

und die Stellungnahme des Bundesrates datiert vom 28. August 1991. Der Bundesrat hat über das Tarifmassnahmenpaket der PTT bereits am 27. Juni 1990 entschieden, und die neuen Taxen sind auf den 1. Februar 1991 in Kraft getreten.

Ich muss Herrn Spielmann und Herrn Steiger sagen, dass mit den neuen Tarifen vor allem die Tagespresse, die Lokalpresse und die Regionalpresse bevorzugt behandelt werden. Il ne s'agit pas, Monsieur Spielmann, du tuer la presse, comme vous venez de le dire.

Bei den erwähnten Zeitungen wird die tiefste Grundtaxe berechnet. Für kleine Auflagen bis zu 20 000 Exemplaren und bis 75 Gramm Gewicht pro Zeitung gelten zudem noch ermässigte Tarife. Eine solche Zeitung mit einem Gewicht von 75 Gramm kostet heute 6,75 Rappen. Ab 1993 kostet sie 8 Rappen. Damit sind nicht einmal die Kosten von rund 20 Rappen für die Zustellung gedeckt, ganz abgesehen von jenen für die Annahme und die Beförderung.

Der Bundesrat ist der Meinung, auch mit den neuen Posttaxen werde auf die Erhaltung einer vielfältigen Presse Rücksicht genommen, wie dies in Artikel 10 des Postverkehrsgesetzes ja verlangt wird. Er wird dem auch künftig Rechnung tragen.

Das wachsende Defizit – ich höre Ihnen jeweils auch sehr gerne zu, wenn Sie über das Budget und die Rechnung der PTT sprechen – im Bereich des Zeitungstransportdienstes von über 200 Millionen Franken pro Jahr macht halt Tarifmassnahmen und Tarifierpassungen unumgänglich. Der Entscheid des Bundesrates kann mit Blick auf die finanziellen Aussichten der PTT-Betriebe nicht einfach so hingenommen werden; dasselbe haben auch Sie schon gesagt. Ich möchte jedoch noch nachfragen, dass ich eine Arbeitsgruppe zur Lösung des Problems der gemeinwirtschaftlichen Leistungen, der sogenannten GWL, eingesetzt habe. Die PTT-Betriebe – ich muss das noch einmal sagen, und ich höre immer wieder das Echo Ihrer Bemerkungen zur Rechnung und zum Budget – sind mit Blick auf die wachsende Konkurrenzsituation und nach dem wachsenden Konkurrenzdruck, nachdem das Fernmeldegesetz ja jetzt verabschiedet ist und in Kraft gesetzt wurde, nicht mehr in der Lage, die gemeinwirtschaftlichen Leistungen zu tragen.

Unter der Leitung des Direktors der Finanzverwaltung, Dr. Gygi, und unter der Leitung meines sehr verehrten Generalsekretärs des EVED, Herrn Dr. Mühlemann, ist eine Arbeitsgruppe an der Arbeit, diese Fragen der gemeinwirtschaftlichen Leistungen eingehend zu prüfen. Ich erwarte den Bericht auf den Monat Juli, so dass wir Sie dann im Rahmen der Rechnung – so hoffe ich – orientieren können.

Als Fazit möchte ich sagen: Wir anerkennen die Bedeutung einer vielfältigen Presse, aber man kann auf der anderen Seite den PTT-Betrieben nicht unternehmerisches Verhalten empfehlen und Ihnen gleichzeitig die gemeinwirtschaftlichen Leistungen aufladen, ohne sie abzugelten. Le rendez-vous est pris lors de la discussion du budget et des comptes des PTT bientôt, Monsieur Spielmann.

Ich bitte Sie, die Motion abzulehnen.

Abstimmung – Vote

Für Ueberweisung der Motion

39 Stimmen

Dagegen

67 Stimmen

91.3421

Interpellation Zwygart

Medikamentenwerbung am Fernsehen

Médicaments.

Publicité à la télévision

Diskussion – Discussion

Siehe Jahrgang 1992, Seite 1264 – Voir année 1992, page 1264

Zwygart: Ich möchte dafür danken, dass wir über diese Interpellation sprechen können. Ich danke im besonderen auch dem Bundesrat für seine Antwort.

Seit der Einreichung meiner Interpellation im Jahre 1991 ist einiges Wasser die Aare hinuntergeflossen. Die Radio- und Fernsehverordnung wurde geändert, und das Werbeverbot für Medikamente – darum geht es bei meiner Interpellation – wird nun in den Print- und in den elektronischen Medien gleich gehandhabt. Das gilt aber nur für rezeptpflichtige Heilmittel. Das Schlupfloch für rezeptfreie Heilmittel ist nach wie vor offen.

