

Per E-Mail an: rtvg@bakom.admin.ch

Bern, 12. Oktober 2018

Stellungnahme zum Bundesgesetz über elektronische Medien

Sehr geehrte Damen und Herren

Der Vereinigung Schweizer Weinhandel (VSW) ist die Branchenorganisation des Weinhandels in der Schweiz. Ihr gehören rund 250 Weinproduzenten, -kellereien, -importeure und -händler in der ganzen Schweiz an, die zusammen rund 80 % des auf dem Schweizer Markt gehandelten Weins umsetzen.

In dieser Eigenschaft erlauben wir uns, zum Entwurf des Bundesgesetzes über elektronische Medien Stellung zu beziehen. Dabei verzichten wir auf das Ausfüllen des Formulars: Zum gesamten Entwurf unterstützen wir die Vernehmlassungsantwort des Schweizerischen Gewerbeverbands vom 12. Oktober 2018. Wir äussern uns hiermit nur zum neuen Artikel 14 der Gesetzesvorlage sowie zu den entsprechenden Ausführungen im erläuternden Bericht und stellen folgenden

Antrag

Art. 14 Abs. 5 E-BGeM ist ersatzlos zu streichen.

Gegen eine unverhältnismässige Einschränkung der Werbefreiheit

Die Vereinigung Schweizer Weinhandel (VSW) anerkennt das besondere Schutzbedürfnis für Kinder und Jugendliche in der Werbung. Dieses Schutzbedürfnis ist in der geltenden Lebensmittel- und Gebrauchsgüterverordnung mit dem Werbeverbot alkoholischer Getränke an Jugendliche unter 18 Jahren bereits festgehalten (Art. 43).

Sodann verfügt die Weinbranche mit dem international anerkannten und erfolgreichen Programm Wine in Moderation über einen brancheneigenen Verhaltenskodex, welcher weiterführende Massnahmen zum Schutz der Konsumenten, der Jugend und der Gesundheit vorsieht.

Zudem gilt ganz allgemein, dass kein alkoholpolitischer Notstand vorherrscht. Laut Statistiken der Eidgenössischen Zollverwaltung wurden noch nie so wenig alkoholhaltige Getränke pro Kopf konsumiert wie heute.

Werbefreiheit als Grundrecht

Die Vermarktung und Bewerbung von legalen Produkten gegenüber einem erwachsenen, informierten Publikum ist ein zentraler Bestandteil der Marktwirtschaft. Im Rahmen der Wirtschaftsfreiheit wird die

Werbefreiheit von der Bundesverfassung geschützt und die Einschränkungen dieses Grundrechts müssen sich auf das Notwendigste beschränken.

Die bestehenden gesetzlichen Werbeeinschränkungen bezüglich Jugendschutz und die Selbstbeschränkungen durch die Hersteller und Branchenverbände sind ausreichend und haben sich bewährt.

Bundesrat gegen weitere Werbeeinschränkungen

Der Bundesrat hat in seiner Stellungnahme zum Postulat 16.4013 "*Klarer Zusammenhang zwischen Alkoholwerbung und übermässigem Alkoholkonsum. Es braucht Massnahmen!*" festgehalten, dass die Werbung für alkoholische Getränke bereits heute speziell reglementiert ist und in diesem Bereich keine weiteren Einschränkungen vorzuschlagen sind.

Vor diesem Hintergrund sind wir besonders erstaunt, dass nun in den Erläuterungen zu Art. 14 Abs. 2 lit. d (Seite 29) folgende Aussage gemacht wird: "*Zudem sind auch Werbebeschränkungen zu alkoholischen Getränken vorgesehen, die nicht unter das Alkoholgesetz fallen, z.B. Regeln zur Ausgestaltung der Werbung hinsichtlich von alkoholischen Getränken, die nicht unter das Alkoholgesetz fallen. Damit wäre die Medienaufsichtsbehörde dennoch für gewisse Aspekte der Alkoholwerbung zuständig.*"

Diese Kompetenzerweiterung – sprich Werbebeschränkungen für vergorene Getränke wie Wein, Apfelwein und Bier – lehnen wir dezidiert ab. In diesem Zusammenhang verweisen wir auf die bereits im Parlament geführten Diskussionen zu ähnlich gearteten Vorstössen im Rahmen des gescheiterten Entwurfs des Alkoholhandelsgesetzes.

Es geht nicht an, sich über den Willen des Parlamentes hinwegzusetzen, zumal sachlich auch kein weiterer Regulierungsbedarf besteht. Wir sind deshalb gegen Delegationsnormen zugunsten der Exekutivbehörden, wie dies in Art. 14 Abs. 5 vorgeschlagen wird, und beantragen die ersatzlose Streichung dieser Bestimmung.

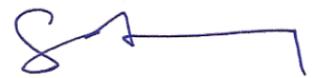
Die Meinung, dass Werbeeinschränkungen und Werbeverbote automatisch eine Reduktion des Konsums nach sich ziehen, trifft nicht zu. Untersuchungen belegen, dass zwischen Werbung und Trends im Gesamt-Alkohol-Konsum kein Zusammenhang besteht. Wir erachten deshalb weitergehende Einschränkungen von Werbemöglichkeiten bei öffentlich-rechtlichen aber auch bei privaten elektronischen Medienkanälen nicht als zielführend.

Freundliche Grüsse

Vereinigung Schweizer Weinhandel



Bruno Bonfanti
Präsident



Olivier Savoy
Geschäftsfü