

Stellungnahme zur öffentliche Anhörung beim Finanzausschuss des Deutschen Bundestages am 28.04.2004 zu folgenden Anträgen:

- I. „Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung des Schutzes junger Menschen vor Gefahren des Alkohol- und Tabakkonsums“ (Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN), BT-Drs. 15/2587**
- II. „Verbesserung der Maßnahmen zum Schutze der Kinder und Jugendlichen vor Alkoholsucht“ (Fraktion CDU /CSU), BT-Drs. 15/2646**
- III. „Besserer Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Missbrauch von Alcopops und anderen alkoholischen Ready-To-Drink-Getränken“ (Fraktion FDP), BT-Drs. 15/2619**

Allgemeine Anmerkungen:

Nach den Berichten der Jugendschutzfachkräfte stellt der Konsum von Alcopops durch Kinder und Jugendliche in der Praxis tatsächlich ein erhebliches Problem dar. Neben dem für junge Menschen angenehmen Geschmack dieser Getränke und der durch die Kombination von Alkohol und Zucker erheblich stärkeren Wirkung als bei vergleichbaren anderen alkoholischen Getränken, wurde insbesondere auch durch den unkritischen Umgang des Einzelhandels mit diesen Getränken eine suchtgefährdende Dimension erreicht, der entschieden entgegen gewirkt werden muss. Obwohl die so genannten „Alcopops“ als branntweinhaltige Getränke eindeutig unter die Regelung des § 9 Abs. 1 Nr. 1 JuSchG fallen, wird das Abgabeverbot an Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren meist nicht beachtet. Auch stehen diese Getränke in den Regalen der Verkaufsstellen oft nicht bei den branntweinhaltigen Getränken, sondern bei den Erfrischungsgetränken.

Jugendämter und freie Träger der Jugendhilfe sind im Rahmen ihrer Möglichkeiten bemüht, die Öffentlichkeit für diese Problematik zu sensibilisieren und bei den jungen Menschen wie den Erziehungsberechtigten zu einem erhöhten Problembewusstsein bei zu tragen. Diese Bemühungen reichen nicht aus, sie müssen durch gesetzliche Regelungen flankiert werden.

Eine entsprechende Kennzeichnungspflicht wird daher für sinnvoll und dringend erforderlich gehalten. Auch eine Preisregulierung durch eine Sondersteuer wird begrüßt.

I. Antrag 1: „Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung des Schutzes junger Menschen vor Gefahren des Alkohol- und Tabakkonsums“ (Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN), BT-Drs. 15/2587

Zu Art. 1, Alkopopsteuergesetz:

§ 1 Steuergebiet, Steuergegenstand

Die Definition von Alkopops als

- Mischung aus nicht- oder geringalkoholischen Getränken (weniger als 1.2 vol.%) mit Branntweinerzeugnissen,
 - Gesamtalkoholgehalt zwischen 1,2 vol. % und 10 vol. %
 - und trinkfertig gemischt in verkaufsfertigen, verschlossenen Behältnissen abgefüllt
- trifft auf die problematischen Alkopops zu, die in der Regel einen Gesamtalkoholgehalt von 5 -6 vol. % aufweisen.

Es wird zu beobachten sein, ob eine Umgehung der Sondersteuer durch die herstellerseitige Anhebung des Gesamtalkoholgehalts auf 10 vol. % (oder mehr) erfolgen wird.

§ 2 Steuertarif

Die Sondersteuer soll für ein 0,275 l - Behältnis mit einem Gesamtalkoholgehalt von 5.5 vol. % rd. 84 Cent (vgl. Gesetzesbegründung zu § 2 AlkopopsteuerG, S. 7) betragen.

Bei 0,33 l – Flaschen mit einem Alkoholgehalt von 6 vol. % ergibt sich eine Steuerlast von 1,10 €; bei 10 Vol.% von 1,83 € (eigene Berechnungen gemäß § 2 AlkopopStG).

