



Stellungnahme zum Belgischen Entwurf eines Königlichen Dekrets über die Werbung für alkoholische Getränke (Notifizierungsverfahren 2026/0161/BE)

Belgien hat am 30. März 2026 ein Königliches Dekret über die Werbung für alkoholische Getränke unter der Nummer [2026/0161/BE](#) im TRIS-System der EU notifiziert. Zentrale Inhalte des Entwurfs sind:

- ein verpflichtender Gesundheitshinweis „Alkohol ist schädlich für Ihre Gesundheit“, der in jeder Werbung für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 0,5 Volumenprozent anzubringen ist;
- ein Verbot der Alkoholwerbung in Medien, deren Nutzer zu mindestens 30 Prozent aus Minderjährigen bestehen.

Diese Notifizierung löst eine dreimonatige Stillhaltefrist aus, während dieser der Entwurf nicht verabschiedet werden darf. **Wir bitten die Bundesregierung, den Entwurf eingehend zu prüfen und im Rahmen des Notifizierungsverfahrens eine ausführliche Stellungnahme abzugeben, da der Entwurf des Königlichen Erlasses mit dem europäischen Recht unvereinbar ist und hiervon auch die Interessen deutscher Unternehmen betroffen sind.**

Vorab möchten wir betonen, dass wir die Notwendigkeit, Alkoholmissbrauch zu bekämpfen, verantwortungsvollen Genuss zu fördern und die gezielte Ansprache von Minderjährigen in der Alkoholwerbung zu untersagen, voll und ganz unterstützen. Werbung für alkoholische Getränke ist EU-weit bereits umfassend geregelt, sowohl durch gesetzliche Vorgaben wie die EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie), die sog. Health-Claims-Verordnung und die EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, als auch durch nationale Regelungen und die Selbstregulierung der Branche, die auf nationalen Verhaltenskodizes basiert. Durch diese Vorgaben ist sichergestellt, dass sich die Werbung nicht an Minderjährige richtet und auch den übermäßigen Genuss alkoholhaltiger Getränke weder fördert noch verharmlost. Der Deutsche Brauer-Bund und seine Mitglieder bekennen sich zu ihrer Verantwortung für eine Werbung, die jederzeit den Jugendschutz sicherstellt und mit ihren Standards über die gesetzlichen Anforderungen hinausgeht.

Mit großer Sorge sehen wir jedoch, dass nach Irland (vgl. Notifizierungsverfahren 2022/0441/IRL) und Polen (vgl. Notifizierungsverfahren 2026/0016/PL und 2026/0033/PL) nun auch Belgien innerhalb des europäischen Binnenmarktes versucht, einen eigenen Weg mit Blick auf Warnhinweise für alkoholhaltige Getränke zu gehen.

Nachfolgend begründen wir unsere Kritik am belgischen Vorgehen.

Begründung:

I. Verstoß gegen den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr der EU (Artikel 34 und Artikel 56 AEUV)

Der Entwurf des Königlichen Dekrets (im Folgenden: Dekret) gilt für Werbung, die laut der Mitteilung im TRIS-Portal ausgestrahlt oder verbreitet („diffusée“) wird.¹ Als solcher beeinträchtigt das Dekret den Handel innerhalb der Europäischen Union, da es sich auch auf Werbung auswirkt, die von im Ausland ansässigen Unternehmen auf den belgischen Markt ausgerichtet ist.

Ausgehend von der ständigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) bedürfen staatliche Maßnahmen einer Rechtfertigung, wenn sie den Marktzugang ausländischer Anbieter beschränken und somit in die europäische Warenverkehrsfreiheit eingreifen. Beschränkende, einzelstaatliche Maßnahmen aus Gründen des Schutzes der Gesundheit wären nur dann gerechtfertigt, wenn diese Maßnahmen verhältnismäßig sind. Der EuGH hat in seiner Entscheidung in einem Verfahren gegen Schottland deutlich gemacht, dass es gemäß Artikel 36 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) erforderlich ist, eine nationale Regelung so zu gestalten, dass im Falle von Maßnahmen zum Schutz der Gesundheit und des Lebens von Menschen die gewählten Mittel zur Verwirklichung der verfolgten Ziele geeignet sind und diese Ziele nicht durch andere Maßnahmen erreichen werden können, die den freien Warenverkehr und die Gemeinsame Marktorganisation weniger stark einschränken.² Für diese Vorgaben sind die notifizierten belgischen Pläne erkennbar nicht ausreichend.

