

Brüssel, den 8. November 2002

## Der Vorschlag für eine Richtlinie über Tabakwerbung: Behauptungen

Im Oktober 2000 hat der Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften (EuGH) die bis dahin geltende Richtlinie 98/43/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über Tabakwerbung für nichtig erklärt. Daraufhin hat die Europäische Kommission im Lichte des Urteils des EuGH und des damit vorgegebenen Tenors im Mai 2001 einen Vorschlag für eine neue Richtlinie über Tabakwerbung angenommen (siehe [IP/01/767](#)). Zweck dieser neuen Richtlinie ist die Angleichung der in den Mitgliedstaaten bestehenden Regelungen für Tabakerzeugnisse im Sinne eines weiteren Ausbaus des Binnenmarkts. In den meisten Mitgliedstaaten gelten bereits umfassende Verbote für Tabakwerbung. Gleichzeitig zielt die vorgeschlagene Richtlinie, wie im EG-Vertrag vorgesehen, auf Sicherstellung eines hohen Gesundheitsschutzniveaus der Bürger ab. Mit der Richtlinie wird die Werbung für Tabakerzeugnisse in den Printmedien wie auch im Rundfunk und im Internet verboten. Untersagt wird damit in gleicher Weise jegliches Sponsoring, seitens der Tabakindustrie, von Veranstaltungen oder Aktivitäten, an denen verschiedenen Mitgliedstaaten beteiligt sind oder die in verschiedenen Mitgliedstaaten stattfinden<sup>1</sup>.

Nach inzwischen achtzehn Monaten verzögert sich das Vorankommen dieses Vorschlags im Legislativverfahren noch immer wegen irreführender bzw. unrichtiger Argumente. Der Richtlinienvorschlag soll in der Sitzungswoche vom 18.-21. November im Europäischen Parlament in erster Lesung beraten werden.

Hier nun einige der vielfach geäußerten unwahren Behauptungen<sup>2</sup>:

**BEHAUPTUNG: Dem Kommissionsvorschlag fehlt eine fundierte Rechtsgrundlage.**

**IRRTUM!** Dem Vorschlag liegt der Artikel 95 EG-Vertrag über das Funktionieren des Binnenmarkts zugrunde. Der EuGH hat unmissverständlich festgestellt, dass die Verabschiedung einer Richtlinie zur Untersagung bestimmter Formen der Werbung und des Sponsoring für Tabakerzeugnisse auf eben dieser Rechtsgrundlage zulässig wäre (Randnummern 98, 111 und 117 des EuGH-Urteils). Die Kommission hat besonders dafür Sorge getragen, sicherzustellen, dass sich der Richtlinienentwurf an die mit dem EuGH-Urteil festgesetzten Grenzen hält.

---

<sup>1</sup> Siehe [http://europa.eu.int/comm/dgs/health\\_consumer/library/press/press144\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/library/press/press144_en.html)

<sup>2</sup> Siehe auch " Häufig gestellte Fragen zur Tabakwerbung "unter [http://europa.eu.int/comm/health/ph/programmes/tobacco/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/health/ph/programmes/tobacco/index_en.htm) (MEMO/01/205)

**BEHAUPTUNG:** *Der Vorschlag wird dadurch verfälscht, dass er unter dem Deckmantel der Binnenmarktbestimmungen im EG-Vertrag auf Verwirklichung einer Maßnahme im Bereich der öffentlichen Gesundheit abstellt.*

**IRRTUM!** Der EuGH hat unmissverständlich Folgendes festgestellt: *"Sind die Voraussetzungen für die Anwendung von Artikel 95 als Rechtsgrundlage erfüllt, so steht deren Heranziehung durch den Gemeinschaftsgesetzgeber nicht entgegen, dass dem Gesundheitsschutz bei den zu treffenden Entscheidungen maßgebende Bedeutung zukommt."*

**BEHAUPTUNG:** *Es ist nicht erwiesen, dass voneinander abweichende nationale Rechtsvorschriften über Tabakwerbung in Presseerzeugnissen zu Binnenmarktprobleme verursachen.*

**IRRTUM!** Hierzu sind zahlreiche Beschwerden eingegangen. Die Nichtigerklärung der früheren Richtlinie hat zu einem Auseinanderdriften der nationalen Rechtsvorschriften über Beschränkungen der Tabakwerbung geführt. Diesbezüglich hat der EuGH Folgendes festgestellt: *"Wegen der Entwicklung der nationalen Rechtsvorschriften, die zu einer immer stärkeren Beschränkung der Werbung für Tabakerzeugnisse führt (...), erscheint es (...) wahrscheinlich, dass künftig Hindernisse für den freien Verkehr von Presseerzeugnissen bestehen werden."* Ferner hat der EuGH für Recht erkannt, dass *"die Verabschiedung einer Richtlinie zur Untersagung der Werbung für Tabakerzeugnisse auf der Grundlage des Artikels 95 des Vertrags zulässig sein könnte."* Genau das gedenkt die Kommission in ihrem Vorschlag zu tun.

