

BVTE-Werbestandards für E-Zigaretten

E-Zigaretten ermöglichen eine potenziell risikoreduzierte Möglichkeit des Nikotinkonsums.

Allerdings bestehen in der Öffentlichkeit ein hohes Maß an Unkenntnis und erhebliche Fehlvorstellungen über das Potenzial von E-Zigaretten zur Risikoreduzierung. Der BVTE hat es sich daher zum Ziel gesetzt, die E-Zigarette beim Verbraucher bekannt zu machen sowie die Öffentlichkeit über die wissenschaftliche Faktenlage zu informieren.

Darüber hinaus setzt sich der BVTE für angemessene Werbefreiheiten für E-Zigaretten und E-Liquids (der Begriff „E-Liquids“ umfasst im Folgenden sowohl nikotinhaltige als auch nikotinfreie E-Liquids, sofern ausdrücklich nichts anderes bestimmt ist) und weiterhin bestehende Kommunikationsmöglichkeiten mit den erwachsenen Konsumenten von nikotinhaltigen Erzeugnissen ein.

Die BVTE-Mitgliedsunternehmen sind sich ihrer besonderen Verantwortung als Hersteller und Händler von E-Zigaretten und E-Liquids bewusst. Wir betreiben verantwortungsvolle, nicht irreführende Werbung und nehmen den Verbraucher- und Jugendschutz sehr ernst.

Wir wollen nicht, dass Kinder und Jugendliche E-Zigaretten und E-Liquids konsumieren.

Das gesetzliche Verbot der Abgabe von E-Zigaretten und E-Liquids an Minderjährige wird von uns konsequent beachtet. Zudem richten sich auch unsere Marketingaktivitäten nicht an Kinder und Jugendliche. Wir sprechen in der Werbung ausschließlich erwachsene Konsumenten von nikotinhaltigen Erzeugnissen an.

Darüber hinaus verharmlosen wir nicht die Risiken unserer Produkte.

Die BVTE-Werbestandards dienen der Sicherung eines lautereren und leistungsgerechten Wettbewerbs und verpflichten die Mitgliedsunternehmen des BVTE folgende Regelungen zum Kinder- und Jugendschutz sowie zu den Risiken des Konsums einzuhalten:

A. Kinder- und Jugendschutz

1. Verbot der Abgabe an Minderjährige

E-Zigaretten und E-Liquids dürfen im stationären Einzelhandel und im Versandhandel ausschließlich an volljährige Personen abgegeben werden. Wir halten uns strikt an die gesetzlichen Jugendschutzbestimmungen und wirken auch auf unsere Geschäftspartner ein, das Verbot der Abgabe an Minderjährige konsequent zu beachten.

2. Werbung für E-Zigaretten und E-Liquids

Wir sprechen in der Werbung für E-Zigaretten und E-Liquids nicht Kinder und Jugendliche an. Werbemotive und -botschaften, die sich gezielt an Kinder und Jugendliche wenden, werden von uns nicht verwendet.

a) Werbliche Darstellung

- aa)** Wir verzichten in der Werbung auf die Darstellung von Situationen, Umgebungen oder Gegenständen, die typisch für die Welt von Kindern und Jugendlichen sind.
- bb)** Wir verzichten auf die Darstellung von Personen in der Werbung, die unter 25 Jahre alt sind.
- cc)** Wir verzichten auf die Darstellung von Personen in der Werbung, die speziell bei Kindern und Jugendlichen eine hohe Popularität genießen, wie Schauspieler und Popstars sowie auf die Wiedergabe von deren Äußerungen.
- dd)** Wir verzichten in der Werbung auf Sportmotive aus dem Bereich des Breiten- und Freizeitsports, in denen leistungssteigernde, körperlich anstrengende Aktivitäten dargestellt werden.
- ee)** Wir verwenden in der Werbung keine Namen, Begrifflichkeiten und Äußerungen, die dem typischen Wortschatz von Kindern und Jugendlichen entnommen sind.
- ff)** Wir erwecken in der Werbung nicht den Eindruck, dass der Konsum von E-Zigaretten und E-Liquids zum beruflichen oder sexuellen Erfolg beiträgt.

b) Werbliche Ansprache

Unsere Marketingaktivitäten richten sich nicht an Kinder und Jugendliche. Dies gilt sowohl für die allgemeine Werbung als auch für die direkte Kommunikation mit bzw. persönliche Ansprache von einzelnen Konsumenten.

