

Sozialdemokratischer Pressedienst

Chefredakteur:
Helmut G. Schmidt
Verantwortlich: Rudolf Schwinn

Telefon: (02 28) 21 90 38/39
Telex: 8 86 846 ppbn d

Inhalt

Dr. Werner Holtfort MdL zur
Entsendung der GSG 9 nach
Wackersdorf: Schwerer Ver-
fassungsbruch.

Seite 1

Dr. Axel Wernitz MdB zum
8. Tätigkeitsbericht des Bun-
desbeauftragten für den Da-
tenschutz: Dank an Reinhold
Baumann.

Seite 2

Karl-Heinz Hiersemann MdL
fordert neue Bestimmungen
für die Fernsehwerbung: Kei-
ne TV-Reklame für Schnaps
und Medikamente.

Seite 4

Hermann Wimmer MdB
warnt vor einer agrarpoli-
tischen Fehlentscheidung:
Mit nachwachsenden Roh-
stoffen ist das Überschuß-
problem nicht zu lösen.

Seite 6

41. Jahrgang / 20

29. Januar 1986

Schwerer Verfassungsbruch

Zur Entsendung der GSG 9 nach Wackersdorf

Von Dr. Werner Holtfort MdL
Vorsitzender des Republikanischen Anwaltvereins

Der gesetzestreue Bürger traut Augen und Ohren nicht: Da haben doch tatsächlich die „Verfassungsminister“ Zimmermann und Hillermeier den Bundesgrenzschutz nach Wackersdorf in Marsch gesetzt! Wann dürfen die denn das? Nur und ausschließlich „zur Abwehr einer drohenden Gefahr für den Bestand oder die freiheitliche demokratische Grundordnung des Bundes oder eines Landes“. So steht es in Artikel 91 des Grundgesetzes.

Rechtswidriges Ziel des Einsatzes in Wackersdorf sollten indessen die Bürgerinnen und Bürger sein, die dagegen demonstrierten, daß im Interesse eines Energiewirtschaftsunternehmens ihre Heimat zerstört wird. Und nun schickte Zimmermann gleich noch die zur Terroristenbekämpfung ausgebildete Spezialtruppe GSG 9. Damit werden erneut die Unterschiede verwischt zwischen kriminellen Gewalttätern und Bürgern, die ihr verfassungsverbrieftes Grundrecht zum Demonstrieren ausüben.

Das verharmlosende Wort, man könne nicht dauernd mit dem Grundgesetz unter dem Arm herumlaufen, gilt hier nicht mehr. Hier handelt es sich um vorsätzlichen schweren Verfassungsbruch zweier Minister, um auf Konfliktkurs zum kritisch-engagierten Bürger zu gehen.

(-/29.1.1986/rs/ks)

+ + +

Verlag und Redaktion:
Sozialdemokratischer Pressedienst GmbH
Heussallee 2-10, Pressehaus 1/217
5300 Bonn 1, Postfach 125408

Erscheint täglich von Montag bis Freitag.
Bezug nur im Abonnement. Preis DM 82,50
mtl. zuzügl. Mwst und Versand.

Vervielfältigung
mit weissen Kopier-
papier



Dank an Reinhold Baumann

Zum 8. Tätigkeitsbericht des Bundesbeauftragten für den Datenschutz

Von Dr. Axel Wernitz MdB
Vorsitzender des Innenausschusses des Deutschen Bundestages

Mit seinem 8. Tätigkeitsbericht hat der Bundesbeauftragte für den Datenschutz, Reinhold Baumann, eine 75seitige Dokumentation über aktuelle und grundsätzliche Fragen des Datenschutzes im Berichtsjahr 1985 präsentiert. Hierfür gebührt dem Datenschutzbeauftragten Dank und Anerkennung.

