

Art. 4 Abs. 1 Bst. cbis, Abs. 3*Antrag der Kommission*

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Art. 4 al. 1 let. cbis, al. 3*Proposition de la commission*

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Angenommen – Adopté

87.061

Radio und Fernsehen. Bundesgesetz**Radio et télévision. Loi***Fortsetzung – Suite*

Siehe Seite 1610 hiervor – Voir page 1610 ci-devant

Art. 15 Abs. 1–3 – Art. 15 al. 1–3*Fortsetzung – Suite*

Columberg: Namens der CVP bitte ich Sie, den Minderheitsantrag abzulehnen. Die Regelung der inneren Medienfreiheit gehört nicht ins Radio- und Fernsehgesetz. Wir haben zwar Verständnis für das Anliegen, aber wir sind der Meinung, dass es ausserhalb dieses Gesetzes geprüft und allenfalls gesetzlich verankert werden soll. Wir dürfen nicht eine Sonderregelung für die Programm-Mitarbeiter von Radio und Fernsehen schaffen. Das wäre eine ungleiche Behandlung gegenüber den Printmedien.

Aus diesen Gründen müssen wir den Minderheitsantrag ablehnen.

Nebiker: Ich bitte Sie im Namen der SVP-Fraktion, den Minderheitsantrag Stappung abzulehnen. Er verfolgt zwei Anliegen:

1. Die obligatorische Trennung zwischen der Programmtätigkeit und den übrigen Aktivitäten.

2. Die obligatorische Einführung eines Redaktionsstatutes.

Es ist darauf hinzuweisen, dass der Antrag selbst widersprüchlich ist, weil er einerseits in der Geschäftsordnung eine massgebliche Überzeugung festlegen will, aber auf der anderen Seite ein Redaktionsstatut vorschreibt, das die innere Medienfreiheit garantieren soll. Entweder das eine oder das andere! Zum Unterschied zwischen Minderheit und Mehrheit: Die Mehrheit will eine fakultative Trennung zwischen der Programmtätigkeit und den übrigen Tätigkeiten. Mir scheint, das genügt. Der Bundesrat wird in der Lage sein, die Trennung dort vorzuschreiben, wo eine Verflechtung tatsächlich schlecht wäre. Aber gerade bei kleinen Veranstaltern – ein Veranstalter, der beispielsweise nur das kleine Lokalradio macht – ist eine Trennung gar nicht notwendig. Das ist von Fall zu Fall zu regeln. Deshalb ist die Kann-Formulierung sicher den Verhältnissen angepasst.

Zum Redaktionsstatut. Die innere Medienfreiheit ist ein grosses Anliegen der Medienschaffenden. Aber die innere Medienfreiheit ist natürlich auch mit der Verantwortung des Journalisten und mit der Gesamtverantwortung des Veranstalters verbunden. Der Veranstalter ist einem Leistungsauftrag, einer Programmaufsicht unterstellt. Wenn wir im Gesetz ein Redaktionsstatut einführen, kann sich der Veranstalter nicht hinter das Redaktionsstatut stellen und sagen: «Das haben die freien Redaktoren gemacht», sondern Veranstalter und Redaktion sind im Rahmen des Fernsehgesetzes ein Ganzes. Das Ganze muss den Leistungsauftrag erfüllen. Es ist auch darauf hinzu-

weisen, dass die Erfahrungen der Zeitungen mit dem Redaktionsstatut nicht durchwegs positiv sind, auch nicht im Interesse der Redaktoren.

Im übrigen würde natürlich auch mit einem Redaktionsstatut nichts getan gegen Monopolstellungen. Monopolstellungen können wir nur – und ausschliesslich – mit Wettbewerb vermeiden, nicht mit Redaktionsstatuten.

Ich bitte Sie also, dem Antrag der Mehrheit zuzustimmen.

Frau Uchtenhagen, Berichterstatterin: Die Kommissionsmitglieder hatten, wie das häufig der Fall ist, viel Sympathie für die innere Medienfreiheit. Sie sprachen sich dafür aus, aber Sie haben den Antrag der Minderheit mit 13 zu 7 Stimmen abgelehnt. Ich muss Sie bitten, den Antrag ebenfalls abzulehnen. Die Idee der inneren Medienfreiheit wird indessen zum Teil wiederaufgenommen in einem Kommissionspostulat, das die rasche Verwirklichung des Zeugnisverweigerungsrechts fordert.

Vielleicht noch eine kurze Bemerkung zu Absatz 3 gemäss Antrag der Mehrheit; sie betrifft das Protokoll. Es werden zwei Bedingungen genannt: die repräsentative Trägerschaft und eine beratende Programmkommission. Diese beiden Bedingungen können sowohl alternativ wie kumulativ verlangt werden. Ich bitte Sie, der Mehrheit, d. h. dem Bundesrat zuzustimmen.

M. Frey Claude, rapporteur: Pour la minorité, emmenée par M. Stappung, à l'alinéa premier, il est impératif, pour le diffuseur, de dissocier de ses autres activités celles qui se rapportent aux programmes. La majorité estime que cette disposition est trop contraignante. C'est une solution trop rigide, Monsieur Stappung, notamment pour les petits diffuseurs! Et je vous le demande, Monsieur Stappung: protégez les petits, pensez aux petits diffuseurs qui pourraient se trouver en difficulté du fait de votre amendement à l'alinéa premier!

A l'alinéa 2, on traite de la charte rédactionnelle et nous observons que celle-ci a été largement rejetée dans la procédure de consultation et que, par conséquent, ce principe n'a pas été inscrit dans la présente loi. C'est une question plus générale qui concerne l'ensemble de la presse et c'est pourquoi la commission vous propose, par 13 voix contre 7, de rejeter la proposition de minorité de M. Stappung.

Bundesrat Ogi: Der Minderheitsantrag von Herrn Stappung beinhaltet einerseits den Zwang zur Trennung der Aktivitäten und zur Schaffung einer repräsentativen Trägerschaft, andererseits das umstrittene Redaktionsstatut.

Zum ersten: Mit starren Organisationsvorschriften – Herr Nebiker hat das bereits gesagt – werden ein kleines Lokalradio und ein internationaler Satellitenveranstalter auf die gleiche Stufe gestellt. Die sachlich erforderliche Flexibilität des bundesrätlichen Vorschlags ginge damit verloren, das wäre schade. Ich habe den Eindruck, dass sich auch dieser Antrag offensichtlich an der SRG orientiert. Im übrigen sprechen auch die ersten Erfahrungen mit der Rundfunkverordnung eindeutig gegen starre Organisationsvorschriften. In bezug auf die repräsentative Trägerschaft sind auch die Erfahrungen der Schweizerischen Trägervereinigung für Abonnementsfernsehern (STA) ziemlich ernüchternd. Zwangsgemeinschaften sind immer problematisch. Im besonderen Fall, insbesondere bei Alleinstellung eines Veranstalters, kann – das ist zuzugeben – eine Trägerschaft allerdings ausgleichend wirken. Aus der Kann-Formulierung ergibt sich, dass die Konzessionsbehörde entweder die Trägerschaft oder die Programmkommission oder auch beides zusammen verlangen kann.

Noch zur Forderung nach einem Redaktionsstatut: Herr Nationalrat Stappung hat bereits bei der Beratung des Bundesbeschlusses über den Satellitenrundfunk einen weitgehend identischen Minderheitsantrag eingereicht. Der Rat ist ihm im Oktober 1987 mit deutlicher Mehrheit nicht gefolgt. Die Gründe, die damals gegen die gesetzliche Verankerung des Redaktionsstatuts vorgebracht wurden, sind auch heute noch stichhaltig. Die im Pressebereich entwickelten Modelle lassen sich nicht einfach auf Radio und Fernsehen übertragen. Konflikte mit der konzessionsrechtlichen Verantwortung des Veranstalters wären dann unvermeidlich. Im übrigen ist zu beden-

ken, dass im Vernehmlassungsentwurf vom Juli 1986 eine Bestimmung über die innere Medienfreiheit zur Diskussion gestellt worden war. Diese wurde jedoch einmal mehr von einer deutlichen Mehrheit der Kantone und Parteien abgelehnt. Ich bitte Sie deshalb, den Antrag der Minderheit abzulehnen.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit	113 Stimmen
Für den Antrag der Minderheit	51 Stimmen

Abs. 4 – Al. 4

Präsident: Die Entscheidung zu Absatz 4 erfolgt mit der Abstimmung zu Artikel 57.

Art. 16

Antrag der Kommission

Abs. 1

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Abs. 2

.... können ausnahmsweise einen Anteil

Abs. 3

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Antrag Grendelmeier

Abs. 1

Die SRG erhält den Gesamtertrag der Empfangsgebühren, abzüglich den vom Departement festgelegten Anteil der PTT-Betriebe.

Abs. 2, 3

Streichen

Antrag Seiler Rolf

Abs. 2

Gemeinschaftsradios sowie ausnahmsweise lokale und regionale Veranstalter können einen Anteil am Ertrag der Empfangsgebühren erhalten, wenn

Antrag Thür

Abs. 2

Lokale und regionale Veranstalter, die vorwiegend aus Mitgliederbeiträgen finanziert werden, können einen Anteil

Abs. 2bis (neu)

Nichtkommerzielle sprachregionale oder nationale Veranstalter können einen Anteil am Ertrag der Empfangsgebühren erhalten, wenn sie in den Zielen und der Organisation mit der SRG vergleichbar sind und an ihrem Programm ein besonderes öffentliches Interesse besteht.

Art. 16

Proposition de la commission

Al. 1

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Al. 2

.... peut bénéficier exceptionnellement d'une quote-part

Al. 3

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Proposition Grendelmeier

Al. 1

La SSR reçoit le produit de la redevance de réception, moins les quotes-parts fixées par le département qui reviennent à l'Entreprise des PTT.

Al. 2, 3

Biffer

Proposition Seiler Rolf

Al. 2

Une radio communautaire ainsi qu'exceptionnellement un diffuseur local ou régional peuvent bénéficier d'une quote-part au produit de la redevance de réception, lorsque

Proposition Thür

Al. 2

Un diffuseur local ou régional, qui est financé à titre principal par des contributions de ses membres, peut bénéficier d'une quote-part

Al. 2bis (nouveau)

Des diffuseurs non commerciaux à l'échelon national ou de la région linguistique peuvent recevoir une partie de la redevance de réception s'ils sont comparables à la SSR en ce qui concerne les objectifs et l'organisation et s'ils répondent à un intérêt public particulier.

Frau Grendelmeier: Um gleich zu Beginn einmal mehr meine Interessen darzulegen – sie dürften zwar inzwischen bekannt sein –: Ich bin 17 Jahre in der Institution, über die wir heute reden, an der vordersten Front in der Programmarbeit gestanden; seit ich in diesem Rat bin, arbeite ich noch zu 50 Prozent in der Ausbildung. Man hat mir im Verlaufe dieser Debatte verschiedentlich zu verstehen gegeben, es sei ungehörig, mich überhaupt zum Wort zu melden. Wenn ich es trotzdem tue und mich nicht einer totalen Zurückhaltung befleissige, bitte ich um Nachsicht: Dem Vernehmen nach soll es Mitglieder dieses Rats geben, die sich bei anderer Gelegenheit in anderen Bereichen – nennen wir z. B. die Landwirtschaft, die Wasserwirtschaft, Weinwirtschaft usw. – durchaus nicht zurückhalten, ihre Interessen verteidigen und sogar mehrheitlich in der Kommission Einsatz nehmen, was ich nicht gemacht habe.

Der ursprüngliche Kampf, vermutlich Gevatter dieser Vorlage, beruht auf zwei fundamentalen Irrtümern. Es wurde bereits angedeutet, die Schlachtrufe hießen damals: Kampf dem bösen Monopol der noch böseren SRG und, damit verbunden, «Konkurrenz durch private Kommerzfernsehveranstalter hebt die Qualität des Programms».

Zum Irrtum Nummer 1, «Monopol SRG», folgendes: Man kann es nicht oft genug wiederholen, das Fernsehen der SRG ist längst kein Monopol mehr. Schon Anfang der siebziger Jahre konnte man in Grenzgebieten mehrere ausländische Stationen empfangen. Und inzwischen – nicht etwa durch irgendwelche Gesetze, sondern durch die normative Kraft des Faktischen, das heißt durch die Technik – können wir heute fast überall zwischen 10, ja 20 Programmen wählen, in einigen Gebieten sind es mehr. Und bald sollen es noch mehr werden.

Eine Horrorvision ist folgende Vorstellung: eines Tages – und in nicht allzu ferner Zeit – werden wir hundert Programme haben, die buchstäblich über unseren Köpfen – nämlich via Satellit – zusammenschlagen. Bei solch «schönen Fernsehansichten» wird tatsächlich der von Herrn Müller-Aargau zitierte Schinken zu einem Würstchen, oder anders gesagt, was wir hier diskutieren, ist der Schnee von gestern, oder, nochmals anders ausgedrückt, wir rennen offene bzw. ausgehängte Türen ein.

Das SRG-Monopol ist ein vielerorts gehätschelter Mythos geworden. Tatsache ist, das Fernsehen der SRG ist einem immensen internationalen Konkurrenzdruck ausgesetzt. Und zwar von multimedialen Medienkonzernen, die sich inzwischen zu einem Oligopol zusammengeschlossen haben oder angewachsen sind und die es jedem kleinen, hier so oft zitierten privaten Veranstalter in der Schweiz unmöglich würden, noch mitzuhalten.

Die Frage ist also nicht: SRG-Monopol versus private Kommerzveranstalter in der Schweiz, sondern viel eher und viel dringender: Wie wird es uns allen gelingen, eine nationale Identität herzustellen oder zu wahren und auch dem Verfassungsauftrag, der uns gegeben ist, nachzuleben? Hier liegt politischer Zündstoff und nicht im Monopol.

Zum Irrtum Nummer 2: «Qualitätsverbesserung dank Kommerzkonkurrenz». Die Qualität eines Apfels wird nicht verbessert, indem man statt dessen eine Birne serviert. Mit anderen Worten: Nur ein Wettbewerb zwischen Gleichartigem kann zu einer Qualitätsverbesserung führen, und das ist hier in keiner Weise gegeben. Die Zielsetzungen von öffentlich-rechtlichen und von kommerziellen Anstalten sind diametral entgegengesetzt.

Ziel der öffentlich-rechtlichen Anstalt ist das Programm, und dafür braucht sie Geld. Ziel der kommerziellen Anstalt ist der Verkauf von Produkten, und dafür braucht die kommerzielle Anstalt ein Programm. Hier dient also das Programm lediglich

als notwendiges Beiwerk zur Werbung. Also muss dieses Programm in allererster Linie unterhaltend sein – Frau Uchtenhagen hat darauf hingewiesen – und sollte auch keine allzu grossen Ansprüche an den Intellekt stellen. Vor allem aber – und das ist die Hauptsache – muss es höchstmögliche Einschaltquoten erzielen.

Wie soll sich nun unter diesen Umständen das Programm der öffentlich-rechtlichen Anstalt verbessern können? Das Gegen teil ist der Fall, das kann nicht oft genug wiederholt werden: Unter dem Druck der kommerziellen werden sich die öffentlich-rechtlichen Anstalten gegen unten anpassen müssen und nun auch – zur allerbesten Sendezeit – diese unsäglichen «Soap operas», Quizsendungen und «Small-talk-shows» senden, um überhaupt noch gesehen zu werden. Anspruchsvolle Sendungen rutschen schon heute immer tiefer in die Nacht hinein. Die Zuschauerzahlen werden zwangsläufig immer kleiner, womit dann messerscharf bewiesen sein wird, dass halt das dumme Publikum nur unterhalten werden will.

Aber wer kann es sich leisten, nachts um 23 Uhr noch aufzu bleiben, um eine Stunde lang ein anspruchsvolles Programm zu sehen? Diese Art von «Konkurrenz» erlaubt dem Zuschauer gerade noch die Wahl zwischen «Denver» und «Dynasty» oder «Schwarzwaldklinik». Wir werden innert kürzester Zeit amerikanische Verhältnisse haben, und das kann nicht unser Ziel sein.

Noch einmal: Kommerzielle Anstalten brauchen Programme, um Geld zu machen. Öffentlich-rechtliche Anstalten brauchen Geld, um Programme zu machen, womit wir beim Gebührensplitting angelangt wären.

Ich brauche Ihnen die äusserst vielfältigen Auflagen und Aufgaben im Programmauftrag der SRG nicht zu wiederholen; Sie kennen sie. Was Ihnen vielleicht etwas zuwenig bewusst ist: Es kommt nicht auf die Anzahl der Zuschauer an, wie hoch die Kosten für ein Programm ausfallen. Grob ausgedrückt ist es genau gleich teuer, ob Sie für 100 Leute, für 100 000, für 1 Million oder für 10 Millionen Menschen produzieren.

Wir aber haben insgesamt 6 Millionen Einwohner. Wir haben drei volle Programme in drei Sprachen und ein Teilprogramm in der vierten Landessprache. Kein anderes Land hat solche Auflagen. Wir haben somit an sich das anspruchsvollste und das teuerste Fernsehen der Welt. Die Krönung dürfte das italienischsprachige Fernsehen sein, ein Vollprogramm für ungefähr 200 000 Gebührenzahler. Das ist Luxus; aber das ist Luxus, den wir uns leisten können und den wir uns auch leisten wollen und müssen, wenn wir unseren politischen Auftrag, der auch in diesem Gesetz steht, erfüllen wollen. Hier können wir keine Abstriche mehr machen.

Deshalb bitte ich Sie, das unheimlich schmale Budget, das der SRG zur Verfügung steht, nicht nochmals zu schmälern, und wenn es nur 2 Prozent sind für andere Veranstalter. Nicht weil sie das nicht verdienen, sondern weil wir zu wenig Geld hätten, um unseren Auftrag zu erfüllen. Vor allem auch, weil andere Veranstalter die Auflagen, die die SRG hat, nicht haben. Es wäre unfair und politisch in höchstem Mass unklug, wenn man hier noch einmal beschneiden würde.

Ich bitte Sie dringend, dieses Gebührensplitting abzulehnen und der SRG die Möglichkeit zu geben, ihre Aufgaben zu erfüllen.

Damit hätte ich auch gleich – und komme der Frau Präsidentin entgegen – die Begründung für den Artikel 50 Absatz 2 geliefert. Auch da: Die SRG soll nicht auch noch Konzessionsgelder abgeben müssen. Die Begründung ist dieselbe: Wir haben eine vielfältige Aufgabe, und wir können es uns nicht leisten, auf Geld zu verzichten oder Geld abzugeben.

Ich bitte Sie deshalb, bei Artikel 16 den Schluss des ersten Absatzes und die Absätze 2 und 3 zu streichen.

Thür: Ich begründe meine beiden Anträge zu Artikel 16 Absatz 2 und Artikel 16 Absatz 2bis zusammen.

Mit dem ersten Antrag beabsichtige ich eine Einschränkung des Gebührensplittings für die Lokalradios, indem ich folgende Formulierung vorschlage: «Lokale und regionale Veranstalter, die vorwiegend aus Mitgliederbeiträgen finanziert werden, können einen Anteil am Ertrag der Empfangsgebühren erhalten....»

