

Sélection d'article sur la politique suisse

processus

**Für eine Regulierung der Werbung gemäss dem Life Cycle Assessment
(LCA) eines Produktes (Pa. Iv. 21.458)**

Imprimer

Éditeur

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Contributions de

Flückiger, Bernadette

Citations préféré

Flückiger, Bernadette 2025. *Sélection d'article sur la politique suisse: Für eine Regulierung der Werbung gemäss dem Life Cycle Assessment (LCA) eines Produktes (Pa. Iv. 21.458), 2022*. Bern: Année Politique Suisse, Institut de science politique, Université de Berne. www.anneepolitique.swiss, téléchargé le 22.05.2025.

Sommaire

Chronique générale	1
Infrastructure et environnement	1
Protection de l'environnement	1
Politique climatique	1

Abréviations

RK-NR Kommission für Rechtsfragen des Nationalrats
LCA Life Cycle Assessment

CAJ-CN Commission des affaires juridiques du Conseil national
LCA Life Cycle Assessment

Chronique générale

Infrastructure et environnement

Protection de l'environnement

Politique climatique

INITIATIVE PARLEMENTAIRE
DATE: 04.02.2022
BERNADETTE FLÜCKIGER

Im Juni 2021 reichte Nationalrätin Valentine Python (gp, VD) eine parlamentarische Initiative zum **Verbot von Werbung für CO2-intensive Produkte** ein. Gemäss Initiantin solle ein Life Cycle Assessment (LCA), also eine Analyse der potenziellen Umweltwirkungen und der Energiebilanz während des gesamten Lebensweges, definieren, welche Güter von diesem Werbeverbot betroffen wären. Python machte darauf aufmerksam, dass die Schweiz proportional gesehen sehr viele Treibhausgase ausstosse. Wenn man auch die grauen Emissionen mitberücksichtige, befinde sich die Schweiz in punkto CO2-Emissionen pro Bewohner weltweit sogar an vierter Stelle. Es sei daher sehr wichtig, «unsere Lebens- und Konsumweisen anzupassen». Eine Massnahme, die ergriffen werden könne, liege in einem Verbot von Werbung für besonders klimaschädliche Produkte.

Die RK-NR beriet dieses Anliegen im Februar 2022 und gab der Initiative mehrheitlich keine Folge, da ihr das geforderte Werbeverbot zu weit ging. Zudem schätzte sie es als sehr komplex ein, eine Abgrenzung des Anwendungsbereichs des Verbots zu definieren. Diese unklare Definition würde wiederum zu Rechtsunsicherheit führen. Eine Minderheit Fehlmann Rielle (sp, GE) beantragte Folgegeben. Für die Minderheit stellte das LCA ein bewährtes Instrument dar, anhand dessen gut bestimmt werden könne, welche Produkte unter das Werbeverbot fallen würden.¹

INITIATIVE PARLEMENTAIRE
DATE: 16.06.2022
BERNADETTE FLÜCKIGER

Der Nationalrat diskutierte in der Sommersession 2022 ein **Verbot von Werbung für CO2-intensive Produkte**, wie es von Valentine Python (gp, VD) in einer parlamentarischen Initiative gefordert worden war. Die Initiantin und ihre Mitstreiterin Laurence Fehlmann (sp, GE) argumentierten vergeblich, dass die Werbung eine entscheidende Rolle bei den Kaufentscheidungen spiele und ein Verbot für die Bewerbung von CO2-intensiven Produkten, wie etwa Autos oder nicht nachhaltige Lebensmittel, einen Beitrag zur Minderung des CO2-Ausstosses leisten könne. Auch der Hinweis darauf, dass in der EU derzeit ein ähnliches Vorhaben debattiert werde, vermochte die Mehrheit der grossen Kammer nicht zu überzeugen. Kommissionssprecherin Barbara Steinemann (svp, ZH) legte hingegen dar, dass ein LCA, wie es die Initiative forderte, äusserst aufwändig sei und das geforderte Wettbewerbsverbot quasi die ganze Werbebranche in Frage stelle. Der Initiative wurde schliesslich mit 121 zu 69 Stimmen keine Folge gegeben. Sie ist damit vom Tisch.²

1) Medienmitteilung RK-NR vom 3.2.22; Pa. Iv. 21.458

2) AB NR, 2022, S. 1246 ff.