

## Werbeverbot für Tabak gilt auch im Internet

**Karlsruhe (mm) Werbende Abbildungen auf der Startseite des Internetauftritts eines Tabakherstellers sind als unzulässige Tabakwerbung anzusehen. Dies hat der Bundesgerichtshof in einem Grundsatzurteil entschieden. (Az.: I ZR 117/16)**

Die Beklagte ist ein mittelständischer Tabakhersteller. Auf ihrer Internetseite können sich interessierte Nutzer über ihr Unternehmen informieren, wobei die einzelnen Inhalte erst nach einer elektronischen Altersabfrage aufgerufen werden können. Im November 2014 befand sich auf der Startseite des Internetauftritts der Beklagten eine Abbildung, die vier gut gelaunte, lässig anmutende Personen zeigte, die Tabakerzeugnisse konsumierten. Der Kläger, ein Verbraucherschutzverband, sieht darin eine unzulässige Tabakwerbung. Er verlangt von der Beklagten, die Werbung mit der Abbildung zu unterlassen.

Das Landgericht Landshut (Urteil vom 29.06.2015 – 72 O 3510/14) und das Oberlandesgericht München (Urteil vom 21.04.2016 – 6 U 2775/15) hatten der Klage stattgegeben. Die Berufung der Beklagten hatte keinen Erfolg.

Der Bundesgerichtshof hat die Revision der Beklagten zurückgewiesen. Die Abbildung auf der Startseite des Internetauftritts der Beklagten ist eine Werbung für Tabakerzeugnisse, weil die Produkte der Beklagten dem Besucher der Website nähergebracht und als attraktiv dargestellt werden. Diese Werbung erfolgt in einem Dienst der Informationsgesellschaft, sodass sie nach dem zum Zeitpunkt der Werbung gültigen § 21a Abs. 3 und 4 des Vorläufigen Tabakgesetzes und nach dem jetzt geltenden § 19 Abs. 2 und 3 TabakerzG verboten ist. Nach den maßgeblichen unionsrechtlichen Bestimmungen ist „Dienst der Informationsgesellschaft“ jede in der Regel gegen Entgelt elektronisch im Fernabsatz und auf individuellen Abruf eines Empfängers erbrachte Dienstleistung. Der Begriff soll nach Erwägungsgrund 18 der Richtlinie 2000/31/EG auch Dienste erfassen, die nicht von denjenigen vergütet werden, die sie empfangen, wie etwa Online-Informationendienste oder kommerzielle Kommunikation. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union (EuGH, Urteil vom 04.05.2017 – C-339/15 – Luc Vandenborgh) folgt daraus, dass die Website eines Unternehmens, auf der für dessen Produkte oder Dienstleistungen geworben wird, einen Dienst der Informationsgesellschaft darstellt.

§ 19 Abs. 2 und 3 TabakerzG setzt Art. 3 Abs. 2 der Richtlinie 2003/33/EG um, der bestimmt, dass in der Presse und anderen gedruckten Veröffentlichungen verbotene Werbung in Diensten der Informationsgesellschaft ebenfalls nicht gestattet ist. Für die Bestimmung des Umfangs dieses Verbots ist Erwägungsgrund 4 der Richtlinie 2003/33/EG heranzuziehen. Danach muss Tabakwerbung auf diejenigen Magazine und Zeitschriften beschränkt werden, die sich nicht an die breite Öffentlichkeit wenden. Die weltweit unbeschränkt aufrufbare Startseite eines Unternehmens wendet sich an die breite Öffentlichkeit und wird deshalb von dem Verbot der Tabakwerbung in Diensten der Informationsgesellschaft erfasst.

Das Urteil vom 05.10.2017 ist rechtskräftig.

*Nach Information des Dienstes shopbetreiber-blog.de musste der BGH sich speziell mit Tabakprodukten beschäftigen. Das Gesetz unterscheidet aber nicht zwischen Tabakprodukten, sondern stellt E-Zigaretten und Nachfüllbehälter beim Werbeverbot auf die gleiche Stufe. Von dem nun höchstrichterlichen Verbot sind auch Newsletter, die Produktplatzierung in Preissuchmaschinen sowie Google-Anzeigen und Bannerwerbung und soziale Medien betroffen. Abzuwarten bleibt, wie es sich mit Online-Shops an sich verhält.*