

Forderungen von Pro Rauchfrei zu

1. den Referentenentwürfen zum Tabakerzeugnisgesetz (TabakerzG) und zur Tabakerzeugnisverordnung TabakerzV
 2. dem Änderungsgesetz für das TabakerzG (Kommentare rechts)
 3. Allgemeine Forderungen
-

1.

TabakerzG

Abschnitt 2: Tabakerzeugnisse

Emissionswerte

zu (1)

Grenzwerte für Blei, Cadmium; Poloni-um210, Formaldehyd, Benzol etc. Der Nebenstromrauch ist schadstoffbelasteter als der Hauptstromrauch und daher für den Nichtraucherchutz sehr bedeutsam.

zu (1) Nr. 3.:

Solche Studien wird die Industrie nicht beibringen. Sind regelmäßige und umfassende Untersuchungen von anderer Seite vorgesehen?

Rückverfolgbarkeit; Erkennungs- und Sicherheitsmerkmal

zu (2) Nr. 3

Auf Transparenz (Öffentlichmachung der Ergebnisse) und Kontrolle der unabhängigen Prüfer soll besonderer Wert gelegt werden.

Abschnitt 3: Verwandte Erzeugnisse

Inhaltsstoffe von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern

zu (1) Nr. 3:

Wer stellt das verbindlich fest? Über die Risiken von E-Zigaretten herrscht aktuell Uneinigkeit. Sogar Ärztevereinigungen beurteilen die Risiken unterschiedlich

Beschaffenheit von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern

zu (3)

Auf die technische Unbedenklichkeit ist genauso viel Wert zu legen wie auf die stoffliche Zusammensetzung der Befüllung

Beipackzettel, Warnhinweis und Verpackung für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter

zu (2) Nr. 4:

Vorschrift, dass sämtliche Inhaltsstoffe aufzuführen sind, müsste verbindlich sein

Abschnitt 4: Gemeinsame Vorschriften für alle Erzeugnisse

Verbote zum Schutz vor Täuschung

zu (1) 2c:

Wie definiert sich bei dieser Art Produkte eine „bessere Beschaffenheit“?

zu (3) Nr. 1

Dieses Verbot verursacht im Übrigen eine Ungleichbehandlung mit der elektronischen Zigarette, s. (4)

Pro Rauchfrei empfiehlt auch für Tabakprodukte einen obligatorischen Beipackzettel, auf dem alle Inhaltsstoffe (also inkl. Nikotin-, Teer- und Kohlenmonoxidgehalt ohne werbende Zusätze wie „leicht“ usw. aufzuführen sind. Dieser Beipackzettel soll herausgezogen werden können, aber oben an der Packung haften, sodass er nicht sofort entfernt werden kann, ohne die Packung zu zerlegen.

Verbot der Hörfunkwerbung, der Werbung in Druckerzeugnissen und in Diensten der Informationsgesellschaft, Verbot des Sponsorings

zu (1)

Hier muss viel stärker die in der Definition von „Werbung“ enthaltene Komponente „indirekten Wirkung für den Verkauf eines Produktes“ berücksichtigt werden. Beispiel: Bordkataloge von Flugzeugen. Dort werden Tabakwaren weiterhin aufgeführt (seit einer Intervention von Pro Rauchfrei bei der Lufthansa zwar ohne Zusatztext außer Menge und Preis), obwohl Tabakwaren auf Flügen innerhalb der EU nicht verkauft werden dürfen. Was anderes als Werbung ist aber die Darstellung in einem Katalog?

zu (2) Nr. 2:

Beibehaltung dieser Ausnahme bietet ein riesiges Schlupfloch, da es für international agierende Hersteller kein Problem darstellt, ihre Werbung diesem Zugeständnis anzupassen.

zu (5) Nr. 1

Die Einschränkung „mehrere Mitgliedstaaten“ soll wegfallen. Das Verbot soll auch für entsprechende Veranstaltungen nur in Deutschland und nur unter dt. Beteiligung gelten.

Wünschenswert: die propagierende Darstellung des Rauchens, auch ohne Markenbezug, zu untersagen. Hintergrund: In Filmen speziell der öffentlich-rechtlichen Sender wird unserer Beobachtung nach wieder deutlich stärker geraucht als noch vor ca. fünf Jahren. Regisseure werden Entgelte angeboten, wenn sie dem Rauchen in ihren Filmen breiteren Raum geben.

Qualitative Werbeverbote

zu (1)

„Product Placement“ sollte völlig mit Werbung gleichgesetzt werden.

TabakerzV

Abschnitt 1: Tabakerzeugnisse

Zulassung neuartiger Tabakerzeugnisse

zu (2) Nr. 2

Von Herstellerseite sollte – wie für andere Produkte auch – eine Garantie der technischen Unbedenklichkeit bei bestimmungsgemäßem Gebrauch gegeben werden. Hintergrund: Einige Fälle von explodierenden Akkus mit schweren gesundheitlichen Folgen für die Konsumenten.

Kombinierte Text – Bild – Warnhinweise bei Zigaretten, Tabak zum Selbstdrehen und Wasserpfeifentabak

zu (3):

2 Jahre Übergangsfrist bis zur Gültigkeit der endgültigen Vorschrift sollten reichen.

Abschnitt 2: Elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter

Beipackzettel

zu (1) Nr. 3:

Da die Abgabe an Jugendliche verboten ist, sollte auch die Formulierung auf dem Beipackzettel sein, dass das Erzeugnis für Jugendliche verboten ist (statt: nicht empfohlen)

Warnhinweise und Verpackung

zu (1) Nr. 1 und 2:

Warum gilt diese Anforderung nicht auch für Tabakzigaretten, die noch gesundheitsschädlicher sind als E-Zigaretten? (s. auch unseren Kommentar weiter oben zum Referentenentwurf TabakerzG §18 (3) Nr. 1)

Abschnitt 5: Straf- und Bußgeldvorschriften, Schlussbestimmungen

Übergangsregelungen

Pro Rauchfrei empfiehlt dringend kürzere Übergangsfristen!

2.

Referentenentwurf

des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft

Entwurf eines Ersten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes

A. Problem und Ziel

Die Richtlinie 2014/40/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 3. April 2014 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Herstellung, die Aufmachung und den Verkauf von Tabakerzeugnissen und verwandten Erzeugnissen und zur Aufhebung der Richtlinie 2001/37/EG verpflichtet die Mitgliedstaaten in Artikel 29, bis zum 20. Mai 2016 die Rechtsvorschriften zu erlassen, die erforderlich sind, um die Richtlinie 2014/40/EU umzusetzen. Die Richtlinie 2014/40/EU wird durch das Tabakerzeugnisgesetz vom [...] (BGBl. I S. [...]) und die aufgrund dieses Gesetzes erlassene Tabakerzeugnisverordnung umgesetzt.

Ergänzend zu den Vorgaben der Richtlinie sollen auch nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter reguliert werden, soweit dies zum Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Gesundheitsschäden erforderlich ist. Des Weiteren sind für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter zusätzliche Werbeverbote vorgesehen. Die Regelung zu Pflanzenschutzmitteln in oder auf Tabakerzeugnissen wird überarbeitet.