Das Dekret sieht unter anderem vor, dass jede Werbung für alkoholische Getränke einen Gesundheitshinweis („L'alcool nuit à la santé“; in der deutschen Fassung „Alkohol ist schädlich für Ihre Gesundheit“) enthalten muss, wobei gemäß Artikel 8 ff. des Dekrets bestimmte Anforderungen etwa hinsichtlich Größe, Platzierung und Farbe zu beachten sind. Darüber hinaus sieht das Dekret in Artikel 9 vor, dass „der Gesundheitshinweis [...] in der Sprache bzw. den Sprachen der Werbung abgefasst sein“ muss. Ist die Sprache der Werbung keine Landessprache, so muss der Gesundheitshinweis in der Sprache oder den Sprachen des Sprachgebiets, in dem die Werbung verbreitet wird, bereitgestellt werden. Diese Anforderung gilt für Werbung 1) in Zeitungen, Zeitschriften, Periodika, gedruckten Werbematerialien und Plakaten, 2) im Fernsehen und in Kinos, 3) im Hörfunk und 4) in digitalen Medien.

Die Beschränkung des freien Warenverkehrs besteht in der Behinderung ausländischer Unternehmen bei der Werbung in Belgien, da diese ihre (bestehenden) Werbekampagnen

¹ In der Mitteilung heißt es: „Schließlich wird dieser Entwurf eines Königlichen Dekrets keine Auswirkungen auf den internationalen Handel haben, da er für in Belgien **ausgestrahlte** Werbung gilt und darauf abzielt, die belgischen Verbraucher zu schützen und zu informieren.“ Die französische Formulierung lautet wie folgt: „Enfin, ce projet d'arrêté royal n'aura pas d'impact sur le commerce international puisqu'il s'applique à la publicité **diffusée** en Belgique et vise à protéger et à informer les consommateurs belges.“

² EuGH, Urteil vom 23. Dezember 2015, C-333/14 – Scotch Whisky Association u.a., ECLI:EU:C:2015:845

einstellen, neu gestalten oder erheblich anpassen müssten, um den belgischen Rechtsvorschriften zu entsprechen, wodurch ihnen zusätzliche Compliance- und Marketingkosten entstehen. Diese Belastung dürfte ausländische Marktteilnehmer stärker treffen als inländische, da sie in der Regel stärker auf grenzüberschreitende Markenstrategien und standardisierte paneuropäische Kampagnen angewiesen sind, die sich nicht ohne Weiteres auf Länderebene aufteilen lassen. Das Dekret untergräbt den Einsatz solcher Standardkampagnen und erzwingt Anpassungen speziell an den belgischen Markt. Darüber hinaus sind ausländische Marken im Gegensatz zu inländischen Marken in Belgien im Allgemeinen nicht so bekannt. Sie sind daher stärker auf Werbung angewiesen, um Marktpräsenz aufzubauen. Die Maßnahme mag daher formal (rechtlich) neutral sein, doch in der Praxis beeinträchtigt sie importierte Produkte bzw. die Werbung hierfür stärker, da der Markteintritt und die Expansion erschwert werden.

