



02.093

**Bundesgesetz
über Radio und Fernsehen.
Totalrevision**

**Loi fédérale
sur la radio et la télévision.
Révision totale**

Fortsetzung – Suite

CHRONOLOGIE

NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 02.03.04 (ERSTRAT - PREMIER CONSEIL)
NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 03.03.04 (FORTSETZUNG - SUITE)
NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 03.03.04 (FORTSETZUNG - SUITE)
NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 04.03.04 (FORTSETZUNG - SUITE)
NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 04.03.04 (FORTSETZUNG - SUITE)
NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 18.03.04 (FORTSETZUNG - SUITE)
STÄNDERAT/CONSEIL DES ETATS 02.03.05 (ZWEITRAT - DEUXIÈME CONSEIL)
STÄNDERAT/CONSEIL DES ETATS 02.03.05 (FORTSETZUNG - SUITE)
STÄNDERAT/CONSEIL DES ETATS 03.03.05 (FORTSETZUNG - SUITE)
STÄNDERAT/CONSEIL DES ETATS 03.03.05 (FORTSETZUNG - SUITE)
STÄNDERAT/CONSEIL DES ETATS 09.03.05 (FORTSETZUNG - SUITE)
NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 22.09.05 (DIFFERENZEN - DIVERGENCES)
NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 28.09.05 (FORTSETZUNG - SUITE)
STÄNDERAT/CONSEIL DES ETATS 30.11.05 (DIFFERENZEN - DIVERGENCES)
NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 06.03.06 (DIFFERENZEN - DIVERGENCES)
STÄNDERAT/CONSEIL DES ETATS 09.03.06 (DIFFERENZEN - DIVERGENCES)
STÄNDERAT/CONSEIL DES ETATS 24.03.06 (SCHLUSSABSTIMMUNG - VOTE FINAL)
NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 24.03.06 (SCHLUSSABSTIMMUNG - VOTE FINAL)

**Bundesgesetz über Radio und Fernsehen
Loi fédérale sur la radio et la télévision**

Art. 10

Antrag der Mehrheit

Abs. 1

....

b. alkoholische Getränke; (Rest des Buchstabens streichen)

....

Abs. 2

....

a. Werbung für Heilmittel nach Massgabe

....

Abs. 3, 4

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Abs. 5

Der Bundesrat kann zum Schutz der Gesundheit und der Jugend weitere Werbesendungen als unzulässig erklären.

Antrag der Minderheit





(Seiler, Bezzola, Binder, Eggly, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Schenk, Theiler, Weigelt)
Abs. 1

....

b. Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Antrag der Minderheit I

(Neiryndck, Aeschbacher, de Dardel, Hollenstein, Simoneschi-Cortesi)

Abs. 1

....

c. Religiöse und politische Werbung ist verboten. (Gemäss Art. 18 Abs. 5 des geltenden Rechtes)

d. Streichen

Antrag der Minderheit II

(Weigelt, Bezzola, Binder, Eggly, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Schenk, Seiler, Theiler, Vaudroz René)

Abs. 1

....

c. Streichen

Antrag der Minderheit II

(Weigelt, Bezzola, Föhn, Giezendanner, Schenk, Seiler, Theiler, Vaudroz René)

Abs. 1

....

d. Streichen

Antrag der Minderheit

(Neiryndck, de Dardel, Fehr Hans-Jürg, Fehr Jacqueline, Hämmerle, Hollenstein, Stump)

Abs. 2

....

a. Werbung für Heilmittel; (Rest des Buchstabens streichen)

Art. 10

Proposition de la majorité

Al. 1

....

b. les boissons alcoolisées; (biffer le reste de la lettre)

....

Al. 2

....

a. la publicité pour les médicaments selon la loi

....

Al. 3, 4

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Al. 5

Le Conseil fédéral peut interdire d'autres messages publicitaires aux fins de protéger la santé et la jeunesse.

Proposition de la minorité

(Seiler, Bezzola, Binder, Eggly, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Schenk, Theiler, Weigelt)

Al. 1

....

b. Adhérer au projet du Conseil fédéral

Proposition de la minorité I

(Neiryndck, Aeschbacher, de Dardel, Hollenstein, Simoneschi-Cortesi)

Al. 1

....

c. la propagande religieuse ou politique est prohibée. (Selon l'art. 18 al. 5 du droit en vigueur)





d. Biffer

Proposition de la minorité II

(Weigelt, Bezzola, Binder, Eggly, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Schenk, Seiler, Theiler, Vaudroz René)

Al. 1

....

c. Biffer

Proposition de la minorité II

(Weigelt, Bezzola, Föhn, Giezendanner, Schenk, Seiler, Theiler, Vaudroz René)

Al. 1

....

d. Biffer

Proposition de la minorité

(Neiryneck, de Dardel, Fehr Hans-Jürg, Fehr Jacqueline, Hämmerle, Hollenstein, Stump)

Al. 2

....

a. la publicité pour les médicaments; (biffer le reste de la lettre)

Präsident (Binder Max, Präsident): Ich schlage Ihnen folgendes Vorgehen vor: Wir würden zuerst über Absatz 1 Buchstabe b diskutieren und eine Abstimmung durchführen. Anschliessend diskutieren wir die Themen Religion und Politik in den Buchstaben c und d und führen wiederum eine Abstimmung durch. In einer dritten Diskussion behandeln wir

AB 2004 N 60 / BO 2004 N 60

Absatz 2 Buchstabe a, Werbung für Heilmittel. – Sie sind damit einverstanden.

Abs. 1 Bst. b – Al. 1 let. b

Schenk Simon (V, BE): In Artikel 10 schlägt uns der Bundesrat eine Fassung vor, wonach Getränke, die wenig Alkohol enthalten, für die Werbung freigegeben werden sollen. Mit diesem Antrag würde man sich an andere Länder im deutschsprachigen Raum anpassen. Deshalb ist der Antrag zu begrüssen; er ist sinnvoll, zeitgemäss, wie gesagt kompatibel mit dem Ausland und liberal.

Die Mehrheit möchte am Verbot festhalten. Die Entscheidung in der Kommission war sehr knapp; mit 12 zu 10 Stimmen hat die Mehrheit obsiegt. Der Antrag der Mehrheit, am Verbot festzuhalten, tönt zwar sehr gut. Am Verbot festzuhalten ist aber nicht mehr als eine Beruhigung des Gewissens. Das löst keine Probleme, vielmehr schafft es neue, weil das Verbot wirtschaftsfeindlich und zudem auch ungerecht ist.

Zuerst zur Ungerechtigkeit: Ausländische Sender haben andere Rahmenbedingungen und können solche Werbung schon jetzt aufschalten. Zudem sind Radio und Fernsehen grenzüberschreitend, deshalb besteht da eine klare Ungerechtigkeit. Es ist auch eine Wettbewerbsverzerrung, wenn in der Schweiz andere Vorschriften gelten als im nahen Ausland. Zudem gilt dieses Verbot für die Printmedien auch nicht. Auch aus diesem Grund müsste man dort den Antrag des Bundesrates unterstützen.

Zur Wirtschaftsfeindlichkeit: Die Wirtschaft braucht liberale Werbevorschriften. Deshalb geht der Antrag des Bundesrates in die richtige Richtung. Ich möchte hier schon wieder den Sport erwähnen.

Ich weiss, Herr Vollmer wird sagen, es gehe hier nicht um eine Einschränkung der Werbung im Sport. Trotzdem hat die Regelung für das Fernsehen hier eine gewisse Signalwirkung. Schon gestern, als wir die "Lex Russi" bzw. "Lex Subaru" besprochen haben, hat Herr Hämmerle so oft das Wort "Sauber" gebraucht, dass ich fast gemeint habe, er wolle Schleichwerbung für die Formel 1 machen. Der Sport ist bekanntlich ein nicht zu unterschätzender Wirtschaftsfaktor und ist auf eine gesunde Wirtschaft angewiesen. Der Sport muss in der Wirtschaft Geld generieren, weil wir vom Staat und vom Kanton her den Sport nicht so unterstützen können, wie es vielleicht wünschenswert wäre. Auch aus diesem Grund wäre es ein gutes Signal, wenn hier, bei der Radio- und Fernsehwerbung, die wenig alkoholhaltigen Getränke freigegeben werden könnten. Ich denke, diese Lockerung ist begrüssenswert und sinnvoll, weil sie ein Schritt in die richtige Richtung ist. Ich bitte Sie, bei Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe b die Minderheit Seiler zu unterstützen.

Stump Doris (S, AG): Die SP-Fraktion unterstützt die Mehrheit.





Wir alle wissen, dass Alkohol vor allem bei Jugendlichen in der Schweiz ein grosses Problem ist. Wir stellen Präventionsprogramme auf, wir versuchen mit Schul-Sozialarbeitern Probleme zu lösen und die Alkoholabhängigkeit zu verhindern. Dann wollen wir gleichzeitig die Werbung für Alkohol ermöglichen, sie in einem Bereich zulassen, wo sie wirksam ist!

Die SP-Fraktion unterstützt vor allem das Anliegen des Jugendschutzes und nimmt in Kauf, dass die Printwerbung hier anders behandelt wird. Wenn von europäischen Normen die Rede ist, dann würde ich gerade von der SVP erwarten, dass sie sich in solchen Bereichen auch unabhängig benimmt und eigenständige Regelungen findet, wenn sie unserem Land und unserer Jugend dient. Ich denke, wir können es nicht verantworten, noch mehr Aktivitäten zu unterstützen, die auch gesundheitliche Probleme verursachen und damit unser Gesundheitswesen belasten.

Ich bitte Sie, die Mehrheit zu unterstützen.

Hollenstein Pia (G, SG): Auch die grüne Fraktion unterstützt die Mehrheit.

Wir stimmen damit der strikteren Fassung zu, das heisst, wir sind für ein totales Werbeverbot von alkoholischen Getränken. Das Parlament ist ja nicht nur gefragt, sinnvolle Rahmenbedingungen für dieses Gesetz festzulegen, damit die Liberalisierung vorangeht, sondern das Parlament hat auch die Aufgabe, die Leitplanken für die Erhaltung der Gesundheit und damit für tiefere Kosten im Gesundheitswesen richtig zu setzen. Es ist unbestritten, dass Werbung ihre Wirkung hat. Es ist unbestritten: Je mehr Alkohol im Übermass konsumiert wird, desto höher steigen die Gesundheitskosten. Wenn wir uns auch für die Erhaltung der Gesundheit zuständig fühlen, ist es falsch, ein Werbeverbot für Suchtmittel zu lockern.

Wir erachten die Einschränkung aus gesundheitspolitischen Gründen als sinnvoll und unterstützen die Mehrheit. Damit entscheiden wir uns bei der Abwägung Werbefreiheit für Alkoholprodukte kontra Gesundheitsschutz für den Gesundheitsschutz. Wir nehmen damit eine Verzerrung des Wettbewerbes zum Nachteil der Schweizer Anbieter in Kauf.

Föhn Peter (V, SZ): Bei Artikel 10 lagen in der Kommission nicht weniger als ein Dutzend Anträge vor. Demzufolge wurde auch sehr eingehend über die Werbung und die Werbeverbote diskutiert.

Die SVP-Fraktion steht mehrheitlich hinter dem Entwurf des Bundesrates. In Absatz 1 wird klar umschrieben, für welche alkoholischen Getränke die Werbung zugelassen ist: "Die Werbung für andere alkoholische Getränke darf in Wort, Bild und Ton nur Angaben und Darstellungen enthalten, die sich unmittelbar auf das Produkt und seine Eigenschaften beziehen." Das hat mit Gesundheit nicht allzu viel zu tun. Es geht effektiv nur um die Werbung für jene alkoholischen Getränke, die dem Alkoholgesetz vom 21. Juni 1932 nicht unterstehen.

Jetzt wird einmal mehr die Gesundheit ins Feld geführt, was sich mit dem Verhalten und mit Äusserungen und Aussagen der genau gleichen Leute bei anderen Entscheidungen kaum vereinbaren lässt. Durch die vorgesehene Zulassung der Alkoholwerbung entstünde nur ein zusätzliches Werbevolumen von etwa 3 Millionen Franken – dies laut Prognosen – zum gesamten Werbekuchen von über 230 Millionen Franken an Radio- und TV-Werbung. Dies ist aber für einige Anbieter ein sehr wichtiges Einkommen oder Nebeneinkommen.

Deshalb bitte ich Sie, dem Bundesrat bzw. der Minderheit Seiler, die von Herrn Schenk vertreten worden ist, zu folgen.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Das alte Gesetz regelte diese Fragen der Werbeverbote in sehr guter und einfacher Art. Schauen Sie einmal auf Ihrer Fahne – auf Seite 10 oben links – nach, wie einfach und schön das geregelt war: "Religiöse und politische Werbung ist verboten, ebenso Werbung für alkoholische Getränke und Tabak." Ist das nicht eine einfache, schöne, saubere Gesetzgebung? Wir müssen nicht lange über Abgrenzungsfragen diskutieren. Wir haben keine Probleme mit der Frage der Verteilung des Werbekuchens, da diese hier nicht eingepackt ist, sondern es ist klar: Alle, die Fernsehen oder Radio machen, haben sich an diese Verbote zu halten. Ich meine, wir müssten auch in der neuen Fassung des RTVG diese Verbote alle zusammen beibehalten.

Warum soll in diesen Medien nicht für alkoholische Getränke geworben werden können? Es ist von der Prävention her schon angetönt worden: Es macht wenig Sinn, wenn wir viel Geld für Prävention im Bereich der alkoholischen Getränke ausgeben und umgekehrt dann wieder gerade in unserer Gesetzgebung Tür und Tor öffnen, damit für solche Getränke geworben werden kann.

Es kommt dazu, dass die Werbung in diesen elektronischen Medien, in Radio und Fernsehen, weitaus effizienter und stärker auf die Leute wirkt als irgendeine Werbung in den Printmedien. Fernsehen ist heute eines der wichtigsten



Informations- und Unterhaltungsmittel der Jugend geworden. Deshalb ist gerade in diesem Medium die Alkoholwerbung höchst problematisch.

Ich möchte Sie herzlich bitten, bei der bisherigen Situation zu bleiben. Wir wollen in den elektronischen Medien, die unsere Gesellschaft so stark prägen, keine politische Werbung, keine religiöse Werbung, keine Tabakwerbung, aber auch keine Alkoholwerbung. Es macht wenig Sinn, die Tabakwerbung hier zu verbieten, bei der wir uns einig sind und für die keine Minderheitsanträge gestellt worden sind, umgekehrt aber die Werbung für das andere Suchtmittel, nämlich die Werbung für Alkohol, dann doch in beschränktem Rahmen zuzulassen. Es kommt weiter dazu, dass man nach der Idee des Bundesrates dann unterscheiden muss, welches alkoholische Getränke sind, für die die Werbung erlaubt ist, und welches alkoholische Getränke sind, für die die Werbung nicht erlaubt ist. Auch hier sind die Grenzen relativ schwierig zu ziehen, vor allem dann in der Umsetzung.

Noch eine Bemerkung zum Werbekuchen und zum Sport: Es geht ja hier offenbar nicht so sehr um Prävention, sondern – verschiedene Redner haben es gezeigt – es geht darum, den Werbekuchen zu verteilen. Es geht um Geld, und wenn der Sport nur dadurch existieren und gedeihen kann, dass man Geld über die Alkoholwerbung und womöglich auch noch über die Werbung fürs Rauchen holt, dann ist es mit diesem Sport nicht weit her. Wenn sich der Sport schon nicht durch die Sportinteressierten allein finanzieren kann, sollte er sich mindestens keine Werbung über die Suchtmittelproduzenten und -vertreiber leisten.

Mit anderen Worten: Bleiben Sie bei der bisherigen, bewährten Praxis der Werbeverbote, und lehnen Sie den Minderheitsantrag ab; stimmen Sie der Mehrheit zu.

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): La grande majorité du groupe démocrate-chrétien va voter pour la minorité qui reprend la formulation du Conseil fédéral.

Le Conseil fédéral propose d'interdire la publicité pour les boissons distillées et d'accepter la publicité pour les autres boissons moyennement alcoolisées, le vin et la bière, afin d'éliminer la concurrence déloyale des diffuseurs étrangers qui peuvent faire cette publicité. C'est le cas surtout de l'Allemagne et de l'Italie. En effet, en Suisse alémanique et au Tessin, les diffuseurs étrangers, qui ont une pénétration de 60 ou 70 pour cent sur notre marché, font de la publicité pour le vin et pour la bière, mais aussi par exemple pour l'Amaro Averna, qui n'est pas une boisson distillée, mais un digestif. Le problème ne se pose pas en Suisse romande parce que la France interdit cette publicité.

Cette ouverture ne va pas faire des miracles pour les diffuseurs privés. Elle signifie une facilitation pour eux. Elle donne aussi la possibilité à de petites entreprises suisses de faire de la publicité pour leurs produits locaux: les bières spéciales de nos régions suisses alémaniques, le vin tessinois, le vin romand.

Donc, la grande majorité du groupe démocrate-chrétien va voter la proposition de minorité.

Theiler Georges (RL, LU): Ich möchte hier zuerst meine Interessenbindung bekannt geben: Ich bin, wie Sie das dem Internet und der Liste entnehmen können, im Verwaltungsrat der Neue Medien AG der AZ-Gruppe. Aber das hindert mich nicht, hier frei und fröhlich zu sprechen und vor allem auch meine freie Meinung zu äussern. Ich habe keine Bindungen und auch keine Instruktionen.

Zu Artikel 10, zum Werbeverbot: Werbeverbote betreffen immer grundsätzliche Fragen der Gesellschaft, und das ist natürlich heute einmal mehr der Fall. Wir haben verschiedene Fragen zu beantworten: Wie gehen wir mit unseren Bürgerinnen und Bürgern um? Halten wir sie eigentlich für mündig? Wollen wir unsere Kundinnen und Kunden in diesem Land in irgendeiner Art bevormunden? Eine ganz spezifische Frage: Wollen wir die elektronischen Medien anders behandeln als die Printmedien, als andere Werbeträger? Auch eine wichtige Frage hier in diesem Zusammenhang: Wollen wir die ausländischen Konkurrenten gegenüber unseren eigenen Medien bevorzugen?

Wir von der FDP sind der Meinung, dass hier klar für eine freiheitliche Lösung einzutreten ist. Wir wollen nur das Minimum regeln, das geregelt werden muss, und wir sind auch der Meinung, dass der Kunde als mündiger Bürger zu betrachten ist. Ein wesentlicher Punkt hier in diesem Gesetz ist aber die Frage der Gleichbehandlung aller Anbieter auf dem Markt. Es gibt keinen Grund, die elektronischen Medien grundsätzlich anders zu behandeln als die übrige Presse. Aber noch viel gravierender ist doch der Punkt, dass wir eben unsere eigenen Medien anders als die ausländischen behandeln, wenn wir hier der Mehrheit der Kommission folgen.

Herr Aeschbacher, man kann schon hier vorn so tun und sagen, es sei jetzt alles wunderbar geregelt, weil wir einen einfachen Satz im Gesetz hätten. Die Einfachheit besticht, das stimmt. Aber was machen Sie in der Realität? Der eine Kanal, der Schweizer Sender, ist pur, schön, rein, dort hat es keine Werbung. Schalten Sie aber auf den nächsten Kanal, haben Sie Bier pur, im übernächsten Kanal Sex pur. Wo ist da die Gleichbehandlung? Da müssen Sie konsequent sein: Sie müssten ausländische Sender verbieten und solche Dinge. Sie können aber doch nicht hierher kommen und sagen: Wir Schweizerinnen und Schweizer sind besser, wir



brauchen einen grösseren Schutz als alle anderen.

Aus diesem Grund bitte ich Sie, bei diesem Artikel den Antrag von Herrn Seiler, der ja nicht mehr im Rat ist, aber von Herrn Schenk vertreten worden ist, zu unterstützen. Ich werde dann bei den übrigen Anträgen noch kurz ausrichten lassen, welche Position wir einnehmen.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Herr Theiler, Sie haben gesagt, es wäre ein grosser Nachteil für uns, wenn wir im Gegensatz zum Ausland auch die Alkoholwerbung nicht zulassen würden. Aber ist Ihnen bekannt, dass beispielsweise auch Frankreich die Alkoholwerbung verbietet? Da gibt es keinen Nachteil.

Eine zweite Nachfrage: Warum, Herr Theiler, sind Sie dann für die Freigabe der Alkoholwerbung und nicht auch für die Freigabe der Tabakwerbung, wenn Sie schon sagen, Sie möchten möglichst freiheitliche Regelungen und Sie möchten diese Fragen jeweils den Personen, die es betrifft, überlassen?

Theiler Georges (RL, LU): Selbstverständlich ist mir bekannt, dass es in Europa so viele Lösungen gibt, wie es Länder gibt; das ist mir völlig klar. Ich habe mich ja nur dafür eingesetzt, dass die Schweiz nicht zu jenen Ländern gehört, die in diesem Bereich die grössten Restriktionen anwenden. Sie können mir eine gewisse Inkonsequenz bezüglich des Alkohols vorwerfen; das ist mir klar. Aber man muss dort ansetzen – das sollten Sie als langjährig tätiger Politiker wissen –, wo man noch eine gewisse Chance sieht. Das habe ich auch gelernt in diesem Saal.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Der Bundesrat und die Minderheit schlagen Ihnen also eine Lockerung des Alkoholwerbverbotes für private Veranstalter vor. Das bedeutet, dass Werbung für Bier, Wein und sauren Most, also Obstwein, zugelassen werden soll, hingegen würde die Werbung für gebrannte Wasser, also für Grappa, Lie, Marc und Cognac, nicht zugelassen.

Der Bundesrat ist diesbezüglich seiner Idee eines dualen Systems gefolgt; die Privaten sollen diese Werbung also machen können, ebenfalls die ausländischen Programme, die ein schweizerisches Fenster haben. Motiv und Grund sind natürlich die Werbeeinnahmen. Es geht schätzungsweise um 3 Millionen Franken, die den Privaten so zufließen könnten. Die SRG mit ihrem Zuschaueranteil von 40 Prozent käme nicht in diesen Genuss.

Nun ist – wir wissen das – umstritten, ob Alkoholwerbung überhaupt zu übermässigem Alkoholkonsum führt oder nicht. Eine Nebenüberlegung ist vielleicht, dass diese

AB 2004 N 62 / BO 2004 N 62

Regelung hier dann exakt nachmessen lässt, ob Alkoholwerbung solche Auswirkungen hat oder nicht. Man kann dann sehen, ob die Zuschauer privater Fernsehsender eher zu Alkoholismus neigen als diejenigen, die SRG-Programme ansehen.

In diesem Sinne ersucht Sie der Bundesrat, hier einen nüchternen Beitrag zu diesen Erhebungen zu machen.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Herr Bundesrat, ich finde das Thema doch ein bisschen zu ernst, als dass man sich auf diese Art und Weise über diese Problematik lustig machen dürfte. Die Kommission hat sich sehr intensiv mit dieser Frage auseinander gesetzt, denn das ist ein Punkt, bei dem jeder kompetent mitreden kann. Wir haben es uns nicht einfach gemacht. Wir haben im Zusammenhang mit der Alkoholwerbung auch verschiedene Fachleute angehört, auch von Gesundheitsfachstellen. Dieser Entscheid für das Verbot hat wirklich seine guten Gründe, obwohl er in der Kommission knapp ausgefallen ist.

So wäre der wirtschaftliche Effekt der vorgeschlagenen Lockerung der Alkoholwerbung äusserst bescheiden; das wurde hier bereits erwähnt. Noch letzte Woche hat mir gegenüber einer der grossen Regionalfernsehanbieter bekräftigt, diese Lockerung bei der Alkoholwerbung würde die wirtschaftlichen Probleme, denen diese Stationen ausgesetzt sind, in keiner Weise fundamental verändern. Es ist ein minimaler Beitrag, der hier erwartet wird, bei dem man erst noch weiss, dass er wahrscheinlich dann in der lokalen Werbung bei den Printmedien wegfällt. Wirtschaftlich gesehen machen sich die, die dann profitieren könnten, überhaupt keine Illusionen. Wir können diesen Aspekt in Abwägung der anderen Faktoren absolut bescheiden gewichten.

Zum Hauptargument, mit dem wir uns auch auseinander gesetzt haben, jenem der Ungleichbehandlung der Schweiz im Vergleich mit dem Ausland:

Erstens müssen wir sehen, dass wir eine asymmetrische Lockerung anvisieren, wenn wir das Werbeverbot lockern. Das hat der Bundesrat ja bereits festgestellt. Die Lockerung wird ohnehin nicht für die SRG-Medien zutreffen. Diese Ungleichheit im Vergleich zum Ausland ist auch hier sehr zu relativieren.

Zweitens – es wurde darauf hingewiesen -: Frankreich beispielsweise hat das auch verboten. In der Romandie wird man also nicht ersatzweise durch die ausländischen Stationen von Frankreich aus mit Alkoholwerbung



eingedeckt werden, wobei das Geld dann den schweizerischen Veranstaltern abgehen würde.

Drittens – auch das ist wichtig – gibt es beispielsweise in Deutschland sehr starke Restriktionen in Bezug auf die Werbung. Ab zwanzig Uhr darf in den öffentlich-rechtlichen Stationen ohnehin nicht mehr geworben werden.

Und ein ganz wichtiger Faktor: Wenn diese Lockerung nämlich jemandem nützen würde, dann würde sie nicht in erster Linie irgendwelchen lokalen Stationen wie Telebärn und Tele Ostschweiz nützen, sondern sie würde vor allem den ausländischen Anbietern nützen. Denn die Werbefenster, die heute von Sat1 und von Pro7 und weiss nicht von wem allem für die Schweiz gemacht werden, unterstehen in Bezug auf die Werbevorschriften dem schweizerischen Recht. Das ist vielen Leuten nicht bekannt. Wir hätten also mit der Lockerung die Situation, dass dann gerade die ausländischen Stationen in ihren Schweizer Werbefenstern munter für Alkohol werben dürften. Wir würden somit – ökonomisch gesprochen – im Grunde genommen die Mittel, die im Werbebereich aus anderen Medien abfliessen, quasi ins Ausland lenken. Wollen Sie diesen Unsinn? Wollen Sie, dass diese Mittel dann noch ins Ausland gelenkt werden? Von Ungleichbehandlung der Schweiz zu sprechen ist hier völlig fehl am Platz.

Nun zu einer grundsätzlichen Frage: Wir sprechen hier über ökonomische Fragen, wir sprechen über Fragen der Gleichbehandlung. Im Ergebnis spricht das alles für mich ja ziemlich eindeutig zugunsten des Antrages der Kommissionsmehrheit. Aber warum haben wir überhaupt ein Werbeverbot für alkoholische Getränke? Das heisst: Warum wollen wir festhalten? Denn heute gibt es ein Verbot. Warum wollen wir dieses nicht lockern? Da muss ich Ihnen sagen: Es gibt halt weiss Gott ganz wichtige gesundheitspolitische Aspekte. Das wird zwar bestritten: Die Untersuchungen zeitigten verschiedene Resultate. Aber es gibt – wir haben uns in der Kommission damit auseinander gesetzt – beispielsweise die Eidgenössische Kommission für Alkoholfragen und Präventionsinstitutionen, die vom Bund mitfinanziert werden; sie alle kommen eindeutig zum Schluss, dass wir diesen Institutionen hinsichtlich der Erfüllung ihrer Aufgaben einen Bärendienst erweisen, wenn wir das Werbeverbot für Alkoholika lockern. Damit betreiben wir auf der einen Seite Prävention, und auf der anderen Seite machen wir alles, damit diese Prävention möglichst wenig Wirkung entfalten kann.

Ich weiss, man kann hier über Gutachten streiten, aber es gibt nun gerade wieder neuere Gutachten, dass gerade die Werbung auf jeden Fall einen gewissen Einfluss auf Jugendliche hat. An den Zahlen der Zunahme gerade des Bierkonsums bei Jugendlichen sehen Sie die Problematik. Es ist dramatisch, was hier gegenwärtig abgeht. Ich weiss, man kann das relativ schlecht steuern, unsere bisherigen Präventionsmassnahmen haben offenbar zu wenig gegriffen. Soll die Antwort des Parlamentes auf diese Problematik nun aber sein, dass wir unsere Bestimmungen in Zukunft lockern und jetzt auch noch über das Fernsehen Reklame in diesem Bereich zulassen? Das kann doch nicht die Antwort sein!

Ich möchte noch eine letzte Bemerkung machen. Herr Schenk, Sie haben den Sport erwähnt. Es stimmt mich traurig, wenn ein derart prominenter Sportvertreter für diese Sachen wirbt. Ich schäme mich für den Sport – ich bin auch ein Sportler –, wenn beispielsweise im Eishockey gewisse Mannschaften Bierreklame auf dem Helm haben. Das soll ein Vorbild für unsere Jugend sein? Und dann wird mit dem Sport argumentiert und gesagt, dass der Sport aus gesundheitspolitischen Gründen zu fördern sei; nur damit holt sich der Sport nämlich seine Bundesgelder und Unterstützung – gleichzeitig setzt man sich dann für derartige Dinge ein! Es ist also insofern eine traurige Diskussion auf diesem Niveau.

