

Date: 27.11.2016

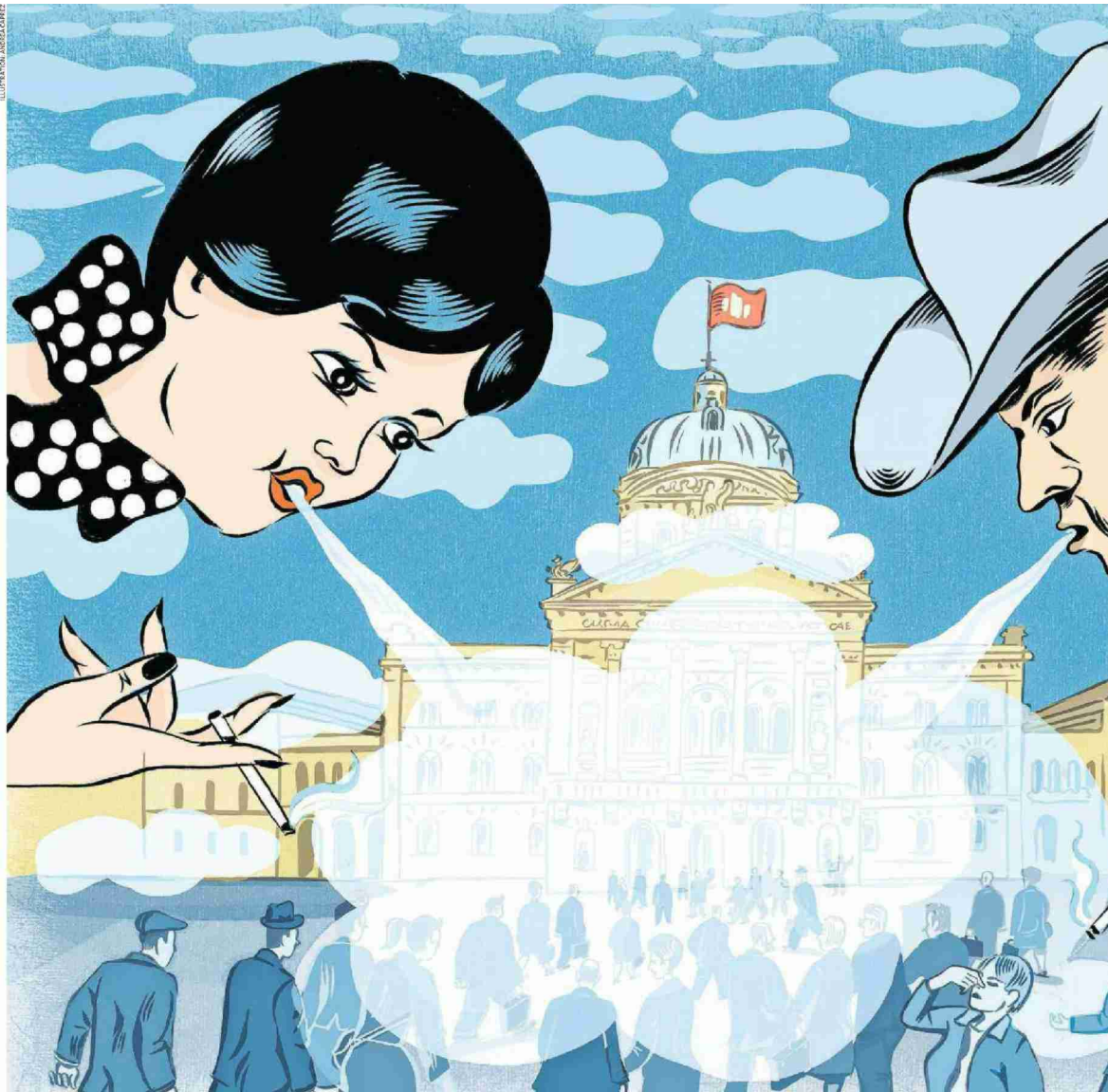
NZZ am Sonntag



NZZ am Sonntag
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch/sonntag

Media genre: Print media
Type of media: Daily and weekly press
Circulation: 126'855
Frequency: weekly

