

prise en compte de frais supplémentaires allant jusqu'à une somme de 3600 francs par an. Ensuite, le Conseil fédéral, dans une ordonnance, a considérablement limité la portée de cette amélioration, en restreignant les frais liés à la maladie et au handicap qui pouvaient être pris en compte. Je crois que la déception a été grande dans les milieux d'invalides et de bénéficiaires de prestations complémentaires AVS/AI. C'est pourquoi j'aurais attendu que le Conseil fédéral se montre plus ouvert à cette proposition, surtout que j'ai appris depuis que les conseillers fédéraux sont, pour leur part, exonérés des taxes de radio-télévision et, puisque l'on parle d'égalité de traitement, cela ne me paraît pas tout à fait juste.

Bundesrat Ogi: Ich muss nochmals festhalten: Die Interpellation Friedli datiert vom 17. Juni 1987 und die Antwort des Bundesrates vom 26. August 1987. Ich bin an diese Antwort gebunden. Ich habe von Ihren Ausführungen Kenntnis genommen. Wir werden die Sache nochmals überprüfen. Es stimmt, dass der Bundesrat taxfrei telefonieren und fernsehen darf. Das habe aber nicht ich beschlossen. Ich kann im heutigen Zeitpunkt keine andere Antwort geben als diejenige, die ich Ihnen erteilt habe.

87.577

## Motion Zwygart

### Ausländische Werbung auf Schweizer Kabelnetzen

### Publicité étrangère sur les réseaux câblés

#### Wortlaut der Motion vom 1. Oktober 1987

Der Bundesrat wird beauftragt, die nötigen Massnahmen zu treffen, damit durch Schweizerische Kabelnetze (Fernsehen und Radio) keine Werbung verbreitet wird, die der SRG und AGW nicht gestattet ist.

#### Texte de la motion du 1er octobre 1987

Le Conseil fédéral est chargé de prendre les mesures qui s'imposent pour qu'aucune publicité ne soit diffusée sur les réseaux câblés suisses (télévision et radio), qui ne serait pas autorisée par la SSR et la SA pour la publicité à la télévision.

*Mitunterzeichner – Cosignataires:* Ammann-St. Gallen, Blunschy, Dünki, Grendelmeier, Günter, Leuenberger-Solothurn, Maeder-Appenzell, Meyer-Bern, Müller-Aargau, Neukomm, Oehen, Oester, Ott, Steffen, Weder-Basel (15)

#### Schriftliche Begründung – Développement par écrit

Mit Programmen, die aus Ländern stammen, in denen Werbung für alkoholische Getränke, Tabak und Medikamente in den elektronischen Medien gestattet ist, gelangen solche Werbespots auch in die Schweiz. Sofern diese Sendungen nicht mit Hausantennen direkt, sondern über Kabelnetze empfangen werden, besteht sowohl technisch wie juristisch die Möglichkeit, verbotene Spots in Analogie zur Weisung des Bundesrates über die Fernsehwerbung vom 15. Februar 1984 zu untersagen, wie dies bis Anfang dieses Jahres der Fall war.

Die Bewilligung an Kabelnetzbetreiber, Werbung für Suchtmittel zu übertragen, verletzt die Prinzipien des Jugend- und Gesundheitsschutzes, die 1964 zum Verzicht auf Alkohol-, Tabak- und Medikamentenreklame im Fernsehen geführt haben. Die Kabelnetze werden heute nicht gleich wie die SRG behandelt, obwohl diese heute bereits gut 60 Prozent der Haushaltungen erreichen. Zudem ist auf Wunsch der Pay-TV-Veranstalter und der Satellitenfernseh- und Rund-

funksender eine weitere Zunahme der Verkabelungen zu erwarten. Dass ein Teil der grenznahen Haushaltungen gewisse Sender privat direkt empfangen kann, liefert keinen Grund, diesen Empfang für das ganze Land offiziell zuzulassen.

#### Schriftliche Stellungnahme des Bundesrates vom 18. Dezember 1987

#### Rapport écrit du Conseil fédéral du 18 décembre 1987

Der Bundesrat weiss, dass die Situation bei der Weiterverbreitung ausländischer Rundfunkprogramme durch Kabelnetze rechtlich und politisch prekär ist. Einerseits wollen wir eine offene, liberale Politik für die Weiterverbreitung von ausländischen Rundfunkprogrammen. Artikel 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention verpflichtet uns dazu. Andererseits ist ein Teil dieser ausländischen Programme mit Werbesendungen durchsetzt, die unseren eigenen Vorschriften nicht entsprechen.

