hat. Die Zwillings-Initiativen können ein Schirm sein für unsere Jugend und damit für unsere Zukunft.

Die LdU/EVP-Fraktion plädiert dafür, aus Liebe zum Nächsten und im besonderen zu den Jugendlichen und Schwachen für einen Moment die Liebe zum Portemonnaie zu vergessen und den Initiativen zuzustimmen. (*Zwischenruf: Raucher sind auch Christen!*)

**Sieber:** «Raucher sind auch Christen», hat ein Kollege gesagt. Stimmt! Ich habe als Bauernknecht die «Märchlipfye» geraucht.

Ich möchte – ich spreche auch im Namen der LdU/EVP-Fraktion – den Zwillings-Initiativen zustimmen, und zwar namens dreier Randgruppen auch in unserer Schweiz. Ich denke zuerst an die Obdachlosen in unserem Land. Was geben wir in unserem Lande im fürsorglichen Bereich nicht alles zur Bekämpfung der Obdachlosigkeit aus? Ich denke ebenso an die Drogenabhängigen, aber auch an die seelisch leidenden Menschen.

Zum Einstieg kurz eine Besinnung auf das Wort «Sucht». Kollegin Vreni Grendelmeier hat vorhin gesagt, wir seien alle süchtig. Wir sehen ja alle so aus! Aber man müsste auch sagen: Wir sind alle «sehnsüchtig». Der Weg zur Sucht geht über die Sehnsucht.

Wir wissen, dass es in unserem Lande verschiedene Gruppierungen gibt, die ihre Sehnsucht nach Leben, nach Inhalt, nicht erfüllen können. Die Obdachlosen gehören zu dieser Gruppe. Man sagt mir ab und zu: Weisst du, Pfarrer, wenn wir Alkohol trinken und nicht Wasser, dann werden wir nicht rostig. Wie

dem auch sei: Man weiss, dass in den Kreisen der Obdachlosen der Alkohol das Problem Nummer eins ist. Die Schäden im sozialen, persönlichen und menschlichen Bereich sind dementsprechend. Wir könnten hier Zeichen setzen, um wirklich nun auch, gerade von daher, im sozialen Bereich die Not zu bremsen.

Ich denke ebenso an die Kreise der Drogenabhängigen. Meine Lieben, man sagt in unserem Land immer, es stimme nicht, dass Rauchen die Einstiegsdroge sei. Es stimmt: Rauchen bedeutet die Einstiegsdroge – so viele Drogenabhängige bestätigen das selbst, und zwar weil wir als Erwachsene ein schwaches Vorbild abgeben. Jugendliche fragen immer nach Leitbildern und Vorbildern. Führung schützt vor Verführung, Mensch! Also: Auch im Namen der Drogenabhängigen würde ich betonen, dass die Zwillings-Initiativen notwendig sind, dass sie dem Gebot der Stunde entsprechen.

Ich denke auch an die Gruppe der seelisch Leidenden. Seelisch leidende Menschen suchen eine Identität. Nun geht man vielleicht den kürzesten Weg, um seine Identität in unserer Gesellschaft zu haben. Man entwickelt ein Imponiergehabe mit dem Glas, mit der Zigarette oder was immer. Ich weiss von den Rockerjahren, dass man die Hell's Angels damals für die Werbung von Mary Long missbraucht hat. Eine ganze Gang, die von der Gesellschaft regiert wurde, konnte mit der Werbung Zehntausende von Franken verdienen. Ich denke an die seelisch leidenden Menschen. Sie brauchen eine Identität, aber bei Gott nicht mit Alkohol und mit Rauchen!

Ich möchte meine Rede mit einem uralten Satz schliessen: Hier ist es nötig, Hüter des Bruders oder der Schwester zu sein.

**Scherrer Jürg:** Manchmal denke ich, dass ich hier in der falschen Debatte bin. Geht es nun eigentlich um ein Werbeverbot, oder geht es um ein Verbot der Konsumation von Tabak und Alkohol? Nach den letzten Voten neige ich zur Annahme, es gehe um das letztere. Besonders Frau Hollenstein hat offensichtlich den Beruf verfehlt; sie hätte Romanschriftstellerin werden sollen, denn was sie der Alkohol- und vor allem der Tabakwerbung in der Schweiz alles andichtet, ist doch erstaunlich. So soll die Tabakwerbung in der Schweiz auch noch an der Brandrodung in der Dritten Welt und vor allem am tiefen Sozialniveau in der Dritten Welt schuld sein.

Nun aber zu den seriösen Fakten: Die Fraktion der Auto-Partei lehnt beide Initiativen ab, ebenso die Aenderung des Lebensmittelgesetzes. Beim Lebensmittelgesetz werden wir für Nichteintreten stimmen; dies aus grundsätzlichen und ordnungspolitischen Gründen, auf die ich noch zu sprechen kommen werde. Hingegen werden wir der Motion und dem Postulat aus den beiden Kommissionen zustimmen.

In der Schweiz wurde die Gewerbefreiheit bisher hochgehalten, und zur Gewerbefreiheit gehört eben auch die Werbefreiheit für die Produkte, die man auf einem freien Markt anbietet. Willkürliche und generelle, weil nur einzelne Produkte betreffende Werbeverbote kann die Fraktion der Auto-Partei nicht akzeptieren.

Darüber hinaus würde mit der Annahme der Initiativen oder der Aenderung des Lebensmittelgesetzes der Verbots- und Regulierstaat, von dem wir mittlerweile bereits zuviel haben, ausgebaut. Es gäbe dann auch praktische Probleme. Es wäre zwar ohne weiteres möglich, die Werbung in Schweizer Medien zu verbieten, hingegen wäre dies bei ausländischen Medien, bei deutschen Zeitschriften zum Beispiel, kaum oder nur mit einem unverhältnismässig grossen Aufwand möglich.

Frau Grendelmeier hat festgestellt, dass Werbung das Konsumentenverhalten bestimmt und beeinflusst; das ist richtig, dafür ist ja die Werbung da. Wenn man aber im gleichen Atemzug das Geldverdienen mit der Werbung als schlecht hinstellt, dann hört der Spass auf. Geld zu verdienen ist nicht schlecht, auch in der Werbung nicht, weil Geldverdienen wieder Arbeitsplätze schafft, und das sollten Sie sich in der heutigen Zeit besonders gut merken. Ich habe noch nie einen Armen gesehen, der eine Firma gegründet und damit Arbeitsplätze geschaffen hat.

Viel mehr als von der Werbung wird das Verhalten von Vorbildern bestimmt, beispielsweise von Eltern, von Lehrern und bei

Jugendlichen vor allem von Kollegen. Vorbilder bestimmen, ob ein Jugendlicher zu rauchen beginnt oder Alkohol zu sich nimmt. Es ist offensichtlich wieder einmal an der Zeit festzustellen, dass sowohl Tabakwaren als auch alkoholische Getränke Genussmittel sind oder sein sollten. Ob es dann zur Uebermässigkeit beim Konsum kommt, zum eigentlichen Missbrauch, und ob dann Alkohol oder Tabak zu Suchtmitteln oder gar zu sogenannten Drogen werden, hängt vom Verhalten des einzelnen ab, niemals aber von der Werbung.

Ich muss Sie daran erinnern, dass der berühmte «Volksalkoholismus» vor dem Ersten Weltkrieg ohne jede Werbung zustande gekommen ist. In den Oststaaten wurde ohne jede Werbung gravierender Alkohol- und Tabakmissbrauch getrieben.

Zur Minderheit, welche die beiden Volksinitiativen zur Annahme empfehlen will, und besonders zu Frau Grendelmeier muss ich sagen, dass der Konsum illegaler Rauschmittel – Haschisch, Heroin usw. – in der Schweiz stetig zunimmt, obwohl jede Werbung und auch der Konsum untersagt sind bzw. untersagt wären, wenn der Rechtsstaat sich durchsetzte.

Das ist der beste Beweis dafür, dass Werbeverbote überhaupt nichts nützen. Aufklärung ist wirksamer als Verbote, das beweist der in der Schweiz seit Jahren rückläufige Tabakkonsum. Beim Tabak ist der Markt gesättigt, und bei der Werbung kann es kaum darum gehen, mehr Konsumenten zu finden, deren Zahl nimmt ja ab. Es geht um Marktanteile, und es geht letztlich darum, dass Produzent A zu Lasten des Produzenten B Marktanteile erhöhen kann. Ein Werbeverbot wäre unverhältnismässig, es wäre unnützlich und würde den Regulierungs- und Verbotsstaat weiter ausdehnen.

Demzufolge sind beide Initiativen und eben auch der indirekte Gegenvorschlag des Bundesrates abzulehnen.

**Vetterli:** Ich fange mit den Kolleginnen und Kollegen an. Wenn jemand da vorne gesprochen hat, habe ich mich heute morgen immer wieder gefragt: Raucht sie? Raucht er? Trinkt sie? Trinkt er? Das ist ja doch eine sehr wichtige Voraussetzung für die eigene Einstellung. Ich gebe Ihnen gerne meine Interessen oder meine Bindungen an: Ich bin Nichtraucher, ich habe nie geraucht, aus einem ganz einfachen Grund: Ich war aktiver Sportler, es war für mich überhaupt keine Frage zu rauchen. Ich habe damals auch nicht getrunken. Ich trinke heute, ich trinke gerne, ich schätze das. Ich muss Ihnen sagen, ich gehöre aber nicht zu den 700 000 Ominösen, die in der Statistik ausgewiesen werden, die in gesundheitsschädigendem Masse trinken. Uebrigens, umgerechnet auf das Parlament, wären das 20 Kolleginnen und Kollegen. Ich beginne jetzt nicht herumzuschauen und zu suchen, wen das betreffen könnte.

