

B

Adresse des Sekretariates: Bundesamt für Gesundheit
Adresse du secrétariat: Office fédéral de la santé publique
Indirizzo della segreteria: Ufficio della sanità pubblica
3003 Bern
Tel. 031 324 97 76
FAX 031 324 46 48

Bundesamt für Kommunikation
BAKOM

Bern, 14. Juli 2006

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

Am 9. Juni 2006 wurde die öffentliche Anhörung zur neuen Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) eröffnet. Die Eidgenössische Kommission für Alkoholfragen EKA möchte sich an dieser Anhörung beteiligen. Wir beschränken uns jedoch auf denjenigen Artikel, der für die EKA von zentraler Bedeutung ist.

Art. 15 Alkoholwerbung

Abs. 1 Bst. e:

Der Begriff „unmässiger Konsum“ ist zu wenig präzise, um für das Anliegen der Prävention brauchbar zu sein. Heute werden vielmehr die Begriffe „schädlicher Gebrauch“ oder „problematischer Konsum“ eingesetzt. Diese beinhalten nicht nur eine Aussage zur Menge, sondern z.B. auch zu Konsum mit gesundheitsschädigender Wirkung oder Auswirkungen auf Gewalthandlungen. Wir beantragen, den Begriff „unmässiger Konsum“ mit dem umfassenderen Begriff „problematischer Konsum“ zu ersetzen.

Abs. 1 Bst. f:

Der Begriff „ungebührlich“ ist unklar. Die EKA erachtet einerseits die klare Deklaration - auch des Alkoholgehalts - als wichtig. Andererseits soll nicht mit dem Alkoholgehalt zu vermehrtem Konsum angeregt werden (z.B. „Light-Bier“, mit der expliziten oder impliziten Botschaft, dass der Konsum unproblematisch sei. Oder umgekehrt die Betonung eines hohen Alkoholgehalts zur Erzielung einer besonders starken Wirkung). Die EKA beantragt, dass diese ergänzende Klärung im erläuternden Bericht aufzunehmen ist.

Abs. 2:

Mit der Bestimmung, dass keine Alkoholwerbung vor Sendungen ausgestrahlt werden darf, die sich an Kinder und Jugendliche richten, ist der Jugendschutz nicht genügend gewährleistet. Tatsache ist, dass Kinder und Jugendliche auch Sendungen konsultieren, die nicht spezifisch an diese Altersgruppe gerichtet ist. Zudem dürfte es schwierig zu definieren sein, welche Sendungen als Kinder- und Jugendsendungen zu betrachten sind. Deshalb beantragen wir die Änderung von Abs. 2 in: „Zum Schutz von Kindern und Jugendlichen darf Alkoholwerbung ausschliesslich zwischen 21.00 Uhr und 6.00 Uhr ausgestrahlt werden.“

Abs. 4:

Die EKA begrüsst die Stossrichtung der Bestimmung. Es hat sich in der Praxis gezeigt, dass Werbung mit alkoholfreien Getränken betrieben wurde, die jedoch den gleichen Brand-Namen wie die alkoholhaltige Version des gleichen Herstellers aufwies und daher der Werbeeffect auch für alkoholhaltige Getränke erreicht wurde. Die Bestimmung geht aber zu wenig weit. Da dieser zusätzliche Werbeeffect auch mit dieser Bestimmung schwer zu vermeiden sein dürfte, beantragen wir, hier ebenfalls im Sinne des Jugendschutzes zu konkretisieren:

- Programmveranstalter, welche dem Werbeverbot für alkoholische Getränke unterstehen, dürfen keine Werbung für alkoholfreie Biere ausstrahlen, die den gleichen Brandnamen tragen wie alkoholhaltige Biere.

Weiter beantragen wir:

- Auch für Getränke mit der Bezeichnung „alkoholfrei“ (z.B. „alkoholfreies Bier“) darf bei Programmveranstaltern, welche dem Werbeverbot für alkoholische Getränke unterstehen, ausschliesslich zwischen 21.00 und 6.00 Uhr geworben werden.

Diese Passagen sind ebenfalls im erläuternden Text zu ergänzen. Es geht darum, den Identifizierungscharakter zu vermeiden.

Für das Aufnehmen unserer Anliegen danken wir Ihnen bestens.

Mit freundlichen Grüssen

EIDG. KOMMISSION FÜR ALKOHOLFRAGEN
Die Präsidentin

Christine Beerli