In gleicher Weise schränkt der Gesundheitshinweis die Möglichkeit von Presseverlagen, Fernseh- und Hörfunksendern sowie Anbietern digitaler Medien ein, Werbeflächen in ihren Medien oder auf ihren Kanälen an Werbekunden mit Sitz in anderen Mitgliedstaaten anzubieten. Durch die verpflichtende Vorgabe eines bestimmten Gesundheitshinweises in einem vorgeschriebenen Format, einer vorgeschriebenen Sprache und einer vorgeschriebenen Darstellung zwingt sie Medienanbieter und ausländische Werbungtreibende dazu, Kampagnen speziell für den belgischen Markt zu erstellen bzw. bestehende grenzüberschreitende Kampagnen erheblich anzupassen, wodurch die Kosten steigen und die Attraktivität der Nutzung belgischer Medienkanäle sinkt. Angesichts des internationalen Charakters des Werbemarktes ist diese Anforderung geeignet, grenzüberschreitende Werbedienstleistungen im Sinne der Rechtsprechung des Gerichtshofs³ zu beeinträchtigen und verstößt daher gegen die Dienstleistungsfreiheit im Sinne von Artikel 56 AEUV.

Die Verpflichtung eines Gesundheitswarnhinweises stellt dabei keine zulässige Beschränkung des freien Waren- oder Dienstleistungsverkehrs dar⁴. Obwohl der EuGH anerkennt, dass Maßnahmen, die Beschränkungen der Alkoholwerbung zur Bekämpfung des Alkoholmissbrauchs vorsehen, mit dem Ziel des Schutzes der öffentlichen Gesundheit vereinbar sind⁵, sprechen mehrere Gründe dafür, dass der vorgesehene Gesundheitshinweis weder angemessen noch verhältnismäßig ist:

- Eine nationale Maßnahme, die die Bestimmungen über den freien Warenverkehr einschränkt, kann als geeignete Maßnahme zum Schutz der öffentlichen Gesundheit gerechtfertigt sein. Es ist jedoch Sache der nationalen Behörden, die dafür erforderlichen stichhaltigen Beweise vorzulegen. Dies gilt umso mehr angesichts des Ziels des Dekrets, den Alkoholkonsum einzuschränken (und nicht nur den Alkoholmissbrauch zu bekämpfen). Mehrere renommierte Studien kommen zu dem Schluss, dass ein leichter bis mäßiger Alkoholkonsum mit dem

³ EuGH, Urteil vom 8. März 2001, C-405/98, Gourmet International Products, ECLI:EU:C:2001:135, 39.

⁴ Nach Auffassung des Gerichtshofs sind Beschränkungen der Artikel 34 und 56 AEUV nur zulässig, wenn die nationale Maßnahme drei strenge kumulative Voraussetzungen erfüllt: Die Maßnahme muss ein *legitimes Ziel* verfolgen und *verhältnismäßig* sein, d. h. zur Erreichung dieses Ziels geeignet sein und nicht über das zur Erreichung dieses Ziels erforderliche Maß hinausgehen. Siehe EuGH, Urteil vom 10. Februar 2009, C-110/05, Kommission gegen Italien, ECLI:EU:C:2009:66, 59.

⁵ EuGH, Urteil vom 13. Juli 2004, C-262/02, Kommission gegen Französische Republik, ECLI:EU:C:2004:431, 30.

gleichen oder einem geringeren Risiko für die Gesamtmortalität verbunden ist als der Verzicht auf Alkohol (16 Prozent geringeres Sterberisiko).⁶ Die möglichen schädlichen Auswirkungen von Alkohol variieren zudem stark von Person zu Person. Faktoren wie Alter, Geschlecht, genetische Faktoren, allgemeiner Gesundheitszustand und Lebensstil spielen eine wichtige Rolle. Die pauschale Aussage des in Belgien geplanten Gesundheitshinweises für Werbung, wonach jeder Alkoholkonsum für jeden Menschen per se ein Gesundheitsrisiko darstellt („*Alkohol ist schädlich für Ihre Gesundheit*“), ist in dieser Pauschalität nicht richtig und wissenschaftlich nicht belegt.

