année politique suisse

DOKUMENTATION · ANALYSE · DIFFUSION

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Prozess **Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung (Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung)» (BRG 20.068)**

Impressum

Herausgeber

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

Beiträge von

Schneuwly, Joëlle

Bevorzugte Zitierweise

Schneuwly, Joëlle 2025. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung (Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung)» (BRG 20.068), 2018 - 2022*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 08.07.2025.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik 1
Sozialpolitik 1
Gesundheit, Sozialhilfe, Sport 1
Suchtmittel 1

Abkürzungsverzeichnis

SGK-SR	Kommission für soziale Sicherheit und Gesundheit des Ständerates
SGK-NR	Kommission für soziale Sicherheit und Gesundheit des Nationalrates
WHO	World Health Organization
LCH	Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz
FMH	Verbindung der Schweizer Ärztinnen und Ärzte
SGV	Schweizerischer Gewerbeverband
VPOD	Schweizerischer Verband des Personals öffentlicher Dienste
SAJV	Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände
SBV	Schweizerischer Bauernverband
VSAO	Verband Schweizerischer Assistenz- und Oberärztinnen und -ärzte
SBK	Schweizer Berufsverband der Pflegefachfrauen und Pflegefachmänner
SPO	SPO Patientenschutz

CSSS-CE	Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil des Etats
CSSS-CN	Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil national
OMS	Organisation mondiale de la Santé
LCH	Association faîtière des enseignantes et enseignants de Suisse
FMH	Fédération des médecins suisses
USAM	Union suisse des arts et métiers
SSP	syndicats des Services publics
CSAJ	Conseil Suisse des Activiés de Jeunesse
USP	Union Suisse des Paysans
ASMAC	Association suisse des médecins-assistant.e.s et chef.fe.s de clinique
ASI	Association suisse des infirmiers et infirmières
OSP	OSP Organisation suisse des patients

