

## 23.049 s Tabakproduktegesetz (TabPG). Teilrevision

### Geltendes Recht

### Entwurf des Bundesrates

### Beschluss des Ständerates

### Anträge der Kommission für soziale Sicherheit und Gesundheit des Nationalrates

vom 24. Mai 2023

vom 21. September 2023

vom 18. Januar 2024

*Zustimmung zum Entwurf,  
wo nichts vermerkt ist*

*Zustimmung zum Beschluss des Ständerates, wo nichts vermerkt ist*

*Die gesetzlichen Bestimmungen entsprechen der Fassung gemäss Änderung vom 01.10.2021 (15.075; BBl 2021 2327; noch nicht in Kraft)*

### Mehrheit

**Minderheit** (Glärner, Aeschi Thomas, Bircher, de Courten, Rügger)

*Rückweisung der Vorlage an den Bundesrat mit dem Auftrag, die Vorlage so zu überarbeiten, dass sie nur den Text der Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» umsetzt.*

## Bundesgesetz über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten (Tabakproduktegesetz, TabPG)

### Änderung vom ...

---

*Die Bundesversammlung der Schweizerischen Eidgenossenschaft, nach Einsicht in die Botschaft des Bundesrates vom 24. Mai 2023<sup>1</sup>, beschliesst:*

<sup>1</sup> BBl 2023 1478

**Geltendes Recht****Bundesrat****Ständerat****Kommission des Nationalrates**

|  
 Das Tabakproduktegesetz vom  
 1. Oktober 2021<sup>2</sup> wird wie folgt geän-  
 dert:

**Art. 8** Zigarettenpackungen  
 Zigaretten müssen vorverpackt sein  
 und dürfen nur in Packungen von  
 mindestens 20 Stück an Konsumen-  
 tinnen und Konsumenten abgegeben  
 werden.

|  
 Art. 8

**Mehrheit**

**Minderheit** (Porchet, Alijaj, Crottaz,  
 Gysi Barbara, Marti Samira, Meyer  
 Mattea, Piller Carrard, Weichelt)

<sup>2</sup> Die Verpackungen von Tabakpro-  
 dukten und elektronischen Zigaretten  
 aller Marken müssen die gleiche  
 neutrale Gestaltung aufweisen.

<b>Geltendes Recht</b>	<b>Bundesrat</b>	<b>Ständerat</b>	<b>Kommission des Nationalrates</b>	
<b>Art. 18</b> Einschränkungen der Werbung	<b>Art. 18</b> Einschränkungen der Werbung	<b>Art. 18</b>	<b>Art. 18</b>	
<p><sup>1</sup> Werbung für Tabakprodukte und für elektronische Zigaretten sowie für Gegenstände, die eine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt bilden, die sich an Minderjährige richtet, ist untersagt; insbesondere Werbung:</p> <p>a. auf Schulmaterial;</p> <p>b. auf Spielzeug;</p> <p>c. auf Werbegegenständen, die an Minderjährige abgegeben werden;</p> <p>d. in Zeitungen, Zeitschriften oder anderen Publikationen sowie auf Internetseiten, die für Minderjährige bestimmt sind;</p> <p>e. an Orten und Veranstaltungen, die hauptsächlich von Minderjährigen besucht werden.</p> <p><sup>2</sup> Zusätzlich zu Absatz 1 ist die Werbung für Tabakprodukte und für elektronische Zigaretten sowie für Gegenstände, die eine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt bilden, untersagt:</p>	<p><sup>1</sup> 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:</p> <p>a. in Presseerzeugnissen, es sei denn, diese sind hauptsächlich für den ausländischen Markt oder ausschliesslich für die in der Tabakbranche tätigen Personen bestimmt;</p> <p>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;</p>	<p><sup>1</sup> ...</p>	<p><b>Mehrheit</b></p> <p><sup>1</sup> Werbung für Tabakprodukte, für elektronische Zigaretten sowie für Gegenstände, die eine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt bilden, ist verboten:</p> <p>(siehe Bst. b und Abs. 2)</p> <p><b>Mehrheit</b></p> <p>a. in Presseerzeugnissen, es sei denn, die Werbung ist im Innenteil von Publikationen, die mehrheitlich über Abonnemente verkauft werden und deren Leserschaft besteht zu mindestens 95% aus Erwachsenen, die Presseerzeugnisse sind hauptsächlich für den ...</p> <p><b>Mehrheit</b></p> <p>b. im Internet, in Applikationen und in anderen elektronischen Medien, wenn die Werbung auf den Schweizer Markt ausgerichtet ist; der Bundesrat legt die Kriterien fest, anhand derer bestimmt wird, ob eine Werbung auf den Schweizer Markt ausgerichtet ist; das Verbot gilt nicht, wenn ein System zur Alterskontrolle gewährleistet, dass die Werbung Minderjährige nicht erreichen kann;</p> <p>(siehe Abs. 1 und Abs. 2)</p>	<p><b>Minderheit</b> (Porchet, Alijaj, Crottaz, Gysi Barbara, Marti Samira, Meyer Mattea, Piller Carrard, Weichelt)</p> <p><sup>1</sup> <i>Einleitungssatz: Gemäss Ständerat</i></p> <p>(siehe Bst. b und Abs. 2)</p> <p><b>Minderheit</b> (Crottaz, Alijaj, Gysi Barbara, Marti Samira, Mettler, Meyer Mattea, Piller Carrard, Porchet, Weichelt)</p> <p>a. <i>Gemäss Ständerat</i></p> <p><b>Minderheit</b> (Porchet, ...)</p> <p>b. <i>Gemäss Ständerat</i></p> <p>(siehe Abs. 1 und Abs. 2)</p>

