

Deutsches Krebsforschungszentrum | M050 | PF 101949 | 69009 Heidelberg

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

per E-Mail an:

buero-via3@bmwi.bund.de und
gesa.foerster@bmwi.bund.de

Stabsstelle Krebsprävention WHO-Kollaborationszentrum für Tabakkontrolle

M050
Leiterin:
PD Dr. Ute Mons

Im Neuenheimer Feld 280
69120 Heidelberg
Telefon +49 6221 42-3007
+49.6221.42-0000
Telefax +49 6221 42-3020
www.dkfz.de
u.mons@dkfz.de
www.tabakkontrolle.de

Heidelberg, den 22.08.19

Stellungnahme des Deutschen Krebsforschungszentrums zum Referentenentwurf eines Vierten Gesetzes zur Änderung des Telemediengesetzes und zur Änderung weiterer Gesetze

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Deutsche Krebsforschungszentrum (DKFZ) bedankt sich dafür, im Rahmen der Verbändeanhörung zum Referentenentwurf eines Vierten Gesetzes zur Änderung des Telemediengesetzes und zur Änderung weiterer Gesetze Stellung nehmen zu dürfen und nutzt diese Möglichkeit mit folgender Stellungnahme:

Das DKFZ begrüßt die Umsetzung der Europäischen Richtlinie EU 2018/1808 in deutsches Recht. Entsprechend der Internetseite des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie handelt es sich dabei um eine 1:1-Umsetzung. Dies gelte auch für Artikel 2 des Gesetzesentwurfs, der eine Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes enthält. (<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Service/Gesetzesvorhaben/viertes-gesetz-zur-aenderung-des-telemediengesetzes-und-zur-aenderung-weiterer-gesetze.html>)

Das DKFZ vertritt die Auffassung, dass dies aus folgendem Grund nicht der Fall ist:

Die Richtlinie EU 2018/1808 definiert „audiovisuelle kommerzielle Kommunikation“ folgendermaßen:

„Bilder mit oder ohne Ton, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen; diese Bilder sind einer Sendung oder einem nutzergenerierten Video gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen unter anderem Fernsehwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung“.

Stiftung des öffentlichen Rechts

Stiftungsvorstand
Prof. Dr. med. Michael Baumann
Prof. Dr. rer. pol. Josef Puchta

Deutsche Bank Heidelberg
IBAN: DE09 6727 0003 0015 7008 00
BIC (SWIFT): DEUT DES M672

Deutsche Bundesbank Karlsruhe
IBAN: DE39 6600 0000 0067 0019 02
BIC (SWIFT): MARK DEF 1660

Im Referentenentwurf hingegen fehlt für die Änderung von §2 Nr. 9 die explizite Nennung von Fernsehwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung in der Definition von „audiovisueller kommerzieller Kommunikation“:

„ist audiovisuelle kommerzielle Kommunikation jede Form der Kommunikation mit Bildern mit oder ohne Ton, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dient; diese Bilder sind einer Sendung oder einem nutzergenerierten Video gegen Entgelt oder gegen eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten“

Gerade ein abstrakter Begriff wie die "audiovisuelle kommerzielle Kommunikation" muss konkret erläutert werden, damit er für den Anwender des Gesetzes eindeutig ist. **Daher sollte im Referentenentwurf die konkrete Aufzählung von Fernsehwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung – wie in der Richtlinie EU 2018/1808 vorgegeben – ergänzt werden.**



PD Dr. Ute Mons