



Bundesgesetz über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten (Tabakproduktegesetz, TabPG)

Entwurf

Änderung vom ...

*Die Bundesversammlung der Schweizerischen Eidgenossenschaft,
nach Einsicht in die Botschaft des Bundesrates vom 24. Mai 2023¹,
beschliesst:*

I

Das Tabakproduktegesetz vom 1. Oktober 2021² wird wie folgt geändert:

Art. 18 Einschränkungen der Werbung

¹ Werbung sowie Hinweise auf Verkaufsförderung oder Sponsoring für Tabakprodukte, für elektronische Zigaretten sowie für Gegenstände, die eine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt bilden, sind verboten:

- a. in Presseerzeugnissen, es sei denn, diese sind hauptsächlich für den ausländischen Markt oder ausschliesslich für die in der Tabakbranche tätigen Personen bestimmt;
- b. im Internet, in Applikationen und in anderen elektronischen Medien, wenn die Werbung oder die Hinweise auf den Schweizer Markt ausgerichtet sind; der Bundesrat legt die Kriterien fest, anhand derer bestimmt wird, ob eine Werbung oder ein Hinweis auf eine Verkaufsförderung oder ein Sponsoring auf den Schweizer Markt ausgerichtet ist; das Verbot gilt nicht, wenn ein System zur Alterskontrolle gewährleistet, dass die Werbung oder der Hinweis Minderjährige nicht erreichen kann;
- c. in Kinos;
- d. auf Werbeträgern, auf denen sie Minderjährige erreichen können, namentlich:
 1. auf allen Formen der Aussenwerbung auf öffentlichem oder privatem Grund, die von öffentlichem Grund einsehbar sind,
 2. in postalischen Werbesendungen, es sei denn, sie sind direkt an Erwachsene adressiert und neutral verpackt;

¹ BBl 2023 1478

² BBl 2021 2327

- e. an öffentlich zugänglichen Orten, die von Minderjährigen besucht werden können.

² Werbung sowie Hinweise auf Verkaufsförderung oder Sponsoring für Tabakprodukte, für elektronische Zigaretten sowie für Gegenstände, die eine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt bilden, dürfen keine preisvergleichenden Angaben oder Versprechen von Geschenken enthalten.

³ Die Verwendung einer Marke oder eines oder mehrerer charakteristischer Elemente einer Marke für Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten für Waren, die keinen Bezug zu diesen Produkten haben, gilt nicht als Werbung, wenn der Zweck dieser Verwendung nicht darin besteht, den Verkauf von Tabakprodukten oder elektronischen Zigaretten zu fördern.

⁴ Für die Werbung in Radio und Fernsehen gelten die Bestimmungen des Bundesgesetzes vom 24. März 2006³ über Radio und Fernsehen.

Art. 19 Einschränkungen der Verkaufsförderung

¹ Die folgenden Formen der Förderung des Verkaufs von Tabakprodukten, von elektronischen Zigaretten und von Gegenständen, die eine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt bilden, sind verboten:

- a. die unentgeltliche Abgabe dieser Produkte und Gegenstände;
- b. die Abgabe von Geschenken oder Preisen;
- c. der Verkauf durch mobiles Verkaufspersonal an öffentlich zugänglichen Orten, die von Minderjährigen besucht werden können.

² Das Verbot gilt nicht für:

- a. Verkaufsförderung, die sich ausschliesslich an die in der Tabakbranche tätigen Personen richtet;
- b. direkte, persönlich ausgeführte Verkaufsförderung für Zigarren und Zigarillos mittels Degustationen und Kundenpromotionen an Orten, zu denen Minderjährige keinen Zugang haben.

Art. 20 Abs. 1 Bst. b

¹ Sponsoring von Veranstaltungen in der Schweiz ist untersagt, wenn diese:

- b. von Minderjährigen besucht werden können.

Art. 23 Abs. 3

Aufgehoben

³ SR 784.40

Art. 23a System zur Alterskontrolle

¹ Ein System zur Alterskontrolle muss einrichten, wer:

- a. Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten mittels Automaten oder über das Internet, Applikationen oder andere elektronische Medien abgibt;
- b. im Internet, in Applikationen oder anderen elektronischen Medien Werbung für Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten schaltet.

² Die erhobenen Daten dürfen ausschliesslich zur Kontrolle des Alters der Käuferinnen und Käufer verwendet werden.

³ Der Bundesrat regelt die Anforderungen an das System zur Alterskontrolle.

Art. 27a Meldung der Ausgaben für Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring

¹ Wer Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten herstellt oder einführt, muss dem BAG jährlich die Summe der Ausgaben für Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring in der Schweiz im Zusammenhang mit diesen Produkten melden.

² Mehrere Unternehmen oder ihre Branchenverbände können die Gesamtsumme ihrer Ausgaben melden.

³ Der Bundesrat legt die Modalitäten der Meldung fest.

Art. 30 Abs. 4 und 5

⁴ Das BAG kontrolliert im Internet, in Applikationen und anderen elektronischen Medien:

- a. die Einhaltung der Werbeeinschränkungen;
- b. die Erfüllung der Anforderungen an das System zur Alterskontrolle, das für die Werbung und die Abgabe von Tabakprodukten und elektronischen Zigaretten vorgesehen ist.

⁵ Wenn das Unternehmen seinen Sitz in der Schweiz hat, kann das BAG die zuständige kantonale Behörde beauftragen, die geeigneten Massnahmen zur Beseitigung einer rechtswidrigen Situation zu ergreifen, einschliesslich einer allfälligen Anzeige bei der Strafverfolgungsbehörde.

Art. 45 Abs. 1 Bst. e^{bis} und f

¹ Mit Busse bis zu 40 000 Franken wird bestraft, wer vorsätzlich:

- e^{bis}. den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend das System zur Alterskontrolle (Art. 23a) zuwiderhandelt;
- f. den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend die Pflichten der Unternehmen und die Einfuhrbeschränkungen (Art. 25–27a und 29) zuwiderhandelt;

II

¹ Dieses Gesetz untersteht dem fakultativen Referendum.

² Der Bundesrat bestimmt das Inkrafttreten.