Dies würde bei Markenprodukten (wie Rigo oder Smirnoff-Ice, jetziger Preis 1,99 €) zu einer Preiserhöhung um ca. 50 %, bei No-name-Produkten der Discounter (ca. 0,80 €) zu einer Verdoppelung des Preises führen, wenn die Steuer komplett vom Hersteller auf die Verbraucher abgewälzt wird.

Kinder und Jugendliche werden in ihrem Konsumverhalten sehr wohl auch durch die Preisgestaltung beeinflusst. Dies zeigen die Erfahrungen, die mit der Steuererhöhung auf Alkopops in Frankreich (1996, Preiserhöhung um 100 %, Konsumrückgang fast auf Null) und in der Schweiz (2003, Vervierfachung der Steuer) gemacht wurden.

Auch der Regelung des § 6 GastG (mindestens ein alkoholisches Getränk muss in Gaststätten billiger – auch in der Menge – als das billigste alkoholische Getränk angeboten werden) lag die Überzeugung des Gesetzgebers zu Grunde, dass Jugendliche eher zu einem nichtalkoholischen Getränk greifen, wenn dieses billiger angeboten wird als ein alkoholisches.

Die Einführung einer Sondersteuer für Alkopops wird daher begrüßt. Sie wird bei Kindern und Jugendlichen zu einem – erwünschten – Konsumrückgang bei den sog. „Alkopops“ führen.

§ 4 Aufkommensverwendung, Aufkommensverteilung:

Die vorgesehene Verwendung des Netto-Mehraufkommens für Maßnahmen der Suchtprävention der gesetzlichen Krankenkassen wird zwar als hilfreich für den Jugendschutz bewertet. Die Mittel sollten jedoch auch den öffentlichen und freien Träger der Jugendhilfe, deren Auf-

gabe der erzieherische und ordnungsrechtliche Jugendschutz (Suchtprävention) ist, zur Verfügung stehen.

Zu Art. 2 Änderung des Jugendschutzgesetzes:

Nr. 1: Ergänzung des § 9 JuSchG um Absatz 4

Die Einführung der Kennzeichnungspflicht für Alkopops (Absatz 4 Satz 1) mit dem Hinweis „Abgabe an Personen unter 18 Jahren verboten“ wird als sinnvolle Maßnahme bewertet, da sowohl das Verkaufspersonal wie auch die Kunden eindeutig und auf einen Blick über die Abgabebeschränkungen dieses Getränks informiert werden.

Jedoch sollte im Hinblick auf die Gefährdung Minderjähriger durch andere stark alkoholische Produkte und die Gleichbehandlung ähnlicher Gefährdungstatbestände die Kennzeichnungspflicht nicht auf Alkopops beschränkt, sondern auf alle Branntweine, branntweinhaltigen (Mix)-Getränke und auch auf Lebensmittel, die Branntwein in nicht nur geringfügiger Menge enthalten – und somit auf alle Produkte, die unter das Abgabe- und Verzehrverbot des § 9 Abs. 1 Nr. 1 JuSchG fallen – ausgedehnt werden.

Des weiteren ist die in § 9 Abs. 4 Satz 2 vorgeschlagene Form des Hinweises (Schriftart, Größe und Farbe entsprechend dem Markennamen) nicht effektiv. Sie hätte zur Folge, dass die Kennzeichnung auf jedem Produkt in einer anderen Form, Größe und Farbe verwendet würde. Die gewünschte schnelle Erkennung des Verbots auf einen Blick und die Gewöhnung an ein bestimmtes Symbol oder Text mit hohem Wiedererkennungswert kann so nicht erreicht werden. Vorzuziehen wäre es deshalb, die Kennzeichnung auf dem Front-Etikett mit einem bestimmten Zeichen vorzuschreiben. Dies würde nicht nur eine einheitliche Kennzeichnung, sondern auch eine bessere Deutlichmachung und damit erhöhte Wahrnehmung bewirken. Mit ähnlichen Kennzeichen auf Videokassetten, DVDs und vergleichbaren Bildträgern oder seit 1.4.2003 für Computerspiele liegen bereits sehr gute Erfahrungen vor. Es wäre sinnvoll, den Bekanntheitsgrad dieser Zeichen zu nutzen und für die Kennzeichnung von Getränken und Lebensmitteln, die den Beschränkungen des § 9 Abs.1 Nr.1 JuSchG unterliegen, ein Zeichen vorzuschreiben, das in der Form und der Farbe den Kennzeichnungen aus dem Medienbereich entspricht.

