

**VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger  
BDZV Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger**

**Stellungnahme**  
(Stand 6. März 2020)

**zur**

**Formulierungshilfe des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft  
für einen Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des  
Tabakerzeugnisgesetzes vom 28. Februar 2020**

Der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ) ist der Dachverband der deutschen Zeitschriftenverlage. Die Mitgliedsverlage des VDZ geben insgesamt über 3000 Zeitschriftentitel in gedruckter Form und digitalen Varianten heraus und verkörpern damit rund 90 % des deutschen Zeitschriftenmarktes. Über 95 % der VDZ-Mitglieder sind kleine oder mittlere Unternehmen.

Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV) ist die Spitzenorganisation der Zeitungsverlage in Deutschland. Über seine elf Landesverbände sind dem BDZV mehr als 300 Tageszeitungen sowie 14 Wochenzeitungen einschließlich der zugehörigen Online-Angebote angeschlossen. Gemessen am Umsatz repräsentieren die BDZV-Mitgliedsverlage 85 % des deutschen Zeitungsmarktes

**I.** Wir unterstützen zunächst als Mitglieder des ZAW dessen Stellungnahme.

**II.** Im Folgenden erlauben wir uns Anmerkungen zu weiteren pressespezifischen Fragen der Werbeverbote des Tabakerzeugnisgesetzes.

Die Formulierungshilfe enthält, soweit wir sehen, keine neuen Beschränkungen der Werbung in Print- und vergleichbaren digitalen Medien und auch keine zusätzlichen Gefährdungen der redaktionellen Berichterstattung über Tabakprodukte. Wenn dieses Verständnis zutrifft, ist es wahrscheinlich nur auf redaktionelle Gründe zurückzuführen, dass die Begründung des Entwurfes im Kontext der Einschränkung der Kino- und Außenwerbung davon auszugehen scheint, nicht nur die Meinungsäußerungsfreiheit, sondern auch die Pressefreiheit zu beschränken (S. 9). Sollten wir wider Erwarten einen Regelungsgehalt verkannt haben, der doch die Werbung in gedruckten oder digitalen Presseprodukten weiter als bislang einschränkt, wären wir für eine entsprechende Information dankbar.

1. Die für die Werbung in der gedruckten wie digitalen Presse einschlägigen § 19 Abs. 2 und 3 TabakErzG bleiben unverändert. Danach darf gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 1 weiterhin in Pressepublikationen geworben werden, „die ausschließlich für im Handel mit Tabakerzeugnissen oder elektronischen Zigaretten oder Nachfüllbehältern tätige Personen bestimmt“ sind. Damit wird dem notwendigen Schutz der Pressefreiheit für Publikationen für den Handel Rechnung getragen, der sich aus Art. 3 Abs. 1 RiLi 2003/33/EG wie auch aus dem Grundrechtsschutz der Pressefreiheit aus Art. 11 der Grundrechtecharta etc. ergibt.

2. Leider wird der 2015 durch den Bundesgesetzgeber gestrichene Schutz redaktioneller Freiheit nicht wiedereingeführt. Das sollte nachgeholt werden, indem – wie in § 22a S. 1 des vorläufigen Tabakgesetzes<sup>1</sup> – klargestellt wird, dass die Werbeverbote redaktionelle Berichte nicht erfassen.

Das Risiko, dass als kommerzielle Kommunikation und damit als Werbung i. S. der für die Umsetzung maßgeblichen RiLi 2003/33/EG auch unabhängige Berichte Dritter und damit auch redaktionelle Medieninhalte erfasst werden, besteht fort. Es ist keinesfalls mehr natürlich, dass unter Werbung nicht auch unabhängige redaktionelle Berichterstattung verstanden wird. Bekanntermaßen wurde sogar ein redaktioneller Artikel einer französischen Zeitschrift, der sich kritisch mit der Tabakwerbung durch Spitzensportler auseinandersetzt, auf der Grundlage des französischen Tabakwerbeverbotes mit einer empfindlichen Geldbuße geahndet. Die maßgebliche Werbung wurde darin gesehen, dass der Artikel einen der Spitzensportler mit seiner Sportausrüstung und dem darauf abgebildeten Logo des Tabakerzeugnisses im Bild zeigte.

