

02.093

**Bundesgesetz
über Radio und Fernsehen.
Totalrevision**

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

Differenzen – Divergences

Botschaft des Bundesrates 18.12.02 (BBI 2003 1569)
Message du Conseil fédéral 18.12.02 (FF 2003 1425)
Nationalrat/Conseil national 02.03.04 (Erstrat – Premier Conseil)
Nationalrat/Conseil national 03.03.04 (Fortsetzung – Suite)
Nationalrat/Conseil national 03.03.04 (Fortsetzung – Suite)
Nationalrat/Conseil national 04.03.04 (Fortsetzung – Suite)
Nationalrat/Conseil national 04.03.04 (Fortsetzung – Suite)
Nationalrat/Conseil national 18.03.04 (Fortsetzung – Suite)
Ständerat/Conseil des Etats 02.03.05 (Zweitrat – Deuxième Conseil)
Ständerat/Conseil des Etats 02.03.05 (Fortsetzung – Suite)
Ständerat/Conseil des Etats 03.03.05 (Fortsetzung – Suite)
Ständerat/Conseil des Etats 03.03.05 (Fortsetzung – Suite)
Ständerat/Conseil des Etats 09.03.05 (Fortsetzung – Suite)
Nationalrat/Conseil national 22.09.05 (Differenzen – Divergences)
Nationalrat/Conseil national 28.09.05 (Fortsetzung – Suite)

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

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): Une motion d'ordre a été déposée par Monsieur Föhn. L'auteur demande de traiter les propositions individuelles en catégorie III.

Föhn Peter (V, SZ): Überraschenderweise behandeln wir jetzt das RTVG, wie Sie sehen, und ich muss feststellen, dass noch nicht alle Anträge, die eingereicht wurden, schriftlich vorliegen. Ich glaube, dem ist so, hüben wie drüben. Ich beantrage demzufolge, das Geschäft in der Kategorie III zu behandeln, damit zumindest die Antragsteller kurz zu ihren Anträgen Stellung nehmen können. Ich glaube, wir können das Geschäft trotzdem zügig behandeln, auch wenn wir es jetzt in der Kategorie III behandeln.

Ich bitte Sie, diesem Ordnungsantrag zuzustimmen.

Abstimmung – Vote

Für den Ordnungsantrag Föhn 93 Stimmen
Dagegen 41 Stimmen

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): Nous allons donc traiter les propositions individuelles en catégorie III.

Germanier Jean-René (RL, VS), pour la commission: J'aimerais faire un résumé avant d'examiner les différents articles, car suite à son passage dans les deux chambres, cette loi a été simplifiée, sans être réduite. Elle est équilibrée, au regard de l'audiovisuel suisse.

Le système dual est adapté à la réalité du paysage audiovisuel et de ses différentes régions linguistiques. Cette loi est équilibrée entre le service public et privé: en établissant et en maintenant des passerelles entre le rôle fondamental du service public pour tout le pays et le rôle reconnu des radios et télévisions privées du pays, cet équilibre sera sauvegardé.

Avec cette loi, nous vous proposons un modèle viable pour la Suisse, qui tient compte de l'évolution rapide du marché, des technologies nouvelles, du développement de la concurrence, en préservant un système cohérent pour la Suisse. Nous sommes un petit pays avec quatre langues, des bassins de population réduits, des minorités à prendre en compte pour une cohésion nationale et une solidarité au niveau de l'information et des contenus, qui doivent pouvoir rester équivalents dans chacune des régions du pays.

Par rapport à la concurrence étrangère, vu que le pays est «arrosé» par tous ses grands voisins européens, la Suisse doit pouvoir conserver un potentiel de diffuseur, à même de promouvoir l'identité et la diversité culturelles suisses dans chacune de ses régions et dans chaque langue nationale. Cette loi met les diffuseurs nationaux à un niveau d'égalité face à leurs concurrents, en libéralisant les règles selon les standards européens et en imposant de manière raisonnable à certaines fenêtres étrangères des obligations réglementaires et de contenu contribuant à maintenir une production helvétique spécifique à nos cultures respectives.

Quelques différences de sensibilité sont régulièrement apparues au cours des débats entre la minorité latine, aussi bien italophone que francophone, et la majorité alémanique. La différence de grandeur des bassins de population, et par conséquent des conditions de marché, les explique partiellement. Le seul marché ayant atteint une taille critique acceptable est le marché alémanique. L'autre raison est que, d'un point de vue identitaire, la majorité alémanique se sent déjà protégée par son dialecte. Vu que la langue pratiquée en France et en Italie est identique à celle respectivement des Suisses romands et des Suisses italiens, la crainte d'être «envahis» par de puissants réseaux de diffusion privés et publics provenant des deux grands voisins européens précités est très grande.

Les grands changements qu'apporte cette révision globale de la loi peuvent être résumés comme suit.

Le système dual – un service public fort pour toutes les régions et des diffuseurs régionaux complémentaires – est reconnu sur le plan des principes légaux et de l'accès à une quote-part des redevances par le splitting. Ceci devrait permettre de maintenir la diversité et le pluralisme de l'offre en matière de contenu et d'information par le rôle complémentaire des diffuseurs régionaux et nationaux.

Le cadre de l'activité et de l'organisation de la SSR a été revu. S'il est un peu plus rigide, on reconnaît cependant le rôle de la fonction de cohésion de ce service public. En outre, le soutien de l'activité des concessionnaires privés est une reconnaissance de droit public qui dépasse l'aspect purement économique de l'accès aux redevances.

La loi couvre dans son champ d'application les nouveaux médias sans faire obstacle au développement du Net et en permettant aux acteurs de l'audiovisuel d'utiliser ces technologies en complément de l'offre de base.

Cette loi apporte des règles plus libérales, sans pour autant qu'il y ait un démantèlement du modèle historique de l'audiovisuel suisse. Il a fallu, tout au long des débats, se rappeler que la Suisse est un petit pays avec quatre langues qui ne peut à aucun moment être comparé à une grande nation monolinguistique comme l'Allemagne, la France, l'Espagne ou d'autres pays européens.

Par une approche moderne et libérale, on a évité certaines lourdes administratives en matière de contrôle des diffuseurs concessionnaires privés et publics. On a ainsi évité, comme cela avait été proposé à l'origine, la création d'une «supercommission» de l'audiovisuel – sur le modèle de ce qui existe en Grande-Bretagne ou en France –, reconnue lors des divers débats en commission et dans les deux conseils comme inadaptée à notre pays. Dans la foulée, on a également renoncé – toujours au niveau de la commission – à la création d'un coûteux comité consultatif de sages, laissant à juste titre au Conseil fédéral la responsabilité de statuer sur l'intérêt général et non d'exercer cette compétence par délégation. Avec raison, les deux chambres ont ainsi su maintenir le partage des compétences entre le DETEC et le pouvoir politique du Conseil fédéral. On a su maintenir des instances qui ont fait leurs preuves, tels le médiateur et l'Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de radio-télévision, l'AIEP.

Nous sommes aujourd'hui au terme du parcours de cette révision de loi, avec l'examen des divergences entre les deux chambres. On peut constater de manière générale que, suite à l'examen du projet par les deux chambres, il ne nous est resté que très peu de divergences à traiter en commission, même si certaines questions ont déclenché de vifs dé-

bats. Nous y viendrons lorsque les articles concernés seront traités.

Art. 2 Bst. i; Art. 4 Abs. 4; Art. 7 Abs. 1 Bst. b, 3; Art. 8 Abs. 4

Antrag der Kommission

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Art. 2 let. i; art. 4 al. 4; art. 7 al. 1 let. b, 3; art. 8 al. 4

Proposition de la commission

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Angenommen – Adopté

Art. 9

Antrag der Kommission

Abs. 1

.... kann diejenigen Formen der

Abs. 2

Festhalten

Antrag Bezzola

Abs. 2

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Art. 9

Proposition de la commission

Al. 1

.... Le Conseil fédéral peut interdire les formes de publicité

Al. 2

Maintenir

Proposition Bezzola

Al. 2

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Ich möchte Sie im Namen der Kommission bitten, hier der Kommission zu folgen und am Beschluss unseres Rates festzuhalten. In der Kommission haben wir uns noch einmal eingehend über diese Bestimmung unterhalten und sind einmütig – ohne Gegenstimme, ohne Gegenantrag – zum Entscheid gekommen, an der Version unseres Rates festzuhalten. Es geht hier ja um die Frage, wie man mit Fernsehstars umgeht, die nebenbei auch noch in Werbesendungen auftreten. Ich glaube, es ist richtig – auch im Sinne der ganzen Konzeption der Trennung von Inhalt und Werbung –, dass Programmmitarbeiter nicht auch noch als Werbeträger auftreten.

Wir haben zwei kleine Differenzen zum Ständerat, bei denen wir am nationalrätlichen Beschluss festhalten wollen. Die eine betrifft die Definition dieser ständigen Programmmitarbeiter respektive die Definition von Leuten, die regelmäßig in Programmen auftreten. Ein Moderator der Sendung «Ziischtigclub» beispielsweise, der nur den «Ziischtigclub» moderiert, ist unseres Erachtens ein regelmässiger Mitarbeiter. Er soll nicht in der Werbung auftreten können. Er ist nicht unbedingt ein ständiger Programmmitarbeiter – er ist nicht als ständiger Programmmitarbeiter auf der Lohnliste –, er tritt aber regelmäßig dort auf. Deshalb finden wir, dass die Definition, die der Nationalrat in der ersten Lesung beschlossen hat, korrekt ist, wenn wir diesen Grundsatz durchziehen wollen.

Die zweite Differenz zwischen Nationalrat und Ständerat betrifft die Frage der lokalen und regionalen Veranstalter. Wir möchten dort Ausnahmen vorsehen, und zwar bei kleinen Sendern, die nicht über sehr viele Leute verfügen. Da soll der Programmmoderator halt auch mal einen Werbespot durchgeben können. Das soll möglich sein, das ist nicht traurig. Wir wollen das im Gesetz zulassen. Der Ständerat will dem Bundesrat eine weitgehende Kompetenz geben, hier dann Ja oder Nein zu sagen.

Wir sind der Meinung, dass wir hier eine liberalere Lösung als jene des Ständerates haben. Ich möchte Ihnen empfehl-

len, an der ursprünglichen Version unseres Rates festzuhalten, nicht zuletzt aufgrund der Präzisierung in Bezug darauf, wer hier überhaupt in Werbesendungen auftreten kann. Wie gesagt, die Kommission hat dies nach langer Diskussion einmütig entschieden, ohne Gegenantrag, ohne Gegenstimme.

Ich bitte Sie, diesem Antrag zu folgen.

Bezzola Duri (RL, GR): Es tut mir Leid, dass ich nicht mitbekommen habe, dass Kategorie III beschlossen wurde, und ich deshalb jetzt zu spät gekommen bin.

Mein Antrag lautet, der Version des Ständerates zuzustimmen. Das geltende Recht hat sich bewährt. Der Antrag unserer Kommission schränkt die redaktionelle Freiheit massiv ein. Die SRG z. B. schliesst für das Erbringen ständiger Programmarbeit Verträge ab, beispielsweise mit Bernhard Russi. Nach der Version unserer Kommission könnte Bernhard Russi eigentlich keine Skirennen mehr kommentieren. Das wäre sicher ein Verlust – nicht weil unsere Fahrer dann langsamer wären, sondern weil er auch aus internationaler Sicht kompetent und gut kommentiert. Für mitwirkende Personen bedeutet der Antrag unserer Kommission ein partielles Berufsverbot. Das wäre falsch. Der Antrag widerspricht auch den europäischen Normen. Deshalb bin ich der Meinung, dass wir hier dem Ständerat folgen müssen.

Ich bitte Sie also, der Version des Ständerates zuzustimmen.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Kommission 87 Stimmen

Für den Antrag Bezzola 68 Stimmen

Art. 10

Antrag der Mehrheit

Abs. 1

....
bbis. sämtliche alkoholischen Getränke in Fernsehprogrammen in- und ausländischer Veranstalter, sofern diese Programme in der Schweiz national oder sprachregional verbreitet werden und sich eigens an das schweizerische Publikum richten;

c. Volksabstimmungen sind; dieses Verbot gilt nicht für Privatradios;

d. Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Abs. 5

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Antrag der Minderheit

(Levrat, Allemann, Brun, Fehr Jacqueline, Hollenstein, Marti Werner, Marty Kälin, Pedrina, Simoneschi-Cortesi)

Abs. 1 Bst. c

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Antrag der Minderheit

(Marti Werner, Allemann, Brun, Fehr Jacqueline, Hollenstein, Levrat, Marty Kälin, Pedrina, Simoneschi-Cortesi)

Abs. 5

Festhalten

Antrag Schwander

Abs. 1 Bst. bbis

Streichen

Schriftliche Begründung

Das schweizerische Publikum kann durch diese Bestimmung nicht geschützt werden, zumal damit die grenzüberschreitende Werbung, welche nicht der schweizerischen Rechtsordnung unterliegt, ohnehin nicht unterbunden werden kann. Insofern schränkt sie nur die schweizerischen Programme und damit insbesondere die privaten Veranstalter mit Sitz in der Schweiz ein.

Antrag Leutenegger Filippo

Abs. 5

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Schriftliche Begründung



Zwei Bestimmungen, die das gleiche Thema der an Minderjährige gerichteten Werbung regeln wollen (Art. 10 Abs. 5 und Art. 15 E-RTVG); Artikel 10 Absatz 5 E-RTVG erweist sich daher als überflüssig.

Kategorisches Verbot von Werbung, Sponsoring und Verkaufsangeboten ist überzogen und wirkt sich kontraproduktiv aus.

Ausgewiesenes Bedürfnis der jungen Zuschauerschaft nach gewissen Programminhalten: Produktion von solchen Programmen wird nicht mehr möglich sein.

Kein generelles Bedürfnis, alle Minderjährigen zu schützen: Kriterium «weder deren mangelnde Lebenserfahrung ausnützen noch sie in ihrer körperlichen und seelischen Entwicklung beeinträchtigen» ist präziser.

Art. 10

Proposition de la majorité

Al. 1

bbis. toutes les boissons alcoolisées dans les programmes de télévision des diffuseurs nationaux et étrangers, dans la mesure où ces programmes sont diffusés en Suisse à l'échelon national ou à celui de la région linguistique et s'adressent spécifiquement au public suisse;

c. des partis politiques des votations populaires. Cette interdiction ne concerne pas les radios privées;

d. Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Al. 5

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Proposition de la minorité

(Levrat, Allemann, Brun, Fehr Jacqueline, Hollenstein, Marti Werner, Marty Kälin, Pedrina, Simoneschi-Cortesi)

Al. 1 let. c

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Proposition de la minorité

(Marti Werner, Allemann, Brun, Fehr Jacqueline, Hollenstein, Levrat, Marty Kälin, Pedrina, Simoneschi-Cortesi)

Al. 5

Maintenir

Proposition Schwander

Al. 1 let. bbis

Biffer

Développement par écrit

Le développement n'existe qu'en allemand

Proposition Leutenegger Filippo

Al. 5

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Développement par écrit

Le développement n'existe qu'en allemand

Schwander Pirmin (V, SZ): Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe bbis will eigentlich das Verbot von Werbung für sämtliche alkoholische Getränke, insbesondere auch bei ausländischen Veranstaltern. Dazu zwei Bemerkungen:

1. Diese zusätzliche Bestimmung der Kommission kann insbesondere das schweizerische Publikum und hier insbesondere auch die Jugend nicht schützen. Wenn Sie ein solches Verbot wollen, dann müssen Sie hier eigentlich auch die heutige und zukünftige Technik verbieten, und das ist ja wohl nicht Sinn und Zweck einer solchen Bestimmung.

2. Mit dieser Bestimmung kann insbesondere die grenzüberschreitende Werbung, welche nicht der schweizerischen Rechtshoheit unterliegt, in keiner Art und Weise unterbunden werden.

Insofern bitte ich Sie, meinem Antrag auf Streichung zuzustimmen. Damit stärken wir die Privaten, und das wollen wir hier mit diesem Gesetz ja auch. Wir wollen insbesondere die Privaten stärken. Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe bbis würde insbesondere die schweizerischen Programme und dabei vorab die privaten Veranstalter einschränken.

Ich bitte Sie, meinem Streichungsantrag stattzugeben.

Levrat Christian (S, FR): Il s'agit ici de savoir si nous entendons autoriser ou non la publicité politique à la radio et à la télévision. C'est donc un sujet qui nous concerne directement, et qui concerne nos partis et organisations. La minorité de la commission, avec le Conseil fédéral et le Conseil des Etats, vous demande d'interdire complètement la publicité politique à la radio et à la télévision.

Quelles sont les conséquences concrètes de la formulation retenue par la majorité? C'est que la publicité politique ne serait autorisée que sur les radios privées. Or lorsqu'on parle de radios privées, on a certainement d'abord à l'esprit les radios locales cantonales; mais il faut également considérer que cette disposition permettrait à Radio 24 ou à NRJ d'émettre sur le territoire suisse et d'y diffuser de la publicité politique.

Pour trois motifs, je vous demande de renoncer à cette possibilité.

1. Je crois que la publicité politique à la radio et à la télévision entraîne une distorsion du jeu démocratique. Elle donne la possibilité aux groupements patronaux, syndicaux, aux partis politiques les plus riches de se faire entendre de manière disproportionnée dans le débat, de faire valoir leurs arguments au détriment, finalement, de la qualité et de la diversité de l'analyse politique.

Il n'est pas innocent d'autoriser la publicité politique dans les radios locales cantonales. La plupart de nos élections ont lieu sur le plan cantonal, et c'est justement là que se jouent les campagnes, le positionnement des différents candidats sur une liste ainsi que les résultats.

2. Je crains une décrédibilisation des radios locales ou régionales par un lien entre leur activité d'information, qui est souvent indispensable à animer la vie d'une région et la vie politique d'un canton, et les activités commerciales qui y sont liées. Comment voulez-vous qu'une radio locale soit crédible lorsque, immédiatement à la suite du journal et des informations locales qu'elle aura diffusés, elle est amenée à diffuser des spots publicitaires, des spots politiques pour telle ou telle formation, ou pour telle ou telle cause? Vous avez donc là un mélange des genres.

3. Ce mélange des genres, vous l'avez reconnu et interdit au niveau national; vous l'avez reconnu et interdit au niveau de la SSR: vous avez considéré qu'il n'était pas logique que la SSR ait une activité de publicité politique parallèlement à une activité d'information. Cette analyse que vous avez faite au niveau national vaut évidemment également au niveau cantonal et local, et donc également au niveau des radios privées. Il n'est pas possible d'avoir une double morale, d'avoir une double pratique. Finalement, il ne s'agit pas tant ici de réglementation de la publicité que de réglementation de la vie politique et démocratique dans ce pays.

Par conséquent, je vous invite à soutenir la proposition de la minorité.

Je vous invite à être conséquents avec les décisions que vous avez prises, à savoir d'interdire la publicité politique, à maintenir des règles démocratiques qui placent un tant soit peu les différents acteurs sur le même plan.

Marti Werner (S, GL): In Absatz 5 hat der Nationalrat in der ersten Lesung beschlossen, dass dem Bundesrat die Kompetenz gegeben werden soll, «zum Schutz der Gesundheit und der Jugend weitere Werbesendungen als unzulässig» zu erklären. Ich denke, es gibt niemanden in diesem Rat, der bestreitet, dass gesundheits- oder jugendgefährdende Werbesendungen für unzulässig erklärt werden sollen. Es kann beim besten Willen nicht im Interesse des Gesetzgebers liegen, ein solches Verbot auszuschliessen. Die Argumente jener Kommissionsmitglieder, die sich der ständerlichen Fassung anschliessen, waren denn auch andere, und zwar waren es drei:

1. Es wurde gesagt, wir hätten bereits in Artikel 15 RTVG eine Bestimmung zum Schutze der Minderjährigen. Artikel 15 des Gesetzes deckt aber einen anderen Fall ab, denn dort werden nur Sendungen erfasst, die Minderjährige als Zielpublikum haben. Bei diesen kann man die entsprechen-

den Massnahmen ergreifen. Hier haben wir aber eine generelle Norm für Sendungen, die gesundheits- oder jugendgefährdende Inhalte aufweisen.

2. Es wurde erwähnt, dass wir die Bestimmungen des Strafrechtes als Grenze hätten, die pornografische Sendungen beispielsweise verbieten. Hier muss man sich jedoch bewusst sein, dass das Strafgesetz als Ultima Ratio wirklich die letzte Limite ist, die man nicht mehr überschreiten darf. Der Nachteil der strafgesetzlichen Regelung ist, dass sie nur ex post, wenn ein Verstoss erfolgt ist, zum Zuge kommt. Dagegen wird hier dem Bundesrat die Kompetenz gegeben, eben auch prophylaktisch Sendungen, die das scharfe Limit des Strafrechtes noch nicht erreicht haben, zu verbieten.

3. Das dritte Argument wurde vonseiten der SVP-Fraktion vorgebracht. Es scheint mir interessant zu sein, weil dort argumentiert wird, mit dieser Bestimmung könne man nur die nationalen Anbieter binden und über sie bestimmen, während wir gegenüber den ausländischen Anbietern keine Rechtsmittel hätten. Wenn man also dieser Argumentation folgt, würde das nichts anderes heissen, als dass in der Schweiz auch einfach nachvollzogen werden müsse, was im Ausland gilt. Das ist in der Regel nicht die Haltung, die von der SVP vertreten wird, insbesondere dann nicht, wenn es um einen Bereich geht, in dem wir eben national wirklich autonom sind und eine Regelungsbefugnis haben.