Vom Ansatz her verfolge ich das gleiche Ziel wie Herr Seiler Rolf. Er hat das im Zusammenhang mit seinem Konzept des Gemeinschaftsradios ausführlich dargelegt. Mir geht es in diesem Punkt ebenfalls darum, jene Radios, die nicht gewinnorientiert sind, bei diesem Gebührensplitting zu privilegieren, weil ich der Auffassung bin, dass nur jene, die nichtkommerziell ausgerichtet sind, überhaupt berücksichtigt werden sollen.

Nun stellt sich die Frage, wie diese Abgrenzung vollzogen werden kann bzw. wie der Begriff des nichtkommerziellen Radios umschrieben werden soll. Es sind verschiedene Einwände vorgebracht worden: dass die Zweiwegkommunikation und die Nichtgewinnorientierung keine tauglichen Kriterien seien. Ich schlage Ihnen deshalb eine andere Umschreibung vor, indem ich bei den Veranstaltern auf lokaler und regionaler Ebene darauf abstellen will, ob sie vorwiegend durch Mitgliederbeiträge finanziert werden. Die nichtkommerziellen Veranstalter zeichnen sich gerade dadurch aus, dass sie ihre Haupteinnahmen aus Mitgliederbeiträgen zusammenbringen.

Ich bitte Sie deshalb, meinem ersten Antrag in Artikel 16 Absatz 2 zu folgen.

Ich komme zu meinem zweiten Antrag, zu Artikel 16 Absatz 2bis: Dieses Gesetz beweckt allem voran die Etablierung von Konkurrenzverhältnissen im Bereich von Radio und Fernsehen. Gedacht hat man aber lediglich an eine Konkurrenz durch den Kommerz. Als ob nicht ausländische Beispiele bereits genügend vor Augen geführt hätten, dass kommerziisierte elektronische Medien und Fernsehen zu keiner Verbesserung der Information beitragen. Ich meine, die negativen Aspekte der Privatisierung überwiegen bei weitem die positiven. Von da her bin ich überzeugt davon, dass elektronische Medien im Sinne eines Service public zu organisieren wären. Anderseits teile ich aber die Auffassung, dass ein Wettbewerb der Ideen, eine publizistische Konkurrenz, der SRG gut täte und übrigens auch der Presse gut bekäme, die gerade in letzter Zeit zu grosser Monopolbildung tendiert. Eine solche Konkurrenz, bei der es nicht um einen gnadenlosen wirtschaftlichen Kampf ginge, käme auch der SRG zugute und könnte ihren publizistischen Freiraum erweitern.

Das vorliegende Gesetz geht von der stillschweigenden Voraussetzung aus, dass ein zweiter sprachregionaler oder nationaler Veranstalter notwendigerweise ein privater, eben ein kommerziellisierter sein werde, dass also ein möglicher Kurrent zur SRG sich nicht als Service public verstehen würde und damit weniger Rücksicht nehmen müsste auf Leistungsauftrag, Berücksichtigung von Minderheiten, Publikumsvertretung in der Organisation usw.

Nun könnte es aber durchaus sein, dass die Entwicklung anders verläuft, als es im Moment scheint. Es könnte sein, dass den Unternehmen angesichts des kleinen Schweizer Marktes und der entsprechenden bescheidenen Gewinnaussichten die Lust vergeht, ein zweites Schweizer Fernsehen zu machen. Es könnte sein, dass sich ein privatwirtschaftlicher Veranstalter lediglich für den Grossraum Zürich interessiert, weil es nur dort Profite zu realisieren gibt. Es kann also sein, dass der vierte Kanal ganz wesentlich von der Wirtschaftsmetropole Zürich geprägt werden wird und andere Regionen, insbesondere die Randregionen, aus Abschied und Traktanden fallen. Etwas pointiert könnte man sagen, die Aufteilung der Aufgaben zwischen der SRG und dem Kommerz, wie ihn dieses Gesetz hier vorschlägt, lässt sich auf folgenden einfachen Nenner bringen: Die SRG ist der Heimsender, wo die Identität oder vielleicht eher die Idylle der Schweiz gepflegt wird. Auf diesem Sender können wir dann die Idee der Schweiz, die ideale Schweiz, finden. Ganz anders auf dem vierten Kanal. Hier überlässt man es dem privaten Veranstalter, jene geographischen Gebiete zu bestreichen, wo ein Profit überhaupt drin liegt.

So gesehen, wäre dann der vierte Kanal durchaus ein interessantes Spiegelbild der realen Machtverhältnisse in diesem Land. Es würde sich dann zeigen, dass die Schweiz immer mehr vom Grossraum Zürich dominiert wird. Auf diesem Sender werden wir dann die reale Schweiz zur Kenntnis nehmen können.

Wenn dieser Fall eintrifft, schafft das vorliegende Gesetz eine

schwerwiegende Rechtsungleichheit, denn es schreibt das Gebührenmonopol auf sprachregionaler und nationaler Ebene ein für allemal der SRG zu, wie auch immer die Entwicklung verlaufen mag. Man macht damit die Etablierung eines öffentlichen – eines öffentlichen, ich betone das – Konkurrenzprogramms zur SRG schwer, wenn sogar unmöglich. Es leuchtet ein, dass es nicht sinnvoll ist, das unternehmerische Risiko, das jemand eingeht, der beispielsweise einen Business Channel betreibt, auf die Gebührenzahler abzuwälzen. Deshalb müssen die Voraussetzungen für eine Gebührenberechtigung klar umschrieben werden. Mein Antrag erfüllt diese Anforderungen, indem ein Leistungsauftrag verlangt wird, der mit jenem der SRG vergleichbar ist. Ich verweise in diesem Zusammenhang auf die einschlägigen Artikel 26 und 29, in welchen die Rahmenbedingungen für die SRG umschrieben sind. Nach meinem Vorschlag hätte auch ein solcher Veranstalter diese Rahmenbedingungen einzuhalten. Ich bin überzeugt davon, dass bei solchen Anforderungen ein Gebührensplitting für einen nationalen Veranstalter überhaupt nur dann in Frage kommt, wenn er einen Service public bietet und einem öffentlichen Interesse dient. Mein Antrag verhindert mit seiner Formulierung also eine Aushöhlung bzw. einen Missbrauch des Gebührensplittings durch kommerzielle Fernsehstationen.

Ich bitte Sie deshalb, diesem Antrag zuzustimmen.

Frau Diener: Ich möchte mich zum Antrag von Verena Grendelmeier äussern.

Für mich und auch für die grüne Fraktion ist es eine politische Grundsatzfrage, wieviel publizistische und kulturelle Vielfalt wir in unserem Lande möchten. Wenn wir eine Vielfalt bejahen, dann kommen wir nicht umhin zu erkennen, dass die Lokalradios in einer sehr schwierigen Situation sind. Beim Gebührensplitting geht es ja eigentlich auch nur um die Lokalradios. Es handelt sich nicht um ein generelles Gebührensplitting, sondern um ein teilweises. Das hat uns Herr Bundesrat Ogi zugesichert.

Rund ein Drittel der Lokalradios steckt in finanziellen Schwierigkeiten. Sie haben im Grunde genommen vier Finanzierungsmöglichkeiten. Sie könnten sich über Werbung, über Sponsoring, über Direktzahlungen oder eben über einen Teil der Gebühren ihre finanziellen Mittel beschaffen.

Wenn wir jetzt nur auf die Werbung zurückgehen, dann ist das eine grosse Ungerechtigkeit, werbeträchtig sind im Grunde genommen nur Agglomerationen und städtische Gebiete. Dünn besiedelte Gebiete oder Randgebiete haben einen schweren Nachteil. Ebenso befinden sich auch die nicht-kommerziellen Radios im Nachteil.

Wenn wir diese zwei Sachen abwägen – ich habe Ihnen gut zugehört, Frau Grendelmeier, ich verstehe auch Ihre Sorge um die SRG –, dann muss ich doch die Relationen festhalten. Es geht um eine Gebühr von 10 bis 12 Millionen Franken. Also es ist ein sehr kleines Stück des ganzen Einnahmekuchens der SRG. Wir haben auch die Zusicherung von unserem Bundesrat, dass diese Zuwendungen nicht auf Kosten der SRG gehen. Wir glauben also, dass die Solidarität mit den Randgebieten und den dünn besiedelten Gebieten etwas sehr Wichtiges ist, vor allem im Hinblick auf die publizistische Vielfalt, die wir als entscheidend betrachten. Die Kommission verwendet ja auch eine Kann-Formulierung. Es ist nicht so, dass es einen generellen Anspruch gibt, sondern die Lokalradios können ausnahmsweise, wenn der Bedarf ausgewiesen ist, von diesem Gebührensplitting Gebrauch machen.

Ich persönlich habe viel lieber eine restriktive Werbeordnung und dafür die Möglichkeit, über Gebühren solchen Radios unter die Arme zu greifen. Vielleicht müssen wir doch auch aufpassen, dass wir hier nicht eine «Lex SRG» machen, so wenig wie wir eine «Lex Ringier» machen möchten.

Die grüne Fraktion bittet darum, die Mehrheit zu unterstützen und den Antrag von Verena Grendelmeier abzulehnen.

Frau Bäumlin Ursula: Ich werde genau das Gegenteil von dem vorbringen, was meine Vorrednerin Ihnen gesagt hat. Ich bin nämlich Mitglied einer der kleinsten Minderheiten in der Schweiz, indem ich Fan des Zweiten Programms von Radio

DRS bin. Letzten Sonntag abend lag ich unter der Bettdecke, die Augen energiesparend geschlossen, Herr Bundesrat, und hörte eine Sendung über das Phänomen der gespaltenen Musik. Die Musik ist ja heutzutage, aber nicht erst heutzutage, in U- und E-Musik gespalten. Diese Sendung dauerte von acht Uhr abends bis um Mitternacht, stellen Sie sich das einmal vor! Das Gespräch der Fachleute in dieser Sendung hatte seine unbeschreiblichen Längen und ebenso seine unbeschreiblich phantastischen, erleuchtenden Dichten. Ich wurde jedenfalls nach den ersten zwei Sessionswochen, die mich angespannt und ausgelaugt hatten, im wahrsten Wortsinn erbaut, geistig und seelisch, und das ist doch wohl nichts anderes als die Erfüllung des Leistungsauftrages, wie er im Verfassungsartikel beschrieben ist. Ich erhielt vom Radio kulturelle Entfaltung und freie Meinungsbildung, und dies auf unterhaltsame Weise.

Das Zweite Programm DRS hat einen Marktanteil von unter einem Prozent. Obwohl das, in Ohrenzahlen ausgedrückt, weit mehr ist, als z. B. schweizerische Konzertsäle fassen könnten, ist diese qualitativ wertvolle Kulturleistung eben quantitativ eine extreme Minderheit, von der heute bis auf Frau Grendelmeier relativ wenig gesagt wurde. Dabei dient diese Minderheit, so klein sie ist, eben einer Hauptaufgabe der Gegenwart: dem zähen Widerstand gegen das Krebsübel Konsumismus. Das war übrigens Inhalt dieser Sendung, von der ich vorhin gesprochen habe. Denn der Konsumismus zerstört weit mehr als nur die sogenannte Volkskultur oder Randgruppenkultur oder was auch immer, sondern er zerstört im wahrsten Sinne die politische Kultur.

Um nochmals kurz auf die erwähnte Radiosendung zurückzukommen: Wie sollen sich die Massenkonsumenten gegen die überhandnehmende Berieselung und Einlullung mit U- und E-Musik wehren können, wenn die letzten aufklärenden Widerstände in den Medien wegen ungenügender Einschaltquoten herausfliegen, verschwinden? Genau diese Gefahr besteht und wird erhöht durch das Gebührensplitting, auch das moderate Gebührensplitting, das vom Bundesrat vorgeschlagen wurde, und auch durch das noch ein wenig moderatere Gebührensplitting der Kommission. In diesem empfindlichen Bereich des Minderheitenschutzes taugt einzig und allein das Gebührenmonopol der SRG.

Es wird in der Auseinandersetzung um lokale Medien und lokale Anstalten meistens vergessen, dass das Radio auch im Kampf um Einschaltquoten gegenüber dem Fernsehen steht. Genau deswegen ist mir die Kommissionsformulierung mit ihrer Ausnahmebestimmung so unerträglich, scheint sie mir so gefährlich. Den Letzten beissen immer die Hunde, wenn die Bewilligungsprozedur an undefinierte Ausnahmen geknüpft wird.

Sehr wahrscheinlich war das Wort «ausnahmsweise» gerade anders herum gemeint, nämlich einschränkend. Das kann sein, aber das ist reine Druckerschwärze auf Papier. Die lokalen und regionalen und besonders die nationalen Fernsehveranstalter sollen ihre Finanzbedürfnisse anders als über die SRG-Gebühren befriedigen. Gerade weil es um Marktanteile an Einschaltquoten geht, braucht es einen integralen Minderheitenschutz für die am meisten Gefährdeten – ich habe Ihnen ein Beispiel genannt, es ist für mich Radio DRS 2.

Ich bitte Sie, den Antrag von Frau Grendelmeier zu unterstützen.

M. Borel: Je voudrais vous encourager à soutenir la proposition de Mme Grendelmeier.

Lors des débats en commission, il était clair qu'il ne s'agissait pas d'amener la SSR à véritablement partager avec d'autres entreprises de médias le revenu de la redevance mais uniquement de concéder une petite part à des diffuseurs locaux ou régionaux. Le Conseil fédéral citait des chiffres de 2 à 3 pour cent.

J'ai pu souscrire à cette proposition, et ce d'autant plus que votre commission avait ajouté la précision que ce n'était qu'exceptionnellement qu'un diffuseur pouvait bénéficier d'une telle quote-part. Toutefois, entre-temps, des appétits se sont aiguisés. Certains ne parlent plus en pourcent mais en dizaines de pourcent. Je ne voudrais pas que le Conseil fédéral soit

perpétuellement sous la pression de demandes de quotes-parts de la redevance. Il est plus simple de renoncer à ce «splitting». Les diffuseurs locaux ou régionaux sont bien placés pour obtenir des aides financières de la part des pouvoirs locaux ou régionaux. Je ne voudrais pas mettre le doigt dans l'engrenage et aider ainsi ceux qui veulent déstabiliser financièrement la SSR.

Dans le contexte de cette loi, on a souvent évoqué le monopole de la SSR. Ce monopole n'existe plus, car la SSR est en rude concurrence avec les radios et télévisions étrangères qui disposent de moyens sans commune mesure avec les siens. Comme cette concurrence ira encore croissant, il est indispensable de donner à la SSR les moyens structurels et financiers pour faire face. Le service public mérite d'être défendu et soutenu car c'est sur lui essentiellement que nous pouvons compter si nous voulons maintenir une identité, une indépendance et une originalité suisses dans les domaines de l'information et de la culture.

Nous sommes nombreux dans ce pays à estimer que la SSR fournit d'excellentes prestations. Les émissions de radio et de télévision sont de qualité. Un peu de concurrence avec le secteur privé ne peut être que stimulant, mais nous ne pouvons pas nous payer le luxe de déstabiliser par plaisir ou par jeu une société indispensable à notre indépendance dans le secteur des médias.

Je vous invite donc à voter la proposition de Mme Grendelmeier, à refuser la proposition de M. Thür, en rappelant que les radios et télévisions locales peuvent obtenir des aides financières des pouvoirs locaux.

Grassi: Die Bestimmung von Artikel 16, wie sie aus den Kommissionsberatungen hervorgegangen ist, muss im Zusammenhang mit Artikel 19 betrachtet werden. Ich bin in der Kommission mit meinem Antrag auf Ablehnung des Gebührensplittings gemäss bundesräätlicher Vorlage, also dem gleichen Antrag, wie er jetzt von Frau Grendelmeier gestellt worden ist, mit einer Stimme Unterschied unterlegen. Dadurch sind der Kommissionsvorschlag mit dem Wort «ausnahmsweise» sowie die Einschränkung der Finanzhilfe in Artikel 19 auf den internationalen Bereich zustande gekommen. Aus diesem Grund habe ich ausdrücklich verzichtet, im Plenum den Antrag wieder zu stellen, aber auch, weil ich gerne zur Kenntnis genommen habe, dass der SRG zur Abgeltung der gemeinwirtschaftlichen Leistungen, welche sich aus dem besonders dichten Konzessionsauftrag ergeben, die Mittel auch weiterhin zur Verfügung stehen werden.

Die Zuteilung der Mittel an lokale und regionale Veranstalter ist für ganz spezielle Sonderfälle vorgesehen, wo das Versorgungsgebiet von der wirtschaftlichen Möglichkeit her dem lokalen Radio aus der Werbung nicht genügend Mittel zur Verfügung stellen kann. Es dürfen aber auf keinen Fall Mittel für eine verfehlte Radiopolitik privater Veranstalter abgezweigt werden, um diese zu sanieren. Es handelt sich also um einen reinen Solidaritätsbeitrag, der immerhin an die zehn Millionen Franken betragen kann.

Der Antrag Grendelmeier stört den mit Mühe erreichten Konsens. Die Anträge Thür sind dem Geist der vorgeschlagenen Regelung ebenfalls fremd. Es soll der Kreis der Empfänger nicht übermäßig erweitert werden, sondern wir wollen die vorhandenen Mittel konzentriert und rationell einsetzen, ohne die Gebühren übermäßig erhöhen zu müssen.

Ich bitte Sie daher, die Anträge Grendelmeier und Thür abzulehnen und der Fassung der Kommission zuzustimmen.

Nebiker: Beim Gebührensplitting geht es ums Geld, deshalb werden hier auch heftige Grabenkämpfe ausgefochten. Das war in der Kommission schon so.

Frau Grendelmeier will gar nichts davon wissen, und Herr Thür geht eigentlich weiter, er möchte noch weiter «splitten», eigentlich bis zu einer Parallel-SRG mit besonderen Aspekten. Ich glaube, dass der Kommissionsantrag etwa in der Mitte liegt, ein sehr begrenztes, sehr eingeschränktes Gebührensplitting nur für die Lokal- und Regionalsender in Randregionen, die sonst keine Existenzgrundlage hätten und wo die Bewohner auch die Möglichkeit haben sollten, neben der SRG ei-

nen andern Veranstalter zu hören. Wir denken dabei besonders an Berggebiete und an Randregionen.

Die andere Möglichkeit wäre gewesen, dass man diesen Sennern direkte Bundessubventionen gäbe. Dagegen haben wir uns bei Artikel 19 gewehrt. Es ist sicher richtiger, wenn man den ganzen Medienbereich durch Werbung mitfinanziert, etwa auch durch Sponsoring und Gebühren, nicht durch direkte Bundesbeiträge, d. h. Subventionen. Wir wollen ja kein staatliches Radio; deshalb wären allenfalls Beiträge über Gebührenanteile an solche Veranstalter in Randgebieten in begrenztem Umfang sicher gerechtfertigt.