B. Lösung

Da die genannten Regelungsinhalte ergänzende Regelungen zu den Vorgaben der Richtlinie 2014/40/EU darstellen bzw. die Vorgaben der Richtlinie ausfüllen, sind sie nach der Inforichtlinie 98/34/EG notifizierungspflichtig. Um den Zeitplan für die

Kommentar [PR1]: Stellungnahmen von Pro Rauchfrei e.V., Postfach 100223, 93002 Regensburg; E-Mail: vorstand@pro-rauchfrei.de; Homepage: <https://www.pro-rauchfrei.de>, zum Referentenentwurf zur Änderung des TabakerzG mit Stand vom 4.11.2015.

Richtlinienumsetzung nicht zu gefährden, werden diese Teile abgetrennt und als eigenständiger Gesetzentwurf weitergeführt.

C. Alternativen

Keine.

D. Haushaltsausgaben ohne Erfüllungsaufwand

Keine.

E. Erfüllungsaufwand

E.1 Erfüllungsaufwand für Bürgerinnen und Bürger

Für Bürgerinnen und Bürger entsteht kein Erfüllungsaufwand.

E.2 Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft

Durch Einbeziehung nikotinfreier elektronischer Zigaretten und Nachfüllbehälter in den Regelungsbereich entsteht ein einmaliger Aufwand von etwas über 1 Million Euro sowie ein laufender Erfüllungsaufwand von jährlich 300 000 Euro.

Davon Bürokratiekosten aus Informationspflichten

Durch die Einbeziehung nikotinfreier elektronischer Zigaretten und Nachfüllbehälter entstehen ein einmaliger Erfüllungsaufwand aus Informationspflichten in Höhe von rund 500 000 Euro und ein laufender Erfüllungsaufwand aus Informationspflichten in Höhe von jährlich rund 8 000 Euro.

Eine Kompensation des laufenden Erfüllungsaufwands für die Wirtschaft kann innerhalb des vorliegenden Rechtsetzungsvorhabens nicht realisiert werden. Es wird daher zu prüfen sein, ob eine entsprechende Entlastungsperspektive außerhalb dieses Vorhabens aufgezeigt werden kann. Dem laufenden Erfüllungsaufwand von jährlich rund 300 000 Euro für die Wirtschaft stehen Entlastungen der Wirtschaft gegenüber, die durch die beabsichtigte Verringerung der Raucherquote durch die Umsetzung der Richtlinie 2014/40/EU im Tabakerzeugnisgesetz und die weiteren Maßnahmen dieses Änderungsgesetzes entstehen.

E.3 Erfüllungsaufwand der Verwaltung

Für die Verwaltung entsteht kein Erfüllungsaufwand.

F. Weitere Kosten

Es ist ein Verbot der Außenwerbung ab dem 1.7.2018 vorgesehen. Laut Angaben der Tabakwirtschaft, veröffentlicht im Drogen- und Suchtbericht 2015 der Bundesregierung, wurden im Jahr 2013 69,8 Millionen Euro für Außenwerbung ausgegeben.

Die Kinowerbung wird insoweit eingeschränkt, als dass für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter die Vorführung von Werbefilmen und -programmen nur dann erlaubt ist, wenn ein Film nach dem in § 14 des Jugendschutzgesetzes bestimmten Verfahren mit „Keine Jugendfreigabe“ gekennzeichnet ist. Ausweislich des Drogen- und Suchtberichts 2015 der Bundesregierung wurden im Jahr 2013 für Kinowerbung 7,7 Millionen Euro ausgegeben.

Diese Ausgaben werden künftig eingespart bzw. nachhaltig reduziert. Entgangene Gewinne zählen nicht zum Erfüllungsaufwand.

Kommentar [PR2]: Vorschlag: maximal zwei Jahre Umsetzungsfrist ab Verabschiedung. Weiter unten im Text taucht ohnehin nur mehr 2020 als Frist auf. Das ist definitiv zu lang!

Kommentar [PR3]: Unnötige Ausnahme! Tabakwerbung soll Neukunden werben „Tabakmarketing soll junge Menschen dazu anregen, mit dem Rauchen anzufangen, und Raucher davon abhalten, mit dem Rauchen aufzuhören“ (Tabakatlas 2015). Eine Regelung ohne Ausnahmen bringt nur Vorteile, insbesondere für Prävention und Raucherentwöhnung. Werbung im Kino ist hocheffizient. Die Menschen sind gelöst, guter Laune, freuen sich auf den kommenden Film. Da schafft Werbung ein Gemeinschaftserlebnis und suggeriert, dass Rauchen zu diesem Erlebnis gehört. Dabei brauchen Raucher gar keine Werbung, da sie mehrheitlich sehr markentreu sind.

Referentenentwurf des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft

Entwurf eines Ersten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes

Vom ...

Der Bundestag hat mit Zustimmung des Bundesrates das folgende Gesetz beschlossen:

Artikel 1

Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes

Das Tabakerzeugnisgesetz vom [...] (BGBl. I S. [...]) wird wie folgt geändert:

1. In der Inhaltsübersicht werden nach der Angabe zu § 20 folgende Angaben eingefügt:
„§ 20a Verbot der Außenwerbung
§ 20b Verbot der kostenlosen Abgabe und der Ausspielung“.
2. In § 1 werden nach der Angabe „(ABl. L 127 vom 29.4.2014, S. 1),“ die Wörter „Artikel 2 Nummer 16 und 17 jedoch mit der Maßgabe, dass die dort bezeichneten Begriffe auch nicht nikotinhaltige elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter umfassen, und“ eingefügt.
3. § 2 wird wie folgt geändert:
 - a) Nach Nummer 8 wird folgende neue Nummer 9 eingefügt:
„9. Außenwerbung: die außerhalb von Geschäftsräumen erfolgende Werbung mittels einer ortsfesten Einrichtung, durch direkte Ansprache von Verbraucherinnen und Verbrauchern oder in sonstiger Weise, insbesondere durch Plakate, Beschriftungen, Bemalungen, Luft- oder Lichtwerbung,“.
 - b) Die bisherigen Nummern 9 und 10 werden die Nummern 10 und 11.
4. § 9 wird wie folgt geändert:
 - a) Dem Wortlaut wird folgender Absatz 1 vorangestellt:
„(1) Tabakerzeugnisse, die Pflanzenschutzmittel im Sinne des Artikels 2 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 1107/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Oktober 2009 über das Inverkehrbringen von Pflanzenschutzmitteln und zur Aufhebung der Richtlinien 79/117/EWG und 91/414/EWG des Rates (ABl. L 309 vom 24.11.2009, S. 1) oder deren Abbau- oder Reaktionsprodukte enthalten oder denen Pflanzenschutzmittel oder deren Abbau- oder Reaktionsprodukte anhaften, dürfen nur in den Verkehr gebracht werden, wenn die Pflanzenschutzmittel
 1. in Deutschland für das jeweilige Anwendungsgebiet zugelassen sind oder nach § 12 Absatz 5 des Pflanzenschutzgesetzes noch angewendet werden dürfen oder
 2. in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union oder einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum nach den Bestimmungen des Artikels 4 Absatz 1 Buchstabe b bis e der Richtlinie 91/414/EWG des Rates vom 15. Juli 1991 über das Inverkehrbringen von Pflanzenschutzmitteln (ABl. L 230 vom 19.8.1991, S. 1) oder nach den Bestimmungen der Verordnung (EG) Nr. 1107/2009 für das jeweilige Anwendungsgebiet zugelassen sind.

