

# **Stellungnahme**

**des Bundesverbandes der Deutschen  
Spirituosen-Industrie  
und –Importeure e. V. (BSI)**

**Gesetz über die Erhebung einer Sondersteuer auf  
alkoholhaltige Süßgetränke (Alkopops) zum Schutze der  
Jugend (Alkopop-Steuergesetz – AlkopopStG)**

***Drucksache 15/2587 des Deutschen Bundestages  
vom 03. März 2004***

- 
- 1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg
  - 2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin
  - 3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

## Zusammenfassung

Der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. fasst seine Position zum geplanten Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung des Schutzes junger Menschen vor Gefahren des Alkohol- und Tabakkonsums wie folgt zusammen:

- Das Alkopop-Steuergesetz wird seine vermeintliche Zielsetzung nicht erreichen. Zwar würden branntweinhaltige Alkopops größtenteils vom Markt verdrängt, diese aber auf der Stelle durch bier- und weinhaltige Mischerzeugnisse mit gleichem Alkoholgehalt substituiert.
- Die zentrale Annahme, dass es keine Substitution geben wird, ist falsch.
- Der Alkoholkonsum von Jugendlichen wird auf billigere bier- und weinhaltige Erzeugnisse verlagert, die bereits an 16-Jährige abgegeben werden dürfen.
- Die Sondersteuer verletzt in mehrfacher Hinsicht Grundrechte und zwar Artikel 3 Abs. 1 Grundgesetz und Artikel 12 Abs. 1 Grundgesetz und in bestimmten Fällen auch Artikel 14 Grundgesetz (sofern die Steuer erdrosselnd wirkt).
- Die als „Sondersteuer“ betitelte Verbrauchsteuer hat Verwaltungsfunktion mit Verbotscharakter und erfüllt nicht die Voraussetzungen einer Steuer (Finanzfunktion).  
Die Annahme einer Abgabe würde daran scheitern, weil der Kreis der Verantwortlichen weit über die der Hersteller und Vertreiber von branntweinhaltigen Alkopops hinausgeht und nicht gruppennützlich, sondern fremdnützlich ist.
- Der Schutz Jugendlicher vor Alkoholkonsum ist in der Verantwortung der staatlichen Allgemeinheit. Die gesellschaftliche Aufgabe des Jugendschutzes darf sich nicht in einseitigen Schuldzuweisungen erschöpfen, sondern muss alle relevanten Gruppen in die Pflicht nehmen. Die Hersteller und Importeure branntweinhaltiger Getränke bekennen sich zu ihrer Verantwortung und Pflicht, über Prävention und Information zu einer Förderung der Eigenverantwortung junger Menschen beizutragen. Die Hersteller und Importeure alkoholischer Getränke bieten hierzu ihre Unterstützung an.  
Der Gesetzgeber kann nicht mit dem Argument, die Kontrolle der Jugendschutzbestimmungen hätte sich als nicht hinreichend erwiesen,

---

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

seine bzw. die der staatlichen Allgemeinheit obliegende Pflicht alleine auf die Hersteller und Vertreiber von alkoholischen Getränken abwälzen.

- Die Forderung der Anbringung von Warnhinweisen auf brantweinhaltenen „Alkopops“ entspricht bereits ausgeübter freiwilliger Praxis entsprechender Hersteller. Die Art und Aufmachung der geforderten Warnhinweise ist jedoch unverhältnismäßig. Hier bedarf es einer verhältnismäßigeren Regelung, was auch in Bezug auf die Übergangsregelungen gilt. Denn diese begründen ein Verkaufsverbot, was nicht im Einklang mit bisher praktizierten Regelungen im Kennzeichnungsrecht steht.
- Der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. setzt sich für Aufklärung und Prävention ein, unterstützt alle Aktivitäten zur Verhinderung von Alkoholmissbrauch und appelliert an die strikte Einhaltung, Durchführung und Kontrolle des bestehenden und des ausreichenden Jugendschutzgesetzes (JSchG).