Allgemeine Chronik

Sozialpolitik

Gesundheit, Sozialhilfe, Sport

Suchtmittel

VOLKSINITIATIVE
DATUM: 20.02.2018
JOËLLE SCHNEUWLY

Im März 2018 lancierte ein Komitee bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern der Ärzteschaft, Drogisten und Drogistinnen, Apotheker und Apothekerinnen sowie der Krebs- und der Lungenliga die **Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung (Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung)»**. Die Forderung der Initiative besteht darin, Tabakwerbung, die an Minderjährige gerichtet oder für sie zugänglich ist, zu verbieten. Davon betroffen wären unter anderem Werbung in den Printmedien, im Internet und in den sozialen Medien, auf Plakaten, an Kiosken, in Kinos ebenso wie das Sponsoring von Festivals durch Tabakproduzenten und -produzentinnen sowie Werbung durch die Abgabe von Gratismustern.
Hans Stöckli (sp, BE), der den Trägerverein der Initiative präsidierte, erklärte gegenüber den Medien, es gehe nicht an, dass Tabakprodukte in der Schweiz zwar nicht mehr an Minderjährige verkauft werden dürften, gezielt an Jugendliche gerichtete Werbung aber nach wie vor erlaubt sei. Es müsse etwas unternommen werden, so das Initiativkomitee, denn Jugendliche seien besonders empfänglich für Tabakwerbung – hätten doch Studien gezeigt, dass 57 Prozent aller Raucherinnen und Raucher vor ihrer Volljährigkeit mit dem Konsum der Tabakprodukte begonnen hätten. Gemäss Tages-Anzeiger sterben schweizweit zudem jährlich rund 9'500 Personen an den Folgen des Tabakkonsums und die Folgekosten des Konsumierens beliefen sich auf CHF 10 Mrd. pro Jahr. Wie die Tribune de Genève berichtete, könnten durch das vorgeschlagene Werbeverbot CHF 1 Mrd. an Gesundheitskosten eingespart werden.
Im gleichen Zeitraum wie die Lancierung der Volksinitiative lief die Vernehmlassungsfrist zum zweiten Bundesratsvorschlag bezüglich des Tabakproduktegesetzes ab. Der Aargauer Zeitung zufolge war dieses Timing nicht zufällig. Gemäss Initiativkomitee hatte der Bundesrat bezüglich Tabakprävention zu wenig unternommen, Hans Stöckli bezeichnete den bundesrätlichen Entwurf gar als «zahnlos». Der Tages-Anzeiger hingegen sprach von einer Art «Durchsetzungsinitiative», mit der die Parlamentsdebatte beeinflusst werden solle und der Tabaklobby und den Wirtschaftsverbänden Einhalt geboten werden könne.
Nicht einverstanden mit dem Vorgehen der Initianten und Initiantinnen zeigte sich Hans-Ulrich Bigler (fdp, ZH), Präsident des Schweizerischen Gewerbeverbandes. Seiner Meinung nach sei «Die Ankündigung einer Volksinitiative zu Tabakwerbeverboten während der Diskussionen zum neuen Tabakproduktegesetz [...] ein inakzeptabler Einmischungsversuch in einen demokratischen Gesetzgebungsprozess». Auch Japan Tobacco International, das seinen Sitz in Dagmersellen hat, äusserte sich kritisch sowohl gegenüber der Bundesratsvorlage als auch gegenüber der Volksinitiative. Die wirtschaftliche Freiheit der Händler und Händlerinnen von legal erhältlichen Produkten würde durch das Werbeverbot eingeschränkt, so Sprecher Kevin Suter. Zudem könne am Beispiel Frankreich – wo es seit einigen Jahrzehnten ein striktes Werbeverbot für Tabakprodukte gebe, der Raucher- und Raucherinnenanteil aber trotzdem grösser sei als in der Schweiz – aufzeigt werden, dass für die öffentliche Gesundheit dadurch keinen Nutzen entstehe. [1]

VOLKSINITIATIVE
DATUM: 08.10.2019
JOËLLE SCHNEUWLY

Nachdem die Unterschriftensammlung zur 2018 lancierten **Volksinitiative, die Kinder und Jugendliche vor Tabakwerbung schützen will**, gemäss Blick zwischenzeitlich harzig verlaufen war, wurde sie am 12. September 2019 – gut eine Woche vor Ablauf der Sammelfrist – mit 109'969 gültigen Stimmen doch noch eingereicht. Am 8. Oktober desselben Jahres erklärte die Bundeskanzlei die Initiative offiziell als zustande gekommen. [2]

VOLKSINITIATIVE
DATUM: 26.08.2020
JOËLLE SCHNEUWLY

Ende August 2020 veröffentlichte der Bundesrat seine **Botschaft zur Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung (Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung)»**. Da der Landesregierung die Initiative, welche ein sehr umfassendes Werbeverbot für die entsprechenden Produkte vorsieht, zu weit ging, empfahl sie diese ohne Gegenvorschlag zur Ablehnung. Es bedürfe einer gewissen Balance zwischen öffentlicher Gesundheit und den Interessen der Wirtschaft. Dennoch erachtete der Bundesrat einen besseren Kinder- und Jugendschutz im Zusammenhang

mit Tabakwerbung als wünschenswert, weshalb er die Absicht äusserte, sich diesbezüglich im Rahmen der parlamentarischen Debatte zum Tabakproduktegesetz stark zu machen. So sei beispielsweise ein Werbeverbot für Tabakprodukte in Kinos und auf Plakaten, wie es bereits in der ersten Vorlage aus dem Jahr 2015 geplant gewesen war, ins Auge zu fassen. [3]