Topic n°: 999.025
Subscription n°: 1040479
Page: 22
Size: 273'812 mm²



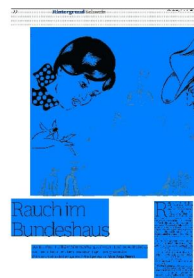
Rauch im Bundeshaus

ARGUS
MEDIENBEOBACHTUNG

Media monitoring
Media analysis
Information management
Language services

ARGUS der Presse AG
Rüdigerstrasse 15, PO Box, 8027 Zurich
Tel. 044 388 82 00, Fax 044 388 82 01
www.argus.ch

Argus ref.: 63528757
Clipping Page: 1/5



NZZ am Sonntag
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch/sonntag

Media genre: Print media
Type of media: Daily and weekly press
Circulation: 126'855
Frequency: weekly

Topic n°: 999.025
Subscription n°: 1040479
Page: 22
Size: 273'812 mm²

Der Bundesrat will die Tabakwerbung verbieten. Doch so weit wird es wohl nicht kommen. Denn die mächtigen Lobbyisten der Tabakindustrie haben ganze Arbeit geleistet. **Von Anja Burri**

Rauchschwaden hängen in der Luft, es ist schon spät. Die Parlamentarier sitzen in bequemen Sesseln, sie trinken, essen und rauchen. Im «Cut 'n' Smoke Cigar Club» in einem Berner Altkeller ist an diesem Abend alles gratis, auch die Zigarren. Ausgewählte National- und Ständeräte treffen sich hier während jeder Session zu einer Auszeit. Vor allem Bürgerliche, aber auch einzelne Ständeräte der SP und Grünen lassen sich hier bewirten. Organisiert wird der Abend von den Lobbyisten der PR-Agentur Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten. Die Zigarren, Getränke und den Apéro riche sponsert die Firma Davidoff.

Es sei der einzige Abend während der Session, an dem man sich keine Vorträge anhören müsse, schwärmt ein Parlamentarier. Der nächste Zigarrenclub findet am 12. Dezember statt. Gut möglich, dass es dann zur Feier des Tages besonders dicke Zigarren gibt. Vier Tage vorher stimmt der Nationalrat nämlich über das Tabakproduktegesetz ab. Ein Projekt, das die Tabaklobbyisten seit Monaten im Visier haben. Und so wie es aussieht, haben sie den Sieg vor Augen.

Der Bundesrat möchte der Schweizer Tabakindustrie ihre europaweit einzigartigen Privilegien streichen. Mit dem neuen Gesetz soll die Werbung in den Zeitungen, auf Plakaten, im Kino oder auf Onlineportalen verboten werden. Die Zigarettentabakmehlsollen weder Gratismuster verteilen noch internationale Anlässe sponsern dürfen. Im Vergleich mit dem Ausland sind zwar auch das eher moderate Massnahmen. Dennoch ist sich die Tabakindustrie einig: Die Einschränkung muss verhindert werden. Am wichtigen Produktionsstandort Schweiz will sie sich nicht dreinreden lassen. Die drei Konzerne British American Tobacco, Japan Tobacco International und Philip Morris produzieren in der Schweiz über 40 Milliarden Zigaretten pro Jahr, davon sind rund drei Viertel fürs Ausland bestimmt. Die Exporte der Tabakwaren übersteigen sogar jene der Schweizer Käseprodukte. Vor zwei Jahren betrug sie 620 Millionen Franken.

Trotz ihrer Grösse ist die Industrie diskret. Ihre Chefs sind kaum bekannt.

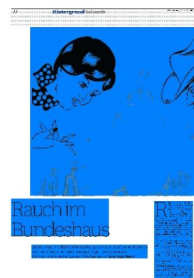
700 Franken Stundenlohn

Um ihr Ziel zu erreichen, müssen die Tabakfirmen ohnehin nicht die Öffentlichkeit, sondern nur das nationale Parlament überzeugen. Und zwar möglichst früh, bevor die politische Debatte richtig beginnt. Dafür lässt die Branche eine Kompanie an Lobbyisten aufmarschieren. Die teuersten dieser PR-Profis kosteten pro Stunde bis zu 700 Franken, sagen Insider.

