

Tabakwerbeverbot/Corona

Kommunen, Kinos und Gastronomie in der Wirtschaftskrise – Belastungen durch den Gesetzentwurf zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes

Die deutsche Wirtschaft befindet sich infolge der Corona-Pandemie in einer massiven und wohlmöglich lang andauernden Krise. Einzelne Wirtschaftsbereiche insbesondere der Dienstleistungsbranchen wurden von den Auswirkungen der Pandemie mit besonderer Härte getroffen. Hierzu zählen die Gastronomie und Kinos, wo nach den wochenlangen Betriebsschließungen ein „Normalbetrieb“ auf absehbare Zeit nicht möglich sein wird.

Aufgrund einbrechender Steuereinnahmen drohen den öffentlichen Haushalten gewaltige Ausfälle. Die Handlungsfähigkeit von Städten und Gemeinden ist in besonderem Maße wegen sinkender Gewerbesteuererinnahmen gefährdet. Im Rahmen der notwendigen Diskussion über finanzielle Unterstützungsmaßnahmen sollte entsprechend des Beschlusses des Koalitionsausschusses vom 22. April 2020 auch über die Vermeidung weiterer Härten für Beschäftigte und Unternehmen gesprochen werden.

Der Gesetzentwurf zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes umfasst Regelungsinhalte, die – direkt oder mittelbar – zu zusätzlichen finanziellen Belastungen der kommunalen Haushalte, der Kinobranche und der Gastronomie führen würden.

Angesichts des von führenden Wirtschaftsforschungsinstituten nicht ausgeschlossenen langwierigen Verlaufs der Krise (L- oder U-Kurve) sollte deswegen eine Verschiebung des Inkrafttretens des Gesetzes bzw. die Anpassung einzelner Regelungen geprüft werden.

Kommunale Haushalte

Mindereinnahmen bei kommunalen Unternehmen, massive Ausfälle der Einkommens-, Umsatz- und Gewerbesteuer – Städte und Gemeinden erwarten in der Geschichte der Bundesrepublik „beispiellose Einbußen“.ⁱ Es mehren sich die Rufe nach einer gemeinsamen Kraftanstrengung von Bund und Ländern, um die Handlungsfähigkeit der Kommunen sicherzustellen.

Auswirkungen des Änderungsgesetzes:

Das vorgesehene Plakatwerbeverbot für Tabakprodukte und E-Zigaretten hätte für alle deutschen Kommunen erhebliche Mindereinnahmen bei der Vermarktung der öffentlichen Werbeflächen zur Folge.

Gemäß Drogen- und Suchtbericht 2019 der Drogenbeauftragten wurden im Jahr 2017 rund 95,9 Millionen Euro für Außenwerbung für Tabakprodukte ausgegeben.ⁱⁱ Die bislang noch deutlich geringeren Investitionen in Plakatwerbung für E-Zigaretten sind in dieser Summe nicht berücksichtigt.

Beispiel Dortmund:

Die Stadt Dortmund ermittelte unlängst, dass ein Werbeverbot für Tabakwaren, E-Zigaretten, Alkohol und Glücksspiel auf ihren städtischen Plakatflächen zu jährlichen Mindereinnahmen von knapp einer Million Euro führen würde.ⁱⁱⁱ

Um zusätzliche Belastungen der Einnahmeseite der kommunalen Haushalte mittelfristig zu vermeiden, wird eine Verschiebung des Anwendungsbeginns hinsichtlich der neuen Regeln zur Außenwerbung empfohlen.

Empfehlung: Änderung Artikel 1 Ziffer 10 des Änderungsgesetzes:

Dem § 47 wird folgender Absatz 8 angefügt:

„(8) § 20a ist auf Außenwerbung für Tabakerhitzer ab dem 1. Januar 2027 und auf Außenwerbung für elektronische Zigaretten oder Nachfüllbehälter ab dem 1. Januar 2028 anzuwenden. Im Übrigen ist § 20a ab dem 1. Januar 2026 anzuwenden.“

Kinos

Die deutschen Lichtspielhäuser sind aufgrund des shut down von den wirtschaftlichen Folgen der Pandemie besonders hart getroffen. Laut dem Branchenverband HDF Kino e.V. befürchtete Mitte April eine Mehrheit der Mitgliedsbetriebe nur noch zwei bis drei Monate ohne zusätzliche

staatliche Finanzhilfen durchhalten zu können.^{iv} Auch nach der Wiedereröffnung wird der Kinobetrieb auf absehbare Zeit nur unter Einschränkungen etwa bei der Saalauslastung möglich sein – bei weitgehend stabilen laufenden Kosten.

Auswirkungen des Änderungsgesetzes:

Das vorgesehene faktische Kinowerbeverbot^v für Tabakprodukte und E-Zigaretten ab dem 1. Januar 2021 bedeutet für die Betreiber zusätzliche Einnahmeeinbußen. Tabakwerbung, die gemäß der Selbstverpflichtung der Hersteller erst nach 20 Uhr gezeigt werden darf, hat in den vergangenen Jahren jeweils mit einem niedrigen Millionen-Euro-Betrag^{vi} zur Finanzierung der Kinos in Deutschland beigetragen.

