

23.049 s Tabakproduktegesetz (TabPG). Teilrevision (Differenzen)

Geltendes Recht	Entwurf des Bundesrates	Beschluss des Ständerates	Beschluss des Nationalrates	Beschluss des Ständerates	Anträge der Kommission für soziale Sicherheit und Gesundheit des Nationalrates
	vom 24. Mai 2023	vom 21. September 2023	vom 29. Februar 2024	vom 16. September 2024	vom 17. Oktober 2024
		<i>Zustimmung zum Entwurf, wo nichts vermerkt ist</i>	<i>Nichteintreten (= Ablehnung in der Gesamtabstimmung)</i>	<i>Festhalten am Beschluss des Ständerates, wo nichts vermerkt ist</i>	<i>Zustimmung zum Beschluss des Ständerates, wo nichts vermerkt ist</i>
					Mehrheit Minderheit (Glarner, Aeschi Thomas, Bircher, de Courten, Gutjahr, Sormanni, Thalmann-Bieri, Wyssmann)
					<i>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.</i>
Bundesgesetz über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten (Tabakproduktegesetz, TabPG)					
Änderung vom ...					
<i>Die Bundesversammlung der Schweizerischen Eidgenossenschaft,</i> nach Einsicht in die Botschaft des Bundesrates vom 24. Mai 2023 ¹ , <i>beschliesst:</i>					

¹ BBl 2023 1478

Geltendes Recht		Bundesrat		Ständerat	Nationalrat	Ständerat	Kommission des Nationalrates	
		Das Tabakproduktegesetz vom 1. Oktober 2021 ² wird wie folgt geändert:						
Art. 18	Einschränkungen der Werbung	Art. 18	Einschränkungen der Werbung	Art. 18		Art. 18	Art. 18	
							Mehrheit	Minderheit (Wyssmann, Aeschi Thomas, Bircher, de Courten, Glarner, Gutjahr, Sormanni, Thalmann-Bieri)
¹ 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:		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:		¹ ...		¹ ...	¹ ...	¹ Werbung für Tabakprodukte, für elektronische Zigaretten sowie für Gegenstände, die eine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt bilden, ist verboten: (siehe Bst. b und Abs. 2)

Geltendes Recht**Bundesrat****Ständerat****Nationalrat****Ständerat****Kommission des Nationalrates****Mehrheit****Minderheit I****Minderheit II**

(Glärner, Aeschi, Thomas, Bircher, de Courten, Gutjahr, Sauter, Silberschmidt, Sormanni, Thalmann-Bieri, Vietze, Wyssmann)

(Porchet, Alijaj, Crottaz, Gysi Barbara, Marti Samira, Meyer Mattea, Piller Carrard, Prelicz-Huber)

a. auf Schulmaterial;

a. in Presseerzeugnissen, es sei denn, diese sind hauptsächlich für den ausländischen Markt oder ausschliesslich für die in der Tabakbranche tätigen Personen bestimmt;

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 98% aus Erwachsenen, die Presseerzeugnisse sind hauptsächlich für den ...

a. ...

... und deren Leserschaft besteht zu mindestens 95% aus Erwachsenen, die Presseerzeugnisse sind hauptsächlich für den ...

a. *Gemäss Ständerat (= gemäss Bundesrat)*

Geltendes Recht	Bundesrat	Ständerat	Nationalrat	Ständerat	Kommission des Nationalrates
					Mehrheit Minderheit (Wyssmann, ...) 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; <i>(siehe Abs. 1 Einleitungssatz ...)</i>
b. auf Spielzeug; c. auf Werbegegenständen, die an Minderjährige abgegeben werden; d. in Zeitungen, Zeitschriften oder anderen Publikationen sowie auf Internetseiten, die für Minderjährige bestimmt sind; e. an Orten und Veranstaltungen, die hauptsächlich von Minderjährigen besucht werden. ² 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: 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;	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: - auf allen Formen der Aussenwerbung auf öffentlichem oder privatem Grund, die von öffentlichem Grund einsehbar sind, - in postalischen Werbesendungen, es sei denn, sie sind direkt an				

