EUROPEAN COMMISSION
Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs
Single Market Enforcement
Notification of Regulatory Barriers

Mitteilung 103

Mitteilung der Kommission - TRIS/(2024) 1046

Richtlinie (EU) 2015/1535

Notifizierung: 2024/0032/BE

Weiterverbreitung von Bemerkungen eines Mitgliedstaates (Spain) (Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie (EU) 2015/1535). Diese Bemerkungen verlängern nicht die Stillhaltefrist.

MSG: 20241046.DE

1. MSG 103 IND 2024 0032 BE DE 22-07-2024 17-04-2024 ES COMMS 5.2 22-07-2024

2. Spain

3A. Ministerio de Asuntos Exteriores, UEy Cooperación
DG de Coordinación del Mercado Interior y Otras Políticas Comunitarias
SG de Asuntos Industriales, Energéticos, de Transportes y Comunicaciones, y de Medio Ambiente

3B. Comisión Interministerial para la Ordenación Alimentaria
Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición.
Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

4. 2024/0032/BE - C50A - Lebensmittel

5. Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie (EU) 2015/1535

6. Gemäß der Richtlinie 2015/1535 hat die belgische Regierung am 19. Januar 2024 den Entwurf eines königlichen Erlasses über die Werbung für alkoholhaltige Getränke (2024/0032/BE) bekannt gegeben.

Die Prüfung des Entwurfs hat die spanischen Behörden veranlasst, die nachstehenden Bemerkungen gemäß Artikel 5 Absatz 2 der genannten Richtlinie vorzulegen.

Der Entwurf des königlichen Erlasses deckt drei Hauptaspekte ab:
1. er verbietet die Werbung für alkoholhaltige Getränke in Medien, die in erster Linie für Minderjährige bestimmt sind;
2. er verbietet den freien Vertrieb von alkoholhaltigen Getränken, außer beim Kauf eines alkoholhaltigen Getränks und bei Verkostungen;
3. er erfordert die Aufnahme eines gesundheitsbezogenen Warnhinweises, dessen Inhalt und Form vom Minister in jeder Werbung für alkoholhaltige Getränke festgelegt werden.

Nach Ansicht Spaniens ist es notwendig, einige Aspekte des von Belgien vorgelegten Entwurfs des königlichen Erlasses zu präzisieren.

1. Erstens und für die ordnungsgemäße Anwendung des Textes ist es unerlässlich, den Anwendungsbereich des Entwurfs des königlichen Erlasses korrekt festzulegen.

Artikel 1 des Entwurfs enthält eine Definition für den Begriff „Werbung“, die Aspekte im Zusammenhang mit der Bereitstellung audiovisueller Mediendienste und Aspekte, die über diese Dienste hinausgehen, wie die Verwendung eines Logos oder einer Marke, abdecken soll. In Bezug auf Waren könnte sich dieser Aspekt auf die Kennzeichnung oder Kennzeichnung von Produkten auswirken.

Für Aspekte im Zusammenhang mit der Bereitstellung audiovisueller Mediendienste enthält die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste genaue Definitionen, die in diesem königlichen Erlass verwendet werden sollten. Diese Definitionen wurden in der EU harmonisiert, und die Mitgliedstaaten sind damit vertraut, die Umsetzung der Rechtsvorschriften zu erleichtern und Abweichungen zwischen den Mitgliedstaaten zu vermeiden.

In Bezug auf Werbung, die sich auf Waren wie alkoholhaltige Getränke auswirken kann, bezieht sich die Verordnung 1169/2011 auf die Definition des Begriffs „Werbung“ in Artikel 2 Buchstabe a der Richtlinie 2006/114/EG im Sinne einer Vertretung in jeglicher Form im Zusammenhang mit einem Gewerbe, Handwerk oder Beruf zur Förderung der Lieferung von Gegenständen oder Dienstleistungen, einschließlich unbeweglichem Eigentum, Rechten und Pflichten.

Da es für beide Bereiche eine Definition des Begriffs „Werbung“ auf europäischer Ebene gibt, sollte sich der belgische Entwurf eines königlichen Erlasses gegebenenfalls auf einen oder beide beziehen.

Da in dem königlichen Erlass festgelegt ist, dass die Anbringung einer Marke oder eines Logos auch als Werbung anzusehen ist, ist es wichtig zu wissen, ob es sich um die Kennzeichnung von Waren handelt. Wenn dies der Fall ist, würde die Verpflichtung nach Artikel 7 bedeuten, dass, wenn das Logo oder die Marke auf einem Getränk, unabhängig davon, ob alkoholhaltige oder nicht, und auf jeder anderen Art von Erzeugnis (Kleidung, Gläser, Untersetzer usw.) verwendet wird, ein gesundheitsbezogener Warnhinweis enthalten wäre, der vom belgischen Minister festgelegt wurde. Aufgrund der Art und Weise, wie viele Produkte präsentiert werden, hängt die Verwendung von Marken und Logos direkt mit Kennzeichnungsaspekten zusammen, sodass diese Maßnahme entweder eine Änderung der Etikettierung oder des Produkts selbst bedeuten würde (wie es bei Kleidung, Brillen usw. der Fall wäre). Infolgedessen müssten Wirtschaftsbeteiligte in anderen Mitgliedstaaten, die ihre Produkte in Belgien vermarkten wollen, zusätzliche Kosten tragen, was dies zu einer belastenden Maßnahme für sie machen würde, obwohl dies für Marktteilnehmer, die ihre Produkte in Belgien vermarkten, nicht der Fall wäre.