**BEHAUPTUNG:** *Angesichts der minimalen grenzübergreifenden Auswirkungen lokaler Medien sollten diese von den Rechtsvorschriften, die den Binnenmarkt betreffen, ausgenommen werden.*

**IRRTUM!** Außerhalb des eigenen Landes – speziell in Grenzgebieten – werden durchaus lokale Zeitungen gelesen und lokale Rundfunkprogramme gehört. Hier zwischen lokalen und nationalen Medien streng zu differenzieren, wäre sehr schwierig und könnte zu Verzerrungen gegenüber Medien mit vergleichsweise größerer Verbreitung führen. Der EuGH hat erklärt, dass Fernsehwerbung für Tabakerzeugnisse *"entsprechend der Richtlinie 89/552"* – also dem Verbot der Fernsehwerbung gemäß der Richtlinie über "Fernsehen ohne Grenzen" – zulässig wäre. Dieses generelle Verbot der Fernsehwerbung für Tabakerzeugnisse sieht allerdings keine Ausnahme für lokale Programme vor.

**BEHAUPTUNG:** *Es besteht keine Notwendigkeit, Sponsoring für Veranstaltungen ohne bzw. mit nur geringen grenzübergreifenden Auswirkungen zu verbieten.*

**IRRTUM!** Der Vorschlag stellt nicht darauf ab, Sponsoring anlässlich von Veranstaltungen zu verbieten, die keinerlei grenzübergreifende Auswirkungen haben. Der EuGH hat unmissverständlich festgestellt, dass der Umstand, dass Sponsoring von Veranstaltungen in bestimmten Mitgliedstaaten untersagt ist, in anderen Mitgliedstaaten dagegen zulässig, dazu führen kann, dass Veranstaltungen an einen anderen Ort verlegt werden – mit wirtschaftlichen Einbußen für den Mitgliedstaat, dem die Veranstaltung "verloren geht". Allerdings kann Sponsoring bestimmter Veranstaltungen, wie die jüngst verhängte Streichung des Grand Prix von Belgien durch die FIA zeigt, durchaus größere grenzübergreifende Auswirkungen zur Folge haben.

**BEHAUPTUNG: Die Kommission überschreitet ihre Befugnisse, wenn sie eine gesonderte Empfehlung über zusätzliche Maßnahmen außerhalb des Rechtsrahmens des Richtlinien-Entwurfs vorschlägt.**

**IRRTUM!** Obwohl die Empfehlung die vorgeschlagene Richtlinie in der Tat ergänzt, beruht sie dennoch auf einer völlig anderen Rechtsgrundlage, nämlich auf Artikel 152 EG-Vertrag. Im Übrigen ist die Empfehlung nicht mehr und nicht weniger als das, was der Begriff "Empfehlung" zum Ausdruck bringt. Sie ist mithin keine bindende Rechtsvorschrift und kann auch nicht zwingend durchgesetzt werden.

**BEHAUPTUNG: Durch Werbung wird nicht dem Rauchen Vorschub geleistet, sondern nur die Markentreue gegenüber einem legalen Produkt gefördert.**

**IRRTUM!** Werbung beeinflusst den Tabakkonsum sehr wohl. Aus diesem Grunde unterliegt die Werbung für Tabakerzeugnisse in sämtlichen Mitgliedstaaten Einschränkungen bzw. Verbotsregelungen. Ähnliche Einschränkungen gelten auch in Bezug auf die Werbung für andere legal im Handel angebotene Erzeugnisse (u.a. Arzneimittel, Waffen und Spirituosen).

**BEHAUPTUNG: Die von der Kommission vorgeschlagene Richtlinie untergräbt die Position der Mitgliedstaaten, die für eine strengere Regelung der Tabakwerbung sind, speziell in Bezug auf indirekte Werbung.**

**IRRTUM!** Der Vorschlag der Kommission sieht vor, Tabakwerbung in der Presse, im Rundfunk und im Internet zu verbieten. Sobald die Richtlinie verabschiedet ist, treten die darin verankerten Bestimmungen an die Stelle der derzeit geltenden nationalen Regelungen, nach denen Tabakwerbung in den Printmedien, im Rundfunk und im Internet nicht mehr zulässig ist. Für Sachverhalte, die nicht in den Geltungsbereich der Richtlinie fallen (z.B. indirekte Werbung), bleiben weiterhin die nationalen Rechtsvorschriften maßgebend, und es steht im Ermessen der Mitgliedstaaten, diesbezügliche Verbote zu erlassen. Die von der Kommission unmittelbar vor der Sommerpause vorgeschlagene Empfehlung zur Bekämpfung des Tabakkonsums, die der Rat voraussichtlich am 2./3. Dezember annehmen wird, legt den Mitgliedstaaten in der Tat nahe bzw. soll sie veranlassen, indirekte Werbung zu untersagen.

Thorsten MUENCH: 02/269.10.63  
Catherine BUNYAN: 02/299.65.12