British American Tobacco zählt auf die Dienste der ehemaligen Fernsehjournalistin Renate Hotz. Dank SVP-Ständerat Hannes Germann verfügt sie über eine Zutrittsberechtigung für die Wandelhalle im Bundeshaus. So kann sie für kleine Gruppen von National- und Ständeräten Treffen mit dem Management von British American Tobacco organisieren. «Für einen vertieften Informationsaustausch eignen sich - wegen der kleinen Zeitfenster -

auch Mittagessen hervorragend, umso mehr sie in einem angenehmen Rahmen stattfinden», sagt sie. Nicht nur Hotz ist für die Tabakindustrie unterwegs. Als ehemalige FDP-Parlamentarierin hat auch die Neuenburger Philip-Morris-Beraterin Sylvie Perrinjaquet Zugang zur Wandelhalle. Die Branche leistet sich die erfahrensten und unzimperlichsten Lobbyisten Berns: Die PR-Agentur Farner arbeitet für Philip Morris. Die Organisatoren des Zigarrenclubs, Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten, lobbyieren ebenfalls für die Tabakindustrie. Für wen, sagen sie nicht.

Die Lobbyisten suchen sich ihre Gäste gezielt aus: Von den Vertretern der SVP, FDP, CVP, BDP oder Grünliberalen erhoffen sie sich Verständnis für das Anliegen. Und sie wissen auch, welches Argument am besten zieht: Arbeitsplätze. Die Lobbyisten präsentieren den Parlamentariern ein wundersames Wachstum: Innert nur zweier Jahre stieg die Zahl der Schweizer Arbeitsplätze, die mit der Tabakbranche zusammenhängen, markant an. Die Zahlen dazu liefert eine Studie der Wirtschaftsprüfer von KPMG, die Philip Morris in Auftrag gab. Sie erschien 2015. Demnach le-



NZZ am Sonntag
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch/sonntag

Media genre: Print media
Type of media: Daily and weekly press
Circulation: 126'855
Frequency: weekly

Topic n°: 999.025
Subscription n°: 1040479
Page: 22
Size: 273'812 mm²

ben schweizweit rund 13 000 Mitarbeiter direkt oder indirekt von der Tabakbranche. Vor dem politischen Kampf um das Tabakproduktegesetz, 2013, schätzten die Experten der KPMG die Anzahl Arbeitsplätze noch einiges tiefer ein, auf insgesamt 8200.

Dass sich mit Arbeitsplätzen Politiker überzeugen lassen, zeigt auch eine Geschichte aus Neuenburg, die sich vor etwas über zehn Jahren zutrug. Damals liess die Stadtregierung sogar ein Fussballstadion abreißen, damit der wichtige Steuerzahler und Arbeitgeber Philip Morris ein Forschungszentrum bauen konnte. «Es ist eine Antwort auf die aktuellen Finanzprobleme der Stadt», sagte damals ein gewisser Stadtrat Didier Burkhalter, der ein paar Jahre später in den Bundesrat gewählt wurde und dort - ausgerechnet - das Dossier Gesundheit übernahm.

Bei den Treffen, die Lobbyisten organisieren, geht es aber auch darum, der Tabakindustrie ein Gesicht zu geben, wie es heisst. Die Vertreter der Konzerne laufen persönlich auf, um Politiker zu überzeugen. Die Wirkung ist grösser, wenn ein Spitzenmanager direkt die Firmeninteressen vorträgt und sich bemüht, die Absichten der Tabakbranche im besten Licht erscheinen zu lassen: «Ziel unserer Werbeaktivitäten ist es nicht, Nichtraucher zum Rauchen zu verführen», beteuert British American Tobacco. Die Werbung diene dazu, «erwachsene Raucher bei ihrer Markenwahl über das bestehende Produktesortiment zu informieren», heisst es bei Philip Morris.