Baumann hat für das Jahr 1985 weitere Fortschritte zugunsten des Datenschutzes registriert. Mit ihm hoffen auch die Sozialdemokraten, daß es gelingt, das bereits gestärkte Datenschutzbewußtsein in der Bevölkerung weiter zu verbreiten und vertiefen. Die SPD steht bei dem Bemühen des Datenschutzbeauftragten, diese Tendenz zu verstärken, eindeutig an seiner Seite.

Zu Recht weist Baumann darauf hin, daß seine beiden letzten Tätigkeitsberichte in ungewöhnlich breit angelegten und eingehenden Beratungen in zahlreichen Bundestagsausschüssen, insbesondere aber im Innenausschuß, erörtert wurden. Das Interesse an Datenschutzfragen im Parlament ist zwar stark angewachsen und insoweit erfreulicher Beweis für die Akzeptanz der Arbeit des Bundesdatenschutzbeauftragten. Gleichwohl sollten massive Tendenzen innerhalb der Bonner Koalition, den Stellenwert des Datenschutzes zurückzudrehen, nicht übersehen werden.

Dies kommt nicht nur in den anstehenden sogenannten Sicherheitsgesetzen und in der Koalitionsnovelle zum Bundesdatenschutzgesetz zum Ausdruck, die Baumann insgesamt zu Recht sehr kritisch bewertet.

Sehr bedenklich ist für die SPD die Tatsache, daß dem Bundesbeauftragten für den Datenschutz und seiner Dienststelle lediglich eine zusätzliche Stelle und nicht alle vier beantragten Planstellen



bewilligt wurden. Bundesregierung und Koalition setzen sich damit dem begründeten Verdacht und Vorwurf aus, die Behörde des Datenschutzbeauftragten in ihrer Arbeitskapazität zu schwächen und zu blockieren.

Es ist schon alarmierend, wenn Baumann feststellt, daß er infolge der zu knapp bemessenen Arbeitskapazität seiner Behörde etwa ein Drittel der geplanten Kontrollen bei Bundesbehörden zurückstellen mußte. Angesichts der datenschutzunfreundlichen Verhaltensweise von Bundesregierung und Koalition ist von dieser Seite für den Datenschutz auch 1986 wenig Gutes zu erwarten.

Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz hat mit dem soeben vorgelegten 8. Tätigkeitsbericht erneut bewiesen, daß er seinem gesetzlichen Auftrag konsequent und unbestechlich, aber ebenso auch moderat im Ton, und wo möglich, mit kompromißfähigem Augenmaß folgt. Auf diesem Weg hat er im Berichtsjahr bei seiner Arbeit die Sozialdemokraten im Bundestag als konstruktive Partner an seiner Seite gehabt.

Für die anstehenden aktuellen Gesetzgebungsvorhaben wissen wir wie bisher seinen Rat zu schätzen. Auch der 8. Tätigkeitsbericht wird in den Gremien des Deutschen Bundestages aufmerksam und gründlich verarbeitet werden, mit dem Ziel, das verfassungsmäßig garantierte Recht auf informationelle Selbstbestimmung für den einzelnen Bürger ein Stück mehr zu konkret erfahrbarer Realität werden zu lassen.

(-/29.1.1986/rs/ks)

+ + +



Keine TV-Reklame für Schnaps und Medikamente

Die Bestimmungen für Werbemaßnahmen im Fernsehen müssen neu bestimmt werden

Von Karl-Heinz Hiersemann MdL

Stellvertretender Vorsitzender der SPD-Fraktion im Bayerischen Landtag

Die Werbung im Rundfunk und Fernsehen, also dort, wo die Kontrolle durch Staat, Parlamente und gesellschaftliche Organisationen noch am ehesten möglich ist, muß dringend neu geordnet werden. Ansatzpunkte sehe ich bei der Sonntags- und der kindergezielten Werbung, wie sie zwar in den öffentlich-rechtlichen Anstalten nicht erlaubt ist, sehr wohl dagegen den „Privaten“ durch das bayerische Medienentwicklungs- und -erprobungsgesetz gestattet werden soll. Doch auch bei den traditionellen Rundfunk- und Fernsehsendern besteht Reformbedarf. So muß Kinderwerbung strenger kontrolliert, für Streitfälle eine Schiedsstelle beispielsweise bei den Rundfunkräten eingerichtet, der Zeitpunkt der Werbeblöcke verschoben und die Alkohol- sowie die Medikamentenwerbung eingeschränkt werden.