---

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

## I. Prävention, Information und konsequente Kontrolle des JSchG

Die Hersteller und Importeure von Spirituosen messen der Pflege und Förderung eines verantwortungsvollen Umgangs mit alkoholhaltigen Getränken hohe Priorität bei. Sie haben bislang folgende Selbstregulierungsmechanismen geschaffen:

- European Code of Conduct
- Freiwillige Verhaltensregeln für die Werbung mit alkoholhaltigen Getränken (jeder - ob Privatperson oder aus Politik oder staatlichen Institutionen - kann sich an den Deutschen Werberat mit einer Beschwerde wenden)
- Firmeneigene Kodizes
- Freiwillige Hinweise auf den Alkopops der Markenhersteller „ab 18 Jahren“
- Schutzverband der Spirituosen-Industrie (zur Überwachung eines lautereren Wettbewerbs)

Die Hersteller und Importeure von Spirituosen und spirituosenhaltigen Getränken unterstützen eine nachhaltige Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen. Die freiwillige Anbringung von Altershinweisen auf "Alkopops" durch die Markenhersteller trägt bereits dazu bei. Sie appellieren ihrerseits an die Durchsetzung und konsequente Kontrolle des gesetzlichen Abgabeverbotes von "Alkopops" an unter 18-Jährige durch den Staat. Die strikte Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen ist auch nach Meinung Sachverständiger als allein zieführend anzusehen, nicht dagegen singuläre staatliche Maßnahmen - wie die Einführung einer Sondersteuer.

Eine speziell unter Vorsitz des Bundesgesundheitsministeriums eingerichtete Arbeitsgruppe, in der die Alkoholwirtschaft zusammen mit Bund und Ländern arbeitet, entwickelt zurzeit eine Kampagne mit dem Ziel einer effizienteren Kontrolle der Jugendschutzbestimmungen.

Der Jugendschutz ist eine gesellschaftliche Aufgabe und muss alle relevanten Gruppierungen in die Pflicht nehmen. Er darf sich nicht in einseitigen Schuldzuweisungen erschöpfen. Die Hersteller und Importeure von Spirituosen und branntweinhaltigen Mixgetränken nehmen ihre Verantwortung ernst. Schon seit Jahren unterstützen sie aktiv übergreifende Präventionskampagnen. Die Stärkung des Verantwortungs- und Risikobewusstseins muss auf den verschiedensten Ebenen ansetzen. Hierzu gehört u. a. ein intaktes Umfeld der Jugendlichen sowie Aufklärung

---

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

und die Vermittlung kultureller und gesellschaftlicher Werte, zu denen u. a. der verantwortungsvolle Umgang mit Alkohol zählt.

## **II. Sondersteuer führt zur Substitution durch alkoholische Getränke, die schon an 16-Jährige legal abgabefähig sind**

Eine Verteuerung branntweinhaltiger Alkopops ist nicht zielführend. Wie schon heute spürbar, werden die Erzeugnisse durch billigere wein- und bierhaltige Mischgetränke substituiert. Die Steuererhöhung hat also lediglich zur Konsequenz, dass durch staatliche Umlenkungsmaßnahmen der Vertrieb auf Alternativen umgelenkt wird und zwar auf solche Produkte, die nach den Bestimmungen des Jugendschutzgesetzes (JSchG) schon an 16-Jährige abgegeben werden dürfen (bezüglich branntweinhaltiger Ready-to-Drinks liegt die gesetzliche Abgabegrenze bei 18 Jahren). Der Handel ordert jetzt schon nachweisbar deutlich weniger branntweinhaltige Alkopops, wohingegen die bier- und weinhaltigen Mischgetränke nachhaltig zulegen.

Wie stark die branntweinhaltigen Alkopops substituiert werden, beweisen Umfragen führender Marktforschungsinstitute. Hiernach werden Biere, Biermix- und Weinmixgetränke als echte Alternative empfunden.