Und um sicherzugehen, wenden sich die PR-Leute auch noch schriftlich an die Politiker. Die Zigarrenfirma Oettinger Davidoff beispielsweise verschickt Briefe auf edlem Papier mit Goldprägung: «Wir sind der Meinung, dass der Botschaftsentwurf des Bundesrats zum Tabakproduktegesetz die bewährten Regeln unnötigerweise massiv verschärft.»

Mächtige Allianz

Die Lobbyisten und PR-Berater sind die eine Kampftruppe gegen unliebsame politische Entscheidungen. Alleine mit ihnen lässt sich im Bundeshaus jedoch kaum eine Schlacht gewinnen. Ebenso wichtig ist es, mächtige Ver-

die erfahrensten und unzimmerlichsten Lobbyisten Berns.

bände auf seiner Seite zu haben, Organisationen, deren Vertreter selber im Parlament sitzen. Das gilt auch für das Tabakproduktegesetz. In diesem Fall ist Hans-Ulrich Bigler, der Direktor des Schweizerischen Gewerbeverbandes, die politische Speerspitze der Tabakindustrie. Der FDP-Nationalrat tut dies jedoch unter anderem Titel. Er hat sich dem Kampf «gegen die staatliche Regulierungs- und Präventionswut» verschrieben. Diese bevormunde die Konsumenten und behindere die Wirtschaft. Das Tabakwerbeverbot ist für ihn eine Regulierung, die es zu verhindern gilt.

Dafür bieten Bigler und seine Mitstreiter eine mächtige Organisation auf, die in der Öffentlichkeit kaum bekannt ist: die «Allianz der Wirtschaft für eine massvolle Präventionspolitik» (AWMP). Zu ihren Mitgliedern und Unterstützern gehören neben dem Gewerbeverband fast 30 weitere Verbände und Parteien, unter ihnen der Dachverband Economiesuisse, die Arbeitgeber, der Bauernverband, Kommunikation Schweiz, verschiedene Tabakvertreter sowie die CVP und die SVP. Vier Präsidenten solcher Organisationen sitzen selber im Parlament. Die Landwirtschaftsvertreter haben überdies ein eigenes Interesse an der Industrie, weil die Schweizer Tabakbauern für jede verkaufte Zigarette Subventionen erhalten.

Die AWMP hat dank den grossen Wirtschaftsverbänden grossen Einfluss. Wer gut vernetzt sei im Parlament, so sagt Bigler, müsse niemanden zum Essen einladen. Die Allianz kann ihren Kampf mit weit weniger aufwendigen Mitteln führen. In der Regel reicht ein Brief an die Ratsmitglieder. In Sachen Tabak einigt man sich auf eine Blockade-Strategie: Das Parlament soll das Tabakproduktegesetz gar nicht beraten und stattdessen an den Bundesrat zurückweisen. Dass das Prinzip funktionieren kann, zeigte sich kürzlich bei einer anderen Präventionsvorlage: Der Ständerat weigerte sich, Vorschläge, um die medizinischen Leistungen in Spitälern zu verbessern, überhaupt zu besprechen.

Ein Patron in Rage

Ähnlich lief es auch beim Tabakproduktege-

Sie vertreten Interessen



Renate Hotz
ist selbständige Lobbyistin und hat ein Mandat für British American Tobacco.



Sylvie Perrinjaquet
ist ehemalige Parlamentarierin und arbeitet als Beraterin für Philip Morris.



Hans-Ulrich Bigler
ist FDP-Nationalrat und Direktor des Schweizerischen Gewerbeverbands.

Um ihre Ziele zu erreichen, leistet sich die Tabakbranche



NZZ am Sonntag
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch/sonntag

Media genre: Print media
Type of media: Daily and weekly press
Circulation: 126'855
Frequency: weekly

Topic n°: 999.025
Subscription n°: 1040479
Page: 22
Size: 273'812 mm²

setz. Ziel war, die Vorlage möglichst früh abzuschliessen, am besten schon in der vorbereitenden Kommission. Als die Gesundheitskommission des Ständerates mit den Beratungen begann, lud sie über 20 Fachleute ein, unter ihnen Ärzte wie Zigarettenhersteller. Einer von ihnen war der Zigarrenfabrikant Heinrich Villiger. Der sonst bedächtige Mann geriet in Rage. «Sie zerstören die Schweizer Tabakindustrie!», warf er Bundesrat Alain Berset vor. So berichteten es Sitzungsteilnehmer später. Für einen kurzen Moment war es still im Kommissionszimmer 3.

