



Herrn Abteilungsleiter
MinDirig Dr. Lorenz Franken
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
Nur per Mail: AL2@bmel.bund.de

12. März 2020

Tabakrecht: Formulierungshilfe zu weiteren Werbebeschränkungen und zur Einbeziehung nikotinfreier E-Zigaretten in das Tabakrecht

Hier: Stellungnahme zur mündlichen Anhörung am 13. März 2020

Sehr geehrter Herr Dr. Franken,

vielen Dank für die Einladung zu einer mündlichen Anhörung am 13. März in Ihrem Hause, zu der wir vorab gerne folgende Stellungnahme schriftlich zu Protokoll geben.

Der VdR und seine mittelständischen Mitgliedsunternehmen stehen den Plänen für weitere Verbote der Tabakwerbung nach wie vor kritisch gegenüber.

Die geplante Gesetzesänderung läuft auf ein beinahe vollständiges Kommunikationsverbot der Branche hinaus. Es gibt aus unserer Sicht kein sachliches Argument, klare ordnungspolitische Grundsätze der Bundesrepublik Deutschland aufzugeben und den Unternehmen jede Möglichkeit der werblichen Ansprache ihrer erwachsenen Zielgruppe zu nehmen.

Zu unserer grundsätzlichen Skepsis gegenüber einer solch drastischen Verschärfung des Tabakrechts möchten wir an dieser Stelle auch auf die Stellungnahme unseres Dachverbandes, des Lebensmittelverbandes Deutschland e.V. vom 6. März 2020 hinweisen, der wir vollumfänglich zustimmen.

Abgesehen von dieser grundsätzlichen Haltung unseres Verbandes zum geplanten Tabakwerbeverbot möchten wir an dieser Stelle auf einen konkreten Punkt in der Formulierungshilfe eingehen: die Umsetzungsfristen.

Es ist aus Sicht der mittelständischen Tabakwirtschaft nicht nachzuvollziehen, warum die Frist zur Umsetzung der Werbeverbote für klassische Tabakprodukte so kurz gefasst ist. Diese schon lange am Markt bestehenden Produkte werden insbesondere auch von kleineren Manufakturen und mittelständischen Familienbetrieben hergestellt.

Die Planungen für Aufträge und Verträge mit der Werbewirtschaft sind teilweise sehr langfristig angelegt. Die vorgesehene sehr kurze Frist bis zum 1.1.2022 würde für die betroffenen Firmen Konventionalstrafen nach sich ziehen. Zumindest aber würden Gelder an die Werbepartner gezahlt werden, für die keine Gegenleistung mehr möglich ist. Es würde in jedem Fall eine erhebliche zusätzliche finanzielle Belastung der kleinen und mittleren Betriebe durch den Gesetzgeber entstehen, während andere Produktkategorien bis 2024 finanzielle Planungssicherheit bekommen würden.

Zum Schutze des Mittelstandes bitten wir Sie daher, die Übergangsfristen für alle Produktkategorien gleichermaßen auf den 1.1.2024 festzulegen.

Diese Gleichbehandlung ist unseres Erachtens zudem aus wettbewerblichen Gründen geboten, da unterschiedliche Fristen für verschiedene Produktkategorien in diesem Falle keinen sachlichen und fachlichen Gründen folgen.

Wir freuen uns auf das persönliche Gespräch am Freitag.

Herzliche Grüße



Michael von Foerster
Hauptgeschäftsführer