

Auszug aus dem vorläufigen Tabakgesetz (Stand 21.12.2006)

§ 21a Werbe- und Sponsoringverbote zur Umsetzung der Richtlinie 2003/33/EG

(1) Im Sinne dieser Vorschrift sind:

1. Werbung: Werbung im Sinne des Artikels 2 Buchstabe b der Richtlinie 2003/33/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen (ABl. EU Nr. L 152 S. 16, 2004 Nr. L 67 S. 34),

2. Sponsoring: Sponsoring im Sinne des Artikels 2 Buchstabe c der Richtlinie 2003/33/EG,

3. Dienste der Informationsgesellschaft: Dienste der Informationsgesellschaft im Sinne des Artikels 2 Buchstabe d der Richtlinie 2003/33/EG.

(2) Es ist verboten, für Tabakerzeugnisse im Hörfunk zu werben.

(3) Es ist verboten, für Tabakerzeugnisse in der Presse oder in einer anderen gedruckten Veröffentlichung zu werben. Abweichend von Satz 1 darf für Tabakerzeugnisse

in einer Veröffentlichung nach Satz 1 geworben werden,

1. die ausschließlich für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt ist,

2. die in einem Staat, der kein Mitgliedstaat der Europäischen Union ist, gedruckt und

herausgegeben wird, sofern diese Veröffentlichung nicht hauptsächlich für den Markt

in der Europäischen Union bestimmt ist,

3. die

a) in ihrem redaktionellen Inhalt weit überwiegend Tabakerzeugnisse oder ihrer Verwendung dienende Produkte betrifft und

b) nur für eine sich aus Buchstabe a ergebende Öffentlichkeit bestimmt ist und an

diese abgegeben wird.

(4) Absatz 3 gilt für die Werbung für Tabakerzeugnisse in Diensten der Informationsgesellschaft entsprechend.

(5) Es ist einem Unternehmen, dessen Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf

von Tabakerzeugnissen ist, verboten, ein Hörfunkprogramm zu sponsern.

(6) Es ist verboten, eine Veranstaltung oder Aktivität,

1. an der mehrere Mitgliedstaaten beteiligt sind,

2. die in mehreren Mitgliedstaaten stattfindet, oder

3. die eine sonstige grenzüberschreitende Wirkung hat,

zu sponsern.

(7) Es ist verboten, Tabakerzeugnisse im Zusammenhang mit einer Veranstaltung, deren

Sponsoring nach Absatz 6 verboten ist, mit dem Ziel oder der direkten oder indirekten

Wirkung, den Verkauf von Tabakerzeugnissen zu fördern, kostenlos zu verteilen.

§ 22 Werbeverbote

(1) Es ist verboten, für Tabakerzeugnisse im Fernsehen zu werben.

(2) Es ist verboten, im Verkehr mit Tabakerzeugnissen oder in der Werbung für Tabakerzeugnisse allgemein oder im Einzelfall

1. Bezeichnungen, Angaben, Aufmachungen, Darstellungen oder sonstige Aussagen zu

verwenden,

a) durch die der Eindruck erweckt wird, daß der Genuß oder die bestimmungsgemäße

Verwendung von Tabakerzeugnissen gesundheitlich unbedenklich oder geeignet ist,
die Funktion des Körpers, die Leistungsfähigkeit oder das Wohlbefinden günstig zu beeinflussen,
b) die ihrer Art nach besonders dazu geeignet sind, Jugendliche oder Heranwachsende zum Rauchen zu veranlassen,
c) die das Inhalieren des Tabakrauchs als nachahmenswert erscheinen lassen;
2. Bezeichnungen oder sonstige Angaben zu verwenden, die darauf hindeuten, daß die Tabakerzeugnisse natürlich oder naturrein seien.
Das Bundesministerium wird ermächtigt, durch Rechtsverordnung mit Zustimmung des Bundesrates Ausnahmen von dem Verbot der Nummer 2 zuzulassen, soweit es mit dem Schutz des Verbrauchers vereinbar ist.
(3) Das Bundesministerium wird ermächtigt, im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie durch Rechtsverordnung mit Zustimmung des Bundesrates, soweit es zum Schutz des Verbrauchers erforderlich ist, Vorschriften zur Durchführung der Verbote des Absatzes 2 zu erlassen, insbesondere
1. die Art, den Umfang oder die Gestaltung der Werbung durch bestimmte Werbemittel oder an bestimmten Orten zu regeln,
2. die Verwendung von Darstellungen oder Äußerungen von Angehörigen bestimmter Personengruppen zu verbieten oder zu beschränken.

§ 22a Von bestimmten Werbeverboten nicht erfasste Bereiche

Die Verbote des § 21a Abs. 2 und 3 Satz 1, auch in Verbindung mit Abs. 4, und des § 22 Abs. 1 erfassen nicht eine redaktionelle Berichterstattung über Tabakerzeugnisse.
Das Verbot des § 21a Abs. 3 Satz 1, auch in Verbindung mit Abs. 4, erfaßt darüber hinaus nicht einen ab dem 29. Dezember 2006 gefertigten Nachdruck einer dort genannten Veröffentlichung, die den Vorschriften dieses Gesetzes in der bis zum 29. Dezember 2006 geltenden Fassung entspricht.