Mit der zentralen Frage der Substitution setzt sich die Begründung des Gesetzentwurfs nicht auseinander. Der Gesetzgeber geht von der Annahme aus, ohne hierauf notwendigerweise in all seinen Facetten einzugehen, dass es keine Substitution geben wird. Die Besteuerung wird lediglich damit begründet, aufgrund des süßlichen Geschmacks werde der Alkohol überdeckt, während bei den bier- und weinhaltigen Ready-to-Drinks die bier- und weinhaltigen Ausgangsstoffe noch wahrnehmbar seien. Dies schließt eine Substitution nicht aus.

- Bier sowie bier- und weinhaltige Mischgetränke nahmen unter den Jugendlichen schon immer einen hohen Stellenwert ein.
- Im Jahre 2003 betrug der Anteil branntweinhaltiger Mischgetränke im Lebensmitteleinzelhandel gemessen am Gesamtmarkt alkoholischer Getränke nach einer Untersuchung der GfK Marktforschungs GmbH gerade einmal 0,6%, während die Bier-Mixgetränke deutlich 3,2% ausmachten. Bei weinhaltigen Mischgetränken ist von einer steigenden Tendenz auszugehen.
- Das Sortiment zeigt, dass die Rezepturen bier- und weinhaltiger Ready-to-Drinks sich so an die der branntweinhaltigen Erzeugnisse anlehnen lassen, dass Jugendliche diese als echte Alternative empfinden. Die in

---

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

bier- und weinhaltigen Mischgetränken enthaltenen Bitter- bzw. Säurestoffe werden durch den Zusatz von anderen Substanzen überlagert und lassen sich je nach Rezeptur reduzieren. In der Aufmachung sind die Unterschiede gering, ebenso wie die Alkoholgehalte (ca. 5,0 %vol).

In der Bewertung sollte daher die gesamte Produktkategorie von branntwein-, bier- und weinhaltigen Alkopops besser berücksichtigt werden, aber auch der Frage nachgegangen werden, wie der Markt sich in Zukunft entwickeln wird. Die fermentierten Erzeugnisse werden, auf welcher Grundlage auch immer, verarbeitet um in einer den branntweinhaltigen Erzeugnissen angelehnten Rezeptur Marktanteile hinzu zu gewinnen.

Die Begründung des Gesetzes setzt sich mit den Motiven des Alkoholkonsums bei Jugendlichen unter 18 Jahren überhaupt nicht auseinander. Sie berücksichtigt wesentliche Erkenntnisse zu den gesundheitlichen Auswirkungen des Konsums alkoholhaltiger Getränke nicht.<sup>2)</sup>

- Unbestritten ist, dass dem Geschmack für die Wahl eines alkoholischen Getränkes eine zentrale Bedeutung zukommt. Allerdings sollten andere Motive nicht gänzlich ausgeblendet werden. Die „Süße“ eines Erzeugnisses ist nicht allein ausschlaggebendes Kriterium, unabhängig davon, dass diese auch bei wein- und bierhaltigen Mischgetränken vorhanden ist. Moderne Ausstattungsformen, Modetrends, Markenbewusstsein, Identifikation mit der Marke, sozial-kommunikativer Lebensstil und Lebensgefühl etc. sind wichtige Motivgründe, die auf bier- und weinhaltige Mischgetränke ebenso Anwendung finden. Des Weiteren liegen die Gründe des Konsums von Alkopops bei Jugendlichen auch darin begründet, dass diese sichergehen wollen, was genau sie trinken. Dieser Aspekt ist bei den bier- und weinhaltigen Mischgetränken nicht anders zu bewerten.
- Die Annahme, aufgrund des „süßen Geschmacks“ wüssten die Jugendlichen (Personen unter 18 Jahren) nicht, was sie trinken, geht an der Realität vorbei. Die Jugendlichen sind sich sehr wohl bewusst, was sie trinken. Die Motive zum Alkoholkonsum sind aber sehr viel komplexer, als dass sie sich auf eine derart einfache Formel bringen lassen.
- Ein Getränk, das durch Zusatz von Branntwein einen durchschnittlichen Alkoholgehalt von 5,0 %vol aufweist, lässt sich als Branntwein nicht mehr einordnen, obwohl dies in der Begründung suggeriert werden soll, wenn es dort heißt, dass eine Flasche Alkopop zwei Standardgläsern Schnaps entspricht (trifft auch auf eine Flasche Bier zu, die

