

Vorlage der Redaktionskommission für die Schlussabstimmung

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

Änderung vom 20. Juni 2025

*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, die Werbung oder die Hinweise sind im Innenteil von Publikationen, die mehrheitlich über Abonnemente verkauft werden und deren Leserschaft zu mindestens 98 Prozent aus Erwachsenen besteht, oder die Presseerzeugnisse 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 dies der Fall 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 BBI 2023 1478

² SR 818.32

Tabakproduktegesetz

- e. an öffentlich zugänglichen Orten, die von Minderjährigen besucht werden können, es sei denn, es ist sichergestellt, dass die Werbung oder die Hinweise für Minderjährige weder sichtbar noch zugänglich 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.

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 sowie 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, es sei denn es ist sichergestellt, dass die Einschränkungen nach Artikel 18 Absatz 1 Buchstabe e eingehalten werden.

² Das Verbot gilt nicht für:

- a. Verkaufsförderung, die sich ausschliesslich an die in der Tabakbranche tätigen Personen richtet;
- b. direkte und persönlich ausgeführte Verkaufsförderung für Zigarren und Zigarillos mittels Degustationen und Kundenpromotionen, die sich nur an Erwachsene richtet.

Art. 20 Abs. 1 Bst. b

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

- b. von Minderjährigen besucht werden können, es sei denn, geeignete Massnahmen stellen sicher, dass die Werbung vor Ort für Minderjährige weder sichtbar noch zugänglich ist.

³ SR 784.40

Tabakproduktegesetz

Art. 23 Abs. 3

Aufgehoben

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. Dabei berücksichtigt er in anderen Bereichen angewandte Lösungen für ein solches System und technologische Entwicklungen.

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.

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. ebis

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

- ^{ebis.} den Vorschriften dieses Gesetzes betreffend das System zur Alterskontrolle (Art. 23a) zuwiderhandelt;

II

¹ Dieses Gesetz untersteht dem fakultativen Referendum.

² Der Bundesrat bestimmt das Inkrafttreten.