

- b) dass Tabakerzeugnisse, die bestimmten Anforderungen an die Herstellung, Zusammensetzung oder Beschaffenheit nicht entsprechen, oder sonstige Tabakerzeugnisse von bestimmter Art oder Beschaffenheit nicht, nur unter ausreichender Kenntlichmachung oder nur unter bestimmten Bezeichnungen, sonstigen Angaben oder Aufmachungen in den Verkehr gebracht werden dürfen,
- c) dass sie unter bestimmten zur Irreführung geeigneten Bezeichnungen, Angaben oder Aufmachungen nicht in den Verkehr gebracht werden dürfen und dass für sie mit bestimmten zur Irreführung geeigneten Darstellungen oder sonstigen Aussagen nicht geworben werden darf.

(2) Tabakerzeugnisse, die einer nach Absatz 1 Nr. 1 Buchstabe a bis c erlassenen Rechtsverordnung nicht entsprechen, dürfen gewerbsmäßig nicht in den Verkehr gebracht werden.

§ 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.

§ 21b Bestimmte Verbote zur Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste

(1) Im Sinne dieser Vorschrift sind:

1. Sponsoring: Sponsoring im Sinne des Artikels 1 Buchstabe k der Richtlinie 89/552/EWG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung von Mediendiensten (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (ABl. L 298 vom 17.10.1989, S. 23), die zuletzt durch die Richtlinie 2007/65/EG (ABl. L 332 vom 18.12.2007, S. 27) geändert worden ist,
2. Produktplatzierung: Produktplatzierung im Sinne des Artikels 1 Buchstabe m der Richtlinie 89/552/EWG,
3. audiovisuelle kommerzielle Kommunikation: audiovisuelle kommerzielle Kommunikation im Sinne des Artikels 1 Buchstabe h der Richtlinie 89/552/EWG.

(2) Unternehmen, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Tabakerzeugnissen ist, dürfen keine audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen sponsern.

(3) Produktplatzierungen in nach dem 19. Dezember 2009 produzierten Sendungen zugunsten von Tabakerzeugnissen oder zugunsten eines Unternehmens, dessen Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Tabakerzeugnissen ist, sind verboten.

(4) Jede sonstige Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Tabakerzeugnisse ist verboten.

§ 22 Werbeverbote

(1) (weggefallen)

(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 Absatz 2 und 3 Satz 1, auch in Verbindung mit Absatz 4, und des § 21b Absatz 2 bis 4 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.

§ 23

(weggefallen)

§ 24

(weggefallen)

§ 25

(weggefallen)

§§ 26 bis 29 (weggefallen)

-

§ 30 Verbote zum Schutz der Gesundheit

Es ist verboten,

1. Bedarfsgegenstände derart herzustellen oder zu behandeln, daß sie bei bestimmungsgemäßem oder vor auszusehendem Gebrauch geeignet sind, die Gesundheit durch ihre stoffliche Zusammensetzung, insbesondere durch toxikologisch wirksame Stoffe oder durch Verunreinigungen, zu schädigen;
2. Gegenstände oder Mittel, die bei bestimmungsgemäßem oder vor auszusehendem Gebrauch geeignet sind, die Gesundheit durch ihre stoffliche Zusammensetzung, insbesondere durch toxikologisch wirksame Stoffe oder durch Verunreinigungen, zu schädigen, als Bedarfsgegenstände in den Verkehr zu bringen.

§ 31 Übergang von Stoffen auf Tabakerzeugnisse

(1) Es ist verboten, Gegenstände als Bedarfsgegenstände, die dazu bestimmt sind, bei dem Herstellen, Behandeln oder Inverkehrbringen von Tabakerzeugnissen verwendet zu werden und dabei mit den Tabakerzeugnissen in Berührung zu kommen oder auf diese einzuwirken, gewerbsmäßig so zu verwenden oder für solche Verwendungszwecke in den Verkehr zu bringen, dass von ihnen Stoffe auf Tabakerzeugnisse oder deren Oberfläche übergehen, ausgenommen gesundheitlich, geruchlich und geschmacklich unbedenkliche Anteile, die technisch unvermeidbar sind.

(2) Das Bundesministerium wird ermächtigt, durch Rechtsverordnung mit Zustimmung des Bundesrates, soweit es mit dem Schutz des Verbrauchers vereinbar ist, für bestimmte Stoffe die Anteile festzusetzen, die als unbedenklich und unvermeidbar im Sinne des Absatzes 1 anzusehen sind. Das Bundesministerium kann die Ermächtigung durch Rechtsverordnung mit Zustimmung des Bundesrates auf das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit übertragen; das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit bedarf zum Erlaß solcher Rechtsverordnungen nicht der Zustimmung des Bundesrates.

§ 32 Ermächtigungen

(1) Das Bundesministerium wird ermächtigt, durch Rechtsverordnung mit Zustimmung des Bundesrates, soweit es erforderlich ist, um eine Gefährdung der Gesundheit durch Bedarfsgegenstände zu verhüten, in den Fällen der Nummer 9b zur Unterrichtung des Verbrauchers,