Die SVP lehnt die Zwillings-Initiativen und die Gegenvorschläge des Bundesrates ab; eine knappe Mehrheit unterstützt die ständerätliche Motion.

Einige Gründe, wieso die SVP beide Volksinitiativen ablehnt: Da wäre zuerst einmal die Bezeichnung. Auch diese zwei Initiativen sind Mogelpackungen, hier geschieht Etikettenschwindel. Man suggeriert dem Volk Verminderung der Alkoholprobleme und Verminderung der Tabakprobleme. Ob man mit dem Werbeverbot – und um das geht es ja schliesslich – die Raucher- und Trinkerprobleme aber wirklich vermindern kann, sie nur ansatzmässig lösen kann, das ist gelinde gesagt umstritten, ist eine Behauptung, ist nicht zu beweisen. In der Fachliteratur gehen die Meinungen über den Zusammenhang, die Wechselwirkung, zwischen Werbung und Tabak- respektive Alkoholkonsum diametral auseinander. Professor Doktor Bergler, Direktor des Psychologischen Institutes der Universität Bonn, sagte im Hearing der ständerätlichen Kommission: «Es ist extrem unwahrscheinlich, dass der Jugendliche die Werbebotschaft an sich zum Anlass nimmt, mit dem Rauchen zu beginnen.»

Wenn uns die Werbung wirklich verführen könnte, so frage ich mich, warum sind dann in der Schweiz 70 Prozent der Bevölkerung Nichtraucher? Der Tabakmarkt – wir haben es gehört – ist gesättigt. Werbung will nicht neue Kunden gewinnen, die Tabak-, die Zigarettenwerbung will Marktanteile, will Raucherinnen und Raucher für eine neue Zigarettenmarke gewinnen.

Gemäss Herrn Direktor Zeltner vom Bundesamt für Gesundheitswesen wurde in der Schweiz zwischen 1970 und 1985 ein massiver Raucherrückgang von 50 Prozent auf 33 Prozent verzeichnet. Nachher stabilisierte sich der Anteil der rauchenden Bevölkerung; heute sind es 31 Prozent. Nur 31 Prozent und dieser Rückgang, obwohl im gleichen Zeitraum die Tabakwerbung intensiviert wurde, also mehr Werbung und weniger Raucher – das geht wie eine Schere auseinander. Ohne Tabakwerbung – ich denke an den früheren Ostblock, wo es keine Tabakwerbung gab – nahm der Tabakkonsum jährlich um 25 Prozent zu. Wenn Sie eine Zahl über den Alkoholkonsum wollen: In Norwegen nahm der Alkoholkonsum in den ersten vier Jahren nach dem Alkoholverbot um 12 Prozent zu.

Mit den Werbeverboten gemäss den Zwillings-Initiativen will man bekanntlich vor allem die Jugendlichen schützen. Warum – dies eine weitere kritische Feststellung – greifen denn in Finnland und in Norwegen trotz totalem Tabakverbot 20 bis 35 Prozent der 15jährigen zur Zigarette und in der werbeliberalen Schweiz nur 8 Prozent der 15jährigen? Oder das Beispiel Italien: Vor dem totalen Tabakverbot verzeichnete man einen durchschnittlichen jährlichen Zigarettenkonsum von 49,8 Milliarden Zigaretten. In den vier Jahren nach dem totalen Werbeverbot stieg der Konsum um 20 Prozent auf 59,1 Milliarden Zigaretten. 20 Jahre nach Inkrafttreten, nach den sogenannten Auswirkungen des Tabakverbotes, verzeichnet man in Italien 102 Milliarden Zigaretten pro Jahr – also das Doppelte. Da kann doch keine Rede davon sein, dass man mit Werbeverboten Tabak- und Alkoholprobleme vermindere.

Es sind andere Gründe, die das Rauchverhalten beeinflussen. 31 Prozent der Schweizer Jugendlichen – das sagt eine wissenschaftliche Studie – rauchen zum Spass, rauchen, um «lässig» zu erscheinen; 26 Prozent, weil Freunde rauchen; 11 Prozent, weil es normal sei; 8 Prozent aus Langeweile. In verschiedenen Ländern ergaben gezielte Umfragen, dass nur 1 bis 2 Prozent wegen der Tabakwerbung zu rauchen angefangen haben.

Gemäss Schweizerischer Gesellschaft für Gesundheitspolitik (SGGP) sind die Gründe für die erste Zigarette unabhängig von gesetzlichen Beschränkungen der Tabakwerbung. Entscheidend sind Neugier, soziale Anpassung, das Rauchverhalten der Umwelt, also der Eltern, Geschwister, Freunde, auch die wirtschaftlichen Aspekte wie Realeinkommen und relativer Zigarettenpreis und dann Gesundheitsinformation.

Apropos Rauchverhalten der Vorbilder – Kollege Wick und Aerztinnen im Saal –, da komme ich um eine kritische Bemerkung wirklich nicht herum: 30 bis 35 Prozent der Schweizer Aerzte und Aerztinnen, die ja die Zwillings-Initiativen vehement unterstützen, sind Raucher, also schlechteste Vorbilder! In Finnland predigt man nicht Wasser und trinkt Wein. In Finnland hat die Ärzteschaft in einer vorbildlichen Aktion ihren Raucheranteil auf 10 Prozent reduziert. Da kann ich nur sagen: Chapeau, und zur Nachahmung empfehlen, auch in der Schweiz.

Ich komme zum Hauptpunkt: Für mich sind die Zwillings-Initiativen Alibiübungen. Man pickt eine einzige, die einfachste Massnahme heraus und tut damit dergleichen, dass man konkret etwas Grossartiges gegen Tabak- und Alkoholmissbrauch tue. Nützlicher, aber viel aufwendiger wären natürlich Massnahmenpakete betreffend Gesundheitserziehung, gross angelegte und nicht halbherzige Aufklärungskampagnen, Gegenkampagnen wie zum Beispiel: «Die neue Lust – Nichtrauchen!» Aber diesen Spot habe ich am Fernsehen nur zweimal gesehen, während ich «Stop Aids» jede Woche zwei-, dreimal sehe. Oder man könnte eine sinnvolle Freizeitgestaltung fördern, zum Beispiel Sport. Ich habe gesagt, Jugendliche, die eine sinnvolle, echte Freizeitbeschäftigung haben, brauchen sich nicht aus Langeweile der Zigarette oder dem Alkohol zuzuwenden. Oder dann echte, wirksame Preiserhöhungen, Einschränkungen des Rauchens in öffentlichen Räumen und weitere freiwillige Werbebeschränkungen!

Uebrigens sprechen auch andere Gründe gegen diese Werbeverbot-Initiativen. Diese Werbeverbot-Initiativen bedeuten einen Verstoß gegen die Handels- und Gewerbefreiheit,

eine ungleiche Behandlung der Printmedien und der elektronischen Medien, eine Bevorzugung der ausländischen Medien gegenüber den inländischen Medien, zusätzliche neue Reglementierungen, neue Einschränkungen und vor allem Bevormundung der Bürger und Konsumenten statt Mündigkeit, Selbstverantwortung und verantwortungsvollen Umgang mit Tabak und Alkohol zu fördern.

Um nicht falsch verstanden zu werden: Auch die SVP kennt die Gefahren des Alkohol- und Tabakmissbrauchs und die negativen Auswirkungen auf die Volksgesundheit. Dagegen muss man ankämpfen, aber wirklich ankämpfen – und sich nicht auf Alibiübungen verlassen und mit dem Werbeverbot den Weg des geringsten Widerstandes gehen.

Deshalb lehnt die SVP beide Initiativen und die nicht praktikablen Gegenvorschläge ab. Mit der Motion des Ständerates (93.3026) können wir leben.

**Scherrer Werner:** Bei sehr gelichteten Reihen diskutieren wir heute morgen ein sehr wichtiges Problem, das alle Bürgerinnen und Bürger in unserem Land angeht.

Als Vertreter der christlichen Partei EDU unterstütze ich die Volksinitiativen zur Verminderung der Tabak- und Alkoholprobleme; sollten beide hier im Rat abgelehnt werden, unterstütze ich auch den verwässerten Gegenvorschlag des Bundesrates. Im Abstimmungskampf wird sich die EDU jedoch mit allen Mitteln für ein rigoroses Werbeverbot hinsichtlich Nikotin und Alkohol einsetzen. Wir tun dies aus moralischen, ethischen, jedoch auch aus gesundheitlichen Gründen, und zwar vor dem Hintergrund einer zunehmenden Verelendung weiter Bevölkerungskreise aufgrund der Einnahme von Suchtmitteln, und der Alkohol ist bekanntlich die Einstiegsdroge Nummer eins.

Alkohol- und Tabakmissbrauch im besonderen, Suchtprobleme im allgemeinen haben epidemische Ausmasse angenommen. Wie schon von Vorrednern erwähnt wurde, haben wir eine halbe Million Nikotinkonsumenten, und rund 150 000 Alkoholsüchtige werden betreut. 10 000 Tabaktote und 3000 Alkoholtote jährlich verursachen nicht nur ständig höhere soziale und wirtschaftliche Folgekosten, sondern auch unermessliches menschliches Leid. Dabei sind nicht nur die Konsumenten Leidtragende, sondern vorab auch Kinder, Jugendliche, Ehefrauen und ganze Familien.