Kommentar [PR4]: Die hohen nationalen Schutzstandards sollen beibehalten werden. Sonst wird deren Wirkung ausgehebelt.

Einem Pflanzenschutzmittel im Sinne des Satzes 1 steht ein Pflanzenschutzmittel gleich, das in einem Drittland für das jeweilige Anwendungsgebiet zugelassen ist und dort angewendet wird.

Kommentar [PR5]: Streichen!

- b) Der bisherige Wortlaut wird Absatz 2.
5. § 14 wird wie folgt geändert:
- a) In Absatz 1 werden nach den Wörtern „Elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter“ die Wörter „, die Nikotin enthalten,“ eingefügt.
- b) In Absatz 2 werden nach den Wörtern „Elektronische Zigaretten“ die Wörter „, die Nikotin enthalten,“ eingefügt.
6. Dem Wortlaut des § 15 Absatz 1 Nummer 2 Buchstabe a werden die Wörter „von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern, die Nikotin enthalten,“ vorangestellt.
7. Nach § 20 werden die folgenden §§ 20a und 20b eingefügt:

„§ 20a

Verbot der Außenwerbung

Es ist verboten, Außenwerbung für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten oder Nachfüllbehälter zu betreiben.

§ 20b

Verbot der kostenlosen Abgabe und der Ausspielung

(1) Es ist verboten, Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten oder Nachfüllbehälter kostenlos abzugeben.

(2) Es ist verboten, Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten oder Nachfüllbehälter gewerbsmäßig auszuspielen.“

8. § 21 Absatz 1 wird wie folgt gefasst:
- „(1) Es ist verboten,
1. im Verkehr mit Tabakerzeugnissen, elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern oder in der Werbung dafür allgemein oder im Einzelfall werbliche Informationen zu verwenden,
- a) durch die der Eindruck erweckt wird, dass der Genuss oder die bestimmungsgemäße Verwendung 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 Konsum zu veranlassen oder darin zu bestärken,
- c) die das Inhalieren des Tabakrauchs oder Dampfes als nachahmenswert erscheinen lassen,
- d) die den Eindruck erwecken, dass die Inhaltsstoffe natürlich oder naturrein seien;
2. im Verkehr mit elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern oder in der Werbung dafür allgemein oder im Einzelfall werbliche Informationen zu verwenden, die den Eindruck erwecken, dass elektronische Zigaretten weniger schädlich als Tabakerzeugnisse seien.“
9. § 22 wird wie folgt geändert:
- a) Nach Absatz 2 wird folgender Absatz 3 eingefügt:

„(3) Abweichend von Absatz 2 braucht nur bei der zuständigen Behörde im Inland registriert zu sein, wer ausschließlich grenzüberschreitenden Fernabsatz von nicht Nikotin enthaltenden elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern an Verbraucher in der Europäischen Union betreiben will.“

- b) Die bisherigen Absätze 3 bis 6 werden die Absätze 4 bis 7.
10. § 34 Absatz 1 wird wie folgt geändert:
- a) In Nummer 2 wird nach der Angabe „nach § 9“ die Angabe „Absatz 2“ eingefügt.
- b) In Nummer 3 Buchstabe a Doppelbuchstabe bb wird nach der Angabe „§ 8 Absatz 1 Nummer 2,“ die Angabe „§ 9 Absatz 1,“ eingefügt.
11. § 35 Absatz 2 wird wie folgt geändert:
- a) Nach Nummer 5 werden die folgenden Nummern 6 und 7 eingefügt:
- „6. entgegen § 20a Außenwerbung betreibt,
7. entgegen § 20b ein Tabakerzeugnis, eine elektronische Zigarette oder einen Nachfüllbehälter kostenlos abgibt oder gewerbsmäßig ausspielt.“
- b) Die bisherige Nummer 6 wird die Nummer 8.
12. In § 43 Absatz 2 wird nach der Angabe „§ 9“ die Angabe „Absatz 2“ eingefügt.
13. Dem § 47 werden folgende Absätze 6 und 7 angefügt:

„(6) § 20a findet ab dem 01.07.2020 Anwendung.“

(7) § 20b Absatz 1 ist für andere Rauchtabakerzeugnisse als Zigaretten, Tabak zum Selbstdrehen und Wasserpfeifentabak sowie für Schnupftabak ab dem 20. Mai 2020 anzuwenden.“

Artikel 2

Änderung des Jugendschutzgesetzes

Das Jugendschutzgesetz vom 23. Juli 2002 (BGBl. I S. 2730), das zuletzt durch [...] geändert worden ist, wird wie folgt geändert:

1. § 11 wird wie folgt geändert:
- a) In Absatz 5 werden die Wörter „Tabakwaren oder“ gestrichen.
- b) Folgender Absatz 6 wird angefügt:
- „(6) Werbefilme und Werbeprogramme, die für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten oder Nachfüllbehälter im Sinne des § 1 Absatz 1 des Tabakerzeugnisgesetzes vom [...], das durch das Gesetz vom [...] geändert worden ist, werben, dürfen nur im Zusammenhang mit Filmen vorgeführt werden, die von der obersten Landesbehörde oder einer Organisation der Freiwilligen Selbstkontrolle im Rahmen des Verfahrens nach § 14 Absatz 6 mit „Keine Jugendfreigabe“ gekennzeichnet worden sind.“
2. § 28 Absatz 1 Nummer 14 Buchstabe a wird wie folgt gefasst:
- „a. entgegen § 11 Absatz 5 oder Absatz 6 einen Werbefilm oder ein Werbeprogramm voführt.“

Kommentar [PR6]: Verbot der Außenwerbung braucht keine vier Jahre Übergangsfrist. Diese ist durch nichts gerechtfertigt. Verträge, die über 2017 hinaus laufen, können problemlos aufgrund der neuen Gesetzeslage vorzeitig gekündigt bzw. aufgelöst werden.

Kommentar [PR7]: Wie ist die Frist f. Rauchtabakerzeugnisse? Warum hier diese lange Übergangszeit? Das könnte innerhalb von sechs Monaten gelten.

Kommentar [PR8]: Wie oben: keine Ausnahme bei der Kinowerbung! 2014 waren laut Statista nur zwei Prozent aller Filme ohne Jugendfreigabe. Die Ausnahme lohnt für diese wenigen Fälle überhaupt nicht. Als negativer Nebeneffekt könnten harte Pornos und Filme mit Gewaltdarstellung von der Tabakindustrie gefördert oder u.U. selbst bzw. im Auftrag produziert werden, um mehr Werbung schalten zu können. Eine Förderung solcher Filme ist abzulehnen.

Artikel 3

Änderung des Tabaksteuergesetzes

Das Tabaksteuergesetz vom 15. Juli 2009 (BGBl. I S. 1870), das zuletzt durch [...] geändert worden ist, wird wie folgt geändert:

1. § 25 Satz 2 wird wie folgt gefasst:

„Er darf die Packungen jedoch öffnen, um den Inhalt zu prüfen oder vorzuzeigen.“

2. § 26 Absatz 1 Satz 1 wird wie folgt gefasst:

„Der auf dem Steuerzeichen angegebene Packungspreis oder der sich daraus ergebende Kleinverkaufspreis darf vom Händler bei Abgabe von Tabakwaren an Verbraucher nicht unterschritten werden.“

3. § 29 wird aufgehoben.

