

Bundesamt für Kommunikation BAKOM
Postfach
2501 Biel

Zürich, 17. August 2006

Entwurf für eine neue Radio- und Fernsehverordnung (RTVV); Anhörung Stellungnahme

Sehr geehrter Herr Direktor
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit, zum Entwurf der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) eine offizielle Stellungnahme für die schweizerische Brauereibranche abzugeben.

Für die Brauereien ist naturgemäss Art. 15 RTVV über die Alkoholwerbung von besonderer Bedeutung. Dessen Abs. 4 verbietet die Werbewirkung für alkoholhaltige Getränke durch Werbung für alkoholfreies Bier bei Programmveranstaltern, die einem Werbeverbot für Alkoholika unterstehen.

Wir stellen den Antrag, Artikel 15 RTVV Absatz 4 ersatzlos zu streichen.

Begründung:

In Art. 15 RTVV Absatz 4 wird einseitig von der Annahme ausgegangen, dass durch die Werbung für alkoholfreies Bier der Konsument dazu gebracht werde, auch alkoholhaltiges Bier zu trinken. Dagegen wird die „umgekehrte“ Werbewirkung, welche die Konsumenten von alkoholhaltigem Bier zum Genuss von alkoholfreiem Bier animiert, übersehen resp. zum Vornherein ausgeklammert. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass die Werbung für alkoholfreies Bier durchaus dazu beiträgt, dass sich die Konsumenten von alkoholhaltigem Bier auch für die nicht-alkoholische Variante entscheiden. Alkoholfreies Bier ist u.a. dank dieser Werbung der zurzeit am stärksten wachsende Teilmarkt im Biersegment. Alkoholfreie Biere sind unter gesundheitspolitischen Aspekten positiv zu bewerten und sind zudem eindeutig gesünder als beispielsweise Soft-Drinks, die massiv beworben werden. Entscheidend ist, dass den Konsumenten die Wahlmöglichkeit (alkoholfrei/alkoholhaltig) eröffnet wird und die Möglichkeit der alkoholfreien Kaufentscheidung möglichst gut beworben werden kann.

In jedem Fall möchten wir klar festhalten, dass die Werbung für nicht-alkoholisches Bier gemäss der bisher gängigen Praxis weiter zulässig bleiben muss und in keiner Weise durch die neue RTVV eingeschränkt werden darf. Nicht-alkoholische Biere fallen eindeutig nicht unter den Anwendungsbereich von Art. 10 RTVG, weshalb RTVV Art. 15 Absatz 4 gar keine rechtliche Grundlage hat.

Die Schweizer Brauereibranche ist heute leider stark benachteiligt durch den massiven Inflow von Bier-Werbung aus Deutschland. Der stark wachsende Bier-Importmarkt erhöht den Arbeitsplatzdruck auf die in der Schweiz produzierenden Brauereien. Eine weitere Beschränkung der Werbung zusätzlich auch für das alkoholfreie Bier würde die Marktstellung der inländischen Hersteller weiter verschlechtern.

* * * * *

Die Mitglieder des Schweizer Brauerei-Verbandes (SBV) produzieren 99% des in der Schweiz hergestellten Bieres. Sämtliche Mitglieder der Interessengemeinschaft der Klein- und Mittelbrauereien (IGKMB), die repräsentativ die KMU-Brauereien umfasst, gehören ebenfalls dem SBV als Mitglieder an.

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit der Stellungnahme und bitten Sie, unseren Antrag und unsere Bemerkungen gebührend zu berücksichtigen.

Mit freundlichen Grüssen

SCHWEIZER BRAUEREI-VERBAND



Alfred J. Bucher
Präsident



Konrad Studerus
Direktor