Ich bitte Sie deshalb – es wurde gesagt, der Entscheid fiel in der Kommission sehr knapp aus –, hier der Mehrheit zuzustimmen. Wir brauchen in diesem Bereich heute weiss Gott keine Lockerung!

Vaudroz René (RL, VD), pour la commission: En tant que rapporteur, je représente la majorité et dois défendre la proposition de la majorité de la commission. Mais, comme le vote a été très serré en commission – 12 voix contre 10 – et en tant que représentant d'un canton viticole, je vous rends quand même attentifs au fait que la publicité pour les boissons distillées et le tabac est interdite. Ouvrir la possibilité pour le vin, qui représente un secteur économique important de notre pays, et pour la bière est tout de même acceptable. Il faut vivre avec les réalités de son temps. Monsieur Leuenberger, conseiller fédéral, est un homme connu pour être très raisonnable; je pense que sa solution est acceptable.

Föhn Peter (V, SZ): Es tut mir Leid, wenn ich noch zwei, drei Worte sagen muss. Aber in Anbetracht des sehr knappen Resultates in der Kommission meine ich doch, dass unser Kommissionspräsident jetzt sehr, sehr weit ausgeholt hat und nicht nur die Auffassung der Kommission wiedergegeben hat. Herr Vollmer, Sie haben sich jetzt – im Verhältnis – viel zu stark eingesetzt. Es ist nicht ein Kommissionsvotum, das Sie abgegeben haben, sondern ganz klar ein parteipolitisches Votum; es ist jedenfalls so gefärbt gewesen. Insofern bitte ich Sie noch viel mehr, dem Bundesrat und der Minderheit Seiler zu folgen.



Schenk Simon (V, BE): Herr Vollmer, ich muss das natürlich beantworten. Sportfreundlichkeit heisst nicht, nur im FC Nationalrat mitzuspielen und sich dann immer dort, wo es um die Substanz des Sports geht, gegen den Sport zu äussern. Ich bin schon enttäuscht darüber, dass ein Vertreter wie Sie, der sich als Sportförderer und -freund ausgibt, in Tat und

AB 2004 N 63 / BO 2004 N 63

Wahrheit in entscheidenden Fragen immer gegen den Sport handelt.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Auf die Erklärung von Herrn Föhn hin braucht es eine Antwort.

Die Kommissionssprecher haben, egal, in welchem Stimmenverhältnis die Kommission entscheidet, die Meinung der Kommissionmehrheit zu vertreten. Es ist nicht so, dass bei einem Verhältnis von 12 zu 10 Stimmen diese Vertretung schlechter sein müsste als bei einem Abstimmungsverhältnis in der Kommission von beispielsweise 15 zu 5 Stimmen. Diese Erklärung von Herrn Föhn muss ich in aller Form zurückweisen!

Ich stelle fest, dass der Berichterstatter französischer Sprache die Meinung der Kommissionmehrheit nicht vertreten hat!

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Minderheit 120 Stimmen

Für den Antrag der Mehrheit 64 Stimmen

Abs. 1 Bst. c, d – Al. 1 let. c, d

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): La minorité I (Neiryneck), que je représente, voudrait simplifier la loi comme beaucoup d'entre vous, de ce côté du Parlement, voudraient le faire. La minorité I demande de revenir au texte actuel en ce qui concerne la propagande religieuse ou politique. On demande simplement de reprendre l'article de loi actuel, parce qu'il est clair, il est simple et tout le monde le comprend. Nous n'étions pas d'accord avec la formulation du Conseil fédéral. La lettre c de l'alinéa 1 est un peu byzantine – on doit la lire trois fois pour comprendre ce qu'on veut – et la lettre d aussi. Je vous rappelle qu'on est ici dans le champ de la publicité et non pas des émissions politiques. On est dans la publicité et, c'est important, à l'article 10 qui concerne les interdictions.

Donc, je pense que l'ancienne formulation est meilleure et je vous demande de soutenir la proposition de minorité I.

Weigelt Peter (RL, SG): Erlauben Sie mir zuerst eine Vorbemerkung zur Diskussion um den Kommissionssprecher. Ich möchte ja nicht eine qualitative Wertung vornehmen, aber es wäre der Diskussion doch förderlich, wenn die Diskussion von Kommissionsseite quantitativ etwas kürzer würde. Wir versuchen auch selber, uns kurz zu fassen.

Bei Absatz 1 Buchstaben c und d – politische und religiöse Werbung – geht es um zwei Motive, die nicht einfach mit der Alkoholdebatte verglichen werden können. Wenn wir davon ausgehen, dass die elektronischen Medien – das wurde in der Eintretensdebatte immer wieder gesagt – in unserem Land ins Zentrum der Kommunikation rücken, dann müssen wir doch als direktdemokratisch strukturierte Gesellschaft, als Gesellschaft, welche die direkte Demokratie hochhält, alles daransetzen, dass dort, wo die Kommunikation stattfindet, auch die Politik stattfindet. Die Politik findet nun eben in den elektronischen Medien statt, und deshalb ist es für mich unerklärlich, weshalb man die Träger der politischen Diskussion – die Parteien – aus diesem Umfeld ausschliessen soll.

Warum hat man früher die politische Werbung ausgeschlossen? Damals war praktisch wirklich eine Monopolsituation gegeben; es gab einen einzigen Sender, das Staatsfernsehen, weil es keine Alternative im privaten Bereich gab. Dass man damals dieses staatliche Monopol nicht als politische Werbepattform bereitstellen wollte, war nachzuvollziehen. Jetzt aber geht der Markt auf, und wir haben verschiedenste Möglichkeiten – Stichwort Konvergenz. Wir können heute online im Internet Fernsehen schauen, und selbstverständlich werden Banner eingeblendet, ob für Politik, für Alkohol oder für sonst irgendetwas. Werbung fliesst in Kommunikation hinein, und Fernsehen und Radio sind nicht mehr an ein Gerät gebunden, sondern es geht weiter. Wenn Sie heute die Zeitung lesen, finden Sie darin einen Artikel, wonach Handy und TV ineinander fließen. In diesen Tagen werden erste Geräte angeboten, die das ermöglichen.

Wenn man das und auch die staatspolitische Dimension anschaut, gibt es aus meiner Sicht keinen Grund, warum man politische Werbung ausschliessen soll. Ähnliches gilt für die religiöse Werbung: Auch hier geht es darum, dass wir einen mündigen Bürger haben, der auch in dieser gesellschaftspolitischen Diskussion über



die Religionen selbstverständlich frei entscheiden soll. Blättern Sie in Ihrer Fahne weiter zu den Absätzen 3 und 4 dieses Artikels 10. Dort steht, welche Formen von Werbung unzulässig sind: "Unzulässig sind Schleichwerbung und unterschwellige Werbung." (abs. 3) Politische Werbung muss also klar als solche erkennbar sein. Zudem ist in Absatz 4 gesagt, dass Werbung nicht zulässig ist, welche religiöse oder politische Überzeugungen herabmindert, und dass die Werbung nicht irreführend und unlauter sein darf. Mit diesen qualitativen Bestimmungen in den Absätzen 3 und 4 erfüllen wir den Zweck, den wir auf der regulatorischen Ebene brauchen.

Ich komme nochmals zurück zu meinem Anliegen, der Politik. Wenn wir in diesem Land eine aktive Politik wollen und wenn wir den Parteien auch eine aktive Teilnahme an der Politik bieten wollen, dürfen wir sie nicht nur in den Bereich der Plakate und Zeitungen verbannen, dann müssen wir ihnen auch den Kanal öffnen, wo die politische Diskussion stattfindet – dort, wo sich der Bürger informiert und sich in Zukunft auch vermehrt eine Meinung bilden wird.

Wir diskutieren hier über 119 Artikel eines Gesetzes, das wir als wichtig betrachten und mit dem wir für die Jahre 2010 bis 2020 legislieren. Dann werden wir keine "Fernseh-Oase" und kein Reservat für Radios mehr haben; dann ist alles eins, und dann muss auch die Werbung in diesem Bereich durchgängig fließen. Wir müssen gute Normen und Regeln schaffen, aber keine Verbote erlassen.

Stump Doris (S, AG): Die SP-Fraktion unterstützt grundsätzlich die Verbote von Werbung für politische Parteien und für religiöse Gruppierungen, von religiöser Werbung. Wir unterstützen den Antrag der Mehrheit. Wir könnten auch gut mit dem Antrag der Minderheit I (Neiryneck) leben. Die Formulierung, wie sie im Antrag gewählt wurde, wurde aber vom Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte als zu eng kritisiert; sie ist deshalb in einem gewissen Sinn problematisch. Die neue Fassung, die die Mehrheit unterstützt, wurde als EMRK-konform betrachtet und würde deshalb sicher keine Probleme schaffen.

Uns ist es vor allem wichtig, dass am Fernsehen und am Radio die politische Werbung nicht ermöglicht wird, weil wir meinen, dass Radio und Fernsehen den Auftrag haben, über politische Ereignisse zu informieren, über politische Richtungen, auch über Personen, die für Ämter kandidieren. Das ist ein Teil des Service public. Für die Erfüllung dieses Auftrages sollen auch private Fernsehstationen Gelder erhalten, d. h., die Finanzierung für diesen Bereich sollte eigentlich sichergestellt sein. Wenn wir die politische Werbung beliebig zulassen, dann laufen wir Gefahr, dass finanzstarke Parteien massiv mehr Nutzen aus diesem Recht ziehen können, dass die Darstellung am Fernsehen sehr, sehr ungleichmässig stattfinden wird und solche Parteien deshalb massiv bevorzugt werden. Wir erleben das bereits jetzt, meine ich, mit den Inseraten, die sich gewisse Parteien leisten können und andere nicht.

Die SP-Fraktion unterstützt deshalb die Mehrheit oder allenfalls die Minderheit I (Neiryneck).

Weigelt Peter (RL, SG): Frau Stump, ich möchte nur rasch Klarheit schaffen. Sie sprechen von Service public. Wir sind der gleichen Meinung, dass dieser Artikel für sämtliche Fernseh- und Radiostationen gilt und nicht nur für diejenigen, die den Service public erfüllen. Sie wollen also die politische Werbung auch den privaten, nichtkonzessionierten Veranstaltern verbieten?

Stump Doris (S, AG): Das wäre mein Anliegen, ja!

Hollenstein Pia (G, SG): Die grüne Fraktion stimmt der Minderheit I zu.

AB 2004 N 64 / BO 2004 N 64

Das Verbot auch für religiöse und politische Werbung entspricht unseren Grundsätzen, d. h.: Je weniger Werbung, desto besser! Hier haben wir aber, ebenso wie bei der Alkoholwerbung, inhaltliche Vorbehalte.

Zum Verbot der religiösen Werbung: Das Verbot im geltenden Recht hat sich bewährt; es gibt keinen Grund, dies zu ändern. Die Gefahr, dass vermehrt fundamentalistische, finanzstarke religiöse Gruppen und Sekten die Werbemöglichkeit nutzen würden, ist nicht von der Hand zu weisen. Daran haben wir Grünen kein Interesse. Wir erachten die in der Botschaft erwähnte Gefahr, dass dieses Verbot mit der Meinungs- oder Religionsfreiheit in Konflikt gerät, als nicht relevant. Es gab auch bisher keine solchen Probleme. Auch hier gilt: Eine Lockerung des Verbotes führt zu mehr Unterbrecherwerbung, was eine Qualitätseinbusse für eine Sendung bedeutet. Deshalb wollen wir am Verbot festhalten. Die Streichung von Buchstabe d ergibt sich dann aus der Annahme von Buchstabe c.

Auch das Verbot der politischen Werbung wollen wir strikt gehandhabt haben. Eine Lockerung würde unserer Demokratie schaden. Finanzstarke Gruppen und Personen, Herr Weigelt, hätten eindeutig Vorteile. Dazu bieten wir nicht Hand.

Ich bitte Sie, bei der jetzigen Fassung zu bleiben und der Minderheit I zuzustimmen.



Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Unsere Fraktion unterstützt ebenfalls die Minderheit I.

Wir wollen gemäss der bisherigen, einfachen Bestimmung in den elektronischen Medien keine religiöse und politische Werbung haben – genau nach dem bisherigen, geltenden Recht, das sich in dieser Hinsicht absolut bewährt hat. Das heisst nicht, dass man bei einem Verbot von politischer und religiöser Werbung – wohlverstanden: Werbung – in den elektronischen Medien nicht über Politik oder Religion berichten, nicht Sendungen über diese Dinge machen darf. Im Gegenteil: Es ist richtig, dass auch die elektronischen Medien über diese Dinge berichten, aber sie sollen nicht Träger von Werbung in diesen Bereichen sein.

Wenn Herr Weigelt gesagt hat, die elektronischen Medien würden jetzt ins Zentrum der Diskussion rücken, so hat er absolut Recht. Es waren und sind mit zunehmender Tendenz die elektronischen Medien, die unsere Information prägen. Sie sind es, die das prägen, was unsere Bevölkerung denkt, was sie diskutiert, was sie bewegt; es sind zunehmend diese elektronischen Medien. Aber das heisst ja nicht, dass wir auch die Werbung auf diese Medien verlagern müssen. Hingegen sollen diese Medien – da hat Herr Weigelt Recht – über Dinge im religiösen, über Dinge im politischen Bereich ausführlich und vielleicht in noch stärkerem Mass als bisher informieren können. Wir kennen ja all diese Informationsgefässe, von den einfachen Sendungen irgendwelcher Lokalradios über das Radio DRS bis hin zur "Arena" von SF DRS. Also das geschieht heute, und diese Information, die von den Leuten auch nachgefragt und gewünscht wird, ist vorhanden. Aber es braucht in diesen Medien keine solche Werbung, weil wir diese Medien von Werbung und auch von der verzerrenden Werbung – je nachdem wie die Mittel generiert und eingesetzt werden können – freihalten wollen.

Ich bitte Sie daher, der einfachen Formulierung der Minderheit I, die weiter geht als jene der Mehrheit, zuzustimmen.

Präsident (Binder Max, Präsident): Die FDP-Fraktion unterstützt den Minderheitsantrag II.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Die Gründe für ein Verbot politischer Werbung sind in der Tat in hohem Grade staatspolitischer Natur. Wir sind der Auffassung, dass Wahl- und Abstimmungskämpfe enorm verteuert würden, wenn die Parteien und Komitees auch noch Radio- und Fernsehspots schalten müssten. Wer viel Geld hat, könnte sich so mehr politischen Einfluss erkaufen; insbesondere das Fernsehen ist heute ein bestimmender Faktor bei der öffentlichen und privaten Meinungsbildung. Politische Parteien, aber auch Abstimmungskomitees würden so finanziell noch mehr belastet.

Bei uns ist das Problem wegen der direkten Demokratie viel, viel gravierender als im angrenzenden Ausland, weil wir sehr viel mehr Urnengänge haben als eine repräsentative Demokratie, in der die Urnengänge nur gerade in periodischen Parlamentswahlen bestehen. Sie möchten bitte auch beachten, dass die gedruckte Presse bedeutende Einnahmehausfälle erleiden müsste – auch das ist staatspolitisch und verfassungsrechtlich bedenklich.

Wir haben dennoch eine Änderung gegenüber der heutigen Rechtslage vorgenommen. Das ist auf ein Urteil zurückzuführen, das in einem Fall im Bereich des Tierschutzes gefällt worden ist und das besagt, man könne politische Werbung nicht so weit interpretieren, wie wir das getan haben. Wir möchten das Verbot also auf den eigentlichen Kernbereich reduzieren, nämlich auf Werbung bei Wahlen oder Abstimmungen und auf Werbung von und für Parteien sowie für Kandidaten.

Eine Frage, die ja immer wieder aktuell ist, ist die, ob Werbung für Kernkraft oder für ein Kernkraftwerk erlaubt ist. In normalen Zeiten wäre sie durchaus erlaubt. Unmittelbar vor einer Abstimmung über eine Atom-Initiative könnte sie dann aber eben nicht erlaubt werden. Wir können aber nicht sagen, sie habe einen politischen Gehalt und sei immer verboten. Deswegen haben wir das hier etwas eingeschränkt.

So ersuchen wir Sie, dem Bundesrat zuzustimmen.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Ich werde es jetzt ohnehin kürzer machen, Herr Weigelt, Herr Theiler, weil die Kommissionsmehrheit sich hier dem Bundesrat anschliesst und weil wir nicht ein eigenes Konzept vertreten müssen.

Die Kommission hat mit 14 zu 5 Stimmen den Antrag der Minderheit I und mit 13 zu 11 Stimmen jenen der Minderheit II abgelehnt. Die Gründe wurden Ihnen von Herrn Bundesrat Leuenberger dargestellt; es sind vor allem staatspolitische Gründe. Ist es wirklich erwünscht, dass wir dem Trend der Amerikanisierung unserer Politik – also auch der zunehmenden Kommerzialisierung der politischen Werbung und Auseinandersetzung – jetzt noch die Schleusen im Bereiche der elektronischen Medien öffnen? Wir sind klar zum Schluss gekommen, dass das staatspolitisch nicht erwünscht ist. Es kann nicht sein, dass auch in den elektronischen Medien einfach mit Geldeinsatz zunehmend Präsenz markiert wird und Felder abgesteckt werden.

Das ist der Grund, weshalb wir Ihnen in Übereinstimmung mit dem Bundesrat empfehlen, die Schleusen nicht zu öffnen und bei der Fassung nahe dem geltenden Recht zu bleiben. Ich bitte Sie deshalb, dem Bundesrat



zuzustimmen.

Abs. 1 Bst. c – Al. 1 let. c

Erste Abstimmung – Premier vote

Für den Antrag der Mehrheit 133 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit I 49 Stimmen

Zweite Abstimmung – Deuxième vote

Für den Antrag der Minderheit II 97 Stimmen

Für den Antrag der Mehrheit 90 Stimmen

Abs. 1 Bst. d – Al. 1 let. d

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Minderheit II 100 Stimmen

Für den Antrag der Mehrheit 86 Stimmen

Abs. 2 Bst. a – Al. 2 let. a

Fehr Hans-Jürg (S, SH): Es geht hier eigentlich wieder um dasselbe wie vorhin, nur ein bisschen anders: Statt über Alkohol reden wir jetzt über Heilmittel, und statt über religiöse Gemeinschaften reden wir über Medikamente. Aber es geht

AB 2004 N 65 / BO 2004 N 65

im Prinzip auch hier um die Frage, ob ein generelles Werbeverbot ins Gesetz geschrieben werden soll oder ob eben Werbung für Heilmittel mindestens teilweise erlaubt sein soll. Die Unterschiede sind wieder die gleichen. Der Bundesrat möchte die verschreibungspflichtigen Heilmittel von der Werbung ausnehmen, die Minderheit Neiryck möchte ein generelles Werbeverbot durchsetzen, und die Mehrheit liegt dazwischen. Es ist der gleiche Diskurs wie beim Alkohol. Es stellt sich auch hier die Frage, ob der Heilmittelkonsum durch Radio- und Fernsehwerbung angekurbelt werden soll oder ob wir darauf verzichten.

Wir sind der Meinung, es sei sinnlos, den Heilmittelkonsum via Werbung anzukurbeln. Auch hier gibt es einen direkten Zusammenhang mit dem Gesundheitswesen. Sie alle wissen, dass die Heilmittel ein wesentlicher Kostenfaktor im Gesundheitswesen sind. Sie alle wissen, dass enorm viele Heilmittel gekauft, aber nie im Leben konsumiert werden, sondern im Abfall landen und dass wir hier in einer Kosten treibenden Maschinerie stecken, die wir mit der Zulassung von Werbung an Radio und Fernsehen einfach noch einmal etwas beschleunigen würden. Darum sind wir der Meinung, man sollte auch hier darauf verzichten, diesen unnützen, schädlichen Effekt zu erzeugen.

Ich mache Sie auch darauf aufmerksam, dass dieser Absatz in sich selber widersprüchlich ist, denn schon in Buchstabe b werden Verkaufssendungen für Heilmittel generell verboten. Das Gesetz selber macht also im nächsten Buchstaben bereits wieder den Schritt zu einem totalen Werbeverbot, indem es zwischen normaler Werbung und Werbesendungen unterscheidet. Man sieht auf den ersten Blick, dass das eine absolut künstliche Unterscheidung ist, die eigentlich von der Sache her überhaupt keine Berechtigung hat. Wir sind der Meinung, dass man die Gesetze logisch und folgerichtig machen sollte und dass man generell die Werbung für Heilmittel verbieten sollte.

Menétrey-Savary Anne-Catherine (G, VD): Le groupe des Verts soutiendra la proposition de la minorité Neiryck en faveur de l'interdiction de toute publicité pour les médicaments.

C'est sans beaucoup d'illusions que nous le faisons, étant donné les votes qui viennent d'avoir lieu dans ce conseil. Mais sur la publicité pour l'alcool en particulier, nous nous souviendrons de vos votes quand il s'agira de reprendre la loi sur les stupéfiants et d'admirer votre cohérence!

La publicité est-elle un mal nécessaire? Notre groupe serait volontiers entré en matière pour une interdiction définitive de toute publicité si nous n'avions pas craint de passer pour des fundamentalistes attardés et puritains. Et pourtant! Combien d'entre nous se demandent pourquoi ils sont condamnés à visionner des scénarios débiles à titre d'annonces publicitaires.

Pour ce qui concerne les médicaments, cette publicité est non seulement débile, véhiculant une image complètement déformée de la santé ou du bien-être, mais elle est aussi nuisible. Réintroduite à la télévision en



1996, elle y occupe désormais une place importante, distillant à longueur d'année ce qu'on pourrait appeler une culture du médicament. On y apprend ainsi que le troisième âge peut en remonter à des jeunes ébahis en se lançant du haut du plongeur des 10 mètres grâce à un dynamisant; on voit qu'on peut danser sous la pluie sans crainte des refroidissements, car une épouse vigilante prépare déjà l'antirhume bienfaisant qu'une firme pharmaceutique prévoit pour ceux qui aiment prendre froid; ou l'on se réjouit de voir que l'institutrice peut s'occuper des enfants des autres toute la journée avec l'aide d'un antidouleur qui lui permet d'attendre vaillamment le soir pour s'occuper de sa migraine! Nous sommes donc bombardés d'images et de représentations qui tendent à nous convaincre que quel que soit notre mode de vie, la santé s'entretient et se consomme à coups de comprimés.

Monsieur le conseiller fédéral, vous avez dit tout à l'heure qu'on vérifierait l'effet de la publicité pour l'alcool en faisant cette expérience. En fait, la publicité n'a pas un effet direct, mais elle contribue à maintenir une image et une représentation dans la tête des gens, et c'est exactement ce qui se passe aussi avec les médicaments. C'est un effet indirect important.

Cette publicité contribue à la médicalisation des problèmes quotidiens. Vieillesse, prise de risques, fatigue, chute des cheveux, embonpoint, manque de tonus: tout est prétexte à consommer. C'est exactement le contraire de ce que devrait promouvoir une politique de la santé responsable. De plus, certains médicaments vendus sans ordonnance peuvent contenir des substances actives non anodines et potentiellement dangereuses. Mais les pharmaciens constatent justement à quel point il est difficile de donner un conseil de santé à des clients qui viennent réclamer le médicament qu'ils ont vu à la télévision, et celui-ci seulement. Quant aux médecins, ils savent depuis longtemps que certains patients leur dictent leurs prescriptions, une attitude à laquelle la publicité n'est pas étrangère.

Enfin, je voudrais encore ajouter que cette marchandisation de la santé, portée par un marketing efficace, engendre un gaspillage phénoménal qui contribue largement à accroître les coûts de la santé. En effet, on estime que la prescription de médicaments inutiles coûterait quelque 100 millions de francs par année au système de santé, et que quelque 500 millions de francs seraient dépensés en vain pour des médicaments qui ne sont finalement jamais consommés. Certes, il s'agit là de médicaments prescrits, c'est-à-dire pas ceux vantés par la publicité. Mais la publicité incite continuellement à ce comportement gaspilleur: "Tu achètes, tu prends, t'es bien, tu jettes."

Ceci est totalement irresponsable et c'est la raison pour laquelle le groupe des Verts vous propose de soutenir la minorité Neiryck pour l'interdiction de la publicité pour les médicaments.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): In der Kommission haben wir einmal sinngemäss Folgendes gehört: Der Unterschied zwischen Werbung und Information bestehe darin, dass die Information qualitativen Kriterien genügen müsse, Information müsse wahr sein, sachbezogen sein, müsse auch gewissen Kriterien der Informationsvermittlung genügen; Werbung hingegen dürfe übertreiben, dürfe vorgaukeln, ja, man erwarte sogar, dass in der Werbung auch gelogen werde. Wenn wir jetzt vor diesem Hintergrund unsere Frage hier anschauen, müssen wir doch sehen, dass wir gerade bei den Heilmitteln eigentlich ein Gebiet haben, wo es nicht sehr sinnvoll ist, wenn wir etwas vorgaukeln und wenn wir nicht an sachgerechte, wahrheitsgetreue, qualitativ gute Information gebunden sind. Deshalb, meine ich, ist auch hier die Minderheit, die die Werbung für Heilmittel generell ausschliessen will, auf dem richtigen Weg.

Ich möchte aber – wenn ich schon das Wort habe, und damit ich später nicht mehr sprechen muss – zu Absatz 4 noch eine Bemerkung anfügen, die Bemerkung nämlich, dass dort im Zusammenhang mit der Gesundheit eine weitere Unzulässigkeit festgehalten worden ist. Unzulässig ist nämlich nach Absatz 4 Litera c auch Werbung, welche "zu einem Verhalten anregt, welches die Gesundheit, die Umwelt oder die persönliche Sicherheit gefährdet". Und wenn wir noch die Diskussion von vorher in den Ohren haben, so wird sich vielleicht das eine oder andere zur Alkoholwerbung relativieren. Möglicherweise werden wir, wenn wir diesen Absatz 4 Litera c im Gesetz belassen – und es sind keine Anträge zu dieser Bestimmung gestellt –, darauf kommen, dass diese Bestimmung gleich wieder die Zulässigkeit der Alkoholwerbung infrage stellt. Das als eine Bemerkung, und dies auch im Zusammenhang mit der Heilmittelwerbung und der Gesundheit, über die wir jetzt sprechen.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Entscheidend bei der ganzen Frage ist, dass es um rezeptpflichtige Heilmittel geht, für die Werbung verboten ist. Das hat auch nach der Änderung gemäss Mehrheit inhaltlich keine Änderung erfahren. Es geht in Tat und Wahrheit nur um rezeptpflichtige Heilmittel, für die Werbung verboten ist. Wir gehen von der Auffassung



aus, dass diejenigen Inhaltsstoffe, die ein Sucht- oder ein Missbrauchspotenzial enthalten, unter der Rezeptpflicht stehen und dass deswegen für sie ohnehin nicht Werbung gemacht werden darf. Für alle anderen Heilmittel, die aufgrund der Heilmittelgesetzgebung dieses Gefahrenpotenzial eben nicht bergen, könnte Werbung gemacht werden.

Vaudroz René (RL, VD), pour la commission: La proposition de la majorité de la commission rejoint totalement le projet du Conseil fédéral, elle améliore simplement la rédaction.

La commission propose d'introduire un alinéa 5 qui stipule: "Le Conseil fédéral peut interdire d'autres messages publicitaires aux fins de protéger la santé et la jeunesse." Il me semble important que cet alinéa 5 soit également accepté par le Conseil national.

Je vous remercie de soutenir la proposition de la majorité de la commission.