4. § 36 Absatz 2 Nummer 5 wird aufgehoben.

Artikel 4

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am Tag nach der Verkündung in Kraft.

Begründung

A. Allgemeiner Teil

I. Zielsetzung und Notwendigkeit der Regelungen

Die Richtlinie 2014/40/EU wird durch das Tabakerzeugnisgesetz vom [...] (BGBl. I S. [...]) und die aufgrund dieses Gesetzes erlassene Tabakerzeugnisverordnung umgesetzt.

Über die Vorgaben der Richtlinie hinaus sollen auch nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter reguliert werden, soweit dies zum Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Gesundheitsschäden erforderlich ist. Des Weiteren sind für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter zusätzliche Werbeverbote und Werbebeschränkungen vorgesehen. Die Regelung zu Pflanzenschutzmitteln in oder auf Tabakerzeugnissen wird überarbeitet.

Da die genannten Regelungsinhalte über die Vorgaben der Richtlinie 2014/40/EU hinausgehen, sind sie nach der Inforichtlinie 98/34/EG notifizierungspflichtig. Um den Zeitplan für die Richtlinienumsetzung nicht zu gefährden, werden diese Teile abgetrennt und als eigenständiger Gesetzentwurf weitergeführt.

II. Wesentlicher Inhalt des Entwurfs

Regulierung nikotinfreier elektronischer Zigaretten und Nachfüllbehälter

Die Richtlinie 2014/40/EU regelt neben Tabakerzeugnissen und pflanzlichen Raucherzeugnissen auch nikotinhalige elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter.

Über die Vorgaben der Richtlinie 2014/40/EU hinaus werden durch dieses Gesetz nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter den nikotinhaltenen gleichgestellt, soweit dies zum Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Gesundheitsschäden erforderlich ist.

Die gesundheitlichen Risiken dieser Erzeugnisse ergeben sich aus der Einatmung eines Aerosols, das – unabhängig vom Nikotin – gesundheitsschädliche Substanzen enthält. Zu diesen Feststellungen kommen das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) in seiner wissenschaftlichen Bewertung vom 25.02.2015 und das Deutsche Krebsforschungszentrum (dkfz) in seiner Stellungnahme aus 2015. BfR und dkfz stellen fest, dass beim Konsum sowohl von nikotinhaltenen als auch nikotinfreien elektronischen Zigaretten Carbonylverbindungen, einschließlich Formaldehyd, Acrolein und Acetaldehyd entstehen. Carbonylverbindungen und Acetaldehyd stehen im Verdacht, Krebs auszulösen. Formaldehyd wird ab dem 01.04.2015 im Anhang VI der Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 2008 über die Einstufung, Kennzeichnung und Verpackung von Stoffen und Gemischen, zur Änderung und Aufhebung der Richtlinien 67/548/EWG und 1999/45/EG und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1907/2006 (ABl. L 353 vom 31.12.2008, S. 1) als Karzinogen der Kategorie 1B eingestuft (Verordnung (EU) Nr. 605/2014 der Kommission vom 5. Juni 2014 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates über die Einstufung, Kennzeichnung und Verpackung von Stoffen und Gemischen zwecks Einfügung von Gefahren- und Sicherheitshinweisen in kroatischer Sprache und zwecks Anpassung an den technischen und wissenschaftlichen Fortschritt, ABl. L 167 vom 6.6.2014, S. 36), das heißt die krebsauslösende Wirkung gilt beim Menschen als wahrscheinlich. Acrolein kann zusätzlich die Reizung und Entzündung exponierter Schleimhäute bewirken und bei inhalativer Aufnahme zu Nekrosen des Lungengewebes führen. Die Belastung durch Formaldehyd und andere Carbonylverbindungen kann unter bestimmten Bedingungen ähnlich hoch liegen wie bei herkömmlichen Tabakzigaretten. Es gibt keinen Schwellenwert, unterhalb dessen ein Gemisch dieser Stoffe unbedenklich wäre.

Werbung

Verbot der Außenwerbung, Einschränkung der Kinowerbung sowie Verbot der kostenlosen Abgabe von Tabakerzeugnissen

Der Gesetzentwurf sieht – in Ergänzung der bestehenden Werbeverbote im Hörfunk, in der Presse und anderen gedruckten Erzeugnissen, in den Diensten der Informationsgesellschaft sowie in der sonstigen audiovisuellen kommerziellen Kommunikation einschließlich des Fernsehens – ein Verbot der Außenwerbung für Tabakerzeugnisse vor. Dieses Verbot soll nach Ablauf einer Übergangsfrist am 1. Juli 2020 in Kraft treten. Ferner soll die bestehende zeitliche Beschränkung der Kinowerbung für Tabakerzeugnisse auf nach 18 Uhr nach § 11 Absatz 5 des Jugendschutzgesetzes durch eine Beschränkung der Kinowerbung für Tabakerzeugnisse ersetzt werden, die an die Einstufung des Kinofilms anknüpft. Künftig wird die Vorführung von Werbefilmen und -programmen für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter nur im Zusammenhang mit Filmen erlaubt, die nach dem in § 14 des Jugendschutzgesetzes bestimmten Verfahren mit „Keine Jugendfreigabe“ gekennzeichnet sind. In Erweiterung des im Zusammenhang mit dem Verbot des Sponsorings grenzüberschreitender Veranstaltungen bereits bestehenden Verbots von Gratisverteilungen von Tabakerzeugnissen wird ein allgemeines Verbot der kostenlosen Abgabe an Verbraucherinnen und Verbraucher vorgesehen. In Bezug auf andere Raucherzeugnisse als Zigaretten, Tabak zum Selbstdrehen und Tabak für Wasserpfeifen sowie Schnupftabak ist das Verbot der kostenlosen Abgabe erst nach Ablauf einer Übergangsfrist von vier Jahren, also ab dem 20. Mai 2020, anwendbar.

Die Bundesregierung schätzt Verbote der Außenwerbung und die weitergehende Einschränkung der Kinowerbung sowie ein Verbot der kostenlosen Abgabe von Tabakerzeugnissen in Kombination mit den bereits bestehenden Tabakwerbeverböten als wirksame Mittel ein, um eine weitere Senkung der Raucherquote zu erreichen. Außenwerbung für Tabakerzeugnisse ist allgemein präsent. Kinowerbung findet im positiv besetzten Kontext von Unterhaltung statt. Die kostenlose Abgabe kann einen Anreiz zum Einstieg in den oder zur Fortsetzung des Tabakkonsums insbesondere für preisbewusste Konsumenten, wie z.B. junge Erwachsene, setzen.

