

AUS BERNER SICHT

Bitte erwähnen Sie mich



VON STEFAN SCHMID

Wahljahre sind spezielle Jahre. Zumindest für uns Bundeshausjournalisten. Selten sind Politiker und deren Berater so freundlich wie in diesen zwölf Monaten vor der Wahl. Ständerätinnen*, die bisher hastig vorbeigezogen sind, bleiben plötzlich stehen und erkundigen sich, wie es denn so läuft in der Branche. Nationalräte*, die unter normalen Umständen grimmig dreinschauen, verteilen auf einmal Komplimente, wie erhellend die Berichterstattung in letzter Zeit ausgefallen sei.

Interessant zu beobachten ist auch, wie Politiker und deren Berater jede noch so erspriessliche Gelegenheit wahrnehmen, um sich auf einer medialen Bühne zu präsentieren. Fast schon idealtypisch war diesbezüglich die Miss-Schweiz-Wahl vom letzten Wochenende in Bern. Da tummelte sich Krethi und Plethi* im durchsichtigen Zelt auf dem Bundesplatz, nur um in einer lokalen Gratispostille – oder im besseren Fall in der «Schweizer Illustrierten» – inszeniert zu werden. Das Schönste daran: Einige Politikerinnen* mokierten sich im Nachhinein über den Anlass. Aber das ist ein anderes Thema. Herzog ist auch das Bewerbungsschreiben, das uns ein SP-Politiker* zukommen liess. Als Experte gebe er gerne zur Pauschalbesteuerung Auskunft. (Dumm nur, hat das bisher niemand gemerkt.) Den Vogel abgeschossen hat aber ein umtriebiger Polit-Berater*, der gerne Bücher über Wahlkämpfe verfasst und diese meist ein Jahr vor den Wahlen – ja wann denn sonst? – veröffentlicht. Er will aber nicht nur sein Buch in der Zeitung besprochen haben, sondern gleich ein Interview zu den Wahlen vom kommenden Oktober geben. Am liebsten in der Samstagausgabe.

* Namen der Redaktion bekannt.

Stefan Schmid ist Leiter der Bundeshausredaktion der «Südschweiz» und der «Aargauer Zeitung».

SCHWEIZERHÖFLI

Sound of Ecopop



VON MARC SCHWITTER

Am Stammtisch. Peter bestellt noch einen Kaffee. «Sag mal, Koni, was hältst du eigentlich von Ecopop?» Koni winkt ab. «Was heute alles in der Hitparade läuft, ist nicht so mein Ding. Ich höre liebe AC/DC oder Metallica.» Peter: «Naja, Ecopop ist nicht so sanft, wie sich der Name anhört. Bei Ecopop hat es ganz harte Töne drin.» Koni: «Also doch so etwas wie Rock und Heavy Metal?» Peter zögert. «Grundsätzlich verbindet Musik ja, aber Ecopop will bewusst Grenzen schaffen. Ecopop ist eher wie Marschmusik. Die Menschen sollen abmarschieren.» Koni nickt. «Das könnte mir gefallen. Aber Ecopop ist nicht Ländler, oder?» Peter lacht. «Nein, überhaupt nicht. Sie hat auch nicht das Zeug zur Nationalhymne. Die meisten von der SVP hören Ecopop gar nicht gerne – ist ihnen zu grün.» Koni: «Grün? Ist das etwa linke Musik?» Peter schüttelt vehement den Kopf. «Nur aussen. Das ist die Verpackung – reines Marketing.» Koni atmet auf. «Gut. Also mit Bob Dylan und diesem Flowerpower-Zeugs musst du mir gar nicht kommen.»

Peter nimmt einen Schluck von seinem Kaffee. «Bäume pflanzen statt Pässe stempeln' oder 'Der Garten ist voll'. Das sind zum Beispiel zwei grosse Hits der Ecopop-Bewegung.» Koni: «Dann ist es also doch eine Musikrichtung mit Botschaft?» Peter nickt. «Im Prinzip geht es um Umweltschutz. Wie damals beim Borkenkäfer. Heute soll die Umwelt vor dem Ausländer geschützt werden.» Koni kratzt sich am Kopf. «Aber Umweltschutz ist doch eigentlich ein globales Thema?» Peter: «Da hast du recht. Es betrifft auch die Westschweiz und das Tessin. Also die ganze Welt der Schweiz.» Koni lächelt. «Die Welt der Schweiz, das hast du jetzt schon gesagt. Vielleicht sollte ich doch mal bei Ecopop reinhören.»