---

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

durchschnittlich 4,9 % Alkohol enthält). Nicht nur, dass sich die auf dem Markt befindlichen Alkopops – auf welcher alkoholischer Grundlage auch immer – in den Begleit- und Geschmacksstoffen ähnlich sind (in der Zukunft noch mehr), es bleibt auch unberücksichtigt, dass die aus den verschiedenen Mischgetränken aufgenommenen Substanzen einschließlich des Alkohols nicht zu unterschiedlichen Wirkungen führen (Alkohol = Alkohol).

Wenn es also um den Schutz junger Menschen geht, so darf nicht mit zweierlei Maß gemessen werden. Alle Erzeugnisse mit ähnlichem Alkoholgehalt sollen deshalb gleich behandelt werden.

In der Gemeinsamen Arbeitsgruppe unter Federführung des Bundesgesundheitsministeriums ist dies beschlossen worden. Wenn jetzt eine so drastische Kehrtwendung gemacht wird, so ist dies politisch fragwürdig. Nur weil „bier- und weinhaltige Ready-to-Drinks“ nach der Begründung des Gesetzes noch bier- und weinhaltige Geschmacksstoffe aufweisen, dürfen diese nicht besser gestellt werden als die von der Sondersteuer betroffenen Erzeugnisse. Ganz abgesehen von der mangelnden Wirksamkeit einer derartigen Besteuerung kann es nicht richtig sein, dass Hersteller und Vertreiber von Erzeugnissen mit einer Strafsteuer belegt werden, weil sie die Bedürfnisse ihrer erwachsenen Konsumenten bedienen.

Die französische Besteuerung der Alkopops kann nicht als Beispiel für das deutsche Modell herangezogen werden. Die Einführung einer vergleichbaren Sondersteuer 1997 hat dort zu nachhaltigen Marktverschiebungen zugunsten derjenigen Erzeugnisse geführt, die von der Sondersteuer (5.550,00 € je hl r. A) nicht betroffen waren. Der Gesamtalkoholkonsum der französischen Bevölkerung und auch der von Kindern und Jugendlichen ist aufgrund der Alkopop-Steuer nicht zurückgegangen.

In der Rechtsprechung ist die Substituierbarkeit der Erzeugnisse auch belegt in dem Urteil des EFTA-Court of Justice (Case E. – 9/00, EFTA Surveillance Authority v. Norway). In diesem Urteil hat das Gericht ausgeführt, dass es eine eindeutige Substituierbarkeit von Bier-, Spirituosen- und Weinmischgetränken besteht.

Zusammenfassend werden die branntweinhaltigen Alkopops nicht nur substituiert. Es besteht zudem die Gefahr, dass bier- und weinhaltige Mischgetränke nicht nur wesentlich günstiger, sondern auch schon von 16-Jährigen verstärkt erworben werden können (so auch Poppelreuther).

---

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

Der Missbrauch durch Jugendliche würde nicht bekämpft, sondern der beabsichtigte Jugendschutz unterlaufen, da der Konsum durch staatliche Einflussnahme „legalisiert“ und umgelenkt wird.

Die als „Strafsteuer“ angelegte Verbrauchsteuer stellt, wie noch aufzuzeigen sein wird, einen fundamentalen Eingriff in verfassungsrechtliche Prinzipien dar. Nach Auffassung des Bundesverbandes der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. hätte die Steuer, insbesondere was die fälschlicherweise angenommene Substitution angeht, sehr viel sachlicher und exakter formuliert werden müssen.