- Die Europäische Kommission hat im Rahmen der Prüfung eines von der Republik Irland notifizierten Gesundheitshinweises (Notifizierung 2016/42/IRL) die Ansicht vertreten, dass dieser nicht verhältnismäßig sei: *„Die Kommission ist der Auffassung, dass ein gezielterer Ansatz bei Werbebeschränkungen angemessener sein könnte. Das vorgeschlagene Verbot würde bedeuten, dass beispielsweise eine europaweit vertriebene Zeitschrift, die nur eine Seite mit Werbung für ein alkoholisches Erzeugnis enthält, neu gedruckt werden müsste, bevor sie in Irland rechtmäßig vermarktet werden könnte.“*⁷
- Die sprachlichen Anforderungen an den Warnhinweis sind unverhältnismäßig, insbesondere in Bezug auf ausländische Unternehmen, die ihre nicht in einer Landessprache verfasste Werbung im gesamten belgischen Staatsgebiet verbreiten möchten. In der Praxis müssen sie mehrere verschiedene Werbekampagnen erstellen, im Gegensatz zu Unternehmen, die in einer Landessprache werben.
- Darüber hinaus sieht das Dekret im digitalen Umfeld weitreichende Pflichten vor. Insbesondere internationale Marken, die nicht beworbene Beiträge in ihren digitalen Kanälen veröffentlichen, werden verpflichtet, auch dann den vorgeschriebenen Gesundheitshinweis anzubringen, wenn sich ihre Inhalte an ein weltweites Publikum richten. Dieser Hinweis muss zudem in den belgischen Landessprachen verfasst sein. Unbezahlte Werbung fällt nämlich unter die sehr weit gefasste Definition von „Werbung“ in Artikel 1 des Dekrets. Technisch ist es jedoch nicht möglich, den geografischen Geltungsbereich solcher Beiträge präzise zu begrenzen. Marken können mit unbezahlten Beiträgen weder gezielt den belgischen Markt ansprechen noch Belgien ausdrücklich ausschließen. Die praktische Unmöglichkeit, diese Anforderungen zu erfüllen, verstärkt daher die Unverhältnismäßigkeit des Dekrets.
- Die strengen technischen Anforderungen, denen der Gesundheitshinweis genügen muss, sind schließlich auch unverhältnismäßig, da sie eindeutig über

⁶ The Complexity of Research on Moderate Alcohol Consumption and Health - The Consensus Report From NASEM, Ned Calonge, MD, MPH; Ian J. Saldanha, MBBS, MPH, PhD; Katrina B. Stone, PhD, 2025 American Medical Association; National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. 2025. Review of Evidence on Alcohol and Health. Washington, DC: The National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/225>.

⁷ Siehe <https://www.politico.eu/wp-content/uploads/2018/05/Commission-comments-Irish-alcohol-bill.pdf>.

das hinausgehen, was zur Gewährleistung der Sichtbarkeit einer Gesundheitsbotschaft erforderlich ist. Denn obwohl das Dekret für den Gesundheitshinweis lediglich eine Mindestfläche von fünf Prozent der Werbefläche vorschreibt, muss die Botschaft die gesamte Breite der Werbung bzw. des Bildschirms einnehmen.⁸ Die Europäische Kommission hat im Zusammenhang mit den von Irland geplanten Warnhinweisen einen Gesundheitshinweis, der ein Drittel der Fläche auf dem Etikett einnimmt, für unverhältnismäßig erklärt.⁹

- Belgien hat auch nicht nachgewiesen, dass zuvor andere, weniger handelsbeeinträchtigende Maßnahmen ausprobiert wurden und gescheitert sind. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass der Alkoholkonsum in Belgien laut der nationalen belgischen Erhebung zum Lebensmittelkonsum unter den derzeitigen regulatorischen Rahmenbedingungen zwischen 2014 und 2022 bereits um 26 Prozent zurückgegangen ist. Darüber hinaus ist laut den Daten der Studie „Global Burden of Disease (GBD) 2024“ der Weltgesundheitsorganisation die alkoholbedingte Sterblichkeitsrate in Belgien zwischen 2010 und 2024 um 25 Prozent und seit 1990 – dem ersten Jahr, für das GBD-Daten vorliegen – um 34 Prozent zurückgegangen. Auch dies lässt erhebliche Zweifel daran aufkommen, ob die nun zur Notifizierung vorgelegten Maßnahmen unbedingt notwendig und verhältnismäßig sind.