Im übrigen, Frau Grendelmeier und diejenigen, die Frau Grendelmeier unterstützen: Ihre Anträge gehen eigentlich ins Leere. Mit diesem Gebührensplitting wird die SRG überhaupt nicht geschädigt oder in ihren Mitteln beschnitten. Sie müssen auch Artikel 25 lesen, wo es darum geht, wie die Gebühren berechnet werden. Dort heißt es deutlich, dass der Bundesrat die Empfangsgebühren festlegt unter Berücksichtigung des gesamten Finanzbedarfes der SRG, einschliesslich des Finanzbedarfes für das Zweite Programm, das ich auch hin und wieder geniesse. Zusätzlich muss bei diesen Gebühren auch der Finanzbedarf für Finanzierungsmöglichkeiten im Rahmen des Gebührensplittings, für andere lokale Veranstalter, berücksichtigt werden. Dieser Finanzbedarf wird also dazugezählt und nicht bei der SRG abgezogen.

Wenn man nach Frau Grendelmeier auf das Gebührensplitting verzichten würde, müssten die Empfangsgebühren analog nur auf das begrenzt werden, was der SRG zusteht. Das ist die Konsequenz daraus. Der SRG-Kuchen bleibt genau gleich gross, ob Sie diesem Artikel nach der Kommissionsfassung zustimmen oder nicht. Das geht auch aus dem Zusammenhang des Gesetzes ganz klar hervor.

Ich bitte Sie, der Kommission zuzustimmen.

Keller: Grundsätzliches zum Gebührensplitting: Wir dürfen festhalten, dass wir, indem wir diese Gebühren der SRG zuteilen, zugleich auch zwei wesentliche Grundsätze einhalten: Der eine ist die Einschränkung der Werbung, und der andere, bedeutend wichtigere, die Verpflichtung auf einen Leistungsauftrag, welcher uns wesentlich erscheint, weil wir doch wollen, dass die SRG jene nationale Klammerfunktion ausüben kann, die wir staatspolitisch als richtig erachten. Deswegen ist eine Einschränkung oder ein Abzweigen von Gebühren grundsätzlich nicht unproblematisch; es ist hier äusserste Zurückhaltung geboten, nicht zuletzt auch deswegen, weil es psychologisch eine obere Grenze gibt. Die Gebühren kann man nicht beliebig nach oben ausdehnen. Hier regen sich ja schon überall Widerstände, weil man sich sagt: Ausländische Programme kann man kostenlos konsumieren; warum also Gebühren bezahlen für die SRG? Von da her gesehen ist äusserste Einschränkung geboten, wenn man jemanden ausserhalb der SRG noch mit Gebühren begünstigen will. Persönlich stimme ich aber der vorgeschlagenen Lösung zu, weil sie eindeutig nur in dringlichen Ausnahmefällen spielt, und zwar an Orten, wo ein öffentliches Interesse gegeben ist. Damit ist im Grunde genommen auch gesagt, dass es sich um nicht-kommerzielle Unternehmungen handelt.

Damit komme ich auf den Antrag von Herrn Thür zu sprechen. Er möchte die Gebührenwürdigkeit noch weiter einschränken, indem er ein weiteres Kriterium einführt: Diese Lokalradios könnten nur dann unterstützt werden, wenn sie finanziell nicht zur Hauptsache von Werbeeinnahmen getragen sind. Hier muss man sich die Frage stellen: Was spricht eigentlich gegen die Bemühung eines lokalen oder regionalen Veranstalters, mit Werbeeinnahmen sein Unternehmen zu betreiben? Die Einschränkung, wie sie Herr Thür hier vornimmt, ist nicht gerechtfertigt.

Ich äussere mich auch noch ganz kurz zu seinem neuen Absatz 2bis. Wenn man diesem folgt, bedroht man die Existenz der SRG im Markt. Wenn man auch die sprachregionalen und nationalen Veranstalter auf diese Weise unterstützen will, sind bedeutende Mittel erforderlich, und diese Mittel muss man von der SRG abzweigen; ich habe schon einmal gesagt, die Gebühren lassen sich nicht beliebig nach oben anheben, denn es besteht eine psychologische Schranke.

Die Ablehnung dieses Antrags ist auch aus einem anderen Grund nötig: Herr Thür schlägt gewissermassen eine Konkurrenzierung der SRG mit sich selbst vor. Er will ein zweites Unternehmen, das in der Zielsetzung und in der Organisation gleich ist wie die bestehende SRG. Von da aus gesehen muss man sich schon fragen: Warum die bestehende SRG gewissermassen durch sich selbst schwächen, indem man ein paralleles Unternehmen schafft?

Ich bitte Sie, diese beiden Anträge abzulehnen.

Günter: Ich hätte mit der Bundesratsregelung gut leben können, aber ich kann mich auch mit der Kommissionsmehrheit einverstanden erklären. Zu meiner Interessenbindung: Ich habe in meiner Region mitgeholfen, ein Regionalradio, das Radio Berner Oberland, zu gründen. Es ist ein Kooperationsmodell mit der SRG, das zumindest bei den Hörern relativ gut Anklang findet. Unser Problem – es wurde schon erwähnt – ist die topographische Situation. Lokalradios in Rand- und Bergregionen sind eine sehr erfreuliche Entwicklung, weil sie in der Bevölkerung u. a. nicht nur Informationsbedürfnisse stillen, sondern auch die Möglichkeit des Einstieges in den Umgang mit elektronischen Medien vermitteln. Ich muss vielleicht den Leuten aus dem Raum Zürich in Erinnerung rufen, dass die elektronischen Medien eine hohe Sogwirkung ausüben. Das gilt etwas weniger für das Radio, das gilt aber sehr stark für das Fernsehen. Wenn Sie die Wirkung auf die Kinder beobachten, ist es ganz eindeutig so.

Die elektronischen Medien üben eine Sogwirkung aus, sie verstärken Zentrumsfunktionen und regionale wirtschaftliche Konzentrationen. Es ist daher wichtig, dass in den Randgebieten als Ausgleich etwas angeboten wird. Ich bin mir völlig bewusst, dass ein kleines Lokalradio nicht einen vollen Ausgleich schaffen kann; aber es ist eben doch ein ganz kleiner Schritt in die richtige Richtung, dass man auch im Bereich der elektronischen Medien etwas tut und nicht nur konsumiert. Ich bin überzeugt, dass dieser enge Kontakt auch die sehr starken Hörerbindungen der Lokalradios erklärt.

Als man das Lokalradiomodell eingeführt hat, hat man uns gesagt, man wolle damit auch das Gefälle an Information Stadt/Land, Berg/Tal ausgleichen. Wenn man es jetzt einfach weiterlaufen lässt, wie es bis jetzt gegangen ist, findet das nicht statt, sondern das Konzentrationsgefälle wird verstärkt. Es ist daher eine Korrektur nötig, die Rahmenbedingungen müssen etwas korrigiert werden; denn wir haben bei den lokalen Radios in den Rand- und Berggebieten nicht nur hohe technische Investitionen, sondern diese Gebiete sind gleichzeitig auch schlechte Werberegionen, was zusätzliche Probleme aufgibt. Wenn Sie in Bern, Zürich, Basel, Genf oder Lausanne ein Lokalradio betreiben wollen, dann stellen Sie einen Sender auf und erreichen sämtliche möglichen Zuhörer. Wenn wir mit Radio Berner Oberland mit einem kleinen Universum – so nennt man das – von 150 000 Leuten etwas Aehnliches machen wollen, so ist das viel komplizierter: Wir sind jetzt dabei, den achten Umsetzer aufzustellen. Sechs dieser Umsetzer müssen wir mit Mietleitungen der PTT anspeisen, die mit der Zeit sehr teuer werden. Hier, Herr Bundesrat, möchte ich eine Anregung machen: Wenn das Splittingmodell kommt, sollte als Kriterium stark gewichtet werden, wie viele Umsetzer ein Radio betreiben muss, um seine Leute zu erreichen, und wie viele Leitungen man dafür von den PTT mieten muss: das gibt ganz klare, harte Zahlen. Es wäre unser Wunsch, dass Sie dieses Kriterium mit hineinnehmen beim Entscheid, wer vom Splitting profitiert und wer wieviel bekommt. Eines der tauglichsten Kriterien, die man überhaupt haben kann, ist das Mass an technischer Unterstützung, die sinnvoll ist, um die Zielbevölkerung erreichen zu können.

Ich möchte klarstellen: Es geht nicht darum, programmliche Unterstützung zu geben. Das wäre falsch, dann könnten nämlich die Lokalradios ihre Funktion nicht mehr erfüllen. Es geht darum, dass man dort technische Infrastrukturhilfe leistet, wo diese aus geographischen Gründen nötig ist, z. B. in den Berg- und Randregionen. Ein taugliches Mass dafür wären die Leitungen, die von den PTT gemietet werden müssen (nur damit wir uns nicht falsch verstehen: nicht Leitungen, um die Lokalradios untereinander zu vernetzen, sondern die Mietleitun-

gen, die wir haben müssen, um unsere eigenen Umsetzer bedienen zu können). Denn wir müssen uns vor Augen halten: Wenn heute so viele Sender aufgestellt werden müssen, ist das wegen den PTT! Wir dürfen im Oberland nicht auf die hohen Berge. Es wäre kein Problem, alle Leute mit einem einzigen Sender zu erreichen, wenn wir z. B. auf dem Beatenberg einen Sender aufstellen könnten; dann kämen wir wahrscheinlich überall hin. Aber wir kämen wahrscheinlich auch bis in die Bundesrepublik Deutschland.

Daher müssen wir mit den Sendern hinunter in die Täler. Aber dann sollte man uns im technischen Bereich helfen, damit wir das können.

Frau Grendelmeier: Ich gehe hier um einen regionalen Ausgleich. Es geht darum, dass wir nicht noch mehr zentralisieren. Es geht darum, dass wir den Rand- und Bergregionen und ihrer Bevölkerung die Möglichkeit geben, auch im elektronischen Bereich, bei den elektronischen Medien etwas Fuss zu fassen, mitzumachen.

In diesem Sinne bitte ich Sie, der Kommission zuzustimmen.

Mühlemann: Frau Grendelmeier, Sie haben die eidgenössische Solidarität heraufbeschworen. Ich möchte Ihnen gerne zubilligen, dass Sie zu den 30 Prozent Schweizern gehören, die in den fünf Grossstädten wohnen. Es gibt aber 70 Prozent andere Menschen, die zum Teil in ländlichen Regionen ihr Eigendasein fristen. In diesen ländlichen Regionen sind nun seit einiger Zeit diese Lokalradiostationen situiert. Wenn Sie Glanz und Elend dieser Institutionen beschreiben wollen, werden Sie ein dankbares Stoffgebiet vorfinden. Ich lade Sie herzlich ein, sich einmal damit zu beschäftigen.

Selbstverständlich haben diese Lokalradios auch ein Programm, das nicht primär durch die Oekonomie bestimmt wird. Es sind sehr viele Idealisten, die hinter einem solchen Programm stehen:

Erstens gilt es, in diesen manchmal abgelegenen Regionen über Veranstaltungen zu informieren, und zwar zeitverzugslos, so dass diese Menschen ins Bild gesetzt werden.

Zweitens geht es darum, auch im lokalpolitischen Bereich so etwas wie eine Kultur zu fördern, die nicht allein durch die Printmedien aufrechterhalten werden kann.

Drittens geht es darum, ein Unterhaltungsprogramm zu bieten, das dem Menschen hilft, in seiner Freizeit etwas Vernünftiges zu tun und auch etwas Freude am Leben zu haben.

Dieses Programm wird von unzähligen Lokalradios durchgeführt. Aber die Schwierigkeit besteht darin, die nötige finanzielle Basis zu schaffen, um dieses Programm zu realisieren. Sie können natürlich schon sagen: Die Werbung ist ein Zaubermittel. Aber gehen Sie einmal in diese ländlichen Regionen, wo es noch unanständig ist, für etwas zu werben! Unsere ländlichen Zeitungen sind praktisch ausschliesslich angefüllt mit Stelleninseraten, denn man hält es für richtig, dass man zur guten Sache nichts sagt, sondern das als selbstverständlich hinnimmt. Also leben diese Lokalradios von der grossen nationalen Werbung – und nicht alle unsere grossen Firmen sind bereit, in entvölkerte Regionen zu investieren. Sie sind bereit, in grosse Agglomerationen zu investieren. Darum ist das Werbeaufkommen dieser Lokalradios relativ bescheiden.

Nun könnte man damit an und für sich überleben, wenn nicht der Aufbau der technischen Einrichtungen besonders kostspielig wäre. Hier liegt die grosse Krux beim Aufbau eines Lokalradios, wie das auch Herr Günter dargestellt hat.

Als wir seinerzeit in einem Mittellandkanton ein Lokalradio gründeten, glaubten wir aufgrund der Informationen der technischen Fachleute der PTT, es genüge, auf dem grössten Hügel eine Sendeantenne aufzubauen, und das ganze Kantonsgebiet wäre erschlossen. Weit gefehlt: Wir befinden uns in einer Moränenhügellandschaft mit unzähligen Funkschatten. Am Schluss müssen Sie anstatt einer Antenne deren fünf aufbauen! Das ist gar nicht so billig. Dementsprechend brauchen Sie ein Gebührensplitsplitting für die technische Infrastruktur. Dafür sind gewisse Anteile notwendig, besonders auch in Bergregionen. Darum ist es notwendig, dass von diesen neun oder zehn oder zwölf Millionen Franken etwas abgezweigt wird für diese technische Investition. Es ist wahrhaftig kein Landes-

unglück, wenn hier solidarisch mitgeholfen wird, dass ein solches Netz von Lokalradios weiter existieren kann.

Schlüssig und einfach: Das ist der Sündenfall Gebührensplitting. Ich darf Sie bitten, hier zuzustimmen. Glauben Sie nicht, dass die grossen Lokalradios in den Grossstädten dieses Gebührensplittings brauchen. Die haben den grossen Werbekuchen der grossen Firmen und leben davon. Dementsprechend gibt es hier ein Land-Stadt-Gefälle, das es zu bewältigen gilt.

Im übrigen ist es gar nicht so einfach, in diesen Lokalradiogebiets die geeigneten Leute zu finden. Es sind aber justement diese jungen Journalisten, die hier ausgebildet werden und dann folgerichtig weiterwandern in die Städte, zu den grossen und grösseren Lokalradios und auch zur SRG; sie bilden damit ein gewisses Rekrutierungsgebiet. Das ist auch eine Art von – ich sage das Wort nicht gerne, aber es ist so – Entwicklungshilfe. Ich möchte damit keine Gespenster an die Wand malen.

Aber die Formulierung der Kommissionsmehrheit ist wirklich rücksichtsvoll, indem man sagt: Wir wollen nur ausnahmsweise hier mithelfen. Nun können Sie sagen: Diese Finanzhilfe muss ja von den Kantonen und den Gemeinden erbracht werden. Bitte, die Praxis sieht anders aus: Canal 3 in Biel, wirklich ein wichtiges Radio auf einer Sprachgrenze, wurde vom Berner Grossen Rat bei der finanziellen Unterstützung überhaupt nicht berücksichtigt.

Eine grosse Ausnahme, Herr Borel, ist einmal mehr die Republik Neuenburg: Sie haben zwei Fernsehantennen, eine auf der Vue des Alpes und eine auf dem Mont Vully, und sie haben Unterstützung durch den Kanton mit 100 000 Franken im Jahr, mit je 30 000 Franken von den drei grossen Städten. Das gibt rund 200 000 Franken Unterstützung von kommunaler und von kantonaler behördlicher Seite. Wenn wir das in allen Kantonen hätten, dann bräuchten wir das Gebührensplitting nicht! Aber das politische Erfahrungsbild ist eben anders.

Ich bitte Sie, dem Antrag von Frau Grendelmeier nicht zuzustimmen und einmal mehr der Mehrheit der Kommission zu folgen.

Oehler: An sich habe ich Verständnis für die Ausführungen von Frau Grendelmeier, zumal sie ja darauf achten muss, dass der SRG die notwendigen Mittel zufließen. Ich glaube aber, dass wir die Rechnung ohne den Wirt machen, wenn wir heute derart grosszügig sind; man spricht von dem kleinen Betrag von 10 bis 12 Millionen, welche über das Gebührensplitting den Regional- und Lokalradios zufließen sollten. Wenn wir auf die vergangenen Jahre zurückblicken und uns die Gebührenpolitik der SRG – administriert oder ministriert durch den Bundesrat – nochmals vor Augen führen, dann wissen wir, dass die SRG in den vergangenen Jahren Millionen, Dutzende von Millionen Franken auf die hohe Kante legen konnte und beispielsweise einen Fonds in der Höhe von 100 Millionen anhäufte.

Wenn wir heute nun derart grosszügig mit diesem Gebührensplitting umgehen, dann ist das für mich bzw. für die SRG – deswegen die Frage an Herrn Bundesrat Ogi – hoffentlich kein Persilschein, um eine neue Gebühr für Radios lokaler und regionaler Provenienz einzuführen. Meines Erachtens ist das Gebührensplitting mindestens in der Fassung der Kommission absolut notwendig. Aber es darf doch letztlich nicht sein, dass der Bundesrat der SRG die Gelder zufließen lässt, die sie verlangt, im gleichen Zug von der SRG aber nicht verlangt, dass sie ein transparentes Finanzgebaren zeigt und dass sie die Riemen enger schnallt, so wie wir alle uns dies auf anderen Gebieten gewöhnt sind.

Ich möchte, dass Herr Bundesrat Ogi sich klar äussert, ob er längerfristig die Einführung einer Lokal- und Regionalgebühr anstrebt. Wenn dem so ist, sind wir einverstanden. Es kommt dazu, dass es einige Regionen in unserem Land gibt, die nicht von einem Lokalradio beglückt werden. Wenn ich an das Rheintal denke, haben wir einige Lokalradios, aber die kommen vom Ausland; das sind ausländische Sender. Selber haben wir nichts. Sie glauben doch nicht daran, dass wir jetzt noch die Lokalradios in Zürich, Bern oder anderswo finanzie-

ren helfen, nachdem wir auch sonst eine Randregion sind, die nicht immer auf der Sonnenseite liegt.

Bleiben wir in dieser Region: Wie steht es denn mit dem Radio Liechtenstein? Die Nachbarn in Liechtenstein bezahlen fein säuberlich alle Jahre soviel wie wir an die SRG. Sie werden, ohne dass ich die Station St. Gallen an die Wand zu drücken versuche, mehr oder weniger stiefmütterlich behandelt. Ich kann mir gut vorstellen, dass die Liechtensteiner aufgrund dieses Gebührensplittings, das wir heute hoffentlich beschliessen, bei Herrn Bundesrat Ogi bzw. bei der SRG vorsprechen und die Finanzierung ihres Lokal- und Regionalradios beantragen. Ich bin Herrn Bundesrat Ogi dankbar, wenn er sich auch hierzu äussert.

Die Fassung der Kommission ist meines Erachtens das Minimum, das wir heute beschliessen können.

Leuenberger-Solothurn: Am Anfang war bei diesem Gebührensplitting das Calancatal. Herr Bundesrat Schlumpf sagte mit seinem unwiderstehlichen Charme, es gebe ein entferntes Tal, das vielleicht eines Tages auch gerne ein Lokalradio hätte, dem aber die wirtschaftlichen Grundlagen fehlten. Es müsse doch eine Möglichkeit geben, dass die reichen Städte bereit wären, einige Franken aus ihrem Gebührenaufkommen dafür zu opfern. Es gab kaum einen, der in dieser Situation nicht bereit gewesen wäre zu sagen, das sei vernünftig, das sei schweizerisch, das habe man immer so gehalten mit jenen, die aus eigener Kraft nicht vorankommen können.

