

Leserbrief: SN vom 25.7.2019, „Tubak“ von Virginia Stoll, Schweizer Bauer

Starker Tubak

Philip Morris als einer der Hauptsponsoren für den Schweizer Pavillon an der Weltausstellung 2020 in Dubai sorgt in weiten Kreisen für Empörung. Umso mehr hat mich die Kolumne von Virginia Stoll, in der SN vom 25.7.2019 befremdet. Für sie ist unverständlich, warum die «Linken» von einem Skandal sprechen und wirft ihnen gar Scheinheiligkeit vor. Sie argumentiert sogar, dass der weltweit grösste Tabakkonzern Philip Morris doch seit Jahren Gutes tue und fleissig in die AHV einzahle. Diese Aussage muss richtig gestellt werden: Nicht der Tabakkonzern, sondern die Raucherinnen und Raucher zahlen mit der Tabaksteuer in die AHV ein. Dieser Unterschied ist wesentlich. Die hohe Tabaksteuer ist eine wichtige Massnahme zur Prävention. Ist sich Virginia Stoll bewusst, welche hohen Gesundheitskosten und wieviel Leid der Tabak verursacht? Fast jede Stunde stirbt in der Schweiz eine Person an den Langzeitfolgen von Tabakkonsum. Nicht nur die Linken kritisieren die Sponsoringpolitik von Bundesrat Cassis. Politikerinnen und Politiker der FDP, CVP und EVP verlangen ebenfalls eine Aufklärung. Scheinheilig ist es eher, wenn die Allgemeinheit viel Geld in Tabakprävention steckt und so versucht wird, die Gesundheitskosten in den Griff zu bekommen, gleichzeitig der Bundesrat aber einem amerikanischen Tabakmulti zu Werbezwecken den roten Teppich ausrollt. Der Bund will übrigens demnächst die Tabakkonvention der Weltgesundheitsorganisation WHO ratifizieren, dadurch wird unter anderem die Tabakwerbung eingeschränkt. Die Sponsoringpartnerschaft mit Philip Morris widerspricht aber dieser Präventionsstrategie diametral. Der Deal mit Philip Morris ist auch grundsätzlich unzulässig, denn Tabaksponsoring ist an Weltausstellungen seit 2010 verboten. Die Schweiz setzt sich aber darüber hinweg. Die WHO wird deshalb intervenieren. Der Auftritt der Schweiz an einer Weltausstellung ist reine Imagepflege. Statt sich auf fragwürdige Sponsoringpartner einzulassen, wäre ein bescheidener Auftritt zielführender. Die Plattform könnte so als Werbung für echte Schweizer Werte genutzt werden.

26.7.2019; Martina Munz, Nationalrätin