Eingabe des SGB zur Revision des Alkoholgesetzes

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Gewerkschaftliche Rundschau : Vierteljahresschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes**

Band (Jahr): **66 (1974)**

Heft 4

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-354657

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Eingabe des SGB zur Revision des Alkoholgesetzes

Sehr geehrter Herr Bundesrat Chevallaz,
wir danken Ihnen, dass Sie uns den Entwurf zur Revision des Alkoholgesetzes zur Vernehmlassung unterbreitet haben. Bei dieser wichtigen Vorlage geht es nicht nur um Alkohol und Bekämpfung des Alkoholismus, sondern ebenso sehr um Wettbewerbsfragen, Gewerbeschutz und Konsumentenpolitik. Wir werden in unserer Stellungnahme vor allem auf die grundsätzliche Problematik hinweisen und eine ganze Reihe kritischer Vorbehalte anbringen müssen.
Wenn die *Volksgesundheit* auf dem Spiel steht, darf der Staat nicht passiv bleiben. Niemand wird bestreiten wollen, dass dem übermässigen Verbrauch gesundheitsschädigender Genussmittel mit zweckmässigen Massnahmen entgegenzuwirken ist. Alkohol und Nikotin sind hier, wie medizinische Untersuchungen und Erfahrungen von Fürsorgestellen zur Genüge beweisen, an erster Stelle zu nennen. Der *Alkoholismus* ist weiter verbreitet als vielfach angenommen und zugegeben wird. Die gesundheitlichen und sozialen Gefahren, aber auch die damit verbundenen volkswirtschaftlichen Belastungen und Schäden, sind bekannt.
Die angestrebte Revision des Alkoholgesetzes hat vom Ziel auszugehen, dass der Alkoholismus bekämpft und der Alkoholkonsum gebremst werden soll. Da jedoch die wichtigsten vorgeschlagenen Revisionspunkte wirtschaftspolitisch nicht neutral sind, müssen mögliche Zielkonflikte beachtet werden. Die Bekämpfung des Alkoholmissbrauchs darf nicht zum Gewerbeschutz ausarten. Der Wettbewerb darf nicht unterbunden werden. Die unterbreitete Revisionsvorlage offenbart Gegensätze zur Wettbewerbspolitik, die zu Bedenken Anlass geben und die Frage nach der Angemessenheit der empfohlenen Massnahmen aufwerfen.
Auf dem Spirituosenmarkt ist die *Preisbindung der zweiten Hand* vor einigen Jahren gefallen. Der Wettbewerb verstärkte sich, wobei zugegebenermassen auch Auswüchse – z. B. in der Reklame, im Zugabewesen und bei Sonderaktionen – zu registrieren waren. Die Margen kamen unter Druck. Wir müssten uns entschieden dagegen wehren, wenn über die Revision des Alkoholgesetzes versucht würde, das Rad zurückzudrehen, auf Umwegen und durch Hintertüren die Preisbindung der zweiten Hand auf dem Spirituosenmarkt wieder einzuführen. Verschiedene Formulierungen des Expertenberichtes lassen vermuten, dass diese Gefahr nicht von der Hand zu weisen ist. Wenn wiederholt von Missständen und gar von Preisverwilderung auf dem Spirituosenmarkt die Rede ist, dann schimmert die Absicht durch, die frühere Ordnung wiederherzustellen. Gegenüber derartigen Tendenzen möchten wir mit Nachdruck betonen,