Es ist deshalb höchste Zeit, vorab präventiven Massnahmen erste Priorität zu geben, zu denen das vorgeschlagene Werbeverbot zu zählen ist. Die immer aggressiver werdende Alkohol- und Nikotinwerbung muss gestoppt werden, damit sie nicht weiterhin Jugendliche zu einem risikoreichen Konsumentscheid verführt. Ein Werbeverzicht erhöht die Glaubwürdigkeit unserer Gesundheits- und Drogenpolitik. Es ist zudem eine kostengünstige Prävention, sehr wirkungsvoll, was Beispiele im Ausland, z. B. Norwegen, Kanada und Neuseeland, klar belegen. Ich habe hier andere Zahlen als gewisse Vorredner.

Aufgrund der verheerenden Auswirkungen der Suchtkrankheiten sollte es einleuchtend, logisch und zwingend sein, die vorgeschlagenen Initiativen zu unterstützen. In den Prospekten der letzten Wahl, von 1991, werden von allen Parteien der Schutz der Jugendlichen und die Förderung des Volkswohls grosssprecherisch aufgeführt. Um so erstaunter und bedrückter bin ich, dass vorab alle sogenannt bürgerlichen und liberalen Parteien hier das Gegenteil vertreten und damit ernsthafte Bestrebungen von Aerzten, Fürsorgern und Seelsorgern torpedieren. Das Hohelied der individuellen Freiheit ist hier fehl am Platz und ein Schwanengesang politisch-gesellschaftlicher Selbstzerstörung.

Unter dem hier matt und wenig überzeugenden Argument der Handels- und Gewerbefreiheit versucht eine Allianz der verschiedenen Lobbys von Schnapsfabrikanten, Weinhändlern und Tabakwarenproduzenten und der von dieser unheilvollen Werbung profitierenden Medien, ein Werbeverbot zu verhindern. Kurzsichtig und vorab finanzielle Interessen vertretend unterstützen diese Kreise ein äusserst widersprüchliches Verhalten im Hinblick auf unsere Volksgesundheit. Im kommenden Abstimmungskampf werden diese Lobbys mit reichhaltigen Geldmitteln und massiver Unterstützung der teilweise von

ihnen abhängigen Medien versuchen, durch irreführende Argumentationen eine Weiterführung der zweifelhaften Werbemethoden zu ermöglichen.

Ich bin trotzdem zuversichtlich, dass das Schweizervolk einer Drosselung der Alkohol- und Nikotinwerbung zustimmt und damit wichtige Signale zur Verbesserung unserer Volksgesundheit setzen wird.

**Frau Stamm Judith:** Wie Sie auf der Fahne sehen, gehöre ich zur Minderheit, welche die Zwillings-Initiativen unterstützt. Es ist aber jetzt meine Aufgabe, Ihnen die Meinung der CVP-Fraktion nahezubringen.

Die erdrückende Mehrheit der CVP-Fraktion empfiehlt Ihnen, die beiden Volksinitiativen zur Ablehnung zu empfehlen, auf den Gegenvorschlag des Bundesrates nicht einzutreten, die Motion des Ständerates (93.3026) als Motion zu überweisen und das Kommissionspostulat (93.3240) anzunehmen.

Die CVP-Fraktion ist bedrückt über das grosse Leid, das süchtiger Genuss von alkoholischen Getränken und Tabakkonsum den betroffenen Menschen und ihren Familien bringt. Sie sieht die grossen volkswirtschaftlichen Schäden, die durch diese Suchtkrankheiten entstehen. Die CVP-Fraktion ist aber der Meinung, dass ein Verbot der Alkohol- und Tabakwerbung, das über die bestehenden Verbote, insbesondere in Radio und Fernsehen, hinausgeht, unverhältnismässig ist. Der erwartete Erfolg des Verbotes, der umstritten ist, rechtfertigt nach Ansicht der CVP-Fraktion die grosse Einschränkung in der wirtschaftlichen Tätigkeit der Werbe- und Genussmittelindustrie nicht. Erfolg in der Eindämmung von Suchtverhalten, gerade auch bei jungen Menschen, erwartet die CVP-Fraktion einerseits von beispielhaftem Verhalten – es wurde bereits gesagt – von Eltern, Lehrerinnen und Lehrern, Aerztinnen und Ärzten, Politikerinnen und Politikern und anderen meinungsbildenden Personen. Die Macht des lebenden Beispiels soll nicht überschätzt, aber auch auf gar keinen Fall unterschätzt werden.

Besonders wichtig erscheint der CVP-Fraktion aber in dieser Beziehung die Prävention, die Gesundheitserziehung. Auch in anderen Ländern ist festzustellen, dass ein Werbeverbot vor allem im Verbund mit anderen Massnahmen wie Prävention, Verteuerung, Beschränkung der Zugänglichkeit von Genussmitteln eine Eindämmung des Konsums bringen kann.

Die CVP-Fraktion empfiehlt Ihnen daher, die Motion des Ständerates als Motion anzunehmen, ungeachtet der juristischen Zweifel, die hier aufgetreten sind. Der Bundesrat soll möglichst rasch eine Vorlage unterbreiten, die es erlaubt, aus der Tabaksteuer einen angemessenen Anteil für Gesundheitserziehung und Prävention auf Stufe Bund und Kantone zur Verfügung zu stellen, ähnlich wie beim Alkoholzehntel. Selbstverständlich darf dadurch die Ablieferung an die AHV/IV nicht angetastet werden. Wir müssen uns eben klar darüber sein, dass Prävention und Gesundheitserziehung etwas kosten, und ich habe die Worte des SVP-Vertreters, der auch diese Meinung vertreten hat, gehört. Ich gebe zu, dass es eine zwiespältige Sache ist, Prävention zu betreiben und gleichzeitig auf den Plakatkänden für den Konsum von Alkohol und Tabak zu werben. Immerhin erwarten wir von der Gesundheitserziehung die Entwicklung der Fähigkeit, mit Werbung verantwortlich umzugehen. Es erscheint der CVP-Fraktion nämlich auch zwiespältig, aus dem Ertrag des legalen Anbaus, der legalen Vermarktung von Alkohol und Tabak zwar die AHV/IV zu alimentieren, gleichzeitig aber die Werbung zu verbieten.

Wir lehnen daher auch den Gegenvorschlag des Bundesrates ab, der allen etwas bringen will. Er wird die Werbung ein bisschen einschränken, um dann offenbar ein bisschen Erfolg zu bringen. Für die Anwendung ist er recht schwerfällig!

Die Situation scheint uns zu vielschichtig, als dass wir hier Zensuren wie «ethisch» oder «unethisch» austeilen oder einstecken wollen.

Aus Anlass dieses Geschäftes schlagen wir Ihnen ein Kommissionspostulat vor. Es soll der Planung und Koordination sämtlicher Massnahmen im Gesundheitswesen dienen.

Ich beantrage Ihnen, sich der Meinung der CVP-Fraktion anzuschliessen.

**M<sup>me</sup> Sandoz:** Le groupe libéral partage à l'unanimité l'opinion de la majorité de la commission, c'est-à-dire vous invite à inciter nos concitoyens à rejeter les deux initiatives, vous invite à ne pas entrer en matière sur le contre-projet du Conseil fédéral et à transformer la motion du Conseil des Etats (93.3026) en postulat. Je ne vais pas reprendre les arguments excellemment présentés par les rapporteurs et tout récemment encore par M. Vetterli. Je voudrais simplement ajouter quelques remarques ou peut-être quelques arguments nouveaux.

D'abord en ce qui concerne les initiatives, il s'agit de constater une fois encore que la Chancellerie fédérale a mal fait son travail. L'article 69 alinéa 2 de la loi fédérale sur les droits politiques demande à la Chancellerie fédérale de corriger les titres lorsqu'ils induisent les citoyens en erreur. Dire que ces initiatives sont pour la prévention des problèmes liés à l'alcool et au tabac, c'est induire un tout petit peu les citoyens en erreur. La première des initiatives contre l'alcool ne contient même pas le terme de «prévention», la deuxième a un petit terme alibi à l'alinéa premier, mais, dans l'un comme dans l'autre cas, ce qui est voulu, c'est l'interdiction de la publicité. Ce qui est, croit-on, le résultat de cette interdiction, c'est la prévention. Il n'est pas correct de donner un titre pour un but que d'aucuns croient atteindre alors que, précisément, c'est sur ce but-là que la contestation s'installe. Malheureusement, la Chancellerie nous habitude à ces négligences, à ces indulgences, à cette ignorance de la loi. Nous le déplorons, mais nous ne pouvons rien faire.

Le groupe libéral constate qu'il est juste de surcroît de séparer chacune des initiatives, parce qu'il n'y a pas beaucoup de points communs entre l'alcool et le tabac. Certes, les partisans d'une libéralisation des stupéfiants s'acharnent à assimiler l'alcool à un stupéfiant. Or, il faut constater que contrairement à ce qu'ils prétendent, l'alcool, lui, à la différence des stupéfiants, fait partie de la tradition culturelle de nos pays occidentaux. Si l'éthylisme est en soi un fléau contre lequel tout le monde reconnaît qu'il faut se battre, il faut admettre en revanche que tous les consommateurs d'alcool ne sont pas dépendants et que l'on se sent très peu alcoolique lorsque l'on mange un coq au vin, des filets de truite à la vaudoise, des moules poulette, voire le jambon du docteur dont chacun sait que la sauce est relevée au cognac.

En ce qui concerne le tabac, c'est vrai qu'il ne joue pas un rôle important en cuisine. C'est vrai aussi que lorsque quelqu'un fume, son voisin reçoit de la fumée dans les yeux et les narines. Mais il faut admettre que le tabac a été introduit dans nos pays occidentaux à un moment où les gens étaient assez bien élevés pour ne fumer qu'au fumoir et où l'on ignorait ses effets pernicieux sur la santé. Par conséquent, le tabac a pu acquérir ses lettres de noblesse et fait lui aussi partie d'une certaine tradition sociale occidentale.

C'est là que nos deux initiatives se rejoignent. En effet, le tabac comme l'alcool, puisqu'ils font partie d'une tradition culturelle ou sociale, sont entrés dans la vie économique des pays occidentaux. De plus, on constate que la culture de la vigne, des arbres fruitiers et du tabac est favorisée, développée, subventionnée parfois, par les pouvoirs publics qui espèrent, de cette façon, que l'on vendra beaucoup de produits qui rapporteront, qui permettront d'obtenir des impôts très favorables – je crois me souvenir – aux rentes AVS. Il y aurait donc une certaine duplicité à interdire la publicité d'un produit dont on favorise la culture, que l'on subventionne même.

Mais, cette publicité, en fait, à quoi sert-elle? M. Vetterli l'a très bien rappelé tout à l'heure: non pas à augmenter les besoins, mais à diriger ceux-ci, dans le cadre du marché, sur des produits choisis. Je vous renvoie pour ceci au débat qui a eu lieu dans cette salle le 29 janvier 1992 – vous pouvez le trouver dans le Bulletin officiel (BO 1992 N 78) – où notre excellent collègue Jean-Michel Gros attirait votre attention sur le fait que, dans les pays où la publicité était interdite, par exemple en Suède et en Norvège, la proportion de fumeurs de quinze ans s'élevait respectivement à 19 et à 36 pour cent du nombre des fumeurs, alors que dans un pays où la publicité est autorisée – les Pays-Bas – on avait constaté pendant ces vingt dernières années une diminution de l'ordre de 40 pour cent des fumeurs. M. Gros attirait aussi l'attention sur le fait que, dans les

pays où la publicité est autorisée, on a vu les gens fumer plutôt des cigarettes avec filtre que sans filtre, plutôt des tabacs doux que des tabacs forts, alors que dans les pays où elle est interdite ou bien où elle n'est pas pratiquée – je pense aux pays de l'Est – ces besoins n'ont été satisfaits que par des tabacs forts et des produits plus nocifs. Idem, d'ailleurs, pour l'alcool: on passe, grâce à la publicité, des alcools de mauvaise qualité à des alcools de meilleure qualité.

Voilà quelques motifs de refuser les initiatives. Mais regardons un instant le contre-projet, si vous le permettez. Le contre-projet a les défauts d'inapplicabilité, relevés d'ailleurs par M. Vetterli et par les rapporteurs. Mais je dirai que le groupe libéral s'oppose à ce contre-projet encore pour deux raisons: la première, c'est que nous sommes toujours, par principe, opposés à des contre-projets qui sont une atteinte à la volonté populaire. Lorsqu'une initiative est déposée, il faut que le peuple vote. Lui opposer un contre-projet, et en particulier un contre-projet indirect, c'est en général lui proposer de renoncer à modifier un texte sur lequel il exerce la maîtrise, le texte constitutionnel, pour introduire un texte sur lequel il n'exerce pas la maîtrise, le texte légal qui implique un référendum avec 50 000 signatures, et puis un référendum du peuple seulement. Cela est déjà faux et c'est une bonne raison de refuser l'entrée en matière.

Mais il y a une deuxième raison qui a été fort bien évoquée par les rapporteurs, et notamment par M. Ducret, c'est que si nous refusons l'entrée en matière, nous ne livrons pas le peuple suisse à l'horreur d'une publicité débridée. Nous avons déjà deux dispositions: l'une concerne l'article 60 de la loi fédérale sur les denrées alimentaires, que vous avez adoptée en vote final des deux Chambres le 9 octobre 1992, qui prévoit précisément que le Conseil fédéral peut restreindre la publicité pour les boissons alcoolisées et pour le tabac lorsqu'elles concernent la jeunesse. De plus, cet article reste en vigueur jusqu'à ce que l'on introduise des dispositions plus restrictives dans la loi. Si nous n'introduisons donc pas le contre-projet du Conseil fédéral, nous avons l'article 60 qui va très bien.

En ce qui concerne la loi fédérale sur l'alcool, l'article 42b, qui existe déjà, pose le principe que la publicité n'est pas interdite, sauf dans certains domaines précis, comme par exemple les manifestations sportives, les transports publics, les concours. Subsiste de surcroît l'interdiction pour la radio et la télévision. Alors, nous savons que la publicité est plutôt favorable à la diminution de certaines consommations, nous savons que les contre-projets ne sont pas démocratiques. Ce sont, outre tous les motifs déjà évoqués, de bonnes raisons de suivre la proposition de la majorité de la commission.

**Reimann Maximilian**, Berichterstatte: Erlauben Sie mir drei kurze Bemerkungen zu einigen heute vormittag abgegebenen Voten.

Zunächst zu Frau Grendelmeier und zu Frau Caspar-Hutter: Sie haben die raffinierten Methoden der Werbung, die sich insbesondere an die Jugend richtet, gegeißelt und leiten daraus Ihre Forderung nach dem totalen Verbot ab. Die Werbung um die Jugendlichen ist gar nicht besonders erfolgreich in der Schweiz, das beweist die Statistik aus dem Jahre 1992, und sie stammt aus dem Bundesamt für Gesundheitswesen. 1992 haben wir einen markanten Konsumrückgang bei Zigaretten festzustellen: Nicht mehr 34 Prozent der Schweizer Bevölkerung wie 1991, sondern nur noch 31 Prozent haben im letzten Jahr geraucht. Deutlich unter dem Durchschnitt liegen die Jugendlichen. Bei den 15- bis 17-jährigen sind es durchschnittlich 14 Prozent, bei den 18- bis 20-jährigen 29 Prozent. Ich erinnere daran: Der Schweizer Durchschnitt liegt bei 31 Prozent. Am grössten war der Rückgang bei den 20- bis 24-jährigen: Dort hat die Zahl der Raucher um 7 Prozent abgenommen. Dieser Rückgang ist gesundheitspolitisch sehr erfreulich. Er ist aber ohne Verbot zustande gekommen. Der Trend läuft denn auch weiterhin in Richtung abnehmender Konsum. Wir brauchen also den Staatsvogt nicht, der uns ein totales Verbot bringen würde.

Eine zweite Bemerkung, an die Adresse von Herrn Wick: Sie haben uns den schrecklichen Fall der 35-jährigen Frau geschildert, die an Lungenkrebs gestorben ist. Das ist sicher eine be-

dauerliche Tatsache, aber Sie sind uns den Nachweis schuldig geblieben, dass dieser Fall auf die Tabakwerbung zurückzuführen ist. Dieser Fall wäre auch in einem Land denkbar gewesen, das die Werbung für Tabak generell verbietet. Dieser tragische Fall wäre vermutlich nur in einem Land zu vermeiden gewesen, das den Konsum grundsätzlich verbietet. Aber heute morgen ist in diesem Hause in keinem einzigen Votum gefordert worden, dass wir den Tabakkonsum generell verbieten sollten. Da geht auch Frau Grendelmeier sicher mit mir einig, und ich bin froh, dass wir uns endlich einmal in einer sachpolitischen Frage einig sind.

Dritte Bemerkung, an die Adresse von Herrn Zwygart und an die Adresse einiger anderer Sprecher von heute morgen: Herr Zwygart hat mehrmals auf die hohe Zahl von 10 000 Todesfällen verwiesen, die auf die Ursache Tabakkonsum zurückzuführen sind. Diese Zahl ist zwar auch amtlich und in der Botschaft festgeschrieben. Aber ich muss hier unbedingt auf das Votum von Professor Peter Atteslander verweisen, der bei den Hearings im Rahmen der ständerätlichen Kommission diese Zahl als höchst fragwürdig bezeichnet hat. Sie halte der wissenschaftlichen Kritik nicht stand, und weil sie derart mit Fehlern belastet sei, öffne sie dem Missbrauch Tür und Tor. Herr Zwygart, natürlich sterben Menschen am Ueberkonsum von Tabak. Wenn wir das verhindern wollen, kommen auch wir bei dieser Frage nicht darum herum, den Konsum von Tabakwaren generell zu verbieten.

Sie sehen also: Die Debatte von heute morgen hat keineswegs neue Argumente dafür gebracht, dass die angepeilten Verbote wirklich nötig und unabdingbar wären, im Gegenteil. Sie bestätigt, dass Ständerat und Kommissionmehrheit den richtigen Kurs eingeschlagen haben, nämlich ein Nein zu totalen Verboten, ein Nein aber auch zum untauglichen und unpraktikablen Kompromiss des Bundesrates, ein Ja zu mehr tauglichem Schutz der Jugend und vor allem zu einer Verstärkung der Prävention.