Einen Ansatzpunkt für eine Schiedsstelle sehe ich in der Werbung, die sich gezielt an die Kinder und deren Eltern wendet. So läuft beispielsweise im öffentlich-rechtlichen Fernsehen weiterhin ein Werbespot einer großen Schokoladenfirma, die ihr Produkt „Kindermilchschokolade“ als ein „Pausenbrot“ anbietet, das „Ihr Kind wirklich mag“. Aufgestört von Lebensmittelfachleuten und Kinderärzten haben Verbraucherschutzorganisationen bereits gerichtlich versucht, diese Werbung zu stoppen. Ihr einziger Erfolg: Das gute alte Pausenbrot, von Mutter geschmiert, landet in der Werbung nicht mehr im Papierkorb, sondern wird von den Werbespot-Kindern, deren strahlende Augen sich auf das süße Ersatzprodukt richten, „nur noch“ beiseitegelegt beziehungsweise unter die Schulbank geschoben.

Über einen solchen Werbespot müßte eine bei den Rundfunkanstalten eingerichtete Schiedsstelle, die entsprechend den Rundfunkräten zusammengesetzt ist, diskutieren und über die Zulassung dieser Werbung beraten. Nachdem die rechtlichen Möglichkeiten, einen so gestalteten Werbespot zu verhindern, offensichtlich beschränkt sind, müssen die Anstalten über eine eigene Schiedsstelle die Möglichkeit erhalten, bestimmte Werbesendungen zurückweisen zu können.

Wichtig ist aber auch, daß der Zeitpunkt der Werbeblöcke im öffentlich-rechtlichen Fernsehen - derzeit zwischen 18 und 20 Uhr - deutlich nach hinten verschoben wird. Eine Verschiebung um eine bis eineinhalb Stunden in den Abend hinein könnte verhindern, daß gerade ältere Kinder und Jugendliche, für die vielfach nach 18 Uhr Hauptsendezeit ist, in den „Genuß“ der Werbung kommen. Dies



ist wichtig, weil damit nicht nur ein Zusammenschwappen der Werbewelt über die Kinder verhindert wird, sondern auch eine besondere Reizüberflutung - Werbefernsehen ist auf Grund der besonders häufig wechselnden Kameraeinstellung und der oft hart gesetzten Kontraste in der Darstellung nur schwer verarbeitbar - für die Kinder entfällt.

Dringend reformbedürftig ist auch die Medikamentenwerbung. Die Werbung für Arzneimittel - diese werden oft angeboten wie saure Drops - ist eine besondere Gefahr der Verleitung zur Selbstmedikation. Hier könnten die Rundfunk- und Fernsehanstalten eine Vorreiterrolle spielen - wie beispielsweise schon bei der Zigarettenwerbung - und Medikamentenwerbung grundsätzlich verweigern, anstatt nur ihrer gesetzlichen Verpflichtung nachzukommen und auf Risiken und Nebenwirkungen hinzuweisen. Wer Medikamente braucht, muß sich beim Arzt beraten lassen. Eine lockere Fernsehwerbung suggeriert dem Verbraucher eine Harmlosigkeit von Arzneimitteln, die grundsätzlich nicht gegeben ist.

Ebenfalls einzuschränken ist die Werbung für Alkoholika, zumindest für „harte Sachen“, deren Alkoholgehalt über den von Bier und Wein hinausgeht. Ein Anfang wäre dabei, daß die Bundesregierung die Hersteller von Spirituosen grundsätzlich verpflichtet, auf dem Produkt - wie bei den Zigaretten - auf mögliche gesundheitliche Risiken hinzuweisen. Ein weiterer Schritt wäre dann zumindest bei den Rundfunk- und Fernsehanstalten ganz auf die öffentliche Auslobung harter Spirituosen zu verzichten.