Der 86-jährige Villiger ist ein Lobbyist in eigener Sache. Er führt das Schweizer Zigarrenunternehmen Villiger Söhne in dritter Generation, beschäftigt in der Schweiz, Deutschland, Indonesien und Brasilien 1500 Mitarbeitende. Er selber hat seinen «Tabakgenuss», wie er es nennt, nach einem Herzinfarkt deutlich reduziert. Er rauche noch ein bis zwei Zigarren pro Tag, sagt er. Das Werbeverbot würde seine Firma empfindlich treffen: «Wenn Sie keine Werbung mehr machen dürfen, können Sie keine neuen Produkte mehr einführen.» Doch für Villiger geht es um mehr, er befindet sich in einem Kampf «ums Überleben», seine Gegnerin sei mächtig. Die Weltgesundheitsorganisation WHO habe nur ein Ziel - den Tabakkonsum zu eliminieren. Das Schweizer Gesetz ist für ihn ein Gefecht in diesem Kampf gegen die globale Regulierungswut. «Als Nächstes gerät dann vielleicht der Zucker ins Visier der Gesundheitsapostel», sagt Villiger.

Die externen Lobbyisten, die Antiprventionsallianz und Patron Villiger: Sie alle erreichten ihr Ziel. Der Ständerat beschloss schliesslich, das Tabakproduktegesetz an den Bundesrat zurückzuweisen. Die Regierung soll ein viel schlankeres Gesetz ohne Werbeverbot ausarbeiten. Eingbracht hatte diesen Vorschlag offiziell FDP-Ständerat Josef Dittli, inoffiziell war es die Allianz der Wirtschaft. Denn Dittli übernahm einfach weitgehend, was ihm die Allianz in einem Brief vorgegeben hatte. Er sei Nichtraucher und Sportler, sagte

er später. Sympathien für die Tabaklobby habe er keine. Aber er teile die Auffassung der Wirtschaftsverbände: «Erwachsene müssen sich nicht vom Staat bevormunden lassen.»

Die Anwälte der Minderjährigen

Gegen die geballte Kraft der Tabaklobbyisten und Wirtschaftsverbände haben die Gesundheitsorganisationen in diesem Fall kaum eine Chance. Sie wollen die Tabakwerbung unterbinden, um die Zahl der Raucher zu senken. Auch sie haben Lobbyisten, die in der Wandelhalle Politiker ansprechen. Professoren, Lungenärzte, Jugendverbände oder die Krebsliga schreiben die Parlamentarier an. Im Berner Büro von Verena El Fehri, der Direktorin der Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention, laufen die Fäden der Anti-Tabak-Lobbyisten zusammen. «Das Beziehungsnetz der Wirtschaftsverbände spielt beim Tabak sehr gut», sagt sie.

El Fehri hat gute Argumente auf ihrer Seite: Ein Viertel der Bevölkerung raucht. Jedes Jahr sterben 9500 Menschen an den Folgen des Tabakkonsums. Dieser kostet die Gesellschaft rund 10 Milliarden Franken pro Jahr. Ein Werbe- und Sponsoringverbot für Tabak würde insbesondere Minderjährige schützen. Denn 57 Prozent der Raucher werden vor ihrem 18. Geburtstag süchtig. Doch damit dringt sie bei der Mehrheit des Parlaments nicht durch. Weil es läuft wie in vielen Fällen, wenn schlagkräftige Lobbys aufeinandertreffen, obsiegen die wirtschaftlichen Interessen. Und die Sache ist, lange bevor sie im Rat zur Abstimmung kommt, bereits entschieden.

