

Analyse zum Umgang des Bundes mit Hauptsponsor Philip Morris an der Expo 2020 in Dubai

## Auftrag nicht erfüllt

In Vevey huldigt derzeit die halbe Schweiz dem Wein. An der Fête des Vignerons, dem Fest der Winzer, wird Alkohol nicht als Laster, sondern als Genussmittel gefeiert. Diese Haltung teilen wohl viele in diesem Land. Der Schweizer konsumiert im Durchschnitt mehr als 33 Liter Wein pro Jahr, fast jeder zehnte trinkt täglich. Das führt uns zur Kehrseite des Konsums, zu den Zahlen von Suchtschweiz: 250 000 Süchtige, 1600 Todesfälle und über 4 Milliarden soziale Folgekosten. Trotzdem käme es niemandem in den Sinn, deswegen lustfeindlich aufzutreten und am Winzerfest Kritik zu üben. Ganz anders beim Rauchen. Da ist die Toleranz für Konsum und Werbung tief, wie die aktuelle Debatte um das Millionen-Sponsoring zeigt: Der Bund steht in der Kritik, weil er Philip Morris den Zuschlag als Hauptpartner des Schweizer Pavillons an der Expo in Dubai gegeben hat.

Natürlich sind die beiden Veranstaltungen in keiner Weise vergleichbar. Die Fête des Vignerons ist ein traditionsreiches Fest, ein Fest der Menschen der Region, das zum Unesco-Kulturerbe gehört. Die Expo ist hingegen eine offizielle Angelegenheit, eine Plattform für die Länder, sich vor der ganzen Welt ins beste Licht zu rücken. Trotzdem ist offensichtlich: Bei der Bewerbung von Genussmitteln wird mit zwei Ellen gemessen. Wein ist gut, Tabak ist schlecht.

Doch der Ärger über den Tabaksponsor geht über ethische Fragen hinaus. Da ist die widersprüchliche Politik des Bundes, der auf der einen Seite mehrere Millionen für Prävention ausgibt und auf der anderen Seite einem Tabakkonzern beste Werbefläche bietet und ihm so hilft, seine Produkte zu verkaufen. Hauptsächlich ist es aber eine Imagefrage. Auch wer das negative Bild des Tabakkonsums nicht teilt, muss feststellen, dass es in der Gesellschaft tief verwurzelt ist. Und genau hier liegt des Pudels Kern: Das schlechte

«Wenn das Image des Landes wegen eines Expo-Sponsors leidet, darf er eben nicht auftreten.»

Image, das der Tabakkonzern mit sich bringt, bleibt durch den Sponsoring-Auftritt auch an der Schweiz haften. Da hilft es auch nicht, wenn Philip Morris sich angeblich für eine «Zukunft ohne Zigaretten» einsetzen will, indem der Konzern das Tabakheizsystem IQOS als Innovation vermarktet: Der Tabak wird nicht mehr verbrannt, er wird erhitzt und ist gemäss Angaben des Konzerns so weniger schädlich.

Die gute Nachricht: Nicolas Bideau, der Chef von Präsenz Schweiz, der das Expo-Projekt verantwortet, ist nicht auf diesen PR-Gag reingefallen. Er sagte selbst gegenüber dem Westschweizer Radio RTS: Es gebe Schweizer Produkte, die sich einfach vermarkten liessen und ein gutes Bild der Schweiz zeichnen. Beim

Tabak sei dies anders: «Ich bin mir bewusst, dass wir ein Produkt haben, das kein gutes Bild abgibt.» Die Entscheidung sei denn auch nicht leicht gefallen, sagt Bideau – und schiebt die Schuld dem Parlament zu. Es hat vor zwei Jahren entschieden, dass die Hälfte des Expo-Budgets

aus der Privatwirtschaft stammen soll. Zum Vergleich: An der Expo Mailand beteiligten sich Private noch mit 30 Prozent am Schweizer Pavillon.

Es mag wohl sein, dass sich die Sponsorensuche im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld äusserst harzig gestaltet und die 1,8 Millionen Franken von Philip Morris ein wichtiger Beitrag sind. Trotzdem hat Bideau seinen Auftrag als Chef der Landeskommunikation nicht verstanden, wenn er sagt: «In der Abwägung zwischen Finanzierung und dem Image der Schweiz haben wir uns für das Sponsoring entschieden.» Ein eklatanter Fehler. Bei Präsenz Schweiz geht es nämlich um nichts anderes als um die «Wahrnehmung der Schweiz im Ausland». Deshalb ist sein Zugeständnis so fatal: Wenn das Image des Landes wegen eines Expo-Sponsors leidet, darf er eben nicht auftreten. Wird diese Vorgabe missachtet, können wir den Laden gleich schliessen. Da helfen auch Ausreden nicht, dass Philip Morris sein Produkt nur auf der Terrasse anbieten dürfe. Oder dass multinationale Konzerne auch zur Schweiz gehörten.