Präsident (Binder Max, Präsident): Die FDP-Fraktion unterstützt den Antrag der Mehrheit.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 103 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit 67 Stimmen

Übrige Bestimmungen angenommen

Les autres dispositions sont adoptées

Art. 11

Antrag der Mehrheit

Titel

Einfügung und Dauer der Werbung

Text

Der Bundesrat regelt die Einfügung der Werbung und die höchstzulässige Werbezeit. Er berücksichtigt dabei die Leistungsaufträge und die wirtschaftliche Stellung der Veranstalter, die internationalen Werberegelungen sowie die grenzüberschreitende Konkurrenz. Er kann für einzelne Veranstalterkategorien unterschiedliche Bestimmungen erlassen. (Rest des Artikels streichen)

Antrag der Minderheit

(Simoneschi-Cortesi, Aeschbacher, de Dardel, Fehr Hans-Jürg, Fehr Jacqueline, Hämmerle, Hollenstein, Jossen, Neiryneck, Stump)

Titel

Einfügung und Dauer der Werbung

Abs. 1

Werbung im Fernsehen muss zwischen einzelne

Abs. 2

Der Bundesrat legt die maximal erlaubte Dauer der Werbung und Unterbrechungen fest. (Rest des Artikels streichen)

Art. 11

Proposition de la majorité

Titre

Insertion et durée de la publicité

Texte

Le Conseil fédéral règle l'insertion de la publicité ainsi que la durée maximale de la publicité. Ce faisant, il tient compte du mandat de prestations et de la position économique des diffuseurs, des réglementations internationales en matière de publicité ainsi que de la concurrence provenant des pays voisins. Il peut édicter des dispositions différentes selon les catégories de diffuseurs. (Biffer le reste de l'article)

Proposition de la minorité

(Simoneschi-Cortesi, Aeschbacher, de Dardel, Fehr Hans-Jürg, Fehr Jacqueline, Hämmerle, Hollenstein, Jossen, Neiryneck, Stump)

Titre



Insertion et durée de la publicité

Al. 1

La publicité à la télévision doit être insérée

Al. 2

Le Conseil fédéral fixe la durée maximale autorisée de la publicité et règle les interruptions. (Biffer le reste de l'article)

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): A l'article 11, le Conseil fédéral a réglé l'insertion de la publicité dans les programmes de télévision, à l'article 12 la durée de la publicité dans les programmes de télévision et à l'article 13 la publicité dans les programmes de radio.

La commission a débattu longuement ces trois articles et, en deuxième lecture, elle en a fait un seul avec l'article 11: "Insertion et durée de la publicité" Les autres articles ont été biffés.

Ma proposition de minorité est issue de la première lecture, parce qu'on n'arrivait pas à trouver une solution. Je retire ma proposition de minorité parce qu'elle a été intégrée dans la formulation de la majorité.

Präsident (Binder Max, Präsident): Frau Simoneschi-Cortesi zieht den Minderheitsantrag zurück.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Ich möchte Sie hier nur darauf aufmerksam machen, dass dies auch Artikel 12 betrifft. Hier hat die Kommission einen ganz wesentlichen Einschnitt gemacht, damit das verständlich ist – auch mit der Streichung von Artikel 12. Hier haben wir jetzt wirklich liberalisiert. Wir haben alle diese Detailbestimmungen aus dem Gesetz gestrichen. Es ist jetzt dem Bundesrat allein anheim gestellt, im Rahmen der Leistungsaufträge, unter Berücksichtigung der verschiedenen Anbieter – also asymmetrisch –, entsprechende Vorgaben zu machen.

Ich glaube, hier haben wir ein schönes Beispiel, wie wir von der Kommission her diese Überregulierung im Gesetz – mit Detailregelungen zur Unterbrecherwerbung – eliminiert haben.

Angenommen gemäss Antrag der Mehrheit

Adopté selon la proposition de la majorité

Art. 12, 13

Antrag der Kommission

Streichen

Proposition de la commission

Biffer

Angenommen – Adopté

Art. 14

Antrag der Mehrheit

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Antrag der Minderheit

(Seiler, Bezzola, Binder, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Heim Alex, Kurrus, Schenk, Theiler, Vaudroz René, Weigelt)

Abs. 3

In den Fernsehprogrammen der SRG dürfen gesponserte Sendungen weder zum und Dienstleistungen enthalten. (Rest des Absatzes streichen)

Art. 14

Proposition de la majorité

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Proposition de la minorité

(Seiler, Bezzola, Binder, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Heim Alex, Kurrus, Schenk, Theiler, Vaudroz René, Weigelt)

Al. 3



Dans les programmes de télévision de la SSR, les émissions parrainées ne doivent pas inciter à conclure des actes juridiques concernant des biens ou des services. (Biffer le reste de l'alinéa)

AB 2004 N 67 / BO 2004 N 67

Föhn Peter (V, SZ): Bei Artikel 14 hat Herr Seiler respektive die Minderheit, wie sie hier steht, einen Streichungsantrag eingereicht. Es geht nur um den letzten Satz von Artikel 14 Absatz 3, der lautet: "Gestaltete Sponsornennungen sind im Rahmen von Kriterien erlaubt."

Grundsätzlich geht es bei Artikel 14 darum, ob man im neuen Gesetz überhaupt noch Werbung und Sponsoring trennen soll. Die Grundsatzfrage der Trennung von Sponsoring und Werbung wurde von Bundesrat, Verwaltung und Kommission klar bejaht. Ansonsten hätte man eine Vermischung von redaktionellem Teil und Werbung befürchten können. Aber mit dem letzten Satz von Artikel 14 Absatz 3 schwächt man die Bestimmung, wonach Sponsorsendungen gestattet sind, wiederum ab: Man sagt und schreibt, sie seien unter gewissen Kriterien erlaubt. Das stiftet nichts anderes als Unsicherheit. Entweder stimmen wir dem Grundsatz "Sponsoring ja" zu, oder wir verneinen ihn – Sie wissen ja, dass die SVP für klare Gesetzgebungen ist.

Ich bitte Sie, der Minderheit Seiler zu folgen. In der Kommission unterlag der Antrag Seiler sehr, sehr knapp, mit 13 zu 12 Stimmen. Ich glaube, er verdient heute eine Mehrheit.

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): Dans la commission, on a beaucoup discuté l'article 14. On s'est concentré sur l'alinéa 3: d'un côté, on voulait enlever cet alinéa – il s'agit de l'incitation à conclure des actes juridiques, donc des achats, "concernant des biens ou des services offerts par le parrain", dans les émissions qui sont parrainées – et le mettre à l'article 16 (Dispositions particulières pour la SSR); de l'autre, on voulait reformuler la disposition et ne faire peser cette limitation que sur la SSR. C'est ce que veut la minorité Seiler. La majorité de la commission a suivi le Conseil fédéral, qui a voulu actualiser l'article 19 de la loi en vigueur et tenir compte des expériences des onze dernières années avec le sponsoring.

La minorité Seiler veut donner aux chaînes de télévision privées la possibilité de proposer des émissions parrainées qui permettent de conclure des achats et interdire cette possibilité seulement pour la SSR. Cela veut dire, par exemple, pour une entreprise de produits pharmaceutiques, parrainer une émission dans laquelle on vend les médicaments de cette entreprise.

Or nous pensons que ce système d'ouverture pour le privé n'est quand même pas très bon pour le public, et le groupe démocrate-chrétien va soutenir la version de la majorité qui est aussi celle du Conseil fédéral.

Fehr Jacqueline (S, ZH): Die SP-Fraktion unterstützt bei Artikel 14 Absatz 3 die Mehrheit. Es geht hier wieder um die Frage der Asymmetrie in diesem Gesetz, und nachdem Sie das Gesetz mit den letzten Beschlüssen ziemlich asymmetrisch gemacht haben, bitte ich Sie, die Sache hier wieder etwas zu korrigieren.

Konkret geht es darum, ob bei privaten Veranstaltern in gesponserten Sendungen auch zum Konsum der Güter dieses Sponsors aufgerufen werden kann. Es geht also darum, ob in einem privaten Fernsehsender ein Moderator, der ein Fussballspiel kommentiert, in seinem Moderationstext zum Konsum des Getränks des Sponsors aufrufen und die Zuschauerinnen und Zuschauer ermuntern kann, dieses Getränk zu konsumieren. Es geht darum, ob ein Redaktor eines Privatsenders in einer von einer Bank gesponserten Wirtschaftssendung dazu aufrufen kann, bei dieser Bank Geschäfte zu tätigen. Um diese Fragen geht es hier.

Ich bitte Sie, dieses Verbot nicht nur für die SRG, sondern eben auch für die privaten Veranstalter aufrechtzuerhalten, so, wie es die Mehrheit will. Dies, damit solche Vermischungen zwischen Sponsorenbeiträgen und redaktionellen Beiträgen verhindert werden können. Damit soll auch gewährleistet werden, dass die Trennung zwischen Sponsoren- und Werbesendungen aufrechterhalten und damit auch eine gewisse Garantie für einen ethischen Umgang mit Information gewährleistet werden kann.

Ich bitte Sie aus diesen Überlegungen, der Mehrheit zu folgen.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Wir sind ebenfalls der Meinung, dass hier gemäss Mehrheit und Bundesrat entschieden werden soll.

Es wäre verheerend, wenn Kommentatoren gleichzeitig auch Verkäufer und Anbieter von irgendwelchen Waren und Produkten wären. Es würde wirklich die Aufhebung aller Grundsätze bedeuten, die besagen, dass zwischen Inhalten einerseits und Werbung andererseits, zwischen redaktionellem Teil einerseits und Werbeteil andererseits eine klare und deutlich sichtbare Trennlinie zu ziehen ist. Wir haben in diesem Gesetz in der ersten Grundsatzbestimmung diese Aussage gemacht. Es wäre wirklich absolut widersprüchlich, wenn wir hier diese wichtige Trennlinie aufheben würden. Das würde schlicht und einfach nicht verstanden.



Ich bitte Sie sehr, hier der Mehrheit zu folgen. Es geht eigentlich um eine Grundsätzlichkeit, aber auch um eine Frage, die recht grosse wirtschaftliche, aber auch gesellschaftliche Auswirkungen haben kann.

Präsident (Binder Max, Präsident): Die grüne Fraktion stimmt dem Antrag der Mehrheit zu.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Ich möchte festhalten: Es geht bei dieser Bestimmung in keiner Art und Weise gegen die Werbung, es geht auch gar nicht gegen das Sponsoring – nach wie vor sollen Sendungen gesponsert werden können –, sondern es geht darum, das Programm und die Werbung scharf voneinander zu trennen. Es geht also darum, manipulative Schleichwerbung zu verhindern. Beispielsweise darf bei einer Soap Opera durchaus stehen: "Diese Soap ist von Chocolat XY gesponsert." Das darf, wie das heute schon der Fall ist, geschehen. Hingegen sollen dann die Schauspieler in dieser Soap nicht während der ganzen Sendung diese Schokolade auspacken und essen. Das wäre dann Schleichwerbung. Diese Trennung möchten wir durchziehen. Hier geht es eigentlich um eine Art Konsumentenschutz, es geht darum, dass man nicht manipuliert wird. Dieser Grundsatz gilt natürlich nicht nur bei der SRG, er soll überall gelten, auch bei den Privaten.

Deswegen mögen Sie der Mehrheit zustimmen.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Die Mehrheit der Kommission schliesst sich hier dem Bundesrat an. Ich kann deshalb auf lange Ausführungen verzichten.

Es wurde von einem Fraktionssprecher bereits erwähnt: Sehr knapp, mit 13 zu 12 Stimmen, haben wir diesen Minderheitsantrag abgelehnt. Die Kommissionsmehrheit ist aber der festen Überzeugung, dass es falsch wäre, hier jetzt die Schleusen zu öffnen und damit die Grauzone zwischen Sponsoring und Werbung noch zu vergrössern. Es geht nicht darum, die Asymmetrie festzuschreiben, wenn es dann darum geht, bei der SRG Einschränkungen im Sponsoring zu machen oder nicht zu machen. Es geht hier nur um Sponsoring ganz generell.

Wenn Sie der Minderheit zustimmen, machen Sie eine Asymmetrie bei der Definition des Sponsorings, und es kann ja nicht der Sinn sein, dass wir jetzt schon sagen, was beim Sponsoring überhaupt erlaubt ist und was nicht. Sie würden gemäss der Minderheit für die SRG andere Regeln aufstellen als für die Übrigen, und das würde sehr viele Probleme, übrigens auch Probleme im grenzüberschreitenden Fernsehen, schaffen. Die Stationen im Grenzgebiet hätten dann plötzlich andere Bestimmungen zu beachten als diejenigen, die irgendwo im Mittelland oder im Berggebiet sind, und das würde zu Unsicherheiten führen, zu Ungleichheiten. Ich bitte Sie hier wirklich, der Fassung des Bundesrates und damit auch der Mehrheit der Kommission zuzustimmen.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Minderheit 87 Stimmen

Für den Antrag der Mehrheit 85 Stimmen

Übrige Bestimmungen angenommen

Les autres dispositions sont adoptées

AB 2004 N 68 / BO 2004 N 68

Art. 15

Antrag der Mehrheit

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Antrag der Minderheit I

(Schenk, Bezzola, Binder, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Polla, Seiler, Theiler, Vaudroz René, Weigelt)
Streichen

Antrag der Minderheit II

(Neiryneck, Aeschbacher, de Dardel, Fehr Hans-Jürg, Fehr Jacqueline, Hämmerle, Hollenstein, Pedrina, Simoneschi-Cortesi, Stump)

Werbung, Verkaufsangebote und Sponsoring, die sich an Minderjährige richten, sind verboten. (Rest des Artikels streichen)





Art. 15

Proposition de la majorité

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Proposition de la minorité I

(Schenk, Bezzola, Binder, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Polla, Seiler, Theiler, Vaudroz René, Weigelt)
Biffer

Proposition de la minorité II

(Neiryneck, Aeschbacher, de Dardel, Fehr Hans-Jürg, Fehr Jacqueline, Hämmerle, Hollenstein, Pedrina, Simoneschi-Cortesi, Stump)

La publicité, les offres de vente et le parrainage adressés aux mineurs sont interdits. (Biffer le reste de l'article)

Schenk Simon (V, BE): In Artikel 15 geht es um den Schutz von Minderjährigen. Wir haben hier eigentlich drei Stufen zur Auswahl: Der Bundesrat schlägt vor, dass man von der Kann-Regel im alten Gesetz zur verpflichtenden Regel übergeht. Die Minderheit I, die ich vertrete, will die Bestimmung streichen, und die Minderheit II möchte ein absolutes Verbot. In der Kommission sind alle diese Entscheidungen mit 12 zu 11 Stimmen sehr knapp gefällt worden; deshalb hat sicher jeder dieser Anträge auch seine Berechtigung.

Die Gründe, weshalb sich die Minderheit I für Streichen einsetzt, sind die folgenden:

Erstens müssten wir die Gesetze im Allgemeinen möglichst schlank machen und vor allem Bestimmungen, die sehr umstritten sind, im Zweifelsfall lieber weglassen. Auch hier würden wir mit den Fassungen des Bundesrates und der Minderheit II eine Regel vorschreiben, die nicht den Regeln im Ausland entspricht. Wenn wir den Kinderschutz so weit festschreiben wollen, dass wir das für Sendungen für Jugendliche geltend machen wollen, ist das sehr umstritten. Denn wann ist eine Sendung explizit nur für eine bestimmte Altersgruppe bestimmt? Viele Sendungen richten sich da zum Beispiel an Gruppen im Alter von 14 bis 21 Jahren, und dann wäre ein Teil dieser Zuhörer bzw. Zuschauer zu schützen, und bei den anderen könnte man das freigeben.

Ein weiterer Grund besteht darin, dass wir gegenüber den Printmedien ein Sonderrecht schaffen würden, weil Illustrierte, Zeitschriften und Internet sowie ausländische Programme oder andere Gefässe wie Flyer auch für jedermann aufliegen oder zugänglich sind.

Einmal mehr will man eigentlich mit dem absoluten Verbot ein bisschen das Gewissen beruhigen. Aber ich denke, dass wir auch im Strafgesetzbuch einen gewissen Schutz haben. Artikel 135 Absatz 3 bezieht sich auf die Werbung: Wer aus Gewinnsucht handelt, wird schwer bestraft – und Werbung ist ganz eindeutig ein Instrument der Gewinnmaximierung.

Ich gehe kurz auf die einzelnen Absätze von Artikel 15 des RTVG-Entwurfes ein: Absatz 1 besagt, Werbung dürfe Minderjährige nicht "in ihrer körperlichen und seelischen Entwicklung beeinträchtigen". Das ist sehr schwer messbar; man könnte fast von einem Gummiparagrafen sprechen.

Bei Absatz 2 geht es um Unterbrecherwerbung bei Jugendsendungen. Das geht irgendwie an der Realität vorbei, denn viele Jugendsendungen erstrecken sich über eine längere Zeit, haben einzelne Abschnitte, die schon von der Produktion und Ausstrahlung her ganz natürlich unterbrochen werden. Zudem kennen Printmedien und andere Werbegefässe diese Einschränkungen überhaupt nicht.

Absatz 3 sieht vor, dass sich Verkaufsangebote nicht an Minderjährige richten dürfen. Ich denke, jede Werbung ist in gewissem Sinne ein Verkaufsangebot; also sind auch hier gewisse Unsicherheiten nicht abzustreiten.

In Absatz 4 steht die Formulierung "bestimmte Formen des Sponsorings". Auch das ist ein nicht fassbarer Begriff. Was ist mit "bestimmte Formen" explizit gemeint?

Zusammenfassend kann man sagen: In der Fassung des Bundesrates und der Mehrheit hat es in allen vier Absätzen viele Unklarheiten, wenig Greifbares und viele Unsicherheiten. Deshalb verzichtet man wohl besser auf einen solchen Artikel.

Bei der Fassung der Minderheit II, die ein totales Verbot will, kann ich eigentlich die gleichen Argumente wie bei Artikel 10 anführen. Es ist zwar ein edles Ziel, aber man schießt irgendwie an der Realität vorbei. Ein Verbot ist wirtschaftsfeindlich, wettbewerbsverzerrend, ungerecht und eigentlich bloss eine Beruhigung des schlechten Gewissens. Es ist auch, in der heutigen Zeit, wahrscheinlich sinnvoller, wenn man mit der Jugend arbeitet, damit sie mit der Werbung umgehen kann. Die Werbebranche hat in unserer Zeit nun einmal ihren festen Stellenwert.

Aus all diesen Gründen bitte ich Sie, die Minderheit I zu unterstützen und den ganzen Artikel zu streichen.



Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): L'article 15 sur la protection des mineurs est un article très important pour les jeunes. Dans la loi actuelle, l'article 18 dit: "Le Conseil fédéral peut interdire d'autres messages publicitaires aux fins de protéger la jeunesse et l'environnement." Simple! "Kurz und bündig!" Malheureusement, le projet de loi est très long, il a quatre alinéas et son langage est un peu byzantin.

Par sa proposition de minorité II, mon collègue Neiryndk – qui n'est malheureusement plus là – a pensé à une formulation très simple, "klipp und klar", un peu comme celle qu'il y avait dans la loi actuelle: "La publicité, les offres de vente et le parrainage adressés aux mineurs sont interdits." Point! Je pense que la clarté est la meilleure des choses quand on parle de la protection des mineurs.

Concernant la minorité I, on doit dire très clairement qu'elle ne veut rien! Donc elle ne veut pas protéger la jeunesse! La minorité représentée par Monsieur Schenk ne veut pas que les jeunes soient protégés de cette avalanche de publicité qu'ils regardent. On sait que plus on est jeune, plus on est sensible et plus on "boit" – si l'on peut dire – tous les messages qui arrivent, surtout dans les médias électroniques, surtout à la télévision, et vous savez que c'est très dangereux.

Je vous demande, au nom du groupe démocrate-chrétien, de voter la minorité II, ou alors de voter la majorité, parce que c'est quand même mieux que rien. On ne veut pas que cet article de protection soit biffé.

Pedrina Fabio (S, TI): Ich spreche für die SP-Fraktion zu Artikel 15, der die Bestimmungen zum Schutz der Minderjährigen festlegt.

Die Mehrheit unterstützt den bundesrätlichen Entwurf, der den fast unmöglichen Versuch wagt, die Werbung für – oder besser gesagt: gegen – die Minderjährigen in annehmbare Schranken zu lenken.

Die Minderheit I (Schenk) will für den Schutz der Jungen die heilige Hand des Marktes walten lassen. Sie beantragt nämlich, auf dem Weg zu einer möglichst schrankenlosen Werbung, Artikel 15 einfach zu streichen. Ein Verzicht auf den Minderjährigenschutz ist für uns nicht akzeptabel und ist unverantwortlich. Dass im Ausland nicht solche strengen Bestimmungen auferlegt werden, das wissen wir. In der Schweiz streben wir aber nicht eine Nivellierung nach unten an.

AB 2004 N 69 / BO 2004 N 69

Die scheinbare Rechtsungleichheit gegenüber den Printmedien ist kein gewichtiges Argument. Man weiss ganz genau, dass die Suggestivwirkung von Radio und vor allem von Fernsehen viel grösser und damit für die Jugend schädlicher ist.

Wir von der Minderheit II plädieren für eine einfache, aber auch zielführende Formulierung, das heisst für ein Verbot für "Werbung, Verkaufsangebote und Sponsoring, die sich an Minderjährige richten".

Stimmen Sie deshalb dem Minderheitsantrag II zu.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Bei diesem Artikel ist es eigentlich ganz einfach: Die Minderheit I – um es einmal ganz klar zu sagen: die Fraktionen von FDP und SVP – will keinen Jugendschutz, keinen Schutz der Minderjährigen. Die Minderheit II dagegen will eine klare, einfache Bestimmung. Bundesrat und Mehrheit wollen zwar den Schutz der Minderjährigen, aber mit einem ganzen Wust von einschränkenden Bestimmungen, die etwas kompliziert sind – diesbezüglich gehe ich mit dem Sprecher der Minderheit I absolut einig – und durchaus Auslegungsprobleme bieten dürften. Zwar wird der Bundesrat aufgefordert, entsprechende Vorschriften zur Gestaltung zu erlassen, aber schon Begriffe in Absatz 1 wie "mangelnde Lebenserfahrung ausnützen" – was heisst das? – oder "sie in ihrer körperlichen und seelischen Entwicklung beeinträchtigen" sind schwammig, sind Gummibegriffe, über die man dann noch intensiv diskutieren muss. Möglicherweise werden sie dann vom Bundesrat konkretisiert; aber sie beinhalten doch einen sehr grossen Ermessens- und Auslegungsspielraum. Eine klare, saubere und auch einfache Regelung bringt dagegen die Minderheit II. Sie kann das ganze Problem in einem einzigen Satz lösen und hat es auch nicht nötig, weitere Absätze anzuhängen. Auch hier wieder ein schlankes Gesetz, eine einfache, klare Aussage zugunsten des Jugendschutzes, zugunsten der Minderjährigen, die nicht noch mit den letzten Raffinessen der psychologischen Werbung beworben werden sollen, genau in jenen Medien, die bei den Jugendlichen am meisten Eindruck hinterlassen.

Ich habe an der Kommissionssitzung gesagt, gerade die jungen Menschen seien mit einem Teig zu vergleichen, der noch geknetet werden könne, mit einem Teig, in dem solche raffinierte, teure, gut gemachte Werbung natürlich auch ihre Eindrücke hinterlassen werde. Wir dürfen uns nicht darüber beklagen, wenn wir in unserer Gesellschaft mit jungen Menschen Probleme haben, wenn wir diese jungen Menschen vorher einfach so tel quel auch diesen verschiedensten Einflüssen aussetzen. Denn es sind nicht immer Einflüsse, die ihrer Entwicklung förderlich sind.

Ich meine daher: Sagen wir klar Ja zu einem Schutz der Minderjährigen, und stimmen wir mit der Minderheit II



für eine klare, einfache Regelung.

Leutenegger Filippo (RL, ZH): Im Namen der FDP-Fraktion beantrage ich Ihnen, Artikel 15 zu streichen. Ich schliesse mich meinem Vorredner an: Ich finde es auch ganz einfach – aber leider natürlich umgekehrt. Mir fällt auf, dass man mit diesen Bestimmungen etwas verhindern will, das man sowieso nicht verhindern kann. Denken Sie doch an die Realitäten: Wir haben Printmedien, wir haben Flyer, Plakate, Direktwerbung. Zwei Drittel aller Zuschauerinnen und Zuschauer schauen Programme ausländischer Fernsehstationen. Bei den Jungen ist dieser Anteil noch viel höher, weil SF DRS wegen der starken Informationslastigkeit eher ältere Zuschauerinnen und Zuschauer hat. Das heisst: Auch wenn Sie diese Gesetzgebung einführen, können Sie diese nicht durchziehen, das ist gar nicht möglich. Der Versuch, in diesem Gesetz eine Parallelgesetzgebung einzuführen, zieht sich wie ein roter Faden durch alles hindurch. Wir haben aber die ganz normale Gesetzgebung; das reicht vollends aus. Sie können das, was Sie hier schützen wollen – die Jugend –, sowieso nicht schützen. Es ist nicht möglich, weil Sie die Kontrolle über die Medien nicht durch den Staat ausüben lassen können, auch wenn Sie das in diesem Gesetz so regeln wollen.

Es kommt dazu, dass wir dann eine zusätzliche Ungleichbehandlung der Printmedien hätten. Wenn wir das einführen würden, wäre die Kontrolle doppelt schwierig. Wie wollen Sie Jugendschutz in der Werbung beim Sender kontrollieren? Wenn Sie das machen wollen, brauchen Sie eine neue Ethikkommission, und dann wünsche ich Ihnen viel Vergnügen.

Darum beantrage ich Ihnen Streichen.

Föhn Peter (V, SZ): Ich schliesse mich meinen beiden Vorrednern an. Auch ich will ein möglichst schlankes Gesetz. Da kennen wir ja die SVP: Sie will klare Aussagen; Herr Aeschbacher, nicht nur Sie wollen das.

Ich strebe eine noch schlankere Gesetzgebung an, indem wir das im Prinzip streichen können und streichen müssen. Ich strebe nämlich nicht nur eine liberalere Gesetzgebung, sondern eine klare Gesetzgebung an. In Artikel 10, wie er jetzt nach der heutigen Beratung dasteht, heisst es nämlich: "Der Bundesrat erlässt zum Schutz der Gesundheit und der Jugend weitere Einschränkungen." Dem haben wir heute zugestimmt. Deshalb können wir diesen Artikel streichen, da müssen wir gar nichts mehr schreiben; dann kann ich mich Herrn Aeschbacher anschliessen. Aber ich will ganz klar kein Verbot, wie er das fordert.

Ich bitte Sie, dem Minderheitsantrag I (Schenk) zuzustimmen und Artikel 15 völlig zu streichen; in Artikel 10 Absatz 1 ist das schon drin. In der alten Gesetzgebung war es eine Kann-Formulierung: "Der Bundesrat kann zum Schutz der Jugend und der Umwelt weitere Werbeverbote erlassen." Heute ist es eine Muss-Formulierung in Artikel 10 Absatz 1. Ich bitte, dass der Bundesrat das auch aufnimmt und entsprechend unterstützt. Ich glaube, das ist dann eine klare Haltung.

Ich bitte demzufolge, der Minderheit I (Schenk) zuzustimmen. Nur so stimmt es letztendlich.

Hollenstein Pia (G, SG): Die grüne Fraktion bittet Sie, der Minderheit II zuzustimmen.

Herr Föhn hat soeben lamentiert, er wolle keine Verbote. Herr Föhn, es geht hier nicht nur um Verbote, es geht darum, welche Werbung zugelassen werden soll. Es geht klar darum, dass – in Absatz 1 ist es formuliert – jene Werbung nicht zugelassen werden soll, die die körperliche und die seelische Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigt. Ich verstehe nicht ganz, wieso Sie da so vehement dagegen votieren. Es geht doch eigentlich darum, den Schutz der Minderjährigen dort, wo es möglich ist, so zu verankern, dass die Werbung ihre Gesundheit nicht beeinträchtigen kann. Es macht Sinn, Werbung im Voraus danach zu beurteilen, welche schädigenden Auswirkungen sie allenfalls haben kann. Wenn wir das hier ganz streichen, wie das Herr Schenk will, haben wir nicht einmal mehr die Verpflichtung, die Überlegung zu machen, welche Auswirkungen die Werbung auf die Jugendlichen allenfalls hat.

Die Minderheit II sagt klar, das und das ist verboten. Herr Leutenegger argumentiert, nur weil es nicht verhindert werden könne, sei es zuzulassen. Das halte ich jetzt wirklich für ein etwas schwaches Argument, das Sie im Rahmen anderer Gesetzgebungen nie bringen. Sie lassen auch nicht Diebstahl zu, nur weil er nicht verhindert werden kann! Das ist nun wirklich eine sehr, sehr schwache Begründung, etwas zuzulassen, weil es nicht verhindert werden kann. Wir haben auch in der Bundesverfassung ganz klar reguliert, dass der Bund präventiv für die Gesundheit zu sorgen hat. Wenn das der Bundesverfassungsauftrag ist, dann haben wir jetzt die Möglichkeit, dies hier zu präzisieren und gesetzlich zu verankern.