Vor allem ein Punkt bewegt mich, trotz allem hier ans Rednerpult zu kommen. Die IKS hat eine besondere Aufsichtsaufgabe. Sie überprüft die Publikationswerbemittel. Die Regelung, dass das im Moment eine mehr oder weniger private Organisation macht, hat ihre Wirkung, so dass die Volksgesundheit im grossen und ganzen erhalten bleiben soll und schädliche Stoffe nicht vermehrte Verbreitung finden.

Nun wissen wir, dass die IKS im Umbruch ist, und es fragt sich: Wie wird diese Lösung in Zukunft aussehen?

Ich stelle an den Bundesrat die Zusatzfrage: Sind schon Vorstellungen vorhanden, oder sind mindestens die Prinzipien klar, dass das bisherige System – dass keine Werbung für Medikamente gemacht wird – auch weiter im bisherigen Umfang gewährleistet ist?

Es kommt noch das Problem des Kabelfernsehens dazu. Fortlaufend wird unser Werbeverbot durch ausländische Fernsehstationen geknackt. Zwar wird bei ausländischen Stationen überall der Hinweis gemacht, dass Medikamente in irgendeiner Form der Gesundheit abträglich sein können. Aber die Grauzone der Möglichkeit für die Werbung gewisser Medikamente bleibt, und sie wird im Moment auch vom Ausland her benutzt, im Inland scheinbar nicht. Immerhin ist dazu zu bemerken: Wir kennen ja das Alkoholwerbverbot auch. Es wird immer wieder versucht, in gewisse Randbereiche einzudringen. Ich möchte an ein aktuelles Beispiel erinnern: Im Moment laufen Werbungen für Suchard-Schokolade, unter anderem auch für «Suchard O'Rum».

Es ist klar: Rein nach dem Buchstaben wird das Gesetz nicht verletzt, weil der Alkoholgehalt bei diesen Traubenbeeren nicht hoch genug ist, und es wird keine Werbung für eine Marke von alkoholischen Getränken gemacht. Aber immerhin wird für «Suchard O'Rum» Werbung gemacht. Dabei steht auf der Schokoladepackung, dass diese Schokolade nicht an Kinder abgegeben werden darf.

Damit ist darauf hingewiesen, dass es doch die Möglichkeit gibt, die Türe zu öffnen. Ich hoffe, dass das EVED hier die nötige Kontrolle hat und in dieser Hinsicht nirgendwo mehr etwas geschehen lässt. Im übrigen weise ich auf die Antwort des Bundesrates hin, wie hilflos man sich in mancher Hinsicht bewegt, im besonderen zum Beispiel auch bei der Frage 5, wo «gesicherte Erkenntnisse» bei der Verordnung der Werbung und über die Wirkung der Werbung im besonderen auch in diesen Bereichen «fehlen».

Solange der Bundesrat bei seiner restriktiven Haltung bleibt, kann man ruhig in die Zukunft blicken. Aber wenn die Unsicherheit, die in den Antworten zum Vorschein kommt, bestehen bleibt, kann das gefährlich werden.

Im gesamten möchte ich mich als teilweise befriedigt erklären und den Bundesrat ermutigen, keine weitere Auslegung vorzunehmen und eine möglichst enge Auffassung beizubehalten.

Wick: Ich möchte die Ausführungen von Herrn Zwygart wärmstens unterstützen und dem Bundesrat ebenfalls nahelegen, hier wirklich ganz restriktiv zu bleiben. Ich bin selber Arzt, habe mit Kindern und Jugendlichen zu tun. Wir erleben immer wieder, dass gerade auch sogenannte rezeptfreie Heilmittel gefährlich sind. Paracelsus hat schon gesagt, dass nichts Gift ist und alles Gift ist, wenn man die entsprechende Dosis überschreitet. Das gilt sogar für gewöhnliches Wasser und für Kochsalz.

Dazu ein Beispiel: Wir haben schon erlebt, dass Jugendliche in einer Apotheke ein sogenannt harmloses, rezeptfreies Schlafmittel eingekauft haben, das ihnen anstandslos ausgehändigt worden ist. Dann sind sie in die nächste Apotheke gegangen, haben wieder eine Packung gekauft, in der übernächsten Apotheke eine dritte Packung erhalten, und dann war schliesslich die Dosis, die für einen Suizidversuch gereicht hat, vorhanden. Das ist natürlich jetzt etwas krass gemalt, das gebe ich zu; aber ich möchte einfach aufzeigen, dass auch rezeptfreie Mittel eben nicht harmlos sind.