Inzwischen aber, nachdem der Anfang vorbei war, kam dann Herr Ernst Mühlmann. Er hat sich in der Kommission in seiner gewohnten freien, kreativen Art eines schönen Tages gefragt, wie das eigentlich sei mit EBC, ob man da nicht auch helfen könnte. Andere haben die Frage aufgeworfen, ob man eigentlich nicht auch den anderen nationalen Veranstalter – das heisst ja auf deutsch übersetzt immer: das Zweite Deutschschweizer Fernsehen – aus Gebührenteilen mitfinanzieren könne.

Die Formulierung des Bundesrates und der Kommissionsmehrheit hat noch einen Aspekt, von dem bisher nicht gesprochen worden ist. Es heisst dort nämlich: «Lokale und regionale Veranstalter» können Gebührenanteile erhalten. Man hat bisher nur von den Radios gesprochen. Ich denke, viele hier haben gewisse Sympathien für diese Idee, eben für das Calancatal. Aber zu den lokalen und regionalen Veranstaltern gehören auch Fernsehveranstalter, lokale und regionale. Und Fernsehern machen ist derzeit und noch auf absehbare Zeit sehr teuer. Wenn man einen lokalen oder regionalen Fernsehveranstalter einigermassen unterstützen will, dann reichen auf mittlere und lange Sicht diese 2 Prozent oder 10 Millionen Franken überhaupt nirgends hin.

Es wird daher, Herr Bundesrat Ogi, an Ihnen liegen – weil der Bundesrat ja die Kompetenz erhalten soll –, diesen Anteil festzulegen. An Ihnen liegt es, unmissverständlich klarzumachen, dass selbstverständlich die von Herrn Mühlmann aufgescheuchten Gespenster wieder auf den Estrich verpflanzt werden. Für die internationale Ebene wird da nie etwas zu holen sein, schon vom Gesetz her nicht. Für andere nationale Veranstalter ohnehin auch nicht, und Sie werden erklären müssen, dass derzeit kein Fernsehprojekt bekannt ist, bei dem der Bundesrat auch nur im entferntesten daran denkt, mit Gebührenanteilen zu helfen. Und Sie müssen uns vermutlich weiter klarmachen, dass es eben beim Calancatal bleibt und dass nicht plötzlich ganze Kantone daher kommen – im Jammern sind ja die Kantonesen sehr gut – und nachweisen, sie seien kurz vor dem Geltstag und sie brauchten dringend ein Radio und ohne Gebührenanteile ginge es nicht. Gegen kantonale Subventionen wird ja nichts einzuwenden sein, und in meinem Kanton habe ich auch mitgeholfen, einen Entwurf zu einem Gesetz zu schaffen, das gewisse Subventionierungen vorsieht.

Herr Nebiker hat drauflos bewiesen – es war mehr behauptet als bewiesen –, also drauflos behauptet, der Bundesrat würde dann auf die SRG-Gebühr noch einen Zuschlag aufbauen. Er hat jetzt deutlich gehört, wie sich das anhört, wenn Herr Oehler darüber spricht. Der Bundesrat muss doch sagen: Die Gebühren kann man nicht beliebig erhöhen. Es gibt Konsumentinnen und Konsumenten in diesem Land, die werden auf-

schreien, wenn man ihnen immer höhere Radio- und Fernsehgebühren auferlegt.

So hat ja der Bundesrat in den letzten Jahren immer wieder die Gebühren nicht einmal um die aufgelaufene Teuerung erhöht. Und neuerdings, da der Preisüberwacher keine Chance mehr hat, SRG-Generaldirektor zu werden, wird da ohnehin nichts drin liegen, denn der wird sich querlegen. Daher sind die bundesrätlichen Erklärungen wichtig; er muss hier erklären, «ausnahmsweise» nach Kommission heisse dann wirklich eben nur Calancatal – ich sage es zum dritten-, zum viertenmal. «Ausnahmsweise» kann wohl kaum Fernsehen heissen, es sei denn, irgendwo, irgendwann dürften einige «Videöler» alle Monate einmal drei bis fünf Minuten ein lustiges Fernsehlein machen; dann meinewegen. Aber mehr darf einfach nicht drin liegen.

Persönlich stimme ich dem Antrag von Frau Grendelmeier zu.

Hubacher: Der von der Mehrheit der Kommission angenommene Antrag war ein Versuch, den Ueberlegungen von Herrn Günter entgegenzukommen. Es ist uns aber klar, dass hier ein Risiko enthalten ist, und es fällt uns daher schwer, dem Antrag zuzustimmen, sofern nicht – wie jetzt Herr Leuenberger-Solothurn deutlich gesagt hat – klare Erklärungen von bundesrätlicher Seite vorliegen.

Herr Mühlemann hat gesagt, Lokalradios hätten eigentlich in den grösseren Agglomerationen keine Probleme, wenn ich ihn richtig verstanden habe. Herr Leuenberger-Solothurn hat dargelegt, es hätte mit dem Calancatal begonnen.

Wir sind in Basel in der vorteilhaften Situation, ein Lokalradio (Basilisk) zu kennen, das sich an sich gut eingebürgert hat. Es soll, so die Auffassung in der ganzen Schweiz, keinerlei Finanzprobleme haben. Das stimmt überhaupt nicht, denn inzwischen ist die süddeutsche Konkurrenz mit dem Schwarzwaldradio eingefahren, mit zehnmal stärkerer Senderfrequenz und entsprechend grösserem Einzugsgebiet für die Werbung. Hauptstandort ist auch die Agglomeration Basel; es operiert mit weitaus günstigeren Werbetarifansätzen, so dass unser Lokalradio genau gleich wie die SRG jetzt eine ganz knallharte Konkurrenz bekommen hat. Deswegen ist es schon wichtig, nicht nur zu wissen, wo der Anfang, sondern auch wo allenfalls das Ende bei diesem Gebührensplitting ist. Da müssen wir Klarheit haben, um entscheiden zu können.

Hess Peter: Das Votum von Herrn Leuenberger-Solothurn hat mich nun doch nach vorne gelockt. Ich mache mir keine Illusionen über den Umfang der Mittel, die zur Verfügung stehen. Es wäre aber ebenso verfehlt, die Bemühungen zur Schaffung von Regionalfernsehen *a priori* von diesem Gebührensplitting auszuschliessen.

Ich möchte nicht so weit gehen, dass ein nationaler Veranstalter gesamtschweizerisch unter diese Bestimmung fallen sollte. Wir sind jetzt ja erst daran, in Zusammenarbeit – ich betone: in Zusammenarbeit – mit der SRG ein Kooperationsmodell für Regionalfernsehen in der Schweiz aufzustellen. Und da gibt es natürlich auch Calancatal-Lösungen, da gibt es auch kleine Regionen. Ich möchte hier festhalten, dass wir heute diese Bemühungen nicht *a priori* ausschliessen sollten. Wir werden in Zukunft, wenn wir die regionalen Aspekte berücksichtigen wollen, im Finanzierungsbereich noch Lösungen finden müssen. Das öffentliche Interesse an diesen regionalen Fernsehbemühungen ist kundgetan.

Ich kann darauf hinweisen, dass wir zum Beispiel in der Zentralschweiz daran sind, in Zusammenarbeit mit allen betroffenen Kantonen etwas auf die Beine zu stellen. Ich weiss nicht, ob wir dann auch ein Gesuch stellen würden. Aber es geht nicht an, dass man schon heute apodiktisch sagt: Regionalfernsehen hat hier nichts zu suchen.

Frau Uchtenhagen, Berichterstatterin: Ich muss Sie enttäuschen, Herr Peter Hess: der Kommissionsentscheid ging ganz klar davon aus – ich bin verpflichtet worden, das zu sagen –, dass es sich um Radio und nicht um Fernsehen handelt. Sie müssen einen Zusammenarbeitsvertrag machen – diesen Weg haben wir geöffnet –, wenn Sie mit der SRG zusammen

Fernsehen machen wollen; aber sich auch noch an den Gebühren zu beteiligen, das würde die SRG kaputt machen.

Darf ich aber die Proportionen wieder ein bisschen herstellen? Der Mehrheit der Kommission war wirklich klar, wie wichtig die SRG für unser vielsprachiges, zergliedertes Land ist.

Frau Bäumlin und Frau Grendelmeier, wir haben sehr klar ausdiskutiert, was dieser Leistungsauftrag alles an Kultursendungen, an Minoritätssendungen, an politischen Sendungen, an Programmes de réflexion und was auch immer beinhaltet. Diese haben kleine Einschaltquoten; das wissen wir. Deswegen braucht es ja den Leistungsauftrag. Dazu kommt, dass die SRG nicht nur ein Kulturprogramm machen sollte, sondern sie muss das im Fernsehen in drei, im Radio in vier Sprachen machen.

Dabei macht sie grosse Anstrengungen über den Finanzausgleich. Die Gelder über die Gebühren kommen zu 73 Prozent aus der deutschen Schweiz. Sie gehen nur zu 42 Prozent in die deutschsprachige Region. 23 Prozent der Gebühren kommen aus der Romandie, und es werden 34 Prozent für die Romandie ausgegeben. In der italienischsprachigen Schweiz ist es noch viel krasser: Es kommen 4 Prozent der Gebühren aus dem Kanton Tessin, und es werden 23 Prozent der Gesamteinnahmen für das Tessin ausgegeben – das sind die grossen Leistungen. Wir brauchen eine funktionierende SRG, damit sie diese Klammerfunktion für die Schweiz ausüben kann.

Wieso Gebührensplitting? Erstens einmal, Frau Bäumlin: Die Kommission hat dieses enger definiert, nicht weiter. Wir hatten eine ganze Menge Anträge. Diese gingen von gar kein Splitting (wie der Antrag Grendelmeier) bis zu Gebührenanteil für privates Fernsehen wie EBC u. a. In einer ersten Abstimmung haben wir mit 13 zu 10 Stimmen klar eine engere Formulierung bevorzugt. In einer zweiten Abstimmung wurden der Antrag Grassi (gar keines) und der Antrag Bundesrat einander gegenübergestellt. Der Bundesrat hat mit einer Stimme Mehrheit gesiegt. Aber man hat dann wieder mit grossem Mehr «ausnahmsweise» aufgenommen.

Sie sehen die Tendenz der Kommission: Wir wollen nur «ausnahmsweise». Und ich bin beauftragt, das hier ganz klar zu sagen. Ich bin sogar beauftragt, Herrn Ogi zu bitten, das noch einmal klar zu sagen: Es sollen höchstens 2 Prozent der Gebühreneinnahmen der SRG für Lokalradios aufgewendet werden, und zwar wenn kein eigenes Finanzierungspotential da ist. Das heisst: Es handelt sich um Randregionen, abgelegene Gebiete; es sind Täler, Gebiete, wo es eben kein Werbeaufkommen gibt. Zusätzlich muss ein öffentliches Interesse gegeben sein. Wir haben also sehr viele Grenzen gesetzt, damit nicht einfach Geld zulasten der SRG verteilt werden kann. Sonst kann man die SRG auf diesem Wege kaputt machen.

Man kann hier der Mehrheit zustimmen, wenn der Bundesrat ganz klar erklärt, dass es «höchstens 2 Prozent» sein dürfen, und wenn er noch erklärt, für was. Wir müssen schon zur Kenntnis nehmen, dass es nicht nur die grossen Regionen gibt, in denen man ohne weiteres Radio machen kann, sondern dass es in der Schweiz sehr viele abgelegene Gebiete gibt, Minoritätsgemeinden, wo ein privates Radio gar nicht über Werbung finanziert werden kann.

Ich bitte Sie, hier der Mehrheit zuzustimmen und nicht Angst zu haben, dass die SRG ausgepowert wird. Wir werden dann eben ganz genau beobachten müssen, was der Bundesrat macht.

M. Frey Claude, rapporteur: Je m'exprimerai tout d'abord à propos de la proposition de Mme Grendelmeier et je reviendrai ensuite à celle de M. Thür.

La question soulevée ici par Mme Grendelmeier, celle du «splitting» de la taxe, a déjà été très discutée en séance de commission puisqu'une proposition de MM. Grassi, Keller et de votre serviteur allait exactement dans le même sens et faisait d'ailleurs usage des mêmes termes. Mais il était utile que la proposition soit à nouveau déposée parce que les interventions en plénum démontrent la nécessité d'une clarification sur ce que l'on veut exactement.

Comme on l'a déjà dit, la commission a refusé la proposition équivalente à celle de Mme Grendelmeier, par 13 voix contre 10. En revanche, nous avons pu trouver un compromis dans la

mesure où le terme «exceptionnellement» permet un usage très restrictif de cette taxe. Il faut préciser que l'usage restrictif est déjà visé dans le message du Conseil fédéral, lorsqu'il précise: «On pense ici notamment aux régions périphériques de montagne».

Par conséquent, à la question posée par M. Hess, en ce qui concerne les télévisions locales, on doit répondre que si le texte ne l'exclut pas, l'esprit de la loi l'exclut. Nous souhaitons que le Conseil fédéral s'exprime clairement à ce sujet. En effet, si le splitting implique aussi le financement de télévisions privées, les vannes sont grandes ouvertes. Le marché est restreint pour une télévision de toute façon très coûteuse. Faire une télévision pour 10 000 personnes ou pour 100 millions de personnes, cela n'est pas très différent. La télévision locale ne peut pas être du bricolage. Les sommes qu'elle nécessite sont énormes. Par conséquent, si vous voulez compenser le manque de marché par le splitting de la taxe, nous faisons fausse route et nous allons vers des augmentations drastiques de la taxe, accompagnées simultanément de baisses des moyens accordés aux services publics, ce que nous ne pourrions pas approuver.

Monsieur le Conseiller fédéral, vous aurez donc une tâche difficile, celle d'éviter le dérapage dans le saupoudrage. Mme Grendelmeier a indiqué un certain nombre de raisons contre le splitting. On aurait pu y ajouter le fédéralisme. Il aurait été plus normal que les cantons et les communes proches des radios locales se chargent de ce financement.

Je n'y reviens pas, parce que le compromis formulé par M. Paul Wyss en séance de commission, l'octroi à titre exceptionnel, permet une solution acceptable. Mais l'exceptionnel peut se chiffrer. C'est au maximum 2 pour cent, donc 10 à 12 millions.

En réponse à M. Oehler, je souligne qu'il faut éviter qu'une taxe pour les radios locales soit perçue, car nous serions dans la plus grande des confusions. Que représente la taxe? C'est la contrepartie d'un cahier des charges particulièrement contraignant pour le service public. Si la taxe est redistribuée à tous ceux qui n'ont pas un cahier des charges contraignant, les autres diffuseurs n'ont ni le mandat ni les obligations du service public. On est d'ailleurs – les articles suivants le confirment – dans des dispositions potestatives, alors que pour le service public on est dans le droit impératif. C'est pourquoi nous devons absolument éviter la confusion en ce qui concerne la taxe. C'est elle qui permet justement d'exiger du service public l'esprit de qualité nécessaire à assumer son cahier des charges très contraignant.

En conclusion, Monsieur le Conseiller fédéral, nous souhaitons vivement que vous puissiez rassurer M. Borel qui parlait de dizaines de pour cent, car nous ne sommes pas du tout dans cet ordre de grandeur. Parce qu'il faut être très restrictif dans la distribution de la taxe, nous vous demandons également de rejeter la proposition de M. Thür, à l'article 16, alinéa 2. Enfin, en ce qui concerne la proposition de M. Thür, à l'article 16, alinéa 2bis nouveau, nous constatons que notre collègue ignore ce qu'est le service public. Quand il peut imaginer que des diffuseurs non commerciaux, à l'échelon national ou de la région linguistique, pourraient recevoir une partie de la redevance de réception s'ils sont comparables à la SSR en ce qui concerne les objectifs et l'organisation et s'ils répondent à un intérêt public particulier, c'est qu'il oublie ce que signifie le Chapitre 3, Section 1, SSR, articles 26 et suivants. C'est oublier qu'à l'article 26 la concession que nous avons modifiée oblige même à favoriser le financement du cinéma suisse. Cette obligation se chiffre par des millions et nous l'avons inscrite. C'est oublier l'article 27 qui cite les programmes offerts dans chaque région linguistique. C'est oublier l'article 28 qui parle de la couverture du territoire national et sur lequel nous reviendrons tout à l'heure. Encore une fois, c'est oublier qu'il ne peut pas y avoir des services publics parallèles en Suisse. Nous ne pouvons nous comparer, par exemple, à l'Angleterre, que ce soit dans le bassin démographique ou sur le marché de la publicité. C'est pourquoi nous vous prions également de refuser l'article 16, alinéa 2bis nouveau présenté par M. Thür. Dans cet esprit, nous accepterons la proposition de la majorité qui est un compromis méritant la clarification suivante: l'usage

de ce compromis doit être restrictif, la répartition à d'autres diffuseurs que le service public doit être faite à titre tout à fait exceptionnel.

Bundesrat Ogi: Hier geht es um Geld, und deshalb kommt es auch zu dieser ausgedehnten Diskussion.

Auf Vorschlag von Herrn Nationalrat Salvioni hat die Kommission im Absatz 2 das Wort «ausnahmsweise» eingefügt. Herr Nationalrat Salvioni kommt ja aus der Nähe des Calancatal, und ich darf wohl annehmen, dass er die Verhältnisse dort kennt und deshalb das Wort «ausnahmsweise» eingefügt hat. Ich nehme an, die Kommission hat dann auch aus Sorge um die SRG diesem Antrag Folge geleistet und ihn angenommen. Wenn Sie das Splitting bewilligen, dann geht es um eine bescheidene Gebührenerhöhung in der Grössenordnung von etwa zwei Prozent. Das würde pro Monat ungefähr 50 Rappen ausmachen. Ich glaube, diese 50 Rappen sind nicht der Rede wert. Rechtlich abgesichert ist dieses Konzept in Artikel 55, der den Bundesrat auch verpflichtet, bei der Festsetzung der Empfangsgebühr den Finanzbedarf von SRG und PTT sowie den Bedarf für das Gebührensplitting zu berücksichtigen.

Es ist auch zu beachten, dass lokale und regionale Veranstalter keinen Rechtsanspruch auf Gebührenanteile geltend machen können. Das Gebührensplitting ist im Sinne einer Restfinanzierung zu verstehen. Darauf lege ich Wert und sage das auch an die Adresse von Herrn Hubacher: Erst wenn alle anderen Finanzierungsmöglichkeiten ausgeschöpft sind, kann es ausnahmsweise zum Zuge kommen. Zusätzlich muss das Erfordernis des besonderen öffentlichen Interesses erfüllt sein. Das bedeutet, dass ein Veranstalter im besonderen Mass geeignet sein muss, den Leistungsauftrag gemäss Artikel 20 zu erfüllen. Dabei geht es in erster Linie um Lokalradios in Rand- und Berggebieten, die als Empfänger hier in Frage kommen könnten.