Um zusätzliche Einnahmeverluste der Kinobranche in der Wirtschaftskrise zu vermeiden, wird ein späteres Inkrafttreten des Änderungsgesetzes empfohlen.

Empfehlung: Änderung von Artikel 5 „Inkrafttreten“

Dieses Gesetz tritt am 1. Januar 2025 in Kraft.

Gastronomie

Der DEHOGA-Bundesverband befürchtet für die Branche eine Pleitewelle „nie gekanntes Ausmaßes“ und die Gefährdung Hunderttausender Arbeitsplätze. Mehr als 70.000 gastgewerbliche Betriebe stünden ohne staatliche Hilfe vor dem Ruin.^{vii}

Auswirkungen des Änderungsgesetzes:

Durch eine weite und unbestimmte Definition von Außenwerbung im Entwurf des Änderungsgesetzes gerät die Außengastronomie in den Anwendungsbereich der Werbeverbote: Es soll nicht nur die Plakatwerbung für Tabakprodukte und E-Zigaretten verboten werden, sondern genauso mit Produktnamen gebrandete Sonnenschirme oder Aschenbecher im Außenbereich der Gastgewerbe.

Nach Branchenschätzungen fließt jährlich ein zweistelliger Millionen-Euro-Betrag in Kooperationen mit der Gastronomie. Sollte ein Branding des Mobiliars gerade dort, wo Tabakprodukte und E-Zigaretten üblicherweise konsumiert werden –

dem Außenbereich der Gastronomie –, nicht mehr zulässig sein, sind deutliche Einschränkung dieser Zusammenarbeit und damit finanzielle Einbußen für das Gastgewerbe zu befürchten.

Um diese zusätzlichen Belastungen der Einnahmeseite der gastronomischen Betriebe zu vermeiden, wird eine Präzisierung der Definition der Außenwerbung im Änderungsgesetz empfohlen.

Empfehlung: Änderung Artikel 1 Ziffer 3 Buchstabe a) des Änderungsgesetzes:

Neu:

„Außenwerbung: jede Werbung außerhalb geschlossener Räume, die mittels einer ortsfesten Einrichtung erfolgt und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar ist“.

Wirtschaftskrise allgemein:

- Bundesregierung erwartet „schwerste Rezession der Nachkriegsgeschichte“ (29. April 2020);
- ifo Geschäftsklimaindex und Einkaufsmanager-Index sinken auf historischen Tiefstand (23./24. April 2020);
- GfK registriert „beispiellosen Absturz“ des Konsumklimas und sagt „sehr schwere Rezession“ voraus (23. April 2020).

Kommunen:

- Rückgang der Steuereinnahmen um 11.1 Mrd. Euro verglichen mit 2019 (AK „Steuerschätzung“ v. Mai 2020);
- Bundesfinanzminister Scholz plant kommunalen Rettungsschirm in Höhe von 57 Mrd. Euro (16. Mai 2020)

Kinos:

- 58 Prozent der Kinos befürchteten Mitte April 2020, spätestens in zwei bis drei Monate Insolvenz anmelden zu müssen;
- kurzfristiger Förderbedarf wird auf 186 Mio. Euro geschätzt. (Quelle: HDF Kino v. 23. April 2020)

Gastronomie:

- aufgrund Abstandsregelungen werden nur 30 bis 50 Prozent des Vorjahresumsatzes erwartet;
- nur mit direkten Finanzhilfen hätten viele Betriebe Überlebensperspektive. (Quelle: DEHOGA Bundesverband vom 6. Mai 2020)

 **BVTE** | Bundesverband der Tabakwirtschaft und neuartiger Erzeugnisse

Jan Mücke, Hauptgeschäftsführer
 T +49 30 8145936-55
 j.muecke@bvte.de | www.bvte.de

ⁱ „Städtetag erwartet beispiellose Einbußen durch Corona-Krise – Bund und Länder müssen Handlungsfähigkeit der Städte sicherstellen“, dpa-Bericht v. 5. Mai 2020.

ⁱⁱ Drogen- und Suchtbericht 2019 der Drogenbeauftragten der Bundesregierung, S. 46.

ⁱⁱⁱ Werbeverbote könnten die Stadt Millionen kosten, Ruhr Nachrichten v. 23. März 2020.

^{iv} Den deutschen Kinos droht durch Corona-Shutdown eine akute Insolvenzwellen, Pressemitteilung des HDF Kino e.V. v. 23. April 2020.

^v Die Beschränkung der Vorführung von Werbefilmen auf Filmvorstellungen, die mit „Keine Jugendfreigabe/FSK 18“ gekennzeichnet sind, hat Verbotswirkung. Seit 2014 entfielen maximal zwei Prozent der jährlichen Kinobesuche auf Filme dieser Kategorie. (Quelle: SPIO e.V.)

^{vi} Drogen- und Suchtbericht 2019, S. 46.

^{vii} Bund-Länder-Treffen am 30. April 2020: Rettungsfonds, Pachtminderung und Öffnungsperspektiven gehören auf die Agenda, Pressemitteilung des DEHOGA Bundesverbands v. 29. April 2020.