Marc Schwitter arbeitet unter anderem als Pointenschriftsteller für Giacobbo/Müller. www.textpingpong.ch.

ORLANDOS WOCHENSCHAU



KOLUMNE VON GREGOR RUTZ*

Plastiksäcke – eine verbotene Versuchung

Man könnte meinen, die Schweiz ertrinke im Alkohol und der grösste Teil der Bevölkerung leide unter massiven Suchtproblemen und sozialer Verwahrlosung. Anders ist der Aktivismus, welcher von der Bundesverwaltung ausgeht, kaum zu erklären. Staatliche Präventions- und Erziehungsprogramme, Lenkungsabgaben sowie ständig neue Gesetze und Vorschriften gehören zum traurigen Alltag. Dem Fass den Boden ausgeschlagen hat nun die Eidgenössische Alkoholverwaltung. Lügen die Dokumente nicht schwarz auf weiss vor, hielte man die Geschichte für unmöglich.

Im letzten Frühling beschlagnahmten Angestellte der Alkoholverwaltung kurzerhand rund 15 000 Plastiksäcke. Der Vorwurf aus Bundesbern: Die Tragtaschen enthalten Spirituosenwerbung. Nach Auffassung der Beamten dürfen solche Säcke ausschliesslich zum Transport von Spirituosen verwendet werden. Dienen sie aber «dem Transport anderer Waren», sei dies gesetzeswidrig.

In einem Rundschreiben erhielten die Spirituosenhändler und -hersteller daraufhin mitgeteilt, dass Werbung für gebrannte Wasser auf Gegenständen, welche «keine gebrannte Wasser enthalten und damit nicht im Zusammenhang stehen», verboten sei. Dies ist nach Auffassung der Alkoholverwaltung bereits dann der Fall, wenn Plastiksäcke oder Papiertagtaschen zwar beim Kauf von Spirituosen abgegeben, aber danach ein zweites Mal verwendet würden. Eine solche Situation kann bekanntlich immer dann eintreten, wenn die Tragtasche nach der ersten Verwendung noch nicht gerissen oder sonstwie beschädigt ist. Als umweltbewusste Menschen bewahren wir ja gebrauchte Säcke zur Wiederverwendung auf.

Bringt nun aber jemand ein Buch zurück in die Gemeindebibliothek und verwendet dafür eine Tragtasche, auf welcher das Signet einer Spirituose abgebildet ist, wäre dies gemäss Alkoholgesetz bereits verboten. Als umweltbewusster Mensch, der einen Plastiksack wiederverwertet, rutscht er damit gewissermassen in die Illegalität.

Mit Schreiben vom 22. Mai verbietet nun also die Eidgenössische Alkoholverwaltung (EAV) alle Plastiksäcke und Tragtaschen mit entsprechender Aufschrift: «Um diesem Umstand Rechnung zu tragen und die Gleichbehandlung aller Teilnehmer am Spirituosenwerbemarkt sicherzustellen, sollen inskünftig keine mit Spirituosenbranding bedruckten Papiertagtaschen oder Plastiksäcke mehr in Verkehr gebracht werden. (...) Ab 1. Januar 2015 werden sie von der EAV (...) nicht mehr

toleriert.» «Strapazierfähige» und «vielfach verwendbare» Taschen wiederum sind per sofort verboten. Die Alkoholverwaltung schreibt weiter: «Demgegenüber dürfen Tragtaschen mit reiner Firmenwerbung gemäss der langjährigen EAV-Praxis weiter abgegeben werden.»