Ich bitte Sie, der Minderheit II zuzustimmen.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Herr Aeschbacher hat gesagt, die Formulierung, die der Bundesrat vorschlägt, sei etwas gar kompliziert. Ich muss ihm Recht geben, es stimmt. Aber wir haben diese Formulierung einfach vom europäischen Übereinkommen übernommen, und das zeigt auch



AB 2004 N 70 / BO 2004 N 70

unser Motiv für die ganze Regelung. Ich weiss, das ist furchtbar kompliziert und auch sehr schwierig umzusetzen. Die Debatte hat es gezeigt: Es ist eine etwas heikle Sache. Aber indem wir die Vorschriften des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen hier hineinnahmen, wollten wir uns die Freiheit geben, dann allenfalls auf dem Verordnungsweg diesbezüglich Schritt halten zu können. Zum Beispiel kennen auch Deutschland und Österreich ein vollständiges Unterbrecherwerbverbot für Kindersendungen. Von daher ersuche ich Sie, dem Bundesrat zu folgen und die Minderheit I (Schenk) abzulehnen. Der Antrag der Minderheit I würde Kinder- und Jugendsendungen vollständig der Kommerzialisierung ausliefern. Da könnten dann so beliebte Sendungen wie "Teletubbies" oder das "Gutenachtgeschichtlein" ständig unterbrochen werden für irgendwelche Mars-Reklamen. Das ist eine Manipulation unserer Kinder. Ebenso ersuche ich Sie, die Minderheit II (Neiryneck) abzulehnen. Wir kämen dort vor allem in Abgrenzungsschwierigkeiten: Für wen gilt eine Werbung? Ich meine, Werbung für Windeln oder Pampers – richtet die sich direkt an die Babys oder nicht vielmehr an die Mütter? Einen Spruch wie "Babys würden Pampers kaufen" – müsste man den dann verbieten? Das gilt z. B. auch für Ovomaltine. Es gäbe Abgrenzungsschwierigkeiten, wer eigentlich der Adressat ist, die Mütter oder die Babys. Folgen Sie daher dem Bundesrat!

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Es wurde schon erwähnt: Die Kommission hat auch hier ganz knapp, mit dem gleichen Stimmenverhältnis von 12 zu 11, sowohl den Antrag der Minderheit I wie den Antrag der Minderheit II abgelehnt. Wir schliessen uns hier dem Bundesrat an.

Ich möchte noch auf einen Tatbestand hinweisen, der zu grossen Diskussionen in der Kommission geführt hat. Die Fassung des Bundesrates mit mehreren Artikeln sieht in der Tat etwas überladen aus. Sie hat aber gleichzeitig den Vorteil, dass sie die bisherige Bestimmung klar umsetzt und auch ausdrückt, wie der Jugendschutz in Bezug auf die programmliche Ausgestaltung wahrgenommen werden muss. Ich meine, das ist eine kluge Regelung; sie müsste auch im Interesse all derjenigen sein, die nicht überregulieren wollen. Möglicherweise haben Sie sonst eine Überregulierung auf der Verordnungsebene. Mit diesem Entwurf des Bundesrates haben Sie alles klar auf dem Tisch.

Ich möchte nochmals daran erinnern: Es geht nicht darum, dass wir hier etwas Neues einführen. Bereits in der bisherigen Gesetzgebung hatten wir diese Jugendschutzbestimmungen. Die Minderheit I will jetzt diese Jugendschutzbestimmungen ersatzlos streichen. Es ist richtig, Herr Föhn, in Artikel 10 Absatz 1 haben wir nur bezüglich des Alkohols noch eine kleine Möglichkeit, uns trotzdem klüger zu verhalten, als einige Beschlüsse möglicherweise ausfallen könnten. Aber es geht ja nicht nur um den Alkohol, es geht um die ganze Werbe-wirtschaft. Es ist fatal, wenn wir hier sagen, Jugendschutz sei wirtschaftsfeindlich. Ich möchte Herrn Schenk wirklich bitten, in Bezug auf diese Argumentation einmal über die Bücher zu gehen.

Ich möchte Herrn Leutenegger noch sagen – er hat wieder die Frage der ausländischen Sender angesprochen –, Sie wissen es eigentlich sehr gut! Gerade in Frankreich ist gar keine Werbung erlaubt; in Deutschland sind die Bestimmungen sehr restriktiv; die ausländischen Werbefenster unterstehen unseren Werbevorschriften. Die Sender im grenznahen Raum, die über die Grenze hinaussenden, würden sich aufgrund des europäischen Übereinkommens ohnehin an die Regelung halten müssen, die der Bundesrat vorschlägt, auch wenn Sie Artikel 15 hier streichen würden. Sie schaffen damit also Ungleichheiten, die meines Erachtens gesetzgeberisch mehr als unerwünscht sind.

Ich möchte es noch einmal sagen: Es kann doch nicht sein, dass wir hier in einer Welt, in der zunehmend auch die Jugend verkommerzialisiert wird, zusätzliche Schleusen öffnen und diese Bestimmung jetzt ersatzlos streichen.

Ich bitte Sie deshalb: Stimmen Sie mit der Mehrheit der Kommission und dem Bundesrat.

Erste Abstimmung – Premier vote

Für den Antrag der Minderheit II 110 Stimmen

Für den Antrag der Mehrheit 66 Stimmen

Zweite Abstimmung – Deuxième vote

Für den Antrag der Minderheit II 97 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit I 84 Stimmen

Art. 16

Antrag der Mehrheit





Abs. 1

In den Radioprogrammen der SRG ist Werbung verboten.

Abs. 2

In den Radioprogrammen der SRG ist Sponsoring verboten.

Abs. 3

Der Bundesrat kann die Werbung und das Sponsoring in den Fernsehprogrammen der SRG und im übrigen publizistischen Angebot, das zur Erfüllung ihres Programmauftrages notwendig ist und aus den Empfangsgebühren finanziert wird (Art. 27 Abs. 3 Bst. b), ganz oder teilweise einschränken.

Antrag der Minderheit

(Vaudroz René, Bezzola, Föhn, Hegetschweiler, Neiryck, Polla, Schenk, Simoneschi-Cortesi)

Abs. 1

Der Bundesrat kann die Werbung und das Sponsoring in den Programmen der SRG ganz oder teilweise einschränken. Er berücksichtigt dabei die Interessen der Werbetreibenden, des Werbemarktes und der anderen Veranstalter mit Leistungsauftrag sowie das Interesse der Öffentlichkeit an einer möglichst günstigen Empfangsgebühr.

Antrag der Minderheit

(Simoneschi-Cortesi, Aeschbacher, de Dardel, Jossen, Kurrus, Pedrina, Vaudroz René)

Abs. 2

Der Bundesrat kann das Sponsoring in den Radioprogrammen der SRG bewilligen mit der Auflage, keine Werbebotschaften einzubauen.

Antrag der Minderheit

(Stump, de Dardel, Fehr Hans-Jürg, Hämmerle, Pedrina)

Titel

Besondere Bestimmungen für die SRG und Programmveranstalter mit Gebührenanteil

Abs. 3

Der Bundesrat kann für Radioprogramme mit einer Konzession mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil nach den Artikeln 48 bis 52 die für Fernsehprogramme geltenden Bestimmungen über die Unterbrecherwerbung (Art. 11) und die Bestimmungen über die Dauer von Werbung und Verkaufsangeboten (Art. 12) ganz oder teilweise anwendbar erklären.

Art. 16

Proposition de la majorité

Al. 1

La publicité est interdite dans les programmes radio de la SSR.

Al. 2

Le parrainage est interdit dans les programmes radio de la SSR.

Al. 3

Le Conseil fédéral peut limiter ou interdire la publicité et le parrainage dans les programmes de télévision de la SSR ainsi que dans les autres offres journalistiques nécessaires à l'exécution de son mandat et financées par la redevance de réception (art. 27 al. 3 let. b).

Proposition de la minorité

(Vaudroz René, Bezzola, Föhn, Hegetschweiler, Neiryck, Polla, Schenk, Simoneschi-Cortesi)

AB 2004 N 71 / BO 2004 N 71

Al. 1

Le Conseil fédéral peut interdire ou limiter la publicité et le parrainage dans les programmes de la SSR. Ce faisant, il tient compte des intérêts des annonceurs, de l'économie publicitaire et des autres diffuseurs dotés d'un mandat de prestations ainsi que de l'intérêt du public au paiement d'une redevance de réception aussi modique que possible.

Proposition de la minorité

(Simoneschi-Cortesi, Aeschbacher, de Dardel, Jossen, Kurrus, Pedrina, Vaudroz René)



**Al. 2**

Le Conseil fédéral peut autoriser le parrainage dans les programmes radio de la SSR en fixant des règles empêchant un caractère de message publicitaire.

Proposition de la minorité

(Stump, de Dardel, Fehr Hans-Jürg, Hämmerle, Pedrina)

Titre

Dispositions particulières pour la SSR et les diffuseurs bénéficiant d'une quote-part de la redevance

Al. 3

Le Conseil fédéral peut décider d'appliquer totalement ou partiellement aux programmes de radio au bénéfice d'une concession assortie d'un mandat de prestations et donnant droit à une quote-part de la redevance selon les articles 48 à 52 les dispositions sur les interruptions publicitaires (art. 11), ainsi que les dispositions sur la durée de la publicité et les offres de vente (art. 12) applicables aux programmes de télévision.

Eggy Jacques-Simon (RL, GE): La minorité Vaudroz René que je défends, si elle devait l'emporter, porte donc – il faut bien le regarder sur votre dépliant – sur les alinéas 1 et 2 de l'article 16 tel qu'il est proposé par la majorité. Par conséquent, la proposition de minorité Simoneschi-Cortesi, dans mon esprit, ne devrait être discutée que si la minorité Vaudroz était battue et si la majorité l'emportait. Elle serait à ce moment-là opposée à la proposition de majorité.

Pourquoi est-ce que je défends ici la minorité Vaudroz René? Pourquoi faudrait-il encore resserrer la marge de manoeuvre de la SSR – ici, de la radio – autant que le propose la majorité? Est-ce que l'on ne doit pas voir l'intérêt qu'il peut y avoir à un complément financier qui peut limiter la hausse de la redevance – au bénéfice, donc, des auditeurs et des téléspectateurs – tout en assurant la qualité et la richesse des programmes? Et puis, il y a aussi des intérêts qui sont parfaitement légitimes et qui sont possibles: faire de la publicité pour des manifestations sportives, pour des manifestations culturelles, notamment à la radio. Tout est une question de mesure; tout est une question de dosage. L'interdiction absolue n'est pas dans l'esprit d'une loi où l'on veut amener un peu de libéralisation. Il faut faire confiance et il ne faut pas interdire de manière absolue.

C'est la même analyse que la minorité Vaudroz René fait pour le parrainage. On accepte le parrainage, par exemple dans le cadre universitaire; alors pourquoi faudrait-il absolument l'interdire pour des émissions de radio de la SSR? Ce peut être précieux! Bien sûr, il faut des règles. Bien sûr, il faut doser. Bien sûr, encore une fois, il faut de la mesure. Donc, il faut ouvrir la liberté de la publicité et du parrainage, mais offrir la possibilité de l'interdiction ou de la limitation. Cette possibilité d'interdiction ou de limitation, donnons-la au Conseil fédéral. Nous faisons confiance au Conseil fédéral pour trouver la bonne mesure et la bonne limite quand il le faudra. Et c'est au Conseil fédéral, au gouvernement, d'apprécier, de définir cet espace de liberté et ses limites, cela dans une appréciation de l'intérêt général.

Nous l'avons dit dans le débat d'entrée en matière, et cela a été dit plusieurs fois: la SSR, c'est-à-dire sa radio et sa télévision, doivent pouvoir vivre, se développer et innover face aux grands médias étrangers.

Ne moralisons donc pas à l'excès en restreignant le cadre qui entoure la SSR. Ne l'étouffons pas; mettons des garde-fous, mais ne l'étouffons pas.

La proposition de minorité Vaudroz René est parfaitement raisonnable et je vous invite à la suivre.

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): Si vous permettez, je vais m'exprimer aussi sur la minorité Vaudroz René, parce que c'est un concept que le groupe démocrate-chrétien va soutenir.

Cet article 16 sur les dispositions particulières pour la SSR est très important, parce qu'il règle le principe de l'asymétrie des possibilités de faire de la publicité entre les radios privées et les radios publiques. La publicité interdite à la radio publique: c'est le statu quo. La commission a longuement discuté de l'opportunité d'autoriser le sponsoring. Ici, les esprits sont partagés.

A l'alinéa 1, la majorité plaide clairement pour une nette interdiction de la publicité à la radio de la SSR. La proposition de minorité Vaudroz René donne la possibilité au Conseil fédéral d'interdire ou de limiter la publicité et le parrainage à certaines conditions. On veut en rester à la situation actuelle d'interdiction de la publicité et d'autorisation du sponsoring, dans le but, entre autres, de ne pas trop préjudicier au financement de la SSR.

Le groupe démocrate-chrétien va voter la proposition de majorité à l'alinéa 1, où il y a une claire interdiction de faire de la publicité, parce que cela fait partie du nouveau système qu'on veut introduire dans cette loi: l'asymétrie de la publicité. Donc, non à la publicité à la radio de la SSR, mais oui à la publicité pour les radios privées.

La proposition de minorité Simoneschi-Cortesi qui porte sur l'alinéa 2 introduit par contre la possibilité du



parrainage. On veut donner au Conseil fédéral la possibilité d'autoriser le parrainage dans les programmes de la SSR en fixant des règles claires qui empêchent de transformer le parrainage en publicité. D'un côté, on veut laisser ces quelques millions à la SSR qui, avec cette loi, renonce déjà de manière visible – avec les 4 pour cent du splitting – à des recettes; de l'autre côté, on veut tenir compte par cet amendement des critiques au sponsoring soulevées en commission. C'est surtout en Suisse alémanique qu'on se plaint du sponsoring. En Suisse italienne et en Suisse romande, le sponsoring n'est pas jugé aussi négativement qu'en Suisse alémanique et n'est pas du tout ressenti comme une publicité.

Avec cette formulation, qui donne la possibilité au Conseil fédéral d'autoriser le parrainage, mais qui lui confie aussi la responsabilité de fixer des règles à la SSR, des règles claires qui empêchent de faire une confusion entre le sponsoring et le message publicitaire, je pense qu'on renforce la situation de la SSR. On dit clairement non à la publicité à l'alinéa 1, mais on maintient quand même la possibilité du sponsoring.

Stump Doris (S, AG): Wir sind dabei – und das ist eines der wichtigen Anliegen dieser Vorlage –, den privaten Radio- und Fernsehveranstaltern auch Gebühren zuzusprechen, damit sie auch einen Teil des Service public übernehmen können. Wenn wir das jetzt so beschliessen – davon gehe ich aus –, dann müssen wir dem Bundesrat gleiche Kompetenzen für die SRG und für andere gebührenbeziehende Veranstalter zusprechen. Wenn wir hier entscheiden, dass der Bundesrat bei der SRG Ausnahmen beschliessen kann, dann soll er auch bei anderen gebührenempfangenden Veranstaltern solche Einschränkungen beschliessen können.

Ich stelle diesen Antrag zu Artikel 16 Absatz 3, weil es dort um diese spezifische Kompetenz für den Bundesrat geht. Je nachdem, wie wir hier entscheiden, müsste es dann eigentlich im gesamten Artikel so geregelt werden. Ich denke, es wäre dann aber Sache des Ständerates, da Stringenz hineinzubringen. Ich weiss ja auch, dass die privaten Veranstalter dieser Regelung eigentlich zugestimmt haben – zumindest in Gesprächen mit mir – und dass sie, wenn sie wie die SRG Gebühren bekommen, bereit sind, auch in allen anderen Bereichen gleich behandelt zu werden. Deshalb ist es richtig, hier diese Regelung einzuführen.

AB 2004 N 72 / BO 2004 N 72

Bezzola Duri (RL, GR): Die Meinungen in der FDP-Fraktion gehen auseinander. Ich spreche hier für die eine Hälfte der FDP-Fraktion.

Ich äussere mich zur Minderheit Vaudroz René. Diese Minderheit will Sponsoring in Radioprogrammen nicht gänzlich verbieten.

Ein Sponsoringverbot für das Radio wäre kontraproduktiv. Viele kulturelle und sportliche Veranstaltungen und deren Verbreitung sind nur dank Sponsoring möglich. Ein Verbot wäre für viele dieser Veranstaltungen, die nur mit Mühe und Not finanziert werden können, verheerend. Viele Angebote und Veranstaltungen in den Regionen kommen nur dank freiwilliger, unbezahlter Arbeit und mit einer Restfinanzierung durch Sponsoring zustande. Ausserdem würde diese empfindliche Einschränkung, würden diese Verbote für ausländische Programme nicht gelten. Dazu kommt eine wirtschaftliche Schwächung der SRG. Persönlich bin ich für das Gebührensplitting ohne Gebührenerhöhung und deshalb auch der Meinung, dass man keine weiteren Abstriche bei der SRG vornehmen soll.

Eine klare Definition von Sponsoring, eine Trennung von Sponsoring und Werbung, ist jedoch notwendig. Notwendig ist auch die Rücksichtnahme auf Werbetreibende, auf den Werbemarkt, auf Veranstalter mit Leistungsauftrag und auf die Interessen der Öffentlichkeit. Diese Voraussetzungen sind im Antrag der Minderheit Vaudroz René integriert.

Ich bitte Sie im Namen der Hälfte der FDP-Fraktion, der Minderheit Vaudroz René zuzustimmen.

Weigelt Peter (RL, SG): Ich spreche für den vielleicht weniger vernünftigen, aber realistischeren Teil der FDP-Fraktion.

Es gibt zwischen Werbung und Sponsoring keine klare Grenze. Es gibt eine grosse Grauzone: Wo beginnt die Werbung, wo hört das Sponsoring auf? Und umgekehrt! Ein kleines Beispiel: Sie haben gehört, dass im November bei den Verkehrsmeldungen in den Radiosendungen eine Pneumarke als Sponsor eingeblendet wurde. Dann kam der Spruch: "Hersteller von Winterreifen." Das war dann "keine Werbung", aber es wurde im November selbstverständlich als Werbung für ein Produkt ausgestrahlt, obwohl es als Sponsoring deklariert wurde.

Es ist blauäugig, wenn man glaubt, hier eine Trennung machen zu können, so, wie es Frau Simoneschi dargestellt hat – entweder man öffnet, oder man schliesst. Herr Föhn hat gesagt, die SVP wolle nicht nur eine liberale, sondern eine klare, eine konsequente Gesetzgebung. Ich denke, klarer, als es die Absätze 1 und 2



des Mehrheitsantrages tun, kann man nicht mehr legiferieren: Danach sind Radiowerbung und -sponsoring verboten.

Zum Antrag der Minderheit Stump: Wir sind der Meinung, dass die bundesrätliche Fassung korrekt ist. Erlauben Sie mir noch eine Schlussbemerkung zum Minderheitsantrag, den ich zur politischen Werbung gestellt habe (Art. 10). Ich bin verschiedentlich gefragt worden, ob diese Öffnung auch für die SRG gelte. Aus meiner Sicht gilt sie selbstverständlich auch für die SRG. Wenn man das nicht wollte, müsste man bei diesen Sonderbestimmungen hier die SRG von der politischen Werbung ausnehmen. Dies einfach zur Klärung der Diskussion um die Stellung der SRG in diesem Umfeld.

Präsident (Binder Max, Präsident): Frau Stump zieht ihren Minderheitsantrag zurück, weil ihr Anliegen in Artikel 11 in der zweiten Lesung der Kommission bereits berücksichtigt wurde.

Hämmerle Andrea (S, GR): Es ist das Markenzeichen der SRG-Radioprogramme, dass sie werbefrei sind. Die SRG-Radioprogramme sind ja wohl noch die einzigen Medien, die werbefrei sind, und das ist für jede Konsumentin und jeden Konsumenten äusserst angenehm. Zumindes ist das meine Wahrnehmung, und ich denke, das geht vielen anderen auch so. Wenn die SRG nun auf werbefreie Radioprogramme verzichtete, würde sie ein Eigentor schießen, und gleichzeitig würde man damit selbstverständlich den privaten Veranstaltern schaden, weil nämlich Werbeeinnahmen von den Privaten zur SRG gingen; das ist ja klar. Deshalb sind wir der Meinung, dass das Verbot von Werbung in den SRG-Radioprogrammen gesetzlich festgehalten werden soll: Ich bitte Sie also, bei Absatz 1 mit der Mehrheit zu stimmen.

Etwas komplizierter ist es im Bereich Sponsoring. Herr Weigelt hat schon darauf hingewiesen: Es ist äusserst schwierig, die Abgrenzung zwischen Sponsoring und Werbung zu machen. In unserer Fraktion sind die Meinungen geteilt: Eine Mehrheit ist für ein klares Verbot von Sponsoring in SRG-Radioprogrammen, eine Minderheit schliesst sich der Minderheit Simoneschi-Cortesi an. In einem sind wir uns aber ganz klar einig: Es soll möglich sein, dass kulturelle oder sportliche Veranstaltungen von Radio DRS z. B. mitgetragen, also sozusagen gesponsert werden. Nicht möglich soll aber Sponsoring mit Werbebotschaften sein, das ist ebenso klar. Die SRG hat in diesem Bereich überbordert; auf ein Beispiel wurde hingewiesen, und es gibt noch viele andere, wo über Sponsoring eigentlich Werbebotschaften transportiert worden sind. Da sind wir der Meinung: Das geht nicht, weil dies das Markenzeichen von werbefreien Programmen wieder kaputtmacht.

Deshalb bitten wir Sie, bei Absatz 2 entweder der Mehrheit oder der Minderheit Simoneschi-Cortesi zuzustimmen.

Es gibt noch ein Problem infolge Ihrer Mehrheitsentscheide bei Artikel 10: Dort steht jetzt Absatz 2 in der Fassung des Bundesrates etwas quer in der Landschaft. Deshalb wird von unserer Seite noch ein Rückkommensantrag gestellt, damit man darüber auch noch kohärent diskutieren kann.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Es ist wirklich eine grosse Wohltat, wenn es noch ein Radio gibt, das werbefrei ist. Die meisten Radioprogramme – man muss nur an der Scheibe drehen – zeichnen sich dadurch aus, dass sie in kurzen, abgehackten Phasen irgendwelche Informationen oder Musik bringen und dazwischen laufend und immer wieder mit ihrer Werbung kommen. Irgendwo in unserer Informationsgesellschaft müssen auch Kanäle bzw. Radioprogramme bestehen bleiben, die Information, Musik und Unterhaltung bieten und uns nicht den ganzen Tag über dauernd mit Werbung beschallen.

Unser Leben ist durch die Werbung geprägt. Wir können kaum hundert Schritte tun, ohne x Kontakte mit der Werbung zu haben. Ich denke, das genügt. Es muss auch einmal irgendwo in den Medien ein werbefreier Raum erhalten bleiben. Das genieße ich ganz besonders bei Radio DRS. Ich bekomme dort Informationen, ich habe Musik, aber ich werde nicht dauernd mit ungewollten und ungeliebten Werbebotschaften bombardiert. Insofern bin ich ein überzeugter Verfechter des Mehrheitsantrages zu Artikel 16 Absatz 1. Die Radioprogramme der SRG sollen weiterhin ohne Werbung laufen – das ist das eine.

Wenn Sie aber der Minderheit Vaudroz René folgen, heisst das nichts anderes, als dass Sie sich hier auf die "Geldsäckelschiene" der FDP begeben, der immer nur die Frage nach dem Geld und den Finanzen wichtig ist und nicht die Frage nach der Qualität und dem, was wir in unserer Gesellschaft bewirken. Hier will die FDP, die sonst die SRG zurückbinden will, der SRG weitere Freiheiten geben, in der Hoffnung, dass damit Geld generiert werden kann und von den Bürgern weniger Gebühren verlangt werden müssen. Aber irgendwo ist auch einmal ein Ende mit dieser "Geldsäckelschiene", unsere Gesellschaft kommt damit nicht unendlich weiter!

Bei Absatz 2, wo es um das Sponsoring geht, bin ich auch der Meinung, dass Sponsoring, das in den Sendungen nicht in Form unangenehmer Botschaften daherkommt und das die Sendungen nicht entstellt, möglich sein sollte. Ich stimme daher in diesem Falle überzeugt der Minderheit Simoneschi-Cortesi zu. Denn Sponso-



ring heisst ja nichts anderes als das, was Radio DRS beispielsweise heute schon ohne weiteres tut, indem es einfach vor oder nach einer

AB 2004 N 73 / BO 2004 N 73

Sendung den Namen derjenigen Unternehmung nennt, die diese Sendung finanziell ermöglicht hat. Die Sendung als solche wird aber nicht durch Werbung unterbrochen; die Sendung als solche wird nicht durch eine Werbebotschaft verändert – die Sendung ist inhaltlich, redaktionell, publizistisch in Ordnung.

Insofern beantrage ich Ihnen, bei Absatz 2 dem Minderheitsantrag Simoneschi-Cortesi und in Absatz 1 der Kommissionsmehrheit zuzustimmen.

Hollenstein Pia (G, SG): Hier in Artikel 16 Absatz 1, im Bereich der Radiowerbung, hat der Bundesrat, denke ich, die Bedeutung von werbefreien Radioprogrammen unterschätzt. Die grüne Fraktion stimmt deshalb mit der Mehrheit der Kommission, die klar sagt: "In den Radioprogrammen der SRG ist Werbung verboten."

Werbefreie Radioprogramme – meine Vorredner haben es zum Teil ausgeführt – sind für uns echt positiv, und wir hoffen, dass hier die Mehrheit obsiegt. Wir wollen nicht nur, wie der Bundesrat es vorschlägt, eine Kann-Formulierung; das ist uns zu wenig. Wir können uns ja ausdenken, wie oft von dieser dann Gebrauch gemacht wird. Wir haben Bedenken, dass der Bundesrat dann eben auf Druck der Geldmacher oder eben unter dem Druck der finanziellen Situation ganz, ganz zurückhaltend sein wird.

Wir erachten werbefreie Radioprogramme als eine Art Schonraum, den wir nicht missen möchten. Bei der Mehrheitsfassung, so, wie sie in Absatz 1 hier steht, ist klar: Bei der SRG ist Werbung verboten! Bei der Minderheit weiss man wirklich nicht, was nachher alles zugelassen ist und womit wir zu rechnen haben. Werbefreie Radioprogramme sind ein Qualitätsmerkmal, und daran möchten wir festhalten.

Bei Absatz 2 stimmen wir ebenfalls für den restriktiven Antrag der Mehrheit, und ich bitte Sie, dies ebenfalls zu tun.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Also nochmals: Die Vorstellungen des Bundesrates bestehen darin, dass nebst den absoluten Verboten, über die wir vorher diskutiert und beschlossen haben, weitere Einschränkungen in der Verordnung festgehalten werden sollen. Wir haben unsere diesbezüglichen Absichten in der Botschaft klar und deutlich festgehalten. Sie bestehen in:

1. einem Werbeverbot für die SRG-Radios, also so, wie das heute schon der Fall ist;
2. maximal 8 Prozent Werbung im Fernsehen, wie das heute schon der Fall ist;
3. Werbeunterbrechungen nur einmal in Sendungen über 90 Minuten, wie das heute schon der Fall ist;
4. gar keinen Werbeunterbrechungen mehr in Spielfilmen – das ist neu: Durch Werbeunterbrechungen wird, so die Auffassung des Bundesrates, der künstlerische Wert der Spielfilme beeinträchtigt, und die SRG mit ihrem qualitativen Service-public-Anspruch soll hierzu nicht beitragen;
5. keinen länger dauernden Verkaufsendungen – auch das ist neu: Diese "Billiger-Jakob-Sendungen" sollen also den Privaten überlassen werden;
6. Einschränkungen bei der Platzierung von Produkten: Das ist eine Form, die unseres Erachtens nahe bei der Schleichwerbung ist und darum dem Qualitätsimage, der Glaubwürdigkeit der SRG, ebenfalls abträglich ist.

Und nun will die Mehrheit ja eigentlich Ähnliches. Sie möchte das Werbeverbot für die SRG-Radios im Gesetz – da sind wir nicht dagegen, ausser dass man am Anfang beim Eintreten gesagt hat, die Regelungsdichte sei zu hoch; aber da haben wir inhaltlich keine Differenzen. Hingegen sind wir nicht einverstanden mit dem Sponsoringverbot für SRG-Radioprogramme. Wir würden damit der SRG jährlich über 10 Millionen Franken Einnahmen entziehen. So, wie das Sponsoring bis jetzt gehandhabt wird und wie wir es vorher auch "genagelt" haben, dass es nämlich nicht innerhalb der Sendungen mit Schleichwerbung aufgeweicht werden darf, sind wir der Meinung, sei die Integrität der SRG-Radios mit solchem Sponsoring nach wie vor gewährleistet. Den Rest wissen Sie ja.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Dieser Artikel war einer der am heissesten diskutierten in der Kommission. Wir haben ja auch zwei Lesungen gemacht. Bezüglich des Sponsorings haben wir zweimal eigentlich klar – mit 15 zu 7 und dann mit 15 zu 8 Stimmen – unsere Fassung bestätigt, dass wir auch in den Radioprogrammen der SRG Sponsoring ausschliessen wollen. Ich glaube, da lohnt es sich schon, auf gewisse Einzelheiten einzugehen, weshalb wir zu diesem strikten Verbot kommen.