All diese Forderungen müssen auch für die neuen, privaten Medien gelten. Leider sind CSU und bayerische Staatsregierung hier einen Schritt in die falsche Richtung gegangen, als sie Sonntagswerbung und bewußt kindergezielte Werbung für die Privatsender zuließen. Wir hoffen, daß der Bayerische Verfassungsgerichtshof dieser Ausweitung der Werbemöglichkeiten einen Riegel vorschiebt. Wir werden - zusammen mit den Kirchen und vielen gesellschaftlichen Gruppen - dafür kämpfen, daß solche Werbung auch aus den „privaten“ Programmen herausgehalten wird. Aus lauter Sorge um die Wettbewerbsfähigkeit der privaten Anbieter haben CSU und Staatsregierung jegliches Augenmaß verloren und einer Amerikanisierung der Fernsehwerbung zugestimmt. Eine solche Entwicklung müssen wir aufhalten. Wir brauchen weder Sonntagswerbung - und sei es nur als Sponsorwerbung - noch kindergezielte Werbung und schon gar nicht Szenenwerbung, die mitten in Filme oder Unterhaltungssendungen eingeschaltet wird und denen sich der Fernsehzuschauer im Gegensatz zu den heute erlaubten Werbeblöcken dann praktisch überhaupt nicht mehr entziehen kann.

(-/29.1.1986/rs/ks)

+ + +



Warnung vor einer agrarpolitischen Fehlentscheidung

Nachwachsende Rohstoffe - keine Lösung des Überschußproblems

Von Hermann Wimmer MdB

Mitglied im Ausschuß für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten des Deutschen Bundestages

Die überquellenden Agrarmärkte sorgen seit Jahren für einen schärfer werdenden Einkommensdruck bei den bäuerlichen Betrieben. Die starken Preiseinbrüche während der letzten Getreideernte zeigten wieder einmal überdeutlich, daß sich etwas ändern muß in der Agrarpolitik.

In dieser Situation erblicken einige das Heil in der Produktion nachwachsender Rohstoffe für die Industrie, zum Beispiel Bioäthanol, Faserpflanzen. Millionen Hektar sollen auf diese Weise aus der bisherigen Überschußproduktion ausscheiden, neue Märkte für die Landwirtschaft erschlossen werden.

Ich kann vor übertriebenen Hoffnungen in diesem Bereich nur warnen. Unabhängige Fachleute bestreiten auf absehbare Zeit jede Rentabilität einer solchen Produktion; im Gegenteil, das wäre die mit Abstand teuerste Beseitigung der Überschüsse. „Geldvernichtung“ würde durch „Geldverbrennung“ ersetzt!

Selbst die Energiebilanz der Bioäthanolproduktion ist unter unseren klimatischen Bedingungen bestenfalls 1 : 1 - der Energiegewinn ist also gleich Null.

Eine gewisse Chance hätte der Anbau von Faserpflanzen wie zum Beispiel Flachs. Aber auch hier verlangt die Industrie Weltmarktpreisniveau, bevor sie bereit ist, importierte Rohstoffe durch heimische zu ersetzen.

Selbst wenn diese Voraussetzung erfüllt wäre, kämen für einen solchen Anbau nur einige zehntausend Hektar in der Bundesrepublik in Frage. Viel zu wenig, um den Getreidemarkt nachhaltig zu entlasten.

Fazit: Es gibt keine Marktnische, die groß genug wäre, um eine nachhaltige Reform der Markt- und Preispolitik überflüssig zu machen.

Die SPD hat in ihrem agrarpolitischen Programm die Grundzüge einer solchen Reform dargelegt.

(-/29.1.1986/rs/ks)

+ + +

