Zeitschrift: Zeitschrift für öffentliche Fürsorge : Monatsschrift für Sozialhilfe : Beiträge und Entscheide aus den Bereichen Fürsorge, Sozialversicherung, Jugendhilfe und Vormundschaft

Herausgeber: Schweizerische Konferenz für Sozialhilfe

Band: 66 (1969)

Heft: 10

Artikel: Bundesbeiträge für Weinreklame

Autor: Schmid, Walter

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-839400

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 16.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Bundesbeiträge für Weinreklame

Die vom Nationalrat in der Sommersession dieses Jahres beschlossene gesetzliche Verankerung von Bundesbeiträgen für Propagandaaktionen zugunsten einheimischer Weine begegnete in der Öffentlichkeit, insbesondere in alkoholgegnerischen Kreisen, einer heftigen Kritik. Auf der großen Zahl der Pressestimmen zu diesem auch unseres Erachtens verfehlten Entscheid greifen wir den nachstehenden in der Neuen Zürcher Zeitung vom 5. September 1969 erschienenen Beitrag « Warum dennoch keine Bundesbeiträge für Weinreklame?» heraus. Er ist in Form und Inhalt sehr sachlich gehalten und deshalb auch an dieser Stelle durchaus angebracht. *Mw.*

In Nr. 308 der «NZZ» vom 22. Mai wurde die Frage von Bundesbeiträgen für Weinreklame zur Diskussion gestellt. Diese in der Botschaft des Bundesrates vom 12. Februar 1969 «betreffend vorübergehende Maßnahmen zugunsten des Rebbaus» geplante Neuerung fand eine kritische Prüfung. Es wurde auf die *Zunahme des Alkoholismus* und auf seine Bedeutung im Straßenverkehr verwiesen. Ebenso wurde dargelegt, daß der Wein und insbesondere die billigen Fremdweine in unserem Lande einen verhältnismäßig großen Anteil am gesamten Alkoholkonsum und dessen zum Teil unerfreulichen Auswirkungen haben. Aus der Befürchtung, daß Weinreklamesubventionen nicht nur dem Schweizer Wein dienen, sondern den Weinkonsum allgemein fördern würden, befürwortete der Verfasser eine Weiterführung der bisherigen Maßnahmen zugunsten des Rebbaus, jedoch unter *Verzicht* auf die geplanten *Weinreklamesubventionen:* Rebbau ja – Bundesbeiträge für Weinreklame nein!

Vor allem ärztliche, kirchliche, gemeinnützige und politische Kreise bezogen in gleichem Sinne Stellung. Besonders eindrücklich war die Resolution, welche die *Schweizerische Gesellschaft für Psychiatrie* anläßlich ihrer Tagung in Monthey am 19. Juni faßte. Es heißt darin: «Der Alkoholismus stellt in unserem Lande nach wie vor eines der schwerwiegendsten sozialmedizinischen Probleme dar. Die Aufnahme Alkoholkranker in die psychiatrischen Kliniken und die Zugänge ambulanter Alkoholiker zu den psychiatrischen Polikliniken sowie Fürsorgestellen der Schweiz nehmen alljährlich zu. Die Gewährung von Bundesbeiträgen für Weinpropaganda-Aktionen gemäß Art. 3 des Bundesbeschlusses betreffend Maßnahmen zugunsten des Rebbaus kann daher nicht losgelöst von der Tatsache des Anstieges der Alkoholikerzahlen in unserem Lande betrachtet werden. Die Gewährung von Bundesbeiträgen für Weinreklame bringt zwangsläufig eine weitere Gefährdung der Volksgesundheit mit sich.»

Trotzdem hieß der *Nationalrat* am 26. Juni mit 82 gegen 54 Stimmen die gesetzliche Verankerung von Bundesbeiträgen für Propagandaaktionen zugunsten einheimischer Weine gut. Zwar hatte die nationalrätliche Kommission an die Stelle von «Wein» den erweiterten Begriff «nicht destillierte Produkte des Rebbaus» gesetzt und die Förderung der alkoholfreien Verwertung noch in den Artikel 3 aufgenommen. Eine sachliche Änderung brachte diese etwas eigenartige Korrektur allerdings nicht, da der Bund bereits durch Art. 42 des Landwirtschaftsgesetzes und durch das Rebbaustatut verpflichtet ist, die *alkoholfreie Traubenverwertung* unter anderem durch Propagandabeiträge zu fördern.