Es geht ja hier ausschliesslich um die SRG. Ich möchte daran erinnern, dass wir ja in der ganzen Konzeption diese asymmetrische Werbeordnung beschlossen haben, dass wir eben sagen: Die SRG hat Gebühren, sie hat Werbung im Bereich des Fernsehens, aber sie hat keine Werbung im Bereich des Radios – das ist ein Feld der privaten Veranstalter.



Ich glaube, wir sind damit gut gefahren. Es wurde deutlich gesagt: Wir brauchen jetzt nicht – das ist der Antrag von Herrn Vaudroz in Absatz 1 – noch zusätzlich eine Öffnung der Schleusen auch für Werbung beim Radio. Das sollte eigentlich unbestritten sein. Die Fassung der Kommissionsminderheit hat nämlich sehr zu reden gegeben, weil sie natürlich wieder sehr viele Unwägbarkeiten birgt: Der Bundesrat muss dann festlegen, wo und wie und wann, und dann haben wir eigentlich genau das Gegenteil dessen, was von der SVP und von Herrn Föhn jetzt mehrmals gefordert worden ist, nämlich klare Bestimmungen. Wir wollen wissen: Was dürfen die Veranstalter tun, und was dürfen sie nicht tun? Ich hoffe, dass wir hier bei der Frage der Radiowerbung in diesem Rat trotzdem einen ganz klaren Konsens finden und jetzt diese Werbung nicht noch auf die SRG-Radioprogramme ausweiten.

Der Stein des Anstosses liegt aber jetzt beim Sponsoring. Ich bin froh, dass Herr Weigelt im Namen einer Gruppe der freisinnigen Fraktion hier deutlich darauf aufmerksam gemacht hat, dass Werbung und Sponsoring sehr schwierig voneinander zu trennen sind. Da besteht eine Grauzone, das muss man anerkennen. Es gibt keine ganz eindeutige Abgrenzung zwischen Werbung und Sponsoring, und Herr Weigelt hat auch ein Beispiel erwähnt. Auch heute Morgen habe ich wieder am Radio ein Beispiel gehört, wo der "Strassenzustandsbericht" präsentiert wurde, von einer Firma, die Schmieröl vertreibt, und dann wurde noch gesagt: "Weitere Angaben können Sie unter www.xxy.ch abrufen." Das heisst, man hat also hier ein Werbefenster geöffnet. Herr Weigelt hat das Beispiel von diesem Reifenhersteller erwähnt, wo gesagt worden ist: "Der 'Strassenzustandsbericht' wird präsentiert von der Firma Soundso, dem Anbieter von Winterreifen." Wenn das keine Werbung ist, dann verstehe ich die Welt nicht mehr! Da wären wir uns eigentlich einig.

Ich muss hier etwas Kritisches sagen. Die SRG ist ja eine Anstalt, die für mich wirklich für objektive und unbestechliche Information in diesem Lande steht; das ist ganz wichtig. Was wir aber jetzt erleben, nicht vonseiten der Programmierer, sondern vonseiten der Generaldirektion und des Präsidenten, hat nichts mit Information zu tun, sondern das grenzt teilweise leider schon an Desinformation. Jetzt wird uns nämlich in intensiver Lobbytätigkeit erzählt, wenn man Sponsoring beim Radio verbiete, dann könne die SRG keine Medienpartnerschaften mehr eingehen. Sie könne beispielsweise ein Konzert in Nyon oder eine Sportveranstaltung nicht mehr mit einer Medienpartnerschaft begleiten.

Ich möchte hier – dazu habe ich einen Auftrag von der Kommission – deutsch und deutlich festhalten: Mit dem Verbot des Sponsorings sind Medienpartnerschaften nicht ausgeschlossen. Medienpartnerschaften sind weiterhin möglich, und wir hoffen, dass die SRG weiterhin gute Medienpartnerschaften eingetht mit verschiedenen Veranstaltern in diesem Lande, die darauf angewiesen sind. Wir wollen mit dem Antrag der Kommissionsmehrheit nicht Medienpartnerschaften ausschliessen, sondern wir möchten, dass das Sponsoring in den Radioprogrammen verboten wird, dass also Werbespots via Sponsoring in den Programmen verboten werden. Das schliesst Medienpartnerschaften in keiner Weise aus.

AB 2004 N 74 / BO 2004 N 74

Ich möchte, dass das hier ausdrücklich zur Kenntnis genommen wird: Wir möchten mit diesem Sponsoringverbot nicht die Medienpartnerschaften verbieten.

Ein zweiter Punkt: Ich habe festgestellt, dass jetzt diese Sponsoringfrage zur Frage der Romands geworden ist, denn offensichtlich ist das in der Romandie sehr beliebt. Die Anbieter in der Romandie sagen, wenn sie kein Sponsoring mehr hätten, hätte die SRG weniger Produktionsmittel, sie würde eingeschränkt und das würde gegen die sprachlichen Minderheiten gehen. Ich finde das eine sehr abenteuerliche und fragwürdige Argumentation. Es ist richtig, dass mit dem Sponsoring Einnahmen generiert werden. Das wurde gesagt; es wurden 10 Millionen Franken erwähnt, es wurden auch andere Beträge erwähnt. Die würden so sicher fehlen. Aber wenn Sie das gesamte Budget der SRG betrachten, dann müssen Sie einfach auch feststellen, dass es sich nicht rechtfertigt, dass deswegen hier in dieser Grauzone sozusagen über den Hag gefressen wird. Es rechtfertigt sich nicht, dass man hier die klare Trennung zwischen Radio und Fernsehen – beim einen erlauben wir Werbung und Sponsoring, beim anderen verbieten wir eben Werbung und Sponsoring – durchlöchert. Ich möchte Sie deshalb im Namen der Kommissionsmehrheit dringend bitten, bei diesem Sponsoringartikel uns zu folgen.

Setzen wir hier eine klare Grenze zwischen Werbung und Sponsoring. Partnerschaften sind möglich; dafür braucht es keine Bestimmung, mit der wir in den Radioprogrammen Sponsoring ermöglichen können und müssen. Ich bitte Sie hier, im Sinne einer klaren Regelung, auch im Interesse der Zuhörerinnen und Zuhörer, wie das Herr Aeschbacher richtig gesagt hat, unser SRG-Radio auch in Zukunft werbefrei zu halten. Das ist übrigens eine Forderung – ich darf das hier auch sagen, es wurde in den Hearings der Kommission deutlich gemacht –, die nicht zuletzt auch von den privaten regionalen Anbietern sehr unterstützt wird. Denn es geht nämlich auch darum, wer von diesen Werbegeldern profitiert, ob das jetzt auch noch im Radiobereich die SRG



ist oder ob hier in diesem Bereich die Privaten ein bisschen "mehr Luft" für ihre Bedürfnisse haben.
Ich bitte Sie deshalb: Stimmen Sie der Kommissionsmehrheit zu.

Abs. 2 – Al. 2

Abstimmung – Vote

(namentlich – nominatif; 02.093/310)

Für den Antrag der Minderheit 112 Stimmen

Für den Antrag der Mehrheit 72 Stimmen

Abs. 1 – Al. 1

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 111 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit 74 Stimmen

Abs. 3 – Al. 3

Angenommen gemäss Antrag der Mehrheit

Adopté selon la proposition de la majorité

Art. 17

Antrag der Kommission

.... müssen dem Bundesamt die Bruttoeinnahmen

Art. 17

Proposition de la commission

.... annoncent à l'office les recettes

Angenommen – Adopté

Art. 18

Antrag der Kommission

.... müssen dem Bundesamt Änderungen an anderen Unternehmen bekannt geben.

Art. 18

Proposition de la commission

.... informent l'office des modifications dans d'autres entreprises.

Angenommen – Adopté

Art. 19

Antrag der Kommission

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Proposition de la commission

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Angenommen – Adopté

Art. 20

Antrag der Kommission

Abs. 1

.... müssen dem Bundesamt den

Abs. 2

Das Bundesamt kann

Abs. 3

.... welche Angaben das Bundesamt veröffentlichen kann.



Antrag Schwander

Abs. 1

Konzessionierte Veranstalter schweizerischer Programme müssen dem Bundesamt regelmässig den Jahresbericht sowie die Jahresrechnung einreichen. Der Bundesrat befreit

Abs. 2

Das Bundesamt kann Angaben aus den Jahresberichten der konzessionierten Programmveranstalter veröffentlichen.

Art. 20

Proposition de la commission

Al. 1

.... remettent à l'office le rapport

Al. 2

L'office peut

Al. 3

.... par l'office.

Proposition Schwander

Al. 1

Les diffuseurs concessionnaires de programmes suisses remettent périodiquement à l'office le rapport et les comptes annuels. Le Conseil fédéral exempte

Al. 2

L'office peut publier des informations provenant du rapport annuel des diffuseurs concessionnaires.

Art. 21

Antrag der Kommission

Abs. 1

Das Bundesamt für Kommunikation erstellt

Abs. 2

.... haben dem Bundesamt regelmässig

Abs. 3

Das Bundesamt kann

Abs. 4

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Antrag Schwander

Abs. 2

Konzessionierte Veranstalter schweizerischer Programme haben dem Bundesamt regelmässig die erforderlichen Angaben einzureichen.

Art. 21

Proposition de la commission

Al. 1

L'Office fédéral de la communication établit

Al. 2

.... à l'office.

AB 2004 N 75 / BO 2004 N 75

Al. 3

L'office peut

Al. 4

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Proposition Schwander

Al. 2





Les diffuseurs concessionnaires de programmes suisses doivent périodiquement fournir à l'office les informations nécessaires.

Art. 22

Antrag der Kommission

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Antrag Schwander

Abs. 1

Konzessionierte Veranstalter schweizerischer Programme müssen alle Sendungen aufzeichnen und die Aufzeichnungen sowie

Art. 22

Proposition de la commission

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Proposition Schwander

Al. 1

Les diffuseurs concessionnaires de programmes suisses sont tenus d'enregistrer toutes les émissions et de conserver

Schwander Pirmin (V, SZ): Ich nehme Stellung zu meinen Anträgen zu den Artikeln 20, 21 und 22; sie betreffen die gleiche Materie.

Gestern wurde festgehalten, dass das vorliegende Gesetz nur für konzessionierte Veranstalter gilt. Trotzdem haben wir im Gesetz Veranstalter ohne Konzession; deshalb ist hier eine Präzisierung dringend notwendig. In den Artikeln 20 und 21 darf es sich hier nur um die konzessionierten Veranstalter und nicht allgemein um die Veranstalter handeln. Nichtkonzessionierte Veranstalter dürfen nicht noch zusätzlichen Auflagen unterworfen werden.

Ich bitte Sie deshalb, dieser Präzisierung bzw. meinem Antrag zuzustimmen.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Wie Herr Schwander gesagt hat, geht es darum, ob die Pflichten zur Berichterstattung, zur Einreichung statistischer Angaben und vor allem zur Aufzeichnung von Programmen im Grundsatz für sämtliche Veranstalter gelten, wie das der Bundesrat und die Kommission wollen, oder ob sie a priori auf konzessionierte Veranstalter zu beschränken sind. Unseres Erachtens ist es nicht sinnvoll, die fragliche Grenze zwischen konzessionierten und nichtkonzessionierten Veranstaltern zu ziehen.

Der Jahresbericht und die Jahresrechnung sind vor allem wichtig zur Feststellung, ob die nationalen und sprachregionalen Fernsehveranstalter ihre Pflichten nach Artikel 7 erfüllen, also z. B. Ausstrahlen europäischer Werke und Förderung des Schweizer Films. Das Gesetz beschränkt diese Pflichten nicht auf konzessionierte Veranstalter. Deshalb muss auch die Berichterstattungspflicht alle verpflichteten Veranstalter erfassen. Sonst lassen sich diese Pflichten nämlich gar nicht durchsetzen.

Die Aufzeichnungspflicht ist insbesondere wichtig für Aufsichtsverfahren wegen Verletzung der Programmbestimmungen oder der Werbevorschriften. Da nicht nur die konzessionierten Veranstalter diesen Pflichten unterliegen, müssen sämtliche verpflichteten Veranstalter zur Aufzeichnung gezwungen werden können. Sonst strahlt ein Fernsehveranstalter Filme aus, die auch das Gesetz verletzen könnten, ohne dass er zur Rechenschaft gezogen werden kann, einfach weil das Beweismaterial fehlt.

Wir beantragen Ihnen Ablehnung des Antrages.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Der Antrag lag so in der Kommission natürlich nicht vor.

Wenn ich die Argumentation des Bundesrates höre – wir werden sehen, dass ja auch die Nichtkonzessionierten den Bestimmungen bezüglich der Werbeordnung unterliegen und dass das natürlich auch irgendwo nachgewiesen werden sollte –, dann habe ich zwar Verständnis dafür, dass der Bundesrat uns Ablehnung dieses Antrages empfiehlt. Aber ich würde das verbinden mit dem Anliegen des Antragstellers, d. h.: vielleicht bei der Einholung dieser Berichterstattung eine Differenzierung machen. Da hat der Bundesrat ja ein freies Feld, wie, in welcher Form er diese Berichterstattung wünscht. Vielleicht kann er für die Nichtkonzessionierten ein einfacheres Verfahren vorschlagen, damit dem Anliegen, das der Antragsteller hier zum Ausdruck gebracht hat, trotzdem Rechnung getragen werden kann. Aber eine Berichterstattung ist wahrscheinlich unumgänglich.



Präsident (Binder Max, Präsident): Die FDP-Fraktion unterstützt den Antrag Schwander.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Kommission 75 Stimmen

Für den Antrag Schwander 72 Stimmen

Art. 23

Antrag der Mehrheit

Abs. 1

Der Bundesrat verpflichtet schweizerische Programmveranstalter, Aufzeichnungen können für die zusätzlichen Kosten, die ihnen daraus

Abs. 2

.... der Aufzeichnungen. Der Bundesrat stellt insbesondere technische Vorschriften über die Art und das Format der Datenträger auf und bezeichnet die Institutionen, welche die notwendigen Arbeiten koordinieren. Er kann ihnen die Auswahl der zu erhaltenden Programme übertragen.

Abs. 3

Der Aufwand der Institutionen nach Absatz 2 sowie die Entschädigung von Programmveranstaltern nach Absatz 1 werden aus allgemeinen Bundesmitteln finanziert, soweit der Ertrag aus der Konzessionsabgabe sowie aus dem Entgelt für die Einsichtnahme in die aufgezeichneten Programme und für deren Weiterverwendung nicht ausreicht.

Antrag der Minderheit

(Seiler, Bezzola, Binder, Hegetschweiler, Kunz, Theiler, Weigelt)

Abs. 3

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Antrag Hochreutener

Abs. 1

Der Bundesrat kann vorschreiben, dass Aufzeichnungen wertvoller Sendungen schweizerischer Programmveranstalter einer nationalen Institution unentgeltlich zur Aufbewahrung überlassen werden.

Abs. 2, 3

Streichen

Art. 23

Proposition de la majorité

Al. 1

Le Conseil fédéral oblige les diffuseurs suisses à fournir des enregistrements de leurs programmes en vue de leur conservation pour le public. Les diffuseurs peuvent être indemnisés des frais supplémentaires découlant de cette obligation.

Al. 2

Le Conseil fédéral détermine les programmes qui doivent être conservés et règle l'indemnisation des diffuseurs ainsi que le dépôt, l'archivage et la disponibilité des enregistrements. Le Conseil fédéral édicte notamment des prescriptions techniques concernant le type et le format des

AB 2004 N 76 / BO 2004 N 76

supports et désigne les institutions chargées de coordonner les travaux nécessaires. Il peut leur confier la sélection des programmes à conserver.

Al. 3

Les frais des institutions selon l'alinéa 2 et l'indemnisation des diffuseurs selon l'alinéa 1 sont financés par les ressources générales de la Confédération, si les recettes provenant de la redevance de concession et de la consultation des programmes enregistrés et de leur réutilisation ne suffisent pas.

Proposition de la minorité

(Seiler, Bezzola, Binder, Hegetschweiler, Kunz, Theiler, Weigelt)

Al. 3

Adhérer au projet du Conseil fédéral



*Proposition Hochreutener**Al. 1*

Le Conseil fédéral peut prescrire qu'un enregistrement des émissions de valeur produites par des diffuseurs de programmes suisses doit être remis gratuitement à une institution nationale d'archivage.

Al. 2, 3

Biffer

Schenk Simon (V, BE): Bei diesem Artikel geht es wohl nicht um einen Schlüsselartikel, aber um Geld. Es geht um die Archivierung und Erhaltung von Programmen, wobei es in Absatz 3 darum geht, wie das finanziert werden soll. Der Bundesrat schlägt vor, das mit den allgemeinen Bundesmitteln zu tun, soweit der Ertrag aus dem Entgelt für die Einsichtnahme in die aufgezeichneten Programme und für deren Weiterverwendung nicht ausreicht. Die Kommissionmehrheit schlägt vor, dass auch Konzessionsgelder abgezweigt werden. Das ist nach unserem Dafürhalten ein falscher Weg, und wir unterstützen den Entwurf des Bundesrates. Es geht hier um einen Betrag von 4 bis 5 Millionen Franken aus den Konzessionsgeldern.

Die Minderheit möchte die Fassung des Bundesrates übernehmen, weil sie der Meinung ist, dass die bundesrätliche Fassung in einem gewissen Sinne Druck auf die Programmveranstalter ausübt, sich wirtschaftlich zu verhalten, und in zweiter Priorität könnten dann die Bundesmittel geltend gemacht werden.

Es wird hier allerdings noch ein Antrag Hochreutener folgen, der die Absätze 2 und 3 streichen will. Ich denke, dass die Minderheit, die in Absatz 3 dem Bundesrat zustimmt, auch mit der Streichung einverstanden sein wird.

Hochreutener Norbert (C, BE): Mein Antrag ist nicht matchentscheidend, aber er trägt zur Entschlackung der Vorlage bei. Wir haben ja gesagt, dass wir diese Vorlage, die sehr kompliziert und administrativ bürokratisch daherkommt, etwas entschlacken müssen.

Es geht in diesem Artikel 23 um die Archivierung. Das war bisher sehr einfach; Sie sehen das auf der Fahne in der Kolonne links, geltendes Recht. Ich will genau diese Formulierung – mit einer Ergänzung – übernehmen. Hier heisst es nämlich: "Der Bundesrat kann vorschreiben, dass Aufzeichnungen wertvoller Sendungen einer nationalen Institution unentgeltlich zur Aufbewahrung überlassen werden." Eine einfache, klare, knappe Formel.

Vergleichen Sie nun diese einfache Formel mit der weit komplizierteren und umfangreicheren Formulierung von Kommission und Bundesrat. Man begründet dies damit, dass man offenbar die Entschädigung für diese Archivierung neu regeln will. Ich frage mich: Warum muss man das überhaupt tun? Dabei ist man sich noch nicht einmal darüber einig geworden, wie man dies regeln will. Die Kommissionmehrheit will die Programmveranstalter unter anderem mit dem Ertrag aus der Konzessionsabgabe entschädigen. Der Antrag der Mehrheit könnte letztlich dazu führen, dass in der Praxis Konzessionsabgaben höher ausfallen, weil man ja damit die Archivierung bezahlen muss.

Das geltende Recht, das heisst mein gegenüber dem geltenden Recht etwas modifizierter Vorschlag, ist hier wesentlich einfacher. Im Übrigen ist mein Vorschlag auch für die SRG akzeptabel; ich habe mit den Verantwortlichen der SRG darüber gesprochen. Es läuft für die SRG letztlich nämlich auf das Gleiche hinaus: Wenn die Aufzeichnungen solcher Sendungen einer nationalen Institution unentgeltlich zur Aufbewahrung überlassen werden, spart die SRG die teuren Archivierungskosten, sie erhält aber, weil es eben unentgeltlich ist, auch keine Entschädigung für die Archivierung. Unter dem Strich ist das alles ausgeglichen, es läuft auf das genau Gleiche hinaus. Wie gesagt, es hat sich auch schon seit Jahren so bewährt. Wichtig und entscheidend ist, dass man die Rechte in Bezug auf die Sendungen dadurch nicht ändert, und das ist ja genau der Fall. Deshalb: Wozu wollen Sie einen schwerfälligen Artikel, wenn das relativ einfach und schlank geht? Wozu wollen Sie die Bürokratie erhöhen – das kommt noch dazu –, wenn es ohne sie geht?

Ich bitte Sie deshalb, meinem Antrag zuzustimmen.

Fehr Hans-Jürg (S, SH): Ich spreche zuerst zum Minderheitsantrag und anschliessend zum Antrag Hochreutener. Der Minderheitsantrag betrifft ja nur die Finanzierungsfrage; es stellt sich also die Frage, aus welchen Kassen die Kosten der Archivierung von Radio- und Fernsehsendungen berappt werden.

Die Minderheit und die Mehrheit sind der Auffassung, dass zunächst einmal die Veranstalter selber einen Teil der Kosten tragen müssen und dass sie zweitens aus dem Erlös, den sie von den Benutzern ihrer Archive erzielen können, ebenfalls einen Kostendeckungsbeitrag beisteuern müssen. Das dürfte aber nicht genügen, wenn man das audiovisuelle Material sachgerecht aufbewahren will. Darum stellt sich eben die Frage, woher das restliche Geld kommt. Die Minderheit sagt: aus Bundesmitteln, also Steuergeldern. Wir sagen: Nein, das soll die Branche selber zahlen, und dafür gibt es die in Artikel 24 vorgesehene Konzessionsabgabe. Im Ge-



gensatz zu dem, was Herr Hochreutener soeben gesagt hat, besteht überhaupt keine Gefahr, dass dann diese Konzessionsabgabe ständig höher und höher geschraubt würde, denn Artikel 24 legt ja fest, dass sie nur 1 Prozent der Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring betragen darf. Es ist also eine obere Limite im Gesetz selber festgelegt.

Die Konzessionsabgabe ist die richtigere Finanzierungsquelle; es gibt keinen Grund, hier allgemeine Bundesmittel heranzuziehen, solange die Branche selber auf dem Weg dieser Konzessionsabgabe Mittel im Ausmass von 3 bis 5 Millionen Franken pro Jahr generiert, die genügen, um die verbleibenden Archivierungskosten zu bezahlen.

Noch ein Wort zum Antrag Hochreutener: Ich bitte Sie dringend, diesen abzulehnen. Herr Hochreutener, wir haben ja eine neue Fassung im Gesetz, weil sich gezeigt hat, dass die alte für die Archivierung von audiovisuellem Material völlig untauglich ist. Es gibt heute in diesem Bereich weitherum grosse Not: Man muss Rettungsaktionen am laufenden Band veranstalten, um wertvolle Sendungen überhaupt noch erhalten zu können. Das gilt übrigens auch für die Filme, es gilt aber insbesondere für das audiovisuelle Material.

Ein weiterer Fehler in Ihrem Antrag: Sie reden nur vom schweizerischen Veranstalter. Wir möchten aber, dass auch die anderen Veranstalter mit Service-public-Auftrag mit Gebührenanteilen in diese Archivierungspflicht eingeschlossen werden. Es wird auch auf regionaler und lokaler Ebene Sendungen geben, die es wert sind, aufbewahrt zu werden. Diese Aufbewahrungspflicht möchten wir auch dort ansiedeln, ihnen aber auch einen Anspruch auf entsprechende Mittel aus der Konzessionsabgabe gewähren.

Ich bitte Sie deshalb, den Antrag Hochreutener abzulehnen und der Mehrheit zuzustimmen.

Präsident (Binder Max, Präsident): Die FDP-Fraktion unterstützt den Antrag der Minderheit sowie den Antrag Hochreutener.

AB 2004 N 77 / BO 2004 N 77

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): La commission a longuement discuté l'article 23 qui, dans la loi actuelle, est l'article 69. Après avoir entendu des représentants de Memoriav, de l'administration et d'autres invités, elle a pensé qu'il était important d'introduire à l'alinéa 1 une formulation obligatoire.

Le matériel culturel que la SSR et les médias audiovisuels privés produisent est très important. Il faut le sauvegarder; on ne peut pas le laisser tomber dans l'oubli. Certes, il y a des frais pour sauvegarder ce matériel. Mais ils diminuent, parce qu'avec la digitalisation, on peut enregistrer beaucoup d'émissions sur de très petits disques. La commission a donc voté le nouvel alinéa 1 qui dit: "Le Conseil fédéral oblige les diffuseurs suisses à fournir des enregistrements de leurs programmes." Cette obligation est très importante pour le futur.

A l'alinéa 3, il y a la question du financement. La majorité de la commission veut financer les frais des institutions avec un système de subsidiarité, c'est-à-dire que l'argent public, qui est très important pour nous tous, entre en ligne de compte seulement après que les institutions ont fourni leur propre contribution. Alors, je pense qu'il est essentiel de voter la proposition de la majorité de la commission, parce qu'on donne la possibilité à la Confédération d'intervenir, mais de manière subsidiaire, après que les institutions ont par exemple utilisé l'argent qu'elles reçoivent pour la conservation de leur propre matériel.

Donc, le groupe démocrate-chrétien va soutenir la proposition de la majorité de la commission.

Monsieur Hochreutener présente une proposition qui n'a pas été discutée; elle réintroduit la formulation potestative. Comme la majorité du groupe démocrate-chrétien est pour la proposition de la majorité de la commission, je ne vois pas comment on pourrait soutenir la proposition Hochreutener avec cette formulation potestative. Il est vrai que cette proposition simplifie les choses. Mais quelquefois, il y a des choses que l'on doit bien régler pour avoir de la clarté.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Wir haben eigentlich drei Konzepte. Das Konzept des Bundesrates sieht eine Kann-Formulierung für die Archivierung und gleichzeitig die Finanzierung dieser Archivierung vor. Das Konzept der Mehrheit Ihrer Kommission sieht eine Muss-Formulierung, also ein Obligatorium vor – auch mit Finanzierung. Dann sieht aber der Antrag Hochreutener wieder eine Kann-Formulierung vor, aber in dieser Kann-Formulierung fehlt die Frage der Finanzierung.

Im Prinzip wären wir, also der Bundesrat, ohne weiteres bereit, mit Herrn Hochreutener und der Minderheit zu fahren: Kann-Formulierung, Verordnung, Details später bestimmen – das alles ist okay. Aber was fehlt, ist die gesetzliche Grundlage für die Finanzierung. Wenn der Bundesrat dereinst eine solche Archivierungspflicht – sei es zulasten der SRG, sei es zulasten der privaten Veranstalter – festlegt, muss er das auch finanzieren können. Denn das ist eine sehr teure Geschichte. Es geht da mehr oder weniger um die Nachfolge der Lan-



desbibliothek. Was früher an Schriftwerken aufbewahrt wurde, müsste jetzt an Filmwerken und audiovisuellem Material aufbewahrt werden. Das ist auch technisch eine sehr teure Sache.

Daher beantrage ich Ihnen jetzt ausnahmsweise, beim Bundesrat zu bleiben; ich möchte Sie also ersuchen, auch über die ursprüngliche Version des Bundesrates abzustimmen.

Vaudroz René (RL, VD), pour la commission: La commission n'a pas discuté la proposition Hochreutener, c'est la raison pour laquelle elle vous propose de la refuser.

Il est vrai que la proposition du Conseil fédéral qui "peut obliger" l'archivage, et la proposition de la commission, qui "oblige" l'archivage, sont différentes du point de vue financier, mais la commission vous invite à soutenir sa proposition.

Präsident (Binder Max, Präsident): Wir bereinigen zuerst Absatz 3.

Erste Abstimmung – Premier vote

Für den Antrag der Minderheit 94 Stimmen

Für den Antrag der Mehrheit 90 Stimmen

Präsident (Binder Max, Präsident): Nun stimmen wir über den gesamten Artikel ab.

Zweite Abstimmung – Deuxième vote

Für den Antrag der Kommission 164 Stimmen

Für den Antrag des Bundesrates 20 Stimmen

Dritte Abstimmung – Troisième vote

Für den Antrag Hochreutener 94 Stimmen

Für den Antrag der Kommission 90 Stimmen

Art. 24

Antrag der Mehrheit

Abs. 1

.... (Art. 85) und zur Finanzierung der Archivierung (Art. 23) verwendet.

Abs. 2

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Antrag der Minderheit

(Weigelt, Binder, Föhn, Hegetschweiler, Heim Alex, Kurrus, Polla, Seiler, Theiler, Vaudroz René)

Abs. 1

.... (Art. 85) sowie zur Förderung neuer Technologien verwendet.

Antrag der Minderheit

(Weigelt, Binder, Föhn, Hegetschweiler, Heim Alex, Kurrus, Polla, Seiler, Theiler)

Abs. 2

.... Bruttoeinnahmen aus Gebühren, Werbung und Sponsoring. Der

Art. 24

Proposition de la majorité

Al. 1

.... au financement de l'archivage (art. 23).