Ich ersuche Sie deshalb, dem Antrag der Minderheit zu Absatz 5 zuzustimmen, um dem Bundesrat die Kompetenz zu geben, «zum Schutz der Gesundheit und der Jugend weitere Werbesendungen als unzulässig» zu erklären.

Fehr Hans-Jürg (S, SH): Die SP-Fraktion wird sich für die Variante Bundesrat/Ständerat einsetzen, d. h. dafür plädieren, dass politische Werbung weiterhin generell ausgeschlossen ist und hier nicht eine Ausnahmebestimmung nur zugunsten der Privatradios eingeführt wird. Wir haben bisher, glaube ich, eine stringente, in sich stimmige Argumentation gegenüber der Einführung von politischer Werbung generell in den elektronischen Medien gehabt. Es ist eigentlich nicht einzusehen, warum man hier jetzt eine Ausnahme beschliessen sollte.

Wahlwerbung, Abstimmungswerbung, generell politische Werbung ist teuer, sowohl in der Presse als auch in den elektronischen Medien; das wissen Sie. Gleichzeitig wissen Sie auch, dass die politischen Parteien wenig Geld haben. Wenn Sie hier diese Ausnahmebestimmung einführen, dann werden Sie also zwei Wirkungen erzielen: Es wird zu einer gewissen Umschichtung der politischen Werbung kommen, weg von der Presse, hin zu diesen Privatradios; darüber könnte man noch diskutieren. Aber was der viel grössere Nachteil ist, den wir uns mit dieser Ausnahmebestimmung einhandeln: Es wird hier eindeutig jene Person bevorteilt, die viel Geld hat, und es wird jene politische Organisation, sei es eine Partei oder ein Verband, bevorteilt, der oder die viel Geld hat.

Nun haben wir aber ja schon heute extrem ungleich lange Spiesse in der politischen Werbung. Wem sage ich das! Mit dieser Ausnahmebestimmung würden Sie diese ungleich langen Spiesse noch ungleicher machen. Das geht eben nicht, man kann nicht nur den einen Zug machen, politische Werbung zulassen, ohne den anderen Zug, Parteienfinanzierung, auch zu tun. In allen europäischen Ländern, in denen es politische Werbung in den elektronischen Medien gibt, gibt es selbstverständlich auch eine öffentliche Parteienfinanzierung. Bei uns ist der Mittelbedarf ja noch wesentlich grösser, weil wir ständig Volksabstimmungen haben. Von daher wird hier bei den Privatradios eine Neuerung eingeführt, die die gegenwärtig unbefriedigenden Verhältnisse in der Politikfinanzierung noch unbefriedigender machen würde.

Zudem glaube ich – da kann ich mich Herrn Levrat anschliessen –, dass all die Argumente, die auf nationaler Ebene gegenüber politischer Werbung in den Kanälen der SRG gelten oder gegolten haben, selbstverständlich auch auf den unteren Staatsebenen gelten. Es ist nicht einzuse-

hen, warum das plötzlich nicht mehr gelten soll, wenn es um kantonale oder kommunale Politik geht. Es sind genau die gleichen politischen Mechanismen, es ist das gleiche politische Personal. Diese Differenzierung, diese Unterscheidung, die hier gemacht wird, ist für uns nicht nachvollziehbar.

Wir bitten Sie daher, bei Absatz 1 Buchstabe c nicht der Mehrheit, sondern der Minderheit Levrat zu folgen.

Ich sage noch ein Wort zum Einzelantrag Schwander, der ja auch Artikel 10 betrifft. Ich bitte Sie, auch diesem Antrag nicht zuzustimmen. Herr Schwander irrt auch in seiner Begründung. Es ist schon so, dass die ausländischen Programmfenster – also die Programmfenster ausländischer Stationen, die in die Schweiz ausgestrahlt werden – hundertprozentig schweizerischem Recht unterliegen. Die können wir mit unserer Gesetzgebung erreichen. Es ist nicht einzusehen, warum man für diese ausländischen Fenster lockere Bestimmungen als für die Schweizer Stationen und die von ihnen ausgestrahlten Fernsehprogramme gelten lässt. Das wäre dann wiederum eine Bevorzugung, eine Privilegierung, dieser ausländischen Stationen im Werbereich, die gerade die schweizerischen Privatsender heftig treffen würde. Wir sehen keinen Sinn darin.

Zur Minderheit Marti Werner: Ich bitte Sie, diese zu unterstützen. Es geht hier ja um eine Kompetenzerteilung an den Bundesrat in Bezug auf weitere Werbesendungen, die gegen den Jugendschutz verstossen. Sie wissen: Werbung ist erfinderisch, Werbung ist innovativ, Werbung überschreitet aber auch oft Grenzen. Wir wissen noch nicht, welche Grenzüberschreitungen die Werbung in Zukunft machen kann. Aber es ist notwendig, dass wir dem Bundesrat als Behörde ein Instrument in die Hand geben, um kommende, uns heute noch nicht bekannte Werbeformen allenfalls untersagen zu können, wenn es im Interesse des Jugendschutzes eben geboten ist. Diese Kompetenzerteilung müssen wir machen, damit die notwendige Handlungsfähigkeit beim Bundesrat gegeben ist.

Ich bitte Sie daher, den Antrag der Minderheit Marti Werner zu Absatz 5 zu unterstützen.

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): Le groupe démocrate-chrétien soutient la minorité Levrat à l'alinéa 1 en ce qui concerne la publicité politique sur les radios privées et soutient la minorité Marti Werner à l'alinéa 5.

Nous sommes ici au chapitre qui fixe les interdictions en matière de publicité. L'article 10 est donc un article très important. Le groupe démocrate-chrétien a toujours soutenu cette interdiction totale de la publicité religieuse aussi bien que politique, tant sur les radios privées que publiques. Malheureusement, nos débats ont ouvert une brèche dans cette interdiction totale et nous avons une proposition de la majorité à l'alinéa 1 lettre c qui voudrait donner la possibilité aux radios privées de diffuser ce type de publicité.

Nous sommes absolument contre, pour une question institutionnelle, mais aussi pour un aspect inhérent à la loi. La question institutionnelle est claire, elle a déjà été évoquée par mes collègues: la démocratie vit d'un débat démocratique dont les règles sont très importantes et doivent être justes. On doit donc laisser à tous la possibilité de s'exprimer. Il n'est absolument pas acceptable que des gens qui ont plus d'argent aient davantage la possibilité de s'exprimer que d'autres qui sont moins nantis. Et puis, il y a toute la question soulevée par notre collègue Fehr Hans-Jürg du financement des campagnes pour les votations populaires ainsi que du financement des campagnes et des partis politiques. Je pense qu'il y aurait lieu, une fois, de se livrer à une réflexion sur cette question; mais ce n'est pas le moment. Pour cette raison, nous sommes absolument contre le fait que les radios privées puissent diffuser ce type de publicité.

Il se pose aussi une question inhérente à la loi. Nous avons prévu que les radios privées puissent recevoir une quote-part de la redevance si elles exécutent des prestations de service public telles qu'un journal radio ou des programmes présentant des approfondissements. Donc, nous accordons

une aide à ces radios privées; de l'autre côté, elles ont plus d'espace publicitaire. Nous avons établi une asymétrie entre les radios privées et la radio publique: cette dernière ne peut pas diffuser de publicité alors que les radios privées peuvent le faire, et c'est clair qu'ici on entre dans un champ sur lequel tout le monde est d'accord.

C'est pourquoi je vous demande de soutenir la minorité Levrat.

En ce qui concerne l'alinéa 5, le groupe démocrate-chrétien souhaite le maintenir tel que notre conseil l'avait introduit en première lecture. C'est important parce que le Conseil fédéral «peut» – c'est une formule potestative – «interdire d'autres messages publicitaires aux fins de protéger la santé et la jeunesse».

Je pense que ce sont deux biens très importants et que cet alinéa 5 est à maintenir, comme le demande la minorité Marti Werner.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Zuerst möchte ich meiner Befriedigung darüber Ausdruck geben, dass bei Artikel 10 in der Entwicklung ein positiver Zug festzustellen ist. Sie mögen sich wahrscheinlich noch an die Debatte im Rat erinnern, die wir das letzte Mal geführt haben. Der Rat war der Meinung, dass Werbung für politische Parteien, für Personen, die für politische Ämter kandidieren, aber auch die Werbung für religiöse Bekenntnisse, die in Institutionen vertreten werden, erlaubt sein und nicht unter das Werbeverbot fallen sollten.

Unsere Fraktion und ich selbst haben relativ engagiert dagegen gekämpft und sind für die Werbeverbote eingetreten, die der Bundesrat vorgeschlagen hat. Ich freue mich, dass der Ständerat diese Argumentationen aufgenommen und übernommen hat. Noch mehr freue ich mich, dass die Kommission, der ich in dieser Legislatur nicht mehr angehöre, diese Meinung und diese Haltung übernommen hat und Ihnen diese Verbote so beantragt, wie sie der Ständerat formuliert hat – allerdings mit ein paar wenigen Zusätzen, auf die ich jetzt zu sprechen kommen möchte.

In Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe bbis beantragt die Kommission – eine Kommissionsminderheit besteht nicht – eine zusätzliche Beschränkung, die vor allem darauf abzielt, die Privilegien ausländischer Stationen abzubauen beziehungsweise nicht aufkommen zu lassen, und die eine Verstärkung des Werbeverbotes für alkoholische Getränke beinhaltet. Es ist schlecht verständlich, wie man unter diesen beiden Aspekten diese Bestimmung bekämpfen will, wie das der Antrag Schwander tut. Zum einen wissen wir, dass die elektronischen Medien sehr stark prägen, wesentlich mehr als irgendwelche Inserate in Zeitungen. Deshalb sind ja auch das Werbeverbot für Tabak und jenes für die religiösen Bekenntnisse aufgenommen worden und im Ständerat durchgekommen. Es ist nicht einzusehen, dass wir auf der einen Seite Prophylaxe gegen Alkoholmissbrauch und alles Mögliche betreiben und auf der anderen Seite für diese Dinge dann zusätzlich wieder Werbefenster öffnen.

Ein nächster Punkt ist der Zusatz, den die Kommissionsmehrheit bei Absatz 1 Litera c noch einfügen möchte. Die Kommissionsmehrheit möchte dort, dass Werbung für Volksabstimmungen zwar nicht bei den grossen elektronischen Medien der SRG möglich sein soll, aber bei den Privatradios. Da bitte ich Sie wirklich sehr eindringlich, diese zusätzliche Öffnung abzulehnen und der Minderheit Levrat zuzustimmen.

Warum? Es ist schon ausgeführt worden, dass die elektronischen Medien stärker prägen, stärker auch auf die Leute einwirken. Über die elektronischen Medien können so finanzi starke Abstimmungskomitees – wir erleben es immer mehr, dass Abstimmungen «gekauft» werden – mit Millionenbeträgen über die privaten Lokalradios und -veranstalter auf die Leute einwirken. Das ist unfair, das gibt ungleich lange Spiesse, das müssen wir ablehnen, auch im Interesse einer fairen Auseinandersetzung vor Abstimmungen.

Zum Schluss bitte ich Sie noch, bei Absatz 5 an unserer bisherigen Haltung festzuhalten, nämlich dass der Bundesrat

mit einer Kann-Vorschrift die Möglichkeit bekommt, zum Schutze der Gesundheit unserer Jugend weitere allfällige Beschränkungen erlassen zu können. Das wird er mit Sicherheit auch nur dann tun, wenn solche Einschränkungen wirklich dringlich und nötig sind.

Hollenstein Pia (G, SG): Ich spreche zu allen Anträgen gemeinsam, zuerst zu Artikel 10 Absatz 1 Litera c:

Die grüne Fraktion unterstützt hier die Minderheit Levrat. In Übereinstimmung mit dem Bundesrat und dem Ständerat wollen wir das Verbot politischer Werbung in schweizerischen Radio- und Fernsehsendungen aufrechterhalten. Wenn wir hier auch politische Werbung zulassen, laufen wir Gefahr, dass die Ungleichheiten noch grösser werden. Das heisst: Wer mehr Geld hat, wird so mehr Einfluss gewinnen, und das ist eine Untergrabung unserer Demokratie. Finanzstarke Gruppen und Personen hätten unberechtigterweise eindeutig Vorteile.

Deshalb bitte ich Sie im Namen der grünen Fraktion, dem Ständerat, dem Bundesrat und der Minderheit Levrat zuzustimmen.

Den Antrag Schwander bitte ich Sie abzulehnen. Unsere Kommission hat da einen guten Vorschlag eingebracht, der in der Kommission auch relativ unbestritten war.

Nun noch zu Absatz 5: Unser Rat hat in der früheren Debatte Absatz 5, der jetzt zur Diskussion steht, eingebracht. Die Mitglieder der Fraktionen von CVP, SP und den Grünen votierten dafür – und auch wenige Vertreter der Rechten sahen das ein –, dass Jugendschutz nicht nur in Parteiprogrammen stehen soll, und stimmten der Bestimmung zu. Deshalb wurde der Antrag letztes Mal mehrheitsfähig. Es ist doppelbödig, einerseits zu beklagen, dass die Jugend immer mehr Drogen konsumiere, andererseits aber nicht einmal Hand zu bieten, wenn es darum geht, zum Schutz der Jugend dem Bundesrat – bloss in der Kann-Formulierung – die Möglichkeit zu geben, zugunsten des Schutzes der Jugend Werbesendungen als unzulässig zu erklären. Es ist doppelbödig, in Parteiprogrammen – wie es zum Beispiel in SVP-Papieren gefordert wird – eine abstinentorientierte Präventionspolitik zu verlangen und gleichzeitig dem Bundesrat nicht die Möglichkeit zu geben, zum Schutz der Jugend Werbesendungen als unzulässig zu erklären.

Wenn die FDP-Fraktion heute gegen die verlangte Möglichkeit des Jugendschutzes votiert, bringt auch sie zum Ausdruck, dass sie den freien Markt und die Aussicht auf finanziellen Profit höher gewichtet als das Wohl der Jugend. Da gewichten wir Grünen anders und sehen im Jugendschutz auch eine Verpflichtung. Jugendschutz dem Liberalismus zu opfern ist für uns kein gangbarer Weg. Es geht beim Nationalratsbeschluss vom März 2004 nicht nur um Jugendschutz, es geht auch um den Schutz der Gesundheit allgemein, und es ist doppelbödig – ich sage es noch einmal, auch hier –, die zunehmenden Gesundheitskosten zu beklagen und gleichzeitig wirkungsvolle Massnahmen wie ein Werbeverbot, wie es in Absatz 5 von Artikel 10 vorgesehen ist, abzulehnen.

Föhn Peter (V, SZ): Ich glaube, ich darf Frau Hollenstein leicht beruhigen. Sie hat uns jetzt mehrfach Doppelbödigkeit vorgeworfen. Dem ist überhaupt nicht so. Ich meine, wir haben in diesem Artikel unter Absatz 4 die Bestimmung, wonach die Werbung unzulässig ist, welche «zu einem Verhalten anregt, welches die Gesundheit gefährdet». Ich glaube nicht, dass da nur die Erwachsenen gemeint sind oder die älteren Leute. Für mich ist die Jugend hier eingeschlossen. Wir sind immer für möglichst einfache Gesetzgebungen. Dagegen haben wir überhaupt nichts, und das unterstützen wir auch.

Mit der Revision haben wir von allem Anfang an eine Liberalisierung der Werbeordnung für private Veranstalter als Ausgleich zur Gebührenfinanzierung der SRG angestrebt. Wir sind aber heute daran, diese Öffnung der Werbeordnung für Private in zentralen Bereichen wieder zurückzunehmen, und da müssen wir schon auf der Hut sein, dass das nicht pas-

siert. Es sind nach wie vor private Veranstalter auf nationaler und überregionaler Ebene, die keine Beiträge aus dem Gebührensplitting erhalten und auf eine Verbesserung oder zumindest auf die Werbung sehr angewiesen sind, gerade auch, wenn ich die ausländischen Sender betrachte, die in der Schweiz ausgestrahlt werden.

Zu den Anträgen, wie sie vorliegen, und zur Haltung der SVP-Fraktion: Bei Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe bbis liegt ein Antrag Schwander vor. Die SVP-Fraktion hat sich intensiv damit auseinander gesetzt, und sie hat entschieden, dem Streichungsantrag Schwander zu folgen.

Bei Artikel 10 Absatz 1 Litera c bitte ich Sie, die politische Werbung zuzulassen, und zwar nur für die Privatradios. Ich glaube, das ist nicht so ein entscheidender Punkt für die Wahlen und Abstimmungen; Sie haben, Frau Hollenstein, hier schwarz gemalt. Ich bitte Sie, hier ganz klar der Kommissionsmehrheit zu folgen.

Genau dasselbe gilt bei Artikel 10 Absatz 5; ich bitte Sie, hier der Mehrheit zu folgen. Ich habe schon gesagt, dass das, was Frau Hollenstein vorhin ausgeführt hat, bereits in Absatz 4 Buchstabe c enthalten ist.

Ich danke für die Unterstützung.

Leutenegger Filippo (RL, ZH): Ich mache es kurz: Die FDP-Fraktion unterstützt bei Artikel 10 die Mehrheit der Kommission.

Ich möchte noch etwas zum Jugendschutz sagen. Was von Frau Hollenstein gesagt wurde, betrifft ja vor allem die gesundheitlichen Aspekte. Ich glaube, dass diese in diesem Absatz 4 ganz klar geregelt sind. Es ist überhaupt keine Frage, dass wir den Jugendschutz wollen. Der ist an sich gesetzlich schon genügend geregelt. Hier setzt man noch einen drauf, ohne Not. Sie müssen auch bedenken, dass das schwierig wird. Jede Zensurform ist eine schwierige Form, wenn sie nicht schon gesetzlich geregelt ist. Wenn wir zwei unterschiedliche Massstäbe haben, wird es noch schwieriger. Wir haben nämlich ausländische Programme, die in die Schweiz hineinstrahlen, und deshalb ist es auch so, dass ausländische Programme, die nicht in der Schweiz kontrolliert werden können, natürlich Werbefenster im Jugendbereich haben, die wir auch nicht kontrollieren können. Zudem haben wir auch im Printbereich diese zusätzlichen Schutzmassnahmen nicht.

Deshalb bitte ich Sie, die Mehrheit zu unterstützen.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Es geht innerhalb dieses einen Artikels 10 jetzt um drei verschiedene Punkte. Der erste betrifft die Alkoholwerbung bei den sogenannten Privatsendern, der zweite die politische Werbung und der dritte den Jugend- und Gesundheitsschutz.

Zunächst zur Alkoholwerbung bei Privaten. Hier muss ich an die Systematik des Gesetzes erinnern: Wir wollten auf der einen Seite eine starke SRG – die nationale Gesellschaft –, die aber auf Alkoholwerbung verzichten soll, weil sie das Privileg hat, Gebühren einzukassieren. Auf der anderen Seite wollten wir eine Lockerung der Werbevorschriften für die privaten Marktteilnehmer. Diese Lockerung der Werbevorschriften ist für die privaten Fernsehveranstalter zentral. Sie können sich vielleicht daran erinnern, dass diese reklamierten, als Tele 24 und TV3 eingingen, das sei unter anderem deswegen geschehen, weil sie keine Alkoholwerbung betreiben durften. Wir möchten jetzt bei unserer Linie bleiben und hier das Verbot lockern. Es ist für die privaten Veranstalter eine der Einnahmenquellen, auf die sie angewiesen sind.

Das zweite Problem ist die politische Werbung. Hier will die Mehrheit Ihrer Kommission eine Ausnahme für Privatradios machen. Es geht hier aber nicht nur einfach um eine medienpolitische Frage, sondern es geht auch um eine staatspolitische Frage. Das haben wir schon letztes Mal gesagt, und auch der Ständerat ist dieser Meinung.

Es geht nicht an, dass Wahl- und Abstimmungskämpfe durch die Möglichkeit, Radiowerbung zu machen, verteuft werden und dass sich nur finanzstarke Gruppen eine solche Werbung leisten können. Es geht nicht an, dass sie sich,

weil sie finanzstark sind, einen wesentlichen Vorteil erarbeiten können. Hier kann man nicht sagen, dieses Argument gelte nur bei den nationalen Veranstaltern. Es gilt bei den Lokalradios genauso. Radio 24 oder Radio Z sind grosse Lokalradios mit einer eminenten Bedeutung, und wenn sie politische Werbung machen können, dann hat das auf die Abstimmungen und auf die Wahlen tatsächlich einen Einfluss. Es könnten sich das dann aber nur finanzstarke Organisationen leisten.

Wir haben errechnet, dass die Ausstrahlung eines Werbespots von 30 Sekunden an ein Radiopublikum von etwa 200 000 Personen schnell einmal 50 000 Franken kosten kann. Das ist kein Pappenstiel, wenn es um eine lokale Abstimmung geht, aber auch wenn es um Wahlen geht.

Wir ersuchen Sie aus grundsätzlichen Gründen – das ist gar nicht eine medienpolitische Frage im engeren Sinn, sondern eine staatspolitische –, dabei zu bleiben, dass solche Werbung am Radio und am Fernsehen nicht möglich sein soll, auch nicht bei Lokalradios.

Dritter Punkt, Jugend- und Gesundheitsschutz: Hier wollen wir ja blos eine Kann-Formulierung zugunsten des Bundesrates, damit er sich gewissermassen als Notbremse einschalten könnte. Wir haben immerhin gezeigt, dass wir in den vergangenen 13 Jahren nur mit alleräusserster Zurückhaltung davon Gebrauch gemacht haben. Das Hauptproblem, das uns heute beschäftigt, sind Werbespots, die den Zugang zu Pornografie anpreisen, die man dann aufs Handy herunterladen kann. Das ist so ein Beispiel, wo der Bundesrat zugunsten des Jugendschutzes eingreifen könnte.