**M. Ducret**, rapporteur: Une seule considération de caractère personnel, si vous le permettez. A entendre certains partisans des initiatives, je suis amené à constater qu'ils ne sont pas inspirés par un grand souffle, par un grand esprit de tolérance. Lorsque j'entends certains – je devrais dire certaines d'entre eux –, fumeurs invétérés et empoisonneurs notoires, parler de double langage, de schizophrénie, de cynisme et d'immoralité, je suis contraint de leur renvoyer ces compliments.

L'alcool et le tabac appartiennent à ces phénomènes de société qui exigent des modifications et des adaptations des comportements individuels. Avant de donner des leçons de conduite, ne pensez-vous pas qu'il conviendrait, dans ce domaine comme dans bien d'autres, d'adopter un comportement cohérent et responsable?

Cela étant, en tant que non fumeur, et habituellement indisposé par la fumée des autres, je constate qu'il n'existe en Suisse aucune disposition particulière qui protège du tabagisme involontaire ou passif, alors que l'on sanctionne les abus d'alcool lorsqu'ils sont susceptibles de mettre en danger la vie d'autrui.

Dès lors, Madame la Conseillère fédérale, c'est dans ce domaine comme dans celui de la prévention en faveur de la jeunesse que le gouvernement doit agir en priorité. Tous les efforts que vous pourrez déployer dans cette direction seront soutenus par le Parlement, j'en suis convaincu.

**M<sup>me</sup> Dreifuss**, conseillère fédérale: Merci à tous ceux qui sont intervenus dans ce débat dont je considère qu'il a été passionnant et qu'il a apporté énormément d'arguments, qu'il a aussi soulevé la gravité du problème auquel nous sommes confrontés, même si je n'ai pas le sentiment que les conclusions face à la gravité de ce problème aient été tirées par tous les intervenants, en tout cas pas de la même façon.

Je crois que personne ne peut minimiser les problèmes de santé dus à la consommation d'alcool et de tabac. Leur nocivité sur la santé n'est plus contestée aujourd'hui par personne et elle fait l'objet de nombreux travaux scientifiques. Nous en avons fait état dans le message également et je crois que sur ce plan-là la seule question qui se pose est de savoir comment

nous pouvons agir contre des substances dont la consommation fait payer un tribut extraordinaire à notre société. Imagine-t-on d'autres substances dont on estimerait qu'elles sont responsables de la mort de plus de 11 000 personnes, ce qui est le cas en Suisse pour les conséquences du tabac et de l'alcool, et qui ne susciteraient pas une volonté politique d'agir? Et comment est-ce qu'on pourrait, connaissant les effets de ces substances, accepter que dans ce pays 100 000 personnes par année commencent à s'adonner à l'usage, par exemple, du tabac? Comment accepter que parmi ces 100 000 personnes 60 000 soient des personnes de moins de 20 ans, c'est-à-dire effectivement de jeunes personnes qui entrent dans un marché – parce qu'il s'agit en fait d'un marché – dont nous connaissons les conséquences néfastes? Et qui, connaissant les répercussions néfastes de l'alcool, pourrait sans frémir penser que la Suisse est un des pays qui se caractérise par un taux de consommation élevé, puisque nous nous trouvons au quatrième rang des pays d'Europe en ce qui concerne la consommation de boissons alcooliques?

Je n'entrerai pas ici dans une bataille sur les chiffres et sur les variations légères dans la consommation, notamment celles qui ont eu lieu au cours des dernières années et dont il y a lieu de penser, en ce qui concerne l'alcool, qu'une légère diminution de la consommation est due avant tout à la baisse du pouvoir d'achat et à la situation économique défavorable que l'on constate actuellement en Europe. Le tabac est aujourd'hui la principale cause de décès qui est susceptible d'être prévenue dans les pays développés. C'est de cela dont nous devons discuter: pouvons-nous contribuer à la prévention de cette cause de décès? Beaucoup d'orateurs sont intervenus, avec raison, pour souligner que les causes pour lesquelles on s'adonne à la consommation du tabac ou de l'alcool sont multiples. Ces causes sont multiples, elles ont été énoncées, elles sont également culturelles, comme l'a souligné M<sup>me</sup> Sandoz, cela ne signifie pas non plus que l'on puisse minimiser leurs effets ou faire de subtiles nuances entre des consommations de substances nocives parce qu'elles sont bien intégrées dans le cadre culturel dans lequel nous vivons. Je crois que c'est à la physiologie qu'il faut faire appel pour savoir quels sont effectivement les dégâts sur l'organisme humain.

Mais, je ferme cette parenthèse pour dire qu'effectivement les causes sont multiples et que de ce fait les réponses que l'on doit y apporter sont également multiples. Seuls des paquets de mesures, d'actions préventives, peuvent nous amener à notre but principal, qui est d'éviter que des jeunes personnes entrent dans le cycle de la consommation de ces substances, deviennent dépendantes de ces substances et de leur consommation. Et il est clair que les meilleurs résultats peuvent être attendus d'une combinaison, par exemple d'une politique des prix qui rende le seuil également de la consommation plus élevé, de campagnes antitabac – elles se sont développées ces dernières années, y compris dans les écoles et cela est très positif – et d'une limitation de la publicité.

Tous les orateurs qui ont souligné que la restriction de la publicité seule ne permettait pas d'arriver au résultat escompté ont raison. Mais cela n'est pas un argument pour éviter que, dans le paquet de mesures que nous devons mettre en place, les restrictions à la publicité trouvent également leur place.

La situation en Europe montre que la Suisse est loin d'être en avance dans ce domaine. Elle est dans une position, hélas, très lourde de conséquences en ce qui concerne la consommation, notamment d'alcool; elle ne l'est pas en ce qui concerne la détermination politique à lutter contre les conséquences de cette consommation. Nous sommes plutôt en retrait par rapport à la plupart des autres pays d'Europe occidentale. La publicité pour le tabac est totalement interdite en Finlande, en France, en Islande, en Italie, en Norvège, au Portugal et depuis hier en Suède. L'Espagne est actuellement en train d'examiner la question d'une interdiction totale de cette publicité. La Belgique, l'Irlande et le Luxembourg connaissent des réglementations qui sont beaucoup plus restrictives que les nôtres. Et tous ces pays ont répondu aux préoccupations exprimées par ailleurs dans le cadre de l'Organisation mondiale de la santé, et également par le Comité des ministres du Conseil de l'Europe qui préconise de limiter la publicité pour le

tabac et l'alcool. Je n'entre pas dans le détail de réglementations ou d'accords qui ont déjà été mis en place, notamment dans la Convention européenne sur la télévision transfrontières et dans le projet de directive de la commission de la CE qui devrait aussi aller dans le sens d'une interdiction de toute forme de publicité directe et indirecte pour le tabac.

On a beaucoup parlé de l'efficacité des interdictions de la publicité. On peut certainement entrer dans des batailles quant à l'analyse des résultats obtenus, et quant aux bases statistiques choisies. Le Conseil fédéral, dans son analyse de la situation, part de l'idée que combinée avec d'autres mesures, la restriction à la publicité a effectivement eu, dans les pays qui ont eu le courage politique de faire ce pas, sinon tous les effets espérés, du moins des effets sensibles quant à une baisse de la consommation et de l'entrée dans la consommation.

On a beaucoup parlé, en particulier M. Ducret, d'hypocrisie dans le débat qui nous préoccupe aujourd'hui. Le Conseil fédéral est très sensible à l'hypocrisie d'une société qui engage des moyens et qui voit des citoyens et des associations s'engager fermement dans la prévention contre l'usage et l'abus, en particulier du tabac et de l'alcool, et qui voit par ailleurs coexister ces efforts avec des dépenses bien plus importantes dans le domaine de la publicité. Et c'est contre cette hypocrisie-là, qui consiste à la fois à prévenir et à encourager, que nous devons agir.

Face à cette analyse, le Conseil fédéral a considéré que ces initiatives populaires répondaient certainement à un besoin réel, un besoin de santé publique grave, mais que les propositions faites avaient un certain nombre de défauts qui ont amené le Conseil fédéral à s'en distancer et à recommander une autre voie, celle du contre-projet indirect.

Les arguments qui ont convaincu le Conseil fédéral qu'il fallait choisir une autre voie que celle proposée par les initiatives tiennent au caractère absolu de l'entrave à la liberté d'information qui en résulterait, au principe de l'égalité de traitement qui serait difficile à appliquer étant donné que les supports publicitaires étrangers qui entreraient en Suisse ne pourraient pas être supprimés. Effectivement, et par un pragmatisme peut-être d'ailleurs exagéré, le Conseil fédéral a été sensible au fait que la suppression du sponsoring risquait de mettre à mal un certain nombre de manifestations culturelles, sportives et autres, à un moment où des alternatives quant au financement dans ce domaine se révéleraient certainement très difficiles à mettre en place.

Le Conseil fédéral a également, et c'est une position constante, regretté que dans l'initiative populaire «pour la prévention des problèmes liés au tabac» il y ait eu une affectation des recettes fiscales à une fin déterminée, ce qui réduirait la marge de manoeuvre de la Confédération en la matière.

