von **Anna-Lena Baur**

Werbeverbot für E-Zigaretten und deren Nachfüllbehälter

Der Bundestag hat das Umsetzungsgesetz der Richtlinie über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse, das sog. Tabakerzeugnisgesetz, beschlossen. Das Gesetzt tritt am 20. Mai in Kraft und enthält Regelungen zum Vertrieb von nikotinhaltigen und nicht nikotinhaltigen E-Zigaretten, die von jedem Händler beachtete werden sollten, der hohe Geldbußen vermeiden will.

Beipackzettel, Warnhinweise, Inhaltsangaben

Elektronische Zigaretten und deren Nachfüllbehälter dürfen nur in den Verkehr gebracht werden, wenn diese über einen Beipackzettel mit Gebrauchsanleitung und Informationen über die gesundheitlichen Auswirkungen des Produkts, sowie Kontaktdaten verfügen.

Bezüglich der Produktverpackung schreibt das Gesetz vor, dass diese mit einem gesundheitsbezogenen Warnhinweis versehen sein muss, der produktspezifische Angaben zu enthalten hat.

Sowohl Inhalt und Umfang der Beipackzettel als auch die Voraussetzungen für die Aufmachung und die Gestaltung der Warnhinweise auf der Außenverpackung werden durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft durch eine noch zu erlassende Rechtsverordnung festgelegt. In der Verordnung kann außerdem vorgeschrieben werden, dass Angaben über den Gehalt bestimmter Inhaltsstoffe zu machen sind.

Verkäufer an Endkonsumenten sollten darauf achten, dass die von ihnen beim Hersteller oder Großhändler eingekauften Produkte diesen Anforderungen entsprechen, da gerade der Weiterverkauf an den Endkunden ein „in den Verkehr bringen“ im Sinne des Gesetzes darstellt.

Umfassendes Werbeverbot gegenüber Verbrauchern

Gegenüber Verbrauchern besteht ab Mitte Mai ein umfassendes Werbeverbot.

Verboten ist die Werbung für E-Zigaretten und deren Nachfüllprodukte im Hörfunk, in der Presse oder anderen gedruckten Erzeugnissen, sowie im Rahmen jeglicher audiovisuellen kommerziellen Kommunikation wie z.B. dem Fernsehen. Ausdrücklich verboten ist auch die Werbung in den Diensten der Informationsgesellschaft, also dem Internet. Von den Diensten der Informationsgesellschaft ist das Internet in jeglicher seiner gewerblichen Nutzungsmöglichkeiten umfasst.

Vom Werbeverbot betroffen ist damit jede erdenkliche Form der Onlinewerbung gegenüber dem Verbraucher. Das Verbot gilt demnach für Facebook-Fanpages oder Tweeds genauso wie z.B. für Bannerwerbung auf eigenen oder fremden Seiten, AdWords-Werbung, Content-Marketing oder die Produktplatzierung in Preissuchmaschinen. Es ist außerdem davon auszugehen, dass auch Online-Newsletter Dienste der Informationsgesellschaft darstellen die auf den Absatz von Produkten abzielen

und somit dem Webeverbot unterfallen.

Eine Ausnahme vom Werbeverbot sieht das Gesetz nur für Werbung gegenüber Fachpublikum – also z.B. Hersteller gegenüber Händler - vor.

Nicht verboten ist derzeit das werben für E-Zigaretten gegenüber Verbrauchern auf Außenwerbung und im Kino nach 18h. Allerdings ist zu beachten, dass auch diesbezüglich Einschränkungen vorgesehen sind. Das BMEL (Ministerium für Ernährung und Landwirtschaft) plant eine Ausdehnung des Werbeverbots auf Plakate und Kinofilme die keine Jugendfreigabe besitzen. Die Verbote sollen nach Ablauf einer Übergangsfrist am 01.07.2016 in Kraft treten.

Verkauf: ja; Werbung: nein – wo liegt die Grenze im Online-Handel?

Von „Diensten der Informationsgesellschaft“ ist jegliche gewerbliche Ausprägung des Internets umfasst. Darunter fallen auch Internetseiten und Online-Shops, die zu Absatzförderungszwecken betrieben werden, sodass auch für diese das Werbeverbot gilt.

Fraglich in diesem Zusammenhang ist, ob auch bloße Produktbeschreibungen in Onlineshops als Werbung anzusehen und damit verboten sind.

Das OLG Karlsruhe hatte diese Frage für ein aus der Tabakwerbe-Richtlinie stammendes Werbeverbot für Tabakerzeugnisse zu entscheiden und ist davon ausgegangen, dass das Verbot an Verkaufsstellen nicht gelte (OLG Karlsruhe, Urteil vom 18.10.2007, 19 U 184/06). Unter Verkaufsstellen fallen nach Ansicht des Gerichts sowohl stationäre Händler, als auch virtuelle Läden in Form von Online-Shops.

Verboten werden soll damit lediglich die Werbung für Tabakerzeugnisse, nicht aber deren Verkauf. Es ist davon auszugehen, dass die gleichen Grundsätze auch für E-Zigaretten und deren Nachfüllbehälter gelten.

Fazit

Spätestens bis zum 20 Mai sollten Händler von E-Zigaretten und deren Nachfüllbehältern ihren Gewerbebetrieb derart angepasst haben, dass sie auf Werbung außerhalb von Plakaten und Kinovorstellungen für besagte Produkte vollständig verzichten. Das Werbeverbot ist insbesondere bezüglich Onlinewerbung umfassend und Zuwiderhandlungen können mit einer Geldbuße von bis zu 30.000€ geahndet werden.

Autor:
Anna-Lena Baur
(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)