In diesem Sinne ersuche ich Sie, der Minderheit zuzustimmen.

Germanier Jean-René (RL, VS), pour la commission: Nous avons ici en un article plusieurs cas d'interdiction de la publicité qui ont été traités ensemble, mais avec une grande diversité sur le fond.

Alors, tout d'abord, la commission vous propose une nouvelle formulation, à l'article 10 alinéa 1 lettre bbis. En Suisse romande, comme dans d'autres régions, nous sommes arrosés de programmes de toute provenance: par ondes hertziennes, par câble, par satellite. Si les diffuseurs étrangers sont tout naturellement attirés par le marché publicitaire suisse, ils n'apportent par contre aucune prestation originale pour le public suisse. Par exemple, pour les Romands, en français, M6 propose des fenêtres publicitaires pour la Suisse sans amener de nouveaux programmes pour notre pays. C'est en fait 250 millions de francs de recettes publicitaires qui sont ponctionnés sur le marché suisse par des diffuseurs étrangers, sans qu'il y ait de programmes spécifiques à notre pays qui soient produits.

Cette nouvelle proposition de notre commission correspond à la proposition adoptée par la majorité de la commission du Conseil des Etats à l'article 16 alinéa 4, et qui avait été rejetée au conseil par une seule voix de différence, à savoir par 18 voix contre 17; à l'origine, cette proposition avait été faite en commission par Monsieur Bieri. Nous en sommes déjà très proches. En commission, nous avons coordonné et traduit le texte du Conseil des Etats en précisant que cela visait uniquement les diffuseurs de télévision et non de radio.

Par souci de cohérence, cette disposition a été déplacée de l'article 16, qui visait des dispositions particulières de la SSR, sans l'article 10 qui énonce les interdictions générales, comme nous sommes en train de les traiter en matière de publicité, donc valant pour tous les télédiffuseurs. Cette solution est bonne, car elle est adéquate, juridiquement conforme; elle respecte l'égalité de traitement et surtout le droit international.

Je vous invite à suivre notre commission qui a pris sa décision à l'unanimité sur ce point et sur la proposition à l'alinéa 1 lettre bbis.

Pour la proposition Schwander, je rappellerai également que les diffuseurs étrangers sont justement soumis au droit suisse et qu'il y aurait à ce moment-là discrimination des diffuseurs privés suisses.

A l'article 10 alinéa 1 lettre c, il s'agit de la publicité politique sur les radios privées uniquement. La majorité de la commission vous propose d'autoriser la publicité pour les partis politiques sur les radios privées concessionnaires. Il s'agit en effet de maintenir une compétition loyale avec la presse écrite régionale et donc une égalité de traitement avec celle-ci. Par ailleurs, la publicité sur une radio locale est moins chère que dans la presse écrite. Contrairement à ce qui a été dit, les petits partis qui souhaitent faire de la publicité à un prix abordable n'ont pas d'autres canaux que les radios locales.

Je vous prie donc de rejeter la proposition de la minorité et de voter la proposition de la majorité de la commission.

A l'article 10 alinéa 1 lettre d, la commission, après un débat sur l'interdiction de la publicité religieuse, propose de suivre la proposition du Conseil des Etats, qui reprend l'interdiction prévue par le Conseil fédéral.

A l'alinéa 5 de ce même article 10, la commission propose de suivre la proposition du Conseil des Etats et donc de biffer l'adjonction faite par notre conseil parce qu'elle est superflue – c'est une simplification. En effet, à l'article 15, l'alinéa 1 prévoit déjà la protection des mineurs comme norme générale. D'autre part, comment un tel alinéa serait-il applicable sans discriminer les diffuseurs suisses par rapport aux diffuseurs étrangers?

A l'alinéa 5, je vous propose de soutenir la proposition de la majorité et de rejeter la proposition de la minorité Marti Werner qui, de toute façon, devrait être rassurée par l'article 15 qui est la norme générale. La protection de la jeunesse est garantie par l'article 15, par conséquent l'alinéa 5 est superflu.

Vollmer Peter (S, BE), pour la Commission: Ich möchte Sie vor allem im Zusammenhang mit Absatz 1 Buchstabe bbis auf etwas aufmerksam machen, das wir in der ersten Beratung hier intensiv diskutiert haben. Wir hatten nämlich am Schluss plötzlich einen Antrag – ich glaube, von Herrn Hochreutener –, der verlangte, dass man für die ausländischen Sender, die in der Schweiz Werbefenster haben, die Alkoholwerbung verbietet. Wir haben damals schon gesagt, das könnte man nicht, man dürfe sie nicht diskriminieren, indem man ihnen andere Werbevorschriften auferlege als jene, die wir in der Schweiz haben.

Es ist aber so – da muss ich Herrn Leutenegger korrigieren –: Ausländische Sender, die mit besonderen Werbefenstern in die Schweiz einstrahlen, unterliegen schweizerischem Recht. Wenn wir deshalb verhindern wollen, dass diese ausländischen Sender in ihren Werbefenstern Alkoholwerbung ausstrahlen, brauchen wir eine Regelung auch für die schweizerischen Sender. Deshalb hat uns die Verwaltung – im Einvernehmen mit der Kommission – einen Vorschlag formuliert, der auch rechtlich niet- und nagelfest sein soll. Das ist der Antrag zu Absatz 1 Buchstabe bbis.

Jetzt muss man eine zweite Bemerkung machen. Ich muss Sie daran erinnern – deshalb bin ich etwas überrascht ob der Position der SVP-Fraktion –, dass dieser Buchstabe bbis in der Kommission einstimmig ohne Gegenantrag aufgenommen wurde. Diese Philosophie stützt sich auf etwas ganz Wichtiges, nämlich auf diese Asymmetrie, die wir heute haben, indem wir sagen, die lokalen Privatsender sollen Alkoholwerbung machen können; wir kommen ihnen diesbezüglich entgegen, weil das für sie wichtig ist, damit sie zum Beispiel ihre lokalen Biere vermarkten können. Auf nationaler und sprachregionaler Ebene schliessen wir das aber aus. Das heisst, die SRG soll hier nicht tätig sein können. Wir privilegieren hier die privaten, lokalen Sender.

Das ist eigentlich die Konzeption der Kommissionsmehrheit: Wir wollen hier die privaten, lokalen Sender bevorzugen gegenüber den nationalen und damit auch den internationalen, ausländischen Sendern, die bei uns einstrahlen. Mit dieser Formulierung der Kommissionsmehrheit haben Sie genau diesen Effekt. Weder die SRG, noch allfällige sprachregionale oder nationale Fernsehsender noch die ausländischen Sender in ihren Werbefenstern dürfen danach Alkoholwer-

bung machen. Hingegen dürfen das die Privatsender im lokalen Bereich tun. Dort privilegieren wir sie. Wenn Sie das jetzt streichen, dann können alle, dann kann sogar die SRG – wir müssten das sonst in Artikel 16 Absatz 2bis wieder aufleben lassen – normale Alkoholwerbung machen, und alle ausländischen Sender können das machen. Damit stellen Sie eigentlich genau die wieder schlechter, für die wir uns da eingesetzt haben mit dieser asymmetrischen Ordnung, dass wir den Lokalsendern hier einen gewissen Vorteil gegenüber den sprachregionalen, nationalen und ausländischen Sendern belassen. Das ist der «Meccano» dieses Buchstabens bbis! Ich habe den Eindruck, Sie sind da einer falschen Konzeption aufgesessen: Sie schwächen im Grunde genommen genau die, die Sie stärken möchten, nämlich die Lokal- und Privatsender, wenn Sie hier diesen Buchstaben bbis streichen. Das soll eben eine Lösung sein, die es nichtdiskriminierend ermöglicht, auch gegen die ausländischen Sender und ihre Werbefenster vorzugehen, damit nicht diese einfach den Markt in diesem Bereich der Alkoholwerbung beherrschen.

Deshalb bitte ich Sie im Namen der Kommission – einmütig, einstimmig, ohne Gegenantrag –, hier diesem Buchstaben bbis zuzustimmen.

Zur Politwerbung und zum Jugendschutz hat Ihnen Herr Germanier bereits ausführlich die Argumente der Mehrheit unterbreitet. Ich kann hier nochmals festhalten: Das Abstimmungsergebnis war sehr knapp; man fällt diesen Entscheid, wonach man das für die Privatradios öffnen will, mit 12 zu 10 Stimmen.

Beim Jugendschutz hat man die Bestimmung, die wir in der ersten Lesung hier mit der Mehrheit durchbrachten, auch knapp umgedreht. Ich möchte hier nur auf Folgendes hinweisen: Eine solche Bestimmung gibt es eigentlich heute schon, im heutigen Gesetz. Sie wurde noch nie angewendet; es ist quasi eine vorsorgliche Bestimmung; sie ist also noch nie zur Anwendung gelangt. Da kann man sich fragen, ob es sie effektiv braucht.

Die Mehrheit ist der Meinung, der gesetzliche Jugendschutz reiche aus, und empfiehlt Ihnen deshalb hier, diese Bestimmung zu streichen. Sie müssen darüber entscheiden.

Abs. 1 Bst. bbis – Al. 1 let. bbis

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 124 Stimmen

Für den Antrag Schwander 51 Stimmen

Abs. 1 Bst. c – Al. 1 let. c

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Minderheit 92 Stimmen

Für den Antrag der Mehrheit 82 Stimmen

Abs. 5 – Al. 5

Abstimmung – Vote

Für den Antrag

der Mehrheit/Leutenegger Filippo 89 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit 89 Stimmen

*Mit Stichentscheid der Présidentin
wird der Antrag der Minderheit angenommen
Avec la voix prépondérante de la présidente
la proposition de la minorité est adoptée*

*Übrige Bestimmungen angenommen
Les autres dispositions sont adoptées*

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): Une motion d'ordre a été déposée par Monsieur Aeschbacher. L'auteur demande de revenir en catégorie IV pour le traitement des propositions individuelles.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Die Parlamentsdienste haben sehr gute Arbeit geleistet. Die Einzelanträge sind jetzt ver-

teilt worden, und zwar diejenigen zuerst, welche die Artikel am Anfang betreffen; die Reihenfolge ist aufsteigend. Damit sind wir wieder sehr gut dokumentiert.

Ich habe vorhin dem Antrag Föhn zugestimmt, die Einzelanträge in Kategorie III zu behandeln, aber jetzt haben wir wieder die Voraussetzungen, dass wir sie in Kategorie IV behandeln können.

Ich bitte Sie, zu Kategorie IV zurückzukehren.

Abstimmung – Vote

Für den Ordnungsantrag Aeschbacher 133 Stimmen
Dagegen 22 Stimmen

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): Nous allons donc traiter les propositions individuelles en catégorie IV.

Art. 11

Antrag der Mehrheit

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Antrag der Minderheit

(Weigelt, Bignasca, Fattebert, Föhn, Germanier, Hegetschweiler)
Festhalten

Art. 11

Proposition de la majorité

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Proposition de la minorité

(Weigelt, Bignasca, Fattebert, Föhn, Germanier, Hegetschweiler)
Maintenir

Leutenegger Filippo (RL, ZH): In erster Lesung hat unser Rat eine vernünftige Regelung gefunden, nämlich zur Einführung der Unterbrecherwerbung, die für einen Fernsehverantwortlichen und -betreiber natürlich relevant ist: «Er» – d. h. der Bundesrat – «berücksichtigt dabei die Leistungsaufträge und die wirtschaftliche Stellung der Veranstalter, die internationalen Werberegelungen»

Im Ständerat wurde das leider verschärft und auch etwas bürokratisiert. Wir haben dort ganz genaue Angaben, nämlich 15 Prozent der täglichen Sendezeit und 20 Prozent der Sendezeit einer Stunde. Das ist eine falsche Regelung – nicht, weil sie im Moment falsch wäre, im Moment ist sie vielleicht richtig, aber sobald wir genaue Zahlen im Gesetz haben, können wir uns nicht mehr anpassen. Wir sind in einem internationalen Umfeld. Heute haben wir das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen (EÜGF), bei welchem auch die Schweiz mitmacht. Ich bitte Sie, dies zu beachten.

Die Fassung des Nationalrates aus der ersten Lesung berücksichtigt diese Regelung. Wenn nämlich das europäische Übereinkommen verändert würde, müssten wir nicht eine Revision des künftigen Gesetzes machen, sondern da könnte der Bundesrat selber agieren.

Die Fassung des Ständerates ist restriktiver. Warum sollen wir eine restriktivere Regelung haben als das europäische Umland? Die Hauptkonkurrenz unserer Fernsehstationen in der Schweiz sind ausländische Stationen. Das müssen wir berücksichtigen. Die Fassung des Ständerates ist unflexibel, weil hier mit präzisen Zahlen operiert wird, die nicht angepasst werden können. Zudem entstehen Konsequenzen: Das Herkunftslandprinzip in dieser Vereinbarung spricht ganz klar die ausländischen Fernsehstationen an, die nicht in der Schweiz domiziliert sind.

Noch eine Bemerkung zu Herrn Vollmer: Es ist ganz klar, dass nicht diejenigen gemeint sind, welche die Unterbrecherwerbung haben, beziehungsweise jene, die in der Schweiz über Fenster Werbung betreiben. Aber diese ausländischen Veranstalter würden mit dieser Regelung eindeutig bevorzugt, wenn sich im europäischen Umfeld etwas veränderte. Das würde dann zu einer Inländerdiskriminierung führen, und ich glaube, das wollen wir nicht.

Noch ein letzter Punkt. Wir haben es oft erlebt: Die Bürokratisierung dieser Kontrolle kann immens sein. Sie müssen sich vorstellen: Wenn Sie wollen, dass all diese Regeln immer eingehalten werden, dann braucht es einen grossen Kontrollapparat. Das ist eines der Probleme. Wir müssen dann alles stur einhalten, und das ist auch für die Kontrollbehörde ein Nachteil, d. h., alle Fernsehprogramme müssen aufgezeichnet und kontrolliert werden. Das wird zwar heute schon gemacht, aber ich denke, hier sollte es eine gewisse Flexibilität für den Bundesrat geben; er sollte die Möglichkeit haben, entsprechende Regeln zu erlassen, damit die Bürokratisierung im Kontrollbereich nicht überhand nimmt. Ich bitte Sie deshalb, den Antrag der Minderheit Weigelt auf Festhalten zu unterstützen.

Fehr Jacqueline (S, ZH): Ich beantrage Ihnen im Namen der SP-Fraktion, dem Beschluss des Ständerates zu folgen. In der Version Ständerat wird explizit genannt, was in der Version Nationalrat auch gemeint ist, aber eben im verbindlichen Übereinkommen mit dem Europarat «versteckt» ist. Insofern schafft die Version Ständerat Klarheit. Sie sagt, was gilt, das Gesetz wird verständlicher und damit auch einfacher in der Anwendung. Im Weiteren wird in Absatz 3 Buchstabe e ein zusätzliches Kriterium eingeführt, wonach bei der Gewährung von Ausnahmebestimmungen und Abweichungen auch die Anliegen des Publikums berücksichtigt werden sollen. Ich denke, dieses Kriterium ist gerade bei der Werbung sehr zentral.

Etwas erstaunt bin ich über die Argumentation von Herrn Leutenegger Filippo zur Frage der Kontrolle: Ihre Ausführungen tönen für mich so, als ob Sie es zwar im Gesetz stehen sehen, aber die Kontrolle dann doch nicht so genau vollzogen werden soll, weil es ja dann sowieso Abweichungen auf die eine oder andere Seite geben wird.

Gerade deshalb aber, um Klarheit zu schaffen, und damit alle über die gleich langen Spiesse verfügen, bitten wir Sie, dem Beschluss des Ständerates zu folgen.

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): Le groupe démocrate-chrétien soutient la majorité. Il veut donc se rallier à la décision du Conseil des Etats.

La formulation de notre conseil est très concentrée; elle ne va pas dans les détails parce que pendant la première lecture il y a eu tellement de propositions qu'il était impossible de trouver une solution. Cet article 11 correspond à ma proposition parce qu'on n'arrivait pas à se mettre d'accord en raison du trop grand nombre de propositions. Alors, on a fait un article très concentré qui donnait au Conseil fédéral la possibilité de régler la chose par ordonnance.

Par contre, le Conseil des Etats est allé dans les détails, mais dans le même sens que notre conseil, parce que les principes que nous avons énumérés à l'article 11 figurent dans ce même article 11 décidé par le Conseil des Etats. Son alinéa 2 va un peu plus dans le détail, mais je pense qu'il est très raisonnable, parce qu'à l'alinéa 3 il y a la possibilité de déroger. En effet, le Conseil fédéral peut déroger en se basant sur certains critères qui figurent aussi dans l'article 11 proposé par notre conseil et dans les mandats de prestations des diffuseurs. Si un diffuseur privé a un mandat de prestations (let. a), il est clair qu'il est traité de manière différente d'un autre, parce qu'il a une position privilégiée puisqu'il reçoit une quote-part de la redevance. La situation économique (let. b) et la concurrence (let. c) sont aussi des critères importants. On a aussi inclus les besoins du public (let. e). Il faut aussi rappeler qu'il y a des diffuseurs privés qui n'ont aucun mandat de prestations et qui sont totalement libres. Par conséquent, ils doivent respecter un temps maximum de publicité et je trouve que 20 pour cent d'une heure est déjà une durée très longue pour la publicité.

Au nom du groupe démocrate-chrétien, je vous demande de voter la proposition de la majorité de la commission.

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): Le groupe radical-libéral communique qu'il soutient la proposition de la minorité.



Föhn Peter (V, SZ): Im Gegensatz zu Frau Simoneschi halte ich die Fassung des Ständerates für viel zu einengend. Es ist nämlich nicht die Aufgabe eines Radio- und Fernsehgesetzes, in detaillierter Weise zulässige Programmplätze und die Dauer von Werbesendungen festzuschreiben. Internationale Abkommen sind zu respektieren; im Übrigen sollte aber eine möglichst liberale und zukunftsfähige Werbeordnung geschaffen werden.

Was die Einführung und Ausstrahlung von Werbesendungen betrifft, so ist die Delegation an den Bundesrat hier absolut der richtige Weg. Man kann dann nämlich auf allfällige Veränderungen im Werbemarkt viel schneller reagieren. Kollege Leutenegger hat schon ausgeführt, dass die vom Ständerat beschlossene Fassung für uns viel zu einengend ist. Die Variante des Ständerates ist für mich und die SVP-Fraktion eine Zwitterlösung, welche morgen schon überholt sein kann und nicht mehr genügend ist. Und dann müssten wir das Gesetz schon wieder ändern – nein, das wollen wir nicht!

Deshalb unterstützt die SVP-Fraktion bei Artikel 11 klar die Minderheit Weigelt. Der Nationalrat hatte nämlich das letzte Mal eine gute, zukunftsorientierte Lösung gefunden, welche in diesem Saal eine Mehrheit fand. Weshalb wollen wir sie heute über den Haufen werfen?

Ich bitte Sie deshalb, dem von Herrn Leutenegger begründeten Antrag der Minderheit Weigelt zuzustimmen.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Ich unterstütze in diesem Punkt die Mehrheit der Kommission, die sich dem Ständerat anschliesst. Die Argumente sind zum Teil auf dem Tisch; ich möchte nur noch ein Weiteres dazulegen. Wir haben jetzt sehr viel darüber gehört, was die Interessen der Veranstalter, was die ökonomischen Interessen sind, die hier zur Diskussion stehen: dass keine Nachteile für die einen oder anderen Veranstalter entstehen sollen und dass man klare Regelungen haben soll. Dies bringen die Mehrheit der Kommission und der Ständerat mit ihrem Vorschlag besser zustande.

Aber wir haben noch ein anderes Interesse, das bis jetzt gar nicht angesprochen worden ist: das Interesse der Zuhörer- und der Zuschauerschaft. Die Zuhörer und die Zuschauer haben nicht die gleichen Interessen wie jene, die mit der Werbung und mit ihren Veranstaltungen Geld verdienen wollen. Sie wollen vielmehr ein Programm möglichst ungestört und möglichst ohne die dauernde Belästigung durch Werbung anschauen oder anhören. Mit der Formulierung der Mehrheit der Kommission geben wir wenigstens einige minimale Garantien dafür, dass das einigermaßen gewährleistet ist. Das ist im Interesse unserer Bevölkerung, und ich glaube, dass wir dieses Interesse mindestens so ernst nehmen müssen wie dasjenige jener Leute, die mit diesen Unternehmungen hier Geld verdienen wollen.

Vischer Daniel (G, ZH): Der französische Philosoph Jean Baudrillard behauptet ja, es sei nur die Werbewirtschaft, die ernsthaft daran glaube, Werbung bewirke überhaupt etwas. Sie sei im Grunde genommen nur ein simulierendes Aufrechterhalten eines Systems, an das eigentlich nur noch die glauben, die daran partizipieren. Ob das so ist oder nicht, weiß ich nicht; das wird die Zukunft zeigen. Blöd ist, dass tatsächlich ein paar Fernsehsender nicht leben könnten, wenn es die Werbung nicht gäbe. Insofern habe ich ein bisschen Verständnis für deren Anliegen.

Ärgerlich ist, wie wir alle – vielleicht mit unterschiedlichen Nuancen – mit diesen Werbesystemen konfrontiert sind. Die deutsche «Sportschau» um sechs Uhr kann man aufgrund der Werbung schon fast nicht mehr anschauen. Insofern finde ich es okay, dass der Ständerat hier wirklich Pflöcke einschlägt und klare Regeln vorgibt.