dass es auch jene Missstände gibt, die man unter dem Stichwort «übersetzte Margen» zusammenfassen könnte.
Wir anerkennen, dass von einem Vorschlag im Sinne von Mindestpreisvorschriften Abstand genommen wird. Aber die vorgeschlagene Lösung des *«Lockpreisverbotes»* ist ebenfalls problematisch. Eine solche Regelung würde ein Verbot von Sonderpreisen und sonstigen Vergünstigungen (Zugaben usw.) umfassen. «Als unzulässiger Sonderpreis ist jeder Preis zu betrachten, welcher unter dem Einstandspreis liegt, aber auch ein Preis, der keine angemessene Gewinnmarge gewährleistet. Angemessen ist eine Gewinnmarge jedenfalls dann nicht, wenn sie niedriger ist als die vom betreffenden Unternehmen sonst angewendeten Margen oder wenn sie die handelsüblichen Margen wesentlich unterschreitet. Im übrigen wird es Sache der Verwaltungs- und Gerichtspraxis sein, zu bestimmen, welche Sonderpreise als unzulässig betracht werden müssen.» (Bericht, S. 10). Aus dieser Umschreibung im Bericht der Expertenkommission ist die Problematik des Lockpreisverbotes klar ersichtlich; was sich vorerst relativ harmlos liest, läuft im Effekt auf Mindestmargenvorschriften hinaus. Die ganze Konzeption geht unseres Erachtens an den betriebswirtschaftlichen Realitäten vorbei und enthält ein zu starkes wettbewerbshemmendes Moment. Darüber hinaus ist zu vermuten, dass Verwaltung und Gerichte mit der Durchführung überfordert wären.
Der Konsument hat ein Bedürfnis nach Information und Markttransparenz. Preis- und Qualitätsvergleiche sind erwünschte und notwendige Hilfen. Wir sind aus grundsätzlichen Überlegungen dagegen, dass *preisvergleichende Angaben* verboten sein sollen. Als Massnahme gegen den Alkoholkonsum ist das Preisvergleichsverbot ohnehin untauglich. Es schützt gewisse Anbieter, nicht aber die Konsumenten. Zudem ist die vorgeschlagene Formulierung in Artikel 42 b alles andere als eindeutig: «Preisvergleichende Angaben und das Anbieten von Sonderpreisen und andern Vergünstigungen, welche ein Anlocken der Konsumenten bezwecken, sind verboten.» Man wird einen solchen Gesetzestext auf sehr verschiedene Art interpretieren können. Wann ist die Absicht vorhanden? Bedeutet jeder Preisvergleich ein Anlocken der Konsumenten? Wo wäre allenfalls die Grenze zwischen dem Informieren und dem Anlocken zu ziehen? Gesetzesbestimmungen, die mehr Verwirrung und Unsicherheit statt Klarheit schaffen, dürften ihren Zweck kaum erfüllen.
Es besteht kein Zweifel, dass für Tabakwaren und alkoholische Getränke ein *Übermass an Reklame* betrieben wird. Die Reklame für solche Genussmittel ganz wesentlich zu beschränken, ist ein Ziel, das Unterstützung verdient. Zu kritisieren ist diese Reklame insbesondere dann, wenn sie sich mehr oder weniger direkt an Jugendliche richtet oder mit Sportveranstaltungen verbunden ist. – Eine generelle Reklameordnung mit wesentlichen Reklamebeschränkungen

wäre am zweckmässigsten. Wir sind jedoch damit einverstanden, dass die Revision des Alkoholgesetzes auch Reklamevorschriften enthält. Absatz 4 von Artikel 42 b stimmen wir zu. Der Fragwürdigkeit der allgemeinen Bestimmungen in den Absätzen 1 und 2 sind wir uns und dürfte sich auch die Alkoholverwaltung bewusst sein. Diese Vorschriften sind so generell, dass man nicht zuviel davon erwarten darf, zumal die Findigkeit und Phantasie der Werbewirtschaft nicht zu unterschätzen ist. Immerhin ist zu hoffen, dass damit offensichtliche Missbräuche und Auswüchse bei der Alkoholreklame unterbunden werden können.

Diese Bemerkungen und Überlegungen zur Revisionsvorlage lassen uns zum Schluss kommen, dass die optimale Lösung noch nicht gefunden ist, dass es im Interesse der Sache angezeigt wäre, *die Vorlage nochmals gründlich zu überprüfen und zu überarbeiten. In der vorliegenden Form dürfte sie für die parlamentarische Behandlung noch nicht reif sein.* Vor allem muss den wettbewerbspolitischen Aspekten vermehrtes Gewicht beigemessen werden.

Zum Schluss seien noch *zwei Detailfragen* gestreift. 1. Die in Artikel 39 vorgeschlagene *Freimenge* von 200 Liter Branntwein ist unseres Erachtens zu hoch. 2. Die *Gebühren,* die für die Handelsbewilligung zu zahlen sind, sollten im Gesetz selbst nur im Grundsatz, nicht aber in der Höhe festgelegt werden. Die Gebührenhöhe muss inskünftig möglicherweise wegen der Teuerung in kürzeren Zeitabständen angepasst werden. Deshalb dürfte es sich empfehlen, die Höhe der Gebühren in der Verordnung zu regeln, also den Bundesrat für zuständig zu erklären.

Genehmigen Sie, sehr geehrter Herr Bundesrat, den Ausdruck unserer vorzüglichen Hochachtung.

Schweizerischer Gewerkschaftsbund