



# Verbraucher- und Gesundheitsschutz bei Tabakprodukten und E-Zigaretten

Positionspapier der  
CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag

Beschluss vom 10. Dezember 2019

Der Konsum von Tabak ist das bedeutendste vermeidbare Gesundheitsrisiko unserer Zeit. Dieses Urteil der Weltgesundheitsorganisation wird inzwischen nicht mehr in Frage gestellt.

In Deutschland sterben nach Angaben des Deutschen Krebsforschungszentrums jedes Jahr 121.000 Menschen an den Folgen des Rauchens. 85 Prozent aller Lungenkrebsfälle sind auf den Konsum von Tabakprodukten zurückzuführen. Rauchen verdoppelt das Risiko von Herz-Kreislaufkrankungen und Schlaganfällen. Es verursacht schwere akute und chronische Erkrankungen wie chronisch obstruktive Lungenerkrankungen (COPD).

Die volkswirtschaftlichen Kosten des Tabakkonsums werden mit knapp 100 Milliarden Euro pro Jahr beziffert. Die betriebswirtschaftlichen Belastungen, etwa durch krankheitsbedingte Ausfälle der Mitarbeiter, belaufen sich auf ca. 55 Milliarden Euro pro Jahr (Drogen- und Suchtbericht der Bundesregierung).

Deshalb wurde die Tabakwerbung in Deutschland in den letzten Jahrzehnten mit Blick auf die zulässigen Medien und Inhalte sukzessive eingeschränkt. So sind Tabakwerbung und Sponsoring in Fernsehen, Radio und Internet sowie weitgehend in Printmedien untersagt.

### **I. Wir wollen eine 1:1-Umsetzung der Tabakrahmenkonvention.**

Um den Risiken des Rauchens zu begegnen, hat Deutschland im Oktober 2003 das Rahmenübereinkommen der Weltgesundheitsorganisation zur Eindämmung des Tabakgebrauchs unterzeichnet (Framework Convention on Tobacco Control, FCTC). Der Deutsche Bundestag hat das Übereinkommen zwei Monate später ratifiziert. Dieses verpflichtet Deutschland, im Rahmen seiner verfassungsrechtlichen Möglichkeiten ein umfassendes Verbot der Tabakwerbung zu etablieren: „Each Party shall, in accordance with its constitution or constitutional principles, undertake a comprehensive ban of all tobacco advertising, promotion and sponsorship“ (Art. 13).

Mit Ausnahme Deutschlands haben inzwischen alle Mitgliedstaaten der Europäischen Union ein vollständiges Verbot der Tabakaußenwerbung umgesetzt.

CDU und CSU sind keine Verbotsparteien. Es ist weder Recht noch Aufgabe der Politik, Bürgerinnen und Bürger zu bevormunden. Dies gilt für die Entscheidung, zu rauchen oder nicht zu rauchen. Im Grundsatz gilt dies ebenso für die Freiheit der Werbung. Die Werbung hat im System der Marktwirtschaft eine Funktion. Werbebeschränkungen bzw. -verbote sind nur akzeptabel, dann aber auch geboten, wenn höherrangige Güter dies erforderlich machen. Dies gilt zum Beispiel für den Schutz von Gesundheit oder Jugend. Deshalb bestehen schon heute verschiedene Werbebeschränkungen für legale Produkte, etwa Arzneimittel und Medizinprodukte oder auch Vermögensanlagen.

Tabakprodukte unterscheiden sich von anderen legal beworbenen Produkten grundlegend. Sie enthalten hunderte von giftigen und krebserzeugenden Substanzen. Schon der Konsum einer einzigen Zigarette ist schädlich. Der Konsum nur weniger Tabakprodukte kann eine Sucht auslösen. Es gibt kein anderes Produkt, das bei bestimmungsgemäßem Gebrauch gleichermaßen gefährlich ist.

Tabakwerbung trägt dazu bei, dass junge Menschen mit dem Rauchen beginnen – und nur sehr schwierig wieder davon loskommen. Anders als gelegentlich behauptet, erreicht Tabakwerbung nicht nur aktive Raucher. Sie hat spürbare Auswirkungen auf den Konsum von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Das ist durch eine Vielzahl von Studien belegt: Werbung wirkt.

Darum wollen wir die Verpflichtungen der Tabakrahenkonvention 1:1 umsetzen. Konkret wollen wir

- die Außenwerbung für Tabakprodukte (mit Ausnahme der Außenflächen des Fachhandels) beenden,
- die Kinowerbung für Tabakprodukte bei allen Filmen unterbinden, die für Jugendliche zugänglich sind,
- die gewerbsmäßige kostenlose Abgabe von Zigaretten, Tabak zum Selbstdrehen und Wasserpfeifentabak außerhalb der Geschäftsräume des Fachhandels untersagen,
- die gewerbsmäßige Ausspielung von Tabakprodukten untersagen.

