



Tobias Dünnebacke, Redakteur LP.economy und Lebensmittel Praxis

Diese Fristen gelten für die Tabakwerbung

In einem halben Jahr wird es keine Außenwerbung mehr für klassische Tabakprodukte geben. Was ist noch erlaubt? Ein Überblick.

Die Novellierung des Tabakerzeugnisgesetzes ist Anfang des Jahres 2021 in Kraft getreten. Damit wird es auch in Deutschland strengere Regeln geben. Bisher war die Bundesrepublik trotz rund 121.000 Todesfällen pro Jahr in Deutschland und eines volkswirtschaftlichen Schadens von knapp 100 Milliarden Euro (Bundesregierung) im EU-Vergleich eine Insel der Freiheiten für Tabakwerbung.

Welche Fristen gelten für welche Produkte?

Die geänderten Vorgaben für Kinowerbung (Werbung ist nur noch bei Filmen ohne Jugendfreigabe möglich) sowie ein Verbot von Gratisproben außerhalb von Fachgeschäften sind seit Jahresbeginn in Kraft. Für Außenwerbung gilt bei den herkömmlichen Tabakprodukten wie der Fabrikzigarette oder dem Drehtabak eine Frist bis Anfang 2022. Danach sind große Plakate in den Innenstädten, beispielsweise an Bushaltestellen, Geschichte.

Ab dem 1. Januar 2023 gilt das Werbeverbot dann auch für sogenannte Tabakerhitzer und ab dem 1. Januar 2024 für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter. Die Branche ist insbesondere von dieser faktischen Gleichstellung von vermeintlich weniger schädlichen Alternativen und Zigaretten enttäuscht. Das Werbeverbot zählt auch für nikotinfreie Liquids, E-Zigaretten, so die Einschätzung der Regierung, würden mit ihren exotischen und angenehm schmeckenden Aromen insbesondere Jugendliche verleiten und an das Rauchen und/oder Dampfen heranführen.

Was ist überhaupt noch erlaubt?

Werbung für Tabakprodukte und elektronische Zigaretten ist nach 2024 noch möglich, und zwar im Umfeld des Fachhandels sowie des Handels generell. Außenwerbung an Fachgeschäften oder im Schaufenster bleibt ebenso legal wie Kundenstopper, Displays und Maßnahmen in den Innenräumen. Das Gesetz unterscheidet hier nicht explizit zwischen Fach- und Lebensmitteleinzelhandel oder Convenience-Stores. Der Begriff wird für alle Verkaufsstellen verwendet. (td)



Jens Hertling, Redakteur LP.economy und Lebensmittel Praxis

Anreize zur Impfung sind legitim

Darf der Chef eine Impfpflicht einführen und darf er die Mitarbeiter, die dagegen sind, sanktionieren?

Könnte der Gesetzgeber eine Impfpflicht schaffen?

„Der Gesetzgeber kann hier voranschreiten. Die Auflegung von Impfpflichten bestimmter Arbeitnehmergruppen ist mehr eine Frage guter Gesetzgebungspolitik als verfassungsrechtliche Grenze“, sagt Dr. Gregor Thüsing, Professor an der Universität Bonn. Der Gesetzgeber hat einen weiten Spielraum, das Für und Wider einer solchen Freiheitsbeschränkung einzuordnen. Für jede Beschränkung spricht aber letztlich der Schutz von Leben und derer, die sich vielleicht nicht impfen lassen können. Das Grundrecht auf Leben ist nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts die vitale Basis für alle anderen Grundrechte. Die gilt es bestmöglich zu schützen im Rahmen des Angemessenen. Und der Arbeitgeber kann auch mehr tun, als er muss. „Dies kann dazu führen, dass Arbeitgeber Arbeitnehmer fragen können: ‚Seit ihr geimpft?‘ und sie gegebenenfalls dadurch mittelbar zwingen können, dass dort, wo keine sinnvolle Beschäftigung ohne das Risiko einer Ansteckung besteht, eine personenbedingte Kündigung am Ende steht“, so Thüsing.

Kündigung wegen fehlender Impfung?

„Das kommt auf den Einzelfall an und auf das konkrete Arbeitsverhältnis und setzt voraus, dass sich der Arbeitnehmer impfen lassen kann. Regelmäßig. Aber völlig richtig: Das wäre ein harter Schnitt, und so mag es sinnvoller sein, dass der Arbeitgeber es weniger mit Peitsche als mit Zuckerbrot versucht“, sagt Thüsing. Er ergänzt: „Anreize zur Impfung sind legitim, und wenn der Arbeitgeber hier letzte Zweifel zur Impfung dadurch ausräumt, dass er Anreize setzt, dann ist das zu begrüßen und rechtlich sicherlich unzweifelhaft zulässig.“

Und was kann seitens des Arbeitgebers getan werden?