Gelingt es Nicolas Bideau nicht, dem Ausland ein positives Bild der Schweiz zu verkaufen, dann ist er mit seiner einzigen Aufgabe gescheitert. Und wenn er die Sponsoren nicht zusammenbringt, muss er das Budget eben überarbeiten. Ein kleinerer Pavillon für weniger als 15 Millionen Franken würde immerhin keinen Schaden anrichten.



Anna Wanner  
anna.wanner@chmedia.ch

Kommentar

## Es droht die Überhitzung

Wie schnell sich die Verhältnisse doch ändern können: Noch vor zehn Jahren gab es im ganzen Land kaum freie Wohnungen. Und heute stehen allein im Kanton Luzern Tausende leer, Tendenz steigend, vorab bei den Mietwohnungen. In mehreren Regionen liegt die Leerwohnungsziffer bereits bei über zwei Prozent – ein noch vor kurzem utopisch erscheinender Wert. Mieter, also die Mehrheit der Luzernerinnen und Luzerner und auch der Schweizer, können sich über diese Entwicklung nur freuen. Sie haben eine Auswahl, müssen sich nicht mit Dutzenden anderer Interessenten um ein neues Zuhause bewerben – und sie können vielerorts erst noch von sinkenden Mietzinsen profitieren. Allerdings nicht überall. So ist das Angebot in ländlicheren Regionen deutlich höher als die Nachfrage, während in der weiteren Agglomeration und an den besten Lagen in den Städten Mietwohnungen nach wie vor rar sind.

Doch das Gefälle zwischen Angebot und Nachfrage ist nur das kleinere Problem auf dem Wohnungsmarkt. Gesamthaft betrachtet, droht nämlich eine Überhitzung. Andere sprechen bereits von einer Immobilienblase. Doch wo, wenn nicht im Wohnungsmarkt, sollen institutionelle Anleger wie Pensionskassen investieren? Eine Frage, die nur ganz schwer zu beantworten ist. Und gleichzeitig eine Frage, auf die es bald eine Antwort braucht. Sonst wird die Blase grösser – und platzt. Mit unabsehbaren Folgen für Bauwirtschaft, Pensionskassen, Mieter und Eigenheimbesitzer.



Lukas Nussbaumer  
lukas.nussbaumer@luzernerzeitung.ch

## Foto des Tages



Nicht nur die Menschen, auch die Tiere leiden unter der Hitze. Während unsere Hauskatzen apathisch in der Wohnung herumliegen, sucht dieser Tiger Abkühlung im Wasser. Die prächtige Grosskatze lebt im

Tigerpark Dassow im Nordwesten von Mecklenburg-Vorpommern, zusammen mit 13 weiteren Tigern und fünf Löwen. Übrigens: Am 29. Juli ist der internationale Tag des Tigers. Bild: Jens Büttner/Keystone

Apropos

## Warum Zürich so beliebt ist

Die Zürcherin Esther Girsberger hat in ihrer Gastkolumne ehrenvoll versucht, die unerschämte guten Ratings ihrer Stadt punkto Lebensqualität zu relativieren. Vielleicht hätte sie sich noch etwas mehr anstrengen können. Denn nüchtern betrachtet, hat sich Zürich seine guten Bewertungen bei Leuten erschlichen, die wissen, dass sie nicht ewig bleiben müssen. Und solche gibt es dort zuhauf. Die Stadt ist bevölkert von Expats und Studenten, die irgendwann wieder wegziehen. Und voll von Pendlern, die am Feierabend froh sind, dass sie ihr den Rücken zukehren können. Hinzu kommen die jungen Aargauer und Thurgauer (und andere), die sich im Nachtleben vergnügen und anschliessend wieder in ihr Kaff zurückfahren. Eines muss man Zürich lassen: Es tut alles, damit sich die Besucher wohlfühlen. Seit längerer Zeit gilt das in hohem Mass auch für Fussballfans. Gemeint sind die Fans der Young Boys, des FC Basel, des FC St. Gallen, des FC Luzern oder des FC Lugano. Zürich garantiert, dass sie sich zwei Stunden lang amüsieren und danach siegestrunken nach Hause reisen können.

David Angst