Die Bundesregierung sieht die mit diesen Maßnahmen einhergehenden Eingriffe in die Freiheitsrechte der betroffenen Unternehmen der Tabakwirtschaft und der Werbewirtschaft, insbesondere in die Grundrechte der Meinungsäußerungsfreiheit und der Berufsfreiheit, aus Gründen des Gesundheitsschutzes der Bevölkerung als gerechtfertigt an. Das Bundesverfassungsgericht hat sich in zwei Entscheidungen mit der Eindämmung des Tabakkonsums befasst, so in seiner Entscheidung vom 22. Januar 1997 – 2 BvR 1915/91 – (BVerfGE 95, 173) zu Warnhinweisen auf Packungen von Tabakerzeugnissen und in seiner Entscheidung vom 30. Juli 2008 – 1 BvR 3262/07, 1 BvR 402/08, 1 BvR 906/08 (BVerfGE 121, 317) zum Nichtraucherschutz in Gaststätten. Das Gericht betont, dass dem Schutz der Gesundheit der Bevölkerung in der Werteordnung des Grundgesetzes ein hohes Gewicht zukomme. Aus Artikel 2 Absatz 2 des Grundgesetzes könne daher eine Schutzpflicht des Staates folgen, die eine Risikovorsorge gegen Gesundheitsgefährdungen umfasse. Angesichts der Zahl der Todesfälle, die sich nach wissenschaftlichen Erkenntnissen auf Erkrankungen durch Passivrauchen zurückführen lassen, sei zudem auch der Schutz des menschlichen Lebens betroffen. Die Verfassung begründe auch insoweit eine Schutzpflicht des Staates, die es ihm gebiete, sich schützend und fördernd vor das Leben jedes Einzelnen zu stellen (BVerfGE 121, 356 m.w.N.). Da die Gesundheit und erst recht das menschliche Leben zu den besonders hohen Gütern zählten, dürfe ihr Schutz auch mit Mitteln angestrebt werden, die in das Grundrecht der Berufsfreiheit empfindlich eingriffen (BVerfGE 121, 357).

Im Hinblick auf das Verbot der Außenwerbung ist ferner der Jugendschutz als weiterer Rechtfertigungsgrund anzuführen, da sich Jugendliche dieser allgemein präsenten Werbeform nicht entziehen können. Der Zusammenhang zwischen dem Kontakt Jugendlicher mit Tabakwerbung und der Wahrscheinlichkeit, zu rauchen oder mit dem Rauchen zu beginnen, ist statistisch repräsentativ in mehreren Studien auch auf

Deutschland bezogen untersucht (z.B. Hanewinkel/Isensee/Sargen/Morgenstern, Cigarette advertising and adolescent smoking, Am J PrevMed 2010; 28 (4), S. 359-366; Morgenstern/Sargent/Isensee/Hanewinkel, From never to daily smoking in 30 months: the predictive value of tobacco and non-tobacco advertising exposure, BMJ Open 2013; 3 e002907). So bestätigen z.B. die Daten der zuletzt genannten Untersuchung einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Kontakts mit Zigarettenwerbung und dem Rauchverhalten von Jugendlichen.

Die Ausweitung der Werbeverbote ist auch mit dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit vereinbar. Angesichts einer nur leicht rückläufigen Raucherquote sind Warnhinweise und sonstige bisher getroffene Maßnahmen zur Eindämmung des Tabakkonsums trotz des hohen Schutzgutes der Pressefreiheit gegenüber der überragenden Bedeutung des Gesundheits- und Jugendschutzes keine geeignete Handlungsalternative. Weiterhin zulässig bleibt im Übrigen die Werbung und Präsentation am Ort des Verkaufs. Dadurch werden die Werbemaßnahmen aus den besonders hochrangigen Gründen des Gesundheits- und Jugendschutzes so kanalisiert, dass von ihnen primär Personen erreicht werden, die sich ohnehin schon in einem einschlägigen Verkaufsumfeld mit Warenpräsentation und ggf. werbenden Verkaufsgesprächen befinden.

Die Bundesrepublik Deutschland ist dem Rahmenübereinkommen der WHO zur Eindämmung des Tabakgebrauchs vom 21. Mai 2003 („Tabakrahmenübereinkommen“) beigetreten; dieses ist in der Bundesrepublik am 16. März 2005 in Kraft getreten. Artikel 13 des Übereinkommens sieht Verpflichtungen der Vertragsparteien u.a. für den Bereich der Tabakwerbung (Werbeverbot für Tabakerzeugnisse in Übereinstimmung mit der Verfassung oder verfassungsrechtlichen Grundsätzen) innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren nach Inkrafttreten vor. Daher können sich die vorgesehenen Verbote auch auf das Tabakrahmenübereinkommen stützen.

Werbeverbote für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter

Die Richtlinie 2014/40/EU schreibt in Artikel 20 Absatz 5 für nikotinhaltige elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter Werbeverbote vor, die weitgehend den Anforderungen der Tabakwerberichtlinie 2003/33/EG und der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste 2010/13/EU entsprechen (Verbot der Werbung im Hörfunk, in der Presse und anderen gedruckten Erzeugnissen, in den Diensten der Informationsgesellschaft sowie in der sonstigen audiovisuellen kommerziellen Kommunikation).

Über die Vorgaben der Richtlinie 2014/40/EU hinaus werden

- Außenwerbung und die kostenlose Abgabe auch für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter verboten sowie die Kinowerbung weiter eingeschränkt und damit die Werberegeln für diese Erzeugnisse denen bei Tabakerzeugnissen angeglichen,
- die nikotinfreien elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehälter den nikotinhaltigen in Bezug auf die Vorschriften zur Werbung gleichgestellt.

Nach Erwägungsgrund 55 der Richtlinie bleibt es den Mitgliedstaaten unbenommen, zu Aspekten, die nicht durch die Richtlinie geregelt werden, nationale Rechtsvorschriften beizubehalten oder aufzustellen. Der Erwägungsgrund 48 stellt ausdrücklich klar, dass die heimische Werbung für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter nicht harmonisiert werden soll. Die Mitgliedstaaten werden ermutigt, dazu Regelungen zu treffen.

Die Regelungen sind verfassungsrechtlich zulässig. Die Eingriffe in die Freiheitsrechte der Hersteller von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern sind aus Gründen des Gesundheits- und Jugendschutzes gerechtfertigt.

Hinsichtlich des Verbots der Außenwerbung, der weitergehenden Einschränkung der Kinowerbung sowie von Gratisverteilungen wird bezüglich der nikotinhaltigen Erzeugnisse auf die obigen Ausführungen verwiesen. Hier kann schon aufgrund der hohen Toxizität und des Suchtpotentials von Nikotin keine andere Beurteilung des Verhältnisses der betroffenen Grundrechte erfolgen.

Auch für nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter sind Werbeverbote und -beschränkungen aus Gründen des Gesundheits- und Jugendschutzes gerechtfertigt.

Elektronische Zigaretten haben sich vor allem für die jüngere Generation zu einem Life-style-Produkt entwickelt. Fast 10 Prozent aller 16-19-Jährigen haben im Jahr 2014 in Deutschland elektronische Zigaretten konsumiert (Deutsches Krebsforschungszentrum (Hrsg.) (2014), E-Zigaretten: Bekanntheit und Konsum in Deutschland 2012-2014). Durch die Novellierung des Jugendschutzgesetzes [...] wurde eine Altersbeschränkung zur Abgabe von nikotinhaltigen und nikotinfreien elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern an unter 18-Jährige eingeführt. Ergänzend dazu soll aus Präventionsgründen auch die Werbung für nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter verboten werden.