Ich finde auch sehr sinnvoll, was Frau Fehr erwähnt hat, nämlich dass in Absatz 3 Litera e auch das Publikum zum Zuge kommt. Es wäre sehr interessant, von Herrn Bundesrat Leuenberger zu hören, nach welchen Kriterien man nun die Interessen des Publikums in diese Ordnung einfließen lässt, denn es könnte ja sein, dass das Publikum gar keine Werbung will.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Ich muss ehrlich sagen: Für uns ist es nicht so wahnsinnig wichtig, welche Fassung Sie nehmen. Immerhin ist die Formulierung des Ständerates eben doch sehr viel präziser. Wenn Sie den Bundesrat oder die Verwaltung schon einigermaßen lenken und an die Zügel nehmen wollen, wie es sonst ja meist der Fall ist, würde ich Ihnen raten, dem Beschluss des Ständerates zuzustimmen, denn seine Formulierung ist präziser.

Wie wir in einer Verordnung – dies die Frage von Herrn Vischer – die Interessen des Publikums direkt kodifizieren, kann ich jetzt noch nicht sagen. Nur so viel: Die These, dass das Publikum kein Interesse an Werbung hätte, müsste ich zurückweisen. Ich kenne viele Leute, die die Werbesendungen qualitativ sehr viel besser finden als die inhaltlichen Sendungen und ihren Fernsehkonsum auch dementsprechend ausrichten. Manchmal ist das sogar bei mir der Fall. (Heiterkeit)

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Die Kommission empfiehlt Ihnen mit 10 zu 7 Stimmen, dem Ständerat zu folgen.

Als das geltende Bundesgesetz über Radio und Fernsehen hier im Rat diskutiert wurde, war die Frage der Unterbrecherwerbung einer der zentralen Punkte. Da wurden sehr viele kulturpolitische Argumente eingebracht: Darf man Filme unterbrechen? Was bedeutet das für den Zuschauer? Diese kulturpolitische Debatte hat damals dazu geführt, dass man klar gesagt hat: Dieser Unterbrecherwerbung muss man Grenzen setzen; sonst wird der inhaltliche Gestaltungsauftrag von Radio und Fernsehen infrage gestellt. Heute ist das offenbar kein Thema mehr.

Ich möchte einfach darauf hinweisen: In der Fassung der Minderheit bzw. im Beschluss des Nationalrates der letzten Debatte ist überhaupt kein Grundsatz festgelegt. Es wird überhaupt nichts dazu gesagt, wie der Bundesrat das im Grundsatz regeln soll. Das heißt, wir überlassen es ihm, diese Frage zu regeln.

Wir können Vertrauen haben und sagen: Alle Macht dem Bundesrat; er wird das schon gut machen. Die Kommissionsmehrheit ist aber entschieden der Auffassung, dass man in einem Gesetz doch gewisse Grundsätze festhalten sollte, beispielsweise den Grundsatz, dass Werbung zwischen einzelnen Sendungen eingefügt werden und nicht die Sendungen direkt zerschneiden soll. Diese Grundsätze sind in der Fassung des Ständerates klar festgelegt. Von daher gesehen ist die Mehrheit zum Schluss gekommen, dass es Sinn macht, hier dem Ständerat zu folgen. Diese Fassung ist klar, sie sagt, worum es im Grundsatz geht, und lässt nachher dem Bundesrat sehr viel Spielraum in Bezug auf mögliche Ausnahmen.

Das waren die Überlegungen, weshalb die Kommissionsmehrheit meint, man müsse sich hier dem Ständerat anschliessen, damit hier im Gesetz grundsätzlich etwas zur Unterbrecherwerbung steht.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 84 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit 80 Stimmen

Art. 14 Abs. 3

Antrag der Kommission

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Art. 14 al. 3

Proposition de la commission

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Angenommen – Adopté

Art. 15

Antrag der Mehrheit

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates



Antrag der Minderheit

(Pedrina, Allemann, Fehr Jacqueline, Hollenstein, Levrat, Marti Werner, Marty Kälin, Teuscher)
Festhalten

Eventualantrag Leutenegger Filippo

Werbung, Sponsoring und Verkaufsangebote, die sich an Minderjährige richten, dürfen weder deren mangelnde Lebenserfahrung ausnützen noch sie in ihrer körperlichen und seelischen Entwicklung beeinträchtigen. (Rest des Artikels streichen)

Schriftliche Begründung

Zwei Bestimmungen, die das gleiche Thema der an Minderjährige gerichteten Werbung regeln wollen (Art. 10 Abs. 5 und Art. 15 E-RTVG); Artikel 10 Absatz 5 E-RTVG erweist sich daher als überflüssig.

Kategorisches Verbot von Werbung, Sponsoring und Verkaufsangeboten ist überzogen und wirkt sich kontraproduktiv aus.

Ausgewiesenes Bedürfnis der jungen Zuschauerschaft nach gewissen Programminhalten: Produktion von solchen Programmen wird nicht mehr möglich sein.

Kein generelles Bedürfnis, alle Minderjährigen zu schützen: Kriterium «Weder deren mangelnde Lebenserfahrung ausnützen noch sie in ihrer körperlichen und seelischen Entwicklung beeinträchtigen» ist präziser.

Art. 15**Proposition de la majorité**

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Proposition de la minorité

(Pedrina, Allemann, Fehr Jacqueline, Hollenstein, Levrat, Marti Werner, Marty Kälin, Teuscher)
Maintenir

Proposition subsidiaire Leutenegger Filippo

La publicité, le parrainage et les offres de vente adressés aux mineurs ne doivent pas exploiter leur manque d'expérience ni porter atteinte à leur développement physique et psychique. (Biffer le reste de l'article)

Développement par écrit

Le développement n'existe qu'en allemand

Pedrina Fabio (S, TI): Ich spreche kurz zu Artikel 15, der die Bestimmungen zum Schutz der Minderjährigen festlegt. Die Mehrheit unterstützt den bundesrätlichen Entwurf, der den fast unmöglichen Versuch wagt, der Werbung für – vielleicht besser gesagt gegen – Minderjährige annehmbare Schranken zu setzen. Ein Verzicht auf einen breit und unmissverständlich angelegten Minderjährigenschutz ist für uns nicht akzeptabel und ist zudem unverantwortlich den Jungen gegenüber.

Dass im Ausland nicht solche strengen Bestimmungen gelten, wissen wir. In der Schweiz erstreben wir aber nicht eine Nivellierung nach unten. Die scheinbare Rechtsungleichheit gegenüber den Printmedien ist kein gewichtiges Argument. Man weiss ganz genau, dass die Suggestivkraft von Radio und vor allem Fernsehen sich bei den Jungen sehr viel stärker und schädigender auswirkt.

Der Einzelantrag Leutenegger Filippo will beim Schutz der Jungen die heilige Hand des Marktes walten lassen, indem Artikel 15 einfach gestrichen werden soll, was übrigens bei der ersten Lesung die Minderheit Schenk wollte. Im Eventualantrag ist die Formulierung so, dass sie im besten Fall als Arbeitsbeschaffungsmassnahme für Anwälte und Gerichte taugen wird, indem jegliche Kompetenz des Bundesrates ausgeschlossen wird.

Mit meiner Minderheit plädiere ich deshalb für eine einfache, aber zielführende Formulierung, ohne vage Interpretationsspielräume in diesem sensiblen Bereich. Demnach sollen «Werbung, Verkaufsangebote und Sponsoring, die sich an Minderjährige richten», verboten sein.

Stimmen Sie deshalb für Festhalten an der ursprünglich im März 2004 von unserem Rat eingenommenen Position.

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): Le groupe PDC va voter la proposition de la majorité.

Nous en sommes ici au stade de l'élimination des divergences. Nous avons donc le devoir de trouver des solutions pour réduire les divergences qui subsistent. Nous sommes très contents qu'on ait pu adopter la proposition de la minorité Marti Werner à l'article 10 alinéa 5. Ici à l'article 15, nous sommes d'accord avec la version du Conseil des Etats qui reprend le texte du Conseil fédéral.

Pourquoi le texte du Conseil fédéral est-il important? Parce qu'il définit ce qu'on doit faire et ce qu'on ne peut pas faire au niveau de la publicité qui vise les enfants. Je pense que ce sont des principes importants, parce qu'on dit exactement qu'on ne doit pas «exploiter leur manque d'expérience ni porter atteinte à leur développement physique et psychique».

Nous pensons donc qu'à l'article 15, on peut suivre le Conseil des Etats et par là le Conseil fédéral.

Allemann Evi (S, BE): Dort, wo sich die Werbung direkt an Minderjährige richtet, soll Werbung verboten sein. Die SP-Fraktion bittet Sie, an der Fassung des Nationalrates festzuhalten. Kinder und Jugendliche sind durch die Suggestivwirkung des Fernsehens besonders stark beeinflussbar. Am Fernsehen Gesehenes oder am Radio Gehörtes prägt sich in den Köpfen von Kindern viel stärker ein als bei uns Erwachsenen. Gerade deshalb ist hier besondere Sorgfalt gefordert, und es braucht einen weitgehenden Schutz der Kinder und Jugendlichen.

Wir alle wissen – und beklagen es auch oft zu Recht –, dass viele Kinder zig Stunden täglich vor dem Fernsehapparat verbringen. Das, was Werbefernsehen vermittelt, prägt sich stärker in den Köpfen der Kinder und Jugendlichen ein, als wir es manchmal wünschen würden. Wir können das Fernsehen natürlich nicht verbieten und wollen das auch nicht. Aber wir können dafür sorgen, dass in den Sendegefäßen und in jenen Zeitspannen, in denen sich Kinder und Jugendliche vermehrt vor dem Fernsehapparat befinden, der Konsum und der Kommerz nicht in die Kinderstuben eindringen können und dass man dort Konsum und Kommerz möglichst ausschliesst.

Mit dem Minderheitsantrag Pedrina wollen wir eine einfache, klare und zielführende Regelung ins Gesetz aufnehmen. Es geht hier um den Schutz der Kinder und Jugendlichen.

Ich möchte noch eine kurze Bemerkung an die Adresse von Herrn Leutenegger und damit auch an jene der SVP- und der FDP-Fraktion richten, die den Jugendschutz gleich ganz streichen wollen. Wenn Sie das tun, dann liefern Sie die Kinder und Jugendlichen der Kommerzialisierung voll aus. Das wollen wir bei Kinder- und Jugendsendungen, die sich direkt an Minderjährige richten, wirklich nicht machen. Es ist auch unglaublich, wenn Sie einerseits den «Konsumismus» anprangern – manchmal zu Recht – und andererseits nicht bereit sind, eine klare, griffige Regelung zum Schutze von Minderjährigen zu treffen und damit dem ungehinderten Eindringen von Konsum und Kommerz in die Kinderstuben einen starken Riegel vorzuschieben.

Ich bitte Sie im Namen der SP-Fraktion, der Minderheit zu folgen, an der Fassung des Nationalrates festzuhalten und den Eventualantrag Leutenegger Filippo abzulehnen.

Hollenstein Pia (G, SG): Hier geht es, wie die Vorrednerin gesagt hat, um den Schutz speziell der Minderjährigen.

Ich habe nochmals die Voten unserer ersten Debatte durchgesehen. Da beklagte sich doch ein Sprecher der SVP-Fraktion über die Wirtschaftsfeindlichkeit, wenn es um Werbeverbote gehe. Die Lockerung der Werbeverbote seien Schritte in die richtige Richtung, auch wenn es um alkoholartige Getränke gehe. Wir Grünen sehen das anders: Minderjährige brauchen und verdienen einen besseren Schutz. So empfehlen wir Ihnen, an der ursprünglichen Fassung des Nationalrates festzuhalten und hier nun der Minderheit Pedrina zuzustimmen. Das ist die restriktivere Formulierung. Wenn heute in Voten zum vorigen Artikel 10 gesagt wurde,



dass der Schutz der Jugend in anderen Artikeln selbstverständlich mit eingeschlossen und mitgemeint sei, dann wird nicht zur Kenntnis genommen, dass Minderjährige einen besonderen Schutz brauchen. In Artikel 15 geht es um ein klares Verbot der Werbung, die sich speziell an Minderjährige richtet. Die Mehrheitsvariante will diese an Minderjährige gerichtete Werbung zum Teil zulassen. So heisst es, sie wäre verboten, wenn mangelnde Lebenserfahrung ausgenutzt würde oder körperlich-seelische Entwicklungen beeinträchtigt würden. Dazu ist zu sagen, dass diese Bedingungen doch einfach ganz schwierig oder überhaupt nicht zu überprüfen sind. Dies ist erstens ein Ding der Unmöglichkeit, und zweitens ist es dann Willkür, weil es nicht möglich ist, dies zu überprüfen.

Deshalb müssen jene, die den Schutz der Minderjährigen wirklich wollen, der Minderheit Pedrina und der früheren Fassung des Nationalrates zustimmen.

Föhn Peter (V, SZ): Wer meinen Vorrednerinnen so zugehört hat, könnte glauben, es komme demnächst so weit, dass der Bund für die gesamte Erziehung verantwortlich ist und dafür, ob Jugendliche fernsehen dürfen oder nicht. Dieser Artikel hat mit Konsum herzlich wenig zu tun, wie vorhin mehrfach – mehrfach! – betont worden ist.

Die Minderheit Pedrina verlangt ein totales Werbeverbot für Jugendliche. Ich bitte Sie im Namen der SVP-Fraktion, unbedingt der Mehrheit zu folgen. Es könnte allenfalls auch einmal Werbung geben, die für Jugendliche positiv ist und unbedingt ausgestrahlt werden sollte und müsste. Für den Schutz von Minderjährigen haben wir mit Artikel 15, wie er vorgeschlagen worden ist und wie ihn der Ständerat vom Bundesrat übernommen hat, einen sehr guten Leitfaden, und es sind Grenzen gesetzt, sodass er nicht ausgenutzt werden kann. Ein Teil unserer Leute wird natürlich den Antrag Leutenegger unterstützen, aber ich bitte Sie, unbedingt der Mehrheit zu folgen – auch zum Wohle der Jugend, ich sage das ganz klar. Demnächst müssen wir vielleicht vermehrt Werbung machen, in unterschiedlichster Hinsicht, was insbesondere und vor allem die Jugend betrifft. Und noch einmal betreffend Konsum: Es ist einzig Aufgabe der Eltern, entsprechend einzutreten, damit die Jugendlichen nicht allzu viel und nicht das Falsche sehen.

Aeschbacher Ruedi (E, ZH): Die Bestimmung, die Bundesrat, Ständerat und die Mehrheit Ihrer Kommission vorschlagen, ist sehr unpräzise und eine Gummibestimmung. Sie wird deshalb auch in der Praxis relativ schwer zu handhaben sein. Ich beneide eigentlich die Verwaltung, die damit arbeiten wird, nicht um die Aufgabe, die Abgrenzungen und Interpretationen, die diese Bestimmung hervorruft, tatsächlich auch vorzunehmen.

Es ist schon gesagt worden: Diese Unpräzisheit, diese Weite in der Bestimmung, die Interpretationsmöglichkeiten werden mit Sicherheit dazu Anlass geben, dass Streit entsteht, dass die Fragen auf dem Rechtsmittelweg geklärt werden müssen und dass immer wieder Diskussionen entstehen. Um sich vor solchen Diskussionen zu schützen, wird natürlich der einfachste Reflex der Verwaltung und auch des Bundesrates der sein, dass sie relativ offen und grosszügig gegenüber solcher Werbung sein werden.

Dann wird man wohl kaum mehr von einem Schutz von Minderjährigen sprechen können. Wie das in Artikel 15 ja schon aus der Überschrift hervorgeht: Ziel dieses Artikels soll ein effektiver Schutz von Minderjährigen sein. Das wird mit einer unklaren und unpräzisen Bestimmung nicht erreicht. Das wird durch die schwer zu handhabende Umsetzung in der Praxis nicht erreicht und wahrscheinlich auch nicht durch die Verwaltung und den Bundesrat, der sich hier die Finger nicht verbrennen will.

Zu Herrn Föhn, der gesagt hat, die Werbung könne für unsere jungen Leute positiv sein: Herr Föhn, ich denke, Sie glauben noch an den Storch, wenn Sie davon ausgehen, dass Werbung gemacht und bezahlt wird, um unsere jungen Leute zu einem positiven Tun zu motivieren. Die Werbung

zielt doch darauf ab, und das Geld dafür wird deshalb eingesetzt, dass die jungen Leute dieses oder jenes Produkt kaufen, dieses oder jenes tun oder lassen sollen. Da glauben Sie wahrscheinlich noch viel zu blauäugig daran, dass Werbung für die jungen Leute etwas rein Positives bedeuten könnte.

Zum anderen: Zwei Artikel früher haben Sie gesagt, Herr Föhn, Sie befürworteten ein schlankes, klares Gesetz und klare Bestimmungen. Hier haben Sie mit dem Antrag der Minderheit eine klare, einfache Bestimmung, nämlich: Werbung ist gegenüber dieser Gruppe nicht zulässig. Der Vorschlag, den Sie unterstützen, ist ein unklarer, ein Gummivorschlag, der zu Streit führt und dessen Formulierung wesentlich länger ist als jene des klaren Vorschlages, den die Minderheit beantragt.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Ich ersuche Sie, dem Bundesrat zu folgen. Wir sind uns einig, es braucht gesetzliche Regeln. Aber wir haben sie beschränkt, ganz präzis ausgestaltet und die eigentlichen Gefahren der Werbung kodifiziert – keine Unterbrecherwerbung in Kindersendungen zum Beispiel. Man darf den Kinderschutz nicht dazu benutzen, das Kind mit dem Bade auszuschütten und hier ein vollständiges Werbeverbot zu kodifizieren; ein solches Verbot wäre auch kaum praktikabel.

Es gibt Werbung, bei der nicht so klar ist, ob sie sich jetzt eigentlich an Jugendliche oder an Erwachsene richtet. Denken Sie zum Beispiel an Werbung für das berühmte Computerspiel World of Warcraft (WoW). In diesem Computerspiel geht es darum, dass verschiedene Gruppierungen sich zusammentreten und einander bekämpfen. Man möchte meinen, das Spiel richte sich speziell an Politiker und Parlamentarier, und trotzdem sind es zu 90 Prozent Jugendliche, die dieses Spiel kaufen. Ja, muss die Werbung hier jetzt verboten werden oder nicht? Oder denken Sie an die berühmte Reklame «Häsch dini Ovo hüt scho gha?». Eigentlich meint man, sie richtet sich an Jugendliche. Aber ich kenne sehr viele Männer in der Midlife-Crisis, die darauf dann auch Ovomaltine gekauft haben, um den Tag zu überleben. Von daher ist dieses Verbot, wie es die Minderheit formuliert, praktisch nicht umzusetzen.

Deswegen: Folgen Sie doch bitte dem Bundesrat.

Germanier Jean-René (RL, VS), pour la commission: La proposition de la minorité à l'article 15, demandant l'interdiction absolue de la publicité qui vise les enfants, est fondamentale. Car si vous relisez bien le projet du Conseil fédéral, que le Conseil des Etats a adopté, vous constatez que ses exigences sont sévères – Monsieur le conseiller fédéral Leuenberger l'a d'ailleurs rappelé. Vous avez l'interdiction d'interrompre par de la publicité les émissions prévues pour les enfants; il n'y a pas de possibilité d'exploiter le manque d'expérience des enfants; les offres de vente pour enfants sont interdites. Donc en fait la version du Conseil fédéral et du Conseil des Etats, que soutient la majorité de votre commission, contient déjà des restrictions suffisamment sévères. De plus, le Conseil fédéral peut également exclure certaines formes de parrainage.

Je suis aussi père de famille, et je peux vous dire que je suis attentif à ces problèmes de publicité et à l'intoxication des enfants par une certaine publicité agressive. Mais là, en tant que Suisse et pour une question de proportionnalité, je pense que la version du Conseil des Etats et du Conseil fédéral, soutenue par la majorité de la commission, est tout à fait raisonnable pour la protection de la jeunesse.

Je vous prie donc de soutenir la proposition de la majorité de la commission.

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): La proposition subsidiaire Leutenegger Filippo est retirée.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 94 Stimmen
Für den Antrag der Minderheit 68 Stimmen

Art. 16*Antrag der Mehrheit**Abs. 1*

In den Radioprogrammen der SRG ist Werbung verboten. Der Bundesrat kann Ausnahmen für die Eigenwerbung vorsehen.

Abs. 2, 2bis, 3, 4

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Antrag der Minderheit

(Weigelt, Binder, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Laubacher, Schenk, Theiler)

Abs. 1

In den Radioprogrammen der SRG ist Werbung und Sponsoring verboten. Der Bundesrat kann Ausnahmen für die Eigenwerbung vorsehen.

Abs. 3

Festhalten

Antrag der Minderheit

(Simoneschi-Cortesi, Allemann, Brun, Hochreutener, Jermann, Levrat, Marti Werner, Pedrina)

Abs. 2

Festhalten

Art. 16*Proposition de la majorité**Al. 1*

La publicité dans les programmes radio de la SSR est interdite. Le Conseil fédéral peut prévoir des exceptions pour l'autopromotion.

Al. 2, 2bis, 3, 4

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Proposition de la minorité

(Weigelt, Binder, Föhn, Giezendanner, Hegetschweiler, Laubacher, Schenk, Theiler)

Al. 1

La publicité et le parrainage dans les programmes radio de la SSR sont interdits. Le Conseil fédéral peut prévoir des exceptions pour l'autopromotion.

