

Bundesamt für Kommunikation
 Zukunftstrasse 44
 Postfach 256
 2501 Biel

Bern, 15.10.2018

Vernehmlassung zum neuen Bundesgesetz über elektronische Medien

Sehr geehrte Frau Bundesrätin
 Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit zur Stellungnahme zum neuen Bundesgesetz über elektronische Medien.

Public Health Schweiz begrüsst, dass das Gesetz über die elektronischen Medien den Schutz von Kindern vor unangemessenen Inhalten und Werbung vorsieht. Im Einklang mit der Schweizer Strategie gegen nichtübertragbare Krankheiten (NCD) fordern wir, dass der Bundesrat die Werbung für zucker-, fett- und salzreiche Lebensmittel zum Schutz der Gesundheit von Minderjährigen einschränken kann. Die Gesundheit von Kindern stellt nämlich die Grundlage für ein gesundes Erwachsenenleben dar.

Einige Marketingtechniken sind äusserst schwer zu identifizieren. Kinder sind diesen Techniken gegenüber besonders hilflos und sollten vor ihnen geschützt werden. Insbesondere verlangen wir, dass Produkteplatzierung von Medienbeiträgen für Kinder ausgeschlossen wird.

Um die Gesundheit von Kindern langfristig zu erhalten, fordern wir die Aufnahme der Verpflichtung zur Schaffung eines Verhaltenskodex zur Werbegrenzung der Werbung in das Gesetz über elektronische Medien sowie deren Kontrolle durch eine Stelle, die es den Bürgern/innen ermöglicht, zu intervenieren.

Wir begrüssen die folgenden Massnahmen besonders, wobei wir teilweise *in kursiv* kleine Modifizierungen in der Ausgestaltung vorschlagen:

Artikel	Bemerkungen	Vorschlag
Art. 2 Abs. 3	Public Health Schweiz fordert, dass das Recht ausnahmslos immer auf Programme für Kinder und Jugendliche angewendet wird.	Der Bundesrat nimmt Fernsehprogramme von diesem Gesetz aus, wenn sie von geringer publizistischer Tragweite sind, <i>mit Ausnahme von Programmen für Kinder und Jugendliche.</i>
Art. 7 Abs. 1	Das Übereinkommen über die Rechte des Kindes sollen auch eingehalten werden.	Die Medienanbieterinnen sind verpflichtet, bei der Gestaltung ihrer Angebote, einschliesslich der Werbung, die Grundrechte zu beachten. Dabei müssen sie insbesondere die Achtung der Menschenwürde <i>und die Konvention über die Rechte des Kindes</i> gewährleisten.

Art. 13 Abs. 3	Public Health Schweiz fordert, dass für Anbieter und Anbieterinnen von Kinder- oder Jugendprogrammen auch bei eingeschränkter finanzieller Leistungsfähigkeit keine Ausnahmen von dieser Regel zugelassen werden.	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einer Medienanbieterin, die regelmässig in Medienbeiträgen auftreten, dürfen in der Werbung in Medienangeboten der Anbieterin nicht mitwirken. Der Bundesrat kann Ausnahmen für Medienanbieterinnen mit beschränkter wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit vorsehen, <i>mit Ausnahme von Medien für Kinder und Jugendliche</i> .
Art. 14 Abs. 5	Public Health Schweiz fordert, dass die Werbung für zucker-, fett- und salzreiche Lebensmittel zum Schutz der Gesundheit von Minderjährigen eingeschränkt werden soll.	Der Bundesrat kann zum Schutz der Gesundheit und der Jugend die Werbung für andere Produkte, <i>insbesondere für zucker-, fett- und salzreiche Lebensmittel</i> einschränken oder Vorschriften zur Gestaltung der Werbung erlassen.
Art. 17 Abs. 1	Das Firmenlogo oder ein anderes visuelles Marketinginstrument sollen während dieser Sponsoring-Ankündigungen nicht angezeigt werden.	Gesponserte Medienbeiträge dürfen weder zum Abschluss von Rechtsgeschäften über Waren oder Dienstleistungen der Sponsorin oder des Sponsors oder von Dritten anregen noch <i>Bilder</i> oder Aussagen werbenden Charakters über Waren und Dienstleistungen enthalten.
Art. 17 Abs. 5	Public Health Schweiz genehmigt die dem Bundesrat eingeräumte Möglichkeit, dieses Marketing zu begrenzen und fordert, diese auf alle Minderjährigen anzuwenden.	Zum Schutz der Anliegen von Minderjährigen schliesst der Bundesrat bestimmte Formen des Sponsorings von Medienbeiträgen, die sich an Kinder und <i>an Jugendliche</i> richten, aus.
Art. 18	Es ist wichtig, dass die Produkteplatzierung in Medienbeiträgen, die sich an Minderjährige richten, nicht erlaubt ist.	<i>Keine Produkteplatzierung in Medienbeiträgen, die sich an Minderjährige richten.</i>
Art. 19 Abs. 2	Es ist wichtig, die Produkteplatzierung in Medienbeiträgen, welche sich an Minderjährige richten, nicht zuzulassen.	Medienbeiträge für Kinder dürfen nicht durch Werbung <i>oder Produkteplatzierung</i> unterbrochen werden.
Art. 104 al. 1	Verstösse gegen Art. 14 über Werbeverbote, Art. 17 über Sponsoringverbote und Art. 19 über an Minderjährige gerichtete Werbung müssen ebenfalls bei der zuständigen Ombudsstelle eingereicht werden können.	Ergänzung zu Absatz 1: <i>c. Werbung oder Sponsoring wegen Verletzung der Artikel 14, 17 und 19</i>

Vielen Dank für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Freundliche Grüsse

Public Health Schweiz



Corina Wirth, Geschäftsführerin