Unabhängig vom Nikotingehalt bestehen gesundheitliche Risiken bei elektronischen Zigaretten durch Verdampfungsmittel und die Freisetzung von volatilen Stoffen und Partikeln bzw. dadurch, dass viele der aromatisierten Liquids zytotoxische Eigenschaften besitzen.

Zu diesen Feststellungen kommen das Bundesinstitut für Risiko-bewertung (BfR) in seiner wissenschaftlichen Bewertung vom 25.02.2015 (Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR): Gesundheitsgefährdung von Kindern und Jugendlichen durch sogenannte E-Shishas; Wissenschaftliche Bewertung des BfR vom 25.02.2015) und das Deutsche Krebsforschungszentrum (dkfz) in seiner Stellungnahme aus 2015 (Deutsches Krebsforschungszentrum (Hrsg.) Gesundheitsgefährdung von Kindern und Jugendlichen durch E-Zigaretten: Verkaufsverbot an unter 18-Jährige unabhängig vom Nikotingehalt erforderlich. Aus der Wissenschaft – für die Politik, Heidelberg, 2015).

Zudem kann das Rauchritual durch den Gebrauch von elektronischen Zigaretten und deren gerade für Kinder und Jugendliche attraktive „Geschmacksrichtungen“ durch hierfür besonders empfängliche Kinder und Jugendliche einstudiert werden und damit der Einstieg in das Rauchen allgemein gefördert bzw. entsprechende Verhaltensmuster eingepägt werden.

III. Alternativen

Keine.

IV. Gesetzgebungskompetenz

Die Gesetzgebungskompetenz des Bundes ergibt sich aus Artikel 74 Absatz 1 Nummer 11 des Grundgesetzes – Recht der Wirtschaft und aus Artikel 74 Absatz 1 Nummer 20 des Grundgesetzes – Recht der Genussmittel. Die Gesetzgebungskompetenz zur Sanktionierung einzelner Vorschriften ergibt sich aus Artikel 74 Absatz 1 Nummer 1 des Grundgesetzes.

Die Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse im Bundesgebiet und die Wahrung der Rechts- oder Wirtschaftseinheit machen im gesamtstaatlichen Interesse eine bundesgesetzliche Regelung erforderlich. Die Bedingungen für die Herstellung und Vermarktung von Tabakerzeugnissen und verwandten Erzeugnissen müssen im gesamten Wirtschaftsraum der Bundesrepublik einheitlich sein.

V. Vereinbarkeit mit dem Recht der Europäischen Union und völkerrechtlichen Verträgen

Soweit die nikotinfreien elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehälter über die Vorgaben der Richtlinie hinaus geregelt werden, ist dies mit dem Recht der Europäischen Union vereinbar. Nach Erwägungsgrund 55 der Richtlinie bleibt es den Mitgliedstaaten unbenommen, zu Aspekten, die nicht durch die Richtlinie geregelt werden, nationale Rechtsvorschriften beizubehalten oder aufzustellen.

Die im Bereich der Werbeverbote vorgesehenen Regelungen sind mit dem Recht der Europäischen Union vereinbar. Sie ergänzen die nach den Richtlinien 2003/33/EG und

2007/65/EG vorgesehenen und in deutsches Recht umgesetzten Tabakwerbeverbote und die Vorgaben des Artikels 20 Absatz 5 der Richtlinie 2014/40/EU in Bereichen, für die der europäische Gesetzgeber keine Regelungskompetenz hat.

VI. Gesetzesfolgen

1. Rechts- und Verwaltungsvereinfachung

Die Anwendbarkeit im Wesentlichen gleicher Regelungen auf nikotinhaltige und nikotin-freie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter stellt für die Überwachungsbehörden der Länder eine Verwaltungsvereinfachung dar.

2. Nachhaltigkeitsaspekte

Der Gesetzentwurf steht im Einklang mit den Leitgedanken der Bundesregierung zur nachhaltigen Entwicklung im Sinne der Nachhaltigkeitsstrategie. Mit dem Gesetz sollen vermeidbare Risiken für die menschliche Gesundheit insbesondere bei Kindern und Jugendlichen reduziert werden. Damit wird dem Indikator „Länger gesund leben“ Rechnung getragen. Die Maßnahmen dieses Gesetzes dienen dazu, den Gesundheitszustand der Bevölkerung zu verbessern.

3. Haushaltsausgaben ohne Erfüllungsaufwand

Keine.

4. Erfüllungsaufwand

Erfüllungsaufwand für Bürgerinnen und Bürger

Den Bürgerinnen und Bürgern entsteht kein Erfüllungsaufwand.

Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft

Aufgrund der in diesem Änderungsgesetz vorgesehenen Regulierung der nikotinfreien elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehälter gelten die in der Tabakerzeugnisverordnung vorgesehenen Verpflichtungen für nikotinhaltige elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter, die zu Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft führen, auch für nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter.

Mangels belastbarer Daten wird davon ausgegangen, dass der Erfüllungsaufwand für nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter sich in derselben Größenordnung bewegt, wie für nikotinhaltige elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter. Für die Schätzung der Fallzahlen wurde der Bericht vom Beratungsunternehmen PwC (PricewaterhouseCoopers), den dieses im Auftrag der Interessengemeinschaft Tabakwirtschaft e.V. (ein Verein zur Wahrnehmung der fachlichen Interessen der Tabakwirtschaft gegenüber Politik, Wirtschaft und Medien) erstellt hat, zu Grunde gelegt.

Durch § 23 Tabakerzeugnisverordnung werden für elektronische Zigaretten erstmals Mitteilungspflichten eingeführt. Der Aufwand für die erstmalige Erfassung der Mitteilungspflichten für nikotinfreie Erzeugnisse wird auf 503 200 geschätzt. Unter der Annahme, dass es eine jährliche Änderungsquote von 8 Prozent gibt, die zu Neu- bzw. Änderungsmeldungen führt, ergibt sich ein laufender Erfüllungsaufwand in Höhe von 6 254 Euro.

Der Erfüllungsaufwand aus den Informationspflichten nach § 24 Tabakerzeugnisverordnung wird für die nikotinfreien Erzeugnisse auf 1 824 Euro jährlich geschätzt.

Der einmalige Personalaufwand zum Erstellen des Beipackzettels nach § 25 Tabakerzeugnisverordnung wird mit 14 594 Euro angesetzt. Die Beipackzettel sind allen elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern beizufügen, so dass jährlich Kosten für Druck und Material anfallen. Es wird angenommen, dass für 10 Millionen Einheiten

nikotinfreier Erzeugnisse kostengünstig gedruckt werden kann, so dass die laufenden Kosten dafür mit 300 000 Euro angesetzt werden.

Aufgrund der in § 26 Absatz 1 Tabakerzeugnisverordnung enthaltenen Verpflichtung, eine Liste auf der Packung und Außenverpackung der elektronischen Zigarette oder des Nachfüllbehälters anzubringen, entsteht ein einmaliger Sachaufwand für nikotinfreie Erzeugnisse in Höhe von rund 1 Million Euro.

Eine Kompensation des laufenden Erfüllungsaufwands für die Wirtschaft kann innerhalb des vorliegenden Rechtsetzungsvorhabens nicht realisiert werden. Es wird daher zu prüfen sein, ob eine entsprechende Entlastungsperspektive außerhalb dieses Vorhabens aufgezeigt werden kann.