Geltendes Recht	Bundesrat	Ständerat	Nationalrat	Ständerat	Kommission des Nationalrates		
	Erwachsene adressiert und neutral verpackt;				Mehrheit	Minderheit I (Glärner, Aeschi, Thomas, Bircher, de Courten, Gutjahr, Sormanni, Thalmann-Bieri, Wyssmann)	Minderheit II (Piller Carrard, Alijaj, Crottaz, Gysi Barbara, Marti Samira, Meyer Mattea, Porchet, Prelicz-Huber)
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.	e. werden können, es sei denn, es ist sichergestellt, dass die Werbung für Minderjährige weder sichtbar noch zugänglich ist.			e. werden können, es sei denn geeignete Massnahmen stellen sicher, dass die Werbung für Minderjährige weder sichtbar noch zugänglich ist.	e. <i>Gemäss Bundesrat</i>
f. auf Sportplätzen sowie an Sportveranstaltungen.							
³ Das Verbot nach Absatz 2 Buchstabe a gilt nicht für:							
a. ausländische Presseerzeugnisse, die nicht hauptsächlich für den Schweizer Markt bestimmt sind;	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.				Mehrheit	Minderheit (Wyssmann, ...)	
b. Werbung, die sich ausschliesslich an die in der Tabakbranche tätigen Personen richtet.						² Werbung 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. (siehe Abs. 1 Einleitungssatz ...)	

<i>Geltendes Recht</i>	<i>Bundesrat</i>	<i>Ständerat</i>	<i>Nationalrat</i>	<i>Ständerat</i>	<i>Kommission des Nationalrates</i>
⁴ Das Verbot nach Absatz 2 Buchstabe b gilt nicht für Werbung in der Verkaufsstelle. ⁵ 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.	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.				

Geltendes Recht	Bundesrat	Ständerat	Nationalrat	Ständerat	Kommission des Nationalrates
Art. 19 Einschränkungen der Verkaufsförderung	Art. 19 Einschränkungen der Verkaufsförderung	Art. 19		Art. 19	Art. 19
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>			Mehrheit c. besucht werden können, es sei denn es ist sichergestellt, dass die Einschränkungen der Werbung nach Artikel 18, Absatz 1, Buchstabe e eingehalten werden.
					Minderheit I (Meyer Mattea, Alijaj, Crottaz, Gysi Barbara, Marti Samira, Mettler, Piller Carrard, Porchet, Prelicz-Huber) c. <i>Gemäss Bundesrat</i>
					Minderheit II (Glarner, Aeschi, Thomas, Bircher, de Courten, Gutjahr, Silberschmidt, Sormanni, Thalmann-Bieri, Vietze, Wyssmann) c. <i>Gemäss Ständerat (= streichen)</i>

<i>Geltendes Recht</i>	<i>Bundesrat</i>	<i>Ständerat</i>	<i>Nationalrat</i>	<i>Ständerat</i>	<i>Kommission des Nationalrates</i>		
² Das Verbot gilt nicht für:	² Das Verbot gilt nicht für:	² ...		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;						
					Mehrheit	Minderheit I (Prelicz-Huber, Alijaj, Crottaz, Durrer, Gysi Barbara, Marti Samira, Mettler, Piller Carrard, Porchet, Roduit)	Minderheit II (Aeschi Thomas, Bircher, de Courten, Glarner, Gutjahr, Sormanni, Thalmann-Bieri, Wyssmann)
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> (= <i>gemäss geltendem Recht</i>)		b. <i>Gemäss Bundesrat</i>	b. ...	b. <i>Gemäss Ständerat</i> (= <i>gemäss Bundesrat</i>)	b. <i>Streichen</i> (= <i>gemäss geltendem Recht</i>)
						... und Kundenpromotionen, die sich nur an Erwachsene richtet.	