### III. Rechtliche Bedenken <sup>3)</sup>

Der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und –Importeure e.V. hat zu dem Gesetz ein Rechtsgutachten aufgegeben, das sich mit der Frage der verfassungsrechtlichen Vereinbarkeit des Regelungsinhaltes befasst.

#### a) Gesetzgebungs-Kompetenz in Bezug auf die Sondersteuer

Die als Lenkungssteuer konzipierte Erhebung erfüllt nach Auffassung führender Verfassungsrechtler nicht die Voraussetzungen der Abgabenordnung und des Artikels 3 Absatz 1 und 2 der EG-Richtlinie 92/12/EWG vom 25. Februar 1992 (ABl. Nr. L076 vom 23. März 1992 Seite 1 – 13). <sup>4)</sup>

Nach der amtlichen Begründung zum Gesetzentwurf soll der Absatz branntweinhaltiger Alkopops um 75 % reduziert werden, d. h. die Produkte sollen so verteuert werden, dass sie größtenteils vom Markt verdrängt werden. Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts ist der Tatbestand einer Steuer nicht mehr gegeben, wenn die Finanzfunktion der Abgabenerhebung in eine reine **Verwaltungsfunktion mit Verbotscharakter** umschlägt. In diesem Falle geht es nämlich nicht mehr um die Ertragsrelevanz bzw. die Zahlungs- bzw. Leistungsfähigkeit der abgabemäßig Belasteten. Da die Sondersteuer zu massiven **Wettbewerbsungleichheiten** (Artikel 3 Grundgesetz) führt und nicht an einer produktindizierten Zahlungs- bzw. Leistungsfähigkeit der betroffenen Unternehmen ansetzt, sieht der BSI die tatbestandlichen Voraussetzungen für eine Steuer als nicht erfüllt an. Dies geht schon aus der Begründung zum Gesetzentwurf hervor, wenn dort festgestellt wird, dass das Abgabeverbot für Alkopops gemäß

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München



§ 9 Absatz 1 Nr. 1 Jugendschutzgesetz (JSchG) sich als nicht wirksam erwiesen habe und dass man deshalb eine abgabenrechtliche Verteuerung der Produkte durchsetzen müsse, damit diese von Jugendlichen nicht mehr gekauft werden.

Im Ergebnis sieht der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. die Kriterien der Zahlungs- bzw. Leistungsfähigkeit, der Ertragsrelevanz und der Wettbewerbsneutralität als nicht gewahrt an, weil mit dem Gesetz in Wahrheit ein verkapptes Verbrauchs- und damit auch Produktions- sowie Vertriebsverbot begründet werden soll.

Eine Sonderabgabe bedürfte nach ständiger Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichtes einer spezifischen finanziellen Verantwortlichkeit der Abgabenschuldner sowie einer ebenso spezifischen Verantwortlichkeit, innerhalb derer sich die Schuldner der Sonderabgabe von der Allgemeinheit der Steuerpflichtigen unterscheiden.

Es fehlt an der alleinigen Finanzierungsverantwortlichkeit der Hersteller und Importeure von branntweinhaltigen Alkopops. Wie aus der amtlichen Begründung hervorgeht, liegt der Hauptzweck des Gesetzes darin, den Alkoholkonsum Jugendlicher einzudämmen bzw. das für Jugendliche bestehende Abgabeverbot durchzusetzen. Gerade an der erforderlichen Sachnähe zwischen dem Kreis der Abgabepflichtigen und dem der Abgabenerhebung fehlt es jedoch im vorliegenden Fall. Der mit der Sonderabgabe verfolgte Zweck fällt nicht allein in die Sachverantwortung der Hersteller und Importeure branntweinhaltiger Alkopops, sondern in die Verantwortung der Allgemeinheit. Wie einleitend bereits ausgeführt, ist die Bekämpfung des Alkoholkonsums von Jugendlichen eine der Allgemeinheit obliegende Aufgabe. § 9 Absatz 1 Nr. 1 JSchG stellt vor diesem Hintergrund ein allgemeines und generell verbindliches Abgabeverbot dar. Das Argument, dass sich die Kontrolle des § 9 Absatz 1 Nr. 1 JSchG als nicht hinreichend erwiesen habe, kann zur Begründung einer Sonderabgabe nicht herangezogen werden. Im Gegenteil, es belegt, dass die Verantwortlichkeiten über die Hersteller hinausgehen, auf allen Ebenen der Vermarktung ansetzen müssen und schließlich auch die staatliche Allgemeinheit betreffen.