Al. 3

Maintenir

Proposition de la minorité

(Simoneschi-Cortesi, Allemann, Brun, Hochreutener, Jermann, Levrat, Marti Werner, Pedrina)

Al. 2

Maintenir

Leutenegger Filippo (RL, ZH): Die FDP-Fraktion unterstützt die Mehrheit. Ich vertrete hier den Minderheitsantrag Weigelt.

Es ist eine schwierige Ausgangslage. Es geht heute im Radiobereich um etwa 20 bis 30 Millionen Franken Sponsoringgelder, es geht hier um das Sponsoring, das heute schon betrieben wird. Das macht etwa 3 bis 4 Prozent des gesamten Aufkommens der Radiostationen der SRG aus.

Das Problem liegt eigentlich darin: Wenn wir konsequent sein wollten, müssten wir sagen: Gut, wir lassen auch die Werbung zu, denn Sponsoring und Werbung gehören normalerweise zusammen. Das ist eines der Hauptprobleme dieser Ordnung. Wenn wir die Radiowerbung zulassen würden, würden wir die ganze Ordnung, die wir jetzt in diesem komplizierten Gesetz geschaffen haben, über den Haufen werfen.

Das Problem bei dieser Sponsoringregelung ist ganz eindeutig: Jeder Werbetreibende und jeder Anzeigekunde will natürlich nicht allein Sponsoring machen, sondern eben auch Werbung, in erster Linie Werbung. Das ist das Problem bei dieser Regelung, dass letztlich mit dieser Regelung Werbung gemacht werden soll und nicht Sponsoring, weil Sponsoring und Werbung zusammengehören. Das ist hier so aufgeteilt, weil die SRG das so geregelt hat, dass die Spon-

soringerträge im Fernsehen und im Radio direkt in die Kasse der einzelnen Unternehmen fliessen. Das ist gleichzeitig auch das Problem, weil dann die anderen Gelder, die Erträge aus den Gebühren und die restlichen Werbegelder der Fernsehstationen, in den nationalen Topf geraten. Das ist eine wichtige Einnahmenquelle der Radiostationen, das macht auch das Dilemma sehr gross.

Aber aus ordnungspolitischen Gründen ist es eben leider falsch: Man kann das Sponsoringelement und die Werbung nicht trennen. Das können Sie weder im Printbereich noch im Fernsehbereich. Sie sehen auch bei den morgendlichen gesponserten Wettersendungen am Radio, dass natürlich letztlich über Sponsoring Werbung gemacht wird. Deshalb vertrete ich hier die Minderheitsposition, die besagt, dass das unterbunden werden muss.

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): A l'article 16 alinéa 2, ma proposition de minorité consiste à maintenir le sponsoring dans les programmes radio de la SSR.

Pourquoi? Nous partons de l'idée qu'il est juste d'interdire la publicité dans les programmes radio de la SSR, mais qu'il faut autoriser le sponsoring. Celui-ci est perçu, on l'a compris dans les discussions en commission, de manière très différente par les Suisses alémaniques et par les Latins. Les Suisses alémaniques sont persuadés que le sponsoring fait office de publicité, tandis qu'au Tessin et en Suisse romande, on n'a pas du tout cette perception.

Vi dico sinceramente che quando ascolto la Radio Svizzera Italiana non mi accorgo neanche che ci sia qualcuno che dice che questa trasmissione è offerta dai grandi magazzini Manor – non me ne accorgo neanche. Cioè non è una dizione invadente, non è una dizione che induce veramente a pensare: ecco, stanno facendo una pubblicità attiva.

Je m'excuse de m'être exprimée en italien, mais c'est vraiment une question culturelle.

Donc nous sommes d'avis de conserver ces quelques millions de francs en faveur des programmes radio de la SSR. Comme vous le savez, avec le splitting de la quote-part de la redevance, avec la décision que nous prendrons à l'article 50, nous enlevons un montant élevé à la SSR, à elle qui joue tout de même un rôle très important au niveau institutionnel dans la défense des minorités et le dialogue entre les cultures. Si je suis bien informée, il s'agirait de 40 millions de francs – et même si c'est un peu moins, Monsieur Leutenegger, c'est beaucoup d'argent. Alors, il n'est pas juste de contraindre la SSR à «una cura dimagrante» – une cure d'amincissement aussi importante. Je trouve qu'il est juste de laisser cette possibilité à la SSR, donc aux radios de la Suisse alémanique, de la Suisse romande et de la Suisse italienne, tout en les rendant attentives au fait que le sponsoring n'est pas de la publicité. Et si on veut, on peut, Monsieur Leutenegger!

Hochreutener Norbert (C, BE): Die CVP-Fraktion ist für die Mehrheit, d. h., die SRG darf zwar in den Radioprogrammen keine Werbung betreiben, aber das Sponsoring soll zugelassen werden. Filippo Leutenegger, man kann sehr wohl unterscheiden zwischen Sponsoring und Werbung! Jeder kann das. Es wird nicht immer gemacht. Oft wird das vertuscht oder vermischt, aber dafür haben wir ja die Kontrollbehörden, die die Unterscheidung durchsetzen sollten.

Warum sollen wir der SRG das Sponsoring beim Radio belassen? Es gibt eigentlich zwei Gründe. Es geht einerseits um die Vielfalt und Qualität der Programme. Ich habe mich extra bei Radio DRS erkundigt und gesagt: Nennen Sie mir Beispiele, wo das Sponsoring die Qualität einer Sendung hebt, und sie haben mir zwei Beispiele genannt. Ich nenne sie jetzt hier: Eines ist die Mundartsendung «Zoge am Boge» mit volkstümlicher Musik, unterstützt von den Schweizer Milchproduzenten; die andere Sendung, die sie mir genannt haben, ist «Rock 'n' Roll & Edelweiss», unterstützt von Schweiz Tourismus. In beiden Fällen handelt es sich um Live-Produktionen, um Produktionen aus den Regionen der Schweiz. Ohne Sponsoringeinnahmen würden solche Sen-



dungen auf Studioformate «eingedampft», d. h. keine direkten Kontakte der Programmarcher mit dem Publikum, bloses Abspielen von CD aus dem Studio usw. Ohne Sponsoring hätten wir also hier bei diesen Sendungen – und man könnte eine ganze Reihe weiterer Sendungen aufzählen – einen eindeutigen Verlust für die Kultur; das kann man so sagen.

Ein zweites Argument gegen den Minderheitsantrag und für die Mehrheit: Es ist ein Irrtum, zu glauben, dass dann die Sponsoren – wie der Milchverband beim Beispiel «Zoge am Boge» – nach Einführung eines Verbotes automatisch zu den Lokalradios gehen. Die gehen nicht dahin, die wollen ein grosses Event. Sie können mit hundert kleinen Lokalradiostationen nicht ein so grosses Event schaffen wie mit einem nationalen Sendegefäß. Also, der Milchverband – bei diesem Beispiel – würde wahrscheinlich in die Plakatwerbung gehen oder in die Zeitungswerbung, aber sicher nicht in die Radiowerbung. Wir glauben auch nicht daran, dass die Sponsorenverantwortlichen mit Hunderten von Werbeveranstaltern in diesen Lokalradios sprechen wollen: Die wollen einen Ansprechpartner. Also, geben Sie der SRG das Sponsoring im Radiobereich.

Ich muss aber klar sagen – ich komme noch auf den Anfang zurück –: Diese Vermischung Sponsoring/Werbung sollte verschwinden. Sie kommt allzu oft vor, und mich stört das auch. Ich verstehe deshalb meinen Antrag, den ich im Namen der CVP-Fraktion stelle, nicht als Freipass für eine verkappte Werbung.

Bitte folgen Sie der Kommissionsmehrheit.

Levrat Christian (S, FR): Je commencerai par dire que les différences de sensibilité que Madame Simoneschi a décrites auparavant s'appliquent également au groupe socialiste et que celui-ci est divisé sur cette question, avec une tendance très forte de mes collègues romands à approuver cette notion de sponsoring ou de parrainage. J'aimerais vous exposer les trois motifs principaux qui font que je soutiens cette possibilité de sponsoring.

Premièrement, cette pratique existe depuis 1992 et il n'en est résulté aucune difficulté majeure. Dans la plupart des cas, on a affaire à un sponsoring d'événements culturels, par exemple celui d'un festival de musique ou – si vous me permettez à mon tour d'ouvrir une petite parenthèse de sponsoring à caractère régionaliste – celui de la semaine du goût qui a lieu à Bulle ce week-end; je renvoie au prospectus qui vous a été distribué.

Deuxièmement, ce sponsoring est profitable aux deux parties. Il est profitable à la SSR parce qu'il permet de récolter environ 14 millions de francs: des montants absolument nécessaires alors qu'on s'apprête à couper plusieurs dizaines de millions de francs dans le budget de la SSR. Ces coupes ne sont pas négligeables. La SSR a besoin de ces revenus si elle entend pouvoir répondre aux exigences qu'on lui impose – on reviendra sur la question de Swissinfo et des exigences auxquelles on soumet la SSR par rapport à l'information des Suisses de l'étranger. Il y a deux moyens d'obtenir ces revenus: soit par le sponsoring, soit plus tard par une adaptation de la redevance. Donc vous devez savoir qu'il y a un lien en fait entre ce qui relève du sponsoring, de la réglementation en matière de publicité que la SSR doit respecter et de la redevance.

Troisièmement, ce que je souhaite constater, c'est qu'en Suisse romande à tout le moins les radios privées et les radios de service public – par exemple la RSR – ont une approche commune de cette question et qu'elles nous demandent les unes comme les autres de maintenir une règle relative au sponsoring. Ce qu'ont constaté les diffuseurs privés, c'est que la SSR leur permettait d'ouvrir une porte et de proposer un produit connu de la part des différents festivals et que cela leur amenait des clients qui ensuite commençaient à placer du sponsoring dans leurs programmes radio. Il me paraît pour le moins surprenant que notre conseil décide, à l'encontre de la position commune de la branche, d'interdire le sponsoring.

Par conséquent, je vous invite à soutenir la proposition de la majorité à l'article 16.

Bezzola Duri (RL, GR): In Artikel 16 geht es um besondere Bestimmungen für die SRG. Die klare Mehrheit der FDP-Fraktion unterstützt da die Kommissionsmehrheit.

Nun, was will die Mehrheit der Kommission? In Artikel 16 Absatz 1 geht es um das Verbot von Werbung in den Radioprogrammen der SRG. In Absatz 2 geht es um die Radio- und Fernsehprogramme der SRG, wo man die Werbung für alkoholische Getränke verbieten will. Auch Sponsoring ist für Unternehmen, die in diesem Bereich tätig sind, untersagt. Gemäss Absatz 3 kann der Bundesrat die Werbung und das Sponsoring in den Radio- und Fernsehprogrammen der SRG ganz oder teilweise einschränken.

Nun einige Gründe, die für diese Version sprechen: Durch diese Bestimmungen wird die Markstellung des privaten und zum Teil kommerziellen Sektors von Radio und Fernsehen in der Schweiz gefestigt. Das Verbot von Radiowerbung insgesamt und von Sponsoring in regionalen Programmen ist der Grundpfeiler dieser gesetzlichen Marktaufteilung. Die Einnahmen der Radioprogramme der SRG durch Sponsoring betragen im Jahre 2004 immerhin rund 14 Millionen Franken – das sind 3 Prozent des Gesamtaufwandes. Dieser Ertrag ist somit eine wichtige Einnahmenquelle.

Die schweizerische Wirtschaft nutzt das Radiosponsoring, es ist ein wichtiger Kanal für die Kommunikation ihres Images. Zahlreiche Sport- und auch Kulturereignisse werden durch Ereignis- und Sendesponsoren massgeblich unterstützt; viele dieser Ereignisse könnten sonst nicht finanziert werden. Insbesondere das faktische Verbot von Medienpartnerschaften hätte Nachteile zur Folge. Mit dem Sponsoring sind die SRG-Radios am Markt aktiv, und dadurch wird das unternehmerische Denken sicher gefördert. Übrigens: Die Akzeptanz des Sponsorings im Publikum liegt gemäss einer Umfrage immerhin bei 70 Prozent.

Ich bitte Sie also im Namen der Mehrheit der FDP-Fraktion, der Kommissionsmehrheit zuzustimmen.

Föhn Peter (V, SZ): Bei Artikel 16 war die SVP-Fraktion tatsächlich auch etwas gespalten. Sie unterstützt in einem Verhältnis von 1 zu 2 die Minderheit Weigelt bei Absatz 1, die Mehrheit bei Absatz 2 und wiederum die Minderheit Weigelt bei Absatz 3, die dort Festhalten beantragt.

Die Begründung ist ganz einfach, sie wurde hier schon mehrfach vorgetragen, deshalb kann ich auch recht kurz sein: Werbung und Sponsoring lassen sich heute praktisch nicht unterscheiden, und deshalb will eine Mehrheit der SVP-Fraktion ein ganz klares Verbot auch des Sponsorings für SRG-Radioprogramme im Gesetz festgeschrieben haben. Es wurde vorhin schon gesagt, dass diese Unterscheidung nicht gemacht werde; das hat Herr Hochreutener gesagt. Das sind eben immer so Sachen. Man versucht natürlich immer, an die Grenze zu gehen, und da könnte man einen ganz klaren Schnitt machen, aber ich glaube, es ist letztendlich nicht so tragisch.

Aber eben, wie gesagt: Wir unterstützen die Minderheit Weigelt und bei Absatz 2 die Mehrheit.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Zunächst zur Werbung im Auslandradio: Das ist nicht sehr aktuell, weil im Moment ja gar keine SRG-Radioprogramme mehr ausschliesslich für das Ausland gesendet werden. Für den Fall, dass das doch wieder mal aufgenommen würde – wie das viele von Ihnen ja eigentlich wünschen –, sollten Sie der SRG diesen Weg aber nicht verbauen und ihr immerhin diese Möglichkeit geben, obwohl sie früher davon gar nicht Gebrauch gemacht hat. Unter anderem wurden die Radiosendungen von SRI ins Ausland ja wegen finanzieller Probleme gestrichen. Wenn das wieder aufgebaut werden soll, dann berauben Sie die SRG doch bitte nicht dieser Quelle.

Zum zweiten Problem, zum Sponsoringverbot bezüglich SRG-Radioprogrammen: Wir haben immer gesagt – und das ganze Gesetz lebt ja davon –, dass die SRG verglichen mit

ihren privaten Konkurrenten bei der Werbung und beim Sponsoring weniger Freiheiten hat. Nun gerade das gesamte Sponsoring zu verbieten würde aber wirklich zu weit gehen. Das sind 15 Millionen Franken pro Jahr. Diese 15 Millionen Franken müssten irgendwie anders reingeholt werden: Sendungen müssten gestrichen oder abgebaut werden, Korrespondentennetze müssten ausgedünnt werden usw., oder dann wäre eben eine Gebührenerhöhung die Folge. Wir sehen gar nicht ein, warum die SRG um diese 15 Millionen gebracht werden soll.

Es wurden zum Teil unschöne Seiten wie Vermengung des Sponsorings mit Werbung genannt. Dieses Problem besteht. Es ist aber Sache der Aufsichtsbehörde, das in Ordnung zu bringen – und es muss auch in Ordnung gebracht werden.

Völlmer Peter (S, BE), für die Kommission: Der Entscheid der Kommission ist mit 11 zu 10 Stimmen erfolgt. In einer ersten Lesung hat die Kommission das Sponsoring noch ausgeschlossen, in einer zweiten Lesung hat dann die knappe Mehrheit gedreht. Jetzt empfehlen wir Ihnen also mit 11 zu 10 Stimmen, das Sponsoring beim Radio zuzulassen. Wenn Sie den Fraktionssprechern gut zugehört haben, haben Sie Folgendes festgestellt: Der Graben in dieser Frage geht quer durch alle Parteien, und es ist offensichtlich vielmehr ein Graben zwischen den Welschen und den Deutschschweizern. Offensichtlich ist in der Romandie die Bedeutung des Sponsorings sehr hoch, weil die Finanzstruktur der SRG bewirkt, dass die Sponsoringgelder unmittelbar ins Programm fliessen. Damit erhöht sich natürlich die Attraktivität des Sponsorings. Wie Bundesrat Leuenberger festgestellt hat, beziffert sich der Einnahmenverlust auf 15 Millionen Franken; das müsste irgendwo verkraftet werden. Deshalb sind vor allem auch die sprachlichen Minderheiten in Sorge, dass diese Mittel verloren gehen und sie weniger Programmmittel zur Verfügung haben. Das ist der Grund, weshalb Ihnen die ganz knappe Kommissionsmehrheit empfiehlt, das Sponsoring beim Radio weiterhin zuzulassen.

Ich muss aber doch noch eine Bemerkung machen, weil es eben so umstritten war und es in mehreren Abstimmungen fast Zufallsergebnisse waren: Man hat einmal mehr – und das muss hier deutlich gesagt werden – kritisch darauf hinweisen müssen, dass die Grenze zwischen Werbung und Sponsoring an sich sehr schwierig zu ziehen ist. In der heutigen Praxis – so, wie die SRG das Sponsoring betreibt – hat sich hier fragwürdigerweise eine Grauzone geöffnet. Mit Sponsoring werden heute leider Werbebotschaften verbreitet, man muss das sagen. Ein Beispiel dazu, ich habe es schon einmal gebracht: Es ist eine klare Werbebotschaft, wenn es zu Beginn des Winters morgens im Radio bei den Wetterprognosen und dem Schneebericht plötzlich heisst: «Diese Sendung wurde Ihnen offeriert von Pirelli, dem Anbieter von Winterreifen.» Ich stelle hier einfach fest, und das ist auch der Wunsch der Kommissionsmehrheit, dass die SRG hier endlich zur Vernunft kommt und sich dafür einsetzt, dass hier nicht ständig die Grauzone derart extensiv ausgeweitet wird!

Es ist aber auch eine Aufgabe der Aufsichtsbehörde, Herr Bundesrat Leuenberger, hier diese Bestimmungen klar durchzusetzen. Leider gibt es auch dort Mängel. Der Wille, hier wirklich Ordnung zu schaffen, ist leider, leider sehr beschränkt. Deshalb ist auch die Kritik, die hier vonseiten der Gegner des SRG-Sponsorings formuliert wurde, berechtigt.

Ich muss Sie noch auf etwas aufmerksam machen, weil die Mehrheit in der Kommission aufgrund eines Rückkommens in einer zweiten Lesung erfolgt ist. Leider ist jetzt Artikel 16 mit den Absätzen 1 und 2 nicht ganz kohärent. Wir haben ja vorhin in Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe b bis geregelt, dass die SRG keine Alkoholwerbung machen darf. Den Zusatz, dass Firmen, die derartige Werbung nicht machen dürfen, nicht im Sponsoring tätig werden können, sollte man meines Erachtens aufrechterhalten. So, wie man auch nochmals klar festhält, wie das die Minderheit Simoneschi-Cortesi vorschlägt, dass mit den Sponsoringansagen keine Werbebotschaften verbunden werden dürfen. Das ist an sich eine

klare Bestimmung, die bereits im Begriff des Sponsorings enthalten sein müsste, die aber in der Praxis leider nicht umgesetzt wird. Deshalb hat man diese zusätzliche Bestimmung eingefügt.

Eine letzte Bemerkung – das muss hier auch gesagt werden, auch das haben wir diskutiert –: Bei der Frage des Sponsorings beim Radio geht es nicht um die Frage, ob das Radio Medienpartnerschaften eingehen darf. Es soll Partnerschaften geben. Es geht hier nur darum, dass im Programm – im Programm! – keine Sponsoringansagen gemacht werden. Insofern sollte dieser Punkt bei der Willensbildung, ob man hier für oder gegen Sponsoring eintritt, nicht entscheidend sein.

Germanier Jean-René (RL, VS), pour la commission: Nous l'avons entendu, tous les groupes sont divisés sur ce sujet. En fait, ce qui est assez incroyable, dans ce débat, c'est que nous traitons une nouvelle divergence qui a été introduite en commission, alors qu'à l'article 16 alinéa 1, les deux chambres avaient accepté ce parrainage et qu'il n'y avait jamais eu de débat à ce sujet en première lecture.

Les ressources de parrainage se sont développées ces dernières années et atteignent, quant au sponsoring des programmes radio de la SSR, 14 millions de francs en 2004. Le développement du parrainage radio s'est fait sur le modèle du partenariat d'image entre une émission et un événement, et la marque d'un produit ou d'un service. Interdire le parrainage dans les programmes radio de la SSR est une mesure discriminatoire par rapport à l'état du marché. Comme je vous l'ai dit, cela enlèverait des ressources importantes qui, en 2004, se sont même élevées à 3,5 pour cent de la quote-part de la redevance radio. Cela veut dire que nous doublons presque ce que nous enlevons à la radio par le splitting, et du point de vue budgétaire, ce serait quelque chose de totalement nouveau. Ce sont des moyens de promotion investis qui seront perdus et qui seront probablement récupérés par des opérateurs étrangers. Je vous l'ai dit tout à l'heure, les opérateurs étrangers réalisent un chiffre d'affaires de 250 millions de francs en Suisse par leurs fenêtres publicitaires. Ce n'est pas le marché interne qui représente un danger, puisqu'il est réglementé, mais l'ouverture de ce marché aux opérateurs externes.