- aa)** Direktmarketing darf nur an Konsumenten gerichtet werden, die nachweislich volljährig sind. Wir setzen als Promoter im Direktmarketing ausschließlich Personen ein, die mindestens 21 Jahre alt sind.
- bb)** Wir verteilen keine Werbemittel bzw. -artikel, die besonders für Kinder und Jugendliche attraktiv sind.
- cc)** Wir verzichten auf Werbung bei Kinovorstellungen vor 20 Uhr.

c) Werblicher Wirkungsbereich

Wir verzichten auf Werbung bei Veranstaltungen, die überwiegend von Kindern und Jugendlichen besucht werden, sowie vor Schulen und Jugendzentren (maßgeblicher Mindestabstand 100m vom Haupteingang); Außenwerbung an Stätten der eigenen Leistung oder Verkaufsstätten Dritter sind hiervon nicht erfasst.

3. Sponsoring

Wir sponsern nicht Veranstaltungen oder Aktivitäten, wenn diese sich überwiegend an Kinder oder Jugendliche als Zielgruppe richten.

B. Risiken des Konsums von E-Zigaretten und E-Liquids

E-Zigaretten und E-Liquids sollten ausschließlich von informierten Erwachsenen konsumiert werden, die sich der Risiken bewusst sind. Werbung darf nicht den Eindruck erwecken, der Konsum von E-Zigaretten und E-Liquids sei gesundheitlich unbedenklich.

1. Hinweis zur Altersbeschränkung

In der Werbung für E-Zigaretten und E-Liquids sowie auf Marketingmaterialien mit einer Werbefläche von mehr als 250 cm² weisen wir deutlich sichtbar darauf hin, dass die Produkte nur für erwachsene Konsumenten bestimmt sind.

2. Hinweis zu nikotinhaltigen Erzeugnissen

In der Werbung für nikotinhaltige E-Zigaretten und nikotinhaltige E-Liquids sowie auf Marketingmaterialien mit einer Werbefläche von mehr als 250 cm² weisen wir ausdrücklich darauf hin, dass die Produkte Nikotin enthalten.

3. Gesundheitsrisiken

Wir verwenden in der Werbung keine Motive oder Botschaften sowie keine Darstellungen von Personen mit Gesundheitsbezug.

Der Hinweis in der Werbung, dass E-Zigaretten und E-Liquids bei bestimmungsgemäßer Verwendung weniger schädlich als herkömmliche Tabakerzeugnisse sind, stellt eine zulässige werbliche Information dar.

C. Auffangklausel

In Bezug auf sonstige Marketingaktivitäten für E-Zigaretten und E-Liquids, die nicht ausdrücklich genannt sind, gelten die vorstehenden Regelungen unter Abschnitt A. und B. entsprechend.

In Bezug auf die Gestaltung der Verkaufsverpackung fördern wir eine gesetzliche Regelung, die Darstellungen von Motiven oder Gegenständen, die typisch für die Welt von Kindern und Jugendlichen sind, untersagt.

D. Zuwiderhandlungen gegen die Werbestandards

Die BVTE-Werbestandards gelten für Werbung für E-Zigaretten und E-Liquids der Mitgliedsunternehmen mit Wirkung vom Tag der Bekanntmachung der Anerkennung als Wettbewerbsregeln durch die Kartellbehörde. Räumlicher Geltungsbereich ist die Bundesrepublik Deutschland.

Die BVTE-Mitgliedsunternehmen tragen dafür Sorge, dass die jeweils mit ihnen verbundenen Unternehmen bei ihrer Werbung für E-Zigaretten und E-Liquids in der Bundesrepublik Deutschland die Werbestandards ebenfalls einhalten.

Die Einhaltung der Werbestandards wird durch eine freiwillige Selbstkontrolle überwacht. Im Streitfall tritt ein Schiedsgericht zusammen, das abschließend über den Streitfall entscheidet. Das Schiedsgericht besteht aus drei Mitgliedern.

Der Schiedsspruch kann auf Unterlassung der beanstandeten Werbung ggf. mit einer angemessenen Übergangsfrist lauten. Bei vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Verstößen kann ein Bußgeld in Höhe von bis zu € 150.000 verhängt werden. Das Bußgeld ist an eine von dem Schiedsgericht zu benennende, gemeinnützige Organisation zu zahlen.

Für Zuständigkeit, Zusammensetzung und Ort des Schiedsgerichts gelten die §§ 19 bis 21 der Satzung des BVTE. Im Übrigen gelten für das Verfahren vor dem Schiedsgericht die §§ 1025 ff. ZPO.

E. Überprüfung der Werbestandards

Vor dem Hintergrund des großen Potenzials der E-Zigarette als innovatives, risikoreduziertes Produkt und der dynamischen Marktentwicklungen überprüfen wir unsere Werbestandards regelmäßig und entwickeln sie bei Bedarf weiter.

* * *

Die vorstehenden BVTE-Werbestandards für E-Zigaretten sind am 28.02.2020 durch die Mitgliederversammlung gem. § 11 Abs. 2 Buchst. j) und k) der Satzung als Wettbewerbsregeln und Verhaltensleitlinien erlassen worden.