L'argument formel qui prévaut contre beaucoup d'initiatives, puisque dans notre pays nous n'avons que la voie de l'initiative constitutionnelle et non celle de l'initiative législative, est que la base constitutionnelle était en fait déjà donnée; cela doit aussi être évoqué parmi les raisons pour lesquelles le Conseil fédéral a choisi une autre approche, celle du contre-projet indirect et de la modification des deux lois qu'il vous propose.

Il est vrai que le contre-projet indirect du Conseil fédéral va trop loin pour les uns, pas assez loin pour les autres, et que peu se sont engagés – je remercie d'autant plus ceux qui l'ont fait – en faveur de la ligne proposée par le Conseil fédéral. Car ce qu'il vous propose est effectivement une voie raisonnable et une voie moyenne. Il n'y a dans la position du Conseil fédéral aucune diabolisation de la consommation d'alcool et de tabac. Il n'y a aucune marque d'intolérance envers les personnes qui choisissent librement de s'adonner à cette consommation. Il y a tout simplement la volonté, et c'est de la bonne prévention, de ne pas banaliser ces substances auprès de la jeunesse par une publicité omniprésente. Et c'est dans ce sens que le Conseil fédéral vous propose de poser en principe, effectivement, l'interdiction de la publicité pour l'alcool et le tabac, de façon à éviter justement qu'elle soit omniprésente comme elle l'est aujourd'hui.

Il suffit de se promener dans la rue pour se rendre compte de la présence massive de cette publicité. Si elle est aussi massive ce n'est certainement pas parce qu'elle n'a aucun effet sur la

consommation, non seulement en termes de parts du marché, mais également d'attrait et d'entrée de nouveaux consommateurs. Il ne faut pas que cette publicité puisse apparaître dans des endroits fréquentés principalement par les jeunes, notamment au cinéma où elle est, aussi, massive par sa présence aujourd'hui; il ne faut pas qu'elle puisse être véhiculée par des médias qui s'adressent principalement aux jeunes. C'est le sens de la proposition qui vous est faite par le Conseil fédéral. Je n'ai pas besoin, à ce stade, d'entrer en détail dans le commentaire des propositions qui vous ont été faites et qui vous sont bien connues.

Ceux qui s'opposent soit à l'initiative, soit au contre-projet du Conseil fédéral – que je vous recommande pour ma part et en son nom d'accepter –, ceux qui s'opposent aux deux propositions qui veulent introduire de plus importantes mesures préventives contre les abus du tabac et de l'alcool, disent qu'ils souhaitent que d'autres mesures soient prises dans ce domaine et demandent quelles sont les intentions du Conseil fédéral en ce qui concerne les propositions de mesures qu'il pourrait prendre lui-même.

En ce qui concerne l'usage que le Conseil fédéral entend faire de l'article 60 de la loi fédérale sur les denrées alimentaires, dont le caractère transitoire a été souligné et qui demanderait de toute façon, pour pouvoir fonder une politique, un nouveau débat dont je ne suis pas sûre qu'il ne mènerait pas finalement aux mêmes discussions qu'aujourd'hui, il n'a pas au stade actuel de plan permettant de dire clairement qu'il ira au-delà de ce qu'il fait pour l'instant.

En effet, dans les mesures qu'il prend sur la base de la loi actuelle on voit qu'il va très loin dans la protection de la jeunesse en veillant à ce que toute une série d'éléments – par exemple: l'affichage, les annonces dans la presse écrite, la publicité dans les cinémas, le sponsoring, la distribution d'échantillons – connaissent tous des restrictions de façon à essayer d'éviter que la jeunesse soit interpellée directement là où elle se trouve réunie. Mais, la jeunesse est bien sûr soumise à cet espèce d'arrosage permanent de la publicité et elle ne peut pas y échapper. L'article 60 ne donne pas d'instruments en dehors de ces mesures ciblées.

En ce qui concerne les propositions mises au point par la commission du Conseil des Etats et par votre commission, le Conseil fédéral prend position de la façon suivante. Pour la motion de la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil des Etats, le Conseil fédéral partage l'avis de votre commission qu'il s'agit de la transformer en postulat et il s'efforcera alors de lui apporter le traitement le plus diligent possible. En effet, les raisons pour lesquelles il lui semble que cette transformation s'impose ou est recommandable tiennent surtout aux arguments suivants.

Le premier – c'est celui que j'ai déjà souligné –, c'est qu'en fait des mesures efficaces ne peuvent être prises que dans le cadre d'un train de mesures. Nous sommes en train de l'élaborer et nous avons déjà entrepris les travaux au sein de l'administration. Dans ce sens-là, cette motion encourage le Conseil fédéral à poursuivre sur une voie dans laquelle il s'est déjà engagé.

Mais, la solution proposée par la commission doit faire l'objet d'un examen encore plus approfondi pour deux raisons.

La première a déjà été soulignée. Il s'agirait d'examiner plusieurs modifications de la Constitution fédérale pour pouvoir effectivement réaliser les vœux de la motion. Dans ce sens-là, la forme du postulat est plus indiquée pour procéder à cet examen. La motion remet également fondamentalement en cause l'affectation de l'imposition du tabac qui est faite actuellement unilatéralement en faveur de l'AVS et de l'AI.

D'un côté, nous considérons qu'il ne serait pas judicieux d'affecter à deux objectifs la même somme ou la même taxation. D'un autre côté, nous considérons que la motion, par son libellé, aurait pour effet de geler de toute façon la possibilité de financer l'AVS et l'AI – par les ressources de la taxe – et d'affecter toute augmentation de la taxe au financement de la prévention contre les abus de la consommation du tabac. Nous pensons qu'il ne serait pas très responsable, face aux problèmes financiers qui risquent dans une dizaine ou une vingtaine d'années de se poser pour le financement de l'AVS et de l'AI, de

prélever à cette source-là un financement pour une autre tâche d'utilité publique. Au contraire, il conviendrait de le réserver au financement de la prévoyance vieillesse et de la prévoyance invalidité.

Voilà les raisons pour lesquelles, tout en considérant que le but poursuivi par la motion correspond aux efforts du Conseil fédéral, celui-ci vous invite à la transformer en postulat.

En ce qui concerne le postulat de la Commission des affaires juridiques du Conseil national, le Conseil fédéral propose de l'accepter. Il le considère aussi comme un encouragement aux efforts de coordination qu'il entreprend de façon continue.

### **Lebensmittelgesetz und Alkoholgesetz Loi sur les denrées alimentaires et loi sur l'alcool**

**Präsident:** Wir entscheiden zuerst über Eintreten oder Nicht-eintreten auf den indirekten Gegenvorschlag des Bundesrates. Wird Eintreten beschlossen, geht die Vorlage an die Kommission zurück.

#### *Antrag der Kommission*

##### *Mehrheit*

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates (= Nicht-eintreten)

##### *Minderheit*

(de Dardel, Bär, Bühlmann, von Felten, Herczog, Leuenberger Moritz, Marti Werner, Tschäppät Alexander)

##### *Eintreten*

#### *Proposition de la commission*

##### *Majorité*

Adhérer à la décision du Conseil des Etats (= ne pas entrer en matière)

##### *Minorité*

(de Dardel, Bär, Bühlmann, von Felten, Herczog, Leuenberger Moritz, Marti Werner, Tschäppät Alexander)

##### *Entrer en matière*

#### *Namentliche Abstimmung – Vote par appel nominal*

#### *Für den Antrag der Mehrheit stimmen:*

##### *Votent pour la proposition de la majorité:*

Allenspach, Aregger, Aubry, Baumberger, Berger, Bezzola, Binder, Bircher Peter, Bonny, Borer Roland, Borradori, Bortoluzzi, Bühler Simeon, Bühler Gerold, Bürgi, Caccia, Campionovo, Chevallaz, Cincera, Columberg, Comby, Cotti, Couchepin, Darbellay, Deiss, Dettling, Dreher, Ducret, Eggenberger, Eggly, Engler, Epiney, Etique, Eymann Christoph, Fehr, Fischer-Häggingen, Fischer-Seengen, Fischer-Sursee, Frey Claude, Frey Walter, Friderici Charles, Fritschi Oscar, Früh, Giezendanner, Giger, Gobet, Gros Jean-Michel, Guinand, Gysin, Hari, Heberlein, Hegetschweiler, Hess Otto, Hess Peter, Hildbrand, Iten Joseph, Jäggi Paul, Jenni Peter, Keller Anton, Kern, Kühne, Leu Josef, Leuba, Loeb François, Maitre, Mamie, Maspoli, Mauch Rolf, Miesch, Moser, Müller, Narbel, Neuenchwander, Oehler, Perey, Philipona, Poncet, Raggenbass, Reimann Maximilian, Rohrbasser, Ruckstuhl, Rychen, Sandoz, Savary, Scherrer Jürg, Scheurer Rémy, Schmied Walter, Schneider, Schwab, Segmüller, Seiler Hanspeter, Seiler Rolf, Spoerry, Stamm Judith, Stamm Luzi, Steinegger, Steinemann, Stucky, Suter, Theubet, Tschopp, Tschuppert Karl, Vetterli, Wanner, Wittenwiler, Wyss Paul, Wyss William, Zölich, Zwahlen (109)