Alternativ könnte auch ein Kennzeichen in Warndreieck-Form vorgeschlagen werden.

Zu Art. 3 Änderung des Tabaksteuergesetzes:

Die vorgeschlagene Mindestpackungsgröße und das Verbot der Einzelabgabe und insbesondere der kostenlosen Abgabe sind grundsätzlich positiv zu bewerten. Zwar gibt es gegenwärtig in der Praxis nur geringere Probleme damit, es wird aber als wichtig erachtet, dass von staatlicher Seite diesbezüglich sinnvolle Rahmenbedingungen geschaffen werden, die geeignet sind, durch finanzielle Hürden den Zugang von Kindern und jungen Jugendlichen zu Zigaretten zu erschweren.

Ein größeres Problem stellt die lange Übergangsfrist des § 30 Abs. 2 JuSchG für die Abgabe an Automaten dar. Neben der Ungleichbehandlung von Einzelhandel und Automatengewerbe, wird hier der leichte Zugang von Kindern und Jugendlichen zu Zigaretten unverhältnismäßig lange toleriert.

Es wird daher zusätzlich vorgeschlagen, neben den in Artikel 2 vorgesehenen Änderungen

des Jugendschutzgesetzes eine Verkürzung der in § 30 Abs. 2 JuSchG eingeräumten Übergangsfrist aufzunehmen.

II. Antrag 2: „Verbesserung der Maßnahmen zum Schutze der Kinder und Jugendlichen vor Alkoholsucht“ (Fraktion CDU /CSU), BT-Drs. 15/2646

In den Ziffern 1 und 2 wird eine bessere Durchsetzung der bestehenden Gesetze und verstärkte Ahndung der Ordnungswidrigkeiten gefordert.

Im Hinblick auf die angespannte finanzielle und personelle Situation bei den Jugendämtern, den Ordnungsämtern und der Polizei können solche Maßnahmen, wie die im Antrag beschriebene Aktion beim Karneval in Köln 2004 nur gelegentlich und punktuell durchgeführt werden. Die Wirkung bleibt zeitlich begrenzt. Eine Gesetzesänderung mit dem Ziel einer Verteuerung der problematischen Produkte und einer einheitlichen Kennzeichnung hingegen würde den Zugriff Minderjähriger durch eine finanzielle Barriere erschweren und den Vollzug der Gesetze erleichtern.

Die in Ziff. 3 geforderte Warnhinweispflicht wird begrüßt, sofern dieses Kennzeichen einheitlich in Form und Farbe, möglichst angelehnt an die entsprechenden Kennzeichen im Medienbereich vorgeschrieben wird (vgl. zu Antrag 1.)

Die in Ziff. 4 geforderte Änderung des Lebensmittelkennzeichnungsrechts zur größeren Information der Verbraucher wird grundsätzlich begrüßt.

Ohne einen entsprechenden Warnhinweis, wie in Ziff. 3 gefordert, hat die Angabe des Gesamtalkoholgehalts jedoch nur geringe präventive Wirkung. Zur verbesserten Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen kann diese Regelung kaum beitragen.

Im Hinblick auf das oft fehlende Problembewusstsein des Handels und des Verkaufspersonals ist eine solche flankierende Maßnahme wie in Ziff. 5 gefordert sinnvoll.

Die in Ziff. 6 geforderten Alkoholpräventionsmaßnahmen sind sicherlich sinnvoll, allerdings im Hinblick auf die begrenzten finanziellen und personellen Ressourcen der Haushalt nicht in der notwendigen Anzahl durchführbar.