Le parrainage se pratique régulièrement au niveau national. Il donne une crédibilité au média radio en général et renforce le vecteur radio privée pour la publicité. A ce propos, je peux vous dire que les radios privées en Suisse romande sont d'accord avec ce maintien du parrainage, car à l'article 29 alinéa 2 qu'on traitera tout à l'heure, le parrainage – il faut insister là-dessus – sera interdit dans les décrochages régionaux de programmes de la SSR. La SSR n'exerce donc pas de concurrence dans ce secteur; c'est d'ailleurs une des raisons pour lesquelles plusieurs radios privées en Suisse romande, et maintenant aussi les radios de «Randregionen» en Suisse alémanique peuvent s'y rallier.

En conclusion, j'aimerais vous dire qu'à l'égard des 14 millions de francs qui étaient déjà prévus au budget depuis 1992, c'est un coup dur que l'on porte à la SSR – en plus de la nouvelle loi – en introduisant cette nouvelle divergence.

Je vous prie de rejeter la proposition de la minorité Weigelt et d'adopter la proposition de la majorité de la commission.

Abs. 1, 3 – Al. 1, 3

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 105 Stimmen
Für den Antrag der Minderheit 54 Stimmen

Abs. 2 – Al. 2

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 83 Stimmen
Für den Antrag der Minderheit 80 Stimmen

*Übrige Bestimmungen angenommen
Les autres dispositions sont adoptées*



Art. 23*Antrag der Kommission*Zustimmung zum Beschluss des Ständerates
Proposition de la commission

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

*Angenommen – Adopté***Art. 24 Abs. 1***Antrag der Kommission*

Festhalten

Art. 24 al. 1*Proposition de la commission*

Maintenir

*Angenommen – Adopté***Art. 26***Antrag der Mehrheit**Abs. 3 Bst. c, Abs. 4*

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Antrag der Minderheit

(Marti Werner, Allemann, Fehr Jacqueline, Hollenstein, Levrat, Marty Kälin, Pedrina, Teuscher)

Abs. 4

Festhalten

Art. 26*Proposition de la majorité**Al. 3 let. c, al. 4*

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Proposition de la minorité

(Marti Werner, Allemann, Fehr Jacqueline, Hollenstein, Levrat, Marty Kälin, Pedrina, Teuscher)

Al. 4

Maintenir

Marti Werner (S, GL): Mit meinem Minderheitsantrag beantrage ich Ihnen, an der Fassung des Bundesrates festzuhalten, welcher wir bei der ersten Beratung zugestimmt haben. Der Ständerat hat mit seiner Variante eine Aufweichung dieser bundesrätlichen Regelung vorgenommen.

Worum geht es hier? Es geht um die Verständigung zwischen den Sprachregionen. Ich persönlich habe selbstverständlich nichts gegen Dialekte; jeder findet ja seinen eigenen Dialekt schön und wundervoll. Aber da gibt es das Problem, dass ein Oberwalliser oder ein Appenzeller nicht so gut verstanden werden kann, wie wenn die Amtssprache in ihrer Standardform verwendet wird. Deshalb schlägt der Bundesrat vor, dass bei Themen von nationalem Interesse in der Regel die Amtssprache in ihrer Standardform verwendet werden soll.

Es geht hier nicht nur um das Zusammenspiel zwischen den Sprachregionen in der Schweiz – die Romands und die Tessiner verstehen unsere Dialekte auch nicht immer –, sondern es geht auch um ein Zusammenspiel der Schweiz mit dem Ausland. Ausländische Gäste haben ebenfalls Mühe mit unseren verschiedenen Dialekten. Wir erwarten ja auch, dass sie die Sendungen der SRG sehen beziehungsweise hören. Demzufolge soll bei Themen von nationalem Interesse die Amtssprache in ihrer Standardform verwendet werden und nicht, wie der Ständerat vorsieht, nur «in der Regel» mit einer abweichenden Formulierung.

Ich ersuche Sie deshalb, der klaren Fassung des Bundesrates zuzustimmen und am ursprünglichen Entscheid unseres Rates festzuhalten.

Pedrina Fabio (S, TI): Parlo a nome del gruppo socialista e porto il nostro sostegno al progetto iniziale del Consiglio federale che chiede che per temi di rilevanza nazionale la SSR utilizzi le lingue nazionali e non dei dialetti regionali. Questo

per favorire la comprensione fra le regioni linguistiche del nostro Paese.

Evidenzio che la versione del Consiglio degli Stati, fatta proprio dalla maggioranza commissionale, porterebbe di fatto a codificare lo «Schwyzerdütsch» quale quinta lingua nazionale. Questo non è buona cosa per l'accesso alle trasmissioni radiofoniche o televisive nelle altre regioni linguistiche, non è buona cosa per accendere quindi l'interesse dei ticinesi e dei romandi per quanto succede a nord delle Alpi o ad est della Sarine, ed infine non è buona cosa per la coesione nazionale.

Vi invito perciò a sostenere la proposta della minoranza Marti Werner.

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): Le groupe des Verts communique qu'il soutient la proposition de la minorité.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Es stehen sich zwei Interessen gegenüber: Einerseits gibt es das Recht auf Muttersprache, das Recht, sich im eigenen Dialekt auszudrücken und damit auch die Vielfalt bezüglich der Dialekte in unserem Land medial zum Ausdruck zu bringen. Andererseits haben wir die Klammerfunktion, in dem Sinne, dass die anderen Sprachgruppen, beispielsweise die Romands, ein Programm auf einem deutschsprachigen Sender verfolgen können sollen. Es geht darum, wie intensiv die SRG diesbezüglich in die Pflicht genommen werden soll.

Wir selbst finden hier die Formulierung des Bundesrates angemessener; sie geht auch etwas weiter.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Die Kommission empfiehlt Ihnen mit 11 zu 9 Stimmen, an der Fassung des Bundesrates festzuhalten.

Die Differenz – das muss man ehrlich sagen – ist fast nicht auszumachen. In beiden Fassungen steht «in der Regel», und bei dem, was über die Sprachregion- und Landesgrenzen hinaus interessiert, kann man auch sagen, dass es von nationalem Interesse sei. Also wir meinen, das sei von sehr untergeordneter Bedeutung, und deshalb empfiehlt Ihnen die Kommission auch, dem Bundesrat zu folgen. Es wird keine praktische Auswirkung haben, für welche Fassung Sie sich entscheiden.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 86 Stimmen

Für den Antrag der Minderheit 67 Stimmen

Art. 27 Abs. 3 Bst. a*Antrag der Kommission*

Zustimmung zum Entwurf des Bundesrates

Art. 27 al. 3 let. a*Proposition de la commission*

Adhérer au projet du Conseil fédéral

*Angenommen – Adopté***Art. 29 Abs. 2***Antrag der Kommission*

Die SRG kann in ihren Programmen auch regionale Fenster veranstalten. In solchen Fenstern ist das Sponsoring untersagt.

Antrag Weyeneth

Die SRG kann in ihren Radioprogrammen auch regionale Fenster

Schriftliche Begründung

Die SRG beschränkt sich auf regionale Radioprogramme. Die Konzessionsgebühren, die der SRG zufließen, sind für qualitativ hochstehende Sendungen zu verwenden und nicht auch auf regionale Fernsehprogrammfenster zu zersplittern. Der Nationalrat hat den privaten Fernsehprogrammabietern regionale Monopole zugewiesen. Somit sollen diese auch nicht von der nationalen Fernsehanstalt konkurrenziert werden.

Antrag Leutenegger Filippo

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Schriftliche Begründung

Wird der SRG erlaubt, in ihr nationales Programm regionale Programmfenster einzufügen, tritt sie dadurch in Konkurrenz zu den privaten Veranstaltern von regionalen Programmen. Die massiv durch Gebührentgelder finanzierte SRG soll aber regional und lokal tätige Fernsehveranstalter nicht konkurrieren, sondern sich auf den nationalen und sprachregionalen Informationsauftrag konzentrieren. Dafür erhält sie den Löwenanteil der Gebührentgelder, nicht um den lokalen und regionalen Fernsehmarkt zu dominieren. Einem lokalen oder regionalen Programmveranstalter stehen ausschliesslich die lokalen oder regionalen Finanzierungsquellen der Wirtschaft offen. Damit sich auf dieser Grundlage überhaupt ein attraktiver regionaler und lokaler Fernsehmarkt mit innovativen und erfolgreichen Angeboten entwickeln kann, sind die teuer über Gebührentgelder finanzierten SRG-Programme davon fern zu halten. Wenigstens im Bereich des Fernsehens, in welchem die Finanzierung eines Programms schwierig ist, dürfen regionale Programmfenster überhaupt nicht zugelassen werden, wie dies der Bundesrat in seinem Entwurf vorgeschlagen hat. Für den Bereich Radio ist allenfalls eine andere angemessene Regelung denkbar.

Art. 29 al. 2*Proposition de la commission*

La SSR peut, dans le cadre de ses programmes, diffuser également des programmes régionaux. Le parrainage n'est pas autorisé dans ces programmes régionaux.

Proposition Weyeneth

La SSR peut, dans le cadre de ses programmes radio

Développement par écrit

Le développement n'existe qu'en allemand

Proposition Leutenegger Filippo

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Développement par écrit

Le développement n'existe qu'en allemand

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): Le groupe radical-libéral communique qu'il soutient la proposition Leutenegger Filippo.

Erste Abstimmung – Premier vote

Für den Antrag Weyeneth 80 Stimmen

Für den Antrag der Kommission 75 Stimmen

Zweite Abstimmung – Deuxième vote

Für den Antrag Leutenegger Filippo 88 Stimmen

Für den Antrag Weyeneth 69 Stimmen

Art. 30*Antrag der Kommission*

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Proposition de la commission

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

*Angenommen – Adopté***Art. 31***Antrag der Mehrheit*

Abs. 1, 2

Festhalten

Abs. 3

Gemäss Bundesrat, aber:
.... werden der SRG zur Hälfte

Antrag der Minderheit

(Binder, Fattebert, Laubacher, Leutenegger Filippo, Oehrli, Theiler, Weigelt)

Abs. 3

Festhalten

Art. 31*Proposition de la majorité*

A1. 1, 2

Maintenir

A1. 3

Selon Conseil fédéral, mais:

La Confédération rembourse

Proposition de la minorité

(Binder, Fattebert, Laubacher, Leutenegger Filippo, Oehrli, Theiler, Weigelt)

A1. 3

Maintenir

Binder Max (V, ZH): In Artikel 31 geht es um das publizistische Angebot für das Ausland oder, anders gesagt, um Swissinfo. Wir gehen mit der Mehrheit einig, dass es sich hier um eine wichtige Leistung handelt und auch um ein Angebot an unsere Landsleute im Ausland, das genutzt wird. Das steht auch für die Minderheit fest und steht außer Frage. Bei verschiedenen Treffen mit Schweizer Clubs im Ausland wurde mir das auch immer wieder bestätigt. Artikel 26 Absatz 1 Buchstabe c definiert ja diesen Auftrag; dieser war in keiner Kommission und auch in beiden Räten nie bestritten.

Es geht heute lediglich um den Beitrag respektive um einen möglichen Beitrag des Bundes an die SRG zur Abgeltung dieser Leistungen. Die Minderheit will in Artikel 31 Absatz 3 die Leistungen nach Absatz 1 in diesem Artikel, also für die publizistischen Angebote im Ausland, «in der Regel» zu 50 Prozent vom Bund abgelenkt lassen; also eine Abgeltung «in der Regel» zu 50 Prozent an die SRG. Die Mehrheit will auch 50 Prozent, aber verpflichtend, also auch in Zukunft einen starren Beitrag.

Wir beantragen Ihnen hier eine gewisse Flexibilität. Es könnte ja durchaus die Situation eintreten, dass aufgrund eines veränderten Umfelds diese 50 Prozent in ihrer Starrheit nicht unbedingt gewährt werden müssen. Wir sind allerdings schon auch der Meinung, dass es eine Bundesaufgabe ist, diese Leistungen bis zu diesem Prozentsatz abzugeulen, wenn es nötig ist. Aber wenn sich das Umfeld aus irgendwelchen Gründen verändert würde und diese 50 Prozent so nicht mehr nötig wären, hätte der Bundesrat dann die Flexibilität, darauf zu reagieren und der SRG die Leistungen zu einem tieferen Satz abzugeulen.

Diesen Spielraum in einem allenfalls veränderten Umfeld sollten wir dem Bundesrat ermöglichen, damit er dann auch passend reagieren könnte.

Nochmals: Wir stellen die Leistungen nicht infrage, wir stellen auch einen Beitrag des Bundes an die SRG respektive eine Abgeltung nicht infrage. Nur wollen wir hier eine gewisse Flexibilität für die Zukunft erhalten.

Ich bitte Sie, dem Antrag der Minderheit zuzustimmen.

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): Nous avons consacré une matinée à la discussion sur Swissinfo, sur son rôle et sa fonction. Avant, c'était une radio. Maintenant, c'est un portail Internet. Swissinfo était la radio à ondes courtes pour nos Suisses de l'étranger. Elle avait pour tâche de maintenir le contact avec nos compatriotes à l'étranger. Beaucoup de Suisses vivent à l'étranger et il y a les deuxièmes et troisièmes générations qui sont peut-être encore suisses ou qui ont la double nationalité. Pour eux, c'est important de maintenir des liens avec notre pays et donc aussi d'être informés de ce qui s'y passe. Les Suisses de l'étranger peuvent voter et ils votent, ils s'intéressent à la politique de notre pays.

La deuxième fonction de Swissinfo est d'être une vitrine, si vous voulez, de la Suisse à l'étranger, qui est donc très importante pour nos entreprises. Si vous pensez au marché du Moyen-Orient et de la Chine, vous voyez qu'il est très important d'être présents avec nos produits dans ces pays. Swissinfo a donc aussi un rôle de politique extérieure.

Ainsi d'un côté, elle a un rôle de politique intérieure vis-à-vis des Suisses de l'étranger et, de l'autre, elle a un rôle de



politique extérieure. Or, ces dernières années, nous avons laissé la SSR supporter tous les coûts de Swissinfo; cela n'est pas correct. Si Swissinfo a des fonctions et un rôle en matière de politique intérieure et extérieure, il est bien juste que la Confédération paie.

Alors, nous avons une proposition de la majorité qui supprime les termes «en règle générale, la Confédération rembourse». Elle demande de dire: «La Confédération rembourse le 50 pour cent des frais occasionnés», parce qu'il y a là une responsabilité de la Confédération. Swissinfo assume une fonction très importante pour la Confédération, pour notre pays et donc, nous voulons absolument que la Confédération partage ces frais. Il n'est pas juste que tous les frais restent sur le dos de la SSR, qui a quand même un autre mandat, qui est de faire de l'information dans les quatre régions linguistiques de notre pays.

Ici, je vous invite vraiment à voter la proposition de la majorité de la commission.

Bugnon André (V, VD): Madame Simoneschi, vous avez argumenté très justement en expliquant que le maintien de Swissinfo était une question de politique internationale, donc un devoir de la Confédération. Vous défendez cette idée en disant qu'il faut maintenir le contact avec les citoyens qui sont établis à l'étranger. Entre parenthèses, ce service ne profite pas seulement aux citoyens suisses à l'étranger, puisque la traduction des messages électroniques délivrés par Swissinfo se fait à peu près dans toutes les langues internationales.

Pourquoi, puisqu'il s'agit là d'une mission politique, ne concluez-vous pas qu'il faut soutenir la version du Conseil des Etats qui prévoit, à l'article 31 alinéa 2, que «les coûts sont entièrement pris en charge par la Confédération»? Pourquoi, puisque c'est une mission de politique extérieure, est-ce qu'on mettrait 50 pour cent des frais à la charge de la SSR?

Simoneschi-Cortesi Chiara (C, TI): C'est parce que nous sommes des personnes raisonnables. Nous savons que, dans ce Parlement, on dit toujours qu'il faut faire des économies, qu'il n'y a pas assez d'argent. Comme nous sommes des personnes très raisonnables, nous avons opté pour le juste milieu.

A l'article 31 alinéa 3, même si vous supprimez l'expression «en règle générale» – expression toujours sujette à des interprétations très subjectives –, la Confédération rembourse quand même à hauteur de 50 pour cent les frais occasionnés par les prestations prévues à l'alinéa 1.

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): Le groupe des Verts communique qu'il soutient la proposition de la majorité.

Hämmerle Andrea (S, GR): Zur Situation, also zur Konstellation: Die SRG bekommt vom Bundesrat einen Leistungsauftrag, im Ausland eine Leistung zu erbringen – eben Swissinfo. Es ist nun schwer, verständlich zu machen, weshalb diese ganze Leistung, die im Ausland erbracht wird, von Schweizer Gebührenzahlerinnen und -zahldern zu finanzieren ist. Das kann es ja wohl kaum sein. Es gibt übrigens auch kein Land auf der Welt, welches derartige Leistungen im Ausland erbringt und diese von den eigenen Konsumentinnen und Konsumenten bezahlen lässt. Es ist also logisch, dass mindestens erhebliche Teile dieser Leistung vom Bund finanziert werden, weil der Bund diesen Leistungsauftrag auch gibt. Das war früher unbestritten immer so.

Das Problem entstand genau beim Entlastungsprogramm 2003, wo dieser Bundesbeitrag gestrichen wurde. Das ist für mich und uns ein klassisches Beispiel dafür, wie diese Sparpolitik dann im Einzelnen läuft. Bei Entlastungsprogrammen ist völlig klar: Soundso viele Millionen Franken müssen alle beitragen, also müssen die Leistungen und die Beiträge gestrichen werden. Wenn es dann um die Sachpolitik geht, dann interessieren wieder die Leistungen. Dann sagt man, die Leistung von Swissinfo ist sehr wichtig, die muss im Aus-

land erbracht werden. Dann überlegt man sich wieder, dass die auch etwas kostet und man die auch bezahlen muss. Das ist die Situation, vor der wir hier stehen. Es ist für uns eindeutig so, dass wir der SRG nicht einen Auftrag geben können und dann bei der Finanzierung sozusagen «klemmen». Das kann es nicht sein.

Nun schlägt die Minderheit Binder vor, dass wir an der Formulierung «in der Regel» festhalten. Aber was heisst das? Das heisst, dass die SRG nicht weiß, ob in diesem Jahr die Leistung abgegolten wird oder nicht. Als Unternehmung kann sie gar nicht vernünftig planen, das geht ja gar nicht. Das heisst also, wenn Entlastungsprogramme Konjunktur haben, dann wird die Leistung nicht abgegolten, und im Normalzustand wird sie abgegolten. Das kann nicht funktionieren.

Ich bitte Sie also, die Klausel «in der Regel» nicht in das Gesetz aufzunehmen, weil sie in diesem Fall bei einer Abgeltung ja auch nicht funktionieren kann. Wir können den SBB auch nicht sagen, in der Regel werde ihre Leistung abgegolten und manchmal halt auch nicht. Das ist für ein Unternehmen nicht möglich.

Ich bitte Sie also, klare Verhältnisse zu schaffen und der Mehrheit zuzustimmen.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Die Differenz, die jetzt noch bereinigt werden muss, besteht darin, wer was zu bezahlen hat. Sollen die Kosten zulasten der Bundeskasse gehen, zulasten der Gebührenzahler, oder ist eine Kombination sinnvoll? Der Bundesrat und in der ersten Lesung der Nationalrat befürworten die Formulierung, dass der Bund «in der Regel» die Hälfte zu übernehmen habe. Die Mehrheit Ihrer Kommission will diese Einschränkung gestrichen haben, um die Finanzierung von SRI/Swissinfo zu stärken.

Die Formulierung «in der Regel» wurde als eine Gefahr bezeichnet, weil dem Bund die Möglichkeit gegeben werde, dann später überhaupt nichts mehr zu bezahlen. Ich muss zugeben, diese Möglichkeit gibt es tatsächlich. Gemäss Entlastungsprogramm 2003, welches das Parlament beschlossen hat, richtet der Bund ab dem Jahre 2007 keine Beiträge mehr an SRI/Swissinfo aus. Das waren bisher immerhin 15 Millionen Franken. Der von der Mehrheit Ihrer Kommission beschlossene Anteil von 50 Prozent steht in Widerspruch zu diesem Entlastungsprogramm, welches erst vor kurzem verabschiedet worden ist.

Für den vom Bundesrat befürworteten Antrag der Minderheit gilt dies nicht: Sobald sich die Lage der Bundeskasse verbessert, könnten wieder Beiträge ausgerichtet werden.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Die Kommission empfiehlt Ihnen relativ deutlich, mit 14 zu 7 Stimmen, hier eine klare Bestimmung anzunehmen, nicht «in der Regel», sondern eindeutig zu sagen, der Bund übernimmt 50 Prozent der Kosten, weil der Bund ja auch den Auftrag gibt. Es bleibt immer noch eine Mischfinanzierung. Die Gebührenzahler im Inland müssen immer noch 50 Prozent dazu beitragen.

Bei der ersten Beratung, vor einem Jahr im März 2004, wurde dieser Antrag hauchdünn, mit 85 zu 84 Stimmen, abgelehnt. Unterdessen hatten wir hier die Beratungen zu den Entlastungsprogrammen. Der Bundesrat hat darauf hingewiesen, dass man dort im Rahmen der grossen Sparübungen diesen Betrag gestrichen hat. Es wäre also jetzt eine Farce, wenn wir hier schreiben würden, der Bund bezahle «in der Regel» 50 Prozent, obwohl bereits beschlossen worden ist, dass er nichts mehr bezahlt. Ab 2007 bezahlt er nichts mehr. Und was ist die Folge davon? Die SRG hat es uns vordemonstriert. Sie muss das irgendwo einsparen. Und was macht sie? Sie reduziert dieses Swissinfo auf eine Art und Weise, dass sie eigentlich den Auftrag, den wir ihr mit diesem Swissinfo geben, überhaupt nicht mehr erfüllen kann.