Die dem Gesetzentwurf unterliegenden Alkopop-Getränke sind rechtmäßig hergestellte Erzeugnisse und werden unter den Vorgaben des Jugendschutzgesetzes dem Handel offeriert. Wenn das in § 9 Absatz 1 Nr. 1 JSchG eingeführte Abgabeverbot nicht hinlänglich

---

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

funktioniert, so kann dies nicht eine alleinige Sachverantwortung der Alkopop-Produzenten bzw. -Importeure begründen.

Die Voraussetzungen einer Sonderabgabe würden aber auch daran scheitern, weil die vom Bundesverfassungsgericht geforderten Einnahmen nicht „gruppennützig“ verwendet werden. Die aus der Alkopop-Abgabe gewonnenen Erträge sollen nach § 4 Alkopop-Steuer-gesetz „zur Finanzierung von Maßnahmen zur Suchtprävention der gesetzlichen Krankenkassen“ verwendet werden. Dieser Verwendungszweck ist im Verhältnis zu den belasteten Produzenten und Vertreibern von Alkopops nicht gruppennützlich, sondern fremdnützlich.

Aus den vorgenannten Gründen ergibt sich, dass weder die Voraussetzungen einer Steuer, noch die einer Abgabe in dem Gesetzentwurf vorliegen. Namhafte Verfassungsrechtler sowie der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. sehen daher **keine verfassungsrechtliche Kompetenz zur Einführung einer Sondersteuer- bzw. Abgabe** in der vorliegenden Art.

## **b) Grundrechtsverletzungen durch die Sondersteuer**

Der BSI sieht im Einklang mit namhaften Verfassungsrechtlern die Grundrechte des Artikels 3 Absatz 1 Grundgesetz (Ungleichbehandlung), Artikel 12 Absatz 1 Grundgesetz (Berufs – und Gewerbefreiheit) sowie Artikel 14 GG (Eigentumsgarantie) als verletzt an (vgl. Scholz a.a.O.).

Die Sondersteuer verletzt das Gebot der Gleichbehandlung von branntweinhaltigen Alkopops gegenüber alkoholischen Mischgetränken auf anderer alkoholischer Grundlage. Für diese **Ungleichbehandlung** liegt **kein rechtfertigender Sachgrund** vor, was im Übrigen auch in Bezug auf Artikel 12 Absatz 1 GG und Artikel 14 GG gilt.

Wie bereits ausgeführt, kommt der Sondersteuer mehr Verwaltungsfunktion mit Verbotscharakter zu, als dass diese Finanzfunktion hat. Insofern gründet sich die Grundrechtsverletzung darauf, dass verwaltungsrechtliche Verbotsregelungen nicht zu den Zwecken erlassen werden dürfen, staatliche Aufsichtsmaßnahmen zu erleichtern bzw. diese dort zu ersetzen, wo die öffentliche Hand sich außer Stande sieht, diese durchzusetzen (§ 9 Absatz 1 Nr. 1 JSchG).