Zusätzliche finanzielle Mittel für solche Maßnahmen könnten durch eine Erhöhung der Steuern auf branntweinhaltige Nahrungsmittel und eine vorgesehene Zweckbindung der steuerbedingten Netto-Mehreinnahmen gewonnen werden. Damit würde auch eine langjährige Forderung, den Verursacher von Gefährdungen für deren Minderung oder Beseitigung in die Pflicht zu nehmen, erfüllt.

III. Antrag 3: „Besserer Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Missbrauch von Alcopops und anderen alkoholischen Ready-To-Drink-Getränken“ (Fraktion FDP), BT-Drs. 15/2619

Die geforderten umfangreichen Informations- und Präventionsstrategien und entsprechender Maßnahmen sind sinnvoll und werden im Rahmen des Möglichen bereits angewandt. Ein weiterer Ausbau bedürfte einer höheren finanziellen Ausstattung der Jugendhilfe sowie von vergleichbaren Trägern. Präventive Maßnahmen sind grundsätzlich sinnvoll, in ihrer Wirkung

aber begrenzt. Nur im Zusammenwirken mit strukturellen und ordnungsrechtlichen Maßnahmen können befriedigende Ergebnisse erzielt werden.

Die konsequente Durchsetzung des JuSchG und des § 6 GastG obliegt den örtlichen Aufsichtsbehörden. Bedingt durch eine geringe finanzielle und personelle Ausstattung müssen in diesem Bereich Schwerpunkte gesetzt werden, sodass die Kontrolle vor Ort nicht immer so durchgeführt wird, wie es wünschenswert wäre. Deutliche politische Aussagen zur Wichtigkeit des Kinder- und Jugendschutzes könnten die Prioritätensetzung bei den Kommunen möglicherweise beeinflussen.

Die Vorschläge für eine Selbstverpflichtung des Handels sind im wesentlichen sinnvoll. Vor allem im Hinblick auf die Platzierung der Ware, das Anbringen von Hinweisen an den Verkaufsregalen, die Schulung des Personals etc. könnte eine deutliche Verbesserung des Jugendschutzes erreicht werden.

Selbstverpflichtungen des Handels sind allerdings immer abhängig von der wirtschaftlichen Situation und dem Konkurrenzdruck in der jeweiligen Sparte. Sie sind nur dann effektiv und erfolgreich, wenn bei einem Fehlverhalten staatliche Sanktionen zu erwarten sind.

So arbeitet zum Beispiel die DT-Control (Interessengemeinschaft Selbstkontrolle elektronischer Datenträger im Pressevertrieb) bei der Bewertung von CD-ROMs und DVDs, die Zeitschriften beigelegt werden sehr erfolgreich, da bei einer Fehlentscheidung ein Indizierungsverfahren bei der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) droht. Die Selbstverpflichtung der privaten Fernsehanbieter, die im VPRT zusammengeschlossen sind, zur Gestaltung von Talkshows hingegen funktioniert, wie täglich im Fernsehen zu verfolgen, nur sehr bedingt, da bei Zuwiderhandlungen keine Konsequenzen drohen. Der Gesetzgeber hat dieser Tatsache bei der Gestaltung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages Rechnung getragen und zwar die freiwillige Selbstkontrolle der Anbieter gestärkt, aber gleichzeitig die Kommission für Jugendmedienschutz als staatliche Kontrolleinstanz installiert, um die Arbeit der Selbstkontrollen zu überprüfen. Nur in diesem Zusammenspiel haben Selbstverpflichtungen der Industrie eine nachprüfbar wirksame Wirkung.

Hinsichtlich der Hinweispflicht auf den Getränkeverpackungen wird deshalb eine freiwillige Selbstverpflichtung als nicht ausreichend erachtet. Auch für eine einheitliche Handhabung wird hierzu eine gesetzliche Regelung wohl unumgänglich sein.