Fernsehen, Sie wissen es, ist um ein Vielfaches teurer als Radio und dürfte in diesem Zusammenhang nur eine untergeordnete Rolle spielen. Hier muss ich einfach sagen: juristisch gesehen ist das Fernsehen nicht ausgeschlossen. Eine Unterstützung für das Fernsehen im Calancatal wäre grundsätzlich möglich. Aber ich kann Ihnen sagen, dass wir in der Praxis sehr zurückhaltend sein werden.

Zurückhaltung wird aufgrund der Diskussion, wie sie jetzt gelaufen ist, sicher der beste Ratgeber sein. Aber ich muss Ihnen auch sagen, die Zuteilung wird wohl schwierig werden, und wir müssen das in der Verordnung dann auch klar regeln. Aber bitte, es geht um 50 Rappen, es geht um zwei Prozent und nicht mehr. Ich möchte Sie aus regionalpolitischen Überlegungen, aber auch als einen Akt der Solidarität gegenüber den Rand- und Berggebieten bitten, diesem Gebührensplitting zuzustimmen.

Den Antrag von Nationalrat Thür möchte ich Sie ebenfalls, wie die Kommissionsmehrheit, bitten, abzulehnen. Zentraler Gedanke des Gebührensplittings ist es, journalistische Leistungen in finanzschwächeren Randregionen zu unterstützen. Programmatische Aspekte stehen also im Vordergrund. Der Art und Weise, wie sich der betreffende Veranstalter zur Haupsache finanziert, darf in diesem Zusammenhang nur eine untergeordnete Bedeutung zukommen. Daher scheint es mir nicht angebracht, den Kreis der potentiellen Gebührenbezüger schon aufgrund ihrer Finanzierungsart *a priori* einzuschränken.

Ich möchte Sie deshalb bitten, der Fassung des Bundesrates zuzustimmen, weil sie hier flexibler und offener ist.

Ich möchte auch bitten, den zweiten Antrag von Herrn Nationalrat Thür abzulehnen. Herr Thür möchte das Gebührensplitting auf die nationale und sprachregionale Ebene ausdehnen. Der Bundesrat ist damit nicht einverstanden. Dieser Antrag weicht vom Ihnen jetzt bekannten Dreiebenenmodell ab. Dieser sieht eine Sonderstellung der SRG auf der zweiten Ebene – wie Sie ja wissen – als Gegenleistung für ihren umfassenden Leistungsauftrag vor. Diesen Leistungsauftrag kann die SRG ganz gut selber erfüllen. Es wäre nicht sinnvoll, die Ressourcen weiter aufzuteilen. Eine zusätzliche Gebührenerhöhung wäre, wie wir das jetzt auch zur Kenntnis nehmen könnten, sehr unpopulär.

Ich darf Herrn Nationalrat Oehler sagen, dass zurzeit keine Gebührenerhöhung mit Blick auf regionale oder lokale Bedürfnisse zur Diskussion steht. Auf Jahrzehnte hinaus kann ich das natürlich nicht versprechen.

In bezug auf Liechtenstein ist zu sagen, dass potentielle liechtensteinische Veranstalter nicht dem schweizerischen Gesetz unterstehen. Sie haben deshalb auch keinerlei Ansprüche auf Gebührenanteile. Ich darf aber sagen, dass Liechtenstein die Kosten der PTT für die Verbreitung der SRG-Programme abgilt, dies gemäss dem Postvertrag zwischen der Schweiz und Liechtenstein.

Projekte, wie Sie sie angesprochen haben, Herr Oehler, sind uns nicht bekannt. Deshalb kann ich Ihre Frage auch nicht beantworten. Wir werden aufgrund Ihrer Bemerkung sehr aufmerksam sein und die Entwicklung verfolgen.

Abs. 1, 2, 3 – Al. 1, 2, 3

Abstimmung – Vote

Für den Antrag Thür	Minderheit
Für den Antrag der Kommission	offensichtliche Mehrheit

Für die Anträge Grendelmeier	Minderheit
Für den Antrag der Kommission	offensichtliche Mehrheit

Präsident: Der Antrag Seiler Rolf ist erledigt aufgrund der Abstimmung zu Artikel 10 Absatz 3 (neu).

Abs. 2bis (neu) – Al. 2bis (nouveau)

Abstimmung – Vote

Für den Antrag Thür	Minderheit
Dagegen	offensichtliche Mehrheit

Art. 17

Antrag der Kommission

Mehrheit

Abs. 1

.... nicht mitwirken; der Bundesrat kann für lokale und regionale Veranstalter Ausnahmen vorsehen.

Abs. 2

In sich geschlossene Sendungen bzw. Sendeteile dürfen nicht

Abs. 3

.... Presse, sowie die internationalen Werberegelungen.

Abs. 4

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Abs. 5

Der Bundesrat kann zum Schutz der Jugend und aus gesundheitspolitischen Gründen Werbeverbote erlassen. Bezahlte religiöse und politische Werbung ist verboten.

Minderheit I

(Fischer-Hägglingen, Cincera, Coutau, Frey Walter, Grassi, Nebiker, Reich)

Abs. 2

Streichen

Abs. 3

.... Werbezeit und die Programmunterbrechung durch die Werbung. Er berücksichtigt der Presse, sowie die internationalen Werberegelungen.

Abs. 4

Der Bundesrat kann:

a.

b.

Minderheit II

(Borel, Diener, Hubacher, Leuenberger-Solothurn, Stappung)

Abs. 1

.... erkennbar und in Blöcken zusammengefasst sein. Ständige Programm-Mitarbeiter

(Rest wie Mehrheit)

Minderheit III

(Sager)

Abs. 1

Für die Regelung der Werbung gelten die Bestimmungen der Europaratskonvention über grenzüberschreitenden Rundfunk.

Abs. 2

Der Bundesrat kann unter Berücksichtigung von Aufgabe und Stellung anderer Kommunikationsmittel, vor allem der Presse, weitere einschränkende Verordnungen erlassen.

Abs. 3 – 5

Streichen

Minderheit IV

(Diener, Leuenberger-Solothurn, Müller-Aargau, Stamm)

Abs. 5

Bezahlte religiöse und politische Werbung ist verboten; ebenso Werbung für alkoholische Getränke, Tabak und Heilmittel. Der Bundesrat kann aus gesundheitspolitischen Gründen sowie zum Schutz der Umwelt weitere Werbeverbote erlassen.

Antrag Bundi

Abs. 5

1. Satz

Gemäss Antrag der Minderheit IV

2. Satz

Der Bundesrat kann zum Schutze der Jugend und der Umwelt sowie aus gesundheitlichen Gründen weitere Werbeverbote erlassen.

Antrag Zwygart

Abs. 5

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Antrag Haller

Abs. 5

1. Satz (neu)

Werbung, die die Würde des Menschen verletzt, insbesondere rassistische und sexistische Werbung, ist untersagt.

(Der erste Satz der Anträge wird zu Satz zwei, Satz zwei wird zu Satz drei)

Art. 17

Proposition de la commission

Majorité

Al. 1

.... qu'il transmet. Le Conseil fédéral peut prévoir des exceptions pour des diffuseurs locaux et régionaux.

Al. 2

.... d'une émission ou d'une partie d'émission par de la publicité.

Al. 3

.... de la presse ainsi que des règles internationales relatives à la publicité.

Al. 4

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Al. 5

Le Conseil fédéral peut interdire d'autres messages publicitaires aux fins de protéger la jeunesse ou la santé publique. La propagande payante de nature religieuse ou politique est prohibée.

Minorité I

(Fischer-Hägglingen, Cincera, Coutau, Frey Walter, Grassi, Nebiker, Reich)

Al. 2

Biffer

Al. 3

.... de la publicité ainsi que les interruptions de programmes par la publicité. Il tient compte de la mission et de la situation des autres moyens de communication ainsi que des règles internationales relatives à la publicité.

Al. 4

Le Conseil fédéral peut:

a.
b.

Minorité II

(Borel, Diener, Hubacher, Leuenberger-Soleure, Stappung)

Al. 1

.... du programme, clairement reconnaissable comme telle et regroupée en blocs. Il est interdit
(suite selon la majorité)

Minorité III

(Sager)

Al. 1

La Convention européenne sur la télévision transfrontières s'applique à la réglementation de la publicité.

Al. 2

Le Conseil fédéral peut édicter d'autres ordonnances limitatives. Ce faisant, il tient compte de la mission et de la situation des autres moyens de communication, avant tout de la presse.

Al. 3 – 5

Biffer

Minorité IV

(Diener, Leuenberger-Soleure, Müller-Argovie, Stamm)

Al. 5

La propagande religieuse ou politique payante est prohibée; il en va de même de la publicité pour les boissons alcoolisées, le tabac et les médicaments. Le Conseil fédéral peut interdire d'autres messages publicitaires aux fins de protéger la santé publique et l'environnement.

Proposition Bundi

Al. 5

1re phrase

Selon la minorité IV

2e phrase

Le Conseil fédéral peut interdire d'autres messages publicitaires aux fins de protéger la jeunesse et l'environnement ainsi que pour des raisons de santé publique.

Proposition Zwygart

Al. 5

Adhérer au projet du Conseil fédéral

Proposition Haller

Al. 5

1ere phrase (nouveau)

La publicité qui blesse la dignité de l'être humain, en particulier celle de caractère raciste et sexiste, est prohibée.

(La première phrase de l'une des versions en présence devient la deuxième, la deuxième phrase devient la troisième)

Fischer-Hägglingen, Sprecher der Minderheit I: Wir haben während dieser Debatte schon verschiedentlich den Satz gehört, die Radio- und Fernsehwellen seien an keine Grenzen gebunden. Unsere nationalen Radio- und Fernsehstationen stehen immer stärker in einer internationalen Konkurrenz. Die technischen Möglichkeiten für die Übertragung von Programmen werden immer grösser, und wir stehen mitten in einer Entwicklung, deren Ende wir nicht abzusehen vermögen. Die Medienlandschaft wird einer ständigen Veränderung ausgesetzt sein. Neue Formen der Übertragung, des Empfangs und der Gestaltung von Programmen werden auf uns zukommen. Diese Entwicklungen können wir mit gesetzlichen Bestimmungen nicht unterbinden, höchstens kanalieren. Darum müsste es eigentlich unser Bemühen sein, eine offene Gesetzgebung zu gestalten, die Platz für zukünftige Entwicklungen lässt. Für mich ist die ganze Radio- und Fernsehgesetzgebung etwas zu stark von der Vergangenheit geprägt, zu stark ist das Bemühen, den Ist-Zustand zu zementieren.

Dies gilt auch für das Kapitel Werbung. Wir sollten unsere Vorschriften wenigstens so gestalten, dass sie mit den Gesetzgebungen und Konventionen im europäischen Raum einigermassen übereinstimmen. Wir kennen die Konvention des Europarats, und wir kennen seit gestern die Richtlinien der EG.

Die Werbebeschränkungen gehen in beiden Erlassen nicht so weit wie in unserem Gesetzesentwurf. Die Werbezeiten sind in den EG-Richtlinien sehr grosszügig geregelt. Unsere nationalen Programme stehen in einem starken Konkurrenzkampf zu den Programmen unserer Nachbarstaaten. Zuschauerstatistiken zeigen z. B., dass immer mehr Schweizer ausländische Programme konsumieren. Dies hat natürlich auch seine Auswirkungen für die Vergabe der Werbebudgets.

Die schweizerischen Veranstalter sollten im Konkurrenzkampf gleich lange Spässer haben wie ausländische Veranstalter. Mit restriktiven Bestimmungen treffen wir nur die schweizerischen Veranstalter und nicht die ausländischen. Je restriktiver die Beschränkungen für Schweizer sind, um so grösser die Chance für die ausländischen Veranstalter, dass Werbeaufträge an Ausländer gehen. Je weniger Geld aber schweizerischen Veranstaltern zur Verfügung steht, um so weniger gross sind die Möglichkeiten im Programmreich. Wir müssen uns deshalb bemühen, unsere Werbevorschriften ungefähr gleich zu gestalten wie im übrigen Europa. Es nützt wenig, schöne Vorschriften zu erlassen und so die finanzielle Basis schweizerischer Veranstalter zu schmälern.

Ich will mit meinem Antrag keine amerikanischen Verhältnisse, sondern ich will, dass wir kein absolutes Programmunterbrechungsverbot in das Gesetz verankern. Es gibt Sendungen und Programme, wo das Unterbrechungsverbot angebracht und sinnvoll ist. Es gibt aber auch Programme, wo solche Unterbrechungen nicht stören würden. Weil aber ein Gesetz nicht jedes Detail und nicht alle Kriterien für ein Unterbrechungsverbot regeln kann, möchte die Minderheit der Kommission dies dem Bundesrat überlassen. Der Bundesrat soll deshalb in einer Verordnung oder aber in einer Konzession festlegen, ob und, wenn ja, wo und wie eine Unterbrechung möglich ist.

Dies wäre auch die richtige Rechtsetzungsstufe. Die Unterbrechung könnte so individuell für das einzelne Medium, für die einzelnen Programme und Sendungen geregelt werden. Die Vorschriften könnten jeweils auch rasch an die neuen Gegebenheiten angepasst werden. Die EG-Richtlinien enthalten für gewisse Programme Unterbrechungsverbote. In gewissen Sendungen sind sie mit entsprechenden Auflagen gestattet. Ich betrachte dies als einen Weg, den wir auch in der Schweiz beschreiten sollten, wobei ich eher für eine restriktivere Ordnung wäre als zum Beispiel in der EG-Vorlage. Unterbrechung bedeutet nicht *a priori* schlechtere Programme, ganz im Gegenteil.

Die negativen Auswirkungen eines Unterbrechungsverbotes können wir aus der Programmgestaltung ersehen. Die Werbung wird bekanntlich in zuschauerstarken Zeiten ausgestrahlt, und weil wir keine Sendungen unterbrechen dürfen, passiert es doch immer mehr, dass wir zu günstigen Sendezeiten nur noch Seriesendungen zu sehen bekommen, die ungefähr eine Stunde oder etwas mehr dauern; auch die politischen und kulturellen Sendungen dürfen meistens eine Stunde nicht überschreiten, weil dann wieder ein Werbeblock kommt.

Auf der Strecke bleibt bei dieser Regelung der Spielfilm. Dieser wird auf die Zeit um Mitternacht verbannt, und gerade beim Spielfilm könnte man doch eine Unterbrechung vornehmen. Im Kino gibt es eine Pause mit Werbung – und das wäre auch im Fernsehen möglich. Wenn wir dieses Werbeverbot in der Absolutheit, wie das vorgesehen ist, aufrechterhalten, wird es der gute Spielfilm schwer haben, im Fernsehen überhaupt noch zu einer günstigen Zeit gesendet werden zu können. Unser Leistungsauftrag verlangt doch, dass wir auch den guten Spielfilm zu einer Zeit senden, wo die Leute noch am Fernsehschirm sitzen. Heute ist es aber so, dass wir in diesen Zeiten Sendungen wie «Dallas» oder «Schwarzwaldklinik» über den Sender flimmern lassen; der Film wird dann um 23 oder 24 Uhr, wo die meisten von uns bereits im Bett sind, über den Aether gehen. Dies ist z. B. eine Auswirkung eines absoluten Verbots der Unterbrechung durch Werbung.

Darum bitte ich Sie, dem Antrag der Minderheit zuzustimmen. Es geht nicht darum, dass wir der Unterbrechung von Programmen Tür und Tor öffnen, sondern darum, dass wir diese Kompetenz dem Bundesrat übertragen und dass er sie in der

Konzession oder in einer Verordnung regelt und dort festlegt, wo Unterbrechungen zulässig sind und wo ein striktes Unterbrechungsverbot angebracht ist. Das ist der Weg, den wir wählen müssen.

Ich bitte Sie, der Minderheit I zuzustimmen.

M. Borel, porte-parole de la minorité II: la proposition de la minorité que je représente ici va exactement dans le sens inverse de la proposition de la minorité Fischer. Vous connaissez tous le principe des blocs publicitaires que pratiquent nos télévisions nationales. C'est ce principe-là que nous voulons maintenir. Nous savons qu'une émission peut être scindée. Je citerai l'exemple d'une émission d'information qui commencerait par un petit dossier filmé, continuerait par un commentaire journalistique et, enfin, un débat entre deux ou plusieurs personnes, voire même des appels téléphoniques de téléspectateurs. Si l'on ne maintient pas le principe des blocs, on pourrait concevoir une émission de la manière suivante: un dossier, un petit spot, ensuite un commentaire du journaliste, un autre petit spot, puis un second commentaire journalistique, un deuxième petit spot, puis le débat et encore un petit spot et enfin, entre les appels téléphoniques, de temps en temps, un petit spot! Il faut éviter cela. On m'a dit que c'était dans les intentions du Conseil fédéral, que c'était implicitement contenu dans ses propositions. Je trouve qu'il est préférable de le dire clairement.

Lorsque l'on voit comment certaines émissions sont caviardées dans certaines télévisions ou radios étrangères, par des pages en couleurs – comme on les nomme pudiquement –, j'estime que nous devons avoir une politique plus cohérente. On nous a dit qu'au Canada, pour les matchs de hockey, les arbitres ont pour mission, lorsqu'ils décident d'une interruption de jeu, de la faire suffisamment longue, de l'ordre de 20 secondes, pour permettre le passage d'un spot publicitaire pendant cette interruption. Je ne voudrais pas que l'on tombe dans ce travers. Il doit y avoir une nette démarcation entre les émissions et la publicité.

On m'a dit que dans le cadre de la presse écrite, il arrive souvent que dans les pages rédactionnelles il y a un certain nombre d'encarts publicitaires. La situation est différente. Lorsqu'on écoute la radio, on peut encore essayer de ne pas écouter les petits encarts publicitaires. A la télévision s'il passe un spot unique de 20 secondes, il est difficile de ne pas le regarder, alors que le lecteur d'un journal, par les habitudes typographiques des journaux, peut aisément continuer de lire son texte en évitant les parties publicitaires.

Il y a un moyen d'éviter la publicité lorsqu'elle est en bloc, c'est de «zapper», de passer sur une autre chaîne ou de se livrer brièvement à une autre activité. Je vous demande de garantir le droit du «zappeur», de garantir le droit, à celui qui ne veut pas voir la publicité de pouvoir le faire, en interrompant l'audition. Pour garantir cette possibilité, pour maintenir ce choix du téléspectateur ou de l'auditeur de radio, je vous demande de maintenir la publicité sous forme de blocs et donc de voter pour la minorité II.

Sager, Sprecher der Minderheit III: Die Begründung meines Antrags hat mir zum Teil schon der Sprecher der Minderheit I abgenommen. Ich möchte hier aber weitergehen als die Minderheit I und nicht etwa internationale Werberegelungen, die nicht genau definiert sind, sondern die Konvention des Europarats aufführen. Sie ist richtungweisend; der Beweis liegt u. a. darin, dass in den letzten Tagen die Europäische Gemeinschaft diese Konvention praktisch als Richtlinie bindend für die 12 Mitgliedstaaten übernommen hat, mit der Wirkung, dass die drei wichtigsten unserer vier Nachbarländer dieser Regelung unterstellt sind. Es war Bundesrat Schlumpf, seinerzeit eine der treibenden Kräfte, der in diesem Bereich und vor allem in der Werbung Europakonformität erzielte. Diese Bestimmungen liegen in Kapitel 3 der Konvention vor; sie umfassen sechs Artikel in 22 Paragraphen, und wer sie gelesen hat, wird zustimmen, dass in diesem Falle Quantität auch Qualität bedeutet. Der hohe Detaillierungsgrad regelt namentlich heikle Fragen wie die Unterbrechung von Sendungen und die ethischen und kulturellen Aspekte der Werbung.

