

**23.049 s Tabakproduktegesetz (TabPG). Teilrevision** (Differenzen)

Geltendes Recht	Entwurf des Bundesrates	Beschluss des Ständerates	Beschluss des Nationalrates	Beschluss des Ständerates
	vom 24. Mai 2023	vom 21. September 2023	vom 29. Februar 2024	vom 16. September 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>

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

**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> BBI 2023 1478

<i>Geltendes Recht</i>	<i>Bundesrat</i>	<i>Ständerat</i>	<i>Nationalrat</i>	<i>Ständerat</i>
	Das Tabakproduktegesetz vom 1. Oktober 2021 <sup>2</sup> wird wie folgt geändert:			
<b>Art. 18</b>	<b>Art. 18</b>	<b>Art. 18</b>		<b>Art. 18</b>
Einschränkungen der Werbung	Einschränkungen der Werbung	Einschränkungen der Werbung		
<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:	<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:	<sup>1</sup> ...		<sup>1</sup> ...
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;			

<b>Geltendes Recht</b>	<b>Bundesrat</b>	<b>Ständerat</b>	<b>Nationalrat</b>	<b>Ständerat</b>
<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>a. wenn sie mit preisvergleichenden Angaben oder mit Versprechen von Geschenken betrieben wird;</p> <p>b. auf Plakaten auf öffentlichem oder privatem Grund, wenn diese von öffentlichem Grund einsehbar sind;</p> <p>c. in Kinos;</p> <p>d. in und an öffentlichen Verkehrsmitteln;</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>c. in Kinos;</p> <p>d. auf Werbeträgern, auf denen sie Minderjährige erreichen können, namentlich:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. auf allen Formen der Aussenwerbung auf öffentlichem oder privatem Grund, die von öffentlichem Grund einsehbar sind,</li> <li>2. in postalischen Werbesendungen, es sei denn, sie sind direkt an Erwachsene adressiert und neutral verpackt;</li> </ol>		

<b>Geltendes Recht</b>	<b>Bundesrat</b>	<b>Ständerat</b>	<b>Nationalrat</b>	<b>Ständerat</b>
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.
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;	<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.			
b. Werbung, die sich ausschliesslich an die in der Tabakbranche tätigen Personen richtet.				
<sup>4</sup> Das Verbot nach Absatz 2 Buchstabe b gilt nicht für Werbung in der Verkaufsstelle.	<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>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>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.			

<b>Geltendes Recht</b>	<b>Bundesrat</b>	<b>Ständerat</b>	<b>Nationalrat</b>	<b>Ständerat</b>
<b>Art. 19</b>	<b>Art. 19</b>	<b>Art. 19</b>		<b>Art. 19</b>
Einschränkungen der Verkaufsförderung	Einschränkungen der Verkaufsförderung	Einschränkungen der Verkaufsförderung		
<p><sup>1</sup> 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.</p>	<p><sup>1</sup> 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. die unentgeltliche Abgabe dieser Produkte und Gegenstände;</li> <li>b. die Abgabe von Geschenken oder Preisen;</li> <li>c. der Verkauf durch mobiles Verkaufspersonal an öffentlich zugänglichen Orten, die von Minderjährigen besucht werden können.</li> </ul>	<p><sup>1</sup> ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>c. <i>Streichen</i></li> </ul>		
<p><sup>2</sup> Das Verbot gilt nicht für:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Verkaufsförderung, die sich ausschliesslich an die in der Tabakbranche tätigen Personen richtet;</li> <li>b. direkte, persönlich ausgeführte Verkaufsförderung für Zigarren und Zigarillos mittels Degustationen und Kundenpromotionen.</li> </ul>	<p><sup>2</sup> Das Verbot gilt nicht für:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Verkaufsförderung, die sich ausschliesslich an die in der Tabakbranche tätigen Personen richtet;</li> <li>b. direkte, persönlich ausgeführte Verkaufsförderung für Zigarren und Zigarillos mittels Degustationen und Kundenpromotionen an Orten, zu denen Minderjährige keinen Zugang haben.</li> </ul>	<p><sup>2</sup> ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>b. <i>Streichen (= gemäss geltendem Recht)</i></li> </ul>		<p><sup>2</sup> ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>b. <i>Gemäss Bundesrat</i></li> </ul>

<i>Geltendes Recht</i>	<i>Bundesrat</i>	<i>Ständerat</i>	<i>Nationalrat</i>	<i>Ständerat</i>
<b>Art. 20</b> Einschränkungen des Sponsoring	<i>Art. 20 Abs. 1 Bst. b</i>	<i>Art. 20</i>		
<sup>1</sup> Sponsoring von Veranstaltungen in der Schweiz ist untersagt, wenn diese:	<sup>1</sup> Sponsoring von Veranstaltungen in der Schweiz ist untersagt, wenn diese:	<sup>1</sup> ...		
a. internationalen Charakter haben; oder				
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.		
<sup>2</sup> Sponsoring von Veranstaltungen oder Tätigkeiten, die von Bund, Kantonen und Gemeinden organisiert werden, ist untersagt.				

<b>Geltendes Recht</b>	<b>Bundesrat</b>	<b>Ständerat</b>	<b>Nationalrat</b>	<b>Ständerat</b>
<p><b>Art. 23</b> Abgabe an Minderjährige</p> <p><sup>1</sup> Die Abgabe von Tabakprodukten und von elektronischen Zigaretten an Minderjährige ist verboten.</p> <p><sup>2</sup> In der Verkaufsstelle muss sichtbar und leserlich auf das Verbot der Abgabe an Minderjährige hingewiesen werden.</p> <p><sup>3</sup> Tabakprodukte und elektronische Zigaretten dürfen nur dann in Automaten verkauft werden, wenn diese Produkte für Minderjährige nicht zugänglich sind.</p>	<p>Art. 23 Abs. 3</p> <p><sup>3</sup> <i>Aufgehoben</i></p>			
	<p>Art. 23a System zur Alterskontrolle</p> <p><sup>1</sup> Ein System zur Alterskontrolle muss einrichten, wer:</p> <p>a. Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten mittels Automaten oder über das Internet, Applikationen oder andere elektronische Medien abgibt;</p> <p>b. im Internet, in Applikationen oder anderen elektronischen Medien Werbung für Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten schaltet.</p> <p><sup>2</sup> Die erhobenen Daten dürfen ausschliesslich zur Kontrolle des Alters der Käuferinnen und Käufer verwendet werden.</p> <p><sup>3</sup> Der Bundesrat regelt die Anforderungen an das System zur Alterskontrolle.</p>	<p>Art. 23a</p> <p><sup>3</sup> ...</p> <p>... zur Alterskontrolle. Dabei berücksichtigt er in anderen Bereichen angewandte Lösungen für ein Alterskontrollsystem und technologische Entwicklungen.</p>		

**Geltendes Recht****Bundesrat****Ständerat****Nationalrat****Ständerat**

*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.

**Art. 30** Vollzugsaufgaben

*Art. 30 Abs. 4 und 5*

<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.

<sup>4</sup> Das BAG kontrolliert im Internet, in Applikationen und anderen elektronischen Medien:

- a. die Einhaltung der Werbeeinschränkungen;

**Geltendes Recht****Bundesrat****Ständerat****Nationalrat****Ständerat**

- 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.

**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 Strafmilderungsgrund berücksichtigt werden;
- 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;

*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****Nationalrat****Ständerat**

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;

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

<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.