Was die Suchtmittelreklame anbelangt, so ist die Situation folgende: Schweizerische Rundfunkveranstalter unterstehen einer besonders strengen Regelung. Nach den verschiedenen Konzessionen bzw. nach der Verordnung über lokale Rundfunkversuche ist ihnen jede Werbung für Alkoholika, Tabak und Medikamente untersagt. Die allgemeine Werbebekämpfung ist etwas weiter. Werbeverbote bestehen nach dem Alkoholgesetz nur für gebranntes Wasser. Das kantonale Recht verbietet die Publikumswerbung für Medikamente. Für Tabak und leichtere Alkoholika gelten Jugendschutzbestimmungen nach der Lebensmittelverordnung. Ausländischen Veranstaltern ist nach ihrem nationalen Recht namentlich im Bereich der Alkoholwerbung wesentlich mehr erlaubt.

Für die Kabelnetzbetreiber gilt die allgemeine Werbebekämpfung. Der Bundesrat ist sich darüber im klaren, dass sich daraus Konflikte ergeben können. Es ist zwar technisch möglich, einzelne, in der Schweiz verbotene Werbespots bei der Weiterverbreitung aus den Programmen auszublenden. Dazu bedarf es aber der Zusammenarbeit mit den ausländischen Veranstaltern. Diese Zusammenarbeit funktionierte während einer gewissen Zeit mit der britischen Firma Sky Channel, wurde indessen Mitte 1987 eingestellt. Es besteht deshalb heute die unbefriedigende Situation, dass die allgemeine Werbebekämpfung bei der Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen nicht vollständig eingehalten werden kann.

Der Bundesrat schlägt im Entwurf für ein Bundesgesetz über Radio und Fernsehen vom 28. September 1987 eine Bestimmung vor, die es erlauben würde, die Weiterverbreitung solcher Programme einzuschränken oder zu untersagen (Art. 48 Abs. 1 Bst. b). Eine ähnliche Bestimmung ist ebenfalls im Entwurf für einen Bundesbeschluss über den Satellitenrundfunk enthalten.

Indessen wird auch diese Norm nicht alle Schwierigkeiten beseitigen. Der Direktempfang bliebe nach wie vor frei. Letztendlich lässt sich das Problem nur mit einem multilateralen Abkommen befriedigend lösen. Im Rahmen des Europarates wird zurzeit an einer Konvention über den grenzüberschreitenden Rundfunk gearbeitet. Die Schweiz beteiligt sich aktiv an dieser Arbeit. Die Alkohol-, Tabak- und Medikamentenwerbung soll Gegenstand der Konvention sein. Die Schweiz bemüht sich, dass ein entsprechendes Verbot aufgenommen wird. Wegen der unterschiedlichen Regelungen in den verschiedenen europäischen Ländern dürfte es indessen schwerfallen, ein striktes Alkoholverbot durchzusetzen. Es sollte aber gelingen, ein Werbeverbot für Zigaretten aufzunehmen und bei der Alkoholwerbung wenigstens den schlimmsten Auswüchsen einen Riegel zu schieben. Bei der Medikamentenwerbung bestehen noch gewisse Schwierigkeiten, eine befriedigende Definition für den Begriff «Medikament» zu finden. In diesem Zusammenhang hat der Bundesrat mit Genugtuung davon Kenntnis genommen, dass 25 europäische Organisationen zur Bekämpfung des Alkoholmissbrauchs – darunter die schweizerische Fachstelle für Alkoholprobleme – beim Europarat mit der Forderung vorstellig wurden, die zu schaf-

fende Konvention müsse Gewähr dafür bieten, dass die nationalen Verbote nicht mittels Satellitenrundfunk unterlaufen würden.

Diese Ausführungen zeigen, dass der Bundesrat bereits von sich aus die notwendigen Massnahmen in die Wege geleitet hat. Es ist deshalb nicht angezeigt, die Motion zu überweisen.

#### *Schriftliche Erklärung des Bundesrates*

##### *Déclaration écrite du Conseil fédéral*

Der Bundesrat empfiehlt, die Motion in ein Postulat umzuwandeln.

**Zwygart:** Die Motion «Ausländische Werbung auf Schweizer Kabelnetzen» möchte den Bundesrat beauftragen, dass er die nötigen Massnahmen aufrechterhält, damit durch schweizerische Kabelnetze keine Werbung verbreitet wird, die bei uns am Radio und Fernsehen verboten ist. Der Bundesrat beantragt, meinen Vorstoss als Postulat und nicht als Motion zu überweisen. Es zeigt sich, dass die Frage der Suchtmittelwerbung in elektronischen Medien etwas ist, das geregelt werden sollte aufgrund der neuen Art, wie diese Medien heute betrieben werden.

