



[Aktionszentrum@forum-rauchfrei.de](mailto:Aktionszentrum@forum-rauchfrei.de)  
[www.forum-rauchfrei.de](http://www.forum-rauchfrei.de)

MinR'n Dr. Schaub  
Leiterin des Referats 223  
Produktsicherheit

[223@bmel.bund.de](mailto:223@bmel.bund.de)

Sprecher:

Johannes Spatz	017624419964
Dr. Henry Stahl	017610207105
Rainer Herrmann	015233701536
Forum Rauchfrei ·	017624419964
Thomas-Dehler-Str. 7, 10787 Berlin	

6. März 2020

## **Stellungnahme zu dem Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes**

Sehr geehrte Frau Dr. Schaub,

das Forum Rauchfrei setzt sich in Deutschland als Teil der Zivilgesellschaft für Tabakkontrolle ein, dabei fühlen wir uns dem Gemeinwohl verpflichtet. Denn es steht fest, dass von Tabak die allergrößte vermeidbare Gesundheitsgefahr für die öffentliche Gesundheit ausgeht. Aus dieser Perspektive müssen wir mitteilen, dass wir von dem Entwurf zutiefst enttäuscht sind.

Die Werbebeschränkungen reichen nicht aus, um die Anforderungen zu erfüllen, die der Staat zum Schutz seiner Bürger zu erfüllen hat.

Nachdem feststeht, dass jährlich 121.000 Tote in Deutschland dem Tabakkonsum zum Opfer fallen, müssen entschiedenere Maßnahmen für den Schutz von Leben und Gesundheit getroffen werden, als die in dem Entwurf vorgesehenen Einschränkungen. Der Gesetzgeber muss das Profitstreben der Tabakkonzerne durch ein umfassendes, also ein Werbeverbot ohne Einschränkungen, bekämpfen.

Zu einem umfassenden „Verbot aller Formen von Tabakwerbung, Förderung des Tabakverkaufs und Tabak sponsoring“ verpflichtet bekanntermaßen auch Artikel 13 des Tabakrahmenübereinkommens, das der Bundestag 2004 im Rahmen des 2005 in Kraft getretenen Gesetzes zu dem Tabakrahmenübereinkommen beschlossen hat und das bis 2010 hätte umgesetzt werden müssen.

Es fehlen somit nicht nur entschiedene Verbote, sondern nach den Erfahrungen der vergangenen Zeit werden die vorgesehene Beschränkungen der Werbeverbote auf Außenwerbung zu einer Verlagerung der Tabakwerbung von den Straßen verstärkt an andere Orte führen. Diese Verlagerung ist bereits in vollem Gange und erlebt derzeit eine extreme Steigerung. Sichtbar ist dies am Ort des Verkaufs in Kiosken, aber auch in Supermärkten und Drogerien, auf Musikfestivals, Promotionsveranstaltungen oder im Internet.

### **Tabakwerbung konzentriert sich am Ort des Verkaufs**

Mit der Beschränkung auf ein Verbot der Außenwerbung wird sich die Tabakwerbung lediglich auf den Ort des Verkaufs und andere Bereiche verschieben. Besonders schutzbedürftige Personengruppen wie Kinder, Jugendliche und Heranwachsende sind in Kiosken und anderen Tabakverkaufsstellen schon heute einem hohen Werbedruck ausgesetzt, der sich weiter steigern wird. Kioske und andere Tabakverkaufsstellen bieten neben Tabakerzeugnissen

meist auch Süßigkeiten und Comic-Hefte, Schulmaterialien, Pausenbrötchen und Pausengetränke an, so dass Kinder, Jugendliche und Heranwachsende sich oft in diesen Kiosken aufhalten.

Die Zigarettenregale hinter den Verkaufstischen von Kiosken und anderen Tabakverkaufsstellen haben in den vergangenen Jahren immer mehr Raum eingenommen. Es wurden neue Werbetechniken eingeführt, wie Monitore mit rasch wechselnden Bildern und Videos. Es laufen Werbefilme ab, die auf mehreren Bildschirmen gleichzeitig in unterschiedlichen Teilausschnitten gezeigt werden, so dass sich im Ganzen ein übergroßes Bild ergibt, das mit schnell wechselnden Einstellungen gerade bei jungen Menschen eine magnetisierende Wirkung erzielt. Selbst auf den Zahltellern wird für Tabakerzeugnisse geworben. Es gibt in Kiosken und anderen Tabakverkaufsstellen häufig noch eine ganze Reihe weiterer Werbemittel, wie Aufsteller auf dem Boden und auf dem Verkaufstisch. Sogar auf den Fensterscheiben kleben Werbebilder, die von der Straße aus sichtbar sind. An den Fassaden vieler Kioske ist überdimensional große Leuchtwerbung angebracht. So werden Kioske zu Hochburgen der Tabakwerbung aufgerüstet. Jugendliche können dieser massiven Werbung nicht mehr aus dem Wege gehen. Jugendliche und Heranwachsende sind eindeutig die Kernzielgruppe der Tabakindustrie. Will man sie wirksam schützen, reicht ein alleiniges Verbot der Außenwerbung nicht aus.

Als besonders gefährlich zeigt sich die unübersehbare Monitorwerbung für Tabak im Kassensbereich von Lebensmittelgeschäften und Drogerien. Hier erweist sich besonders, wie heuchlerisch die Behauptung der Tabakkonzerne ist, sie wollen nur erwachsene Raucher ansprechen. Dieser Tabakwerbung in Geschäften des Lebensbedarfs können sich Kinder und Jugendliche, aber auch Personen, die das Rauchen aufgeben wollen, nicht entziehen, da der Lebensmitteleinkauf für die meisten Menschen zum unvermeidbaren Alltag gehört.

Ein überarbeitetes Tabakerzeugnisgesetz muss deshalb das umfassende Tabakwerbeverbot beinhalten, welche das Gesetz zu dem Tabakrahmenübereinkommen vorsieht. Dazu gehören neben einem Verbot der Außenwerbung auch:

- 1. Verbot der Tabakwerbung am und im Ort des Verkaufs**
- 2. Kein Verkauf in Lebensmittelgeschäften und Drogerien**
- 3. Verbot der Präsentation der Ware am Ort des Verkaufs**
- 4. Uneingeschränktes Verbot von Tabakwerbung im Kino**
- 5. Verbot der Übertragung von Marken auf tabakfremde Produkte**
- 6. Verbot von Zigarettenautomaten**
- 7. Verbot von Spenden für Parteien und soziale Projekte (Corporate Social Responsibility)**
- 8. Einführung von neutralen Tabakverpackungen (Plain Packages)**
- 9. Verbot von Sponsoring und Promotion**
- 10. Verbot kostenloser Abgabe von Tabakprodukten im Ort des Verkaufs, auf der Straße oder anderswo**

Selbstverständlich schließen diese Forderungen auch die Werbung für E-Zigaretten, Tabakerhitzer und vergleichbare zukünftige Produkte ein.

Der Sinn der zeitlichen Staffelung der Werbeverbote ist nicht nachvollziehbar und hilft nur der Tabakindustrie bei der Einführung ihrer neuen Produkte bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Das Gesetz sollte so rasch wie möglich und spätestens am 1. Januar 2021 in Kraft treten.

Mit freundlichen Grüßen

Johannes Spatz, Rainer Herrmann und Dr. Henry Stahl