Dem laufenden Erfüllungsaufwand von jährlich rund 300 000 Euro für die Wirtschaft stehen Entlastungen der Wirtschaft gegenüber, die durch die beabsichtigte Verringerung der Raucherquote um 2 Prozent durch die Umsetzung der Richtlinie 2014/40/EU im Tabakerzeugnisgesetz und die weiteren Maßnahmen dieses Änderungsgesetzes entstehen. Die Maßnahmen dieser beiden Gesetzesvorhaben stehen in unmittelbarem inhaltlichen Zusammenhang und werden nur deshalb als eigenständige Gesetzesvorhaben verfolgt, um den Zeitplan für die Richtlinienumsetzung nicht zu gefährden. Ziel der Maßnahmen ist insbesondere, die Raucherquote von Jugendlichen abzusenken. Ebenso wird das Ziel, die Fälle der vorzeitigen Sterblichkeit zu verringern, verfolgt, indem ein wichtiger Beitrag zur Verringerung der Raucherquote insgesamt geleistet wird. Damit dienen die Maßnahmen beider Gesetzesvorhaben dazu, den Gesundheitszustand der Bevölkerung zu verbessern. Indirekt wird auch die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit durch eine Verringerung der Raucherquote gesteigert. Berechnungen, die vom Deutschen Krebsforschungszentrum (dkfz) 2015 veröffentlicht wurden, gehen davon aus, dass die indirekten Kosten des Rauchens sich auf 53,68 Milliarden Euro pro Jahr belaufen (durch Mortalitätsverluste, Arbeitsunfähigkeit, Verluste durch Zigarettenpausen, Frühberentung, Produktionsausfälle durch Rehabilitation). Das bedeutet, dass die Wirtschaft bei einer Verringerung der Raucherquote um 2 Prozent in fünf Jahren, wie die Maßnahmen aus der Umsetzung der Richtlinie 2014/40/EU erwarten lassen, jährlich mit rund 215 Millionen Euro weniger belastet wird.

Erfüllungsaufwand für die Verwaltung

Für die Verwaltung entsteht kein Erfüllungsaufwand.

5. Weitere Kosten

Es ist ein Verbot der Außenwerbung vorgesehen. Laut Angaben der Tabakwirtschaft, veröffentlicht im Drogen- und Suchtbericht 2015 der Bundesregierung, wurden im Jahr 2013 69,80 Millionen Euro für Außenwerbung ausgegeben.

Die Kinowerbung wird insoweit eingeschränkt, als dass für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter die Vorführung von Werbefilmen und -programmen nur dann erlaubt ist, wenn ein Film nach dem in § 14 des Jugendschutzgesetzes bestimmten Verfahren mit „Keine Jugendfreigabe“ gekennzeichnet ist. Ausweislich des Drogen- und Suchtberichts 2015 der Bundesregierung wurden im Jahr 2013 für Kinowerbung 77 000 Euro ausgegeben.

Diese Ausgaben werden künftig eingespart bzw. nachhaltig reduziert.

Bei nikotinfreien elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern kann mit marginalen Preissteigerungen gerechnet werden, da diese Erzeugnisse erstmalig in den Geltungsbereich der tabakrechtlichen Vorschriften einbezogen wurden und sich für die Hersteller und Importeure damit neue Vorgaben ergeben, die ggf. auf die Preise umgelegt werden könnten.

VII. Befristung; Evaluation

Eine Befristung des Gesetzes ist nicht möglich.

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft wird beauftragt, zwei Jahre nach Inkrafttreten des Gesetzes das Verbot der kostenlosen Abgabe zu evaluieren und eine Studie zu den Wirkungen der in § 20b Absatz 1 enthaltenen Regelung zu veröffentlichen.

B. Besonderer Teil

Zu Artikel 1 (Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes)

Zu Nummer 1

Die Inhaltsübersicht wird um die neu einzufügenden §§ 20a und 20b zu den Verboten von Außenwerbung sowie der kostenlosen Abgabe und der Ausspielung ergänzt.

Zu Nummer 2

Die in Artikel 2 der Richtlinie 2014/40/EU unter Nummer 16 und 17 genannten Begriffsbestimmungen werden auf nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter erweitert. Soweit eine Gleichstellung nicht erfolgen soll, enthalten die einzelnen Vorschriften eine entsprechende Klarstellung.

Zu Nummer 3

Zu Buchstabe a

Eingefügt wird die Begriffsbestimmung zur Außenwerbung. Jede Anpreisung von Erzeugnissen außerhalb von Geschäftsräumen soll erfasst sein. Die enthaltene Aufzählung ist nicht abschließend.

Zu Buchstabe b

Folgeänderung.

Zu Nummer 4

Zu Buchstabe a

Der neu eingefügte Absatz 1 regelt, dass Tabakerzeugnisse, die Pflanzenschutzmittel im Sinne des Artikel 2 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 1107/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Oktober 2009 über das Inverkehrbringen von Pflanzenschutzmitteln und zur Aufhebung der Richtlinien 79/117/EWG und 91/414/EWG des Rates (ABl. 309 vom 24.11.2009 S. 1) oder deren Abbau- oder Reaktionsprodukte enthalten oder denen Pflanzenschutzmittel oder deren Abbau- oder Reaktionsprodukte anhaften, nur in den Verkehr gebracht werden dürfen, wenn die Pflanzenschutzmittel in Deutschland, in einem anderen Mitgliedstaat oder einem Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum für dieses Anwendungsgebiet zugelassen sind. Gleichgestellt werden Pflanzenschutzmittel, die in einem Drittland für dieses Anwendungsgebiet zugelassen sind und dort angewendet werden.

Zu Buchstabe b

Folgeänderung.

Zu Nummer 5

Zu Buchstabe a

Es wird klargestellt, dass die Vorschrift des § 14 Absatz 1 TabakerzG nur für nikotinhaltige elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter gilt. Absatz 1 setzt die Vorgaben des Artikels 20 Absatz 3 Buchstabe a und b der Richtlinie 2014/40/EU um. Demnach dürfen nikotinhaltige Flüssigkeiten einen Nikotingehalt von maximal 20 mg/ml haben. Außerdem werden Höchstvolumina für Nachfüllbehälter und elektronische Einwegzigaretten und

Einwegkartuschen festgelegt. Eine Anwendung dieser Regelung auch auf nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter ist deshalb nicht möglich bzw. nicht erforderlich.

Zu Buchstabe b

Es wird klargestellt, dass die Vorschrift des § 14 Absatz 2 TabakerzG nur für nikotinhaltige elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter gilt. Demnach dürfen aus Gründen des Gesundheitsschutzes und unter Sicherheitsaspekten, z.B. um das Risiko des versehentlichen Konsums hoher Nikotindosen zu vermeiden, nikotinhaltige elektronische Zigaretten nur in Verkehr gebracht werden, wenn die Nikotindosis unter normalen Gebrauchsbedingungen während der gesamten Lebensdauer auf einem gleichmäßigen Niveau abgegeben wird. Eine Anwendung dieser Regelung auch auf nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter ist nicht erforderlich.