VOLKSINITIATIVE
DATUM: 06.11.2020
JOËLLE SCHNEUWLY

Mit 17 zu 8 Stimmen empfahl die SGK-NR im November 2020 die Volksinitiative **«Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung»** abzulehnen, wobei sich eine Minderheit für das Volksbegehren aussprach. Gut einen Monat zuvor hatte die Kommission Vertreterinnen und Vertreter des Initiativkomitees konsultiert.
Während der Frühjahrssession 2021 stand die Initiative auf der Traktandenliste des **Nationalrates**. Die grosse Kammer zeigte sich bezüglich des Volksbegehrens gespalten. Benjamin Roduit (mitte, VS) und Lorenz Hess (mitte, BE) sprachen sich für die Kommissionsmehrheit gegen die Initiative aus. Ihnen zufolge hätte eine Annahme ein «faktisches Totalverbot» von Werbung zur Folge, was die Markt- und Handelsfreiheit von «sich legal im Handel befindenden Produkten» unverhältnismässig einschränken würde. Dies gehe auch mit wirtschaftlichen Konsequenzen für den Staat, der durch entsprechende Steuereinnahmen mitverdiene, sowie für Veranstaltungen und Medien, die von Sponsoring und Werbung abhängig seien, einher. Zielführender sei ein Kompromiss, bei dem der Jugendschutz im Vordergrund stehe, etwa in Form des Tabakproduktegesetzes. Dies entsprach weitgehend der Meinung der bürgerlichen Parteien SVP, FDP und Mitte. Nicht einverstanden damit waren hingegen die SP, Grünen und die GLP, welche die Ansicht vertraten, dass das Tabakproduktegesetz zu wenig weit gehe. Flavia Wasserfallen (sp, BE) betonte die Wichtigkeit der Volksinitiative, da die Mehrheit aller Rauchenden als Minderjährige mit dem Tabakkonsum begonnen hätten und dieser zu Gesundheitskosten sowie Kosten für die Wirtschaft in der Höhe von je CHF Mrd. 4 führe. Gesundheitsminister Alain Berset stellte sich im Namen des Bundesrates auf die Seite der Gegnerschaft, ebenfalls mit der Meinung, dass es sich beim Tabakproduktegesetz um das griffigere Instrument handle. Der Nationalrat empfahl das Volksbegehren in der Folge mit 96 zu 84 Stimmen (bei 1 Enthaltung) zur Ablehnung. [4]

VOLKSINITIATIVE
DATUM: 20.09.2021
JOËLLE SCHNEUWLY

Nachdem sich der Nationalrat im Frühling 2021 mit der Volksinitiative zum Thema **Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung** befasst hatte, war es in der darauffolgenden Herbstsession am **Ständerat**, über das Volksbegehren zu befinden. Josef Dittli (fdp, UR) empfahl die Initiative für die Mehrheit der SGK-SR zur Ablehnung, da mit dem Tabakproduktegesetz als indirekter Gegenvorschlag ein guter Kompromiss ausgearbeitet worden sei, mit dem einige Forderungen der Initiative abgedeckt würden. Eine Kommissionsminderheit rund um Hans Stöckli (sp, BE), welcher auch Mitglied des Initiativkomitees war, wollte indes die Initiative zur Annahme empfehlen. Stöckli begründete dies damit, dass mit dem Tabakproduktegesetz zwar gewisse Fortschritte erzielt werden konnten, diese Lösung jedoch unzureichend sei, weil Werbung im Internet – welche den grössten Teil des Werbekuchens ausmache – nach wie vor erlaubt sei. Alain Berset hielt der Initiative zugute, dass sie zwei Anliegen des Bundesrates aufnehme: Zum einen den Schutz der Bevölkerung vor den schädlichen Folgen des Tabakkonsums und zum anderen die Möglichkeit zur Ratifizierung des Rahmenübereinkommens mit der WHO – diese sei mit dem vorliegenden Tabakproduktegesetz nicht möglich. Trotzdem empfehle der Bundesrat das Volksbegehren zur Ablehnung, da ihm die Initiative zu weit gehe und mit ihr kein genügender Ausgleich zwischen gesundheitlichen und wirtschaftlichen Interessen erzielt werden könne. Mit 27 zu 12 Stimmen (bei 1 Enthaltung) empfahl der Ständerat die Initiative zur Ablehnung. [5]

