

St.Gallen, 17. Januar 2022

Die SMPA sagt Nein zur Volksinitiative «Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung»

- **Die Initiative ist überflüssig – das Parlament hat mit dem Tabakproduktegesetz einen griffigen Gegenvorschlag beschlossen**
- **Die Initiative schadet der Veranstaltungsbranche**
- **Die Initiative will Werbung für legale Produkte verbieten lassen**
- **Die Initiative setzt auf die falschen Hebel beim Kinder- und Jugendschutz**
- **Die Initiative schafft einen gefährlichen Präzedenzfall**

In der Swiss Music Promoters Association (SMPA) sind die wichtigsten Schweizer Konzert-, Show- und Festivalveranstalter vereint. 2019 organisierten unsere 44 Mitglieder in allen Landesteilen knapp 2'100 Veranstaltungen für 5.6 Mio. Besucherinnen und Besucher. Das wirtschaftliche Risiko dieser Anlässe tragen unsere Mitglieder als KMU weitgehend selbst.

Bereits die Corona-Pandemie trifft unsere Branche hart. Die Veranstaltungsbranche gehört zu den letzten Wirtschaftszweigen, die nach überstandener Pandemie zum «Normalbetrieb» zurückkehren kann. Eine Annahme der Werbe-Verbotsinitiative wäre ein weiterer Schlag für die Branche. Darum unterstützt die SMPA den indirekten Gegenvorschlag von Bundesrat und Parlament, welcher sofort in Kraft treten kann und den Jugendschutz verstärkt, aber weiterhin Werbung ermöglicht, die sich an Erwachsene richtet. Eine extreme Einschränkung von Tabak-Werbung bringt wenig. Das zeigt auch der Blick über die Grenze: In Ländern wie Frankreich und Italien, wo bereits heute strengere Werbeverbote für Tabak herrschen als in der Schweiz, rauchen mehr Jugendliche als in der vergleichsweise liberalen Schweiz. **Darum ist die SMPA klar gegen die Volksinitiative «Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung», welche am 13. Februar 2022 zur Abstimmung kommt.**

Die Volksinitiative «Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung» will jede Art von Werbung für Tabak- und Alternativprodukte verbieten, die Kinder und Jugendliche erreichen kann. Jugendschutz ist wichtig, aber die Initiative ist völlig unverhältnismässig und extrem. **Mit dem neuen griffigen Tabakproduktegesetz haben Bundesrat und Parlament einen pragmatischen Weg gefunden, um den Jugendschutz zu stärken.** Der indirekte Gegenvorschlag (das neue Tabakproduktegesetz) wird von der Veranstaltungsbranche unterstützt. Das neue Tabakproduktegesetz wurde vom Parlament bereits beschlossen und tritt bei Ablehnung der Volksinitiative ohne Verzögerung in Kraft. Im Sinne des Schutzes von Kindern und Jugendlichen schränkt das neue Tabakproduktegesetz die Werbung wesentlich ein. Sie verschwindet vollständig aus dem öffentlichen Raum. Jegliche Werbung, die sich an Minderjährige richtet, wird verboten.

Unter das rigide Werbeverbot, welches die Volksinitiative fordert, würde auch Werbung fallen, die Erwachsene anspricht. Bei einer Annahme würde Werbung untersagt, sobald die Möglichkeit besteht, dass diese von Minderjährigen wahrgenommen werden könnte. **Bedenkt man, dass Tabakpartner an Veranstaltungen bereits heute eigene, für Minderjährige nicht zugängliche Bereiche geschaffen haben und auf den Webseiten der Veranstaltungen nicht sichtbar sind, schießt die Initiative mehr als weit über das Ziel hinaus.** Eine Annahme der Volksinitiative würde diese Partnerschaften verunmöglichen und somit die Wirtschaftlichkeit dieser Veranstaltungen gefährden - mit weitreichenden negativen Konsequenzen für die von Sponsoring-Partnerschaften abhängigen Veranstaltungsbranche.

Die Unterhaltungsbranche ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Schweiz und sichert Arbeits- und Ausbildungsplätze. Unsere Mitglieder bieten an ihren Veranstaltungen jährlich rund 23'000 freiwillig Helfenden eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung. Dazu kommt das starke Engagement für die Kultur: Die Mitglieder der SMPA tragen ohne Subventionsgelder und auf eigenes Risiko zur kulturellen Vielfalt bei und bringen identitätsstiftende Veranstaltungen in alle Landesteile und fördern damit das Schweizer Kulturschaffen. Viele dieser Plattformen sind bei einer Annahme akut gefährdet, da wegbrechende Sponsoringpartner kaum ersetzt werden können. Eine Annahme der Volksinitiative würde unweigerlich den Kulturstandort Schweiz schwächen und ausdünnen. **Eine Annahme der Volksinitiative hätte Angebotsreduktionen sowie höhere Ticketpreise zur Folge.** Auch deshalb ist diese schädliche Volksinitiative klar abzulehnen.

Die SMPA versteht sich als Partnerin, die über Know-how in den Bereichen Live Entertainment, Musik, Kultur und Veranstaltungen verfügt und sich kompetent in politischen Fragen engagiert (Quellensteuer, Prävention, Mehrwertsteuer, Urheberrecht/SUISA, Ticket-Zweitmarkt, Sicherheit, Ausbildung usw.). Die SMPA-Mitglieder beanspruchen in normalen Zeiten keine Subventionen. Damit dies weiter gewährleistet ist, brauchen die Veranstalter entsprechende Rahmenbedingungen. Sponsoren sind heute weit mehr als nur Geldgeber. Sie tragen wesentlich zum Kulturerlebnis bei. Unter diesem Aspekt und weil bei einer Annahme weiteren staatlichen Werbeverböten Vorschub geleistet würde, ist die Volksinitiative klar abzulehnen.

Deshalb sagt die Veranstaltungsbranche wie auch Bundesrat und Parlament Nein zur überflüssigen Werbe-Verbotsinitiative «Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung».

Weitere Informationen des Nein-Komitees: [Werbe-Verbote NEIN](#)

Weitere Informationen vom Bund zur Abstimmung: [Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung»](#)

Kontakte für Rückfragen:

- Christoph Bill, Präsident SMPA, christoph.bill@smpa.ch, 062 745 90 60

- Stefan Breitenmoser, Geschäftsführer SMPA, stefan.breitenmoser@smpa.ch, 079 355 05 79

Über die SMPA:

In der [Swiss Music Promoters Association \(SMPA\)](#) sind die wichtigsten Schweizer Konzert-, Show- und Festivalveranstaltenden vereint. 2019 organisierten unsere 44 Mitglieder in allen Landesteilen knapp 2'100 Grossveranstaltungen für 5.6 Mio. Besucherinnen und Besucher. Die Veranstaltungsbranche ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Schweiz und sichert Arbeits- und Ausbildungsplätze. Unsere Mitglieder bieten an ihren Veranstaltungen jährlich rund 23'000 freiwillig Helfenden eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung. Dazu kommt das starke Kulturrengagement: Der Anteil der Schweizer Künstlerinnen und Künstler, die für Veranstaltungen gebucht werden, ist sehr hoch.