

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Frank Tempel, Dr. Martina Bunge, Jutta Krellmann, Petra Pau, Jens Petermann, Yvonne Ploetz, Harald Weinberg, Sabine Zimmermann und der Fraktion DIE LINKE.**

### **Umsetzung der Tabakrahmenkonvention**

Erfreulicherweise nimmt die Zahl der Raucherinnen und Raucher seit Jahren ab. Trotzdem ist der Tabakkonsum weiterhin die häufigste vermeidbare Todesursache in den Industrieländern (Pressemitteilung BZgA, 30. Mai 2012). Tabakkonsum verursacht weiterhin viel gesundheitliches Leid und großen gesellschaftlichen Schaden. Laut Weltgesundheitsorganisation (WHO) sterben jährlich etwa 6 Millionen Menschen weltweit an den Folgen von Tabakrauch. In Deutschland sind jährlich etwa 120 000 Todesfälle (ca. 13 Prozent) auf das Rauchen zurückzuführen (Stellungnahme der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen e. V. zum Nichtraucherschutzgesetz Nordrhein-Westfalen vom 23. September 2012). Die gesellschaftlichen Kosten werden mit mindestens 34 Mrd. Euro beziffert (ebenda).

Mit Unterzeichnung der WHO-Tabakrahmenkonvention (WHO Framework Convention on Tobacco) im Jahr 2003 (Inkrafttreten 2005) verpflichtete sich auch Deutschland, Maßnahmen zur Eingrenzung der tabakbedingten gesundheitlichen und gesellschaftlichen Schäden einzuleiten. In ihrer Nationalen Strategie zur Drogen- und Suchtpolitik 2012 stellt die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Mechthild Dyckmans, fest, dass die eingegangenen Verpflichtungen zur Reduzierung des Tabakkonsums in der nationalen Gesetzgebung bereits umgesetzt worden seien (Seite 70).

Laut Vertragstext verpflichtete sich Deutschland verbindlich, innerhalb von fünf Jahren nach Inkrafttreten „ein umfassendes Verbot aller Formen von Tabakwerbung, Förderung des Tabakverkaufs und Tabak sponsoring“ zu erlassen, falls nicht grundrechtliche Bedenken bestehen. Bis heute ist in Deutschland die Plakatwerbung für Tabakprodukte erlaubt.

Ausgehend von den Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts vom 22. Januar 1997 und vom 30. Juli 2008 stellt die Bundesregierung selbst fest, dass sie verfassungsrechtlich nicht gehindert wird, dem „Gesundheitsschutz gegenüber den damit beeinträchtigten Freiheitsrechten, insbesondere der Berufsfreiheit der Unternehmen und der Verhaltensfreiheit der Raucher, den Vorrang einzuräumen“ (vgl. Bundestagsdrucksache 17/2036). Dort legt die Bundesregierung auch dar, dass die Leitlinien, die zur Umsetzung der Konvention erarbeitet wurden, den „Goldstandard“ darstellten, aber rechtlich nicht bindend seien. Welchen Grund sie hat, vom „Goldstandard“ abzuweichen, sagt sie leider nicht.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Zu welchen Maßnahmen hat sich Deutschland mit der Unterzeichnung der Tabakrahmenkonvention verpflichtet (bitte die wichtigsten Maßnahmen auflisten und jeweils die Umsetzungsfrist angeben)?
2. Braucht es nach Ansicht der Bundesregierung prinzipiell eine Begründung, um von den Leitlinien zur Tabakrahmenkonvention abzuweichen, die auch nach Angaben der Bundesregierung den „Goldstandard“ darstellen?
3. Welche Parteispenden sind nach Kenntnis der Bundesregierung in den letzten zehn Jahren von der Tabakindustrie geflossen (bitte Unternehmen bzw. Verband, empfangende Partei, Datum und Höhe der Spenden angeben)?
4. Welche Vorschriften gibt es laut Konvention oder deren Leitlinien zu Lobbyaktivitäten sowie Spenden an Parteien oder gemeinnützige Organisationen durch die Tabakindustrie?  
Inwiefern sind diese Vorgaben nach Ansicht der Bundesregierung umgesetzt?
5. Welche Formen von Tabakmarketing werden nach Kenntnis der Bundesregierung in Deutschland momentan praktiziert?
6. Stimmt die Bundesregierung zu, dass auch die offene Auslage von Tabakprodukten in Verkaufsstellen als „Förderung des Tabakverkaufs“ anzusehen ist?
  - a) Falls ja, warum ist die offene Auslage von Tabakprodukten in Verkaufsstellen immer noch erlaubt?
  - b) Falls nein, welche Schlussfolgerungen zieht die Bundesregierung aus dem Auslageverbot, das z. B. in Norwegen, Island, Finnland und Großbritannien beschlossen wurde, weil es dort als notwendige Konsequenz aus der Tabakrahmenkonvention angesehen wurde?
  - c) Wird sich die Bundesregierung auf europäischer Ebene für eine Änderung der Auslagebestimmungen im europäischen Recht einsetzen?
7. Wie hoch sind nach Kenntnis der Bundesregierung die Werbeausgaben der Tabakindustrie?
  - a) Wie haben sich die Ausgaben der Tabakindustrie für Marketing in Deutschland in den letzten zehn Jahren entwickelt (bitte nach Art des Marketings aufschlüsseln)?
  - b) Sind sie insbesondere gesunken, nachdem der Vertragstext bzw. die Umsetzungsgesetze in Kraft traten?  
Falls nein, führt die Bundesregierung dies auf die unvollständige Umsetzung der Tabakrahmenkonvention zurück?
  - c) Welches Ausweichverhalten hat die Bundesregierung nach dem Verbot verschiedener Werbemaßnahmen festgestellt, und wie hat sie wiederum gegengesteuert?
8. Ist Promotion für Tabakprodukte nach dem Vertragstext verboten?  
Falls ja, warum findet Promotion zur Verkaufsförderung von Tabakprodukten weiterhin statt?  
Falls nein, ist Promotion nach Ansicht der Bundesregierung also keine „Handlung mit dem Ziel, [...] ein Tabakerzeugnis [...] zu fördern“ (vgl. Vertragstext)?

