

## **Stellungnahme des Forum Rauchfrei zur Argumentation der Gegner einer Ausweitung des Verbots für Tabakwerbung (22.09.2015)**

**„Das von der Bundesregierung geplante totale Werbeverbot für Tabakwaren ist ein massiver Eingriff in den freien Wettbewerb und die Kommunikationsfähigkeit über ein legales Produkt“ (Pressemitteilung des VdR vom 29.06.2015)<sup>i</sup>**

Der Gesetzentwurf sieht kein totales Werbeverbot für Tabakprodukte vor. Lediglich Außen- und Kinowerbung sowie die direkte Ansprache von Konsumenten sind nicht länger erlaubt, geworben werden darf weiterhin am Verkaufsort und in Fachzeitschriften, auch die Übertragung eingeführter Marken auf andere Produkte (brand stretching), das Sponsoring von Veranstaltungen und die Förderung von z.B. sozialen oder kulturellen Projekte, die sogenannte Corporate Social Responsibility, ist weiter erlaubt.

**„Der Entwurf sieht gemäß Presseberichten ein komplettes Verbot der Werbung für Tabakprodukte vor. Dies würde einen eklatanten Bruch des Koalitionsvertrages von CDU/CSU und SPD darstellen. Die Koalitionsvereinbarung schreibt grundsätzlich eine 1:1 Umsetzung von EU-Vorgaben vor, um die deutsche Wirtschaft nicht mit weitergehenden Vorschriften zu belasten“ (Pressemitteilung des DZV vom 27.06.2015)<sup>ii</sup>**

Die Einführung eines umfassenden Verbots der Tabakwerbung widerspricht nicht dem Koalitionsvertrag. Die Verpflichtung zur Einführung eines umfassenden Verbots für Tabakwerbung ergibt sich nicht aus der Tabakproduktrichtlinie, sondern aus dem Gesetz zu dem Tabakrahmenübereinkommen. Dieses sah die Einführung eines solchen Verbots bereits bis zum Jahr 2010 vor. Wenn das BMEL dieses Verbot nun in das neu zu schaffende Tabakerzeugnisgesetz aufnimmt, kommt es einer seit langer Zeit bestehenden Verpflichtung nach.

**„Ein totales Tabakwerbeverbot würde aber die Gewerbefreiheit und die Freiheit der Berufsausübung einschränken. Dadurch wären insbesondere kleine Betriebe und Kinos, die einen nennenswerten Teil ihres Umsatzes über Tabakwerbung bzw. –verkauf erwirtschaften, in ihrer Existenz gefährdet“ (Aus der Email des BMWi an das Forum Rauchfrei vom 20.07.2015)<sup>iii</sup>**

Tabakgeschäfte oder Kinos sind in ihrer Existenz nicht bedroht. Beide erzielen ihren Umsatz nicht über die Tabakwerbung. In Tabakgeschäften darf weiter geworben werden, auch ein Display Ban, ein Verbot der Zurschaustellung der Waren im Geschäft, ist nicht vorgesehen. Das geplante Tabakwerbeverbot wird auf Tabakgeschäfte keine Auswirkungen haben. Die Ausgaben der Tabakwirtschaft für Kinowerbung betragen im Jahr 2013 gerade mal 78.000 Euro.<sup>iv</sup> Im Jahr 2013 gab es in Deutschland 1.637 Kinos. Diese hatten Bruttoeinnahmen von 1.023.000.000 Euro.<sup>v</sup> Von einer Existenzbedrohung durch den Wegfall von Einnahmen in Höhe von 78.000 Euro zu sprechen, ist geradezu lächerlich.

**„Schäden nicht nur in der Tabakindustrie: Die Außenwerber rechnen mit Schäden in Höhe von 250 Millionen Euro.“ (Antwort des DZV in einem Telefoninterview mit der online Zeitschrift PRMagazin)<sup>vi</sup>**

Im Jahr 2013 haben die Tabakkonzerne nach eigenen Angaben ca. 69 Millionen Euro für Außenwerbung ausgegeben. Die gesamten Nettoumsätze für Außenwerbung in Deutschland betragen in diesem Jahr 891 Millionen Euro.<sup>vii</sup> Tabakwerbung macht also lediglich 7,7 Prozent aus. Die Auswirkungen des geplanten Werbeverbots für die Werbewirtschaft sind minimal. Der Anteil der Ausgaben für Außen- und Kinowerbung an den gesamten Ausgaben für Tabakwerbung betrug im Jahr 2013 lediglich ein Drittel<sup>viii</sup>. Im Rahmen der oben erwähnten Umfrage des online PR Magazins zum Referentenentwurf für das neue Tabakerzeugnisgesetz antwortete der Deutsche Zigarettenverband: „Das Werbeverbot an sich wäre das kleinste Problem.“<sup>ix</sup>

Die gesamten Werbeausgaben in Deutschland betragen 2013 18,3 Milliarden Euro.<sup>x</sup> Die gesamten Ausgaben für Tabakwerbung betragen davon ca. 1,1 Prozent, die Ausgaben für Außen- und Kinowerbung also maximal 0,4 Prozent.

In Berlin ist die Außenwerbung für Tabakprodukte bereits seit Jahren verschwunden. Von Seiten der Wirtschaft gab es deshalb keinerlei Beschwerden, sie verkraftet dies offensichtlich sehr gut.

---

<sup>i</sup> <http://www.verband-rauchtabak.de/wp-content/uploads/2015/06/Geplantes-Tabakwerbeverbot-ist-%C3%BCberzogen-und-verfehlt-Wirkung.pdf>

<sup>ii</sup> [https://www.zigarettenverband.de/pos-data/page\\_img/file/Pressemitteilungen/2015-06-27\\_PM\\_BMEL\\_Tabakwerbeverbot.pdf](https://www.zigarettenverband.de/pos-data/page_img/file/Pressemitteilungen/2015-06-27_PM_BMEL_Tabakwerbeverbot.pdf)

<sup>iii</sup> [http://www.forum-rauchfrei.de/files/20150727\\_email\\_bmwi.pdf](http://www.forum-rauchfrei.de/files/20150727_email_bmwi.pdf)

<sup>iv</sup> Drogen- und Suchtbericht der Drogenbeauftragten der Bundesregierung Mai 2015

<sup>v</sup> <https://www.spio-fsk.de/?seitid=26&tid=3>

<sup>vi</sup> <http://www.prmagazin.de/meinung-analyse/hintergrund/pressestellentest-tabak-alkoholbranche/antworten-von-zigarettenverband.html>

<sup>vii</sup> <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/20074/umfrage/umsatz-der-aussenwerbung-seit-1974/>

<sup>viii</sup> Drogen- und Suchtbericht der Drogenbeauftragten der Bundesregierung Mai 2015

<sup>ix</sup> <http://www.prmagazin.de/meinung-analyse/hintergrund/pressestellentest-tabak-alkoholbranche/antworten-von-zigarettenverband.html>

<sup>x</sup> <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/75034/umfrage/entwicklung-der-werbeausgaben-in-deutschland-prognose/>