

Presseinformation

E-Zigarettenverbände veröffentlichen Selbstverpflichtung zu Werbe-Leitlinien

Das Bündnis für Tabakfreien Genuss (BfTG) und der Verband des eZigarettenhandels (VdeH) haben heute einen Werbekodex für verantwortungsbewusste E-Zigarettenwerbung in Deutschland veröffentlicht. [1] Damit wollen die Verbände gegenüber der Öffentlichkeit ein starkes Zeichen der Selbstverpflichtung der Branche setzen.

Berlin, 15.05.2019. Für erwachsene Raucher ist die E-Zigarette eine risikoreduzierte Alternative zum Tabakkonsum und diese Zielgruppe sollte ausreichend über die Vorteile des Umstiegs informiert werden können [2][3]. Nichtraucher und Jugendliche hingegen sollten weder rauchen noch dampfen. Daher nimmt der Schutz der Jugendlichen in dem aus elf Punkten bestehenden Werbekodex eine zentrale Rolle ein.

Keine an Jugendliche gerichtete Werbung

Das Mindestalter der in E-Zigarettenwerbung agierenden Personen soll auf 30 Jahre festgelegt werden. Auf Veranstaltungen oder in Einrichtungen, die vor allem von Kindern und Jugendlichen besucht werden sowie in einem Umkreis von 100 Meter um Schulen, darf nicht geworben werden. Darüber hinaus verzichtet die E-Zigaretten-Branche auf Werbung, in der Zeichentrickfiguren oder andere fiktionale Charaktere vorkommen, die das Interesse von Jugendlichen und Kindern wecken könnten.

Werbung für E-Zigaretten sollte deutliche Hinweise enthalten, dass diese ausschließlich für erwachsene Raucher bestimmt ist. Bilder und Botschaften, die den Eindruck erwecken, dass E-Zigaretten gesundheitlich unbedenklich wären, sind nicht zulässig. Die Verbände streben die Einrichtung eines unabhängigen Kontrollgremiums an, von dem die Einhaltung der Richtlinien geprüft wird.

Werbung als Aufklärung für erwachsene Raucher

Die Mehrheit der deutschen Bevölkerung weiß nicht, dass E-Zigarettdampf deutlich weniger schädlich ist als Tabakrauch. In anderen Europäischen Ländern, z.B. Großbritannien, Niederlande, Belgien, Frankreich, wird die E-Zigarette durch staatliche Kampagnen gefördert und die Vorteile gegenüber Tabak deutlich besser kommuniziert als in Deutschland.

Werbung für E-Zigaretten kann und soll einen Beitrag dazu leisten, Raucher aufzuklären und zum Tabakstopp zu motivieren. Werbung sollte deshalb den Hinweis enthalten, dass E-Zigaretten bei bestimmungsgemäßer Verwendung wesentlich weniger schädlich sind als konventionelle Zigaretten.

Zum Thema Jugendschutz: Bereits 2012, also vier Jahre vor Inkrafttreten des erneuerten Jugendschutzgesetzes, hat sich ein Großteil der Branche darauf verpflichtet, E-Zigaretten

Presseinformation

nicht an Jugendliche zu verkaufen. Das Thema Jugendschutz hat in der Arbeit beider Verbände Priorität.

Stimmen der Verbände

Dustin Dahlmann, Vorsitzender des BfTG: "Die Branche ist sich der Verantwortung bewusst, die sie beim Verbraucher- und Jugendschutz trägt. Der Werbekodex ist ein wichtiges Instrument zur Regulierung von Händlern und Herstellern. Werbung für E-Zigaretten sollte in diesem klar gesteckten Rahmen erlaubt sein, damit erwachsene Raucher gezielt erreicht und zum Umstieg motiviert werden können."

Michal Dobrajc, Vorsitzender des VdeH: "E-Zigaretten sind ein potenziell lebensrettendes Produkt für erwachsene Raucher - Werbung ist notwendig, um Raucher über diese Tatsache aufzuklären und zum Umstieg auf diese weniger schädliche Alternative zu animieren. Dies muss jedoch verantwortungsbewusst geschehen und ich freue mich darüber, dass beide deutschen Fachverbände sich gemeinsam auf vernünftige Leitlinien dafür geeinigt haben."

Über das BfTG:

Das Bündnis für Tabakfreien Genuss vertritt seit 2015 kleine und mittelständische Unternehmen der deutschen E-Zigaretten-Branche. Es repräsentiert rund drei Viertel des Marktes und agiert unabhängig von der Tabakindustrie. Dabei setzt es sich für einen sachlichen Dialog zu notwendigen Regulierungen sowie dem gesundheits- und wirtschaftspolitischen Potenzial der E-Zigarette ein. Zu den Mitgliedern zählen namhafte Liquid- und Hardwarehersteller sowie Groß- und Einzelhändler aus ganz Deutschland.

[1] PDF Werbekodex zum Download: <https://bit.ly/2w0c9eI>

[2] "Nicotine without smoke: Tobacco harm reduction", Royal College of Physicians 2016

[3] "Evidence review of e-cigarettes and heated tobacco products", Public Health England, 2018

Pressekontakt:

Bündnis für Tabakfreien Genuss e.V.

Vorsitzender: Dustin Dahlmann

Pressesprecher: Philip Drögemüller

Telefon: +49 (0) 30 209 240 80

E-Mail: presse@bftg.org

Web: www.tabakfreiengenuss.org