



Änderungsvorschläge Bundesgesetz e-Medien

Art. 7 Mindestanforderungen bezüglich Medienangeboten

¹Die Medienanbieterinnen sind verpflichtet, bei der Gestaltung ihrer Angebote, einschliesslich der Werbung, die Grundrechte zu beachten. Dabei müssen sie insbesondere die Achtung der Menschenwürde gewährleistet sein.

²Medienbeiträge, die diskriminieren, zum Hass gegen bestimmte Gruppierungen oder Angehörige einer Gruppierung aufrufen, die öffentliche Sittlichkeit gefährden oder Gewalt verherrlichen oder verharmlosen, **sind strafbar**.

³Die Medien achten besonders auf die Darstellung sexueller Gewalt. Diese muss auf Fakten basieren.

⁴Die Medienanbieterinnen müssen in ihren Medienbeiträgen mit Informationsgehalt Tatsachen und Ereignisse sachgerecht darstellen, so dass sich das Publikum eine eigene Meinung bilden kann. Ansichten und Kommentare müssen als solche erkennbar sein.

⁵Medienbeiträge und Werbung dürfen die innere oder äussere Sicherheit des Bundes oder der Kantone, die verfassungsmässige Ordnung oder die Wahrnehmung völkerrechtlicher Pflichten der Schweiz nicht gefährden.

⁶Bei allen Punkten ist einer ausgewogenen Darstellung und Vertretung der Geschlechter und deren Gleichstellung besondere Beachtung zu schenken.

⁷Bei allen Punkten ist eine nicht-sexistische Darstellung der Geschlechter, der sexuellen Orientierung und Geschlechtsidentität einzuhalten.

Art. 8 Jugendschutz

¹Medienbeiträge und Werbung dürfen Minderjährige in ihrer körperlichen, geistigen, seelischen, sittlichen oder sozialen Entwicklung nicht gefährden. **Die Reproduktion geschlechtsspezifischer Stereotypen ist zu unterlassen**.

²Die Medienanbieterinnen müssen geeignete Massnahmen treffen, damit Medienbeiträge und Werbung, welche die Entwicklung von Minderjährigen gefährden könnten, üblicherweise von diesen nicht gehört oder gesehen werden, beispielsweise durch:

- a. die zeitliche Ansetzung oder Bereithaltung;
- b. **optische oder akustische Kennzeichnung; dies insbesondere bei der, möglichst zu unterlassenden, Darstellung sexueller Gewalt;**
- c. Altersüberprüfungs-, Filter- oder Verschlüsselungssysteme;
- d. Bereitstellung von Kontrollsystemen für Erziehungsberechtigte;
- e. Bereitstellung von Melde- und Bewertungssystemen.

³Sie wenden dabei in der Schweiz anerkannte Altersklassifizierungssysteme an.

Art. 14 Werbeverbote

¹Unzulässig ist Werbung, die:

- a. religiöse oder politische Überzeugungen herabmindert;
- b. **geschlechterspezifische (inkl. LGBTQI) Stereotypen reproduziert;**
- c. **die sexistische und diskriminierende Inhalte gegenüber Frauen und LGBTQI Personen enthält;**
- d. zu einem Verhalten anregt, das die Gesundheit, die Umwelt oder die persönliche Sicherheit gefährdet.

²Unzulässig ist Werbung für:

- a. politische Parteien, Personen, die politische Ämter innehaben oder dafür kandidieren, sowie Themen, die Gegenstand von Volksabstimmungen sind;
- b. religiöse Bekenntnisse sowie Institutionen und Personen, die eine Religion vertreten;
- c. Tabakprodukte und elektronische Zigaretten nach Artikel 3 Buchstaben a und f des Tabakproduktegesetzes vom xx⁷ sowie Gegenstände, die mit einem Tabakprodukt eine funktionale Einheit bilden;
- d. alkoholische Getränke nach dem Alkoholgesetz vom 21. Juni 1932⁸.

³Unzulässig sind:

- a. Werbung für Arzneimittel nach Massgabe des Heilmittelgesetzes vom 15. Dezember 2000⁹;
- b. Verkaufsangebote für Arzneimittel.

⁴Unzulässig sind Schleichwerbung und unterschwellige Werbung.

⁵Der Bundesrat kann zum Schutz der Gesundheit und der Jugend Werbung für weitere Produkte einschränken oder Vorschriften zur Gestaltung der Werbung erlassen.

Art. 20

¹Die SRG und Medienanbieterinnen mit einer Leistungsvereinbarung müssen die Ereignisse und Ansichten der Gesamtheit ihrer Medienbeiträge angemessen zu Ausdruck bringen.

