

Mediencommuniqué

24. September 2009

Hauchdünner Entscheid : Parlament gibt Alkoholwerbung am Fernsehen frei

Medienförderung statt Jugendschutz

Die politische Sensibilität für Jugendschutz und Alkoholprävention ist massiv gestiegen. Dieses positive Fazit ziehen die Schweizer Suchtfachleute nach der heftig umstrittenen Debatte über die Aufhebung des Werbeverbots für Bier und Wein am Fernsehen. Gleichzeitig kritisieren sie scharf, dass das Parlament die Interessen der Werbe- und Medienbranche schlussendlich höher gewichtet hat als den Jugend- und Familienschutz.

Der Bundesrat hat im November 2008 bekannt gemacht, dass er das Alkoholwerbeverbot am Fernsehen aufheben will, um den Abschluss eines Filmförderungsabkommens mit der EU zu ermöglichen. Drei Mal hat sich der Ständerat in den vergangenen Monaten diesem Ansinnen widersetzt; der Nationalrat hat dagegen drei Mal an der Freigabe der Alkoholwerbung festgehalten. Mit einer Stimme Unterschied hat die Einigungskonferenz gestern nun doch der Aufhebung des Werbeverbots zugestimmt. Heute hat nun auch der Ständerat nachgegeben.

Die Schweizer Suchtfachleute haben gemeinsam gegen das Liberalisierungsvorhaben des Bundesrates gekämpft, ebenso die Kinder-, Jugend-, Eltern- und Familienorganisationen der Schweiz, die Berufsverbände der Lehrer und Polizeibeamten sowie der Schweizerische Städteverband. Gerade das Medium Fernsehen verwebt Produkteinformation mit Emotion und Lifestyle. Besonders anfällig für diese einseitig positiven Werbebotschaften sind die Jugendlichen. In Zeiten wachsender Problemlasten – Rauschtrinken, Gewaltexzesse unter Alkoholeinfluss, Lärm, Littering, Vandalismus – wäre die Politik gefordert gewesen, durch das Setzen zurückhaltender Rahmenbedingungen ihren Beitrag zur Vermeidung von Alkoholproblemen zu leisten.

Entsprechend enttäuscht sind die Suchtfachleute angesichts der hauchdünnen Entscheidung : Das Parlament gewichtet damit die kommerziellen Interessen der Alkoholindustrie, der Fernsehstationen (insbesondere der SRG) und der Werbebranche höher als den Jugendschutz. Während diese Zweige betriebswirtschaftlich profitieren, bleiben die volkswirtschaftlichen Folgekosten der Allgemeinheit überlassen – bereits heute verursacht der Alkoholmissbrauch in der Schweiz jährliche Folgekosten von 6.5 Milliarden Franken.

Positiv werten die Schweizer Suchtfachleute, dass die Frage der Alkoholwerbung so intensiv und kontrovers diskutiert wurde. Es zeigt sich, dass bei den politischen Entscheidungsträgern in den letzten Jahren ein Umdenken stattgefunden hat und das Bewusstsein für die Notwendigkeit von Jugendschutzmassnahmen im Alkoholbereich enorm gestiegen ist. Das ist für die bevorstehenden Revisionen von Lebensmittel- und Alkoholgesetz ein ermutigendes Zeichen.

Weitere Informationen: Markus Theunert, Generalsekretär Fachverband Sucht, Tel. 079 238 85 12