Ein ganz krasses Beispiel aus der sogenannten harmlosen Phytotherapie: Vor noch nicht allzulanger Zeit ist ein Neugeborenes an einer Leberzirrhose gestorben, weil die Mutter während der ganzen Schwangerschaft einen Gesundheitstee – sehr gut für die Gesundheit eben – eingenommen hat. Natürlich war das auch eine übertriebene Applikation eines Mittels, das nicht verdächtig erschien, und doch konnte man im nachhinein nachweisen, dass der Tod des Neugeborenen eine direkte Folge der Einnahme dieses angeblich absolut harmlosen Mittels war.

Warum soll man jetzt bei der Fernsehwerbung zurückhaltender sein? Sie wissen ganz genau: Wer sitzt vor dem Fernsehkasten? Wer lässt sich dort berieseln? Und warum ist Fernsehwerbung wirksamer als jede andere Werbung? Sie hat eben einen viel höheren Beachtungsgrad als alle Werbung in den Printmedien! Es sind Leute, die nicht so differenziert denken wie vielleicht die meisten von uns hier, die eher auf eine solche Werbung hereinfallen.

Deswegen wäre ich wirklich sehr froh, wenn der Bundesrat weiterhin bezüglich Zulassung der Fernsehwerbung von solchen rezeptfreien Heilmitteln absolut restriktiv bleiben würde.

Dreher: Wir kommen langsam in eine Zeit, wo wir unsere Mitmenschen vor denjenigen schützen müssen, die es gut mit ihnen meinen. Sie können natürlich an allen Ecken und Enden neue Verbote, neue Restriktionen machen, ohne dass sich substantiell irgend etwas ändert. Wir haben dieses Thema doch schon bis zum Ueberdross abgehandelt.

Ich habe noch nie eine Annonce «Gutes, frisches Heroin zu Sonderpreisen» gesehen, und wir haben trotzdem das Drogenproblem. Es ist doch eine gesicherte Tatsache, dass die Verführung zum Alkohol- oder zum Nikotingebrauch – ich will nicht einmal von Missbrauch reden – nicht über die Werbung stattfindet. Die Werbung dient dazu, die Marktanteile zu sichern. Das haben wir hier in diesem Rat schon x-mal erklärt.

Sie wissen, dass wir seit einiger Zeit mit Privatsendern beglückt werden. Ich möchte auf den Dreck, der da durch den Aether geht, nicht im speziellen eingehen. Aber aus dem befreundeten Ausland wird doch die Schweiz Tag für Tag mit Medikamentenwerbung, mit Alkoholwerbung, mit Nikotinwerbung zugedeckt – wie wollen Sie den Schweizern verbieten, da zuzusehen?

Ich habe nicht das geringste Verständnis dafür, dass man hier wieder einen Sonderfall zelebrieren muss, während rund um uns herum – wie in bezug auf ihre Haltung gegenüber den Spielbanken – die Leute offenbar etwas normaler sind.

Frau Grendelmeier: Ich möchte Sie doch sehr bitten, dieses Thema ernst zu nehmen. Wenn es so wäre, Herr Dreher, wie Sie es eben gesagt haben, würde das ja bedeuten, dass die ganze Werbung total sinnlos, nutzlos und kein Geschäft ist.

Das kann nun aber nicht der Fall sein, wenn man weiss, dass Milliarden für Werbung ausgegeben werden, weltweit, und Hunderte von Millionen in der Schweiz. Es ist nicht unsere Aufgabe, an einem immer noch ansatzweise öffentlich-rechtlichen Fernsehen oder Radio Werbung für Dinge zu machen, die – wie es Herr Wick sehr eindrücklich ausgeführt hat – in grossen Mengen eingenommen so gefährlich sind wie Medikamente selber. Gerade Kinder oder Jugendliche, die sich vielleicht nicht auf die Bahn der Drogenabhängigen begeben möchten, sondern ein bisschen neugierig sind und ein bisschen ausprobieren möchten, welche Wirkungen nun welche Medikamente haben, werden dadurch zum Konsum angehalten. Es ist ausserhalb von unserem Verantwortungsbereich, aber auch ausserhalb von unserer Verantwortung, die wir an und für sich mittragen, wenn wir Werbung zulassen, die das hier angedeutete Mass übersteigt.