Irgendwie kommt mir der Bundesrat in seiner Antwort der Tendenz gegenüber hilflos vor, und wir sollten ihm den Rücken stärken, damit auch weiterhin Werbung für Medikamente, für Tabak und alkoholische Getränke verboten bleibt. Die Schweiz verbietet diese seit 1964, im Gegensatz zu vielen Nachbarländern, die kein Verbot kennen. Im Zusammenhang mit dem englischen Satelliten-TV Sky Channel wurden dann die Schweizer Behörden mit der Frage konfrontiert, ob Sender, die Alkoholwerbung betreiben, in schweizerische Kabelnetze eingespeist werden dürfen. Die Behörden machten anfangs ihre Einwilligung von der Ausschaltung der fraglichen Spots abhängig. Doch diese Einschränkung liess sich scheinbar nicht aufrechterhalten. Da terrestrisch in die Schweiz einstrahlende TV-Sender wie das italienische RAI I ebenfalls Werbung für Alkohol verbreiten, konnte den über Kabel verbreitenden Sendern die Konzession nicht verweigert werden. Folge wäre nun, dass heute möglicherweise rund drei Millionen Schweizer Haushalte über Kabelfernsehen mit Alkohol- und anderer Werbung begossen würden.

Es ist zu befürchten, dass dies Dominowirkung hat und auch die schweizerischen Betreiber neu geltend machen könnten, dass sie auch Werbung machen möchten. Bereits haben sich die Schweizer Wein- und Bierhersteller über die Wettbewerbsvorteile beschwert, die der Zugang zur Fernsehwerbung ihren ausländischen Konkurrenten verschafft. Es ist also damit zu rechnen, dass der Druck auf die Schweizer Behörden, der Alkoholwerbung auch bei inländischen Sendern die Schleusen zu öffnen, wachsen wird.

Im Ausland beschäftigt man sich auch mit dieser Frage. In Frankreich ist das Fernsehen der ersten Kette in private Hände übergegangen. Dabei hat der Staat die Werbung für leichte alkoholische Getränke erlaubt. Aber dank dem Einschreiten von gesundheitsinteressierten Kreisen, allen voran die Aerzte, musste die französische Regierung diese Bewilligung rückgängig machen. Fernsehbetreiber, die sich durch Werbung über dem Wasser halten müssen, müssen irgendwoher ihr Geld bekommen. Aber deswegen dürfen wir nicht andere – zum Beispiel gesundheitspolitische – Fragen vernachlässigen; denn für mich wäre der weitere Abbau von Werbetabus für Genussmittel eben primär eine gesundheitspolitische Frage. Wir versuchen mit allen Mitteln die Jugendlichen zu schützen, indem wir unsere eigene Gesetzgebung dementsprechend ausgerichtet haben.

Die Antworten des Bundesrates auf die Interpellation von Kollege Müller-Aargau, «Satellitenrundfunk, Alkohol- und Tabakreklame», und auf meine Motion zeugen von einer ängstlichen Haltung.

Warum möchte ich nun dem Rat beantragen, an der Motion festzuhalten? Am Schlusse führt der Bundesrat in seiner Antwort auf meine Motion aus: «Diese Ausführungen zeigen, dass der Bundesrat bereits von sich aus die notwendi-

gen Massnahmen in die Wege geleitet hat.» Das hat er offensichtlich nicht. Er hat am Scheunentor die kleine Türe sperrangelweit geöffnet, indem er die Einbrüche zulies, die ich erwähnte. Er ist nun offenbar bereit, das ganze Tennstor zu entriegeln, und ich hoffe, dass der Rat dem nicht zustimmt und meine Motion überweist.

**Bundesrat Ogi:** Ich danke zunächst Herrn Zwygart, dass er dem Bundesrat den Rücken stärken will. Dieser hat das von Zeit zu Zeit nötig, insbesondere nach einem Abstimmungssonntag.

Der Bundesrat hat am 18. Dezember 1987 beschlossen, die Motion in ein Postulat umzuwandeln, und ich muss jetzt begründen, was der Bundesrat damals beschlossen hat.