#### *Für den Antrag der Minderheit stimmen:*

##### *Votent pour la proposition de la minorité:*

Aguet, Bär, Baumann, Bäumlín, Béguelin, Bischof, Blatter, Bodenmann, Borel François, Brügger Cyrill, Brunner Christiane, Bühlmann, Bundi, Carobbio, Caspar-Hutter, Danuser, de Dardel, David, Diener, Dormann, Dünki, Duvoisin, Fankhauser, Fasel, von Felten, Gardiol, Goll, Gonseth, Grendelmeier, Grossebacher, Haering Binder, Hafner Ursula, Haller, Hämmerle, Herczog, Hollenstein, Jeanprêtre, Jöri, Keller Rudolf, Ledergerber, Leuenberger Ernst, Maeder, Marti Werner,

Matthey, Meier Hans, Meier Samuel, Meyer Theo, Misteli, Pido, Rebeaud, Rechsteiner, Robert, Ruffy, Scherrer Werner, Schmid Peter, Sieber, Stalder, Steffen, Steiger, Strahm Rudolf, Thür, Tschäppät Alexander, Vollmer, Weder Hansjürg, Wick, Wiederkehr, Zbinden, Züger, Zwygart (69)

*Der Stimme enthalten sich – S'abstiennent:*  
Jaeger, Ruf (2)

*Abwesend sind – Sont absents:*  
Blocher, Cavadini Adriano, Daepf, Gross Andreas, Hafner Rudolf, Hubacher, Leemann, Leuenberger Moritz, Mauch Ursula, Maurer, Mühlemann, Nabholz, Nebiker, Pini, Rutishauser, Scheidegger, Spielmann, Ziegler Jean, Zisyadis (19)

*Präsident Schmidhalter stimmt nicht*  
*M. Schmidhalter, président, ne vote pas*

**Bundesbeschluss über die Volksinitiativen «zur Verminderung der Alkoholprobleme» und «zur Verminderung der Tabakprobleme» (Zwillings-Initiativen)**

**Arrêté fédéral concernant les initiatives populaires «pour la prévention des problèmes liés à l'alcool» et «pour la prévention des problèmes liés au tabac» (initiatives jumelles)**

*Eintreten ist obligatorisch*  
*L'entrée en matière est acquise de plein droit*

*Detailberatung – Discussion par articles*

**Entwurf A – Projet A**

**Titel**  
*Antrag der Kommission*  
Bundesbeschluss über die Volksinitiative «zur Verminderung der Alkoholprobleme»

**Titre**  
*Proposition de la commission*  
Arrêté fédéral concernant l'initiative populaire «pour la prévention des problèmes liés à l'alcool»

*Angenommen – Adopté*

**Ingress**  
*Antrag der Kommission*  
Die Bundesversammlung der Schweizerischen Eidgenossenschaft, nach Prüfung der am 11. Oktober 1989 eingereichten Volksinitiative «zur Verminderung der Alkoholprobleme», nach Einsicht in eine Botschaft des Bundesrates vom 9. März 1992, beschliesst:

**Préambule**  
*Proposition de la commission*  
L'Assemblée fédérale de la Confédération suisse, vu l'initiative populaire «pour la prévention des problèmes liés à l'alcool», déposée le 11 octobre 1989; vu le message du Conseil fédéral du 9 mars 1992, arrête:

*Angenommen – Adopté*

**Art. 1**  
*Antrag der Kommission*  
*Abs. 1*  
Die Volksinitiative «zur Verminderung der Alkoholprobleme» wird gültig erklärt und der Abstimmung von Volk und Ständen unterbreitet.

*Abs. 2*  
Die Volksinitiative lautet:  
«Die Bundesverfassung wird wie folgt ergänzt:

*Art. 32quinquies (neu)*  
*Abs. 1*  
Die Werbung für alkoholische Getränke und deren Marken ist untersagt, ebenso für Dienstleistungen und Güter, die in Wort, Bild oder Ton ihnen gleichen oder an sie erinnern. Die Bundesgesetzgebung kann in Sonderfällen beschränkte Ausnahmen gestatten.

*Abs. 2*  
Die Werbung für alkoholfreie Getränke muss klar als solche erkennbar sein.

*Uebergangsbestimmungen*  
*Abs. 1*  
Das Werbeverbot gemäss Artikel 32quinquies Absatz 2 tritt spätestens drei Jahre nach Annahme dieser Verfassungsbestimmung in Kraft.

*Abs. 2*  
Widerhandlungen gegen das Werbeverbot werden bis zum Inkrafttreten von Strafbestimmungen auf Gesetzesstufe gemäss Artikel 57 Absatz 2 Buchstabe a des Alkoholgesetzes bestraft.»

**Art. 1**  
*Proposition de la commission*  
*Al. 1*

L'initiative populaire «pour la prévention des problèmes liés à l'alcool» est déclarée valide et est soumise au vote du peuple et des cantons.

*Al. 2*  
L'initiative populaire a la teneur suivante:  
«La constitution est complétée comme il suit:  
*Art. 32quinquies (nouveau)*

*Al. 1*  
La publicité pour les boissons alcooliques et pour leurs marques est interdite; il en va de même pour les prestations de services et les marchandises qui leur ressemblent ou font penser à elles par le texte, l'image ou le son. La législation fédérale peut autoriser des exceptions limitées à des cas particuliers.

*Al. 2*  
La publicité pour les boissons sans alcool doit être clairement reconnaissable comme telle.

*Dispositions transitoires*  
*Al. 1*  
L'interdiction de la publicité visée à l'article 32quinquies entrera en vigueur au plus tard trois ans après l'acceptation de cette disposition constitutionnelle.

*Al. 2*  
Les violations de l'interdiction de la publicité seront punies, jusqu'à l'entrée en vigueur de dispositions pénales fixées par la loi, conformément à l'article 57 alinéa 2 lettre a de la loi fédérale sur l'alcool.»

*Angenommen – Adopté*

**Art. 2**  
*Antrag der Kommission*  
*Mehrheit*  
Die Bundesversammlung empfiehlt Volk und Ständen, die Volksinitiative zu verwerfen.

*Minderheit*  
(Grendelmeier, Bär, Bühlmann, de Dardel, von Felten, Herczog, Leuenberger Moritz, Stamm Judith, Tschäppät Alexander)  
.... die Volksinitiative anzunehmen.

**Art. 2**  
*Proposition de la commission*  
*Majorité*  
L'Assemblée fédérale recommande au peuple et aux cantons de rejeter l'initiative.

**Minorité**

(Grendelmeier, Bär, Bühlmann, de Dardel, von Felten, Herczog, Leuenberger Moritz, Stamm Judith, Tschäppät Alexander)

.... d'accepter l'initiative

**Namentliche Abstimmung – Vote par appel nominal****Für den Antrag der Mehrheit stimmen:****Votent pour la proposition de la majorité:**

Aregger, Baumberger, Berger, Bezzola, Binder, Blatter, Bonny, Borer Roland, Borradori, Bortoluzzi, Bühler Simeon, Bürgi, Caccia, Camponovo, Cavadini Adriano, Chevallaz, Cincera, Comby, Cotti, Couchepin, Danuser, Darbellay, David, Deiss, Dettling, Dreher, Ducret, Duvoisin, Eggenberger, Eggly, Engler, Epiney, Etique, Eymann Christoph, Fehr, Fischer-Hägglingen, Fischer-Seengen, Fischer-Sursee, Frey Claude, Frey Walter, Friderici Charles, Fritschi Oscar, Früh, Giezendanner, Giger, Gobet, Gros Jean-Michel, Grossenbacher, Guinand, Gysin, Hari, Heberlein, Hegetschweiler, Hess Otto, Hess Peter, Hildbrand, Iten Joseph, Jaeger, Jäggi Paul, Jenni Peter, Keller Anton, Kern, Kühne, Leu Josef, Leuba, Leuenberger Ernst, Loeb François, Maitre, Mamie, Maspoli, Matthey, Mauch Rolf, Meyer Theo, Miesch, Moser, Narbel, Neuenchwander, Oehler, Perey, Philipona, Pidoux, Poncet, Ragenbass, Reimann Maximilian, Rohrbasser, Ruckstuhl, Rychen, Sandoz, Savary, Scherrer Jürg, Scheurer Rémy, Schmied Walter, Schnider, Schwab, Segmüller, Seiler Hanspeter, Spoerry, Stamm Luzi, Steinegger, Steinemann, Stucky, Suter, Theubet, Tschopp, Tschuppert Karl, Vetterli, Wanner, Wittenwiler, Wyss Paul, Wyss William, Zölch, Zwahlen (112)

**Für den Antrag der Minderheit stimmen:****Votent pour la proposition de la minorité:**

Aguet, Bär, Baumann, Bäumlín, Béguelin, Bircher Peter, Bischof, Bodenmann, Borel François, Brügger Cyrill, Brunner Christiane, Bühlmann, Bundi, Carobbio, Caspar-Hutter, de Dardel, Diener, Dünki, Fankhauser, Fasel, von Felten, Goll, Gonseth, Grendelmeier, Hafner Rudolf, Hafner Ursula, Haller, Hämmerle, Herczog, Hollenstein, Jeanprêtre, Jöri, Keller Rudolf, Ledergerber, Maeder, Meier Hans, Meier Samuel, Misteli, Müller, Rechsteiner, Robert, Scherrer Werner, Schmid Peter, Seiler Rolf, Sieber, Stalder, Stamm Judith, Steffen, Steiger, Strahm Rudolf, Thür, Tschäppät Alexander, Vollmer, Weder Hansjürg, Wick, Wiederkehr, Zbinden, Zwiggart (58)

**Der Stimme enthalten sich – S'abstiennent:**

Dormann, Gardiol, Haering Binder, Marti Werner, Rebeaud, Ruf, Ruffy, Züger (8)