9. Ist Außenwerbung (z. B. Plakatwerbung) nach dem Vertragstext verboten?
- Falls ja, warum findet Außenwerbung für Tabakerzeugnisse weiterhin statt?
  - Falls nein, ist Außenwerbung für Tabakerzeugnisse nach Ansicht der Bundesregierung also keine „Handlung mit dem Ziel, [...] ein Tabakerzeugnis [...] zu fördern“ (vgl. Vertragstext)?
10. Welchen Stellenwert misst die Bundesregierung Selbstverpflichtungserklärungen der Tabakindustrie zur Begrenzung der Tabakwerbung bei?
- Ist es überhaupt möglich, per Selbstverpflichtungserklärung die Tabakrahmenkonvention zu erfüllen?
  - Sieht die Bundesregierung die in der Tabakrahmenkonvention vereinbarten Ziele zur Außenwerbung in ihrer Zielsetzung umgesetzt?
  - Hat die Selbstverpflichtung der Tabakindustrie irgendeinen Einfluss auf die Entscheidungen der Bundesregierung?
11. Welche Neuregelungen für die Tabakwerbung werden nach Kenntnis der Bundesregierung in Verbindung mit der Novellierung der EU-Tabakrichtlinien diskutiert (bitte jeweils die bekannten Unterstückerländer angeben)?
- Für welche Regelungen wird sich die Bundesregierung im Europäischen Rat einsetzen, und welche möchte sie möglichst verhindern?
  - Wann ist nach Kenntnis der Bundesregierung mit einem Vorschlag der Kommission zu rechnen?
12. Welche Änderungen im EU-Recht zur Regelung der Tabakwerbung gab es bislang?
- Welche Positionen nahm jeweils die von CDU, CSU und SPD getragene (2005 bis 2009), die von SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN getragene (1998 bis 2005) und die von CDU, CSU und FDP getragene Bundesregierung (bis 1998) ein?
  - Ist es insbesondere richtig, dass die von SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN getragene Bundesregierung gegen einen Vorschlag der Kommission gemeinsam mit der Tabakindustrie vor dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) geklagt hat (vgl. Urteil des EuGH vom Oktober 2000)?  
Wie bewertet die Bundesregierung dieses Vorgehen aus heutiger Sicht?
13. Welche Bundesressorts forderten oder fordern ein Verbot der Plakatwerbung, und welche Ressorts waren bzw. sind dagegen (vgl. Brief von der Geschäftsstelle der Bundesdrogenbeauftragten, [www.youtube.com/watch?v=mGEchFL3f60&feature=plcp](http://www.youtube.com/watch?v=mGEchFL3f60&feature=plcp))?
- Welche Begründungen werden insbesondere gegen ein Verbot der Außenwerbung angeführt?
  - Wann ist mit einer Einigung innerhalb der Bundesregierung zu rechnen?
  - Hält es die Bundesregierung tatsächlich für sinnvoll, „vor allem auch auf Prävention“ zu setzen, „um Kinder und Jugendliche gegenüber den Einflüssen der Tabakwerbung zu stärken“, statt diese gemäß Vertragstext zu verbieten (vgl. ebenda)?

14. Welche Maßnahmen erwägt die Bundesregierung bezüglich der Packungsgestaltung von Tabakprodukten?
  - a) Was hält die Bundesregierung insbesondere von der Einführung standardisierter Zigarettenverpackungen, die laut Krebsforschungszentrum „Eine Chance für die Tabakprävention“ sind und zum Beispiel in Australien bereits eingeführt wurden?
  - b) Welche Schlussfolgerungen zieht die Bundesregierung aus der Aussage der Firma Philip Morris, dass bei vermehrten Werbebeschränkungen die Packung selbst zum Werbeträger werden müsse (nach Deutsches Krebsforschungszentrum Heidelberg, Standardisierte Verpackungen für Tabakprodukte: Eine Chance für die Tabakprävention, 2010)?
15. Wann hat die Bundesregierung den in Artikel 21 Absatz 1 Buchstabe e der Konvention vereinbarten Bericht zur Umsetzung der Werbebeschränkungen zuletzt abgegeben, welchen Inhalt hatte er und wo ist er öffentlich zugänglich?
16. Welche Bedeutung misst die Bundesregierung der Darstellung des Rauchens in Film und Fernsehen für das Rauchverhalten insbesondere von Jugendlichen bei?
  - a) Welche Maßnahmen hat die Bundesregierung bzw. die Bundesdrogenbeauftragte unternommen, um die Darstellung des Rauchens in Film und Fernsehen zu beeinflussen?
  - b) Welche Unterschiede sieht die Bundesregierung dabei zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Produktionen?
  - c) Welche Erkenntnisse hat die Bundesregierung zur finanziellen Unterstützung von Filmproduktionen durch die Tabakindustrie im In- und Ausland?

Berlin, den 5. November 2012

**Dr. Gregor Gysi und Fraktion**