Wenn es nach mir ginge, müsste man die Werbung verbieten, ganz egal, ob es sich um harmlose Medikamente – um nicht zu reden von nicht harmlosen, von gefährlichen Medikamenten – handelt. Es ist unethisch, Geld mit möglichen Abhängigkeiten zu machen. Auf diese Weise dürfen wir weder unsere Bundeskasse sanieren, noch sollte es privaten Werbern möglich sein, sich auf diese Art zu bereichern oder zu sanieren.

Bundespräsident Ogi: Herr Zwygart hat am 12. Dezember 1991 fünf Fragen gestellt, und der Bundesrat hat die fünf Fragen am 6. Mai 1992 beantwortet. In Ergänzung zu dieser schriftlichen Antwort möchte ich nun noch folgendes sagen:

Der Bundesrat ist sich der Gefahren bewusst, welche der Missbrauch von Heilmitteln in sich birgt; er spielt das nicht herunter. Aus diesem Grunde hat er auch für die Heilmittelwerbung in Radio und Fernsehen eine Regelung getroffen, welche, wie wir glauben, diesen Gefahren Rechnung trägt. Es geht ja immer darum, dass wir angemessene Lösungen erarbeiten. Mit anderen Worten: Wir haben die Heilmittelwerbung so eingeschränkt, dass sie über den angemessenen Gebrauch von Medikamenten zu informieren hat, aber nie zum Missbrauch anregen darf.

Das ist nicht ganz einfach, aber wir haben das einmal so formuliert und so festgehalten, und ich würde sagen, die bisherigen Erfahrungen mit der Heilmittelwerbung in Radio und Fernsehen – ich spreche nicht von den Printmedien – haben allfällige Befürchtungen in keiner Art und Weise bestätigt; im Gegenteil, es ist sogar eher eine positive Bilanz zu ziehen.

Vielleicht sind Sie nicht ganz befriedigt von der Antwort, die wir Ihnen – wie gesagt, am 6. Mai 1992 – gegeben haben, aber es wurden seit Mai 1992 eben weitere Fortschritte erzielt.

Wir haben festgestellt, dass sich die verhältnismässig wenigen Heilmittel-Werbespots, welche bisher ausgestrahlt worden sind, durch eine zurückhaltende und produktbezogene Aussage auszeichnen. Durch den obligatorischen Arzneimittelhinweis wird das Publikum zudem ausdrücklich auf den Heilmittelcharakter eines Produktes hingewiesen. Diese neuen Erfahrungen zeigen, dass die strenge Vorprüfung der Heilmittelwerbung durch die Interkantonale Kontrollstelle für Heilmittel – Herr Zwygart –, die wir jetzt auch diesbezüglich angesprochen haben, bei Radio und Fernsehen in Ihrem Sinne nun recht gut funktioniert. Ausnahmen gibt es natürlich immer.

Gleichzeitig ist die bisherige Praxis ein Hinweis darauf, dass die vom Bundesrat getroffene Regelung – auch mit Blick auf die Volksgesundheit – eben angemessen ist.

Zu Ihrer Suchard-Reklame – Sie haben ja für Suchard Reklame gemacht – möchte ich noch folgendes sagen: Es gibt ja «Suchard ohne» und «Suchard mit». Das «mit» werden wir natürlich genau beobachten, damit sich auch hier die von Ihnen erwähnten Schlupflöcher für Alkoholwerbung, Herr Zwygart, eben nicht öffnen können. Wir sind ja sehr restriktiv.

Aber ich möchte Sie schon bitten: Die Wirkung dieser Werbung sollte auch nicht ganz überschätzt werden.

Präsident: Der Interpellant ist von der Antwort des Bundesrates teilweise befriedigt.

Interpellation Zwygart Medikamentenwerbung am Fernsehen

Interpellation Zwygart Médicaments. Publicité à la télévision

In	Amtliches Bulletin der Bundesversammlung
Dans	Bulletin officiel de l'Assemblée fédérale
In	Bollettino ufficiale dell'Assemblea federale
Jahr	1993
Année	
Anno	
Band	I
Volume	
Volume	
Session	Frühjahrssession
Session	Session de printemps
Sessione	Sessione primaverile
Rat	Nationalrat
Conseil	Conseil national
Consiglio	Consiglio nazionale
Sitzung	02
Séance	
Seduta	
Geschäftsnummer	91.3421
Numéro d'objet	
Numero dell'oggetto	
Datum	02.03.1993 - 08:00
Date	
Data	
Seite	70-71
Page	
Pagina	
Ref. No	20 022 335

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.