VOLKSINITIATIVE
DATUM: 01.10.2021
JOËLLE SCHNEUWLY

In der **Schlussabstimmung** Anfang Oktober 2021 nahmen sowohl der National- als auch der Ständerat den Bundesbeschluss an, mit dem die **Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung»** zur Ablehnung empfohlen wurde. In der grossen Kammer fiel der Entscheid mit 101 zu 88 Stimmen (bei 7 Enthaltungen), die kleine Kammer sprach sich mit 29 zu 14 Stimmen (bei 1 Enthaltung) für den Bundesbeschluss aus. Die Bundeskanzlei setzte den Abstimmungstermin in der Folge auf den 13. Februar 2022 an. [6]

Am 13. Februar 2022 stimmte die Schweizer Stimmbevölkerung neben dem Massnahmenpaket zugunsten der Medien und der Abschaffung der Emissionsabgabe auch über die **Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung»** ab. Der Bundesrat hatte sich gegen das Volksbegehren ausgesprochen, da dieses unter anderem einen zu starken Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit darstelle. Stattdessen verwies er auf den vom Parlament ausgearbeiteten indirekten Gegenentwurf, der dem Jugendschutz Rechnung trage, der aber weniger weit gehe als die Volksinitiative und weiterhin an Erwachsene gerichtete Tabakwerbung ermögliche.

Die **Befürworterinnen und Befürworter** der Vorlage, unter anderem bestehend aus den Parteien SP, GLP, Grüne und EVP, der Ärztinnen- und Apothekerschaft sowie weiteren Berufen und Organisationen des Gesundheitswesens, dem Lehrerinnen- und Lehrerverband und Swiss Olympic, erachteten den Gegenvorschlag als «Alibiübung»: Tabakwerbung bleibe im Internet und in Gratiszeitungen nach wie vor erlaubt, obwohl junge Menschen gerade mit diesen Medien in Kontakt kämen. Es müsse bedacht werden, dass Rauchen chronische Krankheiten zur Folge haben könne und in der Schweiz jährlich 10'000 Personen an den Folgen des Rauchens stürben. Dies entspreche 15 Prozent aller Todesfälle. Weil mehr als die Hälfte der Rauchenden vor ihrer Volljährigkeit mit dem Konsum anfingen, sei es wichtig, insbesondere das Konsumverhalten von Kindern und Jugendlichen anzugehen. Das Verbot von Tabakwerbung für diese Altersgruppe stelle daher einen sinnvollen Ansatz dar. Zudem hätten Studien gezeigt, dass die Wahrscheinlichkeit, mit Rauchen zu beginnen, höher sei, wenn man im Kinder- oder Jugendalter oft Tabakwerbung ausgesetzt gewesen sei.

Auf die Seite der **Gegnerinnen und Gegner** standen die bürgerlichen Parteien SVP, FDP und Mitte, das Schweizerische Konsumentenforum und der Verband «Schweizer Medien» sowie mit der Economiesuisse und dem Gewerbeverband zwei gewichtige Akteure aus der Wirtschaft. Sie erachteten die Initiative als unverhältnismässigen Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit und argumentierten, dass es sich bei Tabak um ein legales Produkt handle und legale Produkte auch beworben werden dürften. Nicht vergessen werden dürfe auch, dass die Werbung eine wichtige Geldquelle für Medien, kulturelle Anlässe und kleine Läden darstelle und Arbeitsplätze auf dem Spiel stünden. Zudem sei der Anteil rauchender Jugendlicher in Ländern mit strengeren Werbeverboten nicht geringer als hierzulande. Stimmen aus der SVP fürchteten sich ferner davor, dass in einem zweiten Schritt weitere Produkte wie Fleisch, Alkohol, Süssigkeiten, fettige Speisen oder Flugreisen in Zukunft nicht mehr beworben werden dürften.