Zu Nummer 6

Es wird klargestellt, dass die Vorschrift des § 15 Absatz 1 Nummer 2 Buchstabe a TabakerzG nur für nikotinhaltige elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter gilt. Nummer 2 Buchstabe a dient der Umsetzung von Artikel 20 Absatz 4 Buchstabe b iii der Richtlinie 2014/40/EU und sieht vor, dass Packungen und Außenverpackungen von nikotinhaltigen elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern einen gesundheitsbezogenen Warnhinweis tragen. Dieser bezieht sich nach Artikel 20 Absatz 4 Buchstabe b iii auf den Nikotingehalt. Die Vorschrift kann auf nikotinfreie Erzeugnisse keine Anwendung finden.

Zu Nummer 7

Der neu eingefügte § 20a enthält das Verbot der Außenwerbung für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter.

Die kostenlose Abgabe von Tabakerzeugnissen an Verbraucherinnen und Verbraucher wird durch den neu eingefügten § 20b Absatz 1 nicht mehr, wie bislang in § 21a Absatz 7 VTabakG geregelt, nur in Zusammenhang mit dem Sponsoring einer Veranstaltung mit grenzüberschreitender Wirkung, sondern allgemein verboten. Auch die kostenlose Verteilung von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern wird verboten.

§ 20b Absatz 2 regelt das bislang in § 29 Tabaksteuergesetz enthaltene Verbot der gewerbsmäßigen Ausspielung von Tabakerzeugnissen und weitet dieses Verbot auf elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter aus.

Zu Nummer 8

Der Anwendungsbereich wird um elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter erweitert. Verboten sind auch insoweit werbliche Informationen, die besonders Jugendliche oder Heranwachsende ansprechen, aber etwa auch die bildliche Darstellung von Jugendlichen und Heranwachsenden oder von für Jugendliche typischen Situationen und Umgebungen. Die Verwendung von Bezeichnungen oder Aussagen, die darauf hindeuten, dass Inhaltsstoffe von elektronischen Zigaretten oder Nachfüllbehältern natürlich oder naturrein seien, wird verboten.

Durch die neu eingefügte Nummer 2 soll es Herstellern von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern verboten sein, durch die Verwendung von Bezeichnungen oder sonstigen Aussagen zu suggerieren, dass elektronische Zigaretten weniger schädlich als Tabakerzeugnisse seien oder ihr Dampf weniger schädlich als der Rauch von Tabakerzeugnissen sei. Dadurch soll verhindert werden, dass Verbraucher irrig annehmen, bei elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern handele es sich um harmlose Erzeugnisse.

Zu Nummer 9

Zu Buchstabe a

Die von der Richtlinie 2014/40/EU vorgesehene verpflichtende Registrierung sowohl bei der zuständigen Behörde am Ort der Geschäftstätigkeit als auch bei den zuständigen Behörden des Mitgliedstaates, in dem der Fernabsatz stattfindet oder beabsichtigt ist, kann für nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter so nicht vorgesehen werden. Denn ob eine Registrierung für Personen, die ausschließlich nikotinfreie elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter im Fernabsatz in Verkehr bringen, in anderen Mitgliedstaaten möglich oder erforderlich ist, richtet sich nach dem nationalen Recht des betreffenden Mitgliedstaates. Insoweit kann lediglich geregelt werden, dass diese Personen sich bei der zuständigen Behörde im Inland zu registrieren haben.

Zu Buchstabe b

Folgeänderung.

Zu Nummer 10

Zu Buchstabe a

Die Folgeänderung ergibt sich aus der Einfügung des neuen § 9 Absatz 1.

Zu Buchstabe b

Ergänzt wird eine Strafbewehrung für den neuen § 9 Absatz 1.

Zu Nummer 11

Zu Buchstabe a

Ergänzt wird eine Bewehrung von Verstößen gegen die neuen §§ 20a und 20b.

Zu Buchstabe b

Folgeänderung.

Zu Nummer 12

Die Folgeänderung ergibt sich aus der Einfügung des neuen § 9 Absatz 1.

Zu Nummer 13

In § 47 (Übergangsbestimmungen) werden die Absätze 6 und 7 angefügt.

Absatz 6 sieht vor, dass das Verbot der Außenwerbung ab dem 01.07.2018 Anwendung findet.

Absatz 7 regelt für andere Rauchtabakerzeugnisse als Zigaretten, Tabak zum Selbstdrehen und Tabak für Wasserpfeifen sowie für Schnupftabak, dass das Verbot der kostenlosen Abgabe ab dem 20. Mai 2020 Anwendung findet.

Zu Artikel 2 (Änderung des Jugendschutzgesetzes)

Zu Nummer 1

Zu Buchstabe a

Die Änderung erfolgt, da zukünftig die Beschränkung der Kinowerbung nicht mehr an die Zeit der Vorführung des Kinofilms geknüpft ist, sondern darauf abstellt, ob ein Film mit „Keine Jugendfreigabe“ nach § 14 des Jugendschutzgesetzes gekennzeichnet ist.

Zu Buchstabe b

Die Vorführung von Werbefilmen und -programmen für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter wird nur im Zusammenhang mit Filmen erlaubt, die nach dem in § 14 des Jugendschutzgesetzes bestimmten Verfahren mit „Keine Jugendfreigabe“ gekennzeichnet sind.

Zu Nummer 2

Ergänzt wird eine Bewehrung von Verstößen gegen den neuen § 11 Absatz 6.

Zu Artikel 3 (Änderung des Tabaksteuergesetzes)

Die Änderung ergibt sich aus der Einfügung des neuen § 20b Absatz 2.

Zu Nummer 1

Im bisherigen Satz 2 des § 25 TabStG wird gestrichen, dass der Händler Zigarren und Zigarillos unentgeltlich als Proben oder zu Werbezwecken an Verbraucher verteilen darf, da dies nicht mit dem Verbot der kostenlosen Abgabe in § 20b Absatz 1 vereinbar wäre.

Zu Nummer 2

In § 26 Absatz 1 Satz 1 TabStG wird gestrichen, dass der Kleinverkaufspreis bei unentgeltlicher Abgabe von Tabakwaren als Proben oder zu Werbezwecken unterschritten werden darf. Durch das in § 20b Absatz 1 normierte Verbot der kostenlosen Abgabe von Erzeugnissen ist die Bestimmung gegenstandslos.

Zu Nummer 3

Das Verbot, Tabakwaren gewerbsmäßig auszuspielen, wird in § 20b Absatz 2 aufgenommen. § 29 TabStG kann daher aufgehoben werden.

Zu Nummer 4

Folgeänderung zu Nummer 3.

Zu Artikel 4 (Inkrafttreten)

Artikel 4 enthält die Regelung zum Inkrafttreten.

3. Allgemeine Forderungen bzw. Fragen

1. Es gibt nach wie vor zu viele Schlupflöcher im Gesetz
2. Warum kommt der Staat nach wie vor (wie seit langem) seiner im Grundgesetz verankerten Schutzpflicht seiner Bürger vor dem giftigen Rauch nicht nach?
3. Warum dürfen Luftfahrtgesellschaften in Ihren Broschüren de facto Tabakwerbung machen?
4. Für uns sind Tabakautomaten gleichzusetzen mit Tabakwerbung. Warum wird dies nicht unterbunden?
5. Warum gibt es noch Tabakwerbung bei Verkaufsständen?
6. Warum gibt es noch Tabakwerbung bei Werbeflächen?