2. Zweitens ist in Bezug auf Artikel 7, wonach jede Werbung für alkoholhaltige Getränke eine gesundheitsbezogene Informationsbotschaft enthalten muss, deren Inhalt und Form vom Minister festzulegen sind, dass nur gesundheitsbezogene Mitteilungen des Ministers in der Werbung erwähnt werden dürfen und dass jede andere gesundheitsbezogene Botschaft, ein Erziehungsslogan oder eine andere Formulierung verboten ist, zu berücksichtigen ist, dass sie aufgrund der mangelnden Klarheit des Geltungsbereichs des königlichen Erlasses auf verschiedene Waren wie alkoholhaltige Getränke selbst anwendbar sein könnte. Das heißt, es ist nicht klar, ob es darum geht, nur die Werbung für alkoholhaltige Getränke oder auch den Handel mit diesen Getränken zu regeln.

Auch wenn es derzeit keine harmonisierten Rechtsvorschriften zu diesem Thema gibt, würde die Einführung obligatorischer Gesundheitsinformationen anderen Initiativen zuwiderlaufen, die auf europäischer Ebene entwickelt werden sollen, wie etwa dem Vorschlag für eine obligatorische Kennzeichnung von gesundheitsbezogenen Warnhinweisen bei alkoholhaltigen Getränken, der in der Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament und den Rat im Rahmen des europäischen Plans zur Krebsbekämpfung dargelegt ist.

Darüber hinaus stellt das Verbot der Verwendung anderer gesundheitsbezogener Botschaften, Erziehungsslogans oder anderer Formulierungen in Bezug auf die Anwendung dieses königlichen Erlasses auf alkoholhaltige Getränke ein Hindernis für den Handel mit Erzeugnissen aus anderen Mitgliedstaaten dar, die ihre Etikettierung an den belgischen Markt anpassen und schwer zu tragende zusätzliche Kosten verursachen müssten. Dies würde die Hersteller in anderen Mitgliedstaaten davon abhalten, ihre Produkte in Belgien auf den Markt zu bringen, was bedeutet, dass sie tatsächlich zu einer verschleierten Handelsbeschränkung werden würde, ohne dass die Maßnahme hinreichend gerechtfertigt wäre.

3. Drittens führt der Entwurf des belgischen königlichen Erlasses zu Auslegungsproblemen. Insbesondere Artikel 6 über das Verbot, im Rahmen einer Werbekampagne alkoholhaltige Getränke unentgeltlich anzubieten, es sei denn, der Verbraucher kauft ein alkoholhaltiges Getränk und als Teil von Verkostungen, macht nicht klar, ob die Ausnahme für Werbekampagnen gilt, bei denen der Verbraucher ein Getränk kauft sowie für Werbekampagnen mit Verkostungen, oder ob die Ausnahme nur für Werbekampagnen gilt, wenn der Verbraucher ein Getränk kauft und darüber hinaus um Kampagnen, die Verkostungen umfassen. Jedenfalls ergibt die Ausnahme, dass der Verbraucher ein alkoholhaltiges

Getränk kaufen muss, damit ihm im Rahmen einer Werbekampagne kostenlose Getränke mit Alkohol angeboten werden können, keinen Sinn. Nach den Ausführungen soll mit der Maßnahme vermieden werden, dass Verbraucher dazu veranlasst werden, ein alkoholhaltiges Getränk zu konsumieren, das sie nicht gekauft haben. Umgekehrt könnte die vorgeschlagene Maßnahme den Kauf eines alkoholhaltigen Getränks fördern, um ein anderes alkoholhaltiges Getränk, das kostenlos angeboten wird, konsumieren zu können. Darüber hinaus kann im Rahmen von Verkostungen die Probenahme des Produkts vor dem Kauf sowohl für den Kauf als auch für den Nichtkauf entscheidend sein.

4. Wenn es sich schließlich um eine Maßnahme handelt, die sich auf Waren auswirken könnte, wie dies bei der derzeitigen Formulierung der Fall sein könnte, wäre es erforderlich, eine Klausel über die gegenseitige Anerkennung aufzunehmen.

Dementsprechend werden die belgischen Behörden aufgefordert, Folgendes vorzulegen:
• Klarstellung des Anwendungsbereichs des Entwurfs des königlichen Erlasses, z. B. ob die Platzierung des Logos einer Marke auf einer zum Verkauf bereitstehenden Flasche als Werbung anzusehen wäre oder ob die Platzierung des Logos auf T-Shirts, Gläsern usw. auch die Notwendigkeit zur Aufnahme des Warnhinweises mit sich bringen würde (noch vom belgischen Minister festzulegen);
• Klarstellung darüber, ob andere gesundheitsbezogene Warnhinweise als der Ausdruck des belgischen Ministers verboten werden sollen (z. B. Piktogramme schwangerer Frauen, der Ausdruck „Wein in Maßen“ der von der EU gesponserten Kampagne usw.);
• Klarstellung über das Verbot des freien Angebots eines alkoholhaltigen Getränks im Rahmen einer Verkostung, da der Ausdruck verwirrend erscheint;
• Aufnahme einer Klausel über die gegenseitige Anerkennung.

****

Europäische Kommission
Allgemeine Kontaktinformationen Richtlinie (EU) 2015/1535
email: grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu