



## Keine Werbung für Tabak- und E-Nikotinprodukte

Seite 1 | von 3

*Stellungnahme des Aktionsbündnis Nichtraucher e.V. zur geplanten  
Neuregelung des Tabakwerbeverbotes in Deutschland*

### Umfassendes Tabakwerbeverbot

Deutschland muss endlich ein vollständiges Tabakwerbeverbot einführen und damit seiner seit 2009 überfälligen Verpflichtung aufgrund des Rahmenübereinkommens der Weltgesundheitsorganisation zur Eindämmung des Tabakgebrauchs (Artikel 13 Absatz 2) nachkommen. Bereits jetzt unterliegen Tabakprodukte aufgrund ihrer Gesundheitsschädlichkeit verschiedenen Werbebeschränkungen – diese sind nicht ausreichend und müssen auf ein Außenwerbeverbot, ein Werbeverbot im Kino sowie ein Promotions- und Sponsoringverbot ausgeweitet werden. Deutschland ist das einzige Land in der Europäischen Union, welches noch uneingeschränkt Werbung für Tabakprodukte auf Plakaten erlaubt – ungeachtet der Tatsache, dass eine große Mehrheit der deutschen Bevölkerung weitgehende Tabakwerbeverbote unterstützt. Entsprechend einer 2016 vom Deutschen Krebsforschungszentrum in Auftrag gegebenen Umfrage befürworten 87 Prozent der befragten Nichtraucher/innen ein Verbot der Außenwerbung für Tabakprodukte. Selbst die Hälfte der Raucher/innen spricht sich dafür aus.<sup>1</sup>

### Einbeziehung neuartiger E-Nikotinprodukte

Das im Jahre 2004 in Kraft getretene WHO-Rahmenübereinkommen zur Eindämmung des Tabakgebrauchs enthielt noch keine Regulierung für E-Zigaretten und neuartige E-Nikotinprodukte. Seit 2006 sind E-Zigaretten im europäischen Raum präsent. Mit Tabakerhitzern drängen seit 2017 neue elektronische Tabakprodukte auf den Markt. Und weitere E-Nikotinprodukte (z.B. Hybride zwischen E-Zigaretten und E-Tabakerhitzern) sind bereits in der Entwicklung. Eine Regulierung dieser neuen Produkte ist daher dringend erforderlich.

### Vorgaben auf völkerrechtlicher und europäischer Ebene

Sowohl auf völkerrechtlicher als auch auf europäischer Ebene sind bereits Empfehlungen bzw. Beschlüsse zur Regulierung von neuen E-Nikotinprodukten gefasst worden. So wurde bei der siebten Vertragsstaatenkonferenz zum Rahmenübereinkommen im August 2016 den Vertragsparteien, die E-Zigaretten nicht generell verboten haben, empfohlen, ein Verbot bzw. Einschränkungen von Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring in Betracht zu ziehen.<sup>2</sup> Bei der achten Vertragsstaatenkonferenz im Oktober 2018 wurde beschlossen, dass E-Tabakerhitzer anderen Tabakprodukten gleichzustellen und die Regelungen des WHO-Rahmenübereinkommens auf sie gleichermaßen anzuwenden sind.<sup>3</sup>

Die 2014 in Kraft getretenen EU-Tabakproduktrichtlinie 2014/40/EU, die 2016 mit dem Tabakerzeugnisgesetz (TabakerzG) in deutsches Recht

umgesetzt wurde, enthält bereits Regelungen zum Werbeverbot für E-Zigaretten und Nachfüllbehälter. Laut der Richtlinie stellen Unterschiede zwischen nationalem Recht und Verfahrensweisen im Bereich Werbung für und Sponsoring von E-Zigaretten ein Hindernis für den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr im EU-Binnenmarkt dar und bewirken ein Risiko von Wettbewerbsverzerrungen. Dies gelte insbesondere in Anbetracht des wachsenden Marktes für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter. Ausgehend von der Erforderlichkeit eines hohen Gesundheitsschutzniveaus sei es notwendig, die nationalen Vorschriften über Werbung und Sponsoring solcher Produkte, die grenzüberschreitende Wirkung haben, auf EU-Ebene anzugleichen.