<i>Geltendes Recht</i>	<i>Bundesrat</i>	<i>Ständerat</i>	<i>Nationalrat</i>	<i>Ständerat</i>	<i>Kommission des Nationalrates</i>		
Art. 20 Einschränkungen des Sponsoring	Art. 20 Abs. 1 Bst. b	Art. 20			Art. 20		
¹ Sponsoring von Veranstaltungen in der Schweiz ist untersagt, wenn diese:	¹ Sponsoring von Veranstaltungen in der Schweiz ist untersagt, wenn diese:	¹ ...			¹ ...		
a. internationalen Charakter haben; oder							
					Mehrheit	Minderheit I (Crottaz, Alijaj, Gysi Barbara, Marti Samira, Mettler, Meyer Mattea, Piller Carrard, Porchet, Prelicz-Huber, Roduit)	Minderheit II (Porchet, Alijaj, Crottaz, Gysi Barbara, Marti Samira, Mettler, Meyer Mattea, Piller Carrard, Prelicz-Huber)
b. auf ein minderjähriges Publikum abzielen.	b. von Minderjährigen besucht werden können.	b. werden können, es sei denn geeignete Massnahmen stellen sicher, dass die Werbung vor Ort für Minderjährige weder sichtbar noch zugänglich ist.				b. 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.	b. <i>Gemäss Bundesrat</i>
² Sponsoring von Veranstaltungen oder Tätigkeiten, die von Bund, Kantonen und Gemeinden organisiert werden, ist untersagt.							

[illegible]

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

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

³ ...

... 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

Art. 27a

Mehrheit

Minderheit (Crottaz, Alijaj, Gysi Barbara, Marti Samira, Meyer Mattea, Piller Carrard, Porchet, Prelicz-Huber)
Gemäss Bundesrat

Streichen

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.

Geltendes Recht	Bundesrat	Ständerat	Nationalrat	Ständerat	Kommission des Nationalrates
Art. 30 Vollzugsaufgaben ¹ Die zuständigen Bundesbehörden erfüllen die Vollzugsaufgaben, die ihnen nach diesem Gesetz ausdrücklich obliegen. ² Das Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit (BAZG) überwacht die Tabakprodukte und die elektronischen Zigaretten bei ihrer Einfuhr. ³ Es kann im Einzelfall bestimmte Laboranalysen und den diesbezüglichen abschliessenden Entscheid dem betreffenden Kanton übertragen.	<i>Art. 30 Abs. 4 und 5</i> 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.				

Geltendes Recht	Bundesrat	Ständerat	Nationalrat	Ständerat	Kommission des Nationalrates
Art. 45 Übertretungen ¹ Mit Busse bis zu 40 000 Franken wird bestraft, wer vorsätzlich:	Art. 45 Abs. 1 Bst. e^{bis} und f ¹ 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 elekt- ronische 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 Strafmilderungs- grund berücksichtigt wer- den;					
c. den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend die Verpackungen (Art. 8–17) zuwiderhandelt;					
d. den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend die Werbung, die Verkaufsför- derung 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 ^{bis} . den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend das System zur Alterskontrolle (Art. 23a) zuwiderhandelt;				

<i>Geltendes Recht</i>	<i>Bundesrat</i>	<i>Ständerat</i>	<i>Nationalrat</i>	<i>Ständerat</i>	<i>Kommission des Nationalrates</i>
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). ² Wer fahrlässig handelt, wird mit Busse bis zu 20 000 Franken bestraft. ³ Versuch und Gehilfenschaft sind strafbar.	f. den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend die Pflichten der Unternehmen und die Einfuhrbeschränkungen (Art. 25–27^a und 29) zuwiderhandelt;				

II

¹ Dieses Gesetz untersteht dem fakultativen Referendum.

² Der Bundesrat bestimmt das Inkrafttreten.