

Fact Sheet: Werbebeschränkungen E-Zigaretten, Liquids, Aromen ab 2021

Stand: 05.01.2021



Überblick über erlaubte Werbemaßnahmen

E-Zigaretten-Hardware und nikotinhaltige Flüssigkeiten

JEDE Hardware (Mods, Tanks, Kits, Coilheads); ausreichend ist die bloße Eignung zum Konsum nikotinhaltenen Dampfes, unabhängig davon, ob das Produkt Nikotin enthält oder nicht; Hinweis „dieses Produkt enthält kein Nikotin“ ist unerheblich und macht die Werbung nicht zulässig!

Werbeform	Erlaubt bis 31.12.2020?	Erlaubt ab 01.01.2021?
Außenwerbung	Ja	Ja (Verbot ab 01.01.24)
Innenwerbung am Verkaufsort	Ja	Ja
Produktproben	Ja	Ja
Printwerbung solange nicht nur B2B	Nein	Nein
Internet (inkl. facebook, instagram, YouTube) solange nicht nur B2B und nicht innerhalb des eigenen Onlineshops	Nein	Nein
Newsletter solange nicht nur B2B	Teilweise	Teilweise
Hörfunk, TV, Videos	Nein	Nein
Gewinnspiele offline	Ja	Nein
Sponsoring	Teilweise	Teilweise

Nikotinfreie Flüssigkeiten (Liquid, Shortfill, Longfill, Aroma)

KEINE Hardware (Mods, Tanks, Kits, Coilheads), egal ob nikotinhalzig oder nicht

Werbeform	Erlaubt bis 31.12.2020?	Erlaubt ab 01.01.2021?
Außenwerbung	Ja	Ja (Verbot ab 01.01.24)
Innenwerbung am Verkaufsort	Ja	Ja
Produktproben	Ja	Ja
Printwerbung solange nicht nur B2B	Ja	Nein
Internet (inkl. facebook, instagram, YouTube) solange nicht nur B2B und nicht innerhalb des eigenen Onlineshops	Ja	Nein
Newsletter solange nicht nur B2B	Ja	Teilweise
Hörfunk, TV, Videos	Ja	Nein
Gewinnspiele offline	Ja	Nein
Sponsoring	Ja	Teilweise

Fact Sheet: Werbebeschränkungen E-Zigaretten, Liquids, Aromen ab 2021

Stand: 05.01.2021



Allgemein

- Das „Zweite Gesetz zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes“ wurde im Bundesgesetzblatt, Art. 1 G v. 22.10.2020 I 2229 (Nr. 48), veröffentlicht und tritt somit zum 01.01.2021 in Kraft.
- Neben neuen Werbeverboten (Außenwerbeverbot für E-Zigaretten ab 1. Januar 2024) treten bereits zum 1. Januar 2021 neue Beschränkungen durch die weitgehende Gleichstellung von nikotinfreien Nachfüllbehältern („E-Liquids“) mit nikotinhaltigen in Kraft.

Verbotsumfang

- Das TabakerzG hat schon seit seiner Einführung 2016 diverse Formen von Werbung für E-Zigaretten und nikotinhaltige Nachfüllbehälter („E-Liquids“) verboten.

- Begriff „Elektronische Zigarette“**

- bis 31.12.2020**

„ein Erzeugnis, das zum Konsum nikotinhaltigen Dampfes mittels eines Mundstücks verwendet werden kann, oder jeden Bestandteil dieses Produkts, einschließlich einer Kartusche, eines Tanks, und des Gerätes ohne Kartusche oder Tank. Elektronische Zigaretten können Einwegprodukte oder mittels eines Nachfüllbehälters oder eines Tanks nachfüllbar sein oder mit Einwegkartuschen nachgeladen werden“

Darunter fällt sämtliche E-Zigarettenhardware, inkl. Verdampferköpfen, Akkuträgern, Tanks (auch leeren), unabhängig davon, ob diese Nikotin enthalten oder nicht. Nicht erfasst sind nicht nachfüllbare, nikotinfreie Pods, da diese nicht dazu verwendet werden können, nikotinhaltigen Dampf zu konsumieren.

ab 01.01.2021: Die Definition wird dahingehend erweitert, dass der Begriff „auch nicht nikotinhaltige elektronische Zigaretten“ umfasst. Damit sind nun zusätzlich auch nicht nachfüllbare, nikotinfreie Pods erfasst.

- Begriff „Nachfüllbehälter“**

- bis 31.12.2020**

„ein Behältnis, das nikotinhaltige Flüssigkeit enthält, die zum Nachfüllen einer elektronischen Zigarette verwendet werden kann“

Darunter fallen sämtliche nikotinhaltigen Liquids (inkl. Basen). Es kommt nicht darauf an, dass das Behältnis zum Nachfüllen geeignet ist (z.B. ist das eine Literflasche nicht) sondern auf die Flüssigkeit.

ab 01.01.2021: Die Definition wird dahingehend erweitert, dass der Begriff „auch nicht nikotinhaltige Nachfüllbehälter“ umfasst. Damit sind sämtliche Flüssigkeiten erfasst, die zum Nachfüllen einer elektronischen Zigarette verwendet werden können.

Nach dem ausdrücklichen Willen des Gesetzgebers fallen auch unfertige Flüssigkeiten (Shortfill, Longfill, Aromen) unter diese Begriffsbestimmung:

„Maßgeblich ist somit Verwendungspotential und -zweck der im Behältnis enthaltenen Flüssigkeit, ohne dass diese unmittelbar gebrauchsfertig sein müsste.“

Gesetzesbegründung, Besonderer Teil, „Zu Nummer 2“

Fazit: Die (neuen) Werbeverbote umfassen sowohl jegliche E-Zigarettenhardware (unabhängig vom Nikotingehalt) als auch sämtliche Nachfüllflüssigkeiten (Liquids, Shortfills, Longfills, Aromen – unabhängig vom Nikotingehalt).

- Begriff „Werbung“**

- „Jede kommerzielle Kommunikation mit dem Ziel oder mit der direkten oder indirekten Wirkung, den Verkauf eines Erzeugnisses zu fördern“ (§2 Nr. 6 TabakerzG)
- Zur Werbung gehören alle der Verkaufsförderung dienlichen Anpreisungen und sonstige Maßnahmen, die auf ein Erzeugnis aufmerksam machen, den Bedarf wecken, zum Kauf anregen oder sich nach allgemeiner Lebenserfahrung und Verkehrsauffassung als verkaufsfördernd erweisen. Die bloße Eignung zur Verkaufsförderung reicht aus, unabhängig davon, ob die Maßnahme tatsächlich den Verkauf fördert oder dies vom Absender überhaupt beabsichtigt ist.
- Nicht entscheidend ist, ob die Kommunikation unbeschränkt die Öffentlichkeit oder nur bestimmte Kreise davon (etwa Teilnehmer geschlossener Gruppen in sozialen Medien) erreicht bzw. erreichen kann. Ausschlaggebend ist in dieser Hinsicht allein die Möglichkeit der Kenntnisnahme durch potentielle Abnehmer. Diese besteht auch innerhalb geschlossener Gruppen in sozialen Medien.
- Das OLG Koblenz hat in seinem Urteil vom 14.8.2019 (9 U 825/19) Newsletter-Werbung eines Onlineshops für E-Zigaretten als unzulässig angesehen, da sich jeder Interessent auf der öffentlich zugänglichen Seite in den Newsletter eintragen konnte. Hier fand also keinerlei Beschränkung des Empfängerkreises statt. Das Gericht betonte jedoch, dass die Werbung zulässig sei, wenn der Newsletter nur an Bestandskunden i.S.d. § 7 Abs. 3 UWG verschickt werde. In diesem Fall richte sie sich nur an einen begrenzten Personenkreis und

Fact Sheet: Werbebeschränkungen

E-Zigaretten, Liquids, Aromen ab 2021

Stand: 05.01.2021



nicht an eine "**breite Öffentlichkeit**" und sei damit zulässig. Es ist zu berücksichtigen, dass es sich hierbei nur um *ein* Urteil handelt. Andere Gerichte in anderen Bundesländern müssen dieser Auffassung nicht zwingend folgen!

- **Rabattaktionen**, die sich auf erkennbar vom Verbot erfasste Erzeugnisse beziehen („20% auf alles im Vape Store XY“, „Neue Angebote auf XY.de“) sind unzulässig. Aktionen, die sich nur auf nicht erfasste Erzeugnisse beziehen („20% auf Vape-Taschen im Vape Store XY“), hingegen erlaubt.

Nicht jede Werbeform ist verboten. Grundsätzlich gilt: Erlaubt ist, was nicht ausdrücklich verboten ist. Nachfolgend listen wir die regulierten Werbeformen auf.

Die nachfolgenden Verbote gelten, außer beim Außenwerbeverbot, bereits ab dem 1. Januar 2021 auch für nikotinfreie Flüssigkeiten (Liquid, Shortfill, Longfill, Aromen).

Hörfunk

- §19 TabakerzG verbietet **Werbung im Hörfunk** (Abs. 1) sowie das **Sponsoring von Hörfunkprogrammen** zur Förderung des Verkaufs von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern (Abs. 4). Hiervon ist klassische, produktbezogene Radiowerbung erfasst.

Sponsoring

- §19 Abs. 5 TabakerzG verbietet das **Sponsoring von Veranstaltungen** (z.B. auch Sportveranstaltungen) mit dem Ziel oder der direkten oder indirekten Wirkung, den Verkauf von elektronischen Zigaretten oder Nachfüllbehältern zu fördern, wenn
 - an der Veranstaltung oder Aktivität mehrere Mitgliedstaaten der Europäischen Union beteiligt sind,
 - die Veranstaltung oder Aktivität in mehreren Mitgliedstaaten der Europäischen Union stattfindet oder
 - die Veranstaltung oder Aktivität eine sonstige grenzüberschreitende Wirkung hat.
- Ein Produktbezug ist hier somit nicht erforderlich.

Druckerzeugnisse

- §19 Abs. 2 TabakerzG verbietet Werbung in der Presse oder anderen gedruckten Erzeugnissen, es sei denn, die Veröffentlichung ist nur für Fachpublikum (im Handel mit E-Zigaretten oder Nachfüllbehältern tätige Personen) bestimmt oder richtet sich hauptsächlich an Empfänger außerhalb der EU.
- Hierzu zählt produktbezogene Werbung in gedruckten Publikationen wie Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen, jedenfalls solchen, die sich an die breite Öffentlichkeit¹⁰ (auch „Allgemeinheit“, „großes Publikum“) wenden (Erwägungsgrund 4 EG-Tabakwerbung-Richtlinie [RL 2003/33/EG]).

- Ob sich das Verbot auch auf Mitteilungsblätter lokaler Vereine, Programmhefte, Telefonbücher Hand- und Werbezettel, briefliche Werbesendungen und Flugblätter erstreckt, wo also eine „breite Öffentlichkeit“ nicht unbedingt anzunehmen ist, ist unklar (gegen das Verbot spricht die Anwendung des Merkmals durch das OLG Koblenz, siehe oben).

Dienste der Informationsgesellschaft (Internet)

- §19 Abs. 3 i.V.m. Abs. 2 TabakerzG verbietet Werbung in Diensten der Informationsgesellschaft, es sei denn, die Veröffentlichung ist nur für Fachpublikum (im Handel mit E-Zigaretten oder Nachfüllbehältern tätige Personen) bestimmt oder richtet sich hauptsächlich an Empfänger außerhalb der EU.
- Mit dem Begriff „Dienste der Informationsgesellschaft“ ist das **Internet** gemeint, soweit es zu wirtschaftlichen Zwecken genutzt wird. Damit fallen insbesondere Webseiten, Werbeanzeigen und Werbebanner im Internet, Posts auf sämtlichen sozialen Medien wie Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, bezahlte (pseudo-)redaktionelle Beiträge in Blogs / auf Nachrichtenseiten unter das Verbot. Es ist dabei nicht relevant, wenn die Werbung in einer geschlossenen Gruppe, z.B. auf Facebook/WhatsApp/Telegram, stattfindet, jedenfalls wenn jeder dieser Gruppe beitreten kann; auch der Versand von Newslettern zählt dazu, jedenfalls wenn jeder sich dafür anmelden kann (zu möglichen Einschränkungen siehe oben Urteil des OLG Koblenz).
- Das Werbeverbot soll aber den – grundsätzlich erlaubten – Online-Handel mit elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern nicht unverhältnismäßig erschweren oder ganz unmöglich machen. Werbemaßnahmen, die im Rahmen eines **Internetauftritts des eigenen Online-Shops** für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter stattfinden, sind daher als „virtueller Verkaufsraum“ von dem Verbot ausgenommen. Eine Website, auf der kein Verkauf stattfindet (z.B. Herstellerseite ohne Online-Shop), fällt hingegen nicht unter die Ausnahme.

Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation

- §20 TabakerzG verbietet audiovisuelle kommerzielle Kommunikation. Dazu zählen unter anderem Fernsehwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktpplatzierung.
- Damit sind **Sendungen und Videos** gemeint, mit oder ohne Ton, die der unmittelbaren oder mittelbaren Verkaufsförderung oder dem Erscheinungsbild von Unternehmen dienen. Für YouTube gilt dies nur für die Fälle, in denen der Hauptzweck des YouTube-Kanals in der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit besteht, nicht jedoch bei reinen Werbevideos. Diese sind damit kein audiovisueller Mediendienst, gleichwohl ist hier dann das Werbeverbot in Diensten der Informationsgesellschaft („Internet“) einschlägig.

Fact Sheet: Werbebeschränkungen

E-Zigaretten, Liquids, Aromen ab 2021

Stand: 05.01.2021



- Das Verbot erfasst **auch Werbung zugunsten von Unternehmen** („Imagewerbung“), ein Produktbezug ist also nicht erforderlich.

Außenwerbung

- §20a TabakerzG n.F. verbietet Außenwerbung.
- Außenwerbung** ist nach Legaldefinition *„jede Werbung außerhalb geschlossener Räume einschließlich Schaufensterwerbung“* (§2 Nr. 9 TabakerzG n.F.). Darunter fallen z.B. Plakate, Litfaßsäulen, Poster, Kundenstopper, Fahrzeugbeklebung und Schaufensterwerbung.
- Das Verbot gilt aber NICHT für *„Werbung an Außenflächen einschließlich dazugehöriger Fensterflächen von Geschäftsräumen des Fachhandels“*. Fachgeschäfte dürfen also sowohl in ihren Schaufenstern als auch an ihren Außenflächen weiterhin werben. Schaufensterwerbung bei befreundeten Unternehmen, die kein Fachhandel sind, oder beispielsweise an Schaufenstern leerstehender Gewerbeeinheiten ist *nicht* erlaubt.
- Der Begriff **„Fachhandel“** ist nicht definiert. Ein reiner E-Zigarettenhändler dürfte eindeutig unter diesen Begriff fallen. Ein Supermarkt z.B. dürfte jedoch kein „Fachhandel“ im Wortsinn sein, da sein Sortiment sich nicht hauptsächlich auf das der Branche beschränkt.
- Das Verbot gilt für E-Zigaretten und Nachfüllbehälter erst ab dem 01.01.2024.** (§47 Abs. 8 TabakerzG n.F.).

Ausspielung (Gewinnspiele)

- §20b Abs. 2 TabakerzG n.F. verbietet die gewerbsmäßige Ausspielung. Damit sind **Gewinnspiele jeder Art gemeint** (Verlosung, Tombola, Glücksrad etc.).
- Gewerbsmäßig** handelt, wer sich durch wiederholte Tatbegehung eine fortlaufende Einnahmequelle von einiger Dauer und einigem Umfang verschaffen will. Dabei **genügt schon die erste Tatbegehung** in dieser Absicht.

Kostenlose Abgabe (Proben, Testbar)

- §20a Abs. 1 TabakerzG n.F. verbietet die kostenlose Abgabe außerhalb von Geschäftsräumen, bezieht sich aber nur auf Zigaretten, Tabak zum Selbstdrehen und Wasserpfeifentabak – **E-Zigaretten und Nachfüllbehälter sind von diesem Verbot nicht erfasst.**

Häufige Fragen

- Muss ich alte Werbung (z.B. auf Facebook) löschen?**
Auch Werbung, die vor Inkrafttreten der neuen Verbote veröffentlicht wurde, gilt weiter fort und verstößt, wenn sie nicht entfernt wird, gegen das dann geltende Werbeverbot. Es ist also dringend anzuraten, Werbemaßnahmen aus der Vergangenheit (z.B. auf Instagram, Facebook, YouTube etc.) zu überprüfen und ggf. zu löschen.
- Darf ich noch meinen Laden an sich bewerben, also Firmennamen, Standort, Öffnungszeiten?**
Es muss stets ein Produktbezug (also Bezug zu einem vom Werbeverbot erfassten Erzeugnis) bestehen, damit ein Werbeverbot bejaht werden kann. Andernfalls würde dies auf eine nicht hinnehmbare Einschränkung der wirtschaftlichen Entfaltungsmöglichkeiten der in der Branche tätigen Unternehmen hinauslaufen, die ein an sich erlaubtes Geschäftsmodell betreiben. Werbung für Geschäfte ist also insoweit zulässig, dass keine vom Werbeverbot erfasste Produkte beworben werden. Nicht zulässig wäre beispielsweise „E-Zigaretten kaufen im Vape Store XY“.
- Darf ich als Hersteller meine Produkte auf einer Website ohne Shop bewerben?**
Nein, das verstößt gegen das Werbeverbot im Internet. Auf einer reinen Hersteller-Seite ohne Onlineshop darf man noch Informationen über sich als Hersteller, seine Fertigungsprozesse usw. bereitstellen, jedoch ohne seine Produkte zu bewerben. Eine reine Nennung der eigenen Marke(n) dürfte unproblematisch als Hinweis auf sein Portfolio sein, solange diese Nennung keinen Werbecharakter hat (werbliche Beschreibungen, Fotos/Produktbilder). Der BGH hat in seinem Urteil vom 05.10.2017 (I ZR 117/16) zu einem Foto, das eine junge, gut gelaunte, lässig anmutende, rauchende Erwachsene zeigt, entschieden, dass eine Darstellung, welche die Produkte attraktiv macht, dem Werbeverbot unterliegt. *„Die Abbildung auf der Startseite des Internetauftritts der Beklagten ist eine Werbung für Tabakerzeugnisse, weil die Produkte der Beklagten dem Besucher der Website nahe gebracht und als attraktiv dargestellt werden.“* Entsprechend streng legen Gerichte das Werbeverbot somit aus.

Fact Sheet: Werbebeschränkungen E-Zigaretten, Liquids, Aromen ab 2021

Stand: 05.01.2021



Über den Verband

Als ältester und mitgliederstärkster E-Zigarettenverband in Deutschland vertritt der 2011 gegründete Verband des eZigarettenhandels (VdeH) die Interessen von rund 150 überwiegend kleinen und mittelständischen Unternehmen in Deutschland.

Zu den Mitgliedern zählen Einzel- und Großhändler, Distributoren und Hersteller, womit der komplette Querschnitt der Branche abgebildet wird.

- Ziele der Verbandsarbeit sind insbesondere:
- Aufklärung der Öffentlichkeit über das Produkt „E-Zigarette“
- Politische Interessenvertretung
- Förderung und Sicherstellung verantwortungsvollen Handels der Branche
- Förderung und Sicherstellung lauterer Wettbewerbs

Schon seit seiner Gründung im Jahr 2011 hat sich der Verband für Jugend- und Verbraucherschutz in der Branche eingesetzt. So haben die Mitglieder unseres Verbands sich schon Jahre vor dem Inkrafttreten des Abgabeverbotes von E-Zigaretten an Minderjährige im Rahmen einer Selbstverpflichtung dieses Abgabeverbot selbst auferlegt.

Haftungsausschluss

Dieser Leitfaden wurde mit dem aktuellen Kenntnisstand entsprechend eigener Auslegung der geltenden Vorschriften und Maßnahmen erstellt. Maßgeblich sind geltende Gesetze und Verordnungen. Der Verband übernimmt keine Haftung für die in diesem Schreiben aufgeführten Informationen und Ratschläge.

Impressum

Verband des eZigarettenhandels e.V. (VdeH)
Französische Straße 12
10117 Berlin

info@vd-eh.de
www.vd-eh.de

Telefon: +49 (0) 30 – 20 188 377
Fax: +49 (0) 30 – 20 188 575

Vereinsregister:
Berlin-Charlottenburg, VR 37821 B

EU-Transparency Reg.
711092410756-80

Vertretungsberechtigung
Michal Dobrajc (erster Vorsitzender)
Benedikt Hirtenreiter (zweiter Vorsitzender)

*Der erste und der zweite Vorsitzende sind jeweils
alleinvertretungsberechtigt.*