Alle diese mehrsprachigen, vielsprachigen Programme in anderen als den Landessprachen sind sehr wichtig, nicht nur für unsere Auslandschweizer – die verstehen meistens noch

eine Landessprache –: Sie sind ganz generell wichtig, auch für die Präsenz der Schweiz, auch für den Wirtschaftsstandort Schweiz, auch für unsere Handelspartner. Und genau diese Beträge sollen jetzt durch die SRG eingespart werden, weil der Bund nichts mehr beiträgt.

Wenn wir hier unserem Auftrag gerecht werden wollen, wenn wir hier eben Swissinfo weiterhin als starkes publizistisches Instrument des Standortes Schweiz verstehen wollen, müssen wir der Fassung der Kommissionsmehrheit folgen, damit diese 50 Prozent zwingend vom Bund bezahlt werden. Wer das nur «in der Regel» will, nimmt in Kauf, dass es eben überhaupt keinen Beitrag gibt, und das wäre eine meines Erachtens völlig unverständliche Schwächung unserer Bemühung, auf der Welt mit einer Stimme präsent zu sein, in verschiedenen Sprachen präsent zu sein. Es geht ja hier gar nicht mehr nur um Radioprogramme, die sind schon lange nicht mehr so verbreitet, sondern es geht um eine Internetplattform, die als Informationsgefäß benutzt werden kann, sei das vom Tourismus, sei das von der Exportwirtschaft. Von daher gesehen wäre es wirklich ein Eigentor, wenn wir hier jetzt der Minderheit zustimmen würden. Wir würden praktisch den SRG-Infokanal weitgehend beerdigen.

Ich bitte Sie also im Namen der Kommissionsmehrheit, hier der Mehrheit zuzustimmen, den Bund klar zu verpflichten, die Hälfte zu bezahlen, und damit der SRG wieder die Möglichkeit zu geben, dieses Swissinfo in der ursprünglichen Form weiterzuführen und es nicht einfach jetzt praktisch abzuschaffen.

Germanier Jean-René (RL, VS), pour la commission: Pour le financement de Swissinfo, la majorité de la commission a jugé qu'il fallait reprendre la position du Conseil fédéral, mais justement enlever cet énoncé relatif «en règle générale»: c'est incroyable comme une petite phrase peut tout changer. Mais cette proposition enlève toute ambiguïté. Elle maintient d'une part l'activité de Swissinfo, fixe d'autre part le principe d'une prise en charge par la Confédération à hauteur de 50 pour cent.

Cette solution est équilibrée; elle permet de maintenir l'activité nécessaire et indispensable envers les Suisses de l'étranger et d'assurer le rayonnement de la Suisse. C'est aussi un signal fort à l'intention de la SSR, qui doit assumer ses responsabilités sans mettre le Parlement devant des faits accomplis.

En raison de ces explications et du travail d'audition auquel votre commission a procédé, je vous demande de suivre la majorité claire, de rejeter la proposition de la minorité qui, finalement, laisse planer une incertitude avec ce maintien du «en règle générale», une insécurité concernant le financement de Swissinfo.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Mehrheit 97 Stimmen
Für den Antrag der Minderheit 63 Stimmen

Art. 32 Abs. 2; Art. 35 Abs. 1 Bst. g, 1bis, 1ter, 1quater, 2; Art. 35a; Art. 36; Art. 38 Abs. 1bis, 2, 3; Art. 39 Abs. 1bis, 2, 3; Art. 40; Art. 48 Abs. 1 Bst. b; Art. 49 Abs. 2, 2bis

Antrag der Kommission

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Art. 32 al. 2; art. 35 al. 1 let. g, 1bis, 1ter, 1quater, 2; art. 35a; art. 36; art. 38 al. 1bis, 2, 3; art. 39 al. 1bis, 2, 3; art. 40; art. 48 al. 1 let. b; art. 49 al. 2, 2bis

Proposition de la commission

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Angenommen – Adopté

Art. 50

Antrag der Mehrheit

Abs. 1

.... betragen 4 Prozent des Ertrages Gebührenanteil 4 Prozent

Abs. 2

Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Antrag der Minderheit I

(Fehr Jacqueline, Allemann, Hollenstein, Levrat, Marti Werner, Marty Kälin, Pedrina, Teuscher)

Abs. 1

Festhalten

Antrag der Minderheit II

(Levrat, Allemann, Fehr Jacqueline, Hollenstein, Marti Werner, Marty Kälin, Pedrina, Teuscher)

Abs. 1

.... 3 bis 4 Prozent 2 bis 4 Prozent

Antrag der Minderheit III

(Theiler, Bignasca, Föhn, Germanier, Giezendanner, Hegetschweiler, Laubacher, Weigelt)

Abs. 1

.... 4 bis 5 Prozent 4 bis 5 Prozent

Art. 50

Proposition de la majorité

A1. 1

.... se monte à 4 pour cent du produit total se monte à 4 pour cent du produit

A1. 2

Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Proposition de la minorité I

(Fehr Jacqueline, Allemann, Hollenstein, Levrat, Marti Werner, Marty Kälin, Pedrina, Teuscher)

A1. 1

Maintenir

Proposition de la minorité II

(Levrat, Allemann, Fehr Jacqueline, Hollenstein, Marti Werner, Marty Kälin, Pedrina, Teuscher)

A1. 1

.... entre 3 et 4 pour cent entre 2 et 4 pour cent

Proposition de la minorité III

(Theiler, Bignasca, Föhn, Germanier, Giezendanner, Hegetschweiler, Laubacher, Weigelt)

A1. 1

.... se monte entre 4 et 5 pour cent du produit se monte entre 4 et 5 pour cent du produit

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): La proposition de la minorité I (Fehr Jacqueline) est retirée.

Levrat Christian (S, FR): La question que nous avons à traiter ici est celle du splitting, à savoir de l'attribution d'une part de la redevance en faveur des radios et télévisions privées.

Dans le domaine de la publicité, nous avons, pour soutenir financièrement les médias privés, admis un ordre asymétrique, un ordre qui leur permet de bénéficier d'une réglementation publicitaire beaucoup plus large et généreuse que ce n'est le cas pour la SSR. C'est juste et c'est bien ainsi.

Nous avons également – toujours pour leur apporter un peu d'oxygène – décidé de les faire bénéficier d'une part de la redevance. Il s'agit maintenant de déterminer quelle part de cette redevance doit leur être attribuée.

Deux questions se posent.

1. Quel pourcentage de la redevance souhaitons-nous attribuer à ces médias privés? S'agit-il, comme ce conseil l'a décidé en première lecture, d'un maximum de 4 pour cent, ou alors, comme l'a décidé le Conseil des Etats, d'un maximum de 5 pour cent?

Au nom de la minorité II, j'aimerais vous proposer d'en rester à 4 pour cent. Un splitting à 5 pour cent affaiblirait par trop la SSR, nous l'avons répété tout au long de ce débat. Il est à craindre que si nous coupons trop fortement dans les recettes de la SSR, celle-ci soit amenée à proposer une augmen-



tation des taxes de redevance, ou alors à couper dans les programmes et dans les prestations qu'elle apporte à notre population.

2. Faut-il établir un plancher, en quelque sorte, un pourcentage minimal qui bénéficie au privé? La proposition que je vous fais est, comme l'a décidé le Conseil des Etats, d'établir ce pourcentage minimal et de le fixer à 3 pour cent dans le domaine de la radio et à 2 pour cent dans celui de la télévision.

Les raisons pour lesquelles nous vous proposons de le faire: les diffuseurs privés doivent avoir une protection minimale quant aux montants mis à leur disposition; ils doivent savoir qu'ils toucheront des montants suffisants pour eux, savoir avec une certitude suffisante que tel sera le cas pour les années à venir.

La proposition de minorité que nous vous faisons est donc un compromis entre la version de notre conseil et celle du Conseil des Etats; compromis parce que nous acceptons de fixer un plancher comme l'exige le Conseil des Etats, respectivement à 2 et 3 pour cent.

Par contre, nous demandons au Conseil des Etats de faire un pas dans notre direction et de fixer à 4 pour cent le montant maximal affecté aux médias privés. Nous sommes convaincus que, si nous allons au-delà de ces 4 pour cent, nous affaiblissons par trop la SSR, une SSR qui a besoin de ces moyens, notamment pour les prestations aux Suisses de l'étranger que vous avez décidé précédemment de maintenir.

Theiler Georges (RL, LU): Ich schlage Ihnen mit der Minderheit III vor, den Gebührenanteil auf 4 bis 5 Prozent festzulegen. Die Mehrheit will 4 Prozent. Aber das Problem bei einem fixen Prozentsatz besteht nun einfach darin, dass das künftige Anbieterfeld nicht einfach feststeht. Sie werden am Anfang jetzt einmal irgendeine bestimmte Anzahl haben und brauchen diese 4 Prozent. Der Markt ist jetzt natürlich so, dass es im Fernseh- und im Radiobereich einen Zuwachs geben könnte. Sie werden logischerweise feststellen: Wenn Neue dazukommen, werden die Bisherigen frankenmässig entsprechend weniger bekommen. Das ist irgendwo natürlich nicht haltbar. Deshalb glaube ich – und da bin ich für einmal mit Herrn Levrat einig, was ja nicht so oft vorkommt –: Ein gewisses Minimum, nämlich die 4 Prozent, sollte sicher sein, und man beginnt einmal bei diesen 4 Prozent. Aber wir müssen im Gesetz noch eine gewisse Flexibilität nach oben haben, damit man für neue Anbieter dann entsprechend flexibel reagieren kann. Ich meine, das Bakom braucht hier diesen Spielraum dringend.

Ich bitte Sie deshalb, die Minderheit III zu unterstützen.

Fehr Hans-Jürg (S, SH): Artikel 50 ist ja einer der wichtigsten in diesem Gesetz, weil er das Gebührensplitting einführt und damit doch die wirtschaftlich prekäre Situation beendet, in der viele Lokalradios, Privatradios sind – die Mehrzahl von ihnen ist in einer prekären Situation –, und weil hier eine Methode eingeführt wird, mit der man die Überlebensfähigkeit dieser Radiostationen markant verbessern kann. Das ist ja insbesondere für die Lokalradios in Rand- und Bergregionen wichtig, die auf der einen Seite zum Teil einen grossen finanziellen Aufwand betreiben müssen, nur schon, um die technische Infrastruktur bereitzustellen – das gilt vor allem für Bergregionen –, und auf der anderen Seite kaum Einnahmen generieren können, weil sie eben in marktschwache Regionen ausstrahlen, in denen nicht viele Werbeeinnahmen erzielt werden können.

Hier machen wir also den entscheidenden Schritt. Zum Glück ist er im Grundsatz nicht mehr bestritten. Man darf hier aber sicher auch der Hoffnung Ausdruck geben, dass das Manna, das jetzt auf diese Radios zukommt, auch etwas zur Qualitätssteigerung beiträgt – das haben nämlich viele dieser Stationen noch nötig – und dass es auch etwas zur Verbesserung der Arbeits- und Lohnbedingungen der in diesen Lokalradios Angestellten beiträgt, denn diese sind auch häufig prekär bis sehr prekär.

Der Grundsatz steht also nicht mehr zur Debatte. Es wird aber noch zu entscheiden sein, wie viel Geld man bei der SRG abzwickt, um es an die Lokalradios und die Regionalfernsehen weiterzuleiten. 2, 3, 4 oder 5 Prozent – wir sind ein bisschen in einer Basarsituation. Wichtig ist, glaube ich, dass man eine Ober- und eine Untergrenze festlegt. Eine Untergrenze liefert der Branche die Sicherheit, dass mindestens ein bestimmter Betrag tatsächlich zur Verfügung steht, und eine Obergrenze liefert der SRG eine gewisse Sicherheit, dass man sich in Zukunft nicht à discrédition bei ihr bedient.

Die SP-Fraktion unterstützt den Antrag der Minderheit II (Levrat), weil dort unserer Meinung nach realistische Limiten vorgesehen sind, Limiten, die zwischen Radio und Fernsehen unterscheiden: für Radioveranstalter 3 bis 4 Prozent von ungefähr 400 Millionen Franken Gebührenerträgen, für Fernsehveranstalter 2 bis 4 Prozent von ungefähr 700 Millionen Franken Gebührenerträgen. Diese Unterscheidung ist plausibel, weil wir bei den Lokalradios eigentlich sehr genau wissen, wie viel Geld wir brauchen, um dort wirtschaftliche Stabilität zu erzielen. Bei den Regionalfernsehen wissen wir es nicht so genau, weil die Konzessionsgebiete ja erst noch definiert werden und weil nicht so klar ist, wie viel Geld dann via Werbung auf dem Markt verdient werden kann und wie viel eben durch das Gebührensplitting zugeschossen werden muss. Darum ist die Spannbreite von 2 bis 4 Prozent im Antrag der Minderheit II sinnvoll.

Ich bitte Sie, den Antrag der Minderheit III (Theiler) abzulehnen. Unserer Meinung nach ist die Limite von 5 Prozent zu hoch. Wir müssen auch die SRG im Auge behalten, wir können dort jetzt nicht einfach beliebig viel wegnehmen – es sei denn, Sie möchten der nächsten Gebührenerhöhung Vorschub leisten. Denn je höher wir hier den Betrag festsetzen, den wir der SRG wegnehmen, umso wahrscheinlicher wird natürlich, dass die SRG darauf mit dem Gesuch um eine Gebührenerhöhung reagieren muss. Wir sind der Meinung, dass dieser Druck bezüglich einer Gebührenerhöhung mit dem Antrag der Minderheit II nicht besteht, dass die SRG diesen Ertragsausfall durch eigene Einsparungen auffangen könnte – das ein weiterer Vorteil.

Ich bitte Sie also, die Minderheit II (Levrat) zu unterstützen.

Müller Walter (RL, SG): Herr Kollege Fehr, Sie haben jetzt gerade das Hohelied der Regionalradios und des Ausbaus der Qualität und der Löhne gesungen. Trotzdem wollen Sie sie eigentlich mit den Gebühren kurz halten. Sehen Sie nicht auch, dass bei der SRG noch Sparpotenzial vorhanden wäre? Eine richtige Alimentierung der Regionalradios, wie Sie das jetzt vorhin zum Ausdruck gebracht haben, wäre wirklich notwendig und wäre dann nicht nur ein Lippenkenntnis.

Fehr Hans-Jürg (S, SH): Sie müssen natürlich das Gesetz als Ganzes anschauen, nicht hier jetzt nur den Gebührensplittingteil. Sie müssen alle finanziellen Auswirkungen, die dieses Gesetz auf die SRG hat, im Auge behalten, also beispielsweise auch jene der zusätzlichen Leistungsaufträge, die wir ihr im Bereich hör- oder sehbehinderte Zuschauerinnen und Zuschauer auferlegen. Da kommen wir dann natürlich auf Einnahmenausfälle in der Grössenordnung von 60, 70 Millionen Franken pro Jahr, und das ist für die SRG doch ein ansehnlicher Brocken.

Natürlich kann sie sparen. Es ist gerade vor einer Woche, glaube ich, ein Sparprogramm auf Direktionsebene bekannt geworden. Ich bin überzeugt, dass die SRG einen Teil der Mittel, die wir ihr mit diesem Gesetz jetzt entziehen, durch solche Sparanstrengungen auffangen kann. Aber man kann das auch überreizen, und wir haben hier in diesem Saal, glaube ich, keinerlei Interesse daran, dass es bei der SRG zu einem Qualitätsabbau kommt. Denn die SRG steht nicht in Konkurrenz zu den Privatstationen in der Schweiz, die es bereits gibt oder die vielleicht noch entstehen. Die SRG steht in Konkurrenz zu den grossen ausländischen Medienkonzernen, den Privatfernsehen oder den öffentlich-rechtli-

chen Anstalten. Dort muss sie bestehen, und darum muss man aufpassen, dass man der SRG nicht zu viel Geld weg nimmt.

Um das mit den Lokalradios fertig zu machen: Ich glaube, dass sie mit einem Gebührenanteil von 4 Prozent – das sind ungefähr 16 Millionen Franken, das ist deutlich mehr als heute – einen erheblichen Beitrag bekommen und dann eben wirtschaftlich stabiler sind.

Brun Franz (C, LU): Die CVP-Fraktion unterstützt den Antrag der Mehrheit der Kommission.

Im Beschluss des Nationalrates wurde der Gebührenanteil bei der ersten Behandlung auf «höchstens 4 Prozent» festgelegt, was den Privatradios und den privaten Fernsehbetreibern zu wenig weit geht, um überleben zu können. Sie befürchten nämlich, dann nur 1 Prozent zu bekommen. Diese privaten Betreiber brauchen für ihr Überleben aus folgenden Gründen eine klare Grundlage: Erstens, weil der Service public in Berg- und Randregionen sonst massiv abgebaut werden müsste; zweitens, weil die nationalen Werbeeinnahmen bei den Gebührenradios seit dem Jahre 2000 um rund einen Drittelpunkt zurückgegangen sind; und drittens, weil die nationalen Werbeeinnahmen zunehmend in die grossen Städte und Zentren fliessen.

Der Ständerat hat diese Anliegen in seinem Beschluss mit der Festlegung einer Unter- und einer Obergrenze zum Teil aufgenommen. Aber auch dies schafft keine Klarheit. Der Antrag der Mehrheit der Kommission ist ein Kompromiss zwischen den verschiedenen Minderheitsanträgen. Er schafft mit einem festen Anteil von 4 Prozent Klarheit. Die 4 Prozent des Ertrages der Radioempfangsgebühren respektive die vier Prozent des Ertrages der Fernsehempfangsgebühren sind einfacher zu handhaben und geben eine klare Planungssicherheit, sowohl für die privaten Betreiber als auch für die SRG. Wenn das entsprechende Angebot vorhanden ist, sind diese Gelder gut investiert. Diese Gebührenanteile werden aber nur ausgeschüttet, wenn der Leistungsauftrag erfüllt ist.

Die CVP-Fraktion unterstützt die Mehrheit und lehnt die Minderheiten I (Fehr Jacqueline), II (Levrat) und III (Theiler) ab. Stimmen Sie dem Kompromissvorschlag der Mehrheit zu, denn dieser schafft Klarheit auf beiden Seiten, sowohl bei den privaten Betreibern als auch bei der SRG.

Hollenstein Pia (G, SG): Der Nationalrat beschloss noch bei der ersten Beratung eine Regelung, die den Gebührenanteil für Private bei «höchstens 4 Prozent» festlegte. Daran hätte die grüne Fraktion gerne festgehalten und den Antrag der Minderheit I (Fehr Jacqueline) unterstützt. Herr Brun, dieser Antrag ist aber zurückgezogen worden. Es geht jetzt nicht mehr um die Minderheit I.

Die Minderheit III (Theiler) als Vertreterin der Interessen privater Anbieter will sogar bis zu 5 Prozent ermöglichen. Damit sind natürlich auch 5 Prozent gemeint, auch wenn es hier «4 bis 5 Prozent» heißt; das ist ja klar. Die Minderheit III und zum Teil auch die Kommissionsmehrheit wollen die Position der SRG schwächen. Das ist unser Problem, da können wir nicht zustimmen.

Deshalb unterstützen wir klar und geschlossen die Minderheit II (Levrat).

Föhn Peter (V, SZ): Vonseiten der SVP-Fraktion ist es ganz klar, dass wir vorerst den Antrag der Minderheit III (Theiler) unterstützen. Wenn dieser Antrag keine Mehrheit finden sollte, dann würden wir zumindest die Mehrheit unterstützen.

Die Begründung dazu: Es geht nicht um eine Schwächung der SRG, wie meine Vorednerin gesagt hat. Es müssen dann auch nicht unbedingt 5 Prozent sein. Ich nehme an, dass die kleinen Radios in den Randregionen vorerst mit 4 Prozent zufrieden sind. Das wurde ja auch so geäussert. Aber wir müssen dem Ganzen doch einen gewissen Spielraum geben, damit wir den Satz, wie Herr Theiler ausgeführt hat, bei Bedarf anpassen können. Das macht dann sofort relativ viel aus.

Herr Fehr, es kommt nicht nur «Manna» dazu, wie es da ausgedrückt wurde, sondern es wurde zum Teil diesen Regionalradios auch massiv Manna weggenommen; das muss auch klar gesagt sein. Die SRG kann nicht sparen, sondern nach unserem Dafürhalten muss die SRG ganz klar sparen. Denn mit einem Gebührensplitting mit zu tiefen Anteilen für die Regionalradios ist es nicht möglich, den Auftrag in den Rand- und Bergregionen so zu erfüllen, wie das die Bevölkerung erwartet, nämlich mit einem Vollprogramm und mit einer vielseitigen Meinungsbildung.

Gerade in den Randregionen haben wir das in Katastrophenfalltagen erlebt, z. B. kürzlich bei der Unwetterkatastrophe oder früher bei Lothar. Da waren für uns die Regionalradios von grosser Wichtigkeit und Bedeutung; das muss einfach gesagt werden. Sie waren für uns – das darf ich hier betonen – in jenen Tagen sogar überlebenswichtig. Gerade in der Zentralschweiz waren wir mit der SRG, insbesondere auch mit dem Regionaljournal, gar nicht zufrieden; wir waren nicht zufrieden damit, wie wir orientiert oder eben nicht orientiert wurden.

Deshalb bitte ich Sie dringend, die Minderheit III (Theiler) zu unterstützen, die eine gewisse Flexibilität mit sich bringt. Ich finde es schade, dass der Antrag der Minderheit I (Fehr Jacqueline) zurückgezogen wurde, die am Beschluss des Ständers, an den 3 bis 5 Prozent, festhalten wollte. Stimmen Sie der Minderheit III zu, ansonsten mindestens der Mehrheit.