Nun ist natürlich das Verbot der Alkoholikawerbung in dieser Konvention nicht ausdrücklich ausgesprochen, aber diese Werbung ist strengstens eingegrenzt. Im übrigen verbietet die Konvention Werbung für Tabak, untersagt Werbung für rezeptpflichtige Medikamente und schliesst subliminale und Schleichwerbung aus. Vorbehalten bleibt die Werbung am Sonntag.

Natürlich habe ich Verständnis, dass nicht nur Frau Diener ein Verbot der Werbung für Alkoholika einführen möchte. Aber da beginnt sich die Schlange in den eigenen Schwanz zu beissen: Wenn wir schon für mehr Lokalradios plädieren, die abhängig bleiben von Werbegeldern, dann zwingen wir ja mit dieser Massnahme, die nicht europakonform ist, die schweizerischen Werbefranken ins Ausland, mit der Folge, dass wir dann beispielsweise seltene Reklame für Kirsch aus dem Ausland eingeblendet erhalten.

Ich möchte für Verständnis dafür werben, dass im Falle des Fernsehens und des Rundfunks, die grenzüberschreitend sind, eine strengere Regelung in der Schweiz nicht sehr sinnvoll ist. Für andere Fälle habe ich alles Verständnis. Wenn es beispielsweise um Umweltschutz geht, können wir bei uns schärfere Bestimmungen durchsetzen, aber nicht in der Werbung, die aus dem Ausland auf uns zukommt und die dann schweizerisches Werbegeld ins Ausland zwingt.

Ich möchte auf einen wichtigen Punkt hinweisen. Um der Konvention des Europarates Nachachtung zu verschaffen, ist dort stipuliert, dass ein Programm, das Werbung für Produkte oder Dienstleistungen enthält, für die in einer empfangenden Vertragspartei, also etwa in der Schweiz, die Werbung verboten ist, nicht der Konvention widerspricht, sofern sich solche Werbung nicht besonders und mit einer gewissen Häufigkeit allein an die Zuschauer in der betreffenden Vertragspartei, also beispielsweise in der Schweiz, wendet, um deren Regeln für die Werbung zu umgehen. Das gilt auch für den zeitlichen Umfang der Werbung und für die Unterbrechung von Sendungen. Wir haben also gar keine Möglichkeit, diese aus dem Ausland auf uns zukommende Werbung zu unterbinden. Deshalb sollten wir hier die Europakonformität herstellen, damit die Spiesse auch für die schweizerischen Werber gleich lang bleiben und Werbegeld in die schweizerischen Lokalsender einfließen kann.

Ich glaube, dass ich nicht so allein dastehe, wie der Minderheitsantrag III es andeutet. Ich war einem eigenen Versehen zum Opfer gefallen und an die Sitzung gekommen, als sie schon abgeschlossen war. Ich würde hoffen, dass sich die Minderheit I dieser Formulierung anschliessen kann, die um so wichtiger ist, als die Schweiz Vollmitglied des Europarats ist und der Europarat keine Konventionsverschärfung gegen den Willen auch nur eines Mitglieds vornehmen kann. Wir haben also dort eine sehr ausgezeichnete Möglichkeit des Mitgestaltens und des Einwirkens. Das schützt uns vor unbeeinflussbaren internationalen Werberegelungen.

Ich bitte um Zustimmung, um hier Europakonformität herzustellen. Es setzt einen kleinen Kompromiss voraus; aber wenn wir nicht zu Kompromissen bereit sind, wann wollen wir überhaupt europafähig werden?

Frau Diener, Sprecherin der Minderheit IV: «Seid umschlungen, Millionen», müsste eigentlich der Titel dieses Artikels 17 heißen; denn Werbung bringt Geld, einerseits dem Veranstalter und andererseits auch der Werbung selber. Die Zahlen belegen es eindrücklich. Wir haben in der Schweiz im letzten Jahr für 4,7 Milliarden Franken Werbung betrieben. Speziell beim Werbefernsehen ist ein Nachfrageüberhang ohne Ende zu verzeichnen. Ganz entscheidend im Werbekonkurrenzspiel Printmedien/elektronische Medien sind natürlich die entsprechenden Werbeauflagen. Je liberaler, um so attraktiver, ist der Slogan.

Auf diesem Hintergrund möchte ich Ihnen nun meinen Minderheitsantrag IV zu Artikel 17 Absatz 5 beliebt machen. Er ist weitgehend identisch mit dem Antrag des Bundesrates, enthält ergänzend die bezahlte religiöse und politische Werbung wie bei der Mehrheit und verzichtet explizit auf den Ausdruck «Jugend». Gerade diesen letzten Aspekt möchte ich zuerst begründen.

Wir sind der Meinung, dass es nicht nur eine bestimmte Altersgruppe zu schützen gilt. Werbeschutz muss für alle Menschen in unserem Lande gelten, vom Säugling bis zum hochbetagten Menschen. Gerade in unserem Land wächst der Anteil der älteren und alten Menschen in ganz starkem Ausmass. Da ihre finanzielle Altersvorsorge immer besser ausgebaut sein wird, lässt sich gerade mit dieser Bevölkerungsgruppe ein neuer Markt erschliessen. Das Interesse der Werbefachleute richtet sich denn auch heute schon in steigendem Masse genau auf diese Bevölkerungsgruppe. Speziell ältere Menschen werden also einen vermehrten Schutz vor allzu aggressiver Werbung nötig haben.

Eine weitere Gruppe sind unserer Meinung nach auch die Kinder. Die Werber setzen sie gerne ein, und die Zuschauer sehen sie gerne. Doch auf Kinder als Werbeträger sollte ganz verzichtet werden. Sie dürfen keine spezielle, zum Konsum oder zum Ankauf anregende Rolle erfüllen und sind somit auch zu schützen.

Uns, der Minderheit IV, war der Ausdruck «Jugend» zu eng, darum haben wir im Minderheitsantrag darauf verzichtet. Doch der Kern des Minderheitsantrages ist das Werbeverbot für alkoholische Getränke, Tabak und Heilmittel.

«Zigaretten machen süchtig und sollten mit derselben Vorsicht behandelt werden wie die illegalen Rauschgifte.» Dieser Satz stammt nicht von mir, sondern vom obersten amerikanischen Gesundheitsbeauftragten. Er hat diesen Satz letztes Jahr gesagt, und er hat damit gehörig Staub aufgewirbelt. Die Zigarettenindustrie hat ihn sehr empört zurückgewiesen mit der Feststellung, beim Tabak handle es sich um ein völlig legales Genussmittel. Dem ist vielleicht entgegenzuhalten, dass das Zigarettenrauchen, wenn es erst heute bekannt würde, wahrscheinlich unter die Drogen eingereiht würde, also nur durch eine zufällige frühzeitige Salongefährlichkeit legal wurde.

Die Folgen des Tabakkonsums sind nämlich gravierend. Europaweit sterben jährlich 800 000 Menschen an den Folgen des Tabakkonsums, in der Schweiz pro Woche mehr als 100 Menschen. In Kenntnis dieser Tatsachen sind überall Bestrebungen im Gange, den Tabakkonsum einzuzgrenzen. In Restaurants, am Arbeitsplatz, in den öffentlichen Verkehrsmitteln werden in wachsender Zahl Nichtraucherplätze angeboten. In den USA steht z. B. ein Rauchverbot im ganzen Flugzeugraum zur Diskussion.

Im Gegenzug wirkt der finanzielle Werbeeinsatz der Tabakindestrie geradezu makaber – ich möchte Ihnen nur ein Beispiel nennen: Philip Morris hat für seine Werbung letztes Jahr 1,7 Milliarden Franken eingesetzt.

Die Minderheit IV ist der Meinung, dass Tabakwerbung nicht nur verboten werden kann, sie ist der Meinung, dass sie im Fernsehen verboten werden muss. Ich erinnere Sie daran, dass diese Angelegenheit nicht das erste Mal zur Diskussion steht. Wir hatten die Volksinitiative gegen Suchtmittel, die immerhin von gut 770 000 Stimmbürgern unterstützt wurde. Wir hatten die Guttempler-Initiative, und die Zwillings-Initiativen stehen im Raum.

Noch einige Worte zum Alkoholwerbeverbot. Heute müssen wir feststellen, dass die Probleme im Zusammenhang mit dem Alkoholkonsum in unserem Lande nach wie vor das sozialmedizinische Problem Nummer 1 darstellen. In der Schweiz leben etwa 150 000 Alkoholabhängige, und rund 500 000 Angehörige oder Mitbetroffene leiden unter den Auswirkungen.

Aufgrund der gesundheitlichen, sozialen und volkswirtschaftlichen Folgen des Alkoholmissbrauchs versucht die Eidgenössische Kommission für Alkoholfragen eine gesundheitspolitische Strategie zu entwickeln. Ein Hauptgewicht liegt bei der Prävention. Einerseits staatlich geförderte Prävention und andererseits kein klares Werbeverbot für Alkohol im Fernsehen, das wäre unklug, scheinheilig.

Ich weiss, dass alkoholische Getränke und Tabakrauchen zu unserer Kultur gehören. Der Konsum von Drogen aller Art ist weitverbreitet, nicht nur am Platzspitz, und scheint offensichtlich ein menschliches Bedürfnis zu sein.

Ich anerkenne das Recht des Individuums, sein Leben selbst zu gestalten, auch wenn Gefährdungen damit verbunden

sind. Keinerlei Rechtfertigung kann es aber für eine rein profitmotivierte, kommerzielle Förderung des Konsums geben, hauptsächlich hinsichtlich Alkohol oder Tabak.

Die Kann-Formulierung gewährleistet nicht, dass der Bundesrat seine Kompetenzen wirklich ausnützt. Der internationale wie auch der finanzielle Druck der entsprechenden Industrie sind sehr gross. Mit einem klaren Werbeverbot für Alkohol und Tabak in den elektronischen Medien ist ein klarer Beitrag zur Erhaltung und Förderung der Volksgesundheit gewährleistet. Sie haben drei Anträge: den Antrag der Minderheit IV, den ich jetzt begründet habe, den Antrag Bundi und den Antrag Zwygart. Den Kern aller drei Anträge bildet das Werbeverbot für Alkohol, Tabak und Heilmittel. Die Unterschiede liegen im Bereich, auf den Ausdruck Jugend wurde im Minderheitsantrag verzichtet. Herr Bundi und Herr Zwygart nehmen dies wieder auf.

Nur noch ein Wort zur europäischen Konvention. Jeder Staat hat das Recht, bei der Ratifizierung Vorbehalte anzubringen, falls die europäische Konvention der eigenen Rechtsprechung betreffend Alkohol und Tabak zuwiderläuft. Ich möchte Sie bitten, von dieser Möglichkeit Gebrauch zu machen.

Bundi: Mein Antrag bezieht sich auf den Jugendschutz. Er unterscheidet sich vom Antrag des Bundesrates darin, dass er von bezahlter Werbung ausgeht, und vom Antrag Diener, dass er zusätzlich noch den Schutz der Jugend einschliesst. In der deutschen Fassung sollte es richtigerweise heißen, «sowie auch aus gesundheitspolitischen Gründen», die französische Uebersetzung hat den Text richtig wiedergegeben.

Gegen einen besonderen Jugendschutz werden die folgenden zwei Einwände gemacht. Erstens: Grundsätzlich gelte, dass alle Fernsehzuschauer vor gewissen Sendungen geschützt werden sollten, nicht die Jugend allein. Zudem sei der Uebergang so fliessend, dass Normen für eine Kategorie allein kaum greifen würden. Zweitens: Es wird angeführt, ein Jugendschutz nur für Sendungen schweizerischer Medien nütze nicht viel angesichts des grossen Angebotes vom Ausland her.

Beide Argumentationen sind für mich nicht unbedingt stichhaltig. Den mündigen Bürger, der weiss, wann er beim Fernsehen den Knopf ausschalten muss, gibt es häufig nicht. Denken wir nur an die Eltern jener Kinder, die in sozial benachteiligten Milieus aufwachsen, wo gerade das Fernsehen eine Menge an Ersatzbefriedigung bietet. Häufig haben wir es mit Kindern zu tun, die allein oder in Gruppen sich selbst überlassen sind. Wovor müssen solche Kinder oder Jugendliche geschützt werden? Vor allem vor der direkten oder indirekten Aufforderung zu unerwünschten Verhaltensweisen, hierzu gehören insbesondere versteckte oder indirekte Aufforderungen zu Gewalt gegenüber Frauen sowie zur Illegalität im Verkehr, überhöhte Geschwindigkeit oder sonstige Regelverstösse, zu unerlaubtem Waffengebrauch oder zu anderen unerwünschten Verhaltensweisen wie beispielsweise auch Variantenfahrten im Jungholz.

Die Jugend ist andererseits aber auch davor zu schützen, dass sie in der Werbung eingesetzt und dabei ausgebaut oder missbraucht wird. Dies geschieht nicht selten durch Erwachsene – auch Angehörige gehören dazu –, aus Gründen des Prestiges, der Karriereglüste oder der Finanzen.

Es kommt vor, dass Jugendliche bei solchen Werbesendungen extremen Belastungen, Repetitionen und psychischem Druck ausgesetzt sind. Die Art und Weise, in der manche Kinder in Werbesendungen eingesetzt werden, ist im hohen Masse kinderfeindlich und verstösst auch gegen das Verbot der Kinderarbeit.

Noch ein Wort zum Ausland: Es ist nicht so, dass dort nichts geschieht. Die Bundesrepublik Deutschland z. B. ist heute im Begriffe, landesweit einen wirksamen Jugendschutz in den Medien zu realisieren. Bemühungen dazu sind auch auf internationaler Ebene vorhanden, und sie sollen unterstützt und intensiviert werden. Im Europarat ist die Notwendigkeit des grenzüberschreitenden Jugendschutzes anerkannt worden. So möchte ich also bitten, mindestens hier in Zusammenhang mit der Werbung das Kriterium des Jugendschutzes einzuführen und meinem Antrag zuzustimmen.

Zwygart: Der allmächtigen Werbung, der alle Mittel recht sind, um die Kasse klingeln zu lassen, werden mit dem Artikel 17 Türen geöffnet. Es ist deshalb Pflicht des Gesetzgebers, auch zu sagen, was unerwünscht ist, allgemeine Absichtserklärungen genügen nicht. Bei Artikel 17 Absatz 5 geht es um Werbeverbote. Ich plädiere für Festhalten an der bundesrätlichen Vorlage. Einschränkungen für die Werbung sind unumgänglich, denn wenn wir sehen, wie schwer uns zum Beispiel die Drogenproblematik belastet, dürfen wir nicht von einem falsch verstandenen Freiheitsdenken die Volksgesundheit verstärkt gefährden.

Das im Vordergrund stehende Werbeverbot für Alkohol, Tabak und Heilmittel in den elektronischen Medien aber muss ein Beitrag zur Erhaltung der stets gefährdeten Volksgesundheit sein. Das ist ein ebenso berechtigtes Anliegen wie der Frieden im Landesinneren, welcher durch ein Verbot von politischer und religiöser Werbung unterstützt werden soll. Was uns die Kommission vorschlägt, ist wie ein Glas Sirup, bei dem man vergessen hat, Sirup ins Wasser zu gießen. Da scheint mir der Antrag Sager schon viel ehrlicher. Er überlässt die Regelung vollständig dem Bundesrat.

Der Antrag des Bundesrats entspricht der zum Gesetz durchgeführten Vernehmlassung, zu der sich viele namentlich geäußert haben. Darüber sollte sich das Parlament nicht hinwegsetzen. Deswegen ist ein klares und eindeutiges Verbot von religiöser und politischer Werbung ebenso unumgänglich wie ein Werbeverbot für gesundheitsgefährdende Genussmittel.

Die gesundheitlichen Interessen des Volks müssen den Interessen einzelner wirtschaftlicher Kreise eindeutig vorgezogen werden.

Der Möglichkeit, später auf den Bundesrat Druck auszuüben, muss ein Riegel geschoben werden. Es ist widersprüchlich, wenn sich die öffentliche Hand einerseits um die Eindämmung der Kostenexplosion im Gesundheitswesen bemüht, gegen Alkohol am Steuer kämpft und Millionen zur Suchtbekämpfung und Suchtvorbeugung ausgibt und andererseits nicht ausschliesst, dass für Alkohol, Tabak und Medikamente im Radio und im Fernsehen geworben werden kann.

Bei ausländischen Satellitenprogrammen, die per Kabel in die Haushalte gelangen, ist es technisch möglich, gewisse Reklamesendungen auszuschalten und Konzessionen nur unter bestimmten Voraussetzungen zu erteilen. Die Zahl der direkt vom Satelliten empfangenen Programme ist trotz allen Möglichkeiten verschwindend klein. Ein Werbeverbot für Alkohol, Tabak und Medikamente entspricht auch der Tendenz im Ausland, die eindeutig in Richtung von mehr Einschränkungen geht – es wurde schon erwähnt. Sogar Frankreich ist heute zu einem Verzicht auf gewisse Alkoholreklamen bereit.

Ein Wort zur Minderheit IV (Diener): Neben der obligatorischen Absage – da sind unsere Anträge ja identisch – an bestimmte Werbung ist der zweite Satz abgeändert, aber ohne dass er dadurch mehr Aussagekraft erhält. Leider zeigt nämlich die Praxis, dass sich die erwähnten gesundheitspolitischen Gründe nur für Jugendliche und Kinder klar definieren lassen. Deswegen braucht es allenfalls den Antrag von Herrn Bundi. So bleibt noch der Zusatz: «Bezahlte religiöse und politische Werbung ist verboten.» Das Wörtchen «bezahlte» ist zwar klarend, aber nicht notwendig, denn die verfassungsrechtliche Zusicherung der Glaubens- und Gewissensfreiheit schliesst eine derartige Werbung aus. Im ganzen Artikel 17 ist nur von Werbung die Rede. Warum muss gerade in Absatz 5 von «bezahlter» Werbung gesprochen werden? Das ist doch nicht sinngemäss.

Ich bitte den Rat, bei Artikel 17 Absatz 5 der eindeutigen Fassung des Bundesrats zuzustimmen, nicht der Gummiformulierung der Kommissionsmehrheit. Grundsätzlich und aus gesundheitspolitischen Gründen brauchen wir die klare Sprache des Verbots. Es bleiben auch so genug offene Fragen beim Umgang mit technischen und anderen Mitteln. Im Hinblick auf die anstehenden Zwillings-Initiativen dürfen wir hier nicht klein beigeben, sondern wir sollen bewusst ein Zeichen setzen.

Frau Haller: Mein Antrag bezieht sich auf alle drei Versionen des Artikels 17 Absatz 5: auf die Version der Mehrheit, auf die

Version der Minderheit und auf die ursprüngliche Fassung des Bundesrats, die Herr Zwygart mit seinem Antrag wieder zur Diskussion gestellt worden hat.