Wie wurden diese Weinreklamesubventionen im Nationalrat verteidigt? Von besonderem Gewicht dürften die folgenden *Argumente* gewesen sein: 1. Es handle sich beim Rebbaufonds nicht um Gelder der Bundeskasse, sondern um Beiträge

der Gemeinschaft der «Zweierli-Trinker»; denn der Rebbaufonds werde aus der Belastung der Weineinfuhr alimentiert. 2. Die vorgesehene Propaganda solle nicht den allgemeinen Weinkonsum erhöhen, sondern den Konsumenten nur auf die einheimischen Produkte aufmerksam machen. 3. Es seien die Interessen von 25 000 Winzerfamilien zu wahren. Es erscheint uns notwendig, auf diese drei Argumente, die offensichtlich entscheidend waren, noch etwas näher einzutreten.

Die angeführte Unterscheidung zwischen der Bundeskasse und einer Abgabe auf ausländischen Weinen ist fragwürdig. Schon seit den zwanziger Jahren kämpften Rebbauern und Alkoholgegner für einen möglichst hohen Weinzoll (Bundesrat Musy seinerseits schlug Fr. 100.– je hl vor). Die *Weinexportstaaten* verhinderten dies durch massive Wirtschaftsdrohungen. Heute umfassen die GATT-Bindungen von 1958 die gesamten Importabgaben von Fr. 34.– je 100 kg brutto, die durch internen Bundesbeschluß aufgeteilt wurden in Fr. 26.– Zollgebühren und Fr. 8.– *Zollzuschlag für den Rebbaufonds.*

Die Erfahrungen aus dem Jahr 1962 stimmen uns skeptisch. Mit der Versicherung, dadurch den Konsum der Schweizer Weine zu fördern, und damals *ohne* gesetzliche Grundlage, wurden mit Hilfe des Rebbaufonds die Aktionen «Stets Wein im Haus» und «Mit Wein schmeckt's besser» lanciert. Daß solche Propaganda nicht nur die in Aussicht gestellte Konsumverlagerung von Import- auf Schweizer Weine bringt, sondern im Gegenteil den *Konsum der billigeren Importweine* besonders *begünstigt,* ist unbestreitbar. Es bedeutet deshalb keine Beruhigung, wenn Bundesrat Schaffner laut «Luzerner Tagblatt» vom 27. Juni in der Nationalratsdebatte sagte: «Der Himmel wird nicht einstürzen, wenn die Förderung gestrichen wird, aber er wird auch nicht einstürzen, wenn man in der Werbung sagt, mit einem Glas Wein schmecke jedes Essen besser.» Auch eine schriftliche Anfrage beim EVD ergab nicht die gesuchte Zusicherung, daß in Zukunft auf solche Werbeslogans verzichtet werde und daß das Ziel der subventionierten Weinpropaganda nicht in einer allgemeinen Konsumerhöhung bestehen dürfe.

Die Zahl von *25 000 Winzerfamilien* liegt offensichtlich an der *obersten Grenze.* Laut Eidgenössischem Statistischem Amt gab es 1965 in der Schweiz 9966 Betriebe mit über 25 Prozent Rebland. Die Zahl der ständig Beschäftigten betrug 6349, die Zahl der gelegentlich Beschäftigten 20 079. Zur Zahl der Alkoholkranken schrieb kürzlich *Prof. Dr. med. K. Bättig* vom Institut für Hygiene und Arbeitsphysiologie an der ETH: «Gesamthaft betrachtet drängt sich der Schluß auf, daß eine befriedigende Schätzung der *Zahl der Alkoholiker in der Schweiz* nahezu unmöglich ist. Wahrscheinlich dürfte die Zahl *im Bereiche von 100 000* jedoch kaum wesentlich darunter liegen.» Diese Schätzung ist nach Ansicht anderer Ärzte und nach den Ergebnissen regionaler Untersuchungen sehr vorsichtig. Sie unterstreicht aber die schwerwiegende Bedeutung des Zitats von *Prof. Dr. med. P. Kielholz,* Direktor der Psychiatrischen Universitätsklinik Basel: «Die Zunahme der Alkoholikeraufnahmen ist besonders deshalb erschütternd, weil der Alkoholismus eine *Familienkrankheit* darstellt, die nicht nur die Frau, sondern häufig auch die Kinder eines Alkoholkranken dauernd psychisch schädigen kann.» Es stellt sich deshalb die Frage, ob eine keineswegs einschneidende Wirtschaftshilfe durch eine Mitverantwortung des Bundes für die Zunahme des Alkoholkonsums und damit des Alkoholismus erkauft werden darf.