Die **Presse** diskutierte die Frage, wie attraktiv Jugendliche heutzutage das Rauchen überhaupt finden. Der Tages-Anzeiger ging auf eine Studie der Universitäten Lausanne und Basel ein, gemäss welcher das Rauchen aufgrund seines Imageverlusts bei den meisten Jugendlichen immer weniger Anklang finde. Nichts von einem Imageverlust wissen wollte hingegen die SonntagsZeitung, die von einem «positive[n] Bild [bei den Jugendlichen], das die Tabakindustrie ihren Produkten verleiht», berichtete. Besonders umstritten war die Höhe des Anteils der Jugendlichen oder Minderjährigen, welche heute rauchen, hier war von Werten zwischen 6 Prozent (Republik), über einen Viertel (NZZ) bis hin zu ungefähr einem Drittel (Aargauer Zeitung & SonntagsZeitung) die Rede.

Die Medien berichteten überdies, dass die Schweiz verglichen mit den anderen europäischen Ländern nur wenig restriktive Reglementationen zur Tabakwerbung kenne. Ein Verbot bestehe bisher lediglich für Werbung in Radio und Fernsehen, zudem sei die Abgabe von Gratismustern an Minderjährige untersagt. Weiter existierten auf kantonaler Ebene weitergehende Einschränkungen. So betreffe das Werbeverbot in 17 Kantonen auch Plakatwerbung und in 6 Kantonen dürfe keine Tabakwerbung in Kinos geschalten werden.

Die vergleichsweise wenig restriktiven Werbeverbote brachten die Medien teilweise mit der Stellung der Tabakkonzerne in der Schweiz in Verbindung. So existierten in der Schweiz laut 24 Heures etwa 30 Firmen, die Produkte und Dienstleitungen im Zusammenhang mit der Herstellung von Tabak anbieten. Alleine Philipp Morris sei gemäss Republik zudem für zwei Drittel aller Unternehmenssteuern des Kantons Neuenburg verantwortlich. Dem Tages-Anzeiger zufolge hätten in den letzten Jahren die Tabakkonzerne jedoch ihre Ausgaben zur Bewerbung ihrer Produkte deutlich reduziert (2000: CHF 69.8 Mio.; 2020: CHF 9.7 Mio.), was 0.2 Prozent der gesamten hierzulande getätigten Werbeausgaben entspreche. Folglich träfe sie ein Werbeverbot heute weniger stark als in der Vergangenheit.

Stärker betroffen von einem Tabakwerbeverbot wäre hingegen der **Kulturbereich**, argumentierte die Presse. Dem Heiteren Open Air drohe beispielsweise eine Erhöhung der Ticketpreise um 10 Prozent, da durch das Werbeverbot rund 25 Prozent der Sponsoring-Einnahmen wegfallen würden. Hingegen wurden auch Beispiele angefügt, die bereits jetzt komplett auf Tabakwerbung verzichteten.

Ferner zu reden gaben auch **(angebliche) Ungereimtheiten in Bezug auf den indirekten Gegenentwurf**, welche sich im offiziellen Abstimmungsbüchlein des Bundes finden lassen würden. Zum einen handelte es sich um die Aussage, dass der Gegenentwurf «erstmals» schweizweit gültige Einschränkungen zum Inhalt habe, obschon bereits solche vorhanden seien. Der Fehler wurde anschliessend in der Onlineversion der Abstimmungsbroschüre korrigiert. Zum anderen beklagte sich Damian Müller (fdp, LU) über eine «irreführende» Übersichtstabelle, in welcher beim Gegenvorschlag Werbung in Zeitschriften und Internet als «erlaubt» bezeichnet worden war. Da an anderer Stelle im Abstimmungsbüchlein jedoch klargestellt werde, dass diese auch beim indirekten Gegenvorschlag untersagt sei, wenn sie «für Minderjährige bestimmt» sei, handelte es sich aus Sicht der Bundeskanzlei nicht um einen Fehler.

