

## **Anzug betreffend keine Werbung für besonders klimaschädliche Produkte und Dienstleistungen auf der Allmend**

19.5440.01

Die Botschaft von Klimaforschenden ist klar: Um den Klimawandel zu bremsen, müssen wir dringend den Ausstoss von CO<sub>2</sub> und anderen Klimagasen reduzieren. Die Politik ist aufgerufen, Massnahmen zu ergreifen, um dieses Ziel zu erreichen; angesprochen ist aber auch jede\*r einzelne von uns, denn mit unseren Konsumentscheidungen können wir steuern, wie stark Ernährung, Mobilität, Wohnen etc. das Klima belasten. Diesbezüglich sind wir allerdings tagtäglich widersprüchlichen Botschaften ausgesetzt: Einerseits sollen wir zum Schutz des Klimas den Konsum von tierischen Produkten reduzieren, auf Flugreisen verzichten, mit dem Velo zur Arbeit fahren und den Konsum ganz generell mässigen, andererseits werden wir laufend mit Werbebotschaften konfrontiert, die uns dazu animieren, genau das Gegenteil zu tun.

Nebst Werbung im Internet, im Fernsehen und in Printmedien, findet Werbung namentlich auch im öffentlichen Raum statt. In der Stadt Basel bestehen rund 4500 Plakatstellen, davon 2500 Stellen für die Kleinplakatierung und 2000 Grossplakatflächen. Das Recht zur Bewirtschaftung dieser Plakatflächen wird mittels Konzession an Werbedienstleistende vergeben.

Die Möglichkeit, Werbung zu betreiben, ist für Gewerbetreibende zum Absatz ihrer Produkte und Dienstleistungen wichtig. Das Recht, kommerzielle Werbung zu betreiben, ist denn auch durch das Grundrecht der Wirtschaftsfreiheit geschützt. Dieses gilt aber nicht absolut; Einschränkungen der Werbefreiheit können zulässig sein, wenn sie durch ein überwiegendes öffentliches Interesse oder der Schutz von Grundrechten Dritter gerechtfertigt sind. Im Kanton Basel-Stadt ist im öffentlichen Raum namentlich Werbung mit rassistischem oder geschlechterdiskriminierendem Inhalt und Werbung für alkoholische Getränke und Tabak untersagt (§ 7 der Plakatverordnung).

Die Anzugsteller\*innen sind der Ansicht, dass in Anbetracht der bereits eingetroffenen und für die Zukunft prognostizierten, kostspieligen Folgen der Klimaerhitzung ein überwiegendes öffentliches Interesse besteht, den Klimawandel so rasch wie möglich zu bremsen. In diesem Zusammenhang sollen auch die Konsumanreize durch Werbung auf Allmend für besonders klimaschädliche Produkte und Dienstleistungen gestoppt werden, analog zum Werbeverbot für alkoholische Getränke und Tabak.

Ein Beispiel für besonders klimaschädliche Produkte und Dienstleistungen stellen aus Sicht der Anzugsteller\*innen Flugreisen dar. Diese machen durchschnittlich rund 18% des CO<sub>2</sub>- Fussabdrucks der Schweizerinnen aus und tragen somit wesentlich zur Klimabelastung der Schweiz bei. Setzt sich das Wachstum des Flugverkehrs fort, wird der Flugverkehr mittelfristig zum klimaschädlichsten Sektor in der Schweiz überhaupt (Quelle: WWF Schweiz). Dass hier Handlungsbedarf besteht, hat inzwischen auch der nationale Gesetzgeber erkannt; die Flugticketabgabe hat auf nationaler Ebene nach der klimapolitischen Kehrtwende der FDP gute Chancen. Ein weiteres Beispiel für besonders klimaschädliche Produkte sind hochmotorisierte, allradbetriebene Offroader (SUVs), die bedenkllicherweise auch im Kanton Basel-Stadt aktuell einen Boom erleben. Aber nicht nur im Bereich Verkehr, zum Beispiel auch bei der Ernährung sind besonders klimaschädliche Produkte zu finden. Besonders tierische Produkte weisen sehr hohe Emissionsintensitäten auf. Gemäss dem Agrarbericht 2015 des Bundesamts für Landwirtschaft, sind tierische Nahrungsmittel für über 80 % der Emissionen des Nahrungsmittelkonsums in der Schweiz verantwortlich. Selbstverständlich haben auch die Herkunft und Herstellungsmethoden der Nahrungsmittel einen grossen Einfluss. Nahrungsmittel tierischen Ursprungs weisen aber aufgrund der produktionsbedingten Emissionen generell deutlich höhere Treibhausgasemissionen pro Kilogramm Produkt auf als pflanzliche Nahrungsmittel (BLW: Agrarbericht 2015).

Die Anzugsteller\*innen erachten es als widersprüchlich, wenn die Politik einerseits den Klimanotstand ausruft und gleichzeitig im öffentlichen Raum Werbung für besonders klimaschädliche Produkte und Dienstleistungen gestattet. Werbung für besonders klimaschädliche Produkte und Dienstleistungen gehört deshalb nicht in den öffentlichen Raum. Die Wahlfreiheit der Konsument\*innen wird durch eine solche Massnahme nicht eingeschränkt, und auch den Werbetreibenden steht es frei, ihre Produkte weiterhin auf anderen Kanälen wie etwa auf privaten Flächen, im Internet oder Fernsehen zu bewerben.

Aus den genannten Gründen fordern die Anzugsteller\*innen die Regierung auf zu prüfen und berichten:

1. Inwiefern Richtlinien erstellt werden können, welche die Einteilung von Produkten und Dienstleistungen in die Kategorie „besonders klimaschädlich“ ermöglichen.
2. Welche Möglichkeiten bestehen, die Werbung für besonders klimaschädliche Produkte und

Dienstleistungen im öffentlichen Raum, bzw. auf den oben erwähnten rund 4500 Plakatstellen einzuschränken?

3. Wie §7 der Plakatverordnung entsprechend ergänzt werden müsste.

Barbara Wegmann, Harald Friedl, Toya Krummenacher, Tonja Zürcher, Jérôme Thiriet,  
Oliver Bolliger