---

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

Darüber hinaus ist die Maßnahme auch **nicht verhältnismäßig**, d. h. geeignet, die vom Gesetzgeber beabsichtigten Ziele zu verwirklichen. Denn wie Eingangs ausgeführt, werden die branntweinhaltigen Alkopops durch andere alkoholische Getränke substituiert.

### c) Warnhinweise - § 9 Abs. 4 JSchG

Nach Artikel 2 des Gesetzes zur Verbesserung des Schutzes junger Menschen vor Gefahren des Alkohol- und Tabakkonsums soll ein neuer § 9 Abs. 4 in das Jugendschutzgesetz eingefügt werden, der einen Warnhinweis auf dem Vorderetikett vorschreibt.

Der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. bekennt sich zur Prävention und Information. Bereits heute bringen führende Hersteller bzw. Importeure von branntweinhaltigen Alkopops entsprechende Hinweise auf ihren Produkten an. Diese sind selbstverständlich so gestaltet, dass sowohl das Verkaufspersonal als auch der Kunde den Hinweis versteht.

Die nun gesetzlich aufgenommene Forderung, dass branntweinhaltige Alkopops auf dem Vorderetikett mit dem Hinweis „Abgabe an Personen unter 18 Jahren verboten, § 9 JsSchG“ versehen werden sollen und zwar in der gleichen Schriftart und in der gleichen Größe und Farbe wie die Marken- bzw. Phantasiebezeichnung ist nicht akzeptabel. Die gesetzliche Forderung führt faktisch nämlich dazu, dass bereits patentierte und international geschützte Markenbezeichnungen aufgrund einer nationalen Vorschrift speziell für Deutschland umdesigned werden müssen. Der BSI erachtet die Maßnahme als unverhältnismäßig, weil sie in bestehende internationale und weltweit wirksame Markenrechte fundamental eingreift und den Produzenten bzw. den Vertreibern nicht mehr die Möglichkeit überlässt, ihre Produkte im bisher rechtlich international geschützten Umfang zu präsentieren. Das bisherige einheitliche Markenbild wird entstellt, der Wiedererkennungswert für die erwachsenen Verbraucher zerstört und Millionen von Investments, die in den Markenaufbau investiert wurden, vernichtet.

Die Maßnahme ist aber auch unverhältnismäßig, weil die Erzeugnisse bereits schon dem Verbraucher und dem Verkaufspersonal eine klare Orientierung geben, wie z. B. über den Hinweis auf dem Flaschenhals „kein Verkauf an Personen unter 18 Jahren“.

Als ebenso unverhältnismäßig erachtet der BSI die Übergangsfrist in Artikel 4 des Gesetzentwurfs, wonach alkoholhaltige Süßgetränke, die

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

nach den vor dem Inkrafttreten des Artikels 2 geltenden Vorschriften gekennzeichnet sind, nur noch drei Monate nach dem Inkrafttreten des Artikels 2 in den Verkehr gebracht werden dürfen. Herkömmliche und mit einem freiwilligen Warnhinweis versehene Erzeugnisse dürfen daher nur noch drei Monate ab Inkrafttreten der Kennzeichnungspflicht vertrieben werden. Eine derartige Regelung ist nicht nur unverhältnismäßig, sie entspricht auch nicht den Gepflogenheiten des Kennzeichnungsrechts, wonach gewöhnlich ein Abverkauf von bereits in Verkehr befindlicher Bestände eingeräumt wird. Im Gegensatz hierzu begründet die Übergangsbestimmung ein Verkaufsverbot drei Monate ab Inkrafttreten der neuen Kennzeichnungspflicht.

Bonn, den 22. April 2004

#### Anlagen:

- Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg
- Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin
- Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München

---

1) Marktrecherchen im Handel durch die Information Resources GfK GmbH Nürnberg

2) Stellungnahme von Herrn Prof. Dr. Hans Hoffmeister, Institut für Soziale Medizin der Freien Universität Berlin

3) Rechtsgutachten von Herrn Prof. Dr. Rupert Scholz, Institut für Politik und öffentliches Recht der Universität München