II. Verstoß gegen die E-Commerce-Richtlinie

Die E-Commerce-Richtlinie (2000/31/EG) regelt grenzüberschreitende Online-Dienste im Binnenmarkt. Die Richtlinie gilt für Dienste der Informationsgesellschaft, einschließlich kommerzieller Online-Aktivitäten wie Online-Werbung und Plattformdienste.

Das in Artikel 3 der E-Commerce-Richtlinie verankerte sogenannte Herkunftslandprinzip ist eine spezifische Anwendung des Grundsatzes des freien Dienstleistungsverkehrs für Online-Dienste. Danach unterliegen Anbieter von Diensten der Informationsgesellschaft grundsätzlich nur dem Recht des Mitgliedstaats, in dem sie niedergelassen sind, und nicht zugleich den Rechtsvorschriften aller Staaten, in denen ihre Dienste abrufbar sind. Die Voraussetzungen, unter denen Beschränkungen dieses Prinzips zulässig sind, decken sich weitgehend mit den oben unter den Artikeln 34 und 56 AEUV genannten Voraussetzungen.¹⁰ Die Maßnahme muss zum Schutz eines zwingenden Grundes des öffentlichen Interesses (z.B. Schutz der öffentlichen Gesundheit) erforderlich und verhältnismäßig sein. Artikel 3 Absatz 4 der E-Commerce-Richtlinie enthält jedoch eine zusätzliche Bedingung: Die Maßnahme muss *„gegen einen bestimmten Dienst der Informationsgesellschaft ergriffen werden, der die unter Buchstabe i) genannten*

⁸ Vgl. Artikel 10, Artikel 11, Artikel 13, jeweils Nr.2 und Nr.4 des Dekrets.

⁹ Siehe <https://www.politico.eu/wp-content/uploads/2018/05/Commission-comments-Irish-alcohol-bill.pdf>, S. 3.

¹⁰ EuGH, Urteil vom 27. Februar 2025, Apothekerkammer Nordrhein, C-517/23, EU:C:2025:122, 79: *„Was die in Artikel 3 Absatz 4 Buchstabe a der Richtlinie 2000/31 festgelegten Voraussetzungen der Notwendigkeit und der Verhältnismäßigkeit angeht, muss bei der Beurteilung, ob die fragliche nationale Regelung mit dem Unionsrecht vereinbar ist, die Rechtsprechung zu den Artikeln 34 und 56 AEUV berücksichtigt werden, da sich diese Voraussetzungen weitgehend mit den Voraussetzungen überschneiden, die für jede Beschränkung der durch diese Artikel des AEUV garantierten Grundfreiheiten gelten“.*

Schutzziele beeinträchtigt oder eine ernsthafte und schwerwiegende Gefahr einer Beeinträchtigung dieser Ziele darstellt“.

Die Verpflichtung zu einem Gesundheitswarnhinweis in der Alkoholwerbung über digitale Medien schränkt das Herkunftslandprinzip ein:

- Die E-Commerce-Richtlinie findet Anwendung, da das Dekret Beschränkungen für grenzüberschreitende Online-Werbedienste (oder „kommerzielle Kommunikation“) vorsieht, die als „Dienste der Informationsgesellschaft“ im Sinne dieser Richtlinie anzusehen sind.
- Es stellt aus denselben Gründen eine Beschränkung dar, wie sie bereits im Zusammenhang mit den Artikeln 34 und 56 AEUV oben dargelegt wurden.
- Darüber hinaus untergräbt der zu weit gefasste und unklare Anwendungsbereich des Dekrets grundlegend das Ziel der Rechtssicherheit der E-Commerce-Richtlinie, insbesondere angesichts der Schwere der mit der Nichteinhaltung verbundenen strafrechtlichen Sanktionen (Artikel 14).
- Der im Dekret vorgesehene Gesundheitshinweis fällt unter den sogenannten „koordinierten Bereich“ gemäß Artikel 3 und der Definition in Artikel 2 Buchstabe h) der E-Commerce-Richtlinie: „Anforderungen betreffend Qualität oder Inhalt des Dienstes, einschließlich der auf Werbung und Verträge anwendbaren Anforderungen“, sind ausdrücklich in den Anwendungsbereich einbezogen.

