

Im Hinblick auf die Fussballeuropameisterschaft haben 25 Schweizer Organisationen, darunter Hilfswerke und Menschenrechtsorganisationen, eine Kampagne zur Sensibilisierung der Bevölkerung für das auch in der Schweiz hochaktuelle Thema "Frauenhandel" gestartet. Kernstück dieser Kampagne ist ein Spot, der die "Versteigerung" einer verängstigten Frau zeigt. Der Spot setzt spektakuläre visuelle Mittel nur sparsam ein und deutet Gewalt eher an, als dass er sie etwa genüsslich zelebrieren würde.

In den Host Cities Bern und Zürich wird der Spot vor den Spielen auf den Grossleinwänden der Fanzonen gezeigt, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Das ist auch der Grund für den gewählten Zeitpunkt der Kampagne gegen Frauenhandel.

In der Host City Basel soll nun dieser Spot in den Fanzonen erst nach 23 Uhr gezeigt werden, nach Beendigung des jeweiligen Spiels - zu einem Zeitpunkt also, wo kein Mensch mehr auf die Grossleinwand schaut, wo die meisten Besucher vermutlich die Fanzonen bereits verlassen haben, um woanders weiter zu feiern. (Noch übler handelt die Host City Genf, die den Spot in den Public Viewing-Zonen gleich gar nicht ausstrahlt.)

Diese Regelung kommt einer Zensur gleich. Die Begründung, der Spot könne Familien mit Kindern nicht zugemutet werden, ist nicht stichhaltig, da keine exzessive Gewalt gezeigt wird (Kinder und Jugendliche sind am TV, in Filmen und im Internet inzwischen mit sehr viel exzessiveren Gewaltdarstellungen konfrontiert, ohne dass dies jedes Mal zur Besorgnis Anlass gibt - außerdem wird der Spot am Fernsehen DRS und in den Fussballstadien gezeigt, wo auch Kinder unter den Zuschauern sind). Es scheint eher so, als wollten die Verantwortlichen in Basel die Feststimmung nicht mit dem Hinweis auf auch die Schweiz betreffende Menschenrechtsverletzungen trüben. Offenbar befürchtet man an höherer Stelle, ein Nachdenken über einen traurigen Sachverhalt würde womöglich dem Image der Fest-Stadt Basel abträglich sein. Es drängt sich der Verdacht auf, das Argument des Kinderschutzes werde vorgeschoben, um die Festlaune - und damit natürlich die Konsumlaune - nicht zu beeinträchtigen.

In diesem Zusammenhang stelle ich der Regierung folgende Fragen:

- Teilt die Regierung die Ansicht der "Kampagne Euro 08 gegen Frauenhandel", dass Frauenhandel auch in der Schweiz und auch in Basel ein gravierendes Problem darstellt und darum alles unternommen werden muss, damit möglichst weite Teile der Bevölkerung (insbesondere auch die Freier von durch Frauenhandel ins Land gekommenen Prostituierten) auf diese Menschenrechtsverletzungen aufmerksam gemacht werden können?
- Teilt die Regierung die Ansicht von Christoph Bosshard, Projektleiter Euro 08, dass ein Spot, der am Fernsehen, in den UEFA-Stadien und in den UBS-Arenen gezeigt wird, für Familien mit Kindern in den Public-Viewing-Zonen zu brutal ist, um ihn vor 23 Uhr zu zeigen?
- Ist die Regierung bereit, auf die Verantwortlichen dahingehend Einfluss zu nehmen, dass, wie in Bern und Zürich, der wichtige Informations- und Präventionsspot zum Frauenhandel in den Fanzonen nicht erst zu einem Zeitpunkt gezeigt wird, wenn sich die Reihen lichten und ohnehin niemand mehr auf die Leinwand schaut?

Andrea Bollinger