Von größerer Bedeutung für unsere Winzer ist ohne Zweifel die *Zunahme der Weinimporte,* die zum Teil zu Preisen von unter 50 Rp. je Liter an unsere Grenzen gelangen. Der Weinkonsum in der Schweiz ist pro Jahr und Kopf von 34 Litern

im Jahresdurchschnitt 1950 bis 1955 auf heute 40 Liter angestiegen, und davon entfallen 24 Liter auf die meist billigen Importweine. Daß trotzdem in neuesten Handelsverträgen mit Algerien, Marokko und Italien Erhöhungen der Weineinfuhr vereinbart wurden, paßt wenig zu den Solidaritätsbeteuerungen gegenüber den einheimischen Winzern und wurde leider in der nationalrätlichen Debatte nicht zur Sprache gebracht.

Mehr und mehr muß der Staat *Sicherheitsvorschriften* im Zusammenhang mit dem Alkoholgenuß erlassen, um schwerwiegende Verkehrs- oder Betriebsunfälle zu vermeiden, seien es nun Alkoholverbote in Autobahnrestaurants, für das Eisenbahnpersonal oder im Militärdienst. Es ist für Vorgesetzte nicht immer leicht, solche sicher berechtigte staatliche Vorschriften durchzusetzen. Die Gefahr ist nicht von der Hand zu weisen, daß der Staat ihre Aufgabe noch erschwert, wenn er seinerseits den Alkoholkonsum durch Reklamesubventionen fördert. Eine ähnliche Überlegung finden wir in einem Schreiben des *Zürcher Kirchenrates* vom 22. Mai 1969, in welchem diese Instanz an die Aufgabe des Staates, die Alkoholgefahr eindämmen zu helfen, erinnert: «Es müßte zu einem schweren Verlust an Vertrauenskapital führen, wenn der Staat mit dem neuen Bundesbeschluß von dieser allgemein gebilligten, sozialmedizinisch und ethisch einzig verantwortbaren Haltung abweichen und dem materiellen Gewinn den Vorrang vor der Verantwortung für den Mitmenschen einräumen wollte.»

Aus all diesen Gründen ist es erfreulich, daß die *vorberatende Kommission des Ständerates* wohl einstimmig empfiehlt, die bisher bewährten Maßnahmen zugunsten des Rebbaus bis Ende 1979 zu verlängern, daß sie hingegen mehrheitlich und auf Antrag eines Weinbauern und Bauernvertreters die *Bundesbeiträge* an Propagandamaßnahmen für den Absatz einheimischer Weine *ablehnt.* Es handelt sich hier nicht nur um eine praktische, sondern auch um eine grundsätzliche Frage. Deshalb würde ein Beschluß der eidgenössischen Räte, welcher zu einer Förderung des Alkoholkonsums Anlaß geben würde, mit Recht auf die Kritik weitester Kreise stoßen. *Dr. Walter Schmid, Winterthur*

Alkohol ein Entspannungsmittel?

Von Prof. Dr. C. Müller, Direktor der psychiatrischen Universitätspoliklinik, Spital Cery, Lausanne

Immer wieder stößt man auf die Auffassung, daß Alkoholgenuß eine entspannende und somit therapeutische Wirkung ausüben könne. Seit altersher ist die Sitte bekannt, daß man sich vor einer unangenehmen, angsterregenden Aufgabe «Mut antrinken will». Aus den napoleonischen Kriegen ist bekannt, daß vor der Schlacht den Soldaten Alkohol verteilt wurde.

Wenn wir dieses Problem vom medizinischen Standpunkt her untersuchen, läßt sich folgendes dazu sagen: Alkohol setzt die Klarheit und Schärfe des Urteils herab, beeinträchtigt das Bewußtsein und erweckt das vorübergehende Gefühl gehobener Stimmung. Daß es sich dabei um eine therapeutisch wirksame Entspannung handeln könnte, ist jedoch völlig irrig. Im Gegensatz zu gewissen in der Psychiatrie verwendeten Beruhigungsmitteln wird die angstlösende Wirkung des Alkohols um den Preis der gestörten Selbsteinschätzung und der allgemeinen Herabsetzung der geistigen Funktionen erkauft.