**Geltendes Recht****Bundesrat****Ständerat****Kommission des Nationalrates**

- a. wenn sie mit preisvergleichenden Angaben oder mit Versprechen von Geschenken betrieben wird;
- b. auf Plakaten auf öffentlichem oder privatem Grund, wenn diese von öffentlichem Grund einsehbar sind;
- c. in Kinos;
- d. in und an öffentlichen Verkehrsmitteln;

- 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;

- e. in und an Gebäuden oder Gebäudeteilen, die öffentlichen Zwecken dienen, und auf ihren Arealen;

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

- e. ...

...  
werden können, es sei denn geeignete Massnahmen stellen sicher, dass die Werbung für Minderjährige weder sichtbar noch zugänglich ist.

- f. auf Sportplätzen sowie an Sportveranstaltungen.

<sup>3</sup> Das Verbot nach Absatz 2 Buchstabe a gilt nicht für:

- a. ausländische Presseerzeugnisse, die nicht hauptsächlich für den Schweizer Markt bestimmt sind;
- b. Werbung, die sich ausschliesslich an die in der Tabakbranche tätigen Personen richtet.

<sup>2</sup> 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.

**Mehrheit**

- e. ...

...  
werden können, es sei denn, es ist sichergestellt, dass die Werbung für Minderjährige weder sichtbar noch zugänglich ist.

**Mehrheit**

<sup>2</sup> Werbung für Tabakprodukte, für elektronische Zigaretten sowie für Gegenstände, die eine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt bilden, darf keine preisvergleichenden Angaben oder Versprechen von Geschenken enthalten.

(siehe Abs. 1 und Bst. b)

**Minderheit** (Glarner, Aeschi Thomas, Amaudruz, Bircher, de Courten, Gutjahr, Thalman-Bieri, Wyssmann)

e. *Gemäss Ständerat*

**Minderheit** (Porchet, ...)

<sup>2</sup> *Gemäss Ständerat*

(siehe Abs. 1 und Bst. b)

**Geltendes Recht****Bundesrat****Ständerat****Kommission des Nationalrates**

<sup>4</sup> Das Verbot nach Absatz 2 Buchstabe b gilt nicht für Werbung in der Verkaufsstelle.

<sup>5</sup> Werbung für Tabakprodukte und für elektronische Zigaretten sowie für Gegenstände, die eine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt bilden, in Radio und Fernsehen richtet sich nach dem Bundesgesetz vom 24. März 2006 über Radio und Fernsehen.

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> Für die Werbung in Radio und Fernsehen gelten die Bestimmungen des Bundesgesetzes vom 24. März 2006<sup>3</sup> über Radio und Fernsehen.