Mein Antrag soll die Abstimmung über das Werbeverbot für Alkohol und Tabak nicht tangieren. Ich möchte deshalb den Präsidenten bitten, vor oder nach der Abstimmung, für die der Namensaufruf angekündigt ist, über meinen Antrag abzustimmen zu lassen, weil er sich auf alle drei Versionen bezieht.

Das Verbot rassistischer und sexistischer Werbung kam in diesem Rat schon einmal zur Sprache: das letzte Mal im Sommer 1985, als das Bundesgesetz über den unlauteren Wettbewerb besprochen und verabschiedet wurde. Damals verlangte unsere Kollegin Frau Fetz ein entsprechendes Werbeverbot im Gesetz über den unlauteren Wettbewerb. Herr Bundesrat Furgler meinte damals, es handle sich um eine sehr wertvolle Gelegenheit, über etwas Wichtiges zu sprechen. Er sagte: «...., dass heute» – das war 1985 und hat sich seither sicher nicht in positivem Sinne geändert – «Verkaufs- und Werbemethoden praktiziert werden, die tatsächlich die Würde der Frau verletzen. Ich würde weiter gehen und sagen: die Würde des Menschen schlechthin verletzen. Es kann auch ein Kind sein. Es kann auch einmal ein Mann sein, der ja auch eine Würde hat.» Ich schliesse mich dieser Wertung durchaus an: Verbot sexistischer Werbung bedeutet, dass beide Geschlechter geschützt werden.

Dann führte Herr Bundesrat Furgler aus, dass das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb nicht der Ort sei, dieses Werbeverbot einzufügen. Man müsse das dort tun, wo die Werbung geregelt sei. Wir haben es jetzt mit einem Gesetzesentwurf zu tun, in welchem die Werbung effektiv geregelt wird. Deshalb ist hier der Ort, sich mit dieser Frage zu befassen.

Ich beantrage Ihnen, dem Absatz 5 von Artikel 17, der den Inhalt der Werbung betrifft, einen programmatischen Satz voranzustellen. Er soll die Würde des Menschen gewährleisten und insbesondere, als Anwendungsfälle, sollen rassistische Werbung und sexistische Werbung verboten sein.

Kurz drei Beispiele: Rassistisch wäre z. B. eine Waschmittelreklame, in der zwei verschiedenrassige Personen, z. B. ein weisses und ein schwarzes Kind, gezeigt würden, und im Kommentar hiesse es: Dieses Waschmittel wäscht so gut, dass es sogar aus dem schwarzen Kind ein weisses machen könnte. Das wäre ein typischer Fall von rassistischer Werbung. Das hat es übrigens schon gegeben.

Sexistische Werbung: Da sind Ihnen die Beispiele sicher vor Augen. Ich möchte eine zusammenfassende Definition geben. Meistens sieht das so aus: Ein Gegenstand wird zum Kauf angeboten, soll schmackhaft gemacht werden, und neben diesem Gegenstand ist sichtbar – oder agiert – eine wenig bekleidete Frau.

Was heisst das? Es entsteht der Eindruck, dass, wenn ein Mann diesen Gegenstand erwerbe, er dann auch die Frau zur Verfügung habe. Und genau das ist ein typischer Fall von sexistischer Reklame!

Man kann sich auch Werbung vorstellen – das ist der dritte Problemkreis –, die nicht rassistisch und nicht sexistisch ist und trotzdem die Menschenwürde verletzt. Sie müsste also unter diese Generalklausel fallen. Es ist denkbar, dass irgendwie Behinderte im Zusammenhang mit Werbung dargestellt werden, vielleicht auch nur in einer Kontrastdarstellung, dass sie eben etwas noch anders machen, nicht so gut, wie man es eigentlich mit dem angepriesenen Produkt könnte. Das kann «fast sympathisch» sein. Es gibt ja die Art des «sympathischen Dorftrotzels» zum Beispiel. Es ist überhaupt nicht auszuschliessen, dass in Werbungen solche Leute auftreten; das wäre eine Werbung, die die Menschenwürde verletzt, obschon sie nicht rassistisch und nicht sexistisch ist. Diese Arten von Werbung möchte ich mit meinem Antrag verboten wissen.

Im europäischen Uebereinkommen, das mehrfach angesprochen wurde, wird in Artikel 7 festgehalten, dass bei allen Sendungen die Menschenwürde und die Grundrechte anderer geachtet werden müssen. Es heisst, sie dürfen insbesondere nicht unsittlich sein, sie dürfen Gewalt nicht unangemessen herausstellen und nicht geeignet sein, Rassenhass aufzustacheln. Rassismus ist hier also ausdrücklich erwähnt.

Es ist wiederholt gesagt worden – das war mir auch klar, als ich

den Antrag gestellt habe –, das europäische Uebereinkommen käme bereits zur Anwendung. Jetzt kann argumentiert werden, weil es ja den Staaten ermöglicht wird, weiter zu gehen, aber nicht weniger weit, wäre meine Forderung indirekt bereits einbezogen. Aber wenn das im europäischen Ueber-einkommen steht und wenn die Staaten das respektieren müssen – also auch wir, wenn auch wir nicht weniger weit gehen können –, dann muss ich die Frage stellen: Warum schreiben wir es dann nicht in unsere nationale Gesetzgebung? Deshalb möchte ich Sie bitten, meinem Antrag zuzustimmen.

Müller-Aargau: Herr Sager ist Europäer, ich bin auch Europäer.

Wir müssen lernen, europäische Richtlinien richtig anzuwenden. Die Europaratsskonvention ist eine Minimalbestimmung. Es ist zwar auch schon gesagt worden – ich möchte das noch in einen noch etwas weiteren Rahmen setzen –, Europaratsskonventionen seien Minimalbestimmungen, und wir könnten durchaus über das hinausgehen, aber wir dürfen das nicht unterschreiten.

Wenn wir hier propagieren, dass solche Konventionen tel quel übernommen werden müssen, schüren wir nur die Angst, den Horror vor der Europakonformität. Und ich möchte das eliminieren.

Wir regeln in diesem ganzen Gesetz immer nur für unser Territorium, nicht nur in diesem Bereich. Und in allen Bereichen wirken sich unsere Regelungen so aus, dass das Ausland das überspülen kann oder dass Inländer übers Ausland sich an dem vorbeimogeln können, was wir hier regeln. Das ist nicht nur hier bei Alkohol- und Tabakreklame so, sondern das ist in allen andern Bereichen gleich.

Die rhetorische Frage, die ich jetzt stellen möchte, ist folgende: Wollen wir in bezug auf Tabak- und Alkoholreklame hinter die heutige Regelung zurückgehen, nur um von den unmoralischen Werbemillionen für unsere Lokalradios etwas zu realisieren? Das ist doch die Frage, um die es hier geht.

Ich bin der Meinung, dass hier der Bundesrat eigentlich die bessere Position hat als die Kommission. Der Bundesrat hält nämlich Wort, er hält Wort in bezug auf die Guttempler-Initiative. Damals haben wir versprochen – damals hat der Bundesrat versprochen, damals hat auch unser Rat versprochen –, dass wir das Verbot für Alkohol- und Tabakreklame in unseren elektronischen Medien festhalten.

Der Bundesrat hält Wort in seinem Antrag, und ich hoffe, dass er bei seinem Vorschlag bleibt und dabei fest bleibt. Er hat eine zwingende Formulierung. Egal, ob wir die zwingende Formulierung des Bundesrates nehmen – das, was Herr Zwygart aufnimmt – oder den Antrag Diener: an beiden Orten ist das Tabak- und Alkoholreklameverbot zwingend.

Es gilt ja als unanständig, mit dem Referendum zu drohen. Aber – es ist heute mehrmals genannt worden – die Zwillings-Initiativen stehen, die Guttempler-Initiative wäre dann mit einem Wortbruch quittiert worden. Ich bin überzeugt davon, dass kein Artikel dieses Gesetzes so referendumsträchtig ist wie dieser.

Ich bitte Sie, sich das vor Augen zu halten.

Fierz: Ich beantrage Ihnen, dass wir mindestens der bundesrätlichen Fassung des Abschnittes 5 zustimmen, allenfalls dem Antrag Diener, der mir etwa gleichwertig erscheint, oder dem Antrag Bundi, der noch etwas mehr bringt. Wenn wir hier über Forschungskredite für Krebsforschung diskutieren, kommt einer nach dem andern und sagt, wie das die Geissel der Menschheit sei und dass man jetzt unbedingt etwas machen müsse, und dann muss man diese Millionen sprechen. Aber das wichtigste Ergebnis der Krebsforschung ist eben, dass der häufigste Krebs, nämlich der Lungenkrebs, überwiegend durch die Zigaretten verursacht wird; es wäre wirklich nur ein Ablässhandel, wenn wir Krebsforschungsmillionen sprächen und dann am Schluss die Konsequenzen nicht daraus zögen. Die Fassung der Kommissionsmehrheit für Abschnitt 5 ist eine Verwässerung und entspricht nicht der aktuellen Situation der Forschung. Es würde von den Leuten, die im Gesundheitswesen tätig sind, und von weiten Bevölkerungskreisen nicht verstanden, wenn man hier eine Verwässerung

dulden würde. Ich würde in diesem Fall auch mit aller Kraft ein Referendum unterstützen.

Ich bitte Sie also, die Kann-Formulierung nicht zu akzeptieren und das obligatorische Verbot für Werbung für Suchtmittel am Fernsehen einzuführen.

M. Couchevin: Je ferai tout d'abord une déclaration d'intérêt. Je suis président du conseil d'administration d'un commerce de vin qui, même si la publicité pour l'alcool a été autorisée, n'a pas l'intention d'en faire. J'ajoute qu'à titre personnel je souhaiterais que l'on puisse interdire, à l'échelle européenne, la publicité pour l'alcool et le tabac, ce serait à mon avis plus simple.

Cet article devrait nous permettre d'élargir un peu notre réflexion. C'est en fait la première occasion, dans cette loi, d'examiner la compatibilité de notre droit avec les normes d'autres pays. On a parlé – M. Coutau notamment – de ce problème lors de l'entrée en matière, mais depuis lors il n'en a pratiquement plus été question. On peut discuter de la répartition des fréquences entre la SSR et les radios locales sans tenir compte de l'environnement international; on peut même discuter du «splitting» de la taxe sans en tenir compte non plus, mais on peut plus difficilement discuter du statut général de la SSR, comme on le fera à l'article 31, en ignorant cet environnement. En revanche, à l'article relatif à la publicité, on ne peut pas ignorer ce qui se passe au-delà de la barrière de notre jardin, au-delà de nos frontières.

Cela me donne l'occasion de poser à M. Ogi, conseiller fédéral, une question générale: comment le Conseil fédéral juge-t-il cette loi au regard de l'évolution du droit des médias à l'étranger, et plus particulièrement de l'évolution récente puisque, hier encore, un accord a été signé à l'échelle européenne? De la réponse à cette question dépend toute une série de réponses de notre part aux articles qui suivront.

Quant aux textes proposés à l'article 17, il faut faire une distinction entre ceux qui créent une inégalité dans la concurrence et ceux qui sont neutres de ce point de vue. Je suis convaincu par exemple que non seulement l'interruption de programmes par la publicité n'apporte rien à la chaîne télévisée qui la pratique, mais qu'elle peut même se révéler un désavantage du point de vue de la concurrence. C'est la raison pour laquelle je n'ai pas soutenu la proposition de minorité. On peut, à mon avis, interdire l'interruption d'émissions par la publicité sans qu'il soit nécessaire de laisser au Conseil fédéral le soin d'en décider, cela n'ayant aucun effet sur la concurrence.

D'autres interdictions, idéalistes, me paraissent dangereuses, en revanche, si elles ont un effet pervers qui pourrait tout simplement consister à ouvrir la porte de notre marché à des produits étrangers, alors que des produits similaires fabriqués en Suisse ne bénéficiaient pas de la publicité. Dans ce domaine, il faut donc à tout prix laisser la porte ouverte à l'évolution, d'où la nécessité prévue par le texte de la majorité de laisser au Conseil fédéral la possibilité d'interdire certains types de publicité.

On ne peut pas faire un combat de principe sans en mesurer les conséquences pratiques. Il faut avoir le courage d'expliquer à l'opinion publique, même si c'est un point extrêmement sensible, que la réalité doit l'emporter sur les bonnes intentions, sinon on finit par faire de la mauvaise politique.

C'est pourquoi je ne peux pas accepter les propositions de Mme Diener et toutes celles qui tendent par principe à interdire, avec les meilleures intentions du monde mais sans grande efficacité, la publicité pour l'alcool et le tabac. Cependant, je souhaiterais qu'on puisse en arriver à cette interdiction à l'échelle européenne.

M. Longet: Je soutiens les minorités qui demandent – ainsi que le Conseil fédéral – une réglementation précise et claire en matière de publicité pour le tabac, les médicaments et l'alcool. Je pense en effet nécessaire que la loi soit très claire à cet égard, d'autant plus qu'actuellement l'ordonnance interdit ce type de publicité. La proposition de la majorité utilise la forme potestative – c'est un premier affaiblissement – et parle de manière vague «d'autres messages publicitaires». Si l'on compare ce texte à l'état actuel du droit en vigueur, on est frappé

par le fait qu'il reflète un recul manifeste. Il serait donc tout à fait inopportun de donner, ne serait-ce que l'impression, d'un tel recul, d'un assouplissement de ce type, si l'on ne veut pas démanteler un volet important de la prévention en matière de santé.

Le but de la publicité est évidemment d'être efficace et d'inciter à l'achat. C'est exactement cela que nous ne voulons pas. Quand on pense à l'effort de prévention que l'on fournit déjà – les campagnes antitabac et contre l'alcool au volant, et le nombre des victimes – et ce qui reste encore à faire, ce recul nous paraît particulièrement malvenu. Quand on connaît, en ce qui concerne la télévision, la force et l'impact de la présentation par l'image, notamment sur les jeunes générations, on conçoit que toute relativisation en matière d'interdiction, en particulier de l'interdiction en vigueur actuellement, serait comprise comme de l'antiprévention, de la prévention négative alors qu'il faut renforcer la prévention positive.

Le Conseil fédéral nous dira probablement que son intention n'est pas d'affaiblir. La majorité restera certainement plus vague à cet égard, étant donné les travaux de la commission, mais notre responsabilité de conseillers nationaux est de corriger le tir et de donner aux utilisateurs de la loi un message parfaitement clair. Cela est d'autant plus facile qu'il s'agit de confirmer la pratique actuelle et d'éviter un recul.

M. Couchebin est d'avis que la réalité doit l'emporter sur les bonnes intentions. Je pense que c'est une mauvaise approche et que nous avons le choix entre la santé et l'argent nous avons à préférer la santé à l'argent. C'est pourquoi nous devons adopter une solution claire et précise et ne pas rester dans le flou.

La question posée au Parlement est la suivante: que voulons-nous dans ce domaine? Et nous devons dire clairement ce que nous voulons. C'est pour cela que je soutiens les propositions des différentes minorités qui reprennent l'intention première du Conseil fédéral. Je serais d'ailleurs heureux si notre gouvernement la reprenait également.

Frau Stamm: Ich spreche zunächst zu Absatz 2 und 3 von Artikel 17. Wir alle wissen, wie wichtig die Werbung als Einnahmequelle für das Fernsehen ist. Wir alle wissen, dass die Auftraggeber für Werbung diese dann plaziert haben wollen, wenn die Einschaltquoten am höchsten sind. Der beste Platz für Werbung wäre also mitten in einer sehr spannenden Sendung, möglichst unmittelbar vor dem Höhepunkt oder vor der Lösung eines Kriminalfalls. Das wollen wir in unserem Fernsehen nicht.

Alle, die solche Unterbrechungen auf ausländischen Sendern schon erlebt haben, wissen, wie unangenehm und frustrierend solche Werbeeinbrüche sind. Sie kommen seelischen Ohrfeigen gleich. Wir wollen diese Entscheidung über Unterbrechung durch Werbung auch nicht «vertrauensvoll dem Bundesrat überlassen». Wir entlasten den Bundesrat von dem zu erwartenden Druck. Im Gesetz sagen wir deutlich, dass in sich geschlossene Sendungen nicht durch Werbung unterbrochen werden dürfen. Entgegenkommen können wir, wenn Sendungen in Teilen übertragen werden. Darunter stellen wir uns etwa Sportveranstaltungen oder andere Übertragungen vor, wo beim übertragenen Ereignis Pausen vorgegeben sind. Solche vorgegebenen Pausen können für Werbung benutzt werden.

Die CVP-Fraktion unterstützt in Artikel 17 Absatz 2 und 3 mit grosser Mehrheit die Kommissionsmehrheit, und ich bitte Sie, dasselbe zu tun. Auch in Absatz 5 hat sich unsere Fraktion für die Meinung der Mehrheit der Kommission ausgesprochen. Auch unsere Fraktion ist nicht dafür, dass das Verbot für Werbung für Alkohol, Tabak und Heilmittel aufgehoben wird. Sie vertritt aber die Meinung, dass im Sinne grösserer Flexibilität die Kompetenz zur Entscheidung dem Bundesrat überlassen werden soll. Dem kann ich mich persönlich nicht anschliessen. Sie sehen meinen Namen daher auch unter dem Minderheitsantrag. Ich bin auch hier dafür, dass wir im Gesetz klar sagen, was wir in unserem Fernsehen nicht wollen. Wir wollen keine Werbung für Alkoholika, für Tabak und Heilmittel. Die Begründung dafür haben Ihnen unsere Vorrednerinnen und Vorredner deutlich dargelegt.

Ich bin dafür, dass wir diese Entscheidung hier im Parlament fällen und nicht dem Bundesrat überlassen.

Persönlich bitte ich Sie daher, in Absatz 5 die Minderheit IV zu unterstützen.

Frau Ulrich: Ich spreche zum Absatz 5 von Artikel 17, und zwar möchte ich dafür plädieren, dass wir ein Verbot für Werbung von Alkohol, Tabak und Heilmitteln in dieses Gesetz schreiben. Ich möchte das ganz kurz begründen.

Sie alle wissen: Wir haben ein Drogenproblem; es wird von Tag zu Tag grösser. Ein Gegenmittel, das immer wieder propagiert wird, ist, den Handel zu unterbinden, das Angebot einzuschränken. Ich bin zwar der Meinung, dass das nicht die einzige Möglichkeit sein kann, aber es ist in diesem Kontext die Möglichkeit, die wir zum Vergleich heranziehen müssen. Die zur Diskussion stehenden Stoffe Alkohol, Tabak und auch gewisse Heilmittel sind zwar auf Rezept frei erhältlich. Aber sie können genauso wie die illegalen Drogen suchterzeugend wirken. Die Kantone und das Bundesamt für Gesundheitswesen unternehmen grosse Anstrengungen: sie klären auf, orientieren, betreiben Prävention, um solche Suchtkrankheiten nicht ausbrechen zu lassen. Da ist es doch ein Widersinn, wenn wir die Möglichkeit öffnen, an unserem Fernsehen und an unserem Radio Werbung für diese Produkte betreiben zu können. Wenn hier gesagt wird, wir überliessen es dem Bundesrat, aber gleichzeitig ausgedrückt wird, man sollte eigentlich wie bis anhin auf diese Werbung verzichten, ist das doch etwas feige. Seien wir so konsequent und ehrlich und nehmen wir dieses Verbot jetzt ins Gesetz auf.