Al. 2

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Proposition de la minorité

(Weigelt, Binder, Föhn, Hegetschweiler, Heim Alex, Kurrus, Polla, Seiler, Theiler, Vaudroz René)

Al. 1

.... (art. 85) ainsi qu'à la promotion des technologies nouvelles.

*Proposition de la minorité*

(Weigelt, Binder, Föhn, Hegetschweiler, Heim Alex, Kurrus, Polla, Seiler, Theiler)

Al. 2

.... des recettes brutes de la redevance, de la publicité

Weigelt Peter (RL, SG): Wir kommen hier zu einem sehr gewichtigen Antrag, was die finanziellen Auswirkungen für die Zukunft unserer Medien anbelangt.

Ich habe eine doppelte Motivation für diesen Antrag. Zum einen gehe ich davon aus, dass eine Konzessionsabgabe immer ein Entgelt für einen Mehrwert ist, den man dem Konzessionsnehmer über die Konzession zugesteht. Und wenn man von Mehrwert spricht, geht es um die Frage: Was bewirkt die Konzession? Die Konzession bewirkt einerseits die Möglichkeit, in diesem Markt aufzutreten und mit einem gewissen Gebietsmonopol zu agieren. Sie vereinfacht die Verbreitung und ermöglicht insbesondere neu, wenn das Splitting durchkommt, auch die Teilhabe am Topf der Radio- und Fernsehgebühren. Es ist deshalb sachgerecht, wenn sämtliche Einnahmen, die aus diesen Mehrwerten generiert werden können, dieser Konzessionsabgabe unterstellt werden. Bis heute ist nur der Mehrwert aus Werbe- und

AB 2004 N 78 / BO 2004 N 78

Sponsoringeinnahmen über die Konzessionsgebühr abzugelten. Neu gilt es auch – aus meiner Sicht, und das ist der Antrag der Minderheit –, den Gebührenertrag in diese Berechnung einzubeziehen, sodass wir eine Bruttoeinnahmenregelung haben. Die Konzessionsabgabe soll also auf den Bruttoeinnahmen von Gebühren, Werbung und Sponsoring erfolgen.

Die zweite Motivation liegt darin, dass wir in einer Zeit leben, in der die technologische Entwicklung gerade im Medienbereich ausgeprägt und dynamisch ist und sehr schnell vorwärts geht. Es ist für kleine und kleinste Veranstalter ganz schwierig, sich angesichts dieses hohen Rhythmus der Innovation und der Technologieentwicklung zu behaupten. Ich denke, es ist entscheidend wichtig, dass wir dazu beitragen, dass diese Verbreitungsinfrastruktur für die elektronischen Medien in unserem Land allen zugänglich ist. Das heisst, dass die Technologieförderung auch vom Staat unterstützt werden muss.

Technologieförderung ist nichts anderes als eine Bereitstellung von Infrastruktur, wie wir sie im Verkehr und an anderen Orten auch haben. Kommunikation ist Verkehr von Daten, von Informationen, und deshalb ist die Aufgabe auch hier gerechtfertigt.

Wenn wir aber diese Technologieförderung in das Paket der Konzessionsabgabe gemäss Artikel 24 einbinden wollen, müssen wir auch die entsprechende Finanzierung bereitstellen. Diese Finanzierung kann gewährleistet werden, indem wir die Konzessionsabgabe auf den Einnahmen aus Werbung und Sponsoring erheben und neu eben auch mit den Einnahmen aus Gebühren erweitern.

Ich bitte Sie, diesem Antrag – es geht für mich um eine entscheidende und sehr wichtige Stelle in diesem Gesetz –, mit dem wir die Zukunft regeln und entsprechend auch die Finanzierung für diese Schritte bereitstellen, zuzustimmen.

Die Minderheit hat hier eine Perspektive aufgezeigt, wie das Gesetz zukunftsfähig gemacht werden kann. Ich denke, wir müssen diesen Schritt wagen. Ansonsten zementieren wir Bestehendes, und das ist im Bereich der elektronischen Medien, im Bereich der digitalen Medien der Zukunft sicher falsch.

Fehr Hans-Jürg (S, SH): Ich möchte Sie zunächst darauf aufmerksam machen, dass der Antrag der Mehrheit zu Artikel 24 wegen Ihrem Beschluss in Artikel 23 entfällt. Dort hatten wir ja vorgesehen, einen Teil der Konzessionsabgabe zur Finanzierung der Archivierung zu verwenden. Mit der Annahme des Antrages Hochreutener entfällt das jetzt; also steht die Konzessionsabgabe wieder voll und ganz zur Verfügung. Ich sage das auch an die Adresse des Präsidenten: Darüber muss nicht abgestimmt werden. Die Mehrheit ist jetzt wieder auf der Position der bundesrätlichen Vorlage.

Darum spreche ich jetzt zu den beiden Minderheitsanträgen Weigelt. Der erste Minderheitsantrag Weigelt sieht vor, dass die Konzessionsabgabe auch zur Förderung neuer Technologien verwendet werden soll. Ich glaube schon, dass man hier jetzt einmal Klartext reden muss und aufzeigen sollte, wofür Herr Weigelt hier Geld will. Es scheint mir ein sehr merkwürdiges Vorgehen für jemanden, der sich sonst dem Liberalismus und einer möglichst liberalen Medienordnung verpflichtet fühlt. Herr Weigelt verlangt hier nichts anderes, als dass privaten Veranstaltern aus öffentlichen Geldern die Investitionen – nämlich Investitionen in die Verbreitung ihrer Radio- oder Fernsehprogramme – finanziert werden. Wir hätten dann also in einer so genannt liberalen Ordnung nicht nur ein Gebührensplitting, sondern hier würden Sie sich auch noch Gelder beschaffen, um Ihre Investitionen in die Verbreitungstechnologie zu finanzieren. Ich überlasse es Ihnen, zu beurteilen, wieweit das noch



mit Ihrem liberalen Credo und dem Wunsch nach weniger Staat und nach möglichst freiem Unternehmertum zu vereinbaren ist.

Ich mache Sie auch darauf aufmerksam, dass hier eine Bürokratie aufgebaut werden müsste, die wahrscheinlich grösser wäre als alles, was wir bisher besprochen haben. Denn es geht hier um folgende Fragen: Welche Technologie ist förderungswürdig? Wie viele Beiträge werden gesprochen? Die Mittel sind beschränkt, weil die Einnahmen aus der Abgabe ja auf ein Prozent limitiert sind. Wer bekommt diese Mittel, wer nicht? Mit den Minderheitsanträgen Weigelt wird ein Rattenschwanz von Problemen verbunden sein.

Noch ein Wort an die Freundinnen und Freunde der SRG: Sie müssen sich einfach bewusst sein, dass Sie mit dem zweiten Minderheitsantrag Weigelt der SRG ein weiteres Gebührenprozent wegnehmen. Es werden dann nicht nur weiter hinten, beim Gebührensplitting, Gebührenanteile abgezwickelt; hier wird der SRG ein zusätzliches Gebührenprozent weggenommen. All denjenigen, die vorhin gesagt haben, man dürfe der SRG das Sponsoringverbot nicht zumuten, weil sie 10 Millionen Franken pro Jahr verlieren würde, sage ich: Hier geht es auch um 10 Millionen Franken zulasten der SRG. Wenn Sie konsequent entscheiden wollen, können Sie den zweiten Minderheitsantrag Weigelt erst recht nicht annehmen.

Das sind meine Gründe, warum ich Sie bitte, beide Minderheitsanträge Weigelt abzulehnen.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Ich bitte Sie ebenfalls, beide Minderheitsanträge abzulehnen.

Wir haben nach der Entscheidung zum Antrag Hochreutener, die wir eben getroffen haben, nur noch die Konzeption des Bundesrates vor uns. Wir haben auch die Tatsache, dass die Konzessionsabgaben jetzt nicht mehr nur für die Forschungsprojekte – im Bereich Radio usw. – eingesetzt und zusätzlich zur Finanzierung der Archivierung herbeigezogen werden müssen, sondern wir haben jetzt wieder die reine, klare Linie des Bundesrates. Auf dieser Linie möchte ich eigentlich sehr gerne bleiben.

Herr Fehr Hans-Jürg hat es soeben gesagt: Wenn wir den Minderheitsantrag Weigelt zu Absatz 2 annehmen, dann verschieben wir noch einmal Gelder zuungunsten der SRG und zugunsten der privaten Veranstalter. Das ist ja nicht die Meinung, und das war am Anfang unserer Diskussion auch nicht unsere Ausgangsposition. Es kommt dazu, dass die Unternehmen, die an neuen Technologien interessiert sind, ihre Forschungsprojekte selbst durchführen müssen. Es hat keinen Sinn, dass wir die Unternehmen bei der Technologieförderung unterstützen; dies ist in einer liberalen, freiheitlichen Wirtschaftsordnung wirklich nicht am Platz. Die Fortentwicklung und Erneuerung ihrer Technologien soll Sache der Unternehmen sein. Es soll letztlich nicht Aufgabe der Gebührenzahler sein, die Unternehmen in ihrer Technologieförderung zu unterstützen.

Weigelt Peter (RL, SG): Nur ganz kurz, Herr Aeschbacher: Ich frage mich, wie Sie darauf kommen, dass dieses Geld den Unternehmen zugeführt werden soll. Hier sprechen wir von Technologieförderung, von Forschungsprojekten und von der Finanzierung der Publikumsforschung. Wir sprechen aber in keiner Art und Weise davon, dass diese Mittel den Unternehmen zufließen. Wie kommen Sie darauf, jetzt hier zu erzählen, dass die Liberalen das Geld den Unternehmen zufließen lassen wollen?

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Bei den Forschungsprojekten geht es um allgemeine Grundlagen. Bei Ihrem Antrag zur Förderung neuer Technologien geht es doch hingegen darum, dass man die technischen Entwicklungen, die im Gange sind, durch den Staat unterstützt; man fördert also diese Entwicklung. Es ist doch Sache der Industrie, es ist Sache der privaten Unternehmungen – und zwar auch derjenigen, die die Geräte entwickeln –, ihre Geräte den neuesten Verhältnissen und Erkenntnissen anzupassen. Es ist nicht Aufgabe des Staates, immer neue Technologien und immer neue Geräte zu entwickeln. Ich als Konsument leide ja darunter; ich werde gelegentlich mein altes Radio weggeben müssen, weil nur noch Radios, die Sender nicht mehr auf die herkömmliche Art und Weise empfangen können, in Betrieb sein werden. Ich habe eigentlich kein Interesse daran, dass immer neue Technologien entwickelt werden – noch dazu mit meinen Gebühren –, sodass ich nachher gezwungen bin, neue Apparate anzuschaffen.

AB 2004 N 79 / BO 2004 N 79

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): Il y a un peu de confusion maintenant avec ces articles.

Herr Präsident, werden wir über den Antrag der Mehrheit auch abstimmen? – Si nous votons comme vient de le dire Monsieur le président, je reviens alors à l'alinéa 1 de l'article 24. Il y a trois propositions:

1. le Conseil fédéral propose d'affecter les recettes provenant de la redevance de concession annuelle à la promotion de projets de recherche dans le domaine de la radio et de la télévision et au financement des études d'audience;



2. la majorité propose de financer aussi l'archivage défini dans l'article 23, sur lequel nous avons voté;
3. la minorité Weigelt propose de financer la promotion de l'usage de nouvelles technologies. Cela veut dire qu'avec les redevances de concession, on voudrait financer les investissements dans les nouvelles technologies.

Monsieur Weigelt – je voudrais parler avec Monsieur Weigelt, mais il n'écoute pas.

Ich möchte, dass Sie mir einen Moment zuhören. Ihr Antrag ist – theoretisch – sehr interessant, aber ich habe die Protokolle gelesen, und es ist klar, dass Sie mit diesem Antrag die Förderung der Benutzung der neuen Technologien wollen. Das ist nicht nur Förderung von Projekten mit neuen Technologien, und ich glaube, das ist der Unterschied. Wir sind für Investitionen in die neuen Technologien und für Innovationen. Aber für solche neuen, innovativen Projekte haben wir die KTI. Aber was Sie wollen, ist das, was Herr Aeschbacher gesagt hat, und das steht in den Protokollen: Sie wollen mit diesen Geldern die Benutzung bezahlen, und das finde ich nicht fair! Das ist kein Gesetz, um den Unternehmen, die diese neuen Technologien benutzen, Geld zu geben.

Aus diesen Gründen unterstützen wir den Antrag der Mehrheit.

A l'alinéa 2, il y a deux propositions:

1. le Conseil fédéral et la majorité de la commission fixent le montant de la redevance en tenant compte des recettes brutes de la publicité et du parrainage;
2. la proposition de minorité Weigelt par contre veut inclure aussi les recettes brutes de la redevance.

Le fait de prélever une part de la redevance de concession sur le produit de la redevance radio-télévision entraîne une imposition indirecte de cette dernière. Il en résulte pour la SSR un surcoût de plus de 10 millions de francs. Cela signifie que l'on va aggraver la situation de la SSR de 10 millions de francs.

Le groupe démocrate-chrétien défend le rôle, la fonction et la situation de la SSR dans notre paysage de médias. Nous vous recommandons donc de soutenir la majorité de la commission.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Für welche Zwecke soll der Ertrag der Konzessionsabgabe verwendet werden? Darüber ist jetzt zu entscheiden. Zunächst einmal scheint unbestritten zu sein, dass Medienforschungsprojekte unterstützt werden, so, wie der Bundesrat das vorschlägt; da besteht Einigkeit.

Die Mehrheit schlägt auch vor, so, wie es schriftlich formuliert ist, dass die Archivierung von Programmen unterstützt werde. Nun hat Herr Fehr Hans-Jürg vorher gesagt, das sei hinfällig geworden, indem Sie vorher den Antrag Hochreutener angenommen hätten. Da bin ich mir nicht ganz sicher. Ich habe das Gefühl – ich masse mir jetzt an, Sie zu interpretieren –, Sie haben den Antrag Hochreutener vorher angenommen, weil er keine Muss-Vorschrift, sondern eine Kann-Vorschrift zum Inhalt hatte und nicht weil die Frage der Finanzierung dort einfach nicht geregelt war. So würde ich meinen, ich könnte der Mehrheit zustimmen. Ich sehe darin auch einen Grund, dass eine gesetzliche Grundlage für eine Finanzierung der Archivierungspflicht – die der Bundesrat später dann in einer Verordnung festlegen könnte – geschaffen würde; das ist das eine.

Das andere ist nun die Minderheit Weigelt: Herr Weigelt will aus diesen Konzessionserträgen auch neue Technologien fördern. Da spricht sich der Bundesrat entschieden dagegen aus; wir haben im Bundesrat mehrmals darüber diskutiert. Es war vor allem auch das Finanzdepartement, das in seinen Mitberichten imperativ festgehalten hat, es gehe nicht an, dass neue Technologien auf diese Art und Weise indirekt aus Bundesmitteln gefördert würden.

Ich beantrage Ihnen also, das abzulehnen.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Es gibt jetzt zwei Dinge zu bereinigen. Ich möchte hier den Bundesrat insofern korrigieren, als er zu Artikel 24 Absatz 1 gesagt hat, die Publikumsforschung sei eigentlich das gemeinsam Unbestrittene. Dem ist nicht so: Sie sehen, dass diese Publikumsforschung bei der Mehrheit wie auch bei der Minderheit Weigelt nicht mehr drin ist. Wir möchten diese ja nicht mehr über die Konzessionsabgabe finanzieren. Das werden wir neu hinten bei Artikel 85a separat diskutieren: Schaffen wir diese Stiftung, die eben dann mit Gebührengeldern finanziert wird? Dann würde die Konzessionsabgabe hier eben entfallen. Den Entscheid über diese Publikumsforschung bzw. die Stiftung werden wir in der Debatte zu Artikel 85a fällen. Da haben wir eine andere Finanzierung vorgesehen. Deshalb ist die Mehrheit auch der Meinung, dass die Publikumsforschung hier nicht mehr erwähnt werden sollte. Denn es ist diesbezüglich keine Finanzierung über die Konzessionsabgabe mehr vorgesehen, sondern über die Gebühren.

Jetzt möchte ich aber etwas zum Minderheitsantrag Weigelt zu Absatz 1 sagen – er ist in der Tat nur mit Stichtentscheid des Kommissionspräsidenten abgelehnt worden – und noch einmal auf die Vorbehalte hinweisen: Diese Ausweitung des Verwendungszwecks der Konzessionsabgabe auf die Förderung neuer Technologien ist von der Sache her von Herrn Weigelt gut begründet worden. Es ist aber wirklich eine Frage, wie das dann



umgesetzt wird. Da brauchen Sie dann in Form von Verordnungsrecht, von bundesrechtlichen Vorgaben tatsächlich sehr viele zusätzliche Bestimmungen. Sie brauchen hier Regulierungen, und ich weiss nicht, ob es der Konzeption des Gesetzes entspricht, wenn wir hier über diese Förderung neuer Technologien zu einem neuen Regulierungsschub kommen – denn sonst könnten Sie das ja gar nicht vollziehen. Das ist nicht zuletzt einer der Gründe, weshalb dieser Antrag in der Kommission – wie gesagt nur knapp, mit Stichentscheid des Präsidenten – abgelehnt wurde.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Ich werde gerne durch den Kommissionsprecher korrigiert, nur hat er hier einen Irrtum begangen. Ich habe nicht von Publikumsforschung gesprochen, sondern von Medienforschung. Das ist etwas anderes. Diesbezüglich waren meine Ausführungen richtig.

Abs. 1 – Al. 1

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 93 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit 88 Stimmen

Abs. 2 – Al. 2

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 100 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit 82 Stimmen

Art. 25

Antrag der Kommission

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Proposition de la commission

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Angenommen – Adopté

Art. 26

Antrag der Kommission

Abs. 1

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

AB 2004 N 80 / BO 2004 N 80

Abs. 2

Für die rätoromanische Schweiz veranstaltet die SRG mindestens ein Radioprogramm. Im Übrigen legt der Bundesrat die Grundsätze fest, nach denen die Radio- und Fernsehbedürfnisse dieser Sprachregion zusätzlich berücksichtigt werden müssen.

Abs. 3

....

b. unter besonderer Berücksichtigung der Schweizer Literatur sowie des Schweizer Musik- und Filmschaffens, namentlich durch die Ausstrahlung von Schweizer Produktionen und eigenproduzierter Sendungen;

....

Abs. 4

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Antrag Schwander

Abs. 3 Bst. d

Streichen

Antrag Bruderer

Abs. 2bis



Der Bundesrat legt die Grundsätze fest, nach denen die Bedürfnisse der sinnesbehinderten Menschen berücksichtigt werden müssen. Er bestimmt insbesondere, in welchem Ausmass Spezialsendungen in Gebärdensprache für gehörlose Menschen angeboten werden müssen.

Art. 26

Proposition de la commission

Al. 1

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Al. 2

La SSR diffuse au moins un programme de radio pour la Suisse d'expression romanche. Par ailleurs, le Conseil fédéral fixe les principes régissant la prise en compte des besoins spécifiques de cette région linguistique en matière de radio et de télévision.

Al. 3

....

b. en tenant particulièrement compte de la littérature suisse ainsi que de la musique et du cinéma suisses, notamment en diffusant des émissions émanant de producteurs suisses et des émissions de sa propre production;

....

Al. 4

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Proposition Schwander

Al. 3 let. d

Biffer

Proposition Bruderer

Al. 2bis

Le Conseil fédéral fixe les principes régissant la prise en compte des besoins des personnes frappées de déficiences sensorielles. Il détermine notamment dans quelle proportion des émissions spéciales doivent être offertes dans la langue des signes pour les personnes handicapées de l'ouïe.

Schwander Pirmin (V, SZ): Es stellt sich hier die Frage, ob Unterhaltung zur Grundversorgung in einem konzessionierten Leistungsauftrag gehört oder nicht. Es gilt meiner Meinung nach der Grundsatz, dass mit Empfangsgebühren keine, wirklich keine Programme finanziert werden, welche einerseits auch durch Werbung finanziert werden können und andererseits durch andere, unter anderem auch durch nichtkonzessionierte Veranstalter gemacht werden können. Unterhaltung ist eine typische Programmsparte, welche mit Werbung finanziert werden kann, eine typische Programmsparte, welche andere Veranstalter, auch nichtkonzessionierte Veranstalter, machen können.

Deshalb beantrage ich hier, Artikel 26 Absatz 3 Buchstabe d zu streichen. Ich bitte Sie, meinem Antrag stattzugeben.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Ich ersuche Sie, diesen Antrag abzulehnen.

Zunächst einmal sieht die Verfassung selbst vor, dass auch Beiträge zur Unterhaltung geleistet werden sollen, also nicht nur solche zur Bildung, zur kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung, sondern auch solche zur Unterhaltung. Wir haben uns in diesem Parlament schon oft darüber unterhalten, worin denn eigentlich der kulturelle Beitrag des Fernsehens und des Radios bestehe. Wir haben immer wieder betont, er liege nicht nur darin, dass in einzelnen Kultursendungen, in einzelnen politischen Sendungen oder in Sportsendungen die nationale Kohäsion diskutiert und behandelt werde, sondern dass dies eben auch in den Unterhaltungssendungen geschehe. Unterhaltungssendungen wie "Samschtigass" oder "Eiger, Mönch und Kunz" oder "Benissimo" oder die Soap, von der ich auch schon gesprochen habe, leisten auch einen Beitrag zur nationalen Kohäsion. Sie dürfen hier nicht so puristisch vorgehen und gewissermassen sagen, eine Unterhaltungssendung sei ausserhalb des kulturellen Leistungsauftrages der SRG.

Deshalb ersuche ich Sie, diesen Antrag abzulehnen.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Der Antrag hat der Kommission so nicht vorgelegen. Wir haben aber eingehend über diesen Katalog diskutiert. Ich kann mich hier nur den Worten von Bundesrat Leuenberger anschliessen: In Artikel 93 der Bundesverfassung ist ausdrücklich vorgesehen, dass Radio und Fernsehen



ihren Beitrag als Gesamtsystem leisten müssen. Sie werden, was die Zuteilung der Mittel betrifft, für die Tätigkeit der SRG keine genaue Ausscheidung bezogen auf die Bereiche machen können, also festlegen, welche Gebührenanteile nun in die Information gehen und welche in die Oberleitung und welche in ein Unterhaltungsprogramm. Von daher gesehen gehört es mit zur Aufgabe der SRG, eben auch der Unterhaltung ihren gebührenden Stellenwert einzuräumen.

Aufgrund der Debatte in der Kommission muss ich Ihnen auch im Namen der Kommission empfehlen, diesen Antrag abzulehnen.

Recordon Luc (G, VD): Monsieur Vollmer, je voudrais vous demander si vous ne pensez pas que la proposition Schwander présente l'intérêt de permettre de marquer un coup d'arrêt au divertissement dans ses formes les plus stupides, telles qu'elles ont un peu tendance à se développer sur les chaînes. Est-ce qu'il ne faudrait pas éviter de donner un signal dans le sens des divertissements les plus stupides et se contenter d'interpréter largement, pour le reste, la clause de l'épanouissement culturel?

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Ich kann Ihnen nur sagen: Wenn es in diesem Antrag effektiv darum gehen würde, damit die ein bisschen fragwürdige Unterhaltung und die stupide Unterhaltung zu unterbinden, dann könnte ich Ihrem Begehren durchaus zustimmen. Aber ich möchte hier nochmals darauf aufmerksam machen, dass Unterhaltung nicht einfach nur ein minderer Teil einer Programmgestaltung ist. Es gibt auch eine sehr intelligente Unterhaltung; es gibt eine gute Unterhaltung. Deshalb wäre es völlig verfehlt, wenn wir mit dem Antrag Schwander jetzt einen Entscheid fällen würden, nach dem Unterhaltung nur noch das Mindere wäre und nicht auch zum gesamten Programmauftrag beitragen könnte.

Schwander Pirmin (V, SZ): Ich habe jetzt vom Herrn Bundesrat und von Herrn Vollmer gehört, es stehe in der Bundesverfassung; das verneine ich gar nicht. Aber es heisst noch lange nicht, wenn es in der Bundesverfassung steht, dass es dann direkt zum Auftrag der SRG wird. Es kann auch sein, dass das – was verfassungsrechtlich ist – andere Veranstalter ebenso machen können. Ich bitte Sie deshalb, meinem Antrag zuzustimmen.

AB 2004 N 81 / BO 2004 N 81

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Kommission 110 Stimmen

Für den Antrag Schwander 58 Stimmen

Abs. 2bis – Al. 2bis

Präsident (Binder Max, Präsident): Ich habe den Antrag Bruderer zu Artikel 26 Absatz 2bis übersehen. Ich entschuldige mich bei Frau Bruderer.

Bruderer Pascale (S, AG): Es ist nur ein Einzelantrag, den ich hier vertreten möchte, aber ich danke Ihnen trotzdem für Ihre Aufmerksamkeit und dafür, dass Sie ihn hoffentlich unterstützen werden.

Wir sprechen in Artikel 26 vom Programmauftrag der SRG. Ich möchte Sie an dieser Stelle auf die Bedürfnisse der hör- und sehbehinderten Menschen in unserer Gesellschaft aufmerksam machen. Diese Bedürfnisse sind nicht immer bekannt und werden deshalb auch nicht immer verstanden.

Der Kommentar zum Gesetzentwurf hält an verschiedenen Stellen fest, dass die SRG erhöhte Anforderungen zu erfüllen hat, was die Aufbereitung der Sendungen für sinnesbehinderte Menschen betrifft. Tatsächlich enthält aber der vorliegende Revisionsentwurf diesbezüglich kaum fassbare und "heruntergebrochene" Forderungen. Es ist mir klar, dass konkrete Umsetzungsmöglichkeiten auch im Rahmen der Verordnung festgehalten werden können. Es ist mir auch klar, dass wir hier keine Mehrheit für eine dementsprechend starre Lösung, wie z. B. für eine Quote, finden können. Darum unterbreite ich Ihnen einen sehr moderaten, aber meiner Meinung nach extrem wichtigen Antrag.

Worum ich Sie nun bitten möchte: Nehmen Sie sich doch einige Minuten Zeit, um sich vorzustellen, welche wichtige Funktion das Fernsehen für hörbehinderte Menschen innehat. Wenn Sie dies verstehen, denke ich, dass ich auf Ihre Unterstützung für meinen Einzelantrag zählen darf. Wir Hörenden sind uns nur selten bewusst, wie viel in unserem Alltag über das Ohr läuft. Wir kennen zwar das mühsame Gefühl, wenn wir in einer Bar stehen und aufgrund der lauten Musik das Gegenüber nicht verstehen oder – noch schlimmer – wenn wir zu dritt in einer Bar sind und das Gespräch der anderen beiden nicht verstehen und diesem Gespräch nicht



folgen können. Das sind Gefühle, die wir nachvollziehen können. Aber nicht nur Gespräche unter Kollegen, sondern fast sämtliche sozialen Kontakte – auch Schulungen, auch Kultur- und Unterhaltungsveranstaltungen – sind ohne akustische Verständigung einfach schier undenkbar.

Das gilt auch für einen weiteren Bereich, und der sollte für uns Politikerinnen und Politiker besonders interessant sein, nämlich für den Bereich der Information: die Information als Fundament einer jeden Demokratie. Wir als politische Entscheidungsträger und Entscheidungsträgerinnen müssen dafür sorgen, dass sich die Bevölkerung ausreichend informieren kann. Dass das Radio als Informationsquelle für Hörbehinderte nicht infrage kommt, leuchtet uns allen ohne grosse Worte ein. Aber auch Zeitschriften und Zeitungen sind ein sehr schwieriges Medium für gehörlose Menschen, für die eben die Lautsprache, wie wir sie schreiben und sprechen, nicht die "Muttersprache" ist. Wir vergessen das immer wieder.

Ich betone das nicht, um Mitleid zu erheischen. Das ist überhaupt nicht nötig; die gehörlosen Menschen haben sich längst arrangiert, sie kompensieren diese Mankos auch. Sie kompensieren sie zusammengefasst auf drei Arten: erstens durch ihre Gemeinschaft; zweitens durch besseres Beobachten, durch ausgeprägteres Beobachten – ich bin immer wieder erstaunt, wie genau meine gehörlosen Verwandten beobachten können, was sie alles über die Augen aufnehmen -; drittens auch und nicht zuletzt über die Gebärdensprache. Die Gebärdensprache ist eine eigenständige Sprache, die zwar lange unterdrückt wurde, die auch als "Affensprache" bezeichnet und so diskriminiert und diffamiert wurde, die nun aber im Begriff ist, sich zu etablieren, und die auch immer breitere Kreise anspricht, weit über die Direktbetroffenen und ihre Angehörigen hinaus.

