

MAYR-MELNHOF KARTON Aktiengesellschaft



Herrn Kommissar
 Dr. Johannes Hahn
 Europäische Kommission
 200, Rue de la Loi
 1049 Brüssel
 BELGIEN

ARES
 Score

CABINET G. HAHN	
Nr	995/123
09-07-2012	
ATTACHÉ	(COT)
COPY:	HG

Wien, 26. Juni 2012

Geplante Überarbeitung der Tabak-Produkt-Richtlinie 2001/37/EC

Sehr geehrter Herr Kommissar,

als Vorstand der Mayr-Melnhof Karton AG wenden wir uns heute direkt an Sie, da wir von einer Entwicklung auf europäischer Ebene erfahren haben, die uns zunehmend besorgt stimmt: die Überarbeitung der europäischen Tabak-Produkt-Richtlinie.

Unseres Wissens nach finalisiert die zuständige Generaldirektion „Gesundheit und Verbraucher“ der Europäischen Kommission (DG SANCO) in den nächsten Wochen den Entwurf für eine neue Richtlinie. Es steht zu befürchten, dass dieser Vorschlag viele der extremen Regulierungsoptionen enthält, die Ende 2010 in einer öffentlichen Konsultation vorgestellt wurden. Beispielsweise das sogenannte „plain packaging“, wobei Farbe, Form und Beschriftung von Tabakwaren einheitlich wären, oder übergroße Warnhinweise, die mehr als die Hälfte der Verpackung von Tabakwaren einnehmen könnten.

Als Verpackungshersteller, der unter anderem für die Tabakindustrie produziert, wären wir von einer Umsetzung dieser Maßnahmen in erheblichem Ausmaß betroffen. Die Mayr-Melnhof Gruppe mit Hauptsitz in Wien ist ein internationales Unternehmen mit 38 Standorten in 17 Ländern. In Österreich produzieren wir an fünf Standorten Karton und bedruckte Faltschachteln, sowohl für den lokalen Verbrauch, wie auch in hohem Maße für den Export. In Deutschland produzieren wir an sechs Standorten Verpackungen ausschließlich für Tabakprodukte: Trier, Dortmund, Bielefeld, Delmenhorst. An diesen Standorten haben wir in den letzten Jahren signifikante Investitionen getätigt und beschäftigen derzeit über 1000 Mitarbeiter. Darüber hinaus wären auch unsere Zulieferbetriebe, viele davon sind kleine und mittelständische Betriebe (KMUs), negativ von einer Umsetzung dieser Maßnahmen betroffen.

MAYR-MELNHOF KARTON AG, A-1041 Wien, Brahmplatz 6
 Telefon: +43 1 50136 Telefax Direktion: +43 1 50136 1016 Telefax Investor Relations: +43 1 50136 1195
 e-mail: investor.relations@mm-karton.com

Firmenbuchgericht: HG Wien, Firmenbuchnummer: FN 81906a

-4-

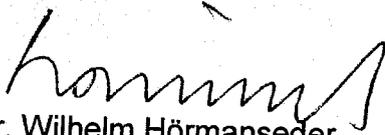


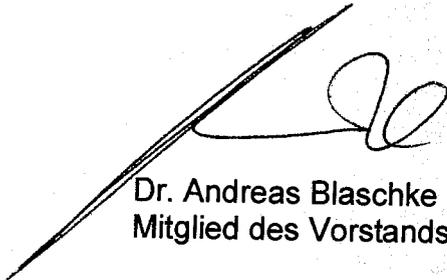
Generell erscheint eine Regulierung, die Markennutzung extrem einschränkt oder gar unmöglich macht und Innovationen verhindert, nicht proportional. Bisher ist unklar, ob „plain packaging“ oder größere Warnhinweise überhaupt eine Reduktion des Konsums von Tabakwaren herbeiführen können. Ferner würde eine Umsetzung dieser Regulierung höchstwahrscheinlich unbeabsichtigte Konsequenzen nach sich ziehen, wie etwa enorme wirtschaftliche Auswirkungen auf alle Marktteilnehmer und deren Zulieferbetriebe, besonders im Hinblick auf Standorterhaltung und Arbeitsplätze.

Weiterhin ist ein Anstieg des illegalen Handels zu erwarten, da die Unterscheidung von Original und Fälschung für den Konsumenten unnötig erschwert wird.

Wenn Sie eine Möglichkeit sehen, die Angelegenheit mit der Kommission zu adressieren, wären wir Ihnen sehr dankbar. Für Rückfragen oder auch ein persönliches Gespräch stehen wir Ihnen natürlich jederzeit gerne zur Verfügung

Mit freundlichen Grüßen


Dr. Wilhelm Hörmanseder
Vorsitzender des Vorstands


Dr. Andreas Blaschke
Mitglied des Vorstands

Plain packaging for cigarettes will ease counterfeiting

Pictorial health warnings pose no real barrier to counterfeiters.

One aspect of your article on proposals to introduce plain packaging for cigarettes ("A plain message to smokers", 19-25 April) merits clarification.

The article cites health campaigners as saying that the pictorial warnings are "as intricate as the logos and could also be used to identify counterfeits". While health campaigners often make this argument, the statement is incorrect and its implications misleading. Pictorial health warnings pose no real barrier to counterfeiters: they can be produced (and reproduced) using low-cost printing techniques from equipment readily available in the market and four basic print colours. As such, they are not comparable to branding in their complexity.

A modern cigarette pack is a sophisticated product with multiple brand features that forces counterfeiters to overcome costly barriers in order to produce convincing copies. The printing techniques for the branding on the packs employ enhanced design features, such as embossing, debossing, hot-foil stamping and UV Varnish, amongst others, and typically use between eight and ten unique colours from state-of-the-art printing equipment. Moreover, each colour comes from special ink sourced from a limited, traceable supply chain.

It is, therefore, the branding on a cigarette pack that counterfeiters find difficult to replicate and that allows retailers and the public to differentiate between real and counterfeit products.

Prevention through deterrence is the first line – and the best line – of defence against counterfeits. Pictorial health warnings cannot be relied upon as an effective anti-counterfeiting measure.

Given the potentially far-reaching and possibly unintended consequences of the present 'plain packaging' debate, this is a point that needs to be understood and considered.

Andreas Blaschke

President, European Carton Makers Association

The Hague