**Mehrheit**

**Minderheit** (Weichelt, Gysi Barbara, Porchet)

<sup>5</sup> In Tabakprodukte und elektronische Zigaretten integrierte Filter sowie separat verkaufte Filter sind verboten.

<b>Geltendes Recht</b>	<b>Bundesrat</b>	<b>Ständerat</b>	<b>Kommission des Nationalrates</b>
<b>Art. 19</b> Einschränkungen der Verkaufsförderung	<b>Art. 19</b> Einschränkungen der Verkaufsförderung	<b>Art. 19</b>	<b>Art. 19</b>
1 Die Förderung des Verkaufs von Tabakprodukten und von elektronischen Zigaretten sowie von Gegenständen, die eine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt bilden, ist durch deren unentgeltliche Abgabe oder durch die Abgabe von Geschenken oder Preisen verboten.	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;	1 ...	1 ...
	c. der Verkauf durch mobiles Verkaufspersonal an öffentlich zugänglichen Orten, die von Minderjährigen besucht werden können.	c. <i>Streichen</i>	<b>Mehrheit</b>
2 Das Verbot gilt nicht für:	2 Das Verbot gilt nicht für:	2 ...	2 ...
a. Verkaufsförderung, die sich ausschliesslich an die in der Tabakbranche tätigen Personen richtet;	a. Verkaufsförderung, die sich ausschliesslich an die in der Tabakbranche tätigen Personen richtet;		<b>Mehrheit</b>
b. direkte, persönlich ausgeführte Verkaufsförderung für Zigarren und Zigarillos mittels Degustationen und Kundenpromotionen.	b. direkte, persönlich ausgeführte Verkaufsförderung für Zigarren und Zigarillos mittels Degustationen und Kundenpromotionen an Orten, zu denen Minderjährige keinen Zugang haben.	b. <i>Streichen</i> (= gemäss geltendem Recht)	b. <i>Gemäss Bundesrat</i>
			<b>Minderheit</b> (Crottaz, Alijaj, Gysi Barbara, Marti Samira, Mettler, Meyer Mattea, Piller Carrard, Porchet, Weichelt) c. <i>Gemäss Bundesrat</i>
			<b>Minderheit</b> (Glarner, Aellen, Aeschi Thomas, Amaudruz, Bircher, de Courten, Gutjahr, Sauter, Silberschmidt, Thalmann-Bieri, Vietze, Wyssmann) b. <i>Gemäss Ständerat</i>

<b>Geltendes Recht</b>	<b>Bundesrat</b>	<b>Ständerat</b>	<b>Kommission des Nationalrates</b>
<p><b>Art. 20</b>      Einschränkungen des Sponsoring</p> <p>1 Sponsoring von Veranstaltungen in der Schweiz ist untersagt, wenn diese:</p> <p>a. internationalen Charakter haben; oder</p> <p>b. auf ein minderjähriges Publikum abzielen.</p> <p>2 Sponsoring von Veranstaltungen oder Tätigkeiten, die von Bund, Kantonen und Gemeinden organisiert werden, ist untersagt.</p>	<p><i>Art. 20 Abs. 1 Bst. b</i></p> <p>1 Sponsoring von Veranstaltungen in der Schweiz ist untersagt, wenn diese:</p> <p>b. von Minderjährigen besucht werden können.</p>	<p><i>Art. 20</i></p> <p>1 ...</p> <p>b. ...</p> <p>... werden können, es sei denn geeignete Massnahmen stellen sicher, dass die Werbung vor Ort für Minderjährige weder sichtbar noch zugänglich ist.</p>	<p><i>Art. 20</i></p> <p>1 ...</p> <p><b>Mehrheit</b></p> <p>b. ...</p> <p>... werden können, es sei denn es ist sichergestellt, dass die Einschränkungen der Werbung nach Artikel 18 eingehalten werden; insbesondere darf an der Veranstaltung die Werbung für Minderjährige weder sichtbar noch zugänglich sein.</p> <p><b>Minderheit</b> (Glarner, Aeschi Thomas, Amaudruz, Bircher, de Courten, Gutjahr, Thalmann-Bieri, Wyssmann)</p> <p>b. <i>Gemäss Ständerat</i></p>
<p><b>Art. 23</b>      Abgabe an Minderjährige</p> <p>1 Die Abgabe von Tabakprodukten und von elektronischen Zigaretten an Minderjährige ist verboten.</p> <p>2 In der Verkaufsstelle muss sichtbar und leserlich auf das Verbot der Abgabe an Minderjährige hingewiesen werden.</p> <p>3 Tabakprodukte und elektronische Zigaretten dürfen nur dann in Automaten verkauft werden, wenn diese Produkte für Minderjährige nicht zugänglich sind.</p>	<p><i>Art. 23 Abs. 3</i></p> <p><sup>3</sup> <i>Aufgehoben</i></p>		