**Abwesend sind – Sont absents:**

Allenspach, Aubry, Blocher, Bühler Gerold, Columberg, Daepf, Gross Andreas, Hubacher, Leemann, Leuenberger Moritz, Mauch Ursula, Maurer, Mühlemann, Nabholz, Nebiker, Pini, Rutishauser, Scheidegger, Spielmann, Ziegler Jean, Zisyadis (21)

**Präsident Schmidhalter stimmt nicht**

M. Schmidhalter, président, ne vote pas

**Gesamtabstimmung – Vote sur l'ensemble**

Für Annahme des Entwurfes 106 Stimmen  
Dagegen 50 Stimmen

**Entwurf B – Projet B****Titel****Antrag der Kommission**

Bundesbeschluss über die Volksinitiative «zur Verminderung der Tabakprobleme»

**Titre****Proposition de la commission**

Arrêté fédéral concernant l'initiative populaire «pour la prévention des problèmes liés au tabac»

**Angenommen – Adopté****Ingress****Antrag der Kommission**

Die Bundesversammlung der Schweizerischen Eidgenossenschaft, nach Prüfung der am 11. Oktober 1989 eingereichten Volksinitiative «zur Verminderung der Tabakprobleme», nach Einsicht in eine Botschaft des Bundesrates vom 9. März 1992, beschliesst:

**Préambule****Proposition de la commission**

L'Assemblée fédérale de la Confédération suisse, vu l'initiative populaire «pour la prévention des problèmes liés au tabac», déposée le 11 octobre 1989; vu le message du Conseil fédéral du 9 mars 1992, arrête:

**Angenommen – Adopté****Art. 1****Antrag der Kommission****Abs. 1**

Die Volksinitiative «zur Verminderung der Tabakprobleme» wird gültig erklärt und der Abstimmung von Volk und Ständen unterbreitet.

**Abs. 2**

Die Volksinitiative lautet:

«Die Bundesverfassung wird wie folgt ergänzt:

**Art. 32sexies (neu)****Abs. 1**

Vom Ertrag der fiskalischen Belastung der Tabakwaren ist, unter Einbezug der Kantone, mindestens ein Prozent zur Verhütung tabakbedingter Krankheiten zu verwenden.

**Abs. 2**

Die Werbung für Tabakwaren und deren Marken ist untersagt, ebenso für Dienstleistungen und Güter, die in Wort, Bild oder Ton ihnen gleichen oder an sie erinnern. Die Bundesgesetzgebung kann in bestimmten Sonderfällen beschränkte Ausnahmen gestatten.

**Uebergangsbestimmungen****Abs. 1**

Das Werbeverbot gemäss Artikel 32sexies tritt spätestens drei Jahre nach Annahme dieser Verfassungsbestimmung in Kraft.

**Abs. 2**

Widerhandlungen gegen das Werbeverbot werden bis zum Inkrafttreten von Strafbestimmungen auf Gesetzesstufe gemäss Artikel 57 Absatz 2 Buchstabe a des Alkoholgesetzes bestraft.»

**Art. 1****Proposition de la commission****Al. 1**

L'initiative populaire «pour la prévention des problèmes liés au tabac» est déclarée valide et est soumise au vote du peuple et des cantons.

**Al. 2**

L'initiative populaire a la teneur suivante:

«La Constitution fédérale est complétée comme il suit:

**Art. 32sexies (nouveau)****Al. 1**

Un pour cent au moins du produit de l'imposition du tabac doit être utilisé, avec le concours des cantons, à la prévention des maladies dues au tabac.

**Al. 2**

La publicité pour le tabac et ses marques est interdite; il en va de même pour les prestations de services et les marchandises qui leur ressemblent ou font penser à elles, par le texte, l'image ou le son. La législation fédérale peut autoriser des exceptions limitées dans des cas particuliers.

*Dispositions transitoires***Al. 1**

L'interdiction de la publicité visée à l'article 32sexies alinéa 2 entrera en vigueur au plus tard trois ans après l'acceptation de cette disposition constitutionnelle.

**Al. 2**

Les violations de l'interdiction de la publicité seront punies jusqu'à l'entrée en vigueur de dispositions pénales fixées par la loi, conformément à l'article 57 alinéa 2 lettre a de la loi fédérale sur l'alcool.»

*Angenommen – Adopté***Art. 2***Antrag der Kommission**Mehrheit*

Die Bundesversammlung empfiehlt Volk und Ständen, die Volksinitiative zu verwerfen.

*Minderheit*

(Grendelmeier, Bär, Bühlmann, de Dardel, von Felten, Herczog, Leuenberger Moritz, Stamm Judith, Tschäppät Alexander)

.... die Volksinitiative anzunehmen.

*Antrag Wick*

.... die Volksinitiative anzunehmen.

**Art. 2***Proposition de la commission**Majorité*

L'Assemblée fédérale recommande au peuple et aux cantons de rejeter l'initiative.

*Minorité*

(Grendelmeier, Bär, Bühlmann, de Dardel, von Felten, Herczog, Leuenberger Moritz, Stamm Judith, Tschäppät Alexander)

.... d'accepter l'initiative.

*Proposition Wick*

.... d'accepter l'initiative.

**Präsident:** Frau Grendelmeier hat ihren Antrag auf Abstimmung unter Namensaufruf zurückgezogen.

*Abstimmung – Vote*

Für den Antrag der Mehrheit	104 Stimmen
Für den Antrag der Minderheit/Wick	52 Stimmen

*Gesamtabstimmung – Vote sur l'ensemble*

Für Annahme des Entwurfes	105 Stimmen
Dagegen	51 Stimmen

*An den Ständerat – Au Conseil des Etats*

93.3026

**Motion des Ständerates (SGK-SR 92.031)****Förderung von Prävention und Gesundheitserziehung****Motion du Conseil des Etats (CSSS-CE 92.031)****Encouragement de la prévention et de l'éducation pour la santé***Wortlaut der Motion vom 2. März 1993*

Der Bundesrat wird aufgefordert, eine Vorlage auszuarbeiten, damit aus der Tabaksteuer ein angemessener Anteil der Steuer für Gesundheitserziehung und Prävention auf der Stufe Bund und Kantone zur Verfügung steht.

Die Leistung darf nicht zu Lasten der Ablieferung an die AHV/IV ausgestaltet werden.

*Texte de la motion du 2 mars 1993*

Le Conseil fédéral est chargé d'élaborer un projet afin de mettre à disposition de la Confédération et des cantons une part appropriée du produit de l'imposition du tabac à des fins d'éducation pour la santé et de prévention.

Cette prestation ne doit pas se faire au détriment des taxes prélevées en faveur de l'AVS/AI.

*Antrag der Kommission*

Ueberweisung der Motion als Postulat beider Räte

*Proposition de la commission*

Adopter la motion sous la forme d'un postulat des deux conseils

**Präsident:** Der Bundesrat ist damit einverstanden.

*Ueberwiesen als Postulat – Transmis comme postulat*

93.3240

**Postulat RK-NR 92.031****Massnahmen gegen Gefährdungen der Gesundheit****Postulat CAJ-CN 92.031****Mesures en matière de lutte contre les dangers pour la santé***Wortlaut des Postulates vom 3. Mai 1993*

Der Bundesrat hat der Kommission, eventuell den eidgenössischen Räten, einen Bericht und Vorschläge zu unterbreiten, ob und wie die Aktivitäten und Massnahmen des Bundes im Kampf gegen die verschiedenen Gefährdungen der Gesundheit wie beispielsweise Drogen, Betäubungsmittel, Medikamentenmissbrauch, Alkohol, Tabak, Luftverschmutzung, Radioaktivität etc. besser koordiniert und aufgrund einer allgemeinen übersichtlichen Strategie nach Prioritäten geordnet optimiert werden könnten.

*Texte du postulat du 3 mai 1993*

Le Conseil fédéral est invité à soumettre à la commission, éventuellement aux Chambres fédérales, un rapport et des propositions sur la question de savoir si et comment les activités et les mesures de la Confédération en matière de lutte contre les différents dangers pour la santé tels que l'abus de drogues, de stupéfiants, de médicaments, d'alcool et de tabac, la

## **Verminderung der Tabak- und Alkoholprobleme. Volksinitiativen**

## **Prévention des problèmes liés au tabac et a l'alcool. Initiatives populaires**

In	Amtliches Bulletin der Bundesversammlung
Dans	Bulletin officiel de l'Assemblée fédérale
In	Bollettino ufficiale dell'Assemblea federale
Jahr	1993
Année	
Anno	
Band	III
Volume	
Volume	
Session	Sommersession
Session	Session d'été
Sessione	Sessione estiva
Rat	Nationalrat
Conseil	Conseil national
Consiglio	Consiglio nazionale
Sitzung	02
Séance	
Seduta	
Geschäftsnummer	92.031
Numéro d'objet	
Numero dell'oggetto	
Datum	02.06.1993 - 08:00
Date	
Data	
Seite	890-908
Page	
Pagina	
Ref. No	20 022 741

Dieses Dokument wurde digitalisiert durch den Dienst für das Amtliche Bulletin der Bundesversammlung.

Ce document a été numérisé par le Service du Bulletin officiel de l'Assemblée fédérale.

Questo documento è stato digitalizzato dal Servizio del Bollettino ufficiale dell'Assemblea federale.