3. Die ebenfalls 2015 und ohne nachvollziehbaren Grund gestrichene Ausnahme für Rauchermagazine, also Publikationen, die sich ausschließlich an entsprechend interessierte Leser richten, fehlt weiterhin. Die in § 21a Abs. 3 Nr. 3 des Vorläufigen Tabakgesetzes enthaltene Ausnahme sollte wieder eingeführt werden.

Sog. Genussraucher Magazine sind Zeitschriften, die sich redaktionell im Wesentlichen mit Pfeifen, Zigarren, Zigaretten etc. beschäftigen und dementsprechend von dem relativ kleinen Teil einschlägig interessierter Bürger und Verbraucher gelesen und gekauft werden.

Die Streichung der Ausnahme für diese Publikationskategorie und damit das Verbot der Werbung in Genussraucher Magazinen ist unverändert nicht nachvollziehbar. Ein Tabakwerbeverbot für solche Zeitschriften ist unverhältnismäßiger Paternalismus gegenüber erwachsenen Bürgern, deren Informationsfreiheit mittelbar ohne Grund erheblich beschnitten wird. Das Werbeverbot ist zugleich ein mittelbar gezieltes staatliches Vorgehen gegen ein Nischenpresseerzeugnis, dessen Themen politisch nicht gefallen mögen, die dennoch aber den Schutz der Pressefreiheit verdienen. Diesen Magazinen die Werbung zu verbieten, trifft sie massiv.

Ein Werbeverbot für Genussraucher Magazine ist keinesfalls europarechtlich erzwungen. Ein Tabakwerbeverbot für diese Zeitschriftenkategorie ist ebenso wenig europarechtlich geboten wie ein Werbeverbot für Zeitschriften, die sich an den Tabakhandel

---

<sup>1</sup> In der Fassung durch das Erste Gesetz zur Änderung des Vorläufigen Tabakgesetzes vom 21.12.2006 zur Umsetzung der Richtlinie 2003/33/EG (BGBl. I S. 3365).

richten. Die Ausnahme für Raucher Magazine ist zwar in Art. 3 der RiLi 2003/33/EG nicht ausdrücklich vorgesehen, fällt aber ganz offensichtlich unter die Zielrichtung der Richtlinie. Denn die Richtlinie stellt in Erwgg. (4) selbst klar, dass sie Tabakwerbung nicht in jeglicher Presse verbieten will. Es soll vielmehr nur „Tabakwerbung“ in der Presse „auf diejenigen Magazine und Zeitschriften beschränkt werden, die sich nicht an die breite Öffentlichkeit richten wie **z. B.** Veröffentlichungen“ für den Tabakhandel (Hervorhebung nur hier). Das Publikum der Genussraucher Magazine ist sehr viel kleiner als dasjenige der handelsadressierten Zeitschriften und damit sogar noch deutlicher nicht vom Sinn und Zweck der Richtlinie erfasst.

4. Selbstverständlich muss es zulässig bleiben, Zeitschriftenhefte oder Zeitungen aus der Zeit vor 2006 mit zulässiger Tabakwerbung nachzuliefern oder bei Bedarf auch nachzudrucken. Das sah § 22a Vorläufiges Tabakgesetz für den Nachdruck ausdrücklich und damit – a maiore ad minus – konkludent auch für die Nachlieferung noch vorhandener Altbestände vor. Auch diese Ausnahme für Nachdrucke wurde ohne jeden Anlass 2015 gestrichen und sollte wieder eingeführt werden.

Kontakt:

Prof. Dr. Christoph Fiedler  
VDZ  
Markgrafenstr. 15  
10969 Berlin

Tel.: 030 72 62 98 120  
[c.fiedler@vdz.de](mailto:c.fiedler@vdz.de)

Helmut Verdenhalven  
BDZV  
Markgrafenstr. 15  
10969 Berlin

Tel.: 030 72 62 98 203  
[verdenhalven@bdzv.de](mailto:verdenhalven@bdzv.de)