Kurz und gut, die visuellen Angebote sind für hörbehinderte Menschen extrem entscheidend; sie sind sogar matchentscheidend, würde ich sagen. Darum ist das Fernsehen das eigentlich ideale Medium für hörbehinderte Menschen. Tatsache aber ist, dass im Moment nur gerade etwa 5 bis 10 Prozent der Sendungen für Gehörlose zugänglich gemacht werden. Wir schneiden diesbezüglich im internationalen Vergleich beschämend schlecht ab.

Ich fordere wie gesagt keine Quote. Aber ich fordere schlicht und einfach einen zusätzlichen Artikel 26 Absatz 2bis, welcher den Bundesrat auffordert, diesbezüglich Grundsätze zu formulieren. Das Fernsehen vergibt sich eine Riesenchance, wenn es jene Leute, die insbesondere auf das visuelle Medium angewiesen sind, ausschliesst.

Ich danke Ihnen für die Unterstützung meines Antrages und bitte den Bundesrat, sich doch dieser schönen Aufgabe anzunehmen.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Zunächst möchte ich in Erinnerung rufen, dass in Artikel 7 Absatz 4 ohnehin schon steht, dass Fernsehveranstalter mit nationalem oder sprachregionalem Programmangebot "einen angemessenen Anteil der Sendungen in einer für hör- und sehbehinderte Menschen geeigneten Weise aufbereiten" müssen. Die Frage, um die es jetzt eigentlich geht, ist: Sollen für die SRG auf Gesetzesebene die allgemeinen Pflichten zur Berücksichtigung der Bedürfnisse behinderter Menschen gelten? Oder ist im Gesetz eine zusätzliche, speziell für die SRG-Programme geltende Norm einzufügen, so, wie Frau Bruderer es hier vorschlägt?

Ich selbst habe keinen Anlass, diesen Antrag jetzt zu bekämpfen, weil ich nämlich sagen muss: Das Wesentliche wird sich ohnehin in der Verordnung abspielen; dort wird es um den Detaillierungsgrad gehen. Da muss ich sagen: Da wird es auch Differenzen mit der SRG geben. Die SRG hat im Vorfeld dieser Diskussionen schon ungeheure Berechnungen angestellt, was diese Aufwendungen alles kosten könnten. Aber es kommt natürlich darauf an, was dann im Detail tatsächlich auch von ihr verlangt wird. Eine Erhöhung von den heutigen etwa 2 bis 3 Millionen Franken auf 20 Millionen Franken für die Untertitelung sowie weitere 16 Millionen Franken für Sehbehinderte: Das sind wohl völlig übertriebene Berechnungen. Wenn sie richtig sein sollten, wären die Vorgaben übertrieben.

Es wird um die Verordnung gehen; dort ist das Fleisch am Knochen. Ob Sie hier diese Grundlage noch schaffen wollen oder nicht, das überlasse ich Ihnen.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: So lag der Antrag in der Kommission ja nicht vor. Aber wir haben uns mit dieser Sache auseinander gesetzt. Es lag ja noch eine Petition auf dem Tisch, die ähnliche Anliegen beinhaltete. Wir haben deshalb den Gesetzentwurf darauf hin überprüft, ob dieses Petitionsanliegen mit dem vorgesehenen Gesetz, der Vorlage des Bundesrates, bereits abgedeckt werde.

Herr Bundesrat Leuenberger hat auf Artikel 7 hingewiesen, mit dem den Anliegen der hör- und sehbehinderten Menschen Rechnung getragen werden soll. Das erfordert ohnehin auf der Verordnungsstufe eine Konkretisierung. Insofern wäre eigentlich das Anliegen von Frau Bruderer erfüllt.

Ich finde den Antrag zwar sehr sympathisch. Ich möchte aber darauf hinweisen, dass das nicht nur für die



SRG-Programme gelten sollte, wenn wir ihn jetzt annehmen würden. Denn das ist etwas, was im Grunde genommen alle elektronischen Medien verwirklichen müssen. Deshalb ist eigentlich der Ansatz über Artikel 7, wo eben diese Vorgaben für die gesamten elektronischen Medien gemacht werden, richtig. Wenn wir hier in Artikel 26 jetzt noch einen Zusatz machen, dann präzisieren wir das ausschliesslich für die SRG. Falls wir diesen Antrag so annehmen, möchte ich ihn nicht so verstanden haben, dass Artikel 7 nur für die SRG umgesetzt werden muss, weil wir in Artikel 26 etwas regeln.

AB 2004 N 82 / BO 2004 N 82

Vielmehr soll das dann für das gesamte Mediensystem gelten, was Frau Bruderer uns richtigerweise bezüglich der Berücksichtigung der hörbehinderten Menschen vorschlägt.

Vaudroz René (RL, VD), pour la commission: Il est vrai que la proposition Bruderer est très sympathique, mais je pense qu'il ne faut pas seulement cette précision pour la SSR; il la faut pour tous les médias, comme l'a dit mon prédécesseur.

Il est évident que l'article 7 alinéa 4 indique déjà que "les diffuseurs proposant des programmes nationaux ou destinés aux régions linguistiques doivent rendre accessible aux malentendants et aux malvoyants une part équitable de leurs émissions".

Donc, je pense que la question est déjà prévue et, comme l'a dit Monsieur le conseiller fédéral, qu'elle peut être traitée dans l'ordonnance. Il est cependant important qu'elle ne touche pas seulement la SSR, mais tous les médias.

Guisan Yves (RL, VD): Juste une petite question à ce propos: il existe une disposition à cet égard dans la loi sur l'égalité pour les handicapés. Est-ce qu'elle s'applique par définition aussi à cette situation de la radio-télévision?

Vaudroz René (RL, VD), pour la commission: L'article 7 le prévoit et j'espère que, dans l'ordonnance que le Conseil fédéral édictera, elle sera prise en considération. L'article 7 prévoit cela et je ne vois pas pour quelle raison le Conseil fédéral ne ferait pas le nécessaire.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag Bruderer 112 Stimmen

Dagegen 66 Stimmen

Art. 27

Antrag der Mehrheit

Abs. 1

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Abs. 2

.... Tragweite wird eine Anhörung durchgeführt. Der Bundesrat berücksichtigt namentlich die Stellungnahme der Publikumsräte (Art. 60a).

Abs. 3

....

c. die Einzelheiten der Berücksichtigung der Schweizer Literatur sowie schweizerischen Musik- und Filmschaffens nach Artikel 26 Absatz 3 Buchstabe b; sie kann entsprechende Mindestanteile vorschreiben.

Abs. 4

Die SRG kann einzelne Programme in Zusammenarbeit mit anderen Veranstaltern anbieten. Die Zusammenarbeit wird in Verträgen

Abs. 5

.... die Änderung zur Wahrung wichtiger Interessen notwendig ist. Der SRG wird eine angemessene Entschädigung ausgerichtet.

Abs. 6

....

a. die Aufsichtsbehörde gemäss Artikel 95

....

Antrag der Minderheit

(Hegetschweiler, Föhn, Giezendanner, Heim Alex, Kurrus, Laubacher, Seiler, Theiler, Weigelt)





Abs. 1

Der Bundesrat erteilt der SRG eine Konzession für die Veranstaltung von drei Radio- und zwei Fernsehprogrammen je Sprachregion.

Antrag der Minderheit

(Polla, Föhn, Giezendanner, Laubacher, Neiryneck, Seiler, Stump)

Abs. 3

....

a. die Anzahl der Radio- und Fernsehprogramme;

Antrag der Minderheit I

(Polla, Bruderer, Fehr Hans-Jürg, Neiryneck, Vaudroz René)

Abs. 3

....

c. Filmschaffens nach Artikel 26 Absatz 3 Buchstabe b. (Rest streichen)

Antrag der Minderheit II

(Heim Alex, Brun, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Hollenstein, Kurrus, Laubacher, Leuthard, Seiler)

Abs. 3

....

c. sie legt entsprechende Mindestanteile fest.

Antrag Schlüer

Abs. 1

.... für die Veranstaltung von einem Radio- und einem Fernsehprogramm je Sprachregion.

(Konsequenz für Art. 54 Abs. 3: kann pro Sprachregion maximal eine Fernsehkonzession und eine Radiokonzession erwerben.)

Antrag Schwander

Abs. 1

Der Bundesrat erteilt der SRG eine Konzession für die Veranstaltung von höchstens drei Radio- und zwei Fernsehprogrammen je Sprachregion.

Art. 27

Proposition de la majorité

Al. 1

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Al. 2

Une consultation est organisée avant l'octroi de la concession ou l'apport de modifications significatives au regard de la politique des médias. Le Conseil fédéral prend notamment en considération l'avis des Conseils du public (art. 60a).

Al. 3

....

c. les modalités de la prise en compte de la littérature suisse ainsi que de la production musicale et cinématographique suisse selon l'article 26 alinéa 3 lettre b; elle peut imposer des quotas.

Al. 4

La SSR peut offrir certains programmes en collaboration avec d'autres diffuseurs. La collaboration est réglée

....

Al. 5

.... des intérêts importants. La SSR reçoit un dédommagement approprié.

Al. 6

....

a. l'autorité de surveillance a déposé à l'article 95;

....

Proposition de la minorité





(Hegetschweiler, Föhn, Giezendanner, Heim Alex, Kurrus, Laubacher, Seiler, Theiler, Weigelt)

Al. 1

Le Conseil fédéral octroie une concession à la SSR pour diffusion de trois programmes de radio et deux programmes de télévision pour chaque région linguistique.

Proposition de la minorité

(Polla, Föhn, Giezendanner, Laubacher, Neiryneck, Seiler, Stump)

Al. 3

....

a. le nombre de programmes de radio et de télévision;

Proposition de la minorité I

(Polla, Bruderer, Fehr Hans-Jürg, Neiryneck, Vaudroz René)

Al. 3

....

c. cinématographique suisse selon l'article 26 alinéa 3 lettre b. (Biffer le reste)

AB 2004 N 83 / BO 2004 N 83

Proposition de la minorité II

(Heim Alex, Brun, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Hollenstein, Kurrus, Laubacher, Leuthard, Seiler)

Al. 3

....

c. elle impose des quotas.

Proposition Schlüer

Al. 1

.... à la SSR pour la diffusion d'un programme de radio et d'un programme de télévision par région linguistique. (Conséquence pour l'art. 54 al. 3: peut obtenir au maximum une concession de radio et une concession de télévision par région linguistique.)

Proposition Schwander

Al. 1

Le Conseil fédéral octroie une concession à la SSR pour la diffusion de trois programmes de radio et de deux programmes de télévision au maximum par région linguistique.

Präsident (Binder Max, Präsident): Die Minderheit I (Polla) sowie die Minderheit II (Heim Alex) zu Absatz 3 Buchstabe c wurden zurückgezogen.

Hegetschweiler Rolf (RL, ZH): Wir kommen bei Artikel 27 zur wichtigen Frage der Konzessionserteilung. In den letzten Jahrzehnten war die Mediendebatte in der Schweiz von einer Konfrontation zwischen den privaten Veranstaltern und dem öffentlich-rechtlichen Radio und Fernsehen geprägt. Die SRG wurde immer wieder als Monopolveranstalter dargestellt, und man hat ihr auch in jüngster Zeit vorgeworfen, sie versuche, ihre Position zulasten von privaten Sendern auszunutzen.

Eine der Ursachen liegt eindeutig in der Knappheit der Ressourcen – nicht nur verstanden als finanzielle Knappheit, sondern auch als Knappheit der technischen Verbreitungsmöglichkeiten. Es muss das Ziel dieser Gesetzesrevision sein, klare Verhältnisse zu schaffen, damit alle Marktpartner sich in einem berechenbaren Rahmen entwickeln können. Dazu sind gewisse Rahmenbedingungen notwendig, die insbesondere mit der Konzession geregelt werden müssen.

Mit dem Minderheitsantrag wird verlangt, dass die SRG grundsätzlich drei Radio- und zwei Fernsehprogramme je Sprachregion veranstalten soll. Damit wären ihre Kernbereiche im vollen Umfang geschützt, und insbesondere den sprachregionalen Bedürfnissen würde Rechnung getragen. Die Romandie und das Tessin könnten auf ihrem heutigen Besitzstand weiteragieren; in der Deutschschweiz gäbe es einige Korrekturen, die nicht nur den nötigen finanziellen Spielraum schaffen würden, sondern auch Erleichterungen in der Infrastruktur brächten. Gewisse Frequenzen würden frei, die zwingend notwendig sind, um den Privaten den Zugang zum



Markt ebenfalls zu erlauben. Auch im Bereich der Kabelnetze könnten bestimmte Kapazitäten besser genutzt werden, dies nicht nur aus medienpolitischen und volkswirtschaftlichen Gründen: Auf den Kabeln sollten auch vermehrt Dienste der medialen Kommunikation transportiert werden können. Wenn wir in dieser Richtung einen Konsens finden, wird dies die Mediendiskussion in der Schweiz wesentlich entspannen.

Wir kommen auch aus finanziellen Überlegungen nicht um gewisse Einschränkungen herum, wenn der SRG angeblich 100 Millionen Franken fehlen, wie das in der Kommission gesagt wurde. Statt sich in allen Querbereichen und Annexveranstaltungen auch noch zu profilieren, muss die SRG ihre Ressourcen optimieren und sich auf ihre Kernbereiche konzentrieren. Es geht beim Minderheitsantrag auch nicht darum, dass bei der SRG auf gewisse Hörer- oder Zuschauerbedürfnisse nicht mehr eingegangen werden soll. Dass man auf einem Sender nur Klassik oder nur Jugendmusik ausstrahlt, das ist ja nicht zwingend. Es gibt verschiedene Zeiten, verschiedene Zielpublika, es gibt auch verschiedene Konzepte für den Aufbau von Programmen. Hier ist Kreativität gefragt. Die Monopolsituation der SRG sollten wir nicht noch verstärken, indem wir ihr zugestehen, dass sie weitere Kanalketten führen kann, sobald es ihr beliebt. Ausserdem können wir die Kostenfrage wie gesagt nicht ausblenden. Eine Einschränkung der Programme hat Einsparungen zur Folge, die auch Auswirkungen auf die Konkurrenzsituation für private Anbieter haben.

Wir wollen eine starke SRG, wir wollen aber auch, dass der Wettbewerb eine Chance hat. Das Problem freizumachender Frequenzen kann künftig technisch vermutlich gelöst werden. Doch die SRG darf nicht derart dominieren, wie das jetzt der Fall ist. Es muss verhindert werden, dass diese Monopolstellung mit dieser Gesetzesrevision zementiert oder sogar noch verstärkt wird.

Ich bitte Sie deshalb um Zustimmung zum Minderheitsantrag.

Präsident (Binder Max, Präsident): Herr Föhn wird nun den Minderheitsantrag zu Absatz 3 Buchstabe a begründen. Er wird zudem den Antrag der Minderheit II zu Absatz 3 Buchstabe c, der zurückgezogen worden ist, wieder aufnehmen. Die Minderheit II wird also zur Minderheit Föhn.

Föhn Peter (V, SZ): Ich vertrete bei Artikel 27 zuerst die Minderheit Polla. Die Änderung in Artikel 27 Absatz 3 könnte man eigentlich als redaktionelle Änderung abtun, sie kann aber sehr wohl bestimmte Auswirkungen haben. Es geht hier bei Absatz 3 Buchstabe a um ein Wort, nämlich um die "Art". Der Bundesrat schlägt uns vor zu formulieren: "die Anzahl und die Art der Radio- und Fernsehprogramme".

Es geht um die Bestimmung der Konzession. Das Wort "Art" bezüglich der Radio- und Fernsehprogramme ist meiner Meinung nach ein sehr weit gefächertes und nicht fassbarer Begriff, welcher letztendlich nur Unsicherheit hervorrufen wird. Einmal mehr: Wir schreiben doch ein Gesetz, in dem wirklich nur das aufgeführt werden soll, was es unbedingt braucht. Für mich ist es mehr oder weniger ein sehr schlechter Begriff, welcher einzig Probleme schafft: Was wird da verlangt, wenn es um die Art der Programme geht? Wird da ein Leitbild verlangt? Muss die strukturelle Organisation dargelegt werden? Oder worum geht es? Das zu Absatz 3 Buchstabe a.

Dann zu Absatz 3 Buchstabe c: Hier haben wir die Mehrheit, dann hatten wir den Antrag der Minderheit I (Polla), welcher zurückgezogen worden ist, und den Antrag der Minderheit II, welcher vorhin auch zurückgezogen worden ist. Ich nehme diesen Minderheitsantrag jetzt aber wieder auf, auch wenn Alex Heim leider nicht mehr im Rat ist. Es geht auch hier wieder um die Konzessionierung, was da letztendlich im Programm berücksichtigt werden muss. Zu "die Einzelheiten der Berücksichtigung des schweizerischen Musik- und Filmschaffens" gemäss Entwurf des Bundesrates wurde neu von der Kommission aufgenommen, dass auch die Literatur berücksichtigt werden muss. Bei unserem Antrag geht es insbesondere um Musik, um Schweizer Musik, um Volksmusik – ich darf das ehrlich eingestehen.

Die Konzession kann in der Formulierung des Bundesrates und der Mehrheit Mindestanteile vorschreiben. Hier möchten wir dies mit der Minderheit II ganz klar festhalten: Sie legt eine Muss-Formulierung vor: "Sie (die Konzession) legt entsprechende Mindestanteile fest." Es wird also im letzten Satz eine Muss-Formulierung eingefügt.

Die SVP will, dass Schweizer Kultur – sei es Literatur, Film oder eben Musik – berücksichtigt und entsprechend auch gefördert wird. Wir müssen nicht immer nur ausländische Kultur bringen. Die Konzession muss diesen Mindestanteil der Schweizer Kultur festschreiben. Das verlangen wir als Minderheit II.

Ich bitte Sie, diese Minderheit zu unterstützen.

Schluer Ulrich (V, ZH): Nachdem Sie ja das SRG-Monopol nicht ausdrücklich schützen wollen, möchte ich Ihnen beliebt machen, für die Monopolanstalt SRG die Erteilung



höchstens einer Fernsehkonzession und höchstens einer Radiokonzession pro Sprachregion vorzusehen. Mit anderen Worten: Ich möchte Ihnen beliebt machen, sich nicht gegen eine flächendeckende Konkurrenz zum zurzeit einzigen flächendeckenden Sender zu sperren. Das ist das Ziel meines Antrages.

Ich möchte Sie einfach bitten – und ich würde es schätzen, für einmal von Herrn Bundesrat Leuenberger einen seriösen Kommentar zu einer meiner Fragen zu erhalten –, sich zu überlegen, was Sie mit der Unterbindung von flächendeckender Konkurrenz bewirken.

Es gibt – wie Sie zweifellos wissen – auf der Welt Kleinstaaten, aus denen heraus Programme gesendet werden, die weit über die eigenen Landesgrenzen hinaus Beachtung finden – allerdings nur dann, wenn man ihnen im eigenen Land wenigstens eine Chance gibt, sich zu entwickeln.

Ich habe vorhin mit Interesse zugehört, wie Sie sich in diesem Saal in Jugendschutz im Fernsehprogramm ergingen. Ich finde das Engagement dafür grossartig, aber doch auch etwas weltfremd. Zum Beispiel die Ideen von Herrn Aeschbacher bezüglich Jugendschutz: Sind Sie denn sicher, dass die Programme, für die Sie engen Jugendschutz machen, von den Jugendlichen überhaupt angeschaut werden? Man müsste hier jedem anraten: Gehen Sie sofort nach Hause, und sorgen Sie dafür, dass Ihre Jungen zu Hause nie MTV schauen! Sie haben doch überhaupt keine Möglichkeit, auf jene Sender einzuwirken, die von der Jugend geschaut werden. Deshalb muss ich Ihnen sagen: Glauben Sie doch nicht an diesen Heimatschutz, den Sie hier mit Funktionären zementieren wollen.

Ausgerechnet ich muss Sie fragen, was Sie sich eigentlich dabei denken, wenn Sie auf politischer Ebene immer wieder "Öffnung" propagieren! Im Bereich der Medien haben wir diese Öffnung längst, sie ist längst eine Tatsache. Wenn wir in der Schweiz jegliche flächendeckende Konkurrenz zur SRG verunmöglichen, dann sorgen wir einzig und allein dafür, dass in der Schweiz nie eine ernst zu nehmende Konkurrenz zu unserem einzigen flächendeckenden Sender entstehen kann, dass nie eine Konkurrenz entstehen kann, die sogar über das Land hinaus wirken könnte. Wir bräuchten keine Kommissionen und keine Behörden, die mit Funktionären solche Wirkung über das Land hinaus vorantreiben müssten. Wir hätten vielmehr etwas, das am Markt, bei den Menschen, Beachtung fände – so, wie das längst spielt auf dieser Welt, wenn unsere Jugendlichen, überhaupt sehr viele Fernsehkonsumenten Programme anschauen, die von aussen kommen. Und dann gehen wir hin und verhindern Konkurrenz in der Meinung, wir täten etwas Positives für den Fernsehmarkt Schweiz.

Ermöglichen Sie die flächendeckende Konkurrenz, ermöglichen Sie, dass von der Schweiz aus ernst zu nehmende Sender weltweit oder mindestens europaweit senden können.

All denjenigen, die jetzt mit dem Service public kommen und sagen, wir bräuchten dieses geschützte Ghetto für den Service public, sage ich: Mit Monopolen machen Sie nie Service public! Wenn Sie Service public machen wollen, dann müssen Sie Konkurrenz ermöglichen, damit das "public", damit der Konsument, auswählen kann; damit er entscheiden kann, was er als besser empfindet. Das verpflichtet den Produzenten dazu, besser zu sein als der Konkurrent. Wettbewerb ist der erfolgreichste Service public, den es gibt.

Was Sie machen, ist Funktionärsschutz, ist der Aufbau eines Funktionärsgettos. Die Kontrollfunktionäre werden es dabei schön haben, weil kaum Gefahr besteht, dass das, was sie zu überwachen haben, überhaupt angeschaut wird. So gibt es auch keine Reklamationen, und das ist wunderbar für Funktionäre. Aber für den TV-Standort Schweiz, für den Radiostandort Schweiz, der zu anderen Zeiten schon weit über die Landesgrenzen hinaus Bedeutung hatte, ist die Konkurrenzverhinderungspolitik, die Sie hier betreiben, kontraproduktiv.

Deshalb bitte ich Sie: Lassen Sie die flächendeckende Konkurrenz zu, indem Sie zum Einzigen, der jetzt flächendeckend senden kann, eine Konkurrenz zulassen.

Bezzola Duri (RL, GR): Eine kurze Frage. Sie erwähnen Wettbewerb, Sie erwähnen Markt. Ich stehe voll dahinter; das gibt gute Lösungen. Aber wie stellen Sie sich einen Service public mit Wettbewerb vor, wo kein Markt besteht? Es gibt viele Regionen ohne Markt. Wie wollen Sie Wettbewerb fördern, wenn es keinen Markt gibt?

Schlüer Ulrich (V, ZH): Wir sind nicht gegen Leistungsaufträge, wenn sie für Minderheiten, für einzelne Gebiete, die anders nicht bedient werden können als mit einem Leistungsauftrag, unverzichtbar sind; dann soll das mit Leistungsaufträgen geschehen. Aber jeder, der ihn erfüllen will, darf dafür anbieten und dafür auch eine Konzession mit Gebühren bekommen. Aber noch einmal, Herr Bezzola: Es ist nicht Service public, wenn das "public" nicht unter verschiedenen Angeboten das beste auswählen kann!

Service public findet dann statt, wenn Sie das produzieren, was das Publikum will; und das erreichen Sie im Wettbewerb.

Schwander Pirmin (V, SZ): Zuerst eine Vorbemerkung: Wir sind nach wie vor in einem Bereich, wo wir ausnahmslos – meiner Meinung nach klar ausnahmslos – regulieren. Wenn ich einzelne Voten gestern und heute



gehört habe, dann muss ich schon Folgendes sagen: Wenn wir einzelne Artikel streichen und wenn in diesem Zusammenhang dann von Liberalisierung gesprochen wird, dann ist das für mich geradezu ein Hohn betreffend den Begriff Wettbewerb.

Nun aber zu Artikel 27 Absatz 1: Ein Leistungsauftrag, der durch Empfangsgebühren finanziert wird, muss nicht nur inhaltlich, sondern klar auch quantitativ begrenzt werden, umso mehr als wir sehen, dass die zweiten und dritten Programme in der Bevölkerung wesentlich – wesentlich! – weniger Resonanz finden als die ersten Programme. Der Konzessionsgeber muss die Möglichkeit haben, diese Begrenzung einzuführen. Selbstverständlich könnte man behaupten, die bundesrätliche Fassung würde dem auch gerecht. Mir geht es darum, dass ganz klar nach oben begrenzt wird und dass dies im Gesetz verankert wird. Ich bitte Sie, meinen Antrag zu unterstützen.

Menétrey-Savary Anne-Catherine (G, VD): Je voudrais intervenir sur l'alinéa 3 lettre c, la fameuse question des quotas. J'ai pu me rendre compte en écoutant les commentaires des radios et télévisions que le mot même de quota donne de l'urticaire à tous les collaborateurs de la SSR. La mission que le groupe des Verts m'a confiée – de défendre la question des quotas – est une mission assez périlleuse, parce que pas plus que n'importe qui dans cette salle, je n'ai intérêt à me mettre à dos la télévision et la radio.

Je vais pourtant défendre cette position, en commençant peut-être par rappeler que, dans le domaine du cinéma par exemple, le risque d'une hégémonie des productions américaines est évident. Alors que 80 pour cent des canaux de distribution sont entre des mains américaines, les films suisses ne représentent que le 3 pour cent des entrées et les films américains les trois quarts. On se souvient néanmoins que lors de l'élaboration de la loi sur le cinéma, les distributeurs ont poussé des hauts cris pour rejeter l'idée d'une intervention de l'Etat en faveur de la diversité culturelle, jurant que l'autorégulation interne suffisait à la garantir. Une affirmation dont la preuve n'a jamais été donnée. Je l'avais d'ailleurs dit à cette occasion: il est difficile de faire admettre que la culture n'est pas une marchandise comparable à des produits de lessive, et que la diversité culturelle n'est pas la petite soeur de la mondialisation économique.

On avait tout de même fini par admettre une forme d'incitation dans cette loi sur le cinéma. Nous avons admis que ce n'était pas absolument intolérable. De même, nous avons aujourd'hui l'impression que ce n'est pas totalement déshonorant pour la SSR d'admettre que son statut de service public implique aussi certaines obligations.

J'aimerais encore dire que la SSR détient des trésors d'histoire contemporaine dans ses archives. Ces images et ces

AB 2004 N 85 / BO 2004 N 85

sons font partie de notre patrimoine et je trouve très regrettable que ces médias ne les mettent pas plus en valeur.

Oserai-je vous dire – mais cela ne concerne peut-être que les Romands – à quel point je souffre de voir par exemple qu'à l'occasion de ses 50 ans, la TSR galvaude ses trésors en nous proposant un concours absolument tristounet, en affublant les quelques bribes d'archives de questions absolument sans intérêt, alors qu'on aurait eu l'occasion de faire valoir beaucoup plus intelligemment ce patrimoine de grande valeur?

Le groupe de l'Union démocratique du Centre, qui réclame ici des quotas de musique suisse, semble ailleurs réticent à munir la SSR des moyens nécessaires à assurer une production indépendante et originale. Il serait pourtant utile que l'UDC reconnaisse que l'identité suisse ne se construit pas qu'avec de la musique populaire, Monsieur Föhn, ni avec des images de calendrier ou des manifestations patriotiques. Et la culture suisse ne peut pas non plus n'exister que tous les 35 ans dans des expositions nationales qui coûtent 1 milliard de francs. Il importe donc de poser comme exigence à une radio-télévision de service public qu'elle veille à promouvoir la production littéraire, théâtrale, musicale ou cinématographique du pays, même si cette production n'est pas toujours d'un abord facile et qu'elle ne flatte pas le goût immodéré des gens pour le divertissement. La TSR affirme qu'elle fait beaucoup pour la musique, la littérature, la culture au quotidien; nous nous en réjouissons. L'article 27 que nous discutons ici n'en demande pas plus. Il pose simplement un garde-fou pour le cas où il en irait autrement plus tard. La version de la majorité de la commission a le mérite d'inclure la littérature dans l'inventaire des productions suisses à promouvoir, ce qui nous évite d'en rester à l'exclusivité de la musique populaire. Elle n'impose pas des quotas; elle dit simplement qu'il pourrait y en avoir si la diversité culturelle et les créations originales se trouvaient menacées. Si ce n'est pas le cas, tant mieux! Nous croyons qu'on peut vivre avec la simple mention d'un désir qui, le cas échéant, deviendrait une exigence. C'est finalement à la SSR qu'il appartiendra d'éviter ce véritable épouvantail que sont les quotas, selon les choix qu'elle fera. C'est la raison pour laquelle le groupe des Verts vous invite à soutenir la majorité.