In den **Vorumfragen** zur Abstimmung von SRG/gfs.bern und Tamedia/LeeWas sprachen sich Ende Dezember 2021 beziehungsweise Anfang Januar 2022 51 Prozent respektive 53 Prozent für und 22 Prozent respektive 14 Prozent eher für die Initiative aus. Ende Januar 2022 lag die Zustimmung bei 46 Prozent respektive 55 Prozent («für Annahme der Initiative») und bei 17 Prozent respektive 5 Prozent («eher für Annahme der Initiative»).

Am **13. Februar 2022** nahm die Schweizer Stimmbevölkerung die Volksinitiative mit 56.7 Prozent Ja-Stimmen an, zudem stellte sich in 16 Kantonen (mit 15 Standesstimmen) die Mehrheit der Stimmbürgerinnen und Stimmbürger hinter die Vorlage. Besonders deutlich fiel das Ergebnis in der französischsprachigen Schweiz aus, wo über 60 Prozent der Stimmenden ein Ja in die Urne legten. Selbst im Kanton Neuenburg, in welchem die Tabakindustrie stark verankert ist, stimmte die Mehrheit der Stimmberechtigten im Sinne der Initiantinnen und Initianten. Abgelehnt wurde die Initiative dagegen von Innerschweizer und Ostschweizer Kantonen.

Am Folgetag der Abstimmung wanden die Zeitungen dem **Initiativkomitee** ein Kränzchen. Schliesslich hätten Volksinitiativen normalerweise einen schweren Stand. Dies gelte insbesondere, wenn sich die bürgerlichen Parteien und die Wirtschaftsverbände gegen eine Vorlage aussprechen. Zudem sei die Gegnerschaft der Befürworterschaft mit ihrer Kampagne finanziell überlegen gewesen. Hans Stöckli (sp, BE) vom Initiativkomitee sprach denn auch davon, dass man als David gegen Goliath gewonnen habe.

Die NZZ diskutierte mögliche Gründe für die Annahme und zog dabei Parallelen zur Pflegeinitiative. Zum einen wurde das Ergebnis auf «ein erhöhtes Gesundheitsbewusstsein» zurückgeführt, das durch die Covid-19-Pandemie und die damit verbundene Belastung des Gesundheitswesens angestossen worden sei. Weiter sei die Initiative mit Kindern und Jugendlichen einer Personengruppe zugutegekommen, die als Sympathieträger gelte, während die Zigarettenherstellerinnen und -hersteller als «Bösewichte» abgestempelt worden seien. Der Initiative zuträglich gewesen sei ebenfalls, dass es keinen parteipolitischen Absender, sondern vielmehr eine breite Allianz an Unterstützenden gegeben habe. Die Vox-Analyse zur Abstimmung ergab, dass junge Personen, Menschen mit einem hohen Bildungsabschluss und der Mittelstand der Initiative mehrheitlich zugestimmt hatten, ebenso Sympathisierende von Parteien, die sich links oder in der Mitte des politischen Spektrums verorten lassen. Sympathisierende von SVP und FDP hätten sich hingegen grösstenteils gegen das Volksbegehren ausgesprochen. Der Vox-Analyse zufolge begründeten die Ja-Stimmenden ihren Stimmentscheid mit dem Kinderschutz, der Gesundheit der Bevölkerung und damit, dass sie ein «Zeichen gegen die Tabak- und Werbe-Industrie» setzen wollten. Die Nein-Stimmenden begründeten ihr Stimmverhalten mit der freien Gesellschaft, den wirtschaftlichen Folgen und damit, dass das Werbeverbot unnütz sei.