- a. Sie achten auf eine ausgewogene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem publizistischen Angebot.
- b. Einer nicht sexistischen und/oder nicht stereotypen Darstellung der Geschlechter inkl. der sexuellen Orientierung und Geschlechtsidentitäten wird besondere Beachtung geschenkt.
- c. Besonders sorgfältig muss mit der Darstellung von sexueller Gewalt umgegangen werden.

²Sie sind verpflichtet, einen angemessenen Anteil ihres Medienangebots in einer für Menschen mit einer Sinnesbehinderung geeigneten Weise aufzubereiten. Die Einzelheiten werden in der Konzession beziehungsweise in den Leistungsvereinbarungen geregelt.

³Der Bundesrat kann Medienanbieterinnen mit einer Leistungsvereinbarung verpflichten, einen wesentlichen Anteil ihres audiovisuellen Medienangebots schweizerischen oder anderen europäischen Werken vorzubehalten.

⁴Sie müssen auf Anordnung der zuständigen Behörde

- a. dringliche polizeiliche Bekanntmachungen, die für die Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung und Sicherheit oder für die Sicherheit von Personen unumgänglich sind, sowie behördliche Alarmmeldungen und Verhaltensanweisungen unverzüglich veröffentlichen;
- b. die Bevölkerung über Erlasse des Bundes informieren, die nach Artikel 7 Absatz 3 des Publikationsgesetzes vom 18. Juni 2004¹⁰ (PublG) dringlich oder nach Artikel 7 Absatz 4 PublG ausserordentlich veröffentlicht werden.

⁵Für den Inhalt der Bekanntmachung oder Information ist die anordnende Behörde verantwortlich.

Art. 21 Grundsätze

¹Die KOMEM erteilt der SRG eine Konzession. Diese legt den Leistungsauftrag der SRG fest, insbesondere Art und Umfang der Medienangebote. Die Konzession wird für maximal zehn Jahre erteilt.

²Das publizistische Angebot der SRG besteht im Wesentlichen aus Audio- und audiovisuellen Medienbeiträgen.

³Die SRG orientiert sich am Gemeinwohl und bietet dem Publikum eine verlässliche Orientierung in Staat und Gesellschaft.

⁴Sie fördert mit der Gesamtheit ihres publizistischen Angebots das Verständnis, den Zusammenhalt und den Austausch unter den Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen, Religionen und gesellschaftlichen Gruppierungen in der Schweiz. Sie berücksichtigt die Eigenheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone.

⁵Sie trägt mit ihrem publizistischen Angebot den unterschiedlichen Anliegen und Interessen des Publikums Rechnung und strebt eine hohe Akzeptanz und Reputation an.

⁶Dabei achtet sie insbesondere

- a. auf eine ausgewogene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem publizistischen Angebot;
- b. auf eine angemessene Darstellung der sexuellen Orientierungen und Geschlechtsidentitäten.

⁷Sie gestaltet ihr publizistisches Angebot autonom und handelt unabhängig vom Staat sowie von einzelnen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Gruppierungen.

⁸Die Verbreitung und die Form des publizistischen Angebots der SRG sind darauf ausgerichtet, die Zielgruppen auf effiziente, **stereotypenfreie** und innovative Art zu erreichen.

⁹Die SRG strebt keinen Gewinn an.

Art. 23 Inhalte für bestimmte Bevölkerungsgruppen

¹Die SRG bietet Medienbeiträge an, die auf den Alltag und die Interessen von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen ausgerichtet sind.

²Sie berücksichtigt in ihrem publizistischen Angebot Menschen jeglicher Geschlechtsidentität und sexueller Ausrichtung.

³Im Hinblick auf die Wichtigkeit der Förderung gleichgestellter Lebensmodelle ohne Stereotypen in der politischen, beruflichen, sportlichen und künstlerischen Welt bietet die SRG Medienbeiträge, die die Diversität weiblicher Lebenswege aufzeigt.

⁴Sie berücksichtigt in ihrem publizistischen Angebot Menschen mit Migrationshintergrund, um die gesellschaftliche Integration und das Verständnis beim übrigen Publikum zu fördern.

⁵Sie berücksichtigt die Bedürfnisse von Menschen mit einer Sinnesbehinderung und strebt den gleichberechtigten Zugang zu ihrem publizistischen Angebot an. Für die Festlegung von Umfang und Art der einzelnen Dienstleistungen arbeitet die SRG mit den betroffenen Verbänden zusammen. Die Einzelheiten werden in der Konzession geregelt.