Stump Doris (S, AG): Artikel 27 umfasst eigentlich zwei Themen: Das eine betrifft die Konzessionserteilung, das andere die Quoten für Schweizer Musik. Ich möchte die beiden Themen voneinander trennen und je einzeln etwas dazu sagen.

Die SP-Fraktion unterstützt die Mehrheit in Bezug auf die Erteilung der Konzession. Die Anträge, die jetzt eingetroffen sind – einerseits der Minderheitsantrag Hegetschweiler, andererseits die Anträge Schlüer und Schwander –, sind darauf ausgerichtet, die SRG so sehr einzuschränken, dass sie schliesslich nur noch ein Programm senden kann, das vielleicht eine Mehrheitsgruppe in der Schweiz erreicht, dass sie aber nicht die Bedürfnisse der Bevölkerung, die halt unterschiedlich sind, wirklich aufnehmen und ihre Programme zur Zufriedenheit der Bevölkerung gestalten kann.

Angenommen, Sie würden dem Antrag der Minderheit zustimmen, so würde das bedeuten, dass die SRG ihre Programme nicht einmal mehr in ihrem heutigen Umfang senden könnte. Der Info-Kanal SF Info, auf dem Sie die Nachrichten, die "Tagesschau", "10 vor 10" und andere Programme in regelmässigen Abständen wiederholt bekommen, müsste ausfallen. Ich meine, gerade mit diesem Kanal habe die SRG einen sehr guten Beitrag zur besseren Information der Bevölkerung geleistet, weil eben nicht alle Leute um halb acht oder um zehn vor zehn Uhr vor dem Fernseher sitzen können. Für mich mindestens ist das eine sehr gute Ergänzung des Angebotes; das wäre nicht mehr möglich, wenn Sie der Minderheit Hegetschweiler folgen würden.

Im Radiobereich wären die Eingriffe im Moment noch viel stärker. Zum Beispiel müsste die "Musikwelle 531", die gerade auf Schweizer Musik spezialisiert ist, eingestellt oder zumindest eingeschränkt werden. Auch andere Programme wie z. B. das Jugendprogramm Virus wären bedroht. Wenn sich die SRG auf nur noch ein Programm beschränken müsste, wäre möglicherweise sogar DRS2 mit seinem breiten kulturellen Angebot bedroht. Als Hörerin und Bürgerin dieses Landes wünsche ich mir von der SRG ein Programmangebot, das mit Gebühren finanziert ist, das breit ist und auch Minderheitsbedürfnisse abdeckt und nicht nur eine so genannte Mainstream-Unterhaltung und -Information bieten kann.

In Absatz 2, wo es um die Formulierung "die Anzahl und die Art der Radio- und Fernsehprogramme" geht, unterstützt die SP-Fraktion mehrheitlich die Mehrheit. Ich persönlich habe bereits in der Kommission eine andere Haltung vertreten. Ich denke, der Bundesrat sollte nur über die Anzahl und nicht über die Art der Programme bestimmen, die die SRG schliesslich ausstrahlen kann.

Zu den Quoten: Im Vorfeld dieser Revision haben sich die Musikschaaffenden intensiv dafür eingesetzt, dass im Gesetz Quoten zur Unterstützung von schweizerischem Musikschaaffen verankert werden. Die SRG hat – wenn auch spät – darauf reagiert. Am letzten Freitag wurde zwischen den schweizerischen Musikschaaffenden und der SRG eine Vereinbarung unterzeichnet, in der festgehalten wird, dass einerseits die Bemühungen der SRG verstärkt werden, schweizerische Musik zu fördern, und dass andererseits die Musikschaaffenden auf die obligatorische Festsetzung einer Quote im Gesetz verzichten.

Ich habe vom Zuständigen der Musikschaaffenden ein Mail erhalten – ich denke, einige von Ihnen haben es auch erhalten –, in welchem er explizit sagt, er fände es richtig, dass der Minderheitsantrag II (Heim Alex), der jetzt von Herrn Föhn vertreten wird, zurückgezogen worden sei, und er erwarte von uns, dass der Antrag auf Streichung jeglicher Ermöglichung von Quoten auch zurückgezogen werde. Das haben wir gemacht: Wir verzichten darauf, gar keine Quotenmöglichkeit im Gesetz zu verankern. Die SP-Fraktion unterstützt jetzt den Antrag der Mehrheit, in dem festgehalten wird, dass vom Bundesrat eine Mindestquote festgelegt werden kann, falls die erwähnte Vereinbarung nicht zu den Zielen führt, die damit angestrebt werden.

Ich bitte Sie im Sinne der SRG, der Vielfalt der Programme und einer vernünftigen Förderung von schweizerischem Musikschaaffen, die Anträge der SP-Fraktion zu unterstützen, d. h., die Programme nicht zu beschränken und auf eine definitive Festlegung von Quoten zu verzichten.

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): Le groupe démocrate-chrétien va soutenir avec conviction la proposition de la majorité de la commission à l'article 27 alinéa 1 et donc le projet du Conseil fédéral: "Le Conseil fédéral octroie une concession à la SSR." Il ne veut pas du tout ce que veulent la minorité Hegetschweiler et les autres propositions qui cherchent, avec des formulations très floues, à limiter quantitativement les programmes de la SSR SRG idée suisse, soit à la radio, soit à la télévision. Donc, non à la détermination du nombre des programmes, parce que les conséquences sont très claires, Madame Stump nous les a déjà décrites. Il est clair qu'on devrait renoncer à la possibilité d'entendre tous les programmes radio de la SSR, aussi bien dans les régions linguistiques que dans tout le pays.

J'avais dit lors du débat d'entrée en matière que pour nous, la SSR SRG est un élément très important du fédéralisme, de la compréhension entre les cultures et les langues – il y en a quatre en Suisse – et pour la cohésion nationale. Donc, la limitation à cet article 27 alinéa 1 va à l'encontre de ce programme très important de soutien de la SSR comme instrument de la cohésion nationale.



Monsieur Schwander veut plus ou moins la même chose, mais le maximum de la créativité est atteint par Monsieur Schlüer. Monsieur Schlüer, vous avez vraiment l'intention de détruire la SSR! Parce qu'avec votre proposition, on n'aurait plus la possibilité d'entendre les stations radio de la Suisse italienne et de la Suisse romande, puisque vous ne voulez

AB 2004 N 86 / BO 2004 N 86

qu'une des trois stations radio et seulement dans la région linguistique.

Ihre absurden Theorien über die Konkurrenz sind einfach sehr gefährlich, und sie widersprechen der Verfassung, das muss man klar sagen. Service public ist kein Ghetto. Service public ist in diesem Fall – in einem so wichtigen Gebiet wie der Information und der Kultur, das von der SRG SSR abgedeckt wird – ein sehr wichtiges Instrument für unsere Verständigung zwischen den vier Sprachregionen, für unseren Dialog, für unsere Kohäsion und unseren Zusammenhalt.

Signor Schlüer, le devo dire che come rappresentante della minoranza sono profondamente offesa dal suo modo di fare politica. Questo è il modo per distruggere il nostro Paese! Io mi ribello profondamente, non dico alla sua ignoranza – perché è troppo – ma al fatto che lei proprio non si interessa assolutamente del fatto che la Svizzera è un Paese molto complesso, molto delicato, che è una "Willensnation". Se noi non curiamo ogni giorno il perché del nostro stare assieme, un domani la Svizzera non esisterà più!

J'en viens maintenant à la proposition de minorité Polla, à l'article 27 alinéa 3 lettre a, qui a été reprise par Monsieur Föhn. Je trouve qu'il est un peu exagéré de fixer dans la concession non seulement le nombre de programmes, mais aussi le type de programmes. C'est une surréglementation qui avait aussi été critiquée en commission. Le groupe démocrate-chrétien va donc soutenir la proposition de minorité Polla.

En outre, à la lettre c, nous avons retiré la proposition de minorité II (Heim Alex), parce que nous avons reçu la semaine passée une charte où l'on a trouvé une solution pour la musique suisse, pour la "Volksmusik". Nous allons donc voter la proposition de la majorité à la lettre c.

Schlüer Ulrich (V, ZH): Frau Simoneschi, können Sie mir sagen, inwiefern die SRG zerstört wird, wenn man ihr in jedem Sprachgebiet auf sicher einen Kanal reserviert? Können Sie mir sagen, wie dadurch die Verfassung verletzt wird? Können Sie mir sagen, ob jeder, der nicht die Programme der SRG schaut, das Land zerstören will?

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): Sie spielen mit diesem Antrag, Sie spielen mit den Wörtern. Sie sind sehr schlau; Sie sind ein Schlaumeier. (*Heiterkeit*) Wir brauchen keine quantitative Definition von Sendungen, Kanälen und Programmen. Wir wollen einfach, dass die SSR/SRG ihre drei oder auch vier Programme anbietet. Aber wichtig ist, dass z. B. das erste Programm, RSI Rete Uno, auch in Lausanne und in Zürich gehört wird, dass die RSR La Première auch im Tessin und in Zürich gehört wird – und das wollen Sie eben nicht! (*Teilweiser Beifall*)

Weigelt Peter (RL, SG): Zurück zur Sachlichkeit. Worum geht es in diesem Artikel? Es geht darum, dass wir in der schweizerischen Medienlandschaft eine gewisse Berechenbarkeit, eine gewisse Stabilität in der Ordnung, herstellen wollen. Der Antrag der Minderheit Hegetschweiler, der zur Diskussion steht – die FDP-Fraktion unterstützt diesen Antrag, nicht die Anträge Schlüer und Schwander –, will nichts anderes als für den Kanton Tessin und die Westschweiz den Status quo, wie er heute besteht, sichern. In der Westschweiz und im Tessin ändert sich nichts; wir garantieren den heutigen Bestand. Das ist in einer Zeit, in der wir von Sparen sprechen, in diesem Umfeld sicher etwas wert. In der Deutschschweiz wollen wir aber ebenfalls auf das Niveau der Westschweiz und des Tessin mit zwei Fernsehsendern und drei Radiosendern reduzieren. Wenn Sie den Programmauftrag unter Artikel 26 lesen, dann sehen Sie, dass es möglich ist, den Service public mit fünf Sendern zu erfüllen. Wer etwas anderes sagt, versteht unter dem Programmauftrag etwas anderes. Aber was in Artikel 26 definiert ist, kann so erfüllt werden.

Es ist ganz entscheidend für den Markt, und zwar für den gesamten Medienmarkt, dass klar ist, in welchem Rahmen sich der Hauptmarktteilnehmer, staatlich gestützt und gefördert, bewegt. Wenn sich der Quasi-Monopolist immer weiter ausdehnen kann, hat das Einfluss auf die Planung der privaten Investoren und der privaten Veranstalter. Sie investieren nur dann, wenn sie Sicherheit und Gewissheit haben, dass sie in einem Markt nicht irgendwann von einer staatlich gestützten Institution unterlaufen werden. Mit der Definition "drei/zwei" schaffen wir diese Sicherheit. Wir gewährleisten damit den Status quo in der Westschweiz und im Tessin, und wir schaffen in der Deutschschweiz mit drei Radio- und zwei Fernsehsendern auf einem hohen Niveau Stabilität und Berechenbarkeit für die privaten Veranstalter. Damit schaffen wir auch Investitionssicherheit, was ganz entscheidend ist. Es geht also hier in keiner Art und Weise um Patriotismus und um die Zukunft der



Schweiz; es geht darum, dass wir im Medienmarkt klare, erkennbare Limiten setzen und klar definieren, wo der staatlich finanzierte Hauptveranstalter, der nationale Service-public-Veranstalter, agiert und wo wir Raum und Platz für regionale, privat finanzierte Service-public-Veranstalter lassen. So viel zum Antrag der Minderheit Hegetschweiler.

Zum Antrag der Minderheit Polla, dessen Begründung von Herrn Föhn übernommen wurde: Wir sind klar der Meinung, dass der Bundesrat in seinen Konzessionen nur die Anzahl und nicht die Art der Programme definieren soll. Es liegt im Bereich der Freiheit des Veranstalters, Programme zu veranstalten, die im Markt ankommen, die er seinen Zielgruppen zuführen will. Es ist ganz entscheidend, dass es hier eine Entwicklungsmöglichkeit gibt. Ein Programm entwickelt sich; es darf nicht sein, dass es durch eine Konzession irgendwo zementiert ist und einer Entwicklung des Marktes oder der Technologie nicht folgen kann. Die Art der Programme sollte also nicht Gegenstand der Konzession sein.

Zum Thema Quoten: Wir sind grundsätzlich dagegen, dass Quoten auf Gesetzesstufe definiert werden. Es ist Sache der Veranstalter, mit den entsprechenden Zielgruppen die Quoten zu definieren.

Föhn Peter (V, SZ): Die meisten Votanten vergessen, dass es auch lokale und regionale Anbieter gibt. Es muss nicht immer nur die SRG sein und geben. Dem Votum Schlüer kann ich vollends zustimmen. Es kann natürlich da und dort einschneidend sein, muss es aber nicht unbedingt. Ich verweise noch einmal auf die Regionalität und das Lokale.

Ich bitte Sie, dem Einzelantrag Schwander zu folgen, obwohl ich die Minderheit Hegetschweiler unterstütze. Herr Schwander verlangt, dass "höchstens drei" Radioprogramme – bei der Minderheit heisst es einfach "drei" – und zwei Fernsehprogramme konzessioniert werden. Herr Schwander nimmt das Wort "höchstens" noch hinein, und ich glaube, dem kann man folgen. Es ist keine Einschränkung des Ist-Zustandes; es wäre so, wie es heute ist. Wir haben dann natürlich auch die entsprechenden Fenster noch frei für andere Veranstalter, auch zu einem späteren Zeitpunkt.

Wenn regionale und lokale Veranstalter das Angebot abzudecken gewillt sind, würden unter Umständen – nein, ich behaupte sogar: mit Sicherheit – ein TV- und zwei Radioprogramme pro Sprachregion durchaus genügen. Es ist also eine absolut vertretbare und offene Formulierung.

Dieser Antrag kann aber auch aus liberaler, aus wirtschaftlicher Sicht recht positiv betrachtet werden, indem wir eben, wie schon gesagt, den lokalen und regionalen Veranstaltern eine zusätzliche Chance geben könnten. Da muss ich meiner Vorrednerin noch sagen, dass ich nicht gesagt habe, dass es nur um Volksmusik geht, überhaupt nicht. Was aber verlangt wird und was von der SRG nicht angeboten wird oder nicht mehr angeboten werden könnte, würden mit Bestimmtheit regionale Anbieter sofort aufnehmen. Wenn wir diesen Anträgen – jenem der Minderheit bzw. insbesondere den Einzelanträgen – folgen würden, könnte man mit Bestimmtheit Gebühren sparen. Das zu Artikel 27 Absatz 1.

Bei Absatz 3 bitte ich auch, wie die FDP- und die CVP-Fraktion, meinem Minderheitsantrag zu folgen, und bei Absatz 3 Litera c bin ich relativ grosszügig. Es wurde von der Charta

AB 2004 N 87 / BO 2004 N 87

gesprochen; man könnte diese Bestimmung fallen lassen. Ich persönlich kenne die Charta nicht, und wenn das dann genügen würde, kann man es im Ständerat immer noch streichen.

Ich bitte Sie, vorläufig an dieser Formulierung festzuhalten.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Bei diesem Artikel 27 möchten wir eine möglichst grosszügige, freiheitliche Lösung – eine freiheitliche Lösung, die Möglichkeiten zum Auffangen von Veränderungen gibt und die auch die Anliegen und die Marktsituation in diesem Gebiet widerspiegelt. Deshalb lehnen wir den Minderheitsantrag Hegetschweiler ab.

Der Minderheitsantrag Hegetschweiler zu Absatz 1 will ja ganz klar bereits von Anfang an in diesem Markt Grenzen setzen – Grenzen, die unnötig sind, und Grenzen, die in diesem Falle lediglich dem Schutz der Privaten dienen. Das passt mit dem Liberalismus und mit dem gepredigten Konzept von mehr Freiheit überhaupt nicht zusammen, aber es kommt von dieser Seite.

Zu Absatz 3 Litera a: Hier können wir mit der Minderheit Polla bzw. Föhn stimmen, indem wir der Meinung sind, dass die Anzahl der Radio- und Fernsehprogramme bestimmt werden soll, aber nicht die Art der Programme. Die Art wird sich auch wieder aus den Bedürfnissen, aus dem so genannten Markt, ergeben, und hier muss es eine gewisse Freiheit geben. Wir können flexibler auf sich verändernde Umstände eingehen, wenn wir hier nicht auch gleich die Art der Programme festlegen.

Bei Absatz 3 Litera c stimmen wir mit der Minderheit Polla. Auch hier ist es für uns eigentlich etwas fragwürdig,



wenn wir Mindestanteile festlegen müssen: Auch hier sollte Flexibilität gegeben sein.

In diesem Sinne stimmen wir mit der Mehrheit, ausser bei Absatz 3, wo wir mit der Minderheit Polla stimmen.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Zur Frage der Anzahl der Programme der SRG: Hier möchte ich auf den Grundsatz zurückkommen, den ich beim Eintreten auf diese Vorlage bereits erwähnt habe. Mit diesem ganzen Gesetz möchten wir eine starke nationale Radio- und Fernsehgesellschaft schaffen – beziehungsweise garantieren, weil es sie ja schon gibt. Ich muss es nochmals sagen: Die wahre Konkurrenz der SRG, das sind nicht lokale oder sprachregionale Veranstalter, die heute in der Schweiz noch nicht zum Zuge kommen könnten. Die wahren Konkurrenten sind jene im Ausland: in Deutschland, Frankreich und Italien. Von daher wollen wir eine starke SRG haben.

Nun gehört zu einer starken SRG nicht, dass sie pro Sprachregion ein einziges Programm verbreiten könnte. Natürlich gibt es die Idealvorstellung für die Kohäsion dieses Landes, dass in einem einzigen Programm möglichst viele Gesellschaftsschichten angesprochen werden könnten. Das ist aber durch die Realität längst überholt, und das ist insbesondere auch durch das Programmangebot aus dem Ausland längst überholt. Es ist heute so, dass Sie einen Kultursender, einen Jugendsender, einen Sender für klassische Musik, einen Informationssender usw. haben. Aber dass das ein und dieselbe starke SRG machen muss, im Namen der nationalen Kohäsion, das ist die tiefe Überzeugung des Bundesrates. Deswegen möchte er der SRG die Anzahl der Programme nicht beschränken.

Herr Schlüer, es ist ein Irrtum zu glauben, dass sich ein Feld auftäte, wenn man die SRG auf möglichst wenige Programme beschränken würde, auf dem sich innovative schweizerische Fernseh- und Radiokonkurrenz sammeln und entfalten könnte. Das ist eben nicht so, sondern diese allfälligen Lücken, die so geschaffen würden, die würden durch die ausländische Konkurrenz geschlossen. Deswegen halten wir hier an unserer Fassung fest.

Zur zweiten Frage, ob auch über die Art der Programme bestimmt werden könne, einfach eine Erklärung, damit das nicht falsch verstanden wird: Es ist natürlich Aufgabe der Konzessionsbehörde – also des Bundesrates –, festzulegen, ob ein solches Gesuch der SRG dann in einem Jugendprogramm oder in einem Car-Programm bestünde, je nachdem eben in einem Spartenprogramm bestünde. Es geht natürlich nicht darum, dass wir einem Veranstalter einfach sagen, er könne nochmals ein weiteres Programm haben, ohne dass man sich über die Art und Weise – ob jetzt Jugendprogramm, Kulturprogramm, Informationsprogramm usw. – irgendwie einigt. Es geht nicht darum, dass die Konzessionsbehörde im Detail sagen würde, wie dieses Jugendprogramm – DRS3 beispielsweise – exakt ausgestaltet sein muss; das liegt in der Autonomie des Veranstalters.

Zur Frage der Quoten: Hier ersuchen wir Sie, die beiden Minderheiten abzulehnen. Was die Minderheit I vorschlägt, ist an und für sich, rein puristisch gesehen, schon recht, aber sie nähme dem Bundesrat die Möglichkeit eines Druckmittels. Ich bin nicht ganz sicher, ob letztlich nicht doch das Druckmittel drohender Quotenregelungen – es hat ja im Parlament vonseiten aller Fraktionen immer wieder Vorstösse für solche Quotenregelungen gegeben – auch ein bisschen dazu geführt hat, dass sich die SRG bewegt hat. Gerade im Bereich des Films und der Musik ist in letzter Zeit einheimisches Schaffen sehr viel stärker gefördert worden. Ich glaube, das hat der Qualität der Programme durchaus gedient. Von daher ist es vielleicht gar nicht schlecht, dass für den Fall der Fälle, wenn solche Kriterien zu wenig angewendet werden, im Notfall, auf dem Verordnungswege oder in der Konzession zu einer Quote gegriffen werden könnte. Es ist vielleicht gar nicht schlecht, dass man dieses Damoklesschwert noch ein wenig "baumeln" lässt.

Deswegen sollten beide Minderheitsanträge abgelehnt werden.

Vaudroz René (RL, VD), pour la commission: Effectivement, le nombre de programmes que certains proposent m'incite à quelques réflexions, plus particulièrement la proposition Schlüer. Il est vrai que nos véritables concurrents sont quand même la France, l'Italie, l'Allemagne et l'Autriche – les pays qui nous entourent; et en demandant une seule chaîne par région linguistique, on met la SSR en difficulté. Alors, cette magnifique ouverture que vous proposez va avantager clairement et nettement les chaînes étrangères, puisque celles-ci ont un potentiel important. Je constate que vous êtes un précurseur à l'ouverture européenne, et cela me fait quand même plaisir!

Alors, au nom du fédéralisme et de la cohésion nationale, je vous demande de soutenir la majorité de la commission.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Es ist ein ganz wichtiger Entscheid, den wir hier zu fällen haben. Die Kommission hat den seinerzeitigen Antrag Hegetschweiler mit 12 zu 9 Stimmen abgelehnt. Wir haben in der Eintretensdebatte etwas Wichtiges festgehalten: Wir gehen von einer gesamten Medienordnung aus, in der sowohl die SRG als auch die privaten, möglicherweise sprachregionalen, aber zumindest die lokalen



Anbieter ihre Aufgabe zu erfüllen haben.

Die Konzeption im Antrag der Minderheit Hegetschweiler geht eigentlich davon aus, dass man die Privaten, die Regionalen stärkt, indem man die SRG schwächt, indem man ihr quasi ein Korsett anlegt, das verhindert, dass sie sich auch entwickeln und ihren Auftrag wahrnehmen kann. Das ist der falsche Weg. Wenn Sie der SRG x Programme abschneiden, ist es überhaupt nicht so, dass dann andere, Private, warten, in die Lücke springen und das dann kommerziell besser ausnützen.

In Artikel 26 haben wir der SRG einen Auftrag erteilt. Sie muss zur kulturellen Vielfalt beitragen, sie muss das schweizerische Film- und Literaturschaffen fördern usw. Die SRG hat einen Riesenauftrag, im Sinne des Service public für dieses Land eine Medienordnung mitzugestalten und Programme zu veranstalten. Jetzt wollen Sie in Artikel 27 der SRG praktisch das Instrument wegnehmen, nämlich die Programme, mit denen sie diesen Antrag auch umsetzen kann.

Dann muss ich Sie einfach auf etwas aufmerksam machen. Es ist heute ein soziologisch-kulturelles Phänomen, dass wir eine zunehmende Segmentierung im Publikum haben. Es

AB 2004 N 88 / BO 2004 N 88

hören nicht mehr alle das Gleiche in der gleichen Art zur gleichen Zeit. Das ist eine gesellschaftliche Entwicklung, die man auch in unserem Land ganz deutlich spürt. Deshalb ist es eben auch notwendig, dass die SRG, damit sie ihren Auftrag auch erfüllen kann, zunehmend auch segmentierte Programme anbieten kann. Sonst kann sie ihrer Aufgabe nicht gerecht werden.

Etwas muss hier noch einmal deutsch und deutlich gesagt werden: Verschiedene Antragsteller haben immer von der Monopolstellung der SRG gesprochen, die zementiert würde, indem man die Beschränkung der Anzahl der Programme eben nicht im Gesetz festschriebe. Die SRG hat aber kein Monopol! Die SRG ist in einem offenen Markt. Wir haben es auch vom Bundesrat gehört, wie viele Konkurrenzsender auf die Schweiz einstrahlen: Mehr als die Hälfte der Leute schauen heute schon ausländische Programme. Hier die SRG zu schwächen heisst im Grunde genommen auch, den Auftrag, den die SRG hat, zu schwächen.

Dann muss auch deutlich darauf hingewiesen werden – das haben wir in der Kommission eingehend diskutiert –, dass es nicht so ist, dass wir heute eben nur drei Radio- und zwei Fernsehprogramme haben. Das mag im Tessin und in der Romandie der Fall sein, aber auch für die Romandie gibt es jetzt den Plan, beispielsweise SF Info einzuführen. Das ist eine hervorragende Dienstleistung, die in der Deutschschweiz gut angekommen ist. Mit Ihrem Antrag wird das aber nicht mehr möglich sein. Man muss dann in der Deutschschweiz nicht nur SF Info abschalten, man muss in der Deutschschweiz auch Virus, Swiss Classic, Swiss Jazz usw. abschalten. Man kann diese wichtigen Programme – Spartenprogramme, die der zunehmenden Segmentierung der Publikumswünsche entsprechen – auch in den anderen Regionen nicht mehr entwickeln. Das ist die Konsequenz dieses Antrages. Wollen Sie das?

Der Antrag geht von einer falschen Annahme aus, nämlich von der Annahme, mit der Beschränkung der SRG hätten die Privaten eine schöne "Wiese", in die sie dann auch zwingend springen würden. Dem ist nicht so! Man kann nur mit Deutlichkeit darauf hinweisen: Wir schwächen damit eigentlich unser Angebot, unseren Service public – die Aufgabe, die wir der SRG in Artikel 26 übertragen.

Ich bitte Sie deshalb im Namen der Mehrheit – sie obsiegte mit 12 zu 9 Stimmen –, den Minderheitsantrag Hegetschweiler abzulehnen. Es wäre sonst wirklich fatal. Wir würden jetzt wirklich mit Regulierungen eingreifen und die SRG dazu verdammen, ihre heutige Tätigkeit massiv einzuschränken. Das ist nicht der Weg der Liberalisierung.

Dann noch eine Bemerkung zum Minderheitsantrag Polla bzw. Föhn – er wurde in der Kommission nur ganz knapp abgelehnt, mit 11 zu 10 Stimmen –, wegen der Art der Programme (Abs. 3 Bst. a): Wenn der Minderheitsantrag Hegetschweiler angenommen wird, dann hat Herr Föhn Recht. Man muss dann der SRG nicht noch vorschreiben, welcher Art diese zwei oder drei Programme sein sollen. Aber wenn der Minderheitsantrag Hegetschweiler abgelehnt wird, ist es doch für den Bundesrat bei der Konzessionserteilung gerade wichtig, dass er auch etwas zur Art der verschiedenen Programme sagt. Wenn er eben zusätzliche Programme konzessioniert, dann will er auch sagen wofür, gerade auch im Interesse möglicher privater Konkurrenz. Insofern würde der Minderheitsantrag Polla bzw. Föhn eigentlich den Anliegen von Herrn Föhn widersprechen.

Ich bitte Sie also, den Minderheitsantrag Polla bzw. Föhn abzulehnen.

Die Kommission empfiehlt Ihnen das zwar sehr knapp, aber es ist ein Antrag, der meines Erachtens angesichts Ihrer Vorstellungen sogar zum Eigentor werden könnte.

Präsident (Binder Max, Präsident): Herr Föhn möchte noch eine persönliche Erklärung abgeben.



Föhn Peter (V, SZ): Ganz kurz, Herr alt Kommissionspräsident: Für uns – ich spreche für die SVP – hat die SRG sehr wohl eine Monopolstellung! Sie ist die Einzige, die Gebühren einziehen darf und auch einzieht.

Abs. 1 – Al. 1

Erste Abstimmung – Premier vote

Für den Antrag Schwander 118 Stimmen

Für den Antrag Schluer 17 Stimmen

Zweite Abstimmung – Deuxième vote

Für den Antrag der Minderheit 124 Stimmen

Für den Antrag Schwander 36 Stimmen

Dritte Abstimmung – Troisième vote

Für den Antrag der Mehrheit 120 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit 64 Stimmen

Abs. 3 Bst. a – Al. 3 let. a

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Minderheit 151 Stimmen

Für den Antrag der Mehrheit 21 Stimmen

Abs. 3 Bst. c – Al. 3 let. c

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 137 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit II 45 Stimmen

Übrige Bestimmungen angenommen

Les autres dispositions sont adoptées

Die Beratung dieses Geschäftes wird unterbrochen

Le débat sur cet objet est interrompu

Schluss der Sitzung um 12.55 Uhr

La séance est levée à 12 h 55