Die Motion, Herr Zwygart, greift ein Problem auf, das dem Bundesrat seit längerer Zeit bekannt ist und das ihn auch beschäftigt. Wir verbieten den schweizerischen Veranstaltern jede Werbung für Alkohol; verschiedene ausländische Programme, die in der Schweiz empfangbar sind, enthalten hingegen Alkoholwerbung. Wir wissen das sehr genau. Damit verliert das gesundheitspolitisch motivierte Alkoholverbot einen Teil seiner Wirkung. Was können wir nun in dieser Situation tun?

Den Direktempfang ausländischer Programme mit einer herkömmlichen Antenne können wir nicht einschränken, selbst wenn wir das wollten. Für Kabelnetzbetreiber gilt die allgemeine Werbeordnung. Gemäss Alkoholgesetz ist an Radio und Fernsehen Werbung für gebrannte Wasser untersagt. Die Programme von ARD, ZDF und RAI enthalten solche Werbung. Sie sind seit Jahren in der Schweiz empfangbar. Sie können sich die Reaktionen der Bevölkerung vorstellen, wenn diese Programme nicht mehr auf den Kabelnetzen verbreitet würden. Zudem ist die Anwendung schweizerischer Bestimmungen auf ausländische Programme fraglich und voller Probleme.

Die zunehmende Anzahl ausländischer Programme schafft Probleme, die über den gesundheitspolitischen Aspekt hinausgehen. Die weniger restriktiven Werbebestimmungen des Auslandes schaffen auch wirtschaftliche Schwierigkeiten. Schweizerisches Gewerbe und schweizerische Industrie können weniger gut werben als ihre ausländische Konkurrenz. Grosse schweizerische Unternehmen können auf ausländische Kanäle ausweichen, mittlere und kleinere Unternehmen können es kaum. Auch das kann zu Wettbewerbsverzerrungen führen. Ueberdies gehen dem schweizerischen Mediensystem willkommene Gelder verloren. Andererseits können wir nicht einfach ausländische Regeln übernehmen. Das hiesse auf eine eigenständige Medienpolitik verzichten. Zu beachten ist auch, dass die europäische Menschenrechtskonvention den freien Fluss der Informationen gewährleistet.

Herr Zwygart, der Entwurf für ein Radio- und Fernsehgesetz sieht eine klare Rechtsgrundlage für Eingriffe in die Weiterverbreitung vor. Auch der am 1. Mai 1988 in Kraft getretene Bundesbeschluss über den Satellitenrundfunk enthält eine entsprechende Bestimmung. Sie haben sie sicher zur Kenntnis genommen.

Wir müssen uns aber bewusst sein, dass diese Probleme international sind. Nationales Recht allein vermag die Schwierigkeiten nicht zu beheben. Notwendig sind multilaterale Abkommen. Deshalb unterstützt der Bundesrat mit Nachdruck die Erarbeitung einer Konvention über den grenzüberschreitenden Rundfunk im Rahmen des Europarates. Wir hoffen, diese Konvention im Oktober/November in Stockholm unterzeichnen zu können.

Der Bundesrat ist sich also des Problems, aber auch der Grenzen seiner Gestaltungsmöglichkeiten bewusst. Deshalb ist es nicht angezeigt, diesen Vorstoss als Motion zu überweisen; wir empfehlen die Umwandlung in ein Postulat.

#### *Abstimmung – Vote*

Für die Ueberweisung als Motion	45 Stimmen
Für die Ueberweisung als Postulat	54 Stimmen

*Ueberwiesen als Postulat – Transmis comme postulat*

## **Motion Zwygart Ausländische Werbung auf Schweizer Kabelnetzen**

## **Motion Zwygart Publicité étrangère sur les réseaux câblés**

In	Amtliches Bulletin der Bundesversammlung
Dans	Bulletin officiel de l'Assemblée fédérale
In	Bollettino ufficiale dell'Assemblea federale
Jahr	1988
Année	
Anno	
Band	II
Volume	
Volume	
Session	Sommersession
Session	Session d'été
Sessione	Sessione estiva
Rat	Nationalrat
Conseil	Conseil national
Consiglio	Consiglio nazionale
Sitzung	06
Séance	
Seduta	
Geschäftsnummer	87.577
Numéro d'objet	
Numero dell'oggetto	
Datum	13.06.1988 - 14:30
Date	
Data	
Seite	661-662
Page	
Pagina	
Ref. No	20 016 372

Dieses Dokument wurde digitalisiert durch den Dienst für das Amtliche Bulletin der Bundesversammlung.

Ce document a été numérisé par le Service du Bulletin officiel de l'Assemblée fédérale.

Questo documento è stato digitalizzato dal Servizio del Bollettino ufficiale dell'Assemblea federale.