

Nichtraucher-Initiative Deutschland e.V.

Geschäftsstelle:
Carl-von-Linde-Str. 11
85716 Unterschleißheim

Telefon: 089 3171212
nid@nichtraucherschutz.de
<http://www.nichtraucherschutz.de>

Girokonto bei der Postbank München
BIC: PBNKDEFF
IBAN: DE95 7001 0080 0192 4458 03

Stellungnahme der Nichtraucher-Initiative Deutschland e.V. (NID) zu den Entwürfen für ein Tabakerzeugnisgesetz und einem Ersten Gesetz zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes sowie den dazugehörigen Verordnungen

Zum Verbot der Außenwerbung

Im Referentenentwurf des "Ersten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes" vom 4.11.2015 widerspricht das Datum im vorgesehenen Gesetzestext zwei Datumsvorgaben an anderen Textstellen:

13. Dem § 47 werden folgende Absätze 6 und 7 angefügt:

„(6) § 20a findet ab dem 01.07.2020 Anwendung.

(7) § 20b Absatz 1 ist für andere Rauchtabakerzeugnisse als Zigaretten, Tabak zum Selbstdrehen und Wasserpfeifentabak sowie für Schnupftabak ab dem 20. Mai 2020 anzuwenden.“

Absatz 6 müsste lauten: (6) § 20a findet ab dem 01.07.2018 Anwendung.

Siehe dazu folgende Textstellen:

F. Weitere Kosten

Es ist ein Verbot der Außenwerbung ab dem 1.7.2018 vorgesehen. Laut Angaben der Tabakwirtschaft, veröffentlicht im Drogen- und Suchtbericht 2015 der Bundesregierung, wurden im Jahr 2013 69,8 Millionen Euro für Außenwerbung ausgegeben.

sowie

B. Besonderer Teil – Zu Artikel 1 (Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes):

Zu Nummer 13

In § 47 (Übergangsbestimmungen) werden die Absätze 6 und 7 angefügt.

Absatz 6 sieht vor, dass das Verbot der Außenwerbung ab dem 01.07.2018 Anwendung findet.

Absatz 7 regelt für andere Rauchtabakerzeugnisse als Zigaretten, Tabak zum Selbstdrehen und Tabak für Wasserpfeifen sowie für Schnupftabak, dass das Verbot der kostenlosen Abgabe ab dem 20. Mai 2020 Anwendung findet.

Zur Kinowerbung

Es ist nicht nachzuvollziehen, warum die Werbung für ein absolut gesundheitsschädliches Produkt in Kinos beibehalten werden soll, während für manche Drogen, die weniger abhängig machen und weniger gesundheitsschädlich sind als Tabakerzeugnisse, sogar ein strafbewehrtes Verkaufsverbot gilt.

Die NID fordert deshalb für § 20a Wort für Wort die Fassung, die bereits im Referentenentwurf vom 25.06.2015 (damals als § 22) vorgesehen war:

§ 20a

Verbot der Außen- und Kinowerbung

(1) Es ist verboten, Außenwerbung für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten oder Nachfüllbehälter zu betreiben.

(2) Es ist verboten, bei öffentlichen Filmveranstaltungen Werbefilme oder Werbeprogramme für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten oder Nachfüllbehälter vorzuführen.

Eine besondere Regelung im Jugendschutzgesetz entfällt damit.

Zur Schädlichkeit elektronischer Zigaretten

Im Entwurf zur ersten Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes ist für § 21 vorgesehen:

(1) Es ist verboten, (...)

"2. im Verkehr mit elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern oder in der Werbung dafür allgemein oder im Einzelfall werbliche Informationen zu verwenden, die den Eindruck erwecken, dass elektronische Zigaretten weniger schädlich als Tabakerzeugnisse seien."

Ein Gesetz darf nicht offensichtlich falsche Informationen verbreiten und daraus Verbote ableiten. Es ist eine Tatsache, dass das Dampfen elektronischer Zigaretten weitaus weniger schädlich ist als das Rauchen von Tabakerzeugnissen.

Deshalb schlägt die NID für § 21 vor:

2. im Verkehr mit elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern oder in der Werbung dafür allgemein oder im Einzelfall werbliche Informationen zu verwenden, die den Eindruck erwecken, dass elektronische Zigaretten unschädlich seien.

Zum Sponsoring

In der Richtlinie 2014/40/EU vom 3. April 2014 ist zu lesen:

(7) Gesetzliche Maßnahmen auf Unionsebene sind außerdem notwendig, um das WHO-Rahmenübereinkommen zur Eindämmung des Tabakgebrauchs (Framework Convention on Tobacco Control, im Folgenden „FCTC“) vom Mai 2003 umzusetzen, dessen Bestimmungen für die Union und ihre Mitgliedstaaten bindend sind. **Besonders relevant sind die FCTC-Regelung bezüglich der Inhaltsstoffe von Tabakerzeugnissen, der Bekanntgabe von Angaben über Tabakerzeugnisse, Verpackung und Etikettierung von Tabakerzeugnissen, Tabakwerbung, Förderung des Tabakverkaufs und Tabak sponsoring und dem unerlaubten Handel mit Tabakerzeugnissen. Die**

Vertragsparteien des FCTC, einschließlich der Union und ihrer Mitgliedstaaten, haben im Verlauf mehrerer Konferenzen einvernehmlich Leitlinien für die Umsetzung einiger FCTC-Artikel angenommen.

Weder in der FCTC noch in der EU-Richtlinie gibt es eine Beschränkung des Sponsorings auf Hörfunkprogramme. Eine solche ist auch nicht nachvollziehbar angesichts der Tatsache, dass Fernsehprogramme wirkungsstärker sind als Hörfunkprogramme. Die NID schlägt deshalb folgende Regelung für § 19 Abs. 4 vor:

§ 19

Verbot der Hörfunkwerbung, der Werbung in Druckerzeugnissen und in Diensten der Informationsgesellschaft, Verbot des Sponsorings

(4) Es ist verboten, Hörfunk- und Fernsehprogramme zur Förderung des Verkaufs von Tabakerzeugnissen, elektronischen Zigaretten oder Nachfüllbehältern zu sponsern.



Dr. Thomas Stüven
Präsident



Ernst-Günther Krause
Vizepräsidenten



Dr. Dietrich Loos