Die Richtlinie 2014/40/EU hebt ferner hervor, dass sich E-Zigaretten zu einem Mittel für den Einstieg in die Nikotinabhängigkeit und letztlich in den herkömmlichen Tabakkonsum entwickeln können. Mit ihnen werde der Vorgang des Rauchens nachgeahmt und normalisiert. Empfohlen wird daher ein restriktiver und umfassender Ansatz in Bezug auf die Werbung für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter.

### **Umsetzung in deutsches Recht**

Deutschland hat die genannten Empfehlungen der Tabakproduktrichtlinie 2014/40/EU dahingehend umgesetzt, dass für E-Zigaretten und Nachfüllbehälter die gleichen Werbebeschränkungen gelten wie für herkömmliche Tabakprodukte (vgl. §§ 18 - 21 TabakerzG). Zum Zeitpunkt der Verabschiedung der EU-Tabakproduktrichtlinie (2014) bzw. der Umsetzung in deutsches Recht (2016) waren jedoch – abgesehen von E-Zigaretten – weitere E-Nikotinprodukte noch nicht auf dem europäischen Markt und konnten entsprechend auch noch nicht im TabakerzG berücksichtigt werden. Es ist dringend erforderlich, rechtlich klarzustellen, dass es sich bei E-Nikotinprodukten (z.B. E-Tabakerhitzern, Hybriden zwischen E-Zigaretten und E-Tabakerhitzern etc.) – ebenso wie bei E-Zigaretten und Nachfüllbehältern – um (Tabak-) "Erzeugnisse" bzw. um "verwandte Erzeugnisse" im Sinne des § 2 Nr. 1 und Nr. 2 TabakerzG handelt. Wie oben angeführt, gelten E-Tabakerhitzer nach Beschluss der Vertragsstaaten des WHO-Rahmenübereinkommens, zu denen auch Deutschland gehört, als Tabakprodukte und sind entsprechend zu regulieren. Eine Ungleichbehandlung bei der Regulierung von E-Zigaretten und E-Tabakerhitzern wäre sowohl vor dem Hintergrund des Gesundheitsschutzes als auch der Wettbewerbsverzerrung sachlich in keiner Weise gerechtfertigt.

**Um den von der Bundesregierung angestrebten hohen Gesundheitsschutz der Bevölkerung zu gewährleisten – insbesondere den Schutz von Kindern und Jugendlichen, auf die Werbung besonders stark wirkt, – muss der Gesetzgeber ein umfassendes Werbeverbot für Tabak- und E-Nikotinprodukte erlassen. Dieses muss ergänzend zu den bisherigen Beschränkungen ein Außenwerbeverbot, ein Werbeverbot im Kino sowie ein Promotions- und Sponsoringverbot beinhalten und für herkömmliche Tabakprodukte, E-Zigaretten, E-Tabakerhitzer und sonstige neue E-Nikotinprodukte gleichermaßen gelten.**

- 
- <sup>1</sup> Deutsches Krebsforschungszentrum (2016), Große Zustimmung zu einem Verbot der Tabakaußenwerbung. Aus der Wissenschaft - für die Politik, Heidelberg
- <sup>2</sup> World Health Organization (2016) Conference of the Parties to the WHO Framework Convention on Tobacco Control. Seventh session Delhi, India, 7-12 November 2016. Provisional agenda item 5.5.2. Regulatory Options, S. 6
- <sup>3</sup> World Health Organization (2018) Conference of the Parties to the WHO Framework Convention on Tobacco Control, Eighth session Geneva, Switzerland, 1-6 October 2018. Decision FCTC/COP8(22) Novel and emerging tobacco products