Auch die Richtlinien des Europarats hindern uns daran nicht. Wie schon verschiedentlich erwähnt wurde, sind das ja Minimavorschriften.

Ich möchte Sie also bitten, wenn es Ihnen ernst ist mit der Gesundheitsfürsorge im Schweizerland, wenn es Ihnen ernst ist mit der Suchtprävention für die ganze Bevölkerung: Stimmen Sie dem Minderheitsantrag IV – allenfalls dem Antrag Bundi – zu!

Schmid: Wer von uns hat sich nicht schon über amerikanische Fernsehgewohnheiten lustig gemacht? Und nun soll also die schlimmste aller Unarten auch bei uns eingeführt werden, die regelmässige Unterbrechung der Programme durch Werbesequenzen?

Bei allem Respekt für das Geschäft, meine Herren von der Minderheit I: Ist Ihnen Kultur nur noch den Betrag wert, den die zwischengeschalteten Werbesprüche einbringen?

Reklame ist schon jetzt fast allgegenwärtig. Von allen Wänden glotzt sie einem entgegen. Zeitungen und Zeitschriften quellen über, und nicht einmal die Tellerunterlage kommt ohne Bierreklame aus. Künftig wird man also auch im Fernsehen keine halbe Stunde vor diesen Anpreisungen verschont bleiben, was nach schweizerischer Version – Sie entschuldigen – etwa bedeutet: «Zischtigs-Club empfiehlt noch Flup», «Ferntagsrunde Cakes für Hunde», «Verdi-Oper – Meister Proper» usw.

Spass beiseite, aber wir fördern damit eine Tendenz, der wir ohnehin schon stark ausgesetzt sind. Werden nun Werbeblöcke in immer kürzeren Abständen eingeblendet, so gibt dies den bescheidenen Versuchen, das Medium auch für Bildungsanliegen einzusetzen, noch den Rest. Sie begünstigen Einstellungen und Verhaltensweisen, denen wir dann via Politik und Erziehung – und beides mit viel Geld – wieder entgegenzuwirken versuchen.

Erstens: die omnipräsente Werbung heizt zum Beispiel den Konsum an, und zwar nicht nur, weil sie Waren anpreist, die wir nicht brauchen, sondern weil die dadurch portionierte Programmfolge eine Mentalität heranzüchtet, die auf Unverbindlichkeit, Oberflächlichkeit und Passivität angelegt ist. Speisen wir den Menschen regelmässig mit anspruchsloser Kost ab und wecken in ihm gleichzeitig oberflächliche Bedürfnisse, so wird er immer unzufriedener und begehrlicher, verlangt zugleich immer mehr von dem, was ihn nicht sättigt. Konsum als Ersatzhandlung wird letztlich zur Sucht.

Zweitens: Werbeblöcke, die immer dann die Sendung unter-

brechen, wenn es spannend wird oder Nachdenklichkeit sich einstellt, fördern Unverbindlichkeit und Zerstreuung. Allorts beklagt man sich darüber, dass Menschen nicht mehr in der Lage sind, sich über eine gewisse Zeit auf eine Sache zu konzentrieren. Auf der andern Seite wollen gewiefte Verkäufer dafür garantieren, dass sie die Fernsehzuschauer während jedes länger dauernden Programms zwischendurch mit ihrem Quatsch ablenken können.

Drittens: Am schlimmsten an diesem Gemisch von Programm und Werbung ist aber die Tatsache, dass es zu einer allgemeinen Desensibilisierung des Wertermpfindens führt, so dass alles – von der Katastrophensmeldung über Spielfilme, Konzertübertragungen, Samstagabendunterhaltungen bis hin zur Zahnpasta – letztlich gleich viel oder gleich wenig wert ist. Nichts ist überhaupt noch verbindlich und bedenkenswert, alles bloss noch käufliche Wegwerfware.

Und das Programm muss sich dann zuletzt diesem selbstgezüchteten, zweifelhaften Zuschauergeschmack, der durch Umfragen ermittelt wird, auch noch anpassen.

Ich bitte Sie, zu verhindern, dass künftig Chiquitabananen die Kompetenz erhalten, jedes anspruchsvolle Gespräch zu unterbrechen, dass sich das Tobleronedreieck unaufgefordert zwischen Theaterszenen und Konzertstücke zwängen darf und die Mitsubishiis, Suzukis und Subarus mit Vierradantrieb alles, was in den Sendungen noch Profil hat, plattwalzen dürfen.

Lehnen Sie den Antrag der Minderheit I auf jeden Fall ab. Unterstützen Sie die Version Bundesrat/Kommission und den ergänzenden Antrag der Minderheit II.

Reich: Ich spreche kurz zum Minderheitsantrag III (Sager) und zum Absatz 5.

Herr Müller-Aargau hat vorhin erklärt, wir legiferierten hier für das schweizerische Territorium. Das ist formaljuristisch richtig, es ist aber trotzdem nur die halbe Wahrheit. Der Bundesrat hat in seiner Botschaft zu Recht geschrieben, die Schweiz sei medienpolitisch keine Insel. Ich muss das hier nicht weiter ausführen.

Auf der anderen Seite sind wir aber mit Europa auch nicht so verflochten, dass wir jetzt tel quel europäische Lösungen im Sinne des Antrags Sager übernehmen könnten. Ich glaube, dass der schweizerischen Wirklichkeit und auch der schweizerischen Zukunft im Mediensektor eine gesetzliche Lösung entsprechen muss, die die Leitplanken festlegt, aber doch flexibel ist, nicht zuletzt auch, damit zugleich allfällige Anpassungen im europäischen Rahmen ermöglicht werden. Genau das hatte die Kommissionsmehrheit vor Augen, als sie den Absatz 5 in der Ihnen vorliegenden Form ausarbeitete.

Herr Zwygart, deswegen dieser Mehrheit Unerhlichkeit zu unterstellen, geht ein bisschen weit, das geht vor allem völlig an den Realitäten der Kommissionsverhandlungen vorbei. Wir haben – entsprechend den Grundsätzen dieses Gesetzes – versucht, eben diese Leitplanken festzulegen in der Meinung, dass dann die Details auf Verordnungsebene geregelt werden können und geregelt werden müssen.

Wer die Auseinandersetzungen um diesen Absatz 5 in eine Konfrontation «hie Antialkoholiker, hie Vertreter des Alkohols» – oder wie immer Sie wollen – hochstilisiert, der geht total neben dem vorbei, was die Kommission wollte. Die Kommissionsmehrheit hat Grundsätze verankert. Die Formel «aus gesundheitspolitischen Gründen» deckt alles ab, sogar den Begriff «Umwelt».

Nebenbei eine Frage: Der Bundesrat hat diese Umweltformel aufgrund der Vernehmlassung in seinen Antrag eingebracht. Was ist darunter denn eigentlich zu verstehen? Heisst das z. B., dass keine Autoreklame mehr erfolgen soll? Heisst das, dass nicht mehr für Waschmittel geworben werden darf, oder was heisst das eigentlich? Ich möchte damit nicht gegen diese Formel Sturm laufen, ich möchte nur zeigen, dass mit der Fixierung solcher Formeln auf Gesetzesebene an und für sich noch nicht viel gesagt ist.

Man kann jetzt aus dem Ganzen einen Glaubensstreit machen. Ich sehe auch den Druck, der nun durch die referendumspolitischen Drohungen und den Namensaufruf auf dem Parlament lastet. Aber ich bin nach wie vor überzeugt, dass die

Kommissionsmehrheit für ein Rahmengesetz, wie wir es jetzt schaffen wollen, den richtigen Weg aufgezeigt hat. Ich bitte Sie, die Kommissionsmehrheit zu unterstützen.

Nebiker: Die SVP-Fraktion stimmt der Minderheit I (Fischer-Hägglingen) zu.

Aber ich will hier zu Absatz 5 sprechen. Hier geht es um eine offene, flexiblere Lösung gemäss Kommissionsmehrheit oder um eine starrere, enumerative Lösung gemäss Antrag der Minderheit Diener, ergänzt durch die Anträge Bundi usw.

Die Lösung der Kommissionsmehrheit ist flexibler. Sie ist aber auch umfassender und schliesst das Werbeverbot für Alkohol, Tabak, Heilmittel und was immer Sie wollen ein. Es ist alles dem Bundesrat anheimgestellt. Ich bitte den Bundesrat zu erklären, welche Werbeverbote er erlassen würde, wenn wir der Kommissionsmehrheit zustimmen sollten. Darauf kommt es schlussendlich an.

Ich glaube, wir sind uns einig, und die SVP-Fraktion ist sich auch ganz im klaren darüber: Wir wollen keine Alkoholwerbung am Fernsehen oder im Radio. Das wollen wir tunlichst vermeiden. Aber wir sind ja nicht auf einer Insel: Wir sind mittleren in Europa. Wir empfangen alle Sendungen aus ganz Europa. In Zukunft werden wir Sendungen aus der ganzen Welt empfangen, ob Ihnen das passt oder nicht, Frau Diener! Technisch wird das möglich sein; und was heute technisch möglich ist, wird in irgendeiner Form auch realisiert. Da kann man sich nicht dagegen wehren.

Werbeordnungen sind nur sinnvoll, wenn sie länderübergreifend, international und unter Berücksichtigung dieser technischen Möglichkeiten vereinbart werden. Man muss sich also im Sinne der Konvention des Europarates oder der Medienordnung der EG absprechen; wahrscheinlich sollte man dazu kommen – vielleicht im Rahmen der Uno –, eine weltweite Medienordnung zu erstellen, nicht nur in unserem Interesse, sondern auch im Interesse vielleicht gerade der weniger entwickelten Länder. Natürlich können wir weitergehen als solche internationale Vereinbarungen. Wir wollen das auch. Man kann das deshalb auch nicht im Gesetz automatisch festsetzen, wie das Herr Sager (Minderheit III) will.

Etwas Autonomie müssen wir uns bewahren. Aber es ist langfristig sinnvoll, dass wir uns diesen europäischen Normen anschliessen, wenn wir europäisch denken wollen.

Die Anträge der Minderheit Diener sind ganz sicher gut gemeint, aber sie sind leider kontraproduktiv, weil sie nur die inländischen Veranstalter – und zwar einschliesslich SRG, Lokalradios usw. – treffen. Wenn Sie die finanziellen Mittel zusätzlich einschränken, schadet das. Dann haben wir die ausländischen Veranstalter auf unserem Markt, in unseren Stuben – mit den ausländischen Programmen ohne all die schönen Leistungsaufträge, die wir unsren Medien erteilen.

Vielleicht noch etwas ganz Kleines: Ich sähe z. B. eine Lockerei von allfälligen Werbeverböten – nicht beim Fernsehen, bei den grossen Anstalten, dort existiert genügend Werbung – beispielsweise bei einem Lokalradio im Grenzbereich. Es wäre doch wirklich schade, wenn man für den Waadtländer Wein nur von französischen Sendern aus Propaganda machen könnte, der Schweizer Sender aber wegen dem Einfluss dieses ausländischen Lokalsenders nicht mehr existieren könnte. Das sind zwar kleine, lokale Bereiche; aber die Lücken werden natürlich gezielt von diesen ausländischen, grenzüberschreitenden Sendern ausgefüllt, es wird gezielt in Richtung Schweizer Boden Werbung gemacht. Wir kennen das u. a. auch aus dem Gebiet des Schwarzwaldes.

Wir möchten eigentlich mit der Minderheit das gleiche erreichen wie die Mehrheit: nämlich Werbung für Alkohol verbieten, aber trotzdem etwas offener sein für die zukünftige Entwicklung.

Noch ganz kurz zum Antrag von Frau Haller: Ich bitte Sie, auch diesen abzulehnen. Ihr Anliegen ist ja – wie wir schon früher gesagt haben, die Kommissionspräsidentin hat das erläutert – im Artikel 6 abgedeckt. Dort geht es um die Sendungen: Sie schliessen auch die Werbung ein; die Sendungen dürfen die öffentliche Sittlichkeit nicht gefährden. Das umschliesst alles. In diesem Sinne ist Ihr berechtigtes Anliegen sicher abgedeckt

und realisiert. Ich bitte Sie, nicht zu wiederholen. Dadurch würde man das Anliegen eher abschwächen.

Leuenberger-Solothurn: Ich habe fast den Verdacht, dass eine wichtige Frage in Wein, Bier und Schnaps etwas untergeht. Ich meine das Anliegen, das uns die Minderheit I serviert hat. Herr Kollege Schmid ist darauf eingegangen. Die Minderheit I will nichts mehr und nichts weniger, als in diesem Gesetz entgegen dem Bundesrat und der Kommissionsmehrheit etwas Amerikanisches einführen – ich weiss, dass für viele von Ihnen Amerika einen sehr positiven Beigeschmack hat, aber die Minderheit I will etwas sehr unsympathisch Amerikanisches einführen –, nämlich die Möglichkeit, Fernseh- und Radiosendungen durch Werbung zu unterbrechen. Das ist programmatisch für schweizerische Augen und Ohren eine mittelschwere Ungeheuerlichkeit, die wir mit allem Nachdruck vermeiden wollen.

Ich will nicht mit Unterstellungen operieren, ich weiss, dass Ihnen daran gelegen ist, dass möglichst alle Werbung irgendwo plaziert werden kann, aber ich muss Sie doch bitten, dieser Werbung – die ja eine wichtige Einnahmequelle darstellt – nicht die ganze Programmpolitik unterzuordnen. Programmunterbrechung durch Werbung gilt praktisch als programmpolitische Todsünde.

Erinnern Sie sich des verückten Tages, als man in Frankreich – ich denke, es war noch eine sozialistische Regierung, die diesen Unfug eingeführt hat – auf dieser privaten Kette TF 1 ein Interview mit dem Präsidenten der Französischen Republik durch Werbung unterbrochen hat. Man mag über unsere Bundesräte sagen, was man will: Wir im Parlament lassen nicht zu, dass Interviews mit unseren Bundesräten – auch wenn sie vielleicht gelegentlich langweilig sind – unterbrochen werden. Das kommt nicht in Frage.

Aber nicht bloss die Minderheit I schlägt solche Ungeheuerlichkeiten vor, im Prinzip auch Herr Sager, weil die Europäer, die wir sonst über alle Massen schätzen, sich nicht zu schade sind, Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen zu unterbrechen, wenn sie länger als 30 Minuten dauern. Ich wünsche mir, auch einmal ein Gespräch mit einem Bundesrat anhören zu können, beispielsweise mit Herrn Ogi, das etwas länger als 30 Minuten dauert, und dazu brauche ich überhaupt keine Reklame.

Ich weiss, Sie werden argumentieren, Sie würden ja bloss die Möglichkeit der Werbeunterbrechung schaffen und diese Frage durch Kompetenzdelegation vertrauensvoll in die Hände des Bundesrats legen. Unser Bundesrat hat Wichtigeres zu tun. Er muss Panzer und Flugzeuge kaufen, muss Straßen bauen und weiss Gott was alles. Es könnte ja sein, dass in einer schwachen Stunde einmal ein Beschluss vorläge, der nicht die Aufmerksamkeit des ganzen Kollegiums hätte und wir plötzlich eines Morgens erwachen würden und einen Bundesratsbeschluss hätten, über den niemand glücklich ist. Wir wollen unseren Bundesrat hochschätzen und ihm viele Aufgaben übertragen, aber diese schwere Verantwortung wollen wir selber tragen und sagen: Nein, Programmunterbrechungen durch Werbung wird es in der Schweiz nicht geben.

Um die Sache nicht ganz so streng zu fassen wie im Entwurf des Bundesrats, hat unser Kollege Paul Wyss ja vorgeschlagen – er spricht von in sich geschlossenen Sendungen bzw. Sendeteilen –, man könnte beispielsweise bei einem Fussballspiel in der Pause werben, damit die Leute nicht alle miteinander aufs WC müssen und noch etwas anschauen können. Also Herr Wyss hat da den Stein des Weisen gefunden. Bitte bleiben Sie bei der Mehrheit, es tut not.

Eine kurze Bemerkung zum Antrag Borel: Ihm müssen wir zustimmen. In Artikel 13 der Europaratskonvention heisst es nämlich: «Grundsätzlich wird sie (die Werbung) in Blöcken gesendet.» Eines schönen Tages wird uns die Europaratskonvention zur Ratifizierung vorliegen, und in der Folge wird sie für uns etwelche Verbindlichkeit haben. Wir können schon heute zustimmen. In der Schnaps-, Wein- und Biergeschichte hüten wir uns am Morgarten. Einige haben die Messer gewetzt, und ich meine, wir können diese Klippe jetzt noch umschiffen, es ist nämlich noch fünf vor zwölf.

Mühlemann: Ich kann mir vorstellen, dass Sie nach dieser Debatte über Artikel 17 Schwierigkeiten haben, im Detail zu begreifen, worum es eigentlich geht. (*Heiterkeit*)

Ich würde Ihnen empfehlen – auch im Namen meiner Fraktion –, folgendes zu tun: im Artikel 17 erstens sauber zu trennen zwischen journalistischer und Werbetätigkeit und nur in Ausnahmefällen dem Journalisten auch zu gestatten, dass er an der Werbung teilnimmt. Diese Sache ist wahrscheinlich unbestritten.

In der zweiten Angelegenheit (Bestimmung der Werbezeit und Bestimmung der Unterbrechung des Programmes durch Werbung) darf ich Sie bitten, die Kompetenz dem Bundesrat zu geben, der gefälligst dafür sorgen soll, dass diese Regelung im Rahmen der internationalen Wettbewerbsgewohnheiten erfolgt.

Drittens sind wir alle der Meinung: Es darf keine Werbung für Alkohol, für Nikotin und für Suchtmittel geben. Aber geben Sie auch hier die Kompetenz dem Bundesrat und überlassen Sie uns allgemeine Richtlinien im Gesetz! Das heisst: Stimmen Sie im ersten Fall der Mehrheit der Kommission zu, im zweiten Fall der Minderheit I und im dritten Fall wieder der Mehrheit der Kommission! Dann werden Sie gut schlafen. (*Heiterkeit*)

Präsident: Damit Sie sich die Empfehlungen von Herrn Mühlemann noch etwas überlegen können, beantrage ich Ihnen, die Beratung zu unterbrechen.

*Hier wird die Beratung dieses Geschäfts unterbrochen
Le débat sur cet objet est interrompu*

*Schluss der Sitzung um 19.30 Uhr
La séance est levée à 19 h 30*

Radio und Fernsehen. Bundesgesetz

Radio et télévision. Loi

In	Amtliches Bulletin der Bundesversammlung
Dans	Bulletin officiel de l'Assemblée fédérale
In	Bollettino ufficiale dell'Assemblea federale
Jahr	1989
Année	
Anno	
Band	IV
Volume	
Volume	
Session	Herbstsession
Session	Session d'automne
Sessione	Sessione autunnale
Rat	Nationalrat
Conseil	Conseil national
Consiglio	Consiglio nazionale
Sitzung	13
Séance	
Seduta	
Geschäftsnummer	87.061
Numéro d'objet	
Numero dell'oggetto	
Datum	04.10.1989 - 15:00
Date	
Data	
Seite	1617-1634
Page	
Pagina	
Ref. No	20 017 755