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Einerseits geht es um den Höchstanteil, mit dem wir eigentlich kein Problem haben, weil er, wie immer die Lösung ausfällt, nicht zwingend ist. Bei einem Höchstanteil ist der Bundesrat nicht verpflichtet, für die privaten Betreiber die Maximalsumme auszugeben. Bedeutender ist andererseits die Frage des Mindestanteils. Da, muss ich Ihnen ehrlich sagen, finden wir nach wie vor die ursprüngliche Lösung des Nationalrates und der Minderheit I die beste. Ich bin etwas enttäuscht, dass die Minderheit I ihren Antrag zurückgezogen hat; das wäre wirklich die flexibelste Lösung gewesen. Also geht es höchstens noch um die Schadensbegrenzung.

Jetzt wird etwas vorgeschlagen, das ich, ehrlich gesagt, nicht verstehen kann, denn es ist Giesskannenpolitik, wenn Sie unbedingt einen Mindestbetrag festzuschreiben wollen, der ungeachtet der Bedürfnisse ausgeschüttet werden muss, und das im Gesetz festgelegt wird. Man sagt, via SRG müsse mindestens der Betrag xy «rausgeworfen» werden. Ob diese privaten Betreiber das Geld dann brauchen und wofür sie es einsetzen, scheint keine Rolle zu spielen. Das kann ich nicht verstehen.

Also geht es höchstens noch um die Schadensbegrenzung. Wenn mindestens 4 Prozent ausgegeben werden müssen und das im Gesetz festgelegt wird, muss ich schon sagen: Sie wissen ja nicht, wie die Medienentwicklung weitergeht. Vielleicht gibt es Fusionen und Schliessungen, und am Schluss haben wir ganz wenige lokale Sender; diese bekommen dann diese Summe. Es kann auch in die gegenteilige Richtung gehen. Aber immerhin müsste dieses Gesetz lange Zeit halten; deswegen sollte es so flexibel wie möglich ausgestaltet sein.

Ich ersuche Sie einfach: Wenn schon ein Minimalbetrag ausgerichtet werden muss, dann sollte er so niedrig sein wie möglich.

Völler Peter (S, BE), für die Kommission: Es ist ja kein Zufall, dass wir ausgerechnet bei diesem Artikel so viele Minderheitsanträge haben, und wenn Sie das alles noch vergleichen mit dem Beschluss des Ständers und mit unserem bisherigen Beschluss, dann kann man wirklich von einem Basar sprechen.

Aber eines scheint mir im Sinne der Kommissionsmehrheit und überhaupt der Kommission wichtig zu sein: Dieses Gebührensplitting ist heute völlig unbestritten. Wir wollen diese Ordnung zur Unterstützung der Lokalradios. Da sind wir bedeutend weiter, wenn wir das mit der Diskussion vor ein paar



Jahren vergleichen. Es ist eigentlich auch unbestritten, dass dieser Betrag ungefähr 4 Prozent umfassen sollte. Das hat schon der Bundesrat ursprünglich so festgelegt, er wollte «höchstens vier Prozent», ebenso der Nationalrat in der ersten Lesung. Der Ständerat pendelt zwischen «zwei bis fünf Prozent». Also gibt es eigentlich einen klaren politischen Konsens für diese 4 Prozent.

Die Abstimmungen in der Kommission waren ja sehr knapp und mit Rückommensanträgen zustande gekommen; es hat immer an einer Stimme gehangen. Es ist jetzt schon eine Bemerkung zu machen, um zu erklären, weshalb die Kommission jetzt einen festen Betrag vorschlägt. Das ist tatsächlich nicht ganz unproblematisch. Für die SRG bedeutet jedes Prozent, das wir hier splitten, eine entsprechende Abnahme ihrer Mittel. Das steht fest; damit können sie planen. Da wissen sie: Jedes Prozent, das bei Radio- und Fernsehgebühren wegfällt, macht 11 Millionen Franken aus, die Sie dann irgendwo einsparen müssen.

Bei den Privaten ist das noch keine Planungssicherheit, weil da ja nicht einfach ein Unternehmen ist – das sind viele. Das hängt dann davon ab, wie viele die entsprechenden Leistungsaufträge erhalten. Wir wissen nicht genau, wie viele das sind. Aber wir wissen, wie viel Geld die SRG weniger zur Verfügung hat. Deshalb haben wir auch ein gewisses Verständnis für die Argumentation des Bundesrates gehabt, der fragt: Macht es finanzpolitisch Sinn, einfach einen Mindestbeitrag auszuschütten, auch wenn die Leistungsaufträge und das Bedürfnis vielleicht gar nicht vorhanden sind?

Trotzdem hat eine knappe Kommissionsmehrheit gesagt, sie wolle einen fixen Betrag. Sie will damit ein klares Zeichen setzen. Sie traut in diesem Punkt dem Bundesrat zu – in meiner persönlichen Beurteilung zu Unrecht –, dass er dann in der Umsetzung möglicherweise doch noch ein bisschen knauseriger sein könnte. Sie zwingt ihn damit, auf jeden Fall den politischen Kompromiss mit diesen 4 Prozent umzusetzen. Er hat hier keinen Spielraum. Das ist die Begründung, weshalb sich die Kommissionsmehrheit hier im Rahmen dieses Basars von Vorschlägen auf diese fixen 4 Prozent festgelegt hat, um einmal sicher zu sagen: Das ist klar, darüber gibt es nichts mehr zu diskutieren. Dann weiss auch die SRG genau, womit sie in Zukunft rechnen kann, und ist nicht von irgendwelchen Eventualitäten und politischen Pressionen gegenüber dem Bundesrat abhängig.

In diesem Sinne empfehle ich Ihnen hier, die Fassung der Kommissionsmehrheit zu unterstützen.

Ich bitte Sie insbesondere auch, die weitergehenden Anträge, die über diese 4 Prozent hinausgehen, abzulehnen. Denn das würde wirklich bedeuten, dass man der SRG immer mehr Mittel entzieht. Herr Föhn, es kann nicht sein, dass wir die SRG zu einem Sparregime zwingen, indem wir ihr einfach zugunsten der Lokalstationen, der Privatradios und möglichen Privatfernsehstationen Geld wegnehmen. Das ist nicht der Weg. Wenn die SRG sparen soll, so muss sie das aufgrund des Leistungsauftrages machen, den wir ihr geben. Die SRG muss in Konsequenz der Umsetzung dieses Gesetzes massiv sparen. In verschiedenen Punkten wird sie zusätzlich belastet. Das wäre also ein falscher Weg. Herr Föhn, ein ganz falscher Weg – erlauben Sie mir diese Bemerkung – wäre auch, wenn wir einen Rückgang der Mittel der SRG damit begründen würden, dass wir sagen: Bei der Unwetterkatastrophe in der Innerschweiz waren wir mit dem Regionaljournal und mit dem, was sie dort geboten haben, gar nicht zufrieden. Also nehmen wir den SRG hier jetzt noch ein bisschen mehr Geld weg. Wir bestrafen sie jetzt quasi für eine vielleicht nicht ganz hundertprozentig überzeugende Sendearbeit. Das kann nicht unsere Politik sein. Das wäre genau das, dass die Politik mit den Geldern auf die Programme Einfluss nehmen möchte. Das widerspricht meines Erachtens all dem, was sonst von dieser Seite in Bezug auf die Trennung zwischen Staat und Medien vertreten wird.

Föhn Peter (V, SZ): Ich wurde vom Kommissionssprecher massiv angegangen. Müsste die SRG mit ihren Mitteln ähn-

lich haushälterisch umgehen wie die Regionalradios – ich glaube, das weiss Herr Vollmer mindestens so gut wie ich –, dann könnte sie natürlich noch viel, viel massiver sparen. Es sind natürlich zwei Welten, die da gegeneinander ausgespielt werden. Das dürfte Herr Vollmer vielleicht hier auch sagen.

Germanier Jean-René (RL, VS), pour la commission: Avec l'article 50, je pense que nous sommes au coeur de la loi. C'est pourquoi les deux rapporteurs s'expriment. La commission a largement débattu de ce splitting et le résultat de ses discussions en est les trois propositions de minorité, à quoi il faut ajouter la décision du Conseil des Etats.

Pour bien saisir le choix de la majorité de la commission, il faut se rappeler l'évolution des propositions depuis la publication du message du Conseil fédéral. Le Conseil fédéral a admis dans son message que les diffuseurs de radio privés régionaux, vu leur rôle de complément par rapport au service public de la SSR, méritaient d'obtenir une quote-part de la redevance. Le Conseil fédéral estimait cette quote-part à 4 pour cent au plus du produit de la redevance.

Notre conseil a précisé ce droit en énonçant qu'il s'agissait de 4 pour cent au plus du produit de la redevance radio pour les diffuseurs de radio – soit 4 pour cent de 400 millions de francs – et de 4 pour cent au plus du produit de la redevance télévision pour les diffuseurs de télévision – soit 4 pour cent de 700 millions de francs. Le texte précisait «au plus» sans indiquer de plancher.

Selon les diffuseurs de radio privés, cette solution avait le mérite de préciser l'assiette de la quote-part et de différencier la redevance radio de la redevance télévision. Cependant, cette solution maintenait un flou en ne précisant justement pas le plancher de la quote-part, ni pour les diffuseurs de télévision, ni pour les diffuseurs de radio; elle n'indiquait pas non plus dans quel délai les diffuseurs auraient droit à la quote-part de 4 pour cent.

La commission a largement discuté de cette problématique. La majorité propose une solution simple, cohérente, qui respecte l'égalité de traitement. Cette proposition consiste à attribuer une part fixe de 4 pour cent du produit de la redevance pour les radios et pour les télévisions – il n'y a donc plus de montant plancher. En outre, cette proposition élimine les termes «au plus» – le Conseil des Etats avait déjà décidé dans ce sens –, ce qui évite tout débat sur une fourchette et le «bazar» mentionné tout à l'heure par mon collègue rapporteur de langue allemande, Monsieur Vollmer.

Les diffuseurs privés ont exprimé leur satisfaction quant à une rétribution fixe pour l'élaboration de leurs budgets. Beaucoup de diffuseurs privés préféraient même obtenir un pourcentage moins élevé mais fixe, pour être sûrs de leurs budgets, afin de pouvoir organiser leur radio.

Enfin, j'attire votre attention sur le fait que ce pourcentage fixe de 4 pour cent représente une différence pour les radios et pour les télévisions, ce qui signifie qu'il y a un soutien beaucoup plus massif des télévisions. Cette différenciation répond d'ailleurs à un voeu de l'administration qui estime que les télévisions ont besoin d'un soutien plus important que les radios.

Donc, la proposition de la majorité satisfait en fait la SSR, qui accepte ce 4 pour cent, et les diffuseurs privés, auprès desquels elle recueille un consensus, en tout cas dans la partie romande de ce pays.

Erste Abstimmung – Premier vote

Für den Antrag der Minderheit III 96 Stimmen
Für den Antrag der Minderheit II 70 Stimmen

Zweite Abstimmung – Deuxième vote

Für den Antrag der Mehrheit 106 Stimmen
Für den Antrag der Minderheit III 62 Stimmen

Art. 52 Abs. 2, 3

Antrag der Kommission
Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Art. 52 al. 2, 3

Proposition de la commission
Adhérer à la décision du Conseil des Etats

Angenommen – Adopté

Art. 54

Antrag der Kommission
Abs. 2
Zustimmung zum Beschluss des Ständerates
Abs. 3
Festhalten

Antrag Weyeneth

Abs. 3
Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Schriftliche Begründung

Die Missbrauchsregelung in den Artikeln 82 und 83 genügt. Weitere Beschränkungen sind nicht nötig. Dies zeigt schon das heute bestehende Überangebot an privaten Regionalradios.

Art. 54

Proposition de la commission
Al. 2
Adhérer à la décision du Conseil des Etats
Al. 3
Maintenir

Proposition Weyeneth

Al. 3
Adhérer à la décision du Conseil des Etats
Développement par écrit
Le développement n'existe qu'en allemand

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Im Bereich der Medienkonzentration legt die Botschaft ein differenziertes Konzept zum Schutz der Meinungs- und Angebotsvielfalt fest. Dieses Anliegen spielt eine wichtige Rolle. Vielfalt kann aber nicht nur eine quantitative Frage sein, sondern es geht hier auch um eine inhaltliche, journalistische Vielfalt. Wir möchten daher flexible und nicht schematische Konzepte haben. Starre Vorgaben können gerade in unserem kleinen Land mit kleinen Märkten unter Umständen sinnvolle Lösungen verunmöglichen.

Das neue Gesetz wird kaum wirksame Vorkehrungen gegen die Medienkonzentration erlauben. Der Antrag der Kommission geht deswegen in die richtige Richtung, auch wenn er etwas gar rigide ist.

Herr Weyeneth scheint hier bei Artikel 54 Absatz 3 zur Fassung des Ständerates zurückkehren zu wollen. Ich würde Ihnen vorschlagen, bei der Regelung der Kommission zu bleiben und nicht dem Ständerat zu folgen.

Vollmer Peter (S, BE), für die Kommission: Ich bin froh, dass sich der Bundesrat jetzt auch dem Antrag der Kommission anschliesst.

Die ganze neue Medienordnung basiert ja auf dem Prinzip des Wettbewerbs, der Medienvielfalt. Auch Private sollen neben der SRG im lokalen Bereich ihre Stimme haben. Wenn wir die Vielfalt wirklich wollen, dann darf eben, wie wir meinen, auch bei den Konzessionen keine Konzentration stattfinden; es dürfen dann nicht irgendwelche Verleger die Privatradios und Privatfernsehstationen aufkaufen, womit wir dann wieder quasi einen Einheitsbrei als Alternative zur SRG hätten. Deshalb die Beschränkung, dass maximal zwei Konzessionen erworben werden können, sowohl beim Radio wie auch beim Fernsehen. Ein Verleger kann dann über maximal vier Gefäße verfügen. Ich glaube, es entspricht der eigentlichen Grundidee dieses Gesetzes, dass wir mit den verschiedenen Ebenen auch eine Vielfalt wollen. Das heisst, wir müssen auch für eine Vielfalt der Veranstalter eintreten, sonst ist diese Vielfalt nicht mehr gewährleistet.

In dem Sinne möchte ich Sie doch bitten, hier der Kommission zuzustimmen, die ohne Diskussion und einmütig dieser Regelung zugestimmt hat.

Abstimmung – Vote

Für den Antrag der Kommission 100 Stimmen
Für den Antrag Weyeneth 52 Stimmen

Art. 55

Antrag der Kommission
Abs. 1
Zustimmung zum Beschluss des Ständerates
Abs. 2
Festhalten

Antrag Fluri

Abs. 2
Den zweiten Satz streichen

Schriftliche Begründung

Die unbestimmten Gesetzesbestimmungen «weitgehend gleichwertig» und «abhängig» (Fassung Bundesrat und Nationalrat) bzw. «bereichert» (Fassung Ständerat) stellen schwierige Auslegungsprobleme. Vor dem Hintergrund der Massnahmen gegen die Medienkonzentration in den Artikeln 82 und 83 sind sie auch gar nicht mehr nötig; zudem bietet auch das allgemeine Wettbewerbsrecht die Möglichkeit, unerwünschte Abhängigkeiten bzw. Einschränkungen der Meinungs- und Angebotsvielfalt zu bekämpfen. Die Angst vor Machtmisbrauch ist ausserdem gerade bei den Verlagen verfehlt – sie erfahren täglich, dass die publizistische Unabhängigkeit ihr wichtigstes Gut darstellt. Wenn schon, müsste man bei branchenfremden Unternehmen grössere Bedenken haben, dass sie versuchten, über ihre Beteiligung an Medienhäusern Einfluss auf die Medieninhalte zu gewinnen. Unter diesen Umständen kann der zweite Satz gestrichen werden.

Eventualantrag Fluri

(falls der Hauptantrag abgelehnt wird)

Abs. 2
Zustimmung zum Beschluss des Ständerates
Schriftliche Begründung
Das qualitative Kriterium der «Bereicherung» der Meinungs- und Angebotsvielfalt ist dem quantitativen Kriterium der «Abhängigkeit» von anderen Unternehmen vorzuziehen.

Antrag Weyeneth

Abs. 2
Zustimmung zum Beschluss des Ständerates

Schriftliche Begründung

Es geht primär um die Nutzer der Medien. Derjenige, der diesen ein zusätzliches Angebot bietet, soll den Zuschlag erhalten. Diese Überlegungen haben im Vordergrund zu stehen.

Art. 55

Proposition de la commission
Al. 1
Adhérer à la décision du Conseil des Etats
Al. 2
Maintenir

Proposition Fluri

Al. 2
Biffer la deuxième phrase

Développement par écrit

Le développement n'existe qu'en allemand

Proposition subsidiaire Fluri

(au cas où la proposition principale serait rejetée)

Al. 2
Adhérer à la décision du Conseil des Etats
Développement par écrit
Le développement n'existe qu'en allemand



Proposition Weyeneth

Al. 2

Adhérer à la décision du Conseil des Etats
Développement par écrit
 Le développement n'existe qu'en allemand

Leuenberger Moritz, Bundesrat: Die zur Diskussion stehenden Formulierungen unterscheiden sich nicht fundamental. Der Entwurf des Bundesrates wählt eine negative Umschreibung: Der Bewerber soll möglichst nicht von anderen Programmveranstaltern oder Medienunternehmen abhängig sein. Der Beschluss des Ständerates umschreibt den Sachverhalt positiv: Der Bewerber soll die Meinungs- und Angebotsvielfalt möglichst stark bereichern.

Wie gesagt, die beiden Formulierungen schliessen sich nicht aus; jene des Ständerates ist einfach als umfassendere Formulierung zu verstehen, denn das Element der Unabhängigkeit von anderen Medienunternehmen ist ein wesentlicher Teil des ständeräthlichen Kriteriums der Vielfaltsförderung. Im Ständerat wurde Wert auf die Feststellung gelegt, dass gerade in den audiovisuellen Medien der Westschweiz Kreise mit weniger publizistischem Know-how tätig sind, als es die Printverlage aufweisen. Allgemeine Investoren wie Banken oder Grossverteiler sollten gegenüber Medienhäusern nicht bevorzugt werden. Das ist auch nicht die Absicht unseres Entwurfes: In einem solchen Fall würde sich insbesondere die Frage stellen, ob ein solcher medienfremder Bewerber den Leistungsauftrag gleichwertig erfüllen könnte wie ein Bewerber mit publizistischem Know-how. Ich möchte daran erinnern: Nur bei gleichwertigen Bewerbungen spielt es gemäss Botschaft eine Rolle, wie stark ein Bewerber von anderen Veranstaltern abhängig ist.

Zusammengefasst: Es lässt sich mit beiden Formulierungen leben, denn bei beiden spielt die Frage der Medienkonzentration eine zentrale Rolle.

Präsidentin (Meyer Thérèse, Präsidentin): Ich mache Sie auf einen Fehler im Text der Begründung des Antrages Weyeneth aufmerksam. Das Wort «Nutzen» im ersten Satz ist falsch. Richtig heisst es: «Es geht primär um die Nutzer der Medien.»

Völler Peter (S, BE), für die Kommission: Der Antrag Fluri hat zwei Aspekte: Er möchte den zweiten Satz streichen, bei dem wir festlegen, wer im Zweifel den Zuschlag erhält; eventueller schliesst er sich dem Ständerat an.

Als Kommissionssprecher müsste ich jetzt sagen: Wir haben Festhalten beschlossen. Wenn ich aber hier die Begründung lese, muss ich sagen: Die Fassung des Ständerates ist nicht so falsch, denn sie hat die genau gleiche Zielrichtung. Sie möchte im Zweifelsfall die Vielfalt als Kriterium. Man kann jetzt die Vielfalt über die Inhalte definieren, oder man kann es machen, wie es der Nationalrat oder ursprünglich der Bundesrat getan hat: Man definiert die Vielfalt über die Veranstalter. Da wir uns beim vorangehenden disputierten Artikel dafür ausgesprochen haben, dass es bei den Veranstaltern keine Monopolsituationen geben darf, meine ich, dass das Anliegen der Vielfalt auch mit der Fassung des Ständerates erfüllt werden kann.

Ich möchte Sie deshalb bitten, den Hauptantrag Fluri abzulehnen. Man kann aber meines Erachtens ohne weiteres seinem Eventualantrag zustimmen; er will das gleiche Ziel auf anderem Weg erreichen.

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): Le groupe radical-libéral communique qu'il soutient la proposition Fluri.

Erste Abstimmung – Premier vote

Für den Antrag Fluri 76 Stimmen
 Für den Antrag der Kommission 72 Stimmen

La présidente (Meyer Thérèse, présidente): La proposition subsidiaire Fluri est ainsi caduque.

Völler Peter (S, BE), für die Kommission: Darf ich die Präsidentin auf Folgendes hinweisen: Es gibt zwei Abstimmungen, die eine betraf den Antrag Fluri, Streichung des zweiten Satzes. Der Antrag Weyeneth will die ganze Konzeption gemäss Ständerat. Das müssten wir jetzt einander gegenüberstellen.

Zweite Abstimmung – Deuxième vote
 Für den Antrag Weyeneth 122 Stimmen
 Für den Antrag Fluri 31 Stimmen

Übrige Bestimmungen angenommen
Les autres dispositions sont adoptées

Die Beratung dieses Geschäfts wird unterbrochen
Le débat sur cet objet est interrompu

Schluss der Sitzung um 13.00 Uhr
La séance est levée à 13 h 00