Der geneigte Leser dürfte sich an dieser Stelle bereits wiederholt gefragt haben, ob unser glückliches Land eigentlich keine anderen Probleme habe. Offenbar nicht. Und trotzdem möchten wir eine Antwort auf die Frage, ob ein entsprechender Aufdruck auf einem Plastiksack denn wirklich einen konkreten Einfluss auf das Trinkverhalten des jeweiligen Plastiksack-Trägers hat. Der Bundesrat zeigt sich ob solcher Fragen wenig erfreut und denkt nicht im Geringsten daran, auf die fragwürdige Praxis der Alkoholverwaltung Einfluss zu nehmen. Nach Auffassung unserer Landesregierung können solche Aufdrucke «tatsächlich einen Anreiz schaffen, Spirituosen zu kaufen und zu trinken». Deswegen sei es wichtig, dass strapazierfähige Tragtaschen, welche auch «für die Beförderung anderer Gegenstände» verwendet werden können, verboten werden.

Selbst auf die Frage, ob denn zumindest Firmenwerbung erlaubt sei, relativiert das zuständige Finanzdepartement: Wenn das Firmenlogo dem Produktlogo ähnlich sehe, müsse es entsprechend angepasst werden. Der Bundesrat geht sogar noch weiter: Die Alkoholverwaltung biete den Marktteilnehmern die Möglichkeit, «ihre Werbeprojekte kostenlos auf die Übereinstimmung mit den gesetzlichen Bestimmungen überprüfen» zu lassen. So weit sind wir also: Wer eine Werbekampagne für ein Produkt lancieren will, braucht hierzu das Okay aus Bundesbern.

Warum eigentlich dieser Kreuzzug gegen den Alkohol und alles, was Freude macht im Leben? Zum Glück gibt es Menschen wie den Wiener Philosophen Robert Pfaller, welcher frei nach Epikur sagt: «Immer nur vernünftig zu sein ist kein Kennzeichen davon, dass man tatsächlich vernünftig ist.» Möge sich die Bundesverwaltung dies hinter die Ohren schreiben!



* Gregor Rutz ist Jurist, Unternehmer und Inhaber einer Agentur für Kommunikations- und Strategieberatung. Seit 2012 vertritt er die SVP im Nationalrat. Er ist Präsident der IG Freiheit und wohnt in Zürich.

TWEETS DER WOCHE

«Vor dem Spiel zweifeln die Nörgler, ob die Schweiz überhaupt gewinnt, nach dem Spiel ist den Nörglern 4:0 zu wenig. #pflichterfüllt #SMRSUI»

Die Schweizer Fussball-Nationalmannschaft musste für ihre Leistungen in den letzten Spielen viel Kritik einstecken. Genug genörgelt, findet Thomas Brügger (@ThomasBruegger).

«Alle Spieler von San Marino sind Amateure. Der Torwart zum Beispiel muss in der Pause am Grillstand aushelfen. #SMRSUI»

Roger Hausmann (@roger_hausmann) widmet sich dem letzten Gegner der Schweizer Fussball-Nationalmannschaft.

«Zwischen 200 und 500 Meter müssen Zigarettenautomaten von Schulen entfernt sein. Damit die Kinder überhaupt etwas Bewegung bekommen.»

Werbetexter Peter Breuers (@peterbreuer) Erklärung tönt plausibel – aber ob sie auch stimmt?

«Liebe Armeebubis. In Tarnkleidung ohne zu gucken über den Zebrastrifen zu galoppieren ist dumm. Oder wollt ihr euch selber abschaffen?»

Goldvreneli (@froumeier) sorgt sich um die Gesundheit der Armeeingehöriegen.

«Ich bin kein Typ, der alberne Selbsttests in Zeitschriften ausfüllt. Kam bei so 'nem Fragebogen in der 'Brigitte' raus.»

Kerstin Brune (@BruneKerstin) verrät sich selbst.

«Wawrinka hat zu alter Form zurückgefunden. Er verliert wieder meistens.» Komiker Peach Weber (@PeachWeber) vergisst bei allem Erfolg von Roger Federer nicht, dass es mit Stanislas Wawrinka auch noch ein zweites Schweizer Ass im Männertennis gibt.