Abstimmung vom 13. Februar 2022

Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung (Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung)»
Beteiligung: 44.24%

Ja: 1'371'177 Stimmen (56.65%) / 15 Stände
Nein: 1'049'107 Stimmen (43.35%) / 8 Stände

Parolen:
- Ja: EDU, EVP, GLP, GPS, PdA, SD, SP, VPOD, FMH, VSAO, SAJV, Krebsliga, Lungenliga, Blaues Kreuz, SPO, Berufsverband der Kinderärztinnen und Kinderärzte, SBK, pharmaSuisse, Schweizer Drogistenverband, LCH, Stiftung für Konsumentenschutz, Eidgenössische Kommission für Kinder- und Jugendfragen, Swiss Olympic, Piratenpartei, ML-CSP FR
- Nein: FDP, Mitte (12), SVP, Economiesuisse, SBV, SGV, Verlegerinnen- und Verlegerverband «Schweizer Medien», Schweizerisches Konsumentenforum, Vereinigung des schweizerischen Tabakwarenhandels, Vereinigung Schweizer Weinhandel, Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA), Verband Tankstellenshops Schweiz, Verts'libéraux du Jura bernois

* in Klammern die Anzahl abweichender Kantonalsektionen [7]

---

1) NZZ, 16.3.18; LZ, SGT, 17.3.18; AZ, CdT, Lib, TA, TG, 21.3.18; SN, 22.3.18; TA, 24.3.18
2) BBl, 2019, S. 6883 f.; Blick Online, 24.9.18; TA, 12.10.19
3) BBl, 2020, S. 7049 ff.
4) AB NR, 2021, S. 541 ff.; AB NR, 2021, S. 549 ff.; Medienmitteilung SGK-NR vom 6.11.20; Medienmitteilung SGK-NR vom 9.10.20
5) AB SR, 2021, S. 880 ff.
6) AB NR, 2021, S. 2140; AB SR, 2021, S. 1088
7) Tamedia-Abstimmungsumfrage vom 2.2.22; Tamedia-Abstimmungsumfrage vom 21.1.22; Tamedia-Abstimmungsumfrage vom 7.1.22; VOX-Analyse zur Abstimmung vom 13.2.22; NZZ, 2.10.21; TA, 2.11.21; 24H, Lib, TA, 10.12.21; APZ, 23.12.21; SoZ, 2.1.22; AZ, SGT, 4.1.22; LT, 6.1.22; 24H, CdT, Exp, NF, TA, 7.1.22; CdT, Exp, Lib, NF, NZZ, TA, 8.1.22; Blick, 10.1.22; AZ, SGT, 11.1.22; NZZ, 12.1.22; NZZ, WW, 13.1.22; CdT, Exp, 14.1.22; NF, NZZ, 15.1.22; SoZ, 16.1.22; APZ, AZ, LT, 17.1.22; NZZ, TA, 18.1.22; AVF, Blick, CdT, LT, 19.1.22; Blick, Exp, Republik, 20.1.22; Blick, Republik, TA, 21.1.22; CdT, NZZ, 22.1.22; SoZ, 23.1.22; AZ, Republik, 24.1.22; CdT, TA, 26.1.22; LT, TA, 28.1.22; 24H, Exp, LT, NZZ, TA, 29.1.22; AZ, Blick, LT, SGT, 31.1.22; AVF, CdT, Exp, LT, 1.2.22; 24H, LT, Lib, TA, 2.2.22; CdT, Exp, LT, NF, NZZ, TA, 3.2.22; Lib, NF, NZZ, 4.2.22; Exp, NZZ, TA, 5.2.22; So-Bli, 6.2.22; NZZ, 7.2.22; AZ, Blick, NZZ, TA, 8.2.22; CdT, QJ, 9.2.22; SGT, 10.2.22; AZ, SGT, TA, 11.2.22; AVF, NZZ, 12.2.22; AZ, Blick, CdT, Exp, LT, Lib, NF, NWZ, NZZ, SGT, SZ, TA, TZ, 14.2.22; NF, NZZ, SGT, 15.2.22; AZ, 16.2.22