In eineinhalb Wochen entscheidet als zweite Instanz der Nationalrat über das Tabakproduktegesetz: Entweder wird er dem Ständerat und der Tabakallianz folgen und das Gesetz an den Bundesrat zurückweisen. Oder er beschliesst, das Gesetz zumindest zu beraten. Dieser Entscheid wird sehr knapp werden. Doch unabhängig davon ist so gut wie sicher: Das Werbeverbot nach den Vorstellungen des Bundesrats ist erledigt.



Gregor Rutz ist SVP-Nationalrat und Präsident der Vereinigung des Schweizerischen Tabakwarenhandels.



Heinrich Villiger führt das Schweizer Zigarrenunternehmen Villiger Söhne in dritter Generation.



Verena El Fehri ist Geschäftsführerin der Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention Schweiz.



NZZ am Sonntag
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch/sonntag

Media genre: Print media
Type of media: Daily and weekly press
Circulation: 126'855
Frequency: weekly

Topic n°: 999.025
Subscription n°: 1040479
Page: 22
Size: 273'812 mm²

Tabakanbau in der Schweiz Hoch subventioniertes Füllmaterial



Bauern ernten Tabak in Sassel im Kanton Waadt.

In der Schweiz sind nicht nur drei der vier grössten Zigarettenkonzerne der Welt vertreten. Hier wird auch Tabak angebaut. Dafür sorgt ein spezielles Umverteilungssystem: Jeder Raucher bezahlt pro Zigarettenpäckli 2,6 Rappen und pro Kilo Feinschnitttabak 1 Franken 73 an einen Fonds. Es ist der gleiche Betrag, den die Raucher auch an die Tabakprävention bezahlen müssen. 2015 kamen so rund 14 Millionen Franken zusammen. Mit dem Geld wird der arbeitsintensive Schweizer Tabakanbau subventioniert.

Anders würde sich die Arbeit für die Bauern nicht rechnen: Für den Anbau von Weizen beispielsweise rechnen die Bauern mit 40 Stunden Arbeitsaufwand pro Hektare. Für den Tabak sind es 1000 Stunden. Die millionenschweren Subventionen sind nur ein Teil der staatlichen Tabakförderung. Die Tabakkonzerne in

der Schweiz sind zudem dazu verpflichtet, den einheimischen Tabak zu kaufen. Dieser wird hauptsächlich für die Herstellung von Zigaretten verwendet und als Füllmaterial beigemischt. Er macht nur einen kleinen einstelligen Prozentsatz des Tabakbedarfs der Zigarettenkonzerne aus.

Die Anzahl der Tabakfelder ist in den letzten Jahren allerdings überschaubar geworden. Mittlerweile pflanzen noch 161 Bauern auf 446 Hektaren Tabak an – das entspricht einer Fläche von 625 Fussballfeldern. Vor 15 Jahren zählte Swiss Tabac, die Vereinigung der Tabakpflanzler, noch mehr als doppelt so viele Tabakpflanzler.

Für viele Bauern sei der Tabakanbau trotz den zusätzlichen Geldern nicht mehr rentabel, sagt der Zürcher Landwirt Marc Binder, Vizepräsident von Swiss Tabac. Komme es an einem Hof zu einem Generationenwechsel, gäben viele den Tabak auf. Anstatt des

arbeitsintensiven Anbaus suchten sich gerade jüngere Bauern lieber einen planbaren Nebenjob. Wer Tabak anbaut, muss zudem international definierte Standards erfüllen und dies in einem aufwendigen Verfahren dokumentieren. Diese bürokratische Arbeit sei nicht immer leicht zu bewältigen.

Der Tabakanbau hat in der Schweiz eine lange Tradition. Um das Jahr 1680 gab es in der Region Basel die ersten Tabakfelder, wenig später auch im Tessin. Während des Zweiten Weltkriegs gab es in der Schweiz über 6000 Tabakbauern. Dies hatte einen politischen Grund: Als einziges Land in Europa verzichtete die Schweiz nämlich darauf, den Tabak zu rationieren.

Heute gibt es noch in neun Kantonen Tabakbauern. Die meisten leben im Kanton Freiburg und in der Waadt. (ria.)