

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Rainer Brüderle, Gudrun Kopp, Dr. Helmut Haussmann, Ina Albowitz, Ernst Burgbacher, Jörg van Essen, Ulrike Flach, Paul K. Friedhoff, Horst Friedrich (Bayreuth), Rainer Funke, Hans-Michael Goldmann, Joachim Günther (Plauen), Klaus Haupt, Ulrich Heinrich, Walter Hirche, Birgit Homburger, Dr. Werner Hoyer, Ulrich Irmer, Dr. Heinrich L. Kolb, Jürgen Koppelin, Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, Dirk Niebel, Hans-Joachim Otto (Frankfurt), Cornelia Pieper, Dr. Edzard Schmidt-Jortzig, Gerhard Schüßler, Dr. Irmgard Schwaetzer, Marita Sehn, Dr. Hermann Otto Solms, Carl-Ludwig Thiele, Dr. Wolfgang Gerhardt und der Fraktion der FDP**

### **Haltung der Bundesregierung zu Werbeverboten für Nahrungs- und Genussmittel**

Die Europäische Kommission hat am 30. Mai 2001 den Vorschlag für eine Richtlinie über die Werbung für Tabakerzeugnisse und das damit in Verbindung stehende Sponsoring vorgelegt (KOM-Drucksache 2001/283). Der Europäische Gerichtshof hat eine frühere Richtlinie (98/43/EG vom 6. Juli 1998) durch Urteil vom 5. Oktober 2000 in der Rechtssache C-376/98 für nichtig erklärt. Auch der neue Vorschlag der Europäischen Kommission wirft über den angesprochenen Regelungsbereich der Tabakerzeugnisse hinaus grundsätzliche Fragen der Kompetenzabgrenzung zwischen Mitgliedstaaten und Gemeinschaft, der Subsidiarität, der Medienpolitik, der wirtschaftlichen Rolle der Werbung und der Folgen von Werbeverboten für Wirtschaft und Gesellschaft auf. Der neue Richtlinienvorschlag kann sich zu einem Modellfall über das Verhältnis gemeinschaftlicher und einzelstaatlicher Eingriffsbefugnisse, gesellschaftlicher Subsidiarität und der Verantwortlichkeit des Einzelnen entwickeln.

Wir fragen die Bundesregierung:

#### **I. Zur Wirtschaftspolitik**

1. Teilt die Bundesregierung die Auffassung, dass auch die Werbung für Genuss- und Nahrungsmittel unverzichtbarer Bestandteil einer wettbewerbsorientierten Marktwirtschaft und der notwendigen Information der Verbraucher ist?
2. Teilt die Bundesregierung die Auffassung, dass für legale Produkte grundsätzlich auch geworben werden darf und dass an Beschränkungen der Werbe- und Informationsfreiheit hohe Anforderungen, insbesondere im Hinblick auf ihre Verhältnismäßigkeit zu stellen sind?

3. Wie hoch sind die von dem neuen Vorschlag der Europäischen Kommission erfassten Werbeaufwendungen der Wirtschaft?

Welche Auswirkungen wird insbesondere ein allgemeines Verbot der Tabakwerbung in Presseerzeugnissen für die Wirtschaftlichkeit und die Arbeitsplätze haben

- a) in der Verlagswirtschaft,
- b) in der Werbewirtschaft,
- c) in der Tabakwirtschaft?

## II. Zur Medienpolitik

4. Teilt die Bundesregierung die Auffassung, dass unterschiedliche nationale Vorschriften über die Werbung sich nicht zu Informations- und Medienhindernissen im Binnenmarkt entwickeln dürfen?
5. Tritt die Bundesregierung dafür ein, dass jeder Bürger in der Union jede Zeitung oder Zeitschrift frei beziehen kann, auch wenn im Herkunfts- und im Bestimmungsland unterschiedliche Vorschriften über die Werbung gelten?
6. Ist die Bundesregierung bereit, ähnlich wie beim „Fernsehen ohne Grenzen“ bei den Printmedien für eine „Presse ohne Grenzen“ einzutreten?
7. Wie hoch ist der Anteil der Auslandsauflage deutscher Zeitschriften und Zeitungen in den Mitgliedstaaten der EU (in Zahlen und in Prozent der Gesamtauflage)?
8. Welche Erkenntnisse hat die Bundesregierung über die Struktur der Leserschaft deutscher Zeitungen und Zeitschriften in anderen Mitgliedstaaten der EU?  
Wie hoch ist der Anteil der Kinder und Jugendlichen an dieser Leserschaft?
9. Sind der Bundesregierung Fälle bekannt, in denen deutsche Zeitungen und Zeitschriften in anderen EU-Mitgliedstaaten nicht verkauft werden durften, weil sie Anzeigen für Tabakerzeugnisse enthielten?

## III. Zur Europapolitik

10. Wird die Bundesregierung dem Richtlinienvorschlag der Europäischen Kommission im Ministerrat zustimmen?
11. Erwägt die Bundesregierung, gegebenenfalls erneut vor dem Europäischen Gerichtshof zu klagen?
12. Was wird die Bundesregierung tun, falls sie im Ministerrat überstimmt wird?
13. Beachtet der neue Vorschlag der Europäischen Kommission nach Meinung der Bundesregierung die vom Europäischen Gerichtshof im Urteil vom 5. Oktober 2000 gezogenen Grenzen für eine gemeinschaftsweite Regelung der Tabakwerbung?
14. Wird die Bundesregierung dafür eintreten, dass der von der Europäischen Kommission auf die Vorschriften über den Binnenmarkt gestützte Vorschlag auch von den für den Binnenmarkt zuständigen Ministern beraten wird?
15. Wie gedenkt die Bundesregierung das Parlament über den Fortgang der Verhandlungen zu unterrichten?

## IV. Zur Verbraucherpolitik

16. Wird die Bundesregierung dem Ausschuss für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft des Deutschen Bundestags über die Beratungen laufend Bericht erstatten?
17. Wie begründet die Bundesregierung die Tatsache, dass die Beratungen über den neuen Vorschlag der Europäischen Kommission im Rat der Gesundheitsminister erfolgen, während nach dem Organisationserlass des Bundeskanzlers für Fragen des Lebensmittelrechts und damit auch der Tabakwerbung die Bundesministerin für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft zuständig ist?
18. Welche Erkenntnisse hat die Bundesregierung über die Wirkung von Verboten der Tabakwerbung in anderen Ländern?
19. Wie hat sich die Zahl der jugendlichen Raucher in Ländern mit Werbeverboten für Tabakerzeugnisse (z. B. Norwegen, Finnland, Italien und Frankreich) im Vergleich zur Bundesrepublik Deutschland entwickelt?
20. Teilt die Bundesregierung die Auffassung, dass Tabakwerbung keinen entscheidenden Einfluss darauf hat, ob und wann Kinder und Jugendliche mit dem Rauchen beginnen?
21. Teilt die Bundesregierung unsere Auffassung, dass auch bei der Regelung der Werbung für Genussmittel Selbsthilfe und Selbstkontrolle Vorrang vor staatlichen Regelungen haben sollten?  
Ist sie bereit, darüber auch weiterhin mit der Tabakwirtschaft zu sprechen?

Berlin, den 26. Juni 2001

**Dr. Wolfgang Gerhardt und Fraktion**

