

BDTA e.V. • Waidmarkt 11 • 50676 Köln

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
Frau MinR'n Dr. Schaub
Leiterin des Referats 223
Wilhelmstraße 54
10117 Berlin

- per Mail: 223@bmel.bund.de -

Köln, 6. März 2020

**Tabakrecht: Formulierungshilfe zu weiteren Werbebeschränkungen und zur
Einbeziehung nikotinfreier E-Zigaretten in das Tabakrecht**
Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes

Sehr geehrte Frau Dr. Schaub,

herzlichen Dank für Ihr Schreiben vom 28. Februar 2020, in dem Sie uns um unsere Stellungnahme zum Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes bitten. Der Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller e.V. (BDTA) vertritt die gemeinsamen wirtschaftlichen, politischen und sozialen Interessen seiner 100 mittelständischen Mitgliedsbetriebe - in ihrer überwiegenden Zahl Familienbetriebe - gegenüber Behörden, politischen Entscheidungsträgern, anderen Verbänden und Organisationen sowie der Öffentlichkeit und den Medien.

Der BDTA kann zu den einmaligen und laufenden Kosten sowie zu den Einnahmeeinbußen aufgrund der vorgesehenen Ausweitung der Werbebeschränkungen keine validen Aussagen treffen. Gestatten Sie uns an dieser Stelle aber bitte dennoch einige Anmerkungen zum vorliegenden Rechtsetzungsvorhaben.

Mit großem Interesse haben wir den Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes gelesen. Der BDTA stimmt in vielen Punkten mit den Forderungen des Entwurfs überein. Insbesondere die Zielsetzung eines allumfassenden Jugendschutzes vor den Gefahren des Rauchens wird von uns uneingeschränkt mitgetragen. Um diese Zielsetzung zu erreichen, ist unserer Meinung nach die Einführung eines erweiterten Werbeverbots allerdings nicht zwingend.

Das erstrebenswerte Ziel, junge Menschen vom Konsum von Tabakwaren abzuhalten, hat die Bundesregierung in den letzten Jahrzehnten durch eine Kombination verschiedener auf eine Reduzierung der Nachfrage abzielender Aktivitäten wie Informations- und Aufklärungskampagnen sowie regulatorischer Maßnahmen wie Rauchverbote, Warnhinweise, Erhöhungen der Preise durch Tabaksteuererhöhungen auf der einen Seite und auf das Angebot abzielender Vorhaben durch die Bekämpfung des Schmuggels und die Anhebung des Mindestalters zum Erwerb von Tabakprodukten andererseits, erreicht. Hierzu haben der Einzel- und automatenaufstellende Handel am Ort des Verkaufs durch verantwortungsbewusste Händler und durch die - mit hohem organisatorischen wie finanziellen Aufwand von mehr als 300 Mio. € eingeführten - technischen Vorrichtungen an den Zigarettenautomaten ihren Beitrag geleistet.

Der Erfolg aller dieser Maßnahmen spiegelt sich in den rückläufigen Zahlen der Tabak konsumierenden Jugendlichen wider. Der sinkende Anteil von rauchenden Jugendlichen im Alter von 12 bis 17 Jahren in den letzten 17 Jahren, bestätigt den Erfolg unserer Maßnahmen. (siehe BZgA, Rauchen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland, Ergebnisse des Alkoholsurveys 2018 und Trends)

Wir sehen daher in der Fortführung dieser Maßnahmen das erwiesenermaßen erfolgreiche Instrument, die Raucherprävalenz unter Minderjährigen auch künftig weiter zu kontrollieren und zu senken.

Werbung ist für Unternehmen ein wichtiges Kommunikationsinstrument, um Konsumenten über die Eigenschaften von Produkten zu informieren. Dies ist insbesondere von Bedeutung, wenn neue und innovative Produkte auf dem Markt erscheinen. Nur informierte Konsumenten können eine auf Fakten beruhende Entscheidung, welches Produkt sie konsumieren wollen, treffen. Dies gilt insbesondere und vor allem für informationsbedürftige Produkte, wie es Tabakwaren nun mal darstellen.

Ein generelles Tabakwerbeverbot wäre in der Tat verfassungsrechtlich zumindest bedenklich, wenn nicht sogar verfassungswidrig. Es entspricht auch nicht den Forderungen der von Deutschland mitgetragenen WHO-Tabakrahmenkonvention (FCTC). Das Abkommen wurde unter dem entscheidenden Vorbehalt unterzeichnet, dass Werbeverbote nur nach Maßgabe der jeweiligen Verfassung gelten können.

An dieser Stelle muss daher explizit darauf hingewiesen werden, dass Grundrechte ihre Schutzwirkung umso stärker entfalten, je mehr sie eingeschränkt werden. Bei der Einführung eines absoluten Werbeverbotes, wäre das Grundrecht der freien Meinungsäußerung und der Berufsfreiheit nach unserer Auffassung auf das Äußerste eingeschränkt.

Vor diesem Hintergrund ist der BDTA der Überzeugung, dass regulierte Tabakwerbung zumindest am Ort des Verkaufs auch weiterhin möglich sein muss. Ein gänzlich-ches Werbeverbot hält keinen Verbraucher vom Rauchen ab, verzerrt hingegen den Wettbewerb und steht unserem Grundrecht der freien Meinungsäußerung und Berufsfreiheit entgegen.

Wir bitten Sie daher, bei der weiteren Ausarbeitung der Formulierungshilfe zum Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes, die oben genannten Argumente zu berücksichtigen und in Ihre Überlegungen mit einzubeziehen.

Abschließend möchten wir auch nochmal unsere grundsätzliche Bereitschaft und unseren Wunsch zum Ausdruck bringen, in einem Anhörungsverfahren im Zuge des Gesetzgebungsprozesses unsere Argumente vollständig und ausführlich vortragen zu können.

Sollten Sie zu den oben genannten oder zu anderen Aspekten des Handels mit Tabakwaren noch Fragen haben, steht Ihnen der BDTA als Vertreter des Tabakwaren-Großhandels und des automatenaufstellenden Handels jederzeit gerne für ein Gespräch zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen



Andreas Landwehr
Hauptgeschäftsführer