„Wenn das alles nicht hilft und in den Grenzen, wo eine Impfaufforderung dann rechtlich doch nicht durchsetzbar ist, hilft nur die Verpflichtung zur Testung. Die Aufsichtsbehörden sind hier zurückhaltend bei der Frage, ob ich eine Testpflicht einrichten kann“, so Thüsing. Dies entspricht aber schon aktuell nicht dem Stand der Verordnungen. Einige Landesverordnungen haben eine Testpflicht für Mitarbeiter mit Kundenkontakt formuliert. Für andere Bundesländer ergibt sich dies unmittelbar aus der Fürsorgepflicht des Arbeitgebers, die Mitarbeiter, aber auch die Kunden angemessen zu schützen. (jh)



Sven Janken, Umsatzsteuer-Experte und Steuerberater, Dornbach Bonn

Kaffeespende mit Extrasteuer

Um Opfern der Hochwasserkatastrophe zu helfen, haben viele Lebensmittel wie Kaffee gespendet. Bei Kaffee kommt trotzdem eine Steuer obendrauf.

Warum wird gespendeter Kaffee besteuert?

Die Kaffeespende eines Unternehmens an eine gemeinnützige Organisation unterliegt in Deutschland in den meisten Fällen als sogenannte „unentgeltliche Wertabgabe“ der Umsatzsteuer. Dadurch soll die Vorsteuer kompensiert werden, die der Spender bei Erwerb oder Herstellung des gespendeten Kaffees abziehen konnte. Es soll ein unversteuerter Endverbrauch vermieden werden, da dies gegen das Unionsrecht verstoßen würde.

Zusätzlich zu der Umsatzsteuer müssen viele Kaffehersteller für ihre Spende auch noch Kaffeesteuer zahlen. Die Kaffeesteuer beträgt aktuell für Röstkaffee 2,19 Euro je Kilogramm und für löslichen Kaffee 4,78 Euro je Kilogramm. Betroffen sind Kaffeunternehmen, die ein sogenanntes Steuerlager unterhalten. Die Kaffeesteuer fällt bei der Entnahme des Kaffees aus einem Steuerlager automatisch an. Eine Befreiung von der Kaffeesteuer ist nur in wenigen Ausnahmefällen möglich. Anders als die Spende ist die Vernichtung von Kaffee zum Beispiel steuerfrei. Für viele Produzenten ist es daher günstiger, verkehrsfähigen Kaffee zu vernichten, als ihn zu spenden.

Wie könnte das verändert werden?

Anders als bei der Umsatzsteuer wäre eine Änderung aus unionsrechtlicher Sicht hier grundsätzlich möglich. Denn die Kaffeesteuer ist als nationale Verbrauchsteuer von der EU-Harmonisierung ausgenommen. Allerdings hat die Bundesregierung vor Kurzem auf eine Anfrage der FDP-Fraktion betont, dass sie an der Kaffeesteuerpflicht von Spenden nichts ändern möchte. Die Begründung: Ein Steuerbefreiungsbestand für gespendeten Kaffee entspricht nicht der etablierten verbrauchsteuerrechtlichen Systematik.

Wie ist das bei anderen Lebensmitteln?

Lebensmittelspenden unterliegen ebenfalls der Umsatzsteuer. Das gilt zumindest, wenn der gespendete Gegenstand zum vollen oder teilweisen Vorsteuerabzug berechtigt hat. Bemessungsgrundlage für die Umsatzsteuer auf die Sachspende ist der fiktive Einkaufspreis zum Zeitpunkt der Spende. Die Finanzverwaltung erkennt bei Sachspenden von nicht mehr oder nur noch eingeschränkt verkehrsfähiger Ware eine geminderte Bemessungsgrundlage an. Beispielsweise fällt für gespendete Lebensmittel und Non-Food-Artikel, die kurz vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums stehen, unter Umständen gar keine Umsatzsteuer an.

Das hilft natürlich nicht bei der Spende von Neuware weiter. In bestimmten Fällen gewährt die Bundesregierung aber auch hier Steuererleichterungen. So können noch bis 31. Oktober 2021 bestimmte Sachspenden – wie Lebensmittel – umsatzsteuerfrei gespendet werden, sofern sie Opfern der Flutkatastrophe unmittelbar zugutekommen. (kss)

”

Die Aromenvielfalt von E-Zigaretten erleichtert den Einstieg ins Rauchen.

Bundesregierung

“