



NACHRICHTEN

28. November 2005
Nr. 14

Tabak-Richtlinie vor dem Europäischen Gerichtshof

Im EU-Tabakwerbeverbot steckt „Infektionsgefahr“

- Instrument beliebiger Werbelenkung für Brüssel -

BERLIN (zaw), Montag, 28. November – Die EU könnte schon bald die Werbung vieler Branchen nach Gutdünken reglementieren. Zu diesem Ergebnis kommt der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) in einer internen Analyse der absehbaren Konsequenzen, sollte der Europäische Gerichtshof (EuGH) die EU-Richtlinie zum Tabakwerbeverbot als vertragstreuer beurteilen.

Deutschland hatte als einziges Mitglied gegen das von Brüssel betriebene Werbeverbot geklagt. Am 6. Dezember wird darüber beim Gerichtshof in Luxemburg mündlich verhandelt.

„Die Entscheidung des höchsten europäischen Gerichts über das weitgehende Tabakwerbeverbot in der EU wirft grundsätzliche Fragen über die künftige Gestaltung kommerzieller Kommunikation in den Märkten der EU auf und geht deshalb weit über diesen Produktbereich hinaus“, so ein Sprecher der Dachorganisation am Montag in Berlin. Erkläre der EuGH die Tabakrichtlinie für rechtens, könne sich Brüssel über nationale Kompetenzen insbesondere im Bereich der Gesundheitspolitik mit Werberestriktionen hinwegsetzen. Eine derart

INFORMATIONEN FÜR PRESSE, HÖRFUNK UND FERNSEHEN
ZENTRALVERBAND DER DEUTSCHEN WERBEWIRTSCHAFT ZAW
POSTANSCHRIFT: 10873 BERLIN • TELEFON 030 – 59 00 99-700 • TELEFAX 030 – 59 00 99-722
E-MAIL: ZAW@ZAW.DE
ONLINE-SERVICE: WWW.ZAW.DE
VERANTWORTLICH: VOLKER NICKEL

Kontakt: Handy 0172 – 25 177 82

erschlichene Regelungskompetenz eröffne der Kommission weitere Möglichkeiten der Lenkung und des Abbaus von Werbung in einzelnen, aus ihrer Sicht problematischen Produktbereichen wie z.B. alkoholische Getränke, Automobile und Lebensmittel.

Allein die monetären Effekte des Tabakwerbeverbots würden in Deutschland nach Angaben des ZAW zu einem Verlust von knapp 300 Millionen Euro führen. Die Alkoholwirtschaft investiert jährlich rund 520 Millionen Euro, die Lebensmittelindustrie sowie der Lebensmittelhandel rund 4,5 Milliarden Euro in die Werbung bei den Konsumenten, die Automobilbranche 1,6 Milliarden Euro.

Auch der Markt der Werbeträger könnte durch das Tabakwerbeverbot infiziert werden. So verkauften deutsche Presseverlage lediglich rund 1 Prozent ihrer Gesamtauflage im Ausland, vertrieben also 99 Prozent ihrer Objekte national. Würden die Luxemburger Richter die von der EU angeordnete vollständige Ausschaltung der Tabakwerbung bestätigen, wäre der Weg frei auch für Werbeverbote im Bereich anderer lokaler Werbeträger. Bisher hatte der Gerichtshof der Europäischen Union die Zuständigkeit etwa für Plakat- oder Kinowerbung abgesprochen.

Generell würde die Abweisung der Klage der deutschen Bundesregierung durch den EuGH vor allem die EU-Kommission antreiben, ihre dirigistische Politik in Sachen Werbung zu verstärken. Ihr Ziel sei es, den Verbraucher vor sich selbst zu schützen, der offenkundig in Brüssel als nicht lebenskompetent im Umgang mit Werbung eingeschätzt wird.

"Damit droht die Gefahr, dass der Wettbewerb immer weiter behindert, die Innovationsfähigkeit in vielen Branchen herabgesetzt und dadurch der Produktionsstandort Deutschland in Mitleidenschaft gezogen würde", so der ZAW. Preiserhöhungen für die Produkte wären die Folge, die am Ende der Kette die Konsumenten zu tragen hätten. Ihre Informationsmöglichkeit würde durch Werberestriktionen ohnehin immer weiter eingeschränkt.