Hiermit schaffen wir klare Verhältnisse. Zur Sicherung der Verfassungskonformität, insbesondere der Freiheit der Berufsausübung, sollen – unter Berücksichtigung der Regelungen zum Jugendschutz - folgende Werbeoptionen erhalten bleiben:

- die Werbung in den Geschäftsräumen des Tabakhandels,
- die Außenwerbung an den Geschäftsräumen des Fachhandels,
- die Kinowerbung bei Filmen mit Altersfreigabe ab 18 Jahren,
- die gewerbsmäßige kostenlose Abgabe von Tabakprodukten im Tabakhandel,
- die gewerbsmäßige kostenlose Abgabe von Zigarren, Zigarillos, Pfeifentabak und Tabakerhitzern,
- die markenspezifischen Gestaltungsmöglichkeiten auf Verpackungen (kein „Plain-Packaging“),
- das Sponsoring nationaler Veranstaltungen,
- der Markentransfer (die Übertragung der Marke auf andere Produkte).

## **II. Verbraucher-, Jugend- und Gesundheitsschutz bei E-Zigaretten**

Daneben wollen wir ein Verbraucher- Jugendschutz- und Gesundheitsschutzpaket für E-Zigaretten schaffen. Der Konsum von E-Zigaretten steigt in Deutschland rasant. 2019 wurden in Deutschland 25 Prozent mehr E-Zigaretten verkauft als im Jahr davor. Auch die Zahl jugendlicher Konsumenten nimmt nach Aussage der

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung signifikant zu. Obwohl E-Zigaretten keinen Tabak enthalten und deutlich weniger Schadstoffe abgeben als Tabakprodukte, birgt ihr Konsum gesundheitliche Risiken. Wie groß die Gefahren des Dampfens sind, hängt vor allem davon ab, welche Stoffe verdampft werden.

- Deswegen wollen wir die bestehende Inhaltstoffregulierung zu nikotinhaltigen Nachfüllbehältern auf nikotinfreie Nachfüllbehälter ausweiten. Während die Inhaltsstoffe von nikotinhaltigen Nachfüllbehältern einer klaren Regulierung unterliegen, findet diese auf nikotinfreie Nachfüllbehälter keine Anwendung. Allerdings werden nikotinfreie, unregulierte Nachfüllbehälter häufiger gleich „im Paket“ mit Nikotininlösungen angeboten – als nikotinhaltiges „Liquid“ zum Selbermischen („Shake and Vape“). Hierdurch wird die bestehende Regulierung umgangen. Das wollen wir ändern. Gleicher Schutz für alle!
- Außerdem streben wir an, die für Tabakprodukte vorgesehenen Beschränkungen der Außen-, Kinowerbung und kostenlosen Ausspielung auf E-Zigaretten zu übertragen und Lücken bei der Beschränkung der audiovisuellen Werbung zu schließen: Audiovisuelle Werbung für nikotinhaltige E-Zigaretten und Nachfüllbehälter ist schon heute unzulässig. Dieses Verbot wollen wir auf nikotinfreie Produkte erstrecken. Denn: Werbung erreicht überproportional Jugendliche und junge Erwachsene. Gerade diese Gruppe sollte nicht zu E-Zigaretten greifen. Gerade bei ihnen besteht die Gefahr eines Übergangs von der E-Zigarette auf konventionelle Tabakprodukte.

### **III. Angemessene Übergangsfristen**

Inkrafttreten sollen die Regelungen zum 1.1.2021. Die Beschränkung der Außenwerbung soll für herkömmliche Tabakprodukte ab dem 1.1.2022, für risikoreduzierte Tabakprodukte (Tabakerhitzer) ab 1.1.2023 und für E-Zigaretten ab dem 1.1.2024 gelten.

### **IV. Gesetzesinitiative der Koalitionsfraktionen**

Auf der Grundlage dieser Eckpunkte und einer entsprechenden Verständigung mit dem Koalitionspartner wollen wir einen Gesetzesvorschlag erarbeiten und durch die Koalitionsfraktionen in den Deutschen Bundestag einbringen.

Diese Veröffentlichung der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag dient ausschließlich der Information. Sie darf während eines Wahlkampfes nicht zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden.

Herausgeber: CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag  
Michael Grosse-Brömer MdB  
Stefan Müller MdB  
Platz der Republik 1  
11011 Berlin