**Geltendes Recht****Bundesrat****Ständerat****Kommission des Nationalrates****Art. 23a** System zur Alterskontrolle**Art. 23a**

<sup>1</sup> 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.

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

<sup>3</sup> Der Bundesrat regelt die Anforderungen an das System zur Alterskontrolle.

<sup>3</sup> ...

... zur Alterskontrolle. Dabei berücksichtigt er in anderen Bereichen angewandte Lösungen für ein Alterskontrollsystem und technologische Entwicklungen.

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

*Streichen*

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Mehrere Unternehmen oder ihre Branchenverbände können die Gesamtsumme ihrer Ausgaben melden.

<sup>3</sup> Der Bundesrat legt die Modalitäten der Meldung fest.

**Geltendes Recht****Art. 30** Vollzugsaufgaben

<sup>1</sup> Die zuständigen Bundesbehörden erfüllen die Vollzugsaufgaben, die ihnen nach diesem Gesetz ausdrücklich obliegen.

<sup>2</sup> Das Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit (BAZG) überwacht die Tabakprodukte und die elektronischen Zigaretten bei ihrer Einfuhr.

<sup>3</sup> Es kann im Einzelfall bestimmte Laboranalysen und den diesbezüglichen abschliessenden Entscheid dem betreffenden Kanton übertragen.

**Bundesrat****Art. 30 Abs. 4 und 5**

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> 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.

**Ständerat****Kommission des Nationalrates****Art. 45** Übertretungen

<sup>1</sup> Mit Busse bis zu 40 000 Franken wird bestraft, wer vorsätzlich:

- a. den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend den Täuschungsschutz (Art. 5) zuwiderhandelt;
- b. Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten auf dem Markt bereitstellt, deren Zusammensetzung oder Emissionen nicht den Anforderungen dieses Gesetzes entsprechen (Art. 6 Abs. 1 Bst. b und c, Abs. 2 sowie Art. 7); die Erfüllung der Meldepflicht nach Artikel 28 Absatz 2 kann als Strafmitderungsgrund berücksichtigt werden;

**Art. 45 Abs. 1 Bst. e<sup>bis</sup> und f**

<sup>1</sup> Mit Busse bis zu 40 000 Franken wird bestraft, wer vorsätzlich:

**Geltendes Recht****Bundesrat****Ständerat****Kommission des Nationalrates**

- c. den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend die Verpackungen (Art. 8–17) zuwiderhandelt;
- d. den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend die Werbung, die Verkaufsförderung und Sponsoring (Art. 18 Abs. 1 und 2, 19, 20 und 21) zuwiderhandelt;
- e. den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend die Abgabe an Minderjährige (Art. 23) zuwiderhandelt;

e<sup>bis</sup>. 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. 25–27 und 29) zuwiderhandelt;
- g. den zuständigen Behörden falsche oder unvollständige Auskünfte erteilt oder sich weigert, Auskünfte zu erteilen, Abklärungen vorzunehmen oder deren Vornahme zu dulden, Probenahmen zu gestatten oder Proben bereitzustellen (Art. 37 Abs. 2).

f. den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend die Pflichten der Unternehmen und die Einfuhrbeschränkungen (Art. 25–27a und 29) zuwiderhandelt;

<sup>2</sup> Wer fahrlässig handelt, wird mit Busse bis zu 20 000 Franken bestraft.

<sup>3</sup> Versuch und Gehilfenschaft sind strafbar.

## II

<sup>1</sup> Dieses Gesetz untersteht dem fakultativen Referendum.

<sup>2</sup> Der Bundesrat bestimmt das Inkrafttreten.