Die Verpflichtung, eines Gesundheitshinweis in der Werbung anzubringen, stellt keine zulässige Beschränkung des Herkunftslandprinzips dar:

- Aus denselben Gründen, die hinsichtlich des Verstoßes gegen die Artikel 34 AEUV und 56 AEUV angeführt wurden.
- Der Gesundheitshinweis erfüllt zudem nicht die oben genannte zusätzliche Voraussetzung (im Hinblick auf einen bestimmten Dienst der Informationsgesellschaft). Der Hinweis ist nämlich für jedes Unternehmen, das für alkoholische Getränke werben möchte, verpflichtend vorgeschrieben. Im Gegensatz dazu hat der EuGH wiederholt bestätigt, dass allgemeine und abstrakte Maßnahmen, die auf eine Kategorie bestimmter Dienste der Informationsgesellschaft abzielen, die allgemein beschrieben sind und unterschiedslos für jeden Anbieter dieser Kategorie von Diensten gelten, nicht unter den Begriff „Maßnahmen, die gegen einen bestimmten Dienst der Informationsgesellschaft ergriffen werden“ im Sinne von Artikel 3 Absatz 4 der E-Commerce-Richtlinie fallen¹¹. Ausnahmen sind nur insoweit zulässig, als sie Maßnahmen betreffen, die auf einzelne Unternehmen abzielen, was hier eindeutig nicht der Fall ist.

¹¹ EuGH, Urteil 9. November 2023, C-376/22, *Google Ireland*, ECLI:EU:C:2023:835, 60. Bestätigt durch EuGH, Urteil vom 30. Mai 2024, *Amazon Services Europe*, C-665/22, EU:C:2024:435, 67-68; Rechtssachen C-662/22 und C-667/22, EU:C:2024:432, *Airbnb Ireland et al.*, 70.

III. Verstoß gegen die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste

Soweit die Artikel 11 und 13 des Dekrets den Anbietern audiovisueller Mediendienste und Videoplattformdienste Verpflichtungen auferlegen, findet die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (2010/13/EU) Anwendung.¹² Die AVMD-Richtlinie regelt die EU-weite Koordinierung der nationalen Rechtsvorschriften über alle audiovisuellen Medien – klassische Fernsehsendungen, nichtlineare Dienste (sog. Video-on-Demand-Angebote) und Video-Sharing-Plattformen.

Die Vorschrift, in der Alkoholwerbung einen Gesundheitshinweis anzubringen, schränkt das Herkunftslandprinzip ein. Das Ziel des Dekrets, den Alkoholkonsum einzuschränken, geht über die Anforderungen der AVMD-Richtlinie hinaus: *„Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke darf nicht speziell an Minderjährige gerichtet sein und darf nicht den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern“*.¹³ Zwar können die Mitgliedstaaten in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen die Einhaltung detaillierterer oder strengerer Vorschriften verlangen, sofern diese Vorschriften mit dem Unionsrecht im Einklang stehen, doch gilt auch hier das Herkunftslandprinzip: Mediendiensteanbieter müssen lediglich die Vorschriften des Mitgliedstaats einhalten, dessen Rechtshoheit sie unterliegen¹⁴. Das Dekret schränkt damit die Erbringung von Dienstleistungen durch Anbieter audiovisueller Mediendienste aus anderen Mitgliedstaaten ein.

Darüber hinaus verstößt die im Dekret vorgesehene Verpflichtung, in jeder Werbung einen Gesundheitshinweis anzubringen, der darauf hinweist, dass Alkohol gesundheitsschädlich sei, gegen die in Artikel 3 Absatz 1 der AVMD-RL enthaltene Verpflichtung Belgiens, den freien Empfang zu gewährleisten und die Weiterverbreitung von audiovisuellen Mediendiensten aus anderen Mitgliedstaaten in seinem Hoheitsgebiet nicht aus Gründen zu beschränken, die in die durch diese Richtlinie koordinierten Bereiche fallen. Eine solche Anforderung ist unverhältnismäßig und übermäßig restriktiv.

IV. Jüngste Stellungnahmen der EU-Kommission berücksichtigen

Abschließend möchten wir noch darauf hinweisen, dass die Europäische Kommission in ihrer ausführlichen Stellungnahme zu dem Notifizierungsverfahren aus Polen folgendes festgestellt hat: *„Nach Ansicht der Kommission würde der notifizierte Entwurf in seiner jetzigen Form eine Maßnahme von allgemeiner und abstrakter Geltung darstellen, die unterschiedslos für inländische und ausländische Anbieter von Diensten der Informationsgesellschaft in Polen gelten würde. Auf der Grundlage der ihr vorliegenden Informationen ist die Kommission jedenfalls nicht in der Lage zu überprüfen, ob und wie die polnischen Behörden beabsichtigen sicherzustellen, dass sowohl die materiell-rechtlichen als auch die verfahrensrechtlichen Anforderungen gemäß Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr erfüllt sind oder erfüllt werden“*

¹² Siehe die Antwort Belgiens auf das Ersuchen der Europäischen Kommission um zusätzliche Informationen zur Notifizierung 2024/0032/B (die Notifizierung des früheren Entwurfs des belgischen Dekrets), in der es heißt: *„Dieser Entwurf eines Königlichen Erlasses gilt für alle Fernseh- und Rundfunkanbieter, die der belgischen Rechtshoheit unterliegen.“*

¹³ Artikel 9 Absatz 1 Buchstabe e) der AVMD-RL

¹⁴ Artikel 2 Absatz 1 der AVMD-RL

*könnten.*¹⁵ In ihrer ausführlichen Stellungnahme zu dem zweiten von Polen notifizierten Gesetz kritisiert die EU-Kommission: *„Weder in der Notifizierungsmittelung noch in der zusätzlichen „Begründungsmittelung“ wird jedoch erläutert, warum diese spezifischen Maßnahmen, die Beschränkungen hinsichtlich der Art der Verpackung und des Aussehens alkoholischer Getränke vorsehen, als verhältnismäßig im Hinblick auf den Schutz der öffentlichen Gesundheit und der Verbraucher angesehen werden. Die Kommission fordert die polnischen Behörden daher auf, eine strukturiertere Verhältnismäßigkeitsprüfung der vorgeschlagenen Maßnahmen durchzuführen.“*¹⁶

Aus beiden Stellungnahmen wird sehr deutlich, dass die EU-Kommission auf stichhaltige Belege drängt, die einen Eingriff in die europäische Warenverkehrsfreiheit begründen könnten. Wie oben dargelegt, mangelt es daran auch in dem von Belgien notifizierten Entwurf eines Königlichen Dekrets über die Werbung für alkoholische Getränke.

Vor diesem Hintergrund und im Lichte der jüngsten Stellungnahmen der EU-Kommission bitten wir die Bundesregierung daher, eine kritische Stellungnahme im Rahmen des Notifizierungsverfahrens 2026/0161/BE abzugeben.

Berlin, 27. Mai 2026

¹⁵ Ausführliche Stellungnahme der EU-Kommission vom 20.04.2026 zur Mitteilung 2026/33/PL, Gesetzentwurf zur Änderung des Gesetzes über die Erziehung zur Nüchternheit und die Alkoholprävention sowie des Gesetzes über öffentlich finanzierte Gesundheitsdienstleistungen; C(2026) 2668 endgültig.

¹⁶ Ausführliche Stellungnahme der EU-Kommission vom 20.04.2026 zur Mitteilung Nr. 2026/0016/PL Gesetzentwurf zur Änderung des Gesetzes über die Erziehung zur Nüchternheit und die Bekämpfung